

**Journal of  
Humanities and Tourism  
Research**



Year : 2025

Volume : 15

Issue : 1

ISSN: 2717-7092

**JoHUT**  
**Journal**



# Journal of Humanities and Tourism Research

ISSN: 2717-7092

---

Cilt: 15

Sayı: 1

2025

Vol.15

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 süreli 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, peer-reviewed 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. Can BIÇER canbicer@karabuk.edu.tr

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

## **GÜZEL SANATLAR BÖLÜM EDİTÖRÜ / SECTION EDITOR OF FINE ARTS**

Assoc. Prof. Dr. Muhammet BİLGİN 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)

Prof. Dr. Nurettin AYAZ (Karabük University/Turkey)

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

Dr. Maria PRODROMOU (European University/Cyprus)

## **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

## İçindekiler / Contents

---

### **Batı Edebiyatındaki Ritüellerde Yeme İçme Kültürü**

Eating and Drinking Culture in Rituals in Western Literature

Barış DEMİRCİ, Rukiye ERŞAHİN ..... 1-17

### **Sokak Köpekleri Hakkında Yazılan Köşe Yazılarında Söylem ve İdeoloji**

Discourse and Ideology in Columns Written About Stray Dogs

Ebru DİLEK, Gülnida EKMEKÇİ, Mustafa İNCE, Mevlüt Can KOÇAK ..... 18-41

### **The Power of Tangible and Intangible Cultural Heritage in Shaping Cultural Economy and Prosperity: An Inspirational Case Study of İstanbul and Paris**

Kültürel Ekonomi ve Refahın Şekillenmesinde Somut ve Soyut Kültürel Mirasın Gücü:

İstanbul ve Paris'ten İlham Verici Bir Vaka İncelemesi

Özlem KÜÇÜK ..... 42-60

### **Digitalization of Cultural Heritage Tourism: A Bibliometric Network Analysis Study**

Kültürel Miras Turizminin Dijitalleştirilmesi: Bibliyometrik Ağ Analizi Çalışması

Seda SÜER ..... 61-78

### **Safranbolu'nun Eski Su İletim Sistemleri Üzerine Bir Araştırma "Paşa Suyu"**

A Research on the Ancient Water Transmission Systems of Safranbolu "Pasha Water"

Bilal BELDER ..... 79-96

### **Ekoturizmin Kente Etkisi: Ulubey Kanyonları Örneği**

The Effect of Ecotourism on the City: Ulubey Canyons Example

Abidin KEMEÇ, İsmail YILMAZ, Murat ÇAKIN ..... 97-110

### **İkinci Bir Doğa Yaratmanın İfadesi Kültürel Coğrafya ve Kavramları**

Expression of Creating a Second Nature Cultural Geography and its Concepts

Taşkın DENİZ ..... 111-125

### **Kentsel Kimliğin Güçlendirilmesinde Yeşil Altyapının Rolü: Cumhuriyet Dönemi Ankara Örneği**

The Role of Green Infrastructure in Strengthening Urban Identity: The Case of Republican Era Ankara

Meltem GÜNEŞ TİGEN, Şükran ŞAHİN ..... 126-139

**Etik Değerlerin Örgütsel Sürdürülebilirliğe Etkisinde İşbirlikçi Davranışların Aracılık Rolü**

A Research on the Mediating Role of Collaborative Behaviors in the Effect of Ethical Values on Organizational Sustainability

Neşe ÖNER ŞEKER, Abdullah KARAKAYA ..... 140-156

**İş Turizmi Kapsamında Seyahat Gerçekleştiren Turistlerin Konaklama Memnuniyetleri**

Accommodation Satisfaction of Tourists Travelling within the Scope of Business Tourism

Nurettin AYZAZ, Barış ESEN ..... 157-169

**Türkiye Turizminin Geleceğinin Yapay Zekâ ile Tahminlemesi**

Predicting the Future of Tourism in Turkey with Artificial Intelligence

İlker VURAL, Uğur CEYLAN ..... 170-183

**Skopje Bridges at the Intersection of Cultural Tourism and Cultural Heritage**

Kültürel Turizm ve Kültürel Miras Kesişiminde Üsküp Köprüleri

Oğuz KIRCI, Melis YAZICI ..... 184-202

**Somut Kültürel Miras Olan Tarihi Bakırcılar Çarşısı'nın Gastronomi Turizmi Kapsamında İncelenmesi**

Analysis of the Historical Coppermiths' Bazaar, a Tangible Cultural Heritage, within the Scope of Gastronomy Tourism

Sibel AYYILDIZ, Zeynep POLAT ..... 203-213



## Batı Edebiyatındaki Ritüellerde Yeme İçme Kültürü\*

### Eating and Drinking Culture in Rituals in Western Literature

Barış DEMİRCİ<sup>1</sup>, Rukiye ERŞAHİN<sup>2</sup>

#### Özet

Yaşamak için en temel ihtiyaçlardan biri olan yemek, besinlerin sadece fizyolojik anlamda tüketimi değil, aynı zamanda duygusal ve kültürel bir gereksinim olarak önem teşkil etmektedir. Gıdaların temin edilmesinden sunum ve tüketimine kadar her toplumun kendi yemek kültürü bulunmakla birlikte; toplumların yaşam biçimlerini de kültürel anlamda etkilemekte ve nesilden nesile aktarılmaktadır. Öyle ki yemek, toplumsal anlamda birlikteliklerin kurulması ve bu birlikteliklerden ritüellerin oluşturulmasında etkili olmuştur. Ritüeller vasıtasıyla toplumlar kendi kültürlerini oluşturmuşlardır. Yemek kültürüne ilişkin bilgilerin iletilmesindeki önemli noktalarından biri de edebiyat eserleridir. Yaşamın temsil edildiği alanlardan biri olan edebiyatta, yeme içme eyleminin varlığı geçmişten günümüze var olan bir olgu olmuştur. Yeme kültürü ve edebiyat arasındaki ilişkinin temel çıkış noktası olduğu bu çalışmada, Batı edebiyatında 16. ve 20. yüzyıllar arası yazılmış Dünya Klasiklerinde yer alan ritüellerde gastronomik unsurların varlığı incelenmiştir. Bu dönemlerle ilgili olarak; geçmişten günümüze bağ kurabilmesi, gelişim ve yeniliklerin aktarılacak gastronomi bilimiyle olan bağlantıları üzerinde durulmuştur. Metin odaklı analiz yönteminin kullanıldığı bu çalışmada, Dünya Klasiklerine ait 10 eser incelenmiştir. Araştırma kapsamında incelenen eserlerde yazarların ortak olarak kullandığı ritüellerin genel olarak; Paskalya ve Noel olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Gastronomi, Edebiyat, Yeme-İçme Kültürü, Ritüel, Metin Odaklı Analiz

#### Abstract

The act of eating, which is one of the most basic living needs, is important not only as a physiological consumption of food but also as an emotional and cultural need. Although every society has its own food culture, from the supply of food to its presentation and consumption; It also affects the lifestyles of societies in a cultural sense and is transmitted from generation to generation. So much so that food has been effective in the establishment of social associations and the creation of rituals from these associations. Societies have created their own cultures through rituals. One of the important points in conveying information about food culture is literary works. In literature, which is one of the fields in which life is represented, the existence of the act of eating and drinking has been a phenomenon that has existed from the past to the present. In this study, where the relationship between eating culture and literature is the main starting point, the existence of gastronomic elements in the rituals of the World Classics written between the 16th and 20th centuries in Western literature was examined. Regarding these periods; the

<sup>1</sup>Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Eskişehir  
<sup>2</sup>Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir

#### ORCID:

B.D.: 0000-0002-1247-1841

R.E.: 0000-0002-0575-1204

#### Corresponding Author:

Barış DEMİRCİ

#### Email:

bdemirci@ogu.edu.tr

**Citation:** Demirci, B. ve Erşahin, R. (2025). Batı edebiyatındaki ritüellerde yeme içme kültürü. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 15 (1), 1-17.

**Submitted:** 10.11.2024.

**Accepted:** 24.01.2025

*connection with the science of gastronomy by transferring the developments and innovations from the past to the present has been emphasized. In this study, in which the text-oriented analysis method was used, 10 works belonging to the World Classics were examined. The rituals used by the authors in the works were examined within the scope of the research; It was concluded that Easter and Christmas.*

**Keywords:** *Gastronomy, Literature, Eating and Drinking Culture, Ritual, Text-Oriented Analysis*

### 1. GİRİŞ

Yemek yeme, en temel insan ihtiyaçlarından biridir. Yemek, biyolojik bir gereksinim olmanın ötesinde toplumların dinî, kültürel, sosyal, ekonomik, siyasî ve coğrafi özellikleriyle de ilişkisi bulunmaktadır (Öğüt Eker, 2018: 170). Geçmişten bugüne insanların ve toplumların beslenme biçimlerini anlamak, kültürleri anlamak için temel unsurlardan biri olmuştur (Santich, 2013: 1). Birçok temel insani özelliğin oluşmasında katkılar sunan yeme içme faaliyetleri, aile bağlarının güçlenmesinde, dilin gelişmesinde etkili olmuş; toplumların kimliklerini ve daha geniş anlamda sosyal ilişkilerini tanımlamada önemli bir rol oynamıştır (Scarpato, 2002: 3). Dolayısıyla tüketilen yiyecekler mensubu olunan sınıfın kültürü, yaşam tarzı ve dinî kimliğiyle doğrudan ilişkilidir (Gürhan, 2017: 1207).

Toplumların ortak anlayışını yansıtan beslenme anlayışında, yemeklere nesnelere ve olaylar olarak bakıldığında, yiyeceklerin geçmişle bağlantılı oldukları ve kültürel düşünceleri yansıttıkları görülmektedir. Toplumsal düzen yaratmanın ve grup dayanışmasını güçlendirmenin bir aracı olarak ritüeller, yiyecek tüketimini içermekte; yemeklerin servis edilme sırasını ve belirli durumlarda davranışlara ilişkin yönergeler sağlamaktadırlar. Ritüel davranışlar dramatik bir şekilde senaryolaştırılıp canlandırılmakta; formalite, ciddiyet ve içsel yoğunlukla gerçekleştirilmektedirler. Düğünler, yemek şenlikleri, kutlama yemekleri, doğum günü partileri gibi yemek yeme olayına odaklanan ritüeller, doğası gereği kültürel anlamda nasıl davranılacağına dair ortak bir anlayışın yansımasıdır ve sosyal bir bağlam içinde yer almaktadır (Marshall, 2006: 65-69).

Edebiyatın amacı özünde yaşamı zenginleştirmek ve insani değerleri yaymaktır. Hippolyte Taine'in yazdığı *Histoire de la littérature anglaise* (1858) isimli eserde Taine, sanat olaylarının neden-sonuç ilişkisi içerisinde doğduğunu savunmaktadır. Taine'e göre eserler; yazarları, ülkelerin iklimi, fiziksel, politik ve sosyal koşullar tarafından etkilenmektedir (Moran, 1981: 61-63). Edebiyat ve toplum arasındaki bağ, geçmişten günümüze yazarların eserlerinde yer verdiği, etkileşim halinde bulunduğu bir alandır. Toplumun oluşturan bireylerin farklı kişilik ve özelliklerde oluşu, edebiyatın zenginleşmesinde rol oynamıştır. Yaşanılan coğrafyanın etkisi ne kadar büyükse, sanat anlayışına yön veren bir diğer unsur da toplumsal değerlerdir. Toplum, sanatı yönlendirmektedir; yazar da toplum içinde sosyal bir varlıktır (Yalçın, 2019:1).

Edebiyatta yemek, kültürel anlamların taşıyıcısı olarak da görülebilen ve kimlikleri, değer sistemlerini, anıları inşa etmenin bir aracı olarak görülebilen güçlü bir edebi araç olarak anlaşılmaktadır (Baučeková, 2015: 180). Bu çalışmada Batı edebiyatındaki romanlarda yer alan ritüeller ve inanışlardaki yeme içme kültürünün tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda gastronomi alanını geleneksel değerlerle zenginleştirmek, modern yeniliklere ilham kaynağı olmasını sağlamak, kültürlerin inanç ve ritüellerini anlamak, geleneksel tariflerin ve mutfak kültürlerinin korunmasına katkı sağlayacaktır. Türk ve Dünya edebiyatında ritüeller ve inanışlarda yemek temasının işlendiği az çalışmanın varlığı çalışmanın oluşturulmasında en büyük etkendir.



## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1. Gastronomi ve Edebiyat İlişkisi

Beslenme, insanların biyolojik varlığını devam ettirmesi için en temel ihtiyaçlardan biridir; ancak gıdaların tüketilmesinden öte toplumsal, kültürel ve dini anlamlar barındıran çok yönlü bir olgu olarak görülmesi; insanların iletişim kurma biçimlerinden biri olarak değerlendirilmektedir (Gürhan, 2017: 1205; Özkan Kutlu, 2018: 67; Tekin, 2017: 132). Yiyecek ve içecekler ile kültürler arasındaki ilişkileri inceleyen gastronomi bilimi, temel fizyolojik ihtiyaçların karşılanmasında, insanların hayatta kalması ve açlığı gidermelerinde; yediklerinden keyif ve haz almalarında, yemek hazırlama süreçlerinin ve beslenme alışkanlıklarındaki değişikliklerin keşfedilmesinde çok boyutlu bir disiplin olarak yer almaktadır (Özkan Kutlu, 2018: 67; Özbay, 2021: 6).

Her toplumun kendine özgü kültür birikimi mevcuttur. Bir toplumun göçebe ya da yerleşik yaşamı benimsemiş olması, yaşanan coğrafya ve fiziki koşullar kültürel unsurların oluşmasında etkili olmuştur. Toplumların kültürel unsurlarını oluşturan yapılardan biri de mutfaklardır. Toplum mutfaklarının kendine has bir biçimde şekillenmesinde başka kültürler ile olan iletişim ve etkileşimi önemli bir rol oynamaktadır (Öztek, 2019: 6-11).

Kültürün önemli taşıyıcılarından biri de edebiyattır (Erşahin ve Demirci, 2022: 16). Aristoteles'e göre edebiyatın amacı, hayatı ve gerçekliği okura gösteren eğitici bir araç olmasıdır (Moran, 1981: 27). Bir yönüyle iletişim aracı olma özelliği taşıyan edebi eserler, yazıldıkları dönemin yorumlanmasında, toplumların kültürel özelliklerinin geleceğe aktarılmasında önem teşkil etmektedirler (Özata ve Özer, 2021: 97-98). Edebi eserlerde birçok konu işlenebildiği gibi fizyolojik ve sosyo-psikolojik bir ihtiyaç olan yeme-içme eylemi, doğrudan ya da dolaylı olarak ele alınabilmektedir (Özkul vd., 2019: 85).

Dünya edebiyatının pek çok eserinde yiyecek ve içeceklere yer verilmiş; yemeğin edebî potansiyelleri ortaya çıkarılmıştır. *Robinson Crusoe*, *Moby Dick*, *Alice Harikalar Ülkesinde*, *Teknede Üç Adam*, *Söğütlükte Rüzgâr*, *Swann'ın Yolu*, *Ulysses*, *Oliver Twist*, *Germinal*, *Gazap Üzümleri*, *Açlık* gibi romanlarda yeme-içme olgusunu görmek mümkündür (Yiğitler, 2018: 172-174).

Türk edebiyatına yansıyan yeme içme kültürünün incelendiği çalışmalar da mevcuttur. Ural (2020), Orhan Pamuk anlatılarında, İstanbullu burjuvazinin yer aldığı yeme içme sahnelerinin nasıl ele alındığı ve bu sahnelerin Türkiye modernleşmesi açısından neyi temsil ettiklerini araştırmıştır. Esin (2020), *Dîvânü Lugâtî't-Türk* isimli eserin Türk kültürü açısından önemi ve eserde geçen beslenme kültürüyle ilgili terimleri ortaya koymayı amaçlamıştır. Bulut (2019), *Odessa Destanı*'nda yer alan gastronomik unsurların belirlenmesini ve Antik Yunanistan'ın gastronomi kimliğinin anlaşılmasını hedeflemiştir. Göktürk Çetinkaya (2020), Refik Halit Karay'ın "*Üç Nesil Üç Hayat*" isimli eserinde Osmanlı'dan Cumhuriyet'e geçişte mutfakın geçirdiği süreçleri örneklendirmesi açısından değerlendirmiştir.

Güreşir (2019), Ahmet Hamdi Tanpınar'ın eserlerindeki yeme-içme kültürünü değerlendirmiştir. Öztek (2019), Selim İleri'nin eserlerinde yeme-içme kültürünü araştırmıştır. Abir (2018), Türklerin değişen sofrâ kültürlerinin Türk romanına yansımaları ve eserlerdeki işlevlerini saptamayı amaçlamıştır. Tekin (2017), Laura Esquivel'in "*Acı Çikolata*" adlı eserinde yemek kültürü ve duygular arası etkileşimi ortaya çıkarmayı hedeflemiştir. Kobyâ (2013) ve Sürücüoğlu & Özçelik (2005), Kutadgu Bilig isimli eserde yer alan yiyecek ve içeceklerin tespit edilmesi, Türk beslenme kültüründeki yerini araştırmışlardır.

### 2.2. Gastronomi ve Yeme-İçme Ritüelleri

Biyolojik bir ihtiyaç olmanın ötesinde beslenme eyleminin, nasıl ve kimler tarafından gerçekleştirileceği, onu kültürel bir öğeye dönüştürmektedir. Hangi besinlerin tüketileceği,

yemeklerin nasıl hazırlanacağı, yiyeceklerin sunumu ve tüketimi gibi etkenler, bireyi toplumsallaştıran ve toplumsal kimliğin oluşturulmasında etkili olan unsurlardır (Güreşir, 2019: 2-3). Toplumların kendi sınırları içerisinde ya da başka kültürlerle etkileşim kurarak oluşturdukları kendine ait mutfakları, toplumsal koşullara bağlı olarak şekillenmekte; coğrafi yapı, fiziksel koşullar, çevre ve en önemlisi dinî inançlar gibi unsurlar, mutfakların temel karakteristik özelliklerini oluşturmaktadır (Öztek, 2019: 11).

Toplum düzenleyici kurallarıyla inançlar sistemi geliştiren din, bireylerin yaşamında, hayatın her alanında karşılaşılan bir olgudur. Bireylerin yeme-içme rejimlerini düzenleyerek besinlere kültürel anlamlar yükleyen din kavramı, besinlerin yenilebilir veya yenilemez şekilde kategorize etmektedir. Yiyeceklerin üretim, hazırlama ve tüketim süreçleri de din olgusundan etkilenmektedir (Gürhan, 2017: 1205). Yeme-içme âdetleri üzerinde doğrudan etkili olan din unsuru, bireyin kimlik edinme sürecinde rol oynamakta; toplum tarafından dinin yasakladığı ya da kutsal saydığı besinlerden oluşan yeme-içme tercihlerine olan yönelimin farklılık göstermesinde etkilidir (Güreşir, 2019: 2-3). Toplumların kendine özgü bakış açısını yansıtan ilkeler; coğrafi, sosyokültürel ve ekonomik şartların etkisiyle oluşmaktadır (Tekin, 2017: 132).

Beslenme ve inanç arasında besinin temin edilip edilmemesine göre değişkenlik gösteren bir ilişki mevcuttur. Geçmiş çağlardan bu yana besinlere ilahi anlamlar atfedilmiş; bolluk ve refah dönemlerinde şükran duyulan, kıtlık dönemlerinde ise dua ve yakarış şeklinde ortaya çıkan bir ilişki söz konusu olmuştur (Öztek, 2019: 11). Dinin beslenme üzerindeki etkisini özellikle bazı hayvanların farklı dinler için haram veya helal kılınmasında görülmektedir. Örneğin domuz eti, Hristiyanlıkta haram değilken, Müslüman ve Yahudi toplumlarında tüketilmesi haramdır (Beşirli, 2017: 79).

Yemek tercihleri duyuşsal ve kültürel etkilere tabi olmakla birlikte, yemek yeme eylemi bireysel olsa da sosyal bir aktivitedir ve toplum tarafından şekillenmektedir (Marshall, 2006: 2-3). Visser (1991), bireylerin çocukluk döneminde kültürel olarak belirli yiyecekleri geliştirdiğini ve bu yiyecekleri yeme arzusunun önemli ve güçlü bir kimlik biçimi haline geldiğini savunmaktadır. Besinlerin nasıl ve nerede, hangi koşullarda tüketildiği, siyasi, kültürel ve ailevi bir temele dayanmaktadır (Brisman, 2007: 70-71). Toplumsal unsurlar ve kültürel yapı tarafından belirlenen yeme-içme eylemi, toplumsal ritüellerde statü ve güç ilişkisinin simgesini oluşturmaktadır. Yeme-içme ritüelleri, aile bireyleri içerisinde iş bölümünün belirlenmesinde (Topuz, 2012: 3), ailelerin ve toplumun birleşmesinde önemli rol oynamaktadır (Ural, 2020: 408).

Tarihsel süreç içerisinde farklı kategorilerde anlamlandırılmaya çalışılmış bir terim olan ritüel kavramı, ilk olarak 19. yüzyılda, insan deneyiminin evrensel bir kategorisi olduğuna inanılan şeyi açıklamak için resmi bir analiz terimi olarak ortaya çıkmıştır (Bell, 1992: 14). Sonraları din ve toplumu karşılayacak biçimde tanımlanıp genel anlamda ise sosyo-kültürel pratiklerin analizi için kullanılan bir terim haline gelmiştir. Günümüzde ise kültür dinamikleri için en temel öğelerden biri durumundadır (Akyel Iğın, 2020: 43).

Ritüel kavramı, büyük ölçüde önceden belirlenmiş bir biçimde, sıklıkla tekrarlanan eylemlerdir (Visser, 1991). Ritüeller doğaları gereği nasıl davranılacağına dair ortak bir anlayış sağlamak ve sosyal bir bağlam içinde yer almaktadır (Marshall, 2006: 5). Ritüellere katılan herkes, ne olması, nasıl davranılması gerektiğini bilmektedir (Visser, 1991). Ritüel davranış, dramatik bir şekilde senaryolaştırılır, canlandırılır ve formalite, ciddiyet ve içsel yoğunlukla gerçekleştirilir (Marshall, 2006: 4). Yeme ritüelleri ise, insanların neyi, kiminle, ne zaman, nerede, nasıl ve neden yediklerine ilişkin davranışları ifade etmektedir. İnsanların kendilerini, besleme biçimlerini insanlaştıran, kalıplaşmış, tekrarlanan, otomatik ve kasıtlı olarak yapılan uygulamalardır (Brumberg-Kraus, 2020: 333).

Yemek yeme eylemi, insani hazzın ikna edici bir göstergesidir. Yemek, gücünü tekrarlanan bir sosyal eylem olmaktan almaktadır (Poole, 2003: 12). Yemek yeme alışkanlıkları kültürler ve dinler arasındaki sınırları belirlemeye; ritüelleri, gelenekleri ve bayramları, günün saatlerini ayırmaya hizmet etmektedir (Brisman, 2007: 71). Yiyecekler, bir olayın hatıra, duygusal ya da anma önemi olduğunda, kalıplaşmış bu davranışlara yapı ve desen sunmaktadırlar (Poole, 2003: 12). Ritüellerde yiyeceklerin tüketimi, yemeklerin sırasını ve sunulmasını düzenleyen komutlarla hareket edilmesini ve belirli durumlarda davranışa ilişkin kılavuzlar sağlamaktadır (Marshall, 2006: 4). Yemek, sınırları belirlenmiş, uyandırılan ve yerine getirilen arzular, desen ve olay örgüsü ile bir ritüel ve bir sanat eseri olarak düşünülebilmektedir (Visser, 1991).

Yemek yeme ritüelleri belirli dinî geleneklerle ilişkili oldukları için genelde “dinî” uygulamalar olarak görülmele birlikte dinî olmayan ritüelleri de içermektedir. Dinî olan ve dinî olmayan yeme ritüelleri arasındaki fark, “güçlü anlamda ritüeller” ve “zayıf anlamda ritüeller” olarak daha iyi anlaşılmaktadır. Yeme ritüelleri de şekil ve sırasına, işlevlerine, uyandırdıkları duygulara ve anlamlarına göre daha spesifik olarak sınıflandırılabilir. Yemek yemede ritüelin rolü, onu insanlar için duygusal, bilişsel, sosyal, kültürel ve dinî olarak anlamlı kılmaktır (Brumberg-Kraus, 2020: 333).

### 2.3. Ritüelleştirilmiş Sembolik Öğeler Olarak Gıda Tüketimi

Gıda tüketimi ve toplumu ele alan çalışmaların çoğu, genellikle sınıf ve sembolik teşhire odaklanmaktadır. Levi-Strauss, “The Raw and the Cooked” isimli kitabında yemeği pişirmenin insanoğlunun hayvanlardan farklı olmasında etken olduğunu ve bu nedenle pişmiş ve çiğ gıda arasındaki ayrımın, insan düşüncesindeki kültür ve doğa arasındaki bir başka önemli ayrımla bağlantılı olduğunu savunmaktadır (Caplan, 1994: 7). Levi-Strauss’un “mutfak üçgeni” kavramı, fiziksel durumu ile temsil edilen gıdanın kültürel-sembolik değerinin nasıl olduğunu vurgulamaktadır (Domenico ve Phillips, 2009: 6-7).

Fransız bir göstergebilimci olan Roland Barthes ise, yiyecekleri anlamada dilsel bir analogi kullanarak, yemeği bir ihtiyaç olduğu kadar bir gösterge olarak da görmektedir. Yiyeceklerin hazırlama teknikleri, alışkanlıklar, tözler gibi anlamlandırma farklılıkları, sisteminin parçası haline gelerek yiyecek yoluyla iletişim kurulduğunu savunmaktadır (Caplan, 1994: 7). Barthes yemeği, bir iletişim sistemi olarak görmekte ve yemeğin iletişim sisteminde yer alan temsil ve göstergelere sahip olduğunu belirtmektedir (Gürhan, 2017: 1026).

Elias, “Uygarlık Süreci” isimli kitabında karmaşık sosyal ilişkilerin ortaya çıkışının öz algıları ve davranışsal uygunluğu nasıl şekillendirdiğini göstererek sosyal tutumları ve görgü standartlarını eleştirerek, büyük sosyal yapıları analiz etmektedir. Yeme ve içme sadece tüketim eylemleri değil; zaman, mevsimler ve sosyal statü ile ilgili ritüeller hakkında sosyal olarak paylaşılan anlamları ileten önemli ifade biçimleridir (Elias, 2021).

Pierre Bourdieu’nün (1984) çalışması, sembolik sermayenin belirli tüketim kalıpları yoluyla elde edildiğini öne sürerek, ağırlıklı olarak Marksist-yapısalcı bir yaklaşımı benimsemektedir. Sosyal sınıf, yaşam tarzı ve meslek tarafından yönetilen yüksek düzeyde sembolik sermayeye sahip olanlar, “iyi” ya da “kötü” beğeni kavramlarını inşa ederler. Böylece, habitusun cisimleşmesi ve sergilenmesi, değişen miktarlarda sembolik sermayeye sahip olan sosyal aktörler arasında ayrımlara yol açar. Bu durum, toplumsal bir beğeni hiyerarşisi yaratmaktadır (Domenico ve Phillips, 2009: 6-7).

Diğer çalışmalar da benzer şekilde yiyecek, içecek veya yemek merceğinden tüketimin açık sembolik unsurları olarak sınıf ve sosyal statüyü araştırmaktadır (Goody, 1982; Finkelstein, 1989; Walton, 1990; Roseberry, 1996; Beardsworth & Keil, 1997; Gronow, 1997; Warde ve Martens, 2000). Kamusal alanın dışında, Marshall (2006) ve Visser (1991), geleneklere, edebe ve görgü kurallarına

bağlılığın geleneğin sürekliliğini sağladığı geleneksel aile yemeği ritüellerinde kodlanmış olarak “düzgün” yemenin kültürel ideallerini incelemektedirler. Adair (1986), Barthes (1983; 1972), Douglas (1972) ve Levi-Strauss’un (1969, 1966) yapısalcı analizleri de yeme ve içmede kültürel sembolizmi incelemektedir (Domenico ve Phillips, 2009: 6-7).

### 3. YÖNTEM

Bu çalışmada Batı edebiyatında yazılmış romanlardaki ritüel ve inanışlarda yer alan yeme içme kültürünün tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda metin odaklı analiz yöntemi kullanılmıştır. Metin odaklı analiz yönteminde okur, metinde anlatılanlarla gerçek yaşam ve kendisi arasında ilişki kurmaya çalışır. Edebiyat metinlerinde gerçek yaşamdaki insanlar ve olaylar olduğu gibi aktarılmaz; yazar bunları yeniden düzenleyerek kendi istediği biçimde sunar ve okuyanlara eleştirel bakış açısı sağlar. Okur için bu noktada edebiyat metinleri yorumlanmalı, çözümlenmelidir. Çözümleme yapılırken eleştirel bir tutum sergileyen okur, metne bilinçle yaklaşım gerektiren bir sürece dâhil olur. Özellikle edebiyat metinleri gibi çok boyutlu, çok anlamlı metinlerin okunması, çözümlenmesi, bilimsel bir temele dayandırılarak yapılmalıdır (Silahsızıoğlu, 2007: 1416-1418).

Bu kapsamda Batı edebiyatında yazılmış romanlardan on eser incelenmiştir. Uluslararası yazında edebiyat ve gastronomi ilişkisi kapsamında yeme içme ritüelleri temasının incelendiği çalışmaların sınırlı sayıda olması, bu çalışmanın konusunun belirlenmesinde en önemli nedeni oluşturmuştur. Bu kapsamda Batı edebiyatında yer alan ve Türkçeye çevrilmiş on eser çalışmaya dâhil edilmiştir. Söz konusu çalışmada yeme-içme kültürünün araştırıldığı 10 eser Tablo 1’de gösterilmiştir.

**Tablo 1.** Yeme-İçme Kültürünün Araştırıldığı Eserler

Kitap Adı	Yazar
Aşk ve Gurur	Jane Austen
Deniz Feneri	Virginia Woolf
Utopia	Thomas More
Madame Bovary	Gustave Flaubert
Sefiller	Victor Hugo
Dönüşüm	Franz Kafka
Faust	Johann Wolfgang von Goethe
Anna Karenina	Lev Tolstoy
Oblomov	İvan Gonçarov
Suç ve Ceza	Fyodor Dostoyevski

**Kaynak:** Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 1’de yer alan ve araştırmaya dahil edilen eserler, Ekim 2021 - Mart 2022 tarihleri arası okunarak analiz edilmiştir. Amaçlı örneklem yöntemine göre eserlerin seçilmesinde; coğrafi ve mekânsal kriterlere göre, belirli bir coğrafyada yaşamış yazarların eserleri olması; etnik köken veya kültürel bağlam kriterine göre; batı edebiyatında eserler veren yazarların oluşturduğu kültüre sahip eserler olması; zamanla ilgili kriterlere göre ise belirli bir sürede belirli bir durumu deneyimlemiş yazarların eserleri olması kriterleri dikkate alınmıştır.

Ayrıca bu eserlerin kendi zamanında yazılması ve daha çok gerçekçi özelliklere sahip olmaları eserlerdeki hikâyelerin, hizmetçilerden burjuvaziye kadar toplumdaki farklı sosyal tabakaları tasvir etmesi ve bu romanların kendi zamanlarında büyük bir etki yaratması da amaçlı örnekleme yöntemine göre seçilmelerinde etkili olmuştur. İncelenen eserler, 16. ve 20. yy. arası

yazıldıkları için, bu dönemler itibariyle yorumlanmıştır. Bu bağlamda, araştırmada kullanılan metin odaklı analiz yöntemine göre sorulan sorular aşağıdaki gibidir:

- İncelenen eserlerdeki ritüellerde yer alan yeme-içme kültürüne yönelik örnekler nelerdir?
- İncelenen eserlerde Batı mutfağına özgü yeme-içme kültürüne ait ortak olan kavramlar var mıdır?

Edebi metinler çok seslidir ve farklı sesler birbiriyle iç içedir. Romanlar okuyuculara iç görüler sağlayabilmekte; dünyayı görünür ve somut kılmaktadır. Gerçekçi yazarlar yalnızca zamanın ruhunu yansıtmakla kalmaz, aynı konuda farklı görüşleri dile getirdikleri için çelişkileri de vurgularlar. Edebi metinler, okuyucularıyla iletişim kurarak, yeni bakış açıları sağlayabilmekte veya idealler formüle edebilmektedir (Lundqvist, 2016: 171-192).

#### 4. BULGULAR

Bu çalışmada ritüellerdeki yeme içme kültürüne yönelik bulguların tespit edilerek, yazıldığı dönemlerdeki toplumların sosyo-kültürel yaşantısına ayna tutması amaçlanmıştır. Eserlerde geçen ritüellerdeki yeme içme kültürüne dair bulgular; Paskalya, Noel, Epifani, Maslenitsa, Evharistiya, İsim Günü, Büyük Perhiz (Oruç), Cenaze Töreni, Yas Yemeği, Veda Yemeği, Kurban Töreni olarak sınıflandırılmıştır. Çalışmanın bulgularına ilişkin çıktılar sonuç kısmında detaylı olarak verilmiş, tekrara düşmemek adına bulgulara ne anlam ifade ettiğine yönelik yorum yapılmamıştır.

Hristiyanlıkta oruç ve perhiz aynı anlama gelmekle birlikte amaç, vücudu ruhsal anlamda arındırmak için yiyecek ve içeceklerden uzak durmak, nefsanî arzuları öldürmek, dünyada işlenmiş bazı günahların cezasını çekmektir. Hristiyanlığın ilk dönemlerinde, çarşamba ve cuma günleri kutsal sayılmış, yılın belirli dönemlerinde genellikle et ve süt ürünlerine karşı perhiz uygulanmıştır. Hristiyanlar, oruç tutarak Hz. İsa'nın ölümü öncesinde ve ölümü esnasında çektiği acıları hatırlamak ve bunları içselleştirmek istemişlerdir (Demir, 2016: 1789- 1790).

*"Madam Homais perhiz günlerinde tuzlu tereyağı ile yenilen, bu sarık biçiminde, küçük tıkız francalaları çok severdi. Bunlar, belki Haçlı Seferleri devrinden kalma, Gotik çağı yiyeceklerinin son örnekleriydi"* (Flaubert, 2021: 328).

*"Aziz Pyotr gününden önceki büyük perhiz sırasında, bir Pazar günü Darya Aleksandroovna çocuklarını kutsal şarap ve ekmeğin ayinine katılmaları için kiliseye götürdü"* (Tolstoy, 2021: 345).

*"...iştahlarımızı oruçla körletmek, kısacası tabiatın nimetlerini tepmek, yüksek bir din çabasıdır"* (More, 2019: 70).

*"Charles'ın herkesin içinde şunu deyip bunu dememesi, cumaları et yememesi, karısının keyfince giyinmesi, para vermeyen müşterileri mektupla boyuna sıkması lazım geldi"* (Flaubert, 2021: 11).

Büyük Perhiz (Oruç) ile ilgili alıntılarda görüldüğü üzere, dini ritüeller sadece manevi bir boyuta değil; aynı zamanda kültürel bir geçmişe ve geleneklere dayanmaktadır. Yiyecekler, geçmişle kurulan bağın ve dini geleneğin bir taşıyıcısı olarak görülmektedir. Aynı zamanda dini ritüeller, toplumsal ve ailevi bir deneyim olarak sosyal dayanışmanın bir parçasıdır.

İsa'nın doğumuna atfedilen ve Hristiyan mezhepler arasında farklılıklar bulunan dini bayram olan Epifani de tespit edilen bir diğer ritüeldir. Epifani'de Katoliklik ve Protestanlıkta doğudan gelen üç müneccimin bebek İsa'yı ziyaret etmesini anarlar. Ortodokslukta Ürdün Nehri'nde İsa'nın vaftiz olması anılmaktadır. Ortodokslukta üç müneccimin ziyareti ise 6 Ocak'ta kutlanmaktadır. Katoliklikte Epifani kabul edilmeden önce de İsa'nın doğum gününü kutlama alışkanlığı mevcut olmakla birlikte, İsa'nın asıl doğum günü saydıkları 6 Ocak ile Noel arasında uyumu sağlamak için 25 Aralık ile 6 Ocak arasını "İsa'nın doğum dönemi" olarak adlandırıp İsa'nın doğumunu kutlamaya başlamışlardır (Simmons, 2015: 304-320).

*“Mösyö Rouault, o gece komşularından birinin evinde Epiphanie ziyafetinden dönerken bacağını kırmıştı”* (Flaubert, 2021: 13).

Epifani ile ilgili yukarıdaki alıntı; dini bayramların insanlar arasında sosyal bağları güçlendiren bir araç olduğunu vurgulamaktadır. İnsanların günlük yaşamına fiziksel olarak da müdahil olan dini kutlamalar, sosyal yaşamı şekillendirebildiği görülmektedir.

Cenaze töreni, ölünün cesedinin gömülmesi, ölenin yasını tutma, anıları paylaşma gibi ritüelleri içermektedir. Cenaze törenleri inançlara, dine, kültürlere, sosyal ve ekonomik duruma göre farklılaştırılabilmektedir. Yasla ilgili mevcut psikolojik anlayışlar, anlam oluşturma süreçlerini, değişen biyopsikososyal ihtiyaçları ve yaşayanlar ile ölümler arasındaki ilişkilerin dönüşümünü vurgulamaktadır (Silverman vd., 2021: 2). Dostoyevski'nin *Suç ve Ceza* isimli eserinde cenaze töreni ve arkasından verilen yas yemeğine ilişkin sofraya örneği verilerek betimlenmiştir.

*“Cenaze töreni, dua faslı, yas yemeği... Sonunda çalışma odamda yalnız kalmış, bir sigara tüttürüp karmaşık düşüncelere dalmıştım”* (Dostoyevski, 2018: 358).

*“Katerina İvanovna'nın odasında yapılan yas yemeği hazırlıkları biraz ilgisini çekti. Dün de bir şeyler duymuştu bu yas yemeğiyle ilgili olarak, hatta yemeğe kendisinin de çağrıldığını hatırlıyordu, ama içine düştüğü şu telaş yüzünden, başka hiçbir şeye dikkat edemez olmuştu”* (Dostoyevski, 2018: 451).

*“Şaraplar ne çoktu ne de çeşitli. Madare şarabı da yoktu. Bütün bunlar biraz fazla abartılmıştı. Ama şarap vardı. Votka, rom ve porto da vardı, hepsi de kötü cinstendi, ama herkese yetecek kadar vardı. Yemek olarak kutya dışında daha üç dört çeşit kadardı, sonra gözleme de vardı ve hepsi de Amalya İvanovna'nın mutfağında hazırlanmıştı. Ayrıca yemekten sonra içilmesi öngörülen çay ve punç için de iki semaver birden hazırlanmıştı”* (Dostoyevski, 2018: 473).

Dostoyevski'nin eserlerinde yas ritüelleri ve yas yemeği gibi sosyal olaylar aracılığıyla bireylerin psikolojik durumları, toplumsal normları ve sınıfsal farklılıkları alıntılarda yansıtılmaktadır. Toplumun yas tutan birey veya aileyle dayanışma içinde olduğunu göstermeye yönelik bir sembol olan cenaze töreni, ritüellerin maddi yönüne de odaklanmaktadır. Kutya ve diğer yiyeceklerin basitliği, yoksul sınıfa ait bireylerin bu tür ritüellerde bile ekonomik sıkıntılarla karşı karşıya olduğunu göstermektedir. Bu kapsamda, toplumsal sınıf farklarının ritüellerde bile karşılaşıldığını ortaya koymaktadır.

Noel, her yıl 25 Aralık tarihinde İsa'nın doğumunun kutlandığı Hristiyan bayramıdır. Birçok ülkede 25 Aralık öğleden sonrası Noel yemeği hazırlanır ve aile fertleri masa etrafında bir araya gelirler. Noel yemeğinde servis edilen yiyecekler ülkeden ülkeye farklılık göstermekle beraber en yaygın olanı kızarmış hindi ve sosistir (Civitello, 2019: 250; Kaufman, 2004: 17-24; Beşirli, 2017: 133).

*“Yalnız bir kez, Noel yortusunda, bir hayır olarak bütün mahkûmlara pasta ve çörek getirmişti”* (Dostoyevski, 2018: 681).

*“Ben de çocuklarımla Paskalya ve Noel günleri kocamın akrabalarına yemeğe giderim”* (Gonçarov, 2021: 371).

*“Hertfordshire'daki Noel mevsiminin de buradaki gibi neşeli geçmesini dilerim”* (Austen, 2021: 151).

*“...fakat Gregor kesin kararlıydı ve Noel akşamı bu niyetini açıklamayı düşünüyordu”* (Kafka, 2017: 33).

*“Belki de benim küçük sevgilim, Noel'i kutlamak üzere, o günahsız hali ve dolgun yanaklarıyla şurada dedesinin kırışık elini öpmüştür”* (Goethe, 2020: 72).

Dostoyevski'nin alıntısında, Noel zamanı mahkûmlara pasta ve çörek verilmesi, bu dönemin hayırseverlik ve paylaşma temasıyla bağdaştırıldığını göstermektedir. Noel, toplumsal eşitsizlikler içinde bile bir şefkat ve dayanışma örneği sergilemektedir. Gonçarov'un alıntısında, aile ziyaretleri üzerinden Noel'in aynı zamanda bir sosyal bağları güçlendirme aracı olduğu vurgulanmaktadır. Her ne kadar bireysel ve toplumsal yönleri değişiklik gösterse de Noel, şefkat, neşe, paylaşma ve umut gibi temaların evrensel bir ifadesidir.

İsim günü hediyesi almak ya da vermek de bir diğer ritüeldir. Hristiyan Avrupa'da vaftiz, geleneksel olarak bir çocuğa yaşama hakkı vermede ve onu toplumun kabul etmesinde merkezi bir konuma sahiptir. Ritüellerin geliştirilmesinin Avrupa tarihinde 18. yy.'ın sonlarından 20. yy.'a kadar emsalleri vardır. Seküler yaşam döngüsü ritüelleri, birçok ülkede Hristiyan ritüellerini tamamlamak veya yerini almak için geliştirilmiş ve tanıtılmıştır. Katolikler, bir bebeğin doğuştan gelen günahıtan özgürleştirildiğinin ve bir Hristiyan topluluğunun üyesi olarak kabul edilmesinin vaftiz yoluyla olduğuna inanmaktadırlar (Paukštytė-Šaknienė, 2007: 115-124).

*"İsim günlerine ve diğer aile törenlerine ayrılan hindiler ve tavuklar fındıkla beslenir; kazlar kesilmeden birkaç gün önce torbalar içinde asılıp dinlenmeye bırakılır. Ne yiyecekler ne reçeller ne pastalar ne turşular ne içkiler yapılmazdı!"* (Gonçarov, 2021: 133).

*"Ev sahibi kadın çarşıdan güzel bir dana eti aldığı ya da nefis bir börek pişirdiği zaman, 'Ah isim günlerinde de böyle bir dana bulabilsem, böyle bir börek pişirebilsem...' diyordu"* (Gonçarov, 2021: 475).

İsim günleri ve aile törenleri gibi ritüeller, sadece kutlama anını değil, öncesindeki uzun ve özenli hazırlık süreçlerini de kapsamaktadır. Hindilerin ve tavukların fındıkla beslenmesi ve kazların kesilmeden önce dinlendirilmesi, bu özel günlerin dikkatli planlamalar gerektirdiğini ve geleneklerin ince detaylarla şekillendiğini göstermektedir. Bu törenlerde sunulan yiyecekler sadece fiziksel bir ihtiyaç değil, aynı zamanda bereket ve refahın sembolü olarak görülmekte; yiyeceklerin bolluğu ve niteliği, ev sahibinin statüsünü ve cömertliğini de yansıtmaktadır. İsim günleri, bireyler ve aileler için toplumsal ilişkileri güçlendiren bir bağ işlevi görmektedir. Bu kutlamalar, toplumsal aidiyet hissini artırırken, aynı zamanda bireylerin ve ailelerin kendilerini topluma sunma fırsatı bulduğu ritüellerdir.

Maslenitsa, Slav toplumlar arasında kutlanan eski bayramlardan biridir. Bu bayram, baharın gelişini gösteren eski pagan şenliklerinin izlerini taşımaktadır. Eski günlerde Maslenitsa'da zengin yemekler hazırlanır, büyüklerin ve çocukların katıldığı panayırlar ve halk şenlikleri, eğlenceler düzenlenir; yoksullar ve dilenciler kendilerini herkesin ilgi odağında bulur ve nimetlerden yararlanırdı. Maslenitsa gününde insanlar birbirlerini ziyarete giderler veya tüm aile bir masada toplanır. Maslenitsa haftası boyunca, Ortodoks Hristiyanlar için et yasaktır ve yumurta, süt, peynir ve diğer süt ürünlerine izin verilen son haftadır. Bu hafta "*Peynir haftası*" veya "*Krep haftası*" adını almıştır. Maslenitsa'nın en karakteristik yemeği, o hafta Ortodoks geleneğinin hala izin verdiği zengin yiyeceklerden yapılan *bliny* olarak bilinen ve tereyağı, yumurta ve sütte elde edilen ince kreplerdir (Rukovishnikov, 2017: 298-303). Maslenitsa ile ilgili gastronomi ile ilişkilendirilen herhangi bir bulguya rastlanılmamıştır; ancak Anna Karenina isimli eserde bahsedildiği için ve bu bayramla ilgili bilgilerin desteklenmesi amacıyla alıntı olarak aşağıda yer verilmiştir.

*"Ama marangozun, Maslenitsa'dan önce onarılması gereken tırmıkları onardığı anlaşıldı"* (Tolstoy, 2021: 203-204).

Paskalya; İbranice "geçmek" anlamına gelen pesah (fışh) kelimesinden türeyen bir kavram olarak İsa Mesih'in dirilişi adına yapılan bayramı ifade etmektedir. Paskalya, İsa'nın insanların günahları için kendisini çarmıhta feda etmesinden sonra yeniden dirilmesini sembolize etmektedir

(Yıldırım, 2005: 67-70). Paskalya, perhizle geçen kırk günlük (Büyük Perhiz) bir hazırlık dönemi ile son haftayı (Kutsal Hafta) kapsamaktadır (Beşirli, 2017: 133).

Ortodoks Hristiyanlar, Paskalya kutlamaları öncesinde elli günlük bir dönemi temsil eden Lent devresinde çeşitli oruç ve perhizlerle ibadet ve duada bulunmaktadır. Hristiyanlar bu dönemde kendilerini tövbeye, duaya ve ibadete adayarak İsa Mesih'in çekmiş olduğu sıkıntı ve ıstırapları hatırlamaktadırlar (Salamone, 2004: 120).

Paskalya öncesindeki Lent dönemi "Kül Çarşambası" (Ash Wednesday) ile başlamakta; bu günde, yapılan tövbenin pişmanlığını vurgulamak amacıyla kül serpilmiştir. Bu günde tövbe eden kimselerin başlarına dökülen kül ile insanların alın ve yüzlerine haç işareti yapılmaktadır. Ortodoks Kilisesinde de Lent dönemi içerisinde özellikle dört güne önem verilmektedir. Bunlar; Kutsal Pazar (Holy Sunday, Palm Sunday), Kutsal Perşembe (Holy Thursday), Kutsal Cuma (Holy Friday) ve Kutsal Cumartesi'dir (Holy Saturday) (Yıldırım, 2005: 67-70; Salamone, 2004: 120).

Kutsal Pazar'da (Holy Sunday, Palm Sunday), İsa'nın acılı ölümünden önce onun Kudüs'e girişi hatırlanmaktadır. Kutsal Perşembe (Holy Thursday) gününde, İsa'nın yediği son akşam yemeği yâd edilmekte, ekmek ve şarapta İsa'nın eti ve kanının olduğu hatırlanmaktadır. Paskalya'dan önceki Kutsal Cuma (Holy Friday) günü İsa'nın çarmıha asılarak vefat ettiği gündür. Bu günde, İsa'nın çekmiş olduğu ıstıraplar hatırlanmaktadır. Büyük Cuma da denen bu gün Hristiyanlar açısından son derece kederli bir gün olarak görülmektedir (Yıldırım, 2005: 71-73).

Yunanca bir kelime olan Evharistiya; "Tanrı'ya şükür etme işi" anlamına gelir. Terim olarak ise, Hz. İsa'nın son akşam yemeği hatırasına Hristiyanlarca kutlanan bir ayini ifade eder (Eroğlu, 1999: 440). Büyük Cumartesi de denilen Kutsal Cumartesi (Holy Saturday); Paskalya'nın arifesini oluşturmakta, akşamları kandiller yakılmakta, dualar edilmekte, vaftiz suyu kutsanmakta ve Evharistiya ayini yapılmaktadır (Yıldırım, 2005: 71-73).

Hristiyanlık inancı içinde özel bir ritüel olan Evharistiya (Ekmek ve Şarap Ayini), bu yiyeceklere kutsiyet atfetmektedir. Ekmek ve şarabın, Hristiyanlık inancında metaforik kullanımında; Hz. İsa'nın son akşam yemeği, Hristiyan ayinin özel bir parçasıdır (Fırat, 2014: 132).

*"Aziz Pyotr gününden önceki büyük perhiz sırasında, bir Pazar günü Darya Aleksandrovnna çocuklarını kutsal şarap ve ekmek ayinine katılmaları için kiliseye götürdü"* (Tolstoy, 2021: 345).

Aziz Pyotr günü ve Büyük Perhiz, Ortodoks Hristiyanlığın önemli dini gelenekleri arasında yer almaktadır. Rus toplumunda günlük yaşamda önemli bir yer tutan dini bayramlar ve törenler, ailevi ilişkileri ve bireylerin dini vecibeler yoluyla toplumsal düzenin bir parçası haline gelmesini vurgulamaktadır. Darya Aleksandrovnna'nın çocuklarını kutsal şarap ve ekmek ayinine götürmesi, dini eğitim ve ritüellerin çocuk yaşta başladığını, bireylerin dini inançlara aile yoluyla dahil edildiğini göstermektedir. Bu aynı zamanda, dönemin kadınlarının aile içinde dini ve ahlaki eğitimden sorumlu olduklarına işaret etmektedir.

Paskalya kutlamaları Lent dönemi boyunca kaçınılan yiyecek ve içeceklerin hazırlanması ile devam etmektedir. Bu yiyeceklerin oluşturduğu zengin menü; domuz eti, kek, pasta, "tsourekı" denilen özel Paskalya ekmeği ve Paskalya yumurtalarından meydana gelmektedir. Ayrıca etlerin yanında şarap, salata, çeşitli mezeler de yer almaktadır (Yıldırım, 2005: 71-73).

*"Çünkü Paskalya sırasında papazlık mevkiine eriştiğimden beri, Sir Lewis de Bourgh'un dul hanımı olan Bayan Catherine de Bourgh beni kanadının altına almak şerefini başışlamak büyüklüğünü göstermiş bulunuyor"* (Austen, 2021: 85).

*"Paskalya yaklaşmaktaydı ve yortudan önce Rossing Konağı'ndakiler bir konuk bekliyorlardı"* (Austen, 2021: 212).



*"Ama yarın Paskalyanın birinci günü"* (Goethe, 2020: 21).

*"Ne yazık ki Kutsal Cuma günüydü ve Prado Müzesi kapalıydı"* (Woolf, 2021: 74).

Alıntılardan anlaşılacağı üzere Paskalya, sosyal ilişkiler ve statü simgesi olarak ele alınmıştır. Yalnızca dini bir yortudan ziyade, dönemin toplumsal yaşamında sosyal ilişkiler için bir çerçeve sunmaktadır. Aynı zamanda bireylerin gündelik yaşamında ve zaman algısında ne kadar etkili olduğunu ortaya koymaktadır.

Kutsal düşüncesinin yer aldığı tüm toplumlarda kurban uygulaması görülmele birlikte kurban ritüeli belirli kavramlar etrafında şekillenmektedir. Toplumsal sözleşmenin kutsal bir dayanak aracılığı ile kurulabildiği tarihsel koşullarda kurban uygulaması; yemin, hediye, kefaret gibi amaçlarla toplumsal sözleşme ile ilişki kurmak, gönüllü olarak itaat edildiğinin beyan edildiğini göstermek için yapılan toplumsal bir ritüeldir (Aydoğan, 2022: 218).

Kurban, insanla tanrı arasında bir temas kurma veya haberleşme biçimidir (Lasebikan, 1998: 575). Kurban konusunu ilk kez ele alan, antikçağ Yunan düşünürü Platon'dur. Platon'a göre kurban, bütün antikçağa egemen olan bir düşünceyle "Tanrılara sunulan bir hediyedir (Erginer, 2019: 2).

*"Helena: Ben kurban törenini hazırlayacağım. Temiz ocağın alevi kadın-erkek herkesi selamlayabilir"* (Goethe, 2020: 220).

*"Utopialılar törenlerde hayvan kurban etmezler"* (More, 2019: 98).

Goethe'nin alıntısında kurban töreni bir tür ritüel ve toplumu birleştiren bir sembol olarak ele alınmıştır. Burada "temiz ocak" ve "alev" kavramları, kutsallığı ve arınmayı temsil etmektedir. Kadın ve erkeğin eşit şekilde bu törene katılabilmesi, ritüelin kapsayıcı doğasını ve toplumun bir araya gelişini vurgulamaktadır. Utopialılar, hayvan kurban etmeme prensibiyle insancıl ve rasyonel bir toplum düzenini savunmaktadırlar. Bu, onların şiddetten uzak, etik bir yaşam anlayışını ve doğaya saygıyı önceliklendirdiğini göstermektedir.

Toplu yemek metaforu, toplumsal, dinsel, siyasal dayanışma pratiklerini imlemek üzere başvurulan araçsal göstergeler arasındadır. Topluluk içerisinde dayanışmayı pekiştirmenin yanı sıra topluluk içinde erkin temsili olarak toplu yemek uygulamalarına başvurulduğu görülür. Bu uygulamanın tevarüs ettiği günümüz pratikleri içerisinde; aşiret ağalarının, belediye başkanlarının, siyasetçilerin verdiği toplu yemek törenleri anılabilir. Toplu yemek törenleri basit bir karın doyurma eyleminin ötesinde cemaatin bir aradallığını sağlayan duyusal motivasyon pratikleri arasında anılmalıdır (Fırat, 2014: 132-133).

*"Devrimden önce Champagne ve Bourgogne bölgelerindeki dört şarap geleneğini anlatırdı. Mareşal, prens, dükk, meclis üyesi gibi önemli bir şahsiyet bu bölgelerdeki bir şehre geldiğinde kent eşraflı ona övgü dolu bir nutuk çeker ve içine dört farklı şarap konmuş dört gümüş kadeh ikram ederdi. İlkinin üzerinde maymun şarabı ikincinin üzerinde aslan şarabı üçüncünün üzerinde koyun şarabı dördüncünün üzerinde domuz şarabı yazardı. Bu dört ibare sarhoşluğun dört aşamasını ifade ediyordu. İlk sarhoştük keyif veriyor, ikincisi öfkelenendiriyor üçüncüsü afallatıyor, nihayet dördüncüsü yerlerde süründürüyordu"* (Hugo, 2021a: 594).

Hugo'nun alıntısı, şarapla ilişkili sarhoşluk durumlarını, sosyal statü ve kültürel normlarla ilişkilendirdiği gözlemi içermektedir. Şaraplar, sosyal bir törensel anlam taşıırken, aynı zamanda insanların ruh hallerini, davranışlarını ve toplum içindeki yerlerini de sembolize etmektedir. Dört şarap, sarhoşluğun farklı aşamalarını temsil ederken, aynı zamanda toplumsal normlara ve bireylerin nasıl algılandığına dair bir yorum da getirmektedir.

## Batı Edebiyatındaki Ritüellerde Yeme İçme Kültürü

Veda yemekleri ise dini olmayan ve toplu yemek metaforuna dahil edilebilecek ritüeller arasında yer almakta olup arkadaşlar, dostlar ve akrabalar arasında yenen son yemektir.

*“Neyse delikanlılar arkadaşlarının evine giriyorlar, bir veda yemeği var. Bütün veda yemeklerinde olduğu gibi burada da çok içki içiliyor”* (Tolstoy, 2021: 171).

Alıntıda içkinin, arkadaşlar arasındaki bağları pekiştiren bir öge olarak yer aldığı görülmektedir. Veda yemeklerinde içki, bir tür topluluk oluşturma ve duygusal bağları güçlendirme işlevi görmektedir. Bu kapsamda içki, yalnızca bir tüketim eylemi değil, aynı zamanda sosyal etkileşimlerin, duygusal bağların ve toplumsal törenlerin önemli bir parçasıdır.

Eserlerdeki ritüellerde geçen yiyecek ve içecekler Tablo 2’de gösterilmiştir:

**Tablo 2.** Yem Eserlerdeki Ritüellerde Geçen Yiyecek ve İçecekler

Ritüeller	Eserlerde Geçen Yiyecek ve İçecekler	Genel Servis Düzeni
Paskalya	-	Domuz eti, kek ve pasta çeşitleri; Paskalya ekmeği, Paskalya yumurtası, salata ve meze çeşitleri; Şarap, likör, kahve ve çikolata çeşitleri (Yıldız, 2018: 11), Renkli şekerlemeler (Salamone, 2004: 140)
Noel	Pasta, çörek	Yaygın olarak kızarmış hindi ve sosis; İstiridye, şarap, fırında jambon, kızarmış tavuk, salata, meyve ve hamur işleri (Waldee, 2002: 11)
Epifani	-	Galette des rois (badem kremalı puf böreği); Kek (içinde Fève adı verilen bir fasulye bulunur) (Waldee, 2002: 13)
Maslenitsa	-	Et tüketimi yasaktır. Yumurta, süt, peynir ve diğer süt ürünleri, bliny (krep)
Evharistiya	-	Ekmek ve şarap
İsim Günü	Hindi, tavuk, kaz eti, reçel çeşitleri, pasta, turşu, çeşitli içecekler, dana eti, börek	Doğum günü pastası, çeşitli tatlılar, kuruyemişler ve kuru meyveler (Demidenko, t.y.: 129; Heinzelmann, 2008: 139-140)
Büyük Perhiz (Oruç)	Tereyağı ve francala	Et ve süt ürünleri tüketimi yasaktır.
Cenaze Töreni / Yas Yemeği	Şarap, votka, rom, Porto şarabı, kutya, gözleme, çay ve punch	Cenaze yemeği (çeşitli yiyecek ve içecekler) (Heinzelmann, 2008: 141)
Toplu Yemek / Veda Yemeği	Şarap	
Kurban Töreni	-	Yenilmesinde sakınca bulunmayan hayvanlar

**Kaynak:** Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

## SONUÇ

Bu çalışmada, Batı edebiyatında 16. ve 20. yy. arası dönemde yazılmış romanlarda yer alan yeme içme kültürüne dair; ritüel olarak nitelendirilebilecek bayramlar, kutlamalar ve inanışlar ile bu ritüellerde yer alan yeme içme kültürü aktarılmaya çalışılmıştır. Çalışmanın oluşturulması noktasında önemli olan dönem unsuru, araştırılan eserlerin yazıldığı 16. ve 20. yy. Avrupa'sı olarak ele alınmıştır. Söz konusu bu dönemler ile ilgili yapılmış çalışmaların sınırlı sayıda olması araştırmanın yapılmasında etkili olan en önemli neden olmuştur. Bu dönemlerle ilgili olarak; geçmişten günümüze bağ kurabilmesinde etkili olan romanlar ile ilgili gelişim ve yenilikler aktararak gastronomi bilimiyle olan bağlantıları üzerinde durulmuştur.

Araştırma kapsamında incelenen eserlerde yazarların ortak olarak kullandığı ritüellerin; genel itibariyle Paskalya ve Noel olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Rus yazarların eserlerinde alıntılardığı dini ritüeller arasında; cenaze törenleri ve ardından verilen yas yemeği, Noel, Paskalya, Maslenitsa, Evharistiya olarak adlandırılan kutsal ekmek şarap ayininin yer aldığı görülmektedir.

Batı toplumlarında cenaze, ölen kişiye karşı gösterilen nihai sevgi ve saygıdır. Genellikle yiyecek ve içecek tüketiminin eşlik ettiği cenaze töreninden sonra yas tutanların toplanması da dâhil olmak üzere bir dizi standart ritüeli takip etmektedir. Eskiden beri var olan bu törenler; hem bir toplumun felsefi ve dini değerlerini yansıtmak hem de yas tutanlar için yapılandırılmış bir çerçeveye sağlamak üzere tasarlanmıştır. Cenaze yemeği ise, etkinliğe katılanlar tarafından kabul edilen yapılandırılmış bir format sağlayarak ailenin sosyal uyumuna katkıda bulunmaktadır (Hay, 2020: 44).

Ritüeller ve kültürle yakından ilişkili olan yemeği, bir iletişim biçimi olarak görmek mümkündür. Cenaze yemeklerine semboller, ideoloji, sosyal değerler, ekonomi ve kültürel kimlik ile anlamlar yüklendiği için bir iletişimci rolü üstlenmektedir. Bu anlamda cenaze yemekleri de sözsüz iletişim aracı olarak iletişim sürecinde kanal olmaktadır. Cenaze yemekleri hem ölen kişi için hem de taziyelerini ifade etmek için ziyarette bulunan ve yas tutanlara hizmet etmek için yapılabilmektedir (Kim, 2017: 47-54). Dostoyevski'nin *Suç ve Ceza* isimli eserinde yas yemeği ile ilgili hazırlıklar detaylıca anlatılmış, yas yemeğinde sunulan yiyecek ve içeceklere yer verilmiştir. Söz konusu yemekte şarap çeşitleri, votka, rom gibi alkollü içecekler yanında; üç dört çeşit yemek dışında gözlemenin de elde açılıp servis edildiği anlaşılmaktadır. Eserin devamında ise yas yemeği için bira, votka, söğüş ve kızarmış etin de servis edildiği görülmektedir. *Kutya* ise, Rusya'da ölen kişinin anısına verilen yas sofraları için hazırlanan bal ya da üzümle yapılan pirinç lapasıdır. İncelenen eserlerde genel olarak cenaze yemeklerinde alkollü içeceklerin yanı sıra atıştırılabilir olarak kutya ve gözleme servis edilmiştir.

Paskalya dönemi Ortodoks halkın dini inançları ile birlikte aralarındaki sosyal dayanışmanın da örneklerini ortaya koymaktadır. Bu dönemde Ortodoks nüfusa sahip olan yerleşim birimlerinde yaşayan insanlar kırsal kesimlerdeki akraba, eş ve dostlara ziyaretlerde bulunarak sosyal dayanışmalarını kuvvetlendirmektedirler (Yıldırım, 2005: 71). İncelenen eserlerde Fransız yazarlar dışında, tüm yazarlar alıntılarında Paskalya'dan bahsetmektedirler.

Noel kutlamaları Rus, İngiliz ve Alman yazarların eserlerinde alıntılanmaktadır. Böylelikle Hristiyan toplumlar arasında bu geleneğin sürdürüldüğü kanıtıdır. Dostoyevski'nin eseri *Suç ve Ceza*'da "Noel yortusunda, hayır olarak bütün mahkûmlara pasta ve çörek götürülmesi", toplum arasında ayırım gözetmeksizin herkes tarafından kutlandığına ve Noel'in hayır işlemek için bir araç olduğu görülmektedir. Aynı zamanda Gonçarov'un eseri *Oblomov*'da Mihey Andreyeviç'in arkadaşı olan bir kadının "Noel günleri akrabalarına yemeğe gitmesi" yine Noel'in insanları sosyalleştirdiği ve birleştirdiği yorumu çıkarılabilmektedir.

Tolstoy'un *Anna Karenina* isimli eserinde delikanlı bir grubun arkadaşlarının evine veda yemeğine gitmeleri, bu geleneğin 19. yy. Rusya'sında mevcut olduğunun göstergesidir. Veda yemeklerinde alkolün diğer zamanlara göre daha fazla içildiği de belirtilmiştir.

Genel itibariyle eserlerde ismi geçen ritüellerde yiyecek içecek olgusunun, her bir ritüelde detaylı olarak işlenmediği görülmektedir. Şöyle ki; eserlerde yiyecek içecek olgusunun yer aldığı ritüeller; Noel, İsim Günü, Büyük Perhiz (Oruç), cenaze töreni, toplu yemek olarak sıralamak mümkündür. Paskalya, Epifani, Maslenitsa, Evharistiya, yas yemeği ve kurban törenlerinde hangi yiyecek ve içeceklerin sunulduğuna dair bulgular yetersizdir.

Çalışmadan elde edilen bulgular neticesinde eserlerde geçen ritüellerde pasta, gözleme, börek, francala gibi yiyecekler ve çeşitli alkollü/alkolsüz içeceklerin servis edildiği görülmektedir. Büyük Perhiz sırasında et ve süt ürünlerinin tüketiminin yasak olması, Paskalya kutlamalarında tüketilen ürünlerin çeşitli olmasında etkili olmuştur.

Çalışmada toplumsal bütünleşmenin önemli bileşenlerinden biri olan ritüellerin, Avrupa uluslarını ne şekilde etkilediği; bu ritüellerin yeme-içme kültürü ile olan bağlantıları üzerinde durulmuştur. Yazıldıkları dönemle ilgili önemli bilgiler veren edebiyat eserlerinin yazarları, bilinçli ya da farkında olmadan o dönemdeki yeme içme kültürü hakkında fikir sahibi olunmasını sağlar. Bu çalışmada edebi eserlerin önemli türlerinden biri olan romanlar ele alınmıştır. Bundan sonraki çalışmalarda romanlarla birlikte farklı edebi eserler de incelenebilir. Farklı kitle iletişim araçlarında yeme-içme kültürü değerlendirilebilir. Farklı ülkelere/bölgelere ait edebi eserler de bu kapsamda değerlendirilebilir.

#### KAYNAKÇA

- Abir, N. (2018). *Siniden masaya: Türk romanında sofrası*. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi] Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, İstanbul.
- Adair, G. (1986). *Myths and memories*. London, UK: Fontana.
- Akyel Iğın, N. (2020). *Popüler kutlama ritüelleri ve toplumsal yansımaları: Çanakkale ili örneği*. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi] Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak.
- Austen, J. (2021). *Aşk ve gurur* (Çev. Yeğinobalı N.). İstanbul: Can Sanat Yayınları A.Ş.
- Aydoğan, D. (2022). Kurban teorileri ve psikanalitik bakış açısı bağlamında sözleşmenin kuruluşu: Yorgos Lanthimos ve kutsal geyiğin ölümü. *SineFilozofi Dergisi*, 7(14), 215-235.
- Barthes, R. (1972). *Mythologies*. London, UK: Jonathan Cape.
- Barthes, R. (1983). *Empire of the signs*. London, UK: Jonathan Cape.
- Baučková, S. (2015). *Dining room detectives: Analysing food in the novels of Agatha Christie*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing.
- Beardsworth, A., & Keil, T. (1997). *Sociology on the menu: An invitation to the study of food and society*. London, UK: Routledge.
- Bell, C. (1992). *Ritual theory, ritual practice*. Oxford: Oxford University Press.
- Beşirli, H. (2017). *Yemek sosyolojisi: Yiyeceklere ve mutfağa sosyolojik bakış*. Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Brisman, A. (2007). Fair fare?: Food as contested terrain in US prisons and jails. In L. J. Lefler (Ed.), *Southern foodways and culture: Local considerations and beyond* (pp. 67-146). Knoxville: Newfound Press.
- Brumberg-Kraus, J. (2020). The role of ritual in eating. In H. L. Meiselman (Ed.), *Handbook of eating and drinking: Interdisciplinary perspectives* (pp. 333-348). Cham: Springer.
- Bulut, S. H. (2019). Homeros'un Odesa'sında geçen gastronomi öğeleri üzerinden antik Yunan yemek kültürüne genel bakış. *The Journal of Social Science*, 3(5), 331-338.

- Caplan, P. (1994). *Feasts, fasts, famine: Food for thought*. New York: Berg Publishers.
- Civitello, L. (2019). *Mutfak & kültür: İnsanın beslenme tarihi* (Çev. Nahya Z. N. & Örnek S.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Demidenko, Y. B. (2011). Restoranlar, tavernalar, çay Evleri... 18. yüzyılda - 20. yüzyılın başlarında St. Petersburg'daki toplu yemek hizmeti tarihinden. Centerpoligraph.
- Demir, R. (2016). Diğer inanç sistemlerinde ve İslâm'da oruç (Karşılaştırmalı bir analiz). *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(42), 1784-1799.
- Di Domenico, M. & Phillips, N. (2009). Sustaining the Ivory Tower: Oxbridge formal dining as organizational ritual. *Journal of Management Inquiry*, 18(4), 326-343.
- Dostoyevski, F. M. (2018). *Suç ve ceza* (Çev. Beyhan, M.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Douglas, M. (1972). Deciphering a meal. *Daedalus Studio International*, 101(1), 61-81.
- Elias, N. (2021). *Uygarlık süreci*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Erginer, G. (2019). Kurbanla ilişkin temel antropolojik kuramlar. *Sosyal Bilimler*, 1-9.
- Eroğlu, A. H. (1999). Ekmek-şarap ayini (Evheristiya) konusunda Katolikler ve Protestanlar arasındaki anlayış farklılıkları. *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 39(1), 439-453.
- Erşahin, R., & Demirci, B. (2022). *Kitle iletişim, gastronomi ve yeme içme kültürü*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Esin, O. (2020). Divanü Lûgat'it Türk'ün Türk kültürü açısından önemi ve eserde geçen beslenme kültürüyle ilgili terimler. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 75(1), 64-80.
- Fırat, M. (2014). Yemeğin ideolojisi ya da ideolojinin yemeği : Kimlik bağlamında yemek kültürü. *Folklor/Edebiyat*, (80), 129-140.
- Finkelstein, J. (1989). Dining out. Polity.
- Flaubert, G. (2021). *Madame Bovary* (Çev. Ataç N. & Siyavuşgil S. E.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Goethe, J. W. (2020). *Faust* (Çev. Öner C.). İstanbul: Oda Yayınları.
- Gonçarov, İ. A. (2021). *Oblomov* (Çev. Eyüboğlu S. & Güney E.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Goody, J. (1982). *Cooking, cuisine and class: A study in comparative sociology*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Göktürk Çetinkaya, S. (2020). Refik Halit Karay'ın anlatımında Osmanlı'dan Cumhuriyet'e yemek kültürü. *Aydın Gastronomy*, 4(1), 55-62.
- Gronow, J. (1997). *A sociology of taste*. London, UK: Routledge.
- Güreşir, S. K. (2019). Hayattan esere: Ahmet Hamdi Tanpınar'da yeme-içme kültürü. *RumeliDE Journal of Language and Literature Studies*, (14), 78-102.
- Gürhan, N. (2017). Yemek ve din: Yemeğin dini simgesel anlamları üzerine bir inceleme. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 1204-1223.
- Hay, B. (2020). A good going: The importance of the funeral meal at traditional Western Christian funerals in the United Kingdom. *Hospitality & Society*, 10(1), 43-61.
- Heinzelmann, U. (2022, January 20). *Food culture in Germany*. Greenwood Publishing. <https://www.semanticscholar.org/paper/Food-Culture-in-Germany-Heinzelmann/f43249a5fccf3eea90a2f6ff17bdc5fbb068124d>
- Hugo, V. (2021). *Sefiller* (1. Cilt) (Çev. Yalçıntoklu V.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Hugo, V. (2021). *Sefiller* (2. Cilt) (Çev. Yalçıntoklu V.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

- Kafka, F. (2017). *Dönüşüm* (Çev. Sert G.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Kaufman, C. (2004). The ideal Christmas dinner. *Gastronomica*, 17-24.
- Kim, H. S. (2017). Funeral foods and its role as vehicle of communication. *Social Systems Research*, 47-54.
- Kobyas, E. Ş. (2013). Kutadgu Bilig'de yiyecek ve içecek adları. *Turkish Studies: International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 8(8), 823-833.
- Lasebikan, G. L. (1998). Eski Ahid'de kurban. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 7(7), 575-586.
- Lévi-Strauss, C. (1966). The culinary triangle. *Partisan Review*, 33, 586-595.
- Lévi-Strauss, C. (1969). *The raw and the cooked: Introduction to a science of mythology*: 1. New York: Harper and Row.
- Lundqvist, P. (2016). Taste for hot drinks-the consumption of coffee and tea in two Swedish nineteenth-century novels. *History of Retailing and Consumption*, 2(3), 171-192.
- Marshall, D. (2006). Food as ritual, routine or convention. *Consumption, Markets and Culture*, 8(1), 65-85.
- Moran, B. (1981). Edebiyat kurmaları ve eleştirisi. İstanbul: Cem Yayınevi.
- More, T. (2019). *Utopia* (Çev. Eyüboğlu, S. Günyol, V. & Urgan, M.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Öğüt Eker, G. (2018). Farklı görme biçimiyle modern dünya ritüeli olarak yemek kültürü: Sınanma/erginlenme ve intikam alma gizli işlevleri. *Milli Folklor*, 30(120), 170-183.
- Özata, E., & Özer, E. Z. (2021). Gastronomi ve edebiyat. İçinde O. Güler, G. Akdağ & A. Kale (Ed.), *Disiplinlerarası bakış açısıyla gastronomi: Kavramlar, araştırmalar ve çalışma önerileri* (s. 97-109). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özbay, G. (2021). Düünden bugüne gastronomi. İçinde M. Saruışık (Ed.), *Tüm yönleriyle gastronomi bilimi* (s. 1-40). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özkan Kutlu, T. (2018). Yazılı medyada gastronomi. İçinde H. Yılmaz (Ed.), *Gastronomi ve medya* (s. 66-95). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Özkul, E., Şengül, S., & Özer, E. Z. (2019). Türk edebiyatında gastronomik etkileşim, gastronomik deyimler, atasözleri ve mizah öğeleri. İçinde C. Avcıkurt & M. Sarıoğlan (Ed.), *Gastronomi olgusuna sosyolojik bakış* (s. 85-106). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Öztek, U. (2019). *Selim İleri'nin eserlerinde yeme içme kültürü*. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi] Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Paukštytė-Šaknienė, R. (2007). Ritual, power and historical perspective: Baptism and Name-Giving in Lithuania and Latvia. *Journal of Ethnology and Folkloristics*, 1(1), 115-129.
- Poole, G. (2003). Reel meals: Food and public dining, food and sex, food and revenge. In W. Kalaga & T. Rachwał (Ed.), *Viands, wines and spirits nourishment and (in)digestion in the culture of literacy: Essays in cultural practice* (pp. 9-29). Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego .
- Roseberry, W. (1996). The rise of yuppie coffees and the reimagination of class in the United States. *American Anthropologist*, 96(4), 762-775.
- Rukovichnikov, Y. S. (2017). "Масленица и ее значение в современной праздничной культуре сибиряков (на примере Красноярского края). *Culture and Civilization*, 7(6A), 298-303.
- Salamone, F. A. (2004). *Encyclopedia of religious rites, rituals and festivals*. New York, London: Routledge.
- Santich, B. (2013). History through the lens of food. In S. Eriksson, M. Hastie & T. Roberts (Ed.), *Eat history: Food and drink in Australia and beyond* (pp. 1-18). Cambridge Scholars Publishing.
- Scarpato, R. (2002). Gastronomy studies in search of hospitality. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 1-12.

- Silahsızoğlu, E. (2007). Metin tahlil yöntemleri ve bir uygulama örneği. *ICANAS 38 Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi*, (s. 1415-1431).
- Silverman, G. S., Baroiller, A. & Hemer, S. R. (2021). Culture and grief: Ethnographic perspectives on ritual, relationships and remembering. *Death Studies*, 45(1), 1-8.
- Simmons, K. M. (2015). The origins of Christmas and the date of Christ's birth. *JETS*, 58(2), 299-324.
- Sürücüoğlu, M. S., & Özçelik, A. Ö. (2009). Yusuf Has Hacib'in Türk beslenme kültürüne etkileri. 6. *Uluslararası Türk Kültürü Kongresi Bildirileri (21-26 Kasım 2005)*, Cilt: IV (s. 2061-2074). Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı.
- Tekin, B. (2017). Mutfakta edebiyat: Laura Esquivel'in Acı Çikolata adlı eserinde yemek kültürü ve duyguların etkileşimi. *Sefad*, (37), 131-140.
- Tolstoy, L. N. (2021). *Anna Karenina* (Çev. Hacıhasanoğlu, A.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Topuz, E. (2012). *Edebiyat ve yemek: Bir kronotop olarak yemek*. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi] Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ural, T. (2020). Orhan Pamuk anlatılarındaki yeme içme sahneleri bağlamında, İstanbul burjuvazisi ne yer, nerede yer, nasıl yer, neyi temsil eder? *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 40(1), 397-418.
- Visser, M. (1991). *Rituals of dinner: The origin, evolution, eccentricities and meaning of table manners*. Newyork: Grove Weidenfeld.
- Waldee, L. M. (2022, May 26). *Cooking the French way*. Lerner Publications Company. <https://pdfgoal.com/downloads/1%20Mastering%20The%20Art%20Of%20French%20Cooking%20Vol%201>
- Walton, J. (1990). Fish and chips and the British working class, 1870-1930. *Journal of Social History*, (23), 243-266.
- Warde, A., & Martens, L. (2000). *Eating out: Social differentiation, consumption and pleasure*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Woolf, V. (2021). *Deniz feneri* (Çev. Çalışkan, S.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Yalçın, S. (2019). *Edebiyat sosyolojisi bağlamında Leylâ Erbil'in öykücülüğü*. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi] Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.
- Yıldırım, M. (2005). Ortodoks kilisesinde Paskalya. *Dini Araştırmalar*, 7(21), 67-75.
- Yıldız, E. (2018). Fransız mutfağı. İçinde H. Yılmaz (Ed.), *Dünya mutfakları I* (s. 2-27). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Yiğitler, Ş. (2018). Mutfak Çıkmazı'nda felsefi bir eylem olarak yemek yapmak ve yemek yemek. *Dil ve Edebiyat Araştırmaları*, (18), 169-197.



## Sokak Köpekleri Hakkında Yazılan Köşe Yazılarında Söylem ve İdeoloji

### Discourse and Ideology in Columns Written About Stray Dogs

Ebru DİLEK<sup>1</sup>, Gülnida EKMEKÇİ<sup>2</sup>, Mustafa İNCE<sup>3</sup>, Mevlüt Can KOÇAK<sup>4</sup>

<sup>1,2</sup>Karabük Üniversitesi, Karabük

<sup>3,4</sup>Karabük Üniversitesi, Safranbolu  
Türker İnanoğlu İletişim Fakültesi,  
Karabük

**ORCID:**

E.D.: 0009-0000-2743-2311

G.E.: 0009-0001-6330-2060

M.İ.: 0000-0001-8058-1076

M.C.K.: 0000-0002-9496-0541

**Corresponding Author:**

Ebru DİLEK

**Email:**

ebruudilek1@gmail.com

**Citation:** Dilek, E., Ekmekci, G., İnce, M. ve Koçak, M. C. (2025). Sokak köpekleri hakkında yazılan köşe yazılarında söylem ve ideoloji. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 15 (1), 18-41.

**Submitted:** 28.11.2024.

**Accepted:** 14.01.2025

### Özet

Medya, toplumsal olayların gündeme gelmesinde, tartışılmasında ve çözüme kavuşturulmasında önemli bir işlev görmektedir. Bu işlevin objektif olarak yerine getirilmesi herkes tarafından istenilmekle birlikte, ideal olanıdır. Objektif medya anlayışı, ideal olanı temsil etse de günümüzde medyanın işlevlerini objektif bir biçimde yerine getirmesi, çeşitli sebeplerden ötürü pek mümkün gözükmemektedir. Medya içeriklerinde çoğunlukla ideolojik yaklaşımlar gözlemlenmektedir. Bu durum, toplumsal olayların doğru değerlendirilme olasılığını azaltmaktadır. Son yıllarda Türkiye’de önemli bir toplumsal soruna dönüşen sokak köpekleri meselesi, 2024 yılında uzun süre gündemde kalmış ve medyada yoğun bir şekilde tartışılmıştır. Bu tartışmalar sırasında farklı görüşler ortaya atılmıştır, fakat bu görüşlerin çoğunlukla meselenin çözüme kavuşturulmasından çok, ideolojik zeminde şekillendiği gözlemlenmiştir. Sokak köpekleri meselesi, medyada bir ideolojik tartışma aracı olarak ele alınmış, çözüm önerileri ise çoğunlukla ideolojik çerçevelerle şekillenmiştir. Bu durum, toplumsal bir sorunun çözümüne dair somut adımların atılmasını engellemiş, tartışmaların çoğunlukla ideolojik bir çatışmaya dönüşmesine yol açmıştır. Sokak köpekleri meselesinin çözüm odaklı bir şekilde değil, ideolojik bir zeminde tartışılması, medyanın bu konuda toplumsal bir çözüm üretme işlevini zayıflatmaktadır. Medyanın bu yaklaşımı, meselenin toplumun tüm kesimlerini kapsayan ve sürdürülebilir bir çözüm arayışına dönüşmesini engellemektedir. Bu çalışma, sokak köpekleri meselesi üzerine farklı görüşlere sahip köşe yazarları tarafından yazılan köşe yazılarını söylem ve ideoloji bağlamında incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmada, Sabah, Sözcü ve Habertürk gazetelerinin köşe yazıları örneklem olarak seçilmiş ve bu yazılarda yer alan ideolojik yaklaşımlar üzerinde eleştirel söylem analizi yapılmıştır. Bu analiz yoluyla, medyanın sokak köpekleri meselesini nasıl ideolojik bir tartışma olarak şekillendirdiği ve bu durumun toplumsal sorunların çözümüne nasıl etki ettiği anlaşılmaya çalışılacaktır. Çalışmadan elde edilen temel bulgular, sokak köpekleri meselesinin, gazetelerin ideolojik yaklaşımları doğrultusunda ele alındığını ve bu durumun, meselenin toplumsal bir sorun olarak çözülmesinden ziyade ideolojik bir tartışma halini aldığına işaret etmektedir. Medya, bu meseleye dair çözüm önerilerini, kendi ideolojik çizgileri çerçevesinde sunmuş, bu da toplumsal uzlaşya ulaşılmasını zorlaştırmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Sokak Köpekleri Sorunu, Köşe Yazıları, İdeoloji, Eleştirel Söylem Analizi

### Abstract

The media plays a significant role in bringing social issues to the agenda, fostering discussions, and contributing to their resolution. While it is ideally expected that this function be carried out objectively, achieving such an ideal remains challenging due to various reasons. Although an objective media approach represents the ideal, it appears



*that, in practice, the media's ability to fulfill its functions objectively is quite limited. Media content often reflects ideological perspectives, which reduces the likelihood of accurately assessing social issues. In recent years, the issue of stray dogs has become a major social problem in Turkey, remaining a focal point of public debate throughout 2024. This issue has been intensely discussed in the media, with various viewpoints emerging. However, it has been observed that these perspectives were often shaped by ideological considerations rather than genuine efforts to resolve the problem. The stray dog issue has been treated as a tool for ideological debate in the media, and proposed solutions have largely been framed within ideological boundaries. This has hindered the implementation of concrete steps toward resolving the issue and has turned discussions into ideological conflicts. The fact that the stray dog issue has been debated on an ideological basis rather than with a focus on solutions weakens the media's role in contributing to a social resolution. This approach by the media prevents the issue from evolving into a search for an inclusive and sustainable solution that addresses all segments of society. This study aims to analyze the opinion columns written by columnists with different perspectives on the stray dog issue, focusing on discourse and ideology. The study selects opinion pieces from Sabah, Sözcü, and Habertürk newspapers as its sample and applies a critical discourse analysis to examine the ideological approaches embedded in these texts. Through this analysis, the study seeks to understand how the media has shaped the stray dog issue as an ideological debate and how this framing impacts the resolution of social problems. The key findings of this study indicate that the stray dog issue has been addressed in line with the ideological stances of the newspapers. As a result, rather than being treated as a social problem in need of resolution, it has been transformed into an ideological debate. The media has presented solution proposals through the lens of its ideological perspectives, making it more difficult to achieve social consensus on the issue.*

**Keywords:** Street Dog Problem, Newspaper Columns, Ideology, Critical Discourse Analysis

### 1. GİRİŞ

Sokak hayvanları meselesi, özellikle köpekler açısından, Türkiye'de uzun yıllardır tartışılan bir konudur. Osmanlı dönemine kadar uzanan bir geçmişe sahip olan bu sorun, toplumsal hafızada köklü bir yer edinmiştir. Ancak, modern şehirleşmenin hızlanması ve kentleşme dinamiklerinin değişmesiyle birlikte sokak köpekleri sorunu, özellikle büyük şehirlerde giderek daha belirgin hale gelmektedir. 20. yüzyılın ortalarından itibaren sanayileşme, göç ve şehirleşme süreçleri, sokak hayvanlarının sayısının kontrolsüz bir şekilde artmasına neden olmaktadır. Özellikle köylerden şehirlere yoğun göçler, insanların evcil hayvanlarını terk etmeleri köpek nüfusunun kentlerde artmasına yol açmış ve bu süreç günümüze kadar devam etmektedir.

Sokak köpekleri sorununun toplumsal bir mesele haline gelmesi, sadece hayvan sayısının artmasıyla değil, aynı zamanda bu durumun getirdiği sosyo-kültürel ve güvenlik boyutlarıyla da ilgilidir. Türkiye'de sokak köpekleri meselesi, hayvan hakları savunucuları, hayvanseverler ve kamu güvenliği açısından endişe duyanlar arasında giderek artan bir çatışmaya zemin hazırlamaktadır. Bir tarafta sokak hayvanlarının korunması gerektiğini savunan ve hayvan haklarına vurgu yapan bir kesim bulunurken, diğer tarafta ise özellikle köpek saldırıları sonucunda zarar gören bireyler ve bu durumdan endişe duyan topluluklar yer almaktadır. Bu iki grup arasındaki fikir ayrılıkları, medyada ve toplumsal platformlarda yoğun tartışmalara yol açmaktadır.

Sokak köpekleri sorunu, son yıllarda özellikle kamuoyunu derinden etkileyen bazı üzücü olaylarla daha fazla gündeme gelmektedir. Örneğin, 20 Ağustos 2024 tarihinde İstanbul'un Fatih ilçesinde bir çocuğa yönelik gerçekleşen köpek saldırısı, kamuoyunda ciddi yankı uyandırmış ve medyanın bu konuyu daha geniş çaplı ele almasına sebep olmuştur. Bu tür olaylar, kamu güvenliği açısından endişeleri artırmış, halkın bazı kesimlerinde köpeklerin toplanması ya da kontrollü bir şekilde sokaklardan uzaklaştırılması taleplerini güçlendirmiştir. Aynı zamanda bu olaylar, yerel yönetimlerin sokak hayvanlarına dair sorumluluklarını daha fazla tartışmaya açmaktadır. Yasal düzenlemeler, kısırlaştırma ve bakım hizmetleri üzerine yapılan eleştiriler artmış, yerel yönetimlerin bu sorunu çözmede yetersiz kaldığı düşüncesi yaygınlaşmıştır. Tüm bu süreçler medyada çeşitli bakış açılarıyla ele alınmaktadır. Özellikle Sözcü, Sabah ve Habertürk gibi ana akım gazetelerde yayımlanan köşe yazıları, bu tartışmanın boyutlarını gözler önüne sermektedir.

Sokak köpekleri konusunda farklı yaklaşımlar sergileyen köşe yazarları, genellikle iki ana ekseninde toplanmaktadır. İlk grup, hayvan hakları savunuculuğu yaparak sokak hayvanlarının toplanmasının insanlık dışı bir uygulama olduğunu vurgularken, diğer grup ise kamu güvenliğinin öncelikli olduğunu ve kontrolsüz köpek nüfusunun ciddi tehlikeler yarattığını öne sürmektedir. Bu noktada, sokak köpeklerinin rehabilitasyonu, kısırlaştırma programları, barınakların kapasitelerinin artırılması ve köpeklerin toplumla daha güvenli bir şekilde bir arada yaşamaları için projeler önerilmektedir.

Köpek saldırılarının artması ve bu olayların medyada geniş yankı bulması, toplumsal gerilimi daha da artırmış ve sokak köpekleri meselesi siyasi bir tartışma konusu haline gelmektedir. Bazı siyasi figürler ve yerel yöneticiler, sokak köpekleri sorununu çözmek adına daha katı önlemler alınması gerektiğini savunurken, diğerleri daha insancıl çözümler önermektedir. Hayvan barınaklarının kapasitelerinin artırılması, sokak hayvanlarının kısırlaştırılmasına yönelik bütçelerin genişletilmesi ve toplumun bu konuda bilinçlendirilmesi gibi öneriler kamuoyunda tartışılmaktadır. Bu tartışmalar medyada geniş yer bulmakta ve çeşitli köşe yazarları, farklı yaklaşımlarla bu sorunu ele almaktadır.

Medya, bu sorunun çözümünde önemli bir rol oynar hale gelmektedir, özellikle son bir yılda sokak köpekleri sorununa dair yapılan haberler ve yazılar, konuyu toplumsal hafızada derinleştirmektedir. Medyada sıklıkla dile getirilen bazı söylemler, sokak köpeklerinin toplumla uyumlu bir şekilde yaşayabilmesi için gerekli adımların atılmadığı yönündedir. Eleştiriler, özellikle yerel yönetimlerin kısırlaştırma, aşı programları ve bakım hizmetlerinde yetersiz kaldığına işaret etmektedir. Diğer yandan, kamu güvenliği ve halk sağlığı açısından yapılan değerlendirmeler, sokak köpeklerinin kontrol altına alınması gerektiği yönünde bir baskıyı artırmaktadır.

## 2. İDEOLOJİ KAVRAMI

İdeoloji kavramı, kökenini Fransızca "*idéologie*" sözcüğünden almaktadır. Bu kavram, "fikir akımlarının bilimsel analizi" ve "siyasi inançlar sistemi" anlamlarına gelmektedir (Meriç, 2014: 120). Eagleton (2015:17) da ideolojinin farklı anlamlardan oluştuğu için tek bir tanıma indirgenemeyeceğini belirterek ideoloji ile ilgili birtakım tanımları aktarmıştır. Bu tanımlara göre; ideoloji "sistemik şekilde çarpıtılan iletişim", "toplumsal yaşamın doğal gerçekliğe dönüştürüldüğü süreç" ve "dilsel ve olgusal gerçekliğin birbirine karıştırılması" şeklindedir.

İdeoloji kavramı, ilk kez Fransız düşünür Destutt de Tracy tarafından 1796 yılında kullanılmış ve "fikirler ilmi" veya "mefkûreler ilmi" olarak adlandırılmıştır (Meriç, 2014: 120). Tracy'ye göre ideoloji, sistemik analizlere dayanan yeni bir bilim projesidir.

İdeoloji, her kullanımında farklı anlamlar taşımakta ve bu anlamlar arasında belirgin farklılıklar bulunmaktadır. Kimi zaman olumlu çağrışımlar uyandıran ideoloji, kimi zaman ise en güçlü ifadeleriyle olumsuz anlamlar içerebilmektedir. (Macit, 2016: 32-34). Bu durum, ideoloji kavramının tarihsel süreçte farklı bağlamlarda ve anlamlarda kullanılmış olmasından kaynaklanmaktadır. Özellikle ortodoks ve batı marksiz isimler ideoloji kavramı hakkında farklı bağlam ve anlamalarda yorumlar yapmışlardır. Bunlar arasında Marx, Gramsci, Althusser gibi isimler öne çıkmaktadır. Marx, ideolojinin gerçeği gizlemeye hizmet ettiğini savunmaktadır. Ona göre ideoloji, bireyi kuşatmakta ve içinde bulunduğu durumu analiz etmesini engellemektedir, bu nedenle birey pek çok şeyi sorgulamadan kabul etmektedir (Mardin, 2015'ten akt. Arık, 2021:204). Marx, ekonomik gücü elinde bulunduranların egemen ideolojilerini topluma yayarak başarısızlıkları bireylere, başarıları ise sisteme bağladığını ifade etmektedir. (Koçak ve Küçük, 2011:528). Bu düşünce, Marx'ın ideolojiyi kapitalist düşünceyi gizleyen bir araç olarak gördüğünü

ve onu materyalist bir çerçevede konumlandığını ortaya koymaktadır (Larrain, 1995:20; Barrett, 2004:16).

Antonio Gramsci'nin ideoloji anlayışı, bu kavramın derinliğini ve karmaşıklığını ortaya koymaktadır. Gramsci, ideolojiyi bireylerin topluma katılımını sağlayan, maddi ve kurumsal yapılarla desteklenen uygulamalar, prensipler ve inançların bir temeli olarak tanımlamaktadır. Ona göre ideoloji, yalnızca soyut düşüncelerle sınırlı değildir; aynı zamanda somut pratiklerle ve kurumsal yapılarla yakından ilişkilidir. Bu yaklaşım, düşünce ve duyguların yalnızca fiziksel süreçlerin bir yan ürünü olduğunu savunan epifenomenalizm görüşünün ötesine geçmektedir (Antonio Gramsci akt. Cemgil, 1986:54). Gramsci, ideolojiyi bireylerin toplumsal varoluşlarını şekillendiren ve bilinçlerini yönlendiren dinamik bir süreç olarak ele almaktadır. İdeoloji, bireylerin dünyayı algılama ve anlamlandırma biçimlerini belirlerken, aynı zamanda toplumsal pratikleri ve kurumları da etkilemektedir. Bu nedenle ideoloji, toplumsal ve siyasi analizlerde merkezi bir öneme sahip bulunmaktadır (Dağdeviren, 2020:58).

Althusser'e göre ideoloji, öznelerin üretildiği ve toplumsal yapılar içinde çeşitli yollarla hareket edebilmelerini sağlayan bir pratiktir. İdeoloji, çarpıtıcı bir mercekte ziyade gerçekliğin kurucu bir ögesi olarak belirli bir gerçekliği ifade etmektedir (Althusser, 2003: 76). Althusser, ideolojik pratiklerin en yaygın ve en görünmez biçimlerinden biri olarak "hitap etme" ya da "çağırma" eylemini ön plana çıkarmaktadır. Ona göre, her türlü iletişimde birine hitap etme durumu bulunmaktadır. Hitap edilen kişi, bu iletişime yanıt verdiğinde ideolojik yapı içinde yerini bulmaktadır. Yanıt veren bireyler, kendilerini birer özne olarak tanımlamaktadırlar (Fiske, 2003: 224).

### 3. İDEOLOJİ VE MEDYA

Medya, kitlelesel iletişimi mümkün kılan tüm araç ve platformları kapsayan kapsamlı bir alanı ifade etmektedir. Bu kavram, yalnızca geleneksel iletişim araçlarını, yani gazete, dergi, kitap, radyo ve televizyonu değil, aynı zamanda dijital çağın getirdiği internet ve sosyal medya platformlarını da içine almaktadır. Medya, bu araçlar aracılığıyla yazılı, sözlü ve görsel mesajların geniş kitlelere iletilmesini sağlayarak toplumsal bilgi akışını yönlendiren, kültürel değerleri şekillendiren ve toplumsal söylemleri pekiştiren güçlü bir iletişim alanı yaratmaktadır. Hem bireylerin hem de toplumların düşünsel ve duygusal dünyalarını etkileyen medya, günümüzde toplumsal ilişkilerde belirleyici bir rol oynamaktadır. Medya, bu bağlamda toplumsal gerçekliği biçimlendiren önemli bir güç olarak varlığını sürdürmektedir (Aydoğan ve Kırık, 2012).

Medyanın toplumsal yaşam üzerindeki etkisi, yalnızca bilgi paylaşımıyla sınırlı değildir; aynı zamanda bireylerin algılarını, tutumlarını ve tercihlerini belirli bir şekilde yönlendiren güçlü bir araçtır. Ulusal ve uluslararası düzeyde yayılan içerikler, bireylerin gündelik yaşamlarına dair çeşitli mesajlar sunmakta ve bu mesajlar, toplumsal normların yeniden üretilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Medyanın bu rolü, içeriklerin geniş bir kitleye ulaşmasıyla daha da belirginleşmektedir (Zafer ve Vardarlier, 2019). Haberler, reklamlar, eğlence programları gibi çeşitli medya içerikleri, bireylerin farkında olmadan belirli düşünce ve davranış kalıplarını içselleştirmelerine yol açabilmektedir. Bu bağlamda, medyanın toplumsal yapılar üzerindeki etkisi, yalnızca bilgi aktarmakla sınırlı kalmaz; aynı zamanda bireyleri ideolojik olarak da yönlendiren bir güç olarak ortaya çıkmaktadır.

İdeoloji ve medya arasındaki ilişki, toplumsal yapıların ve güç dinamiklerinin şekillendiği önemli bir alanı oluşturmaktadır. Eleştirel yaklaşım, ideolojiyi toplumu şekillendiren, bireylerin düşünce biçimlerini ve davranışlarını yönlendiren bir güç olarak ele almaktadır. Bu yaklaşım, ideolojilerin toplumsal yapılarla ve güç ilişkileriyle iç içe geçtiğini savunmaktadır. İdeoloji, yalnızca bireylerin düşünsel süreçlerini değil, aynı zamanda toplumsal normları ve değerleri

belirleyen dinamik bir yapı olarak görülmektedir (Shoemaker ve Reese, 2002:127-181'den akt. Yeşil ve Ulaş, 2020:254). Bu perspektif, medya ile olan ilişkisini de açıklamaktadır. Medya, ideolojinin topluma aktarılmasında önemli bir araçtır. Toplumun düşünsel yapısını, tutumlarını ve davranışlarını şekillendiren medya, belirli ideolojik görüşleri yayar ve egemen güçlerin perspektiflerini halk arasında kabul ettirmeye çalışmaktadır. Medyanın bu işlevi, gücün elinde bulunanların ideolojik üstünlüklerini pekiştiren bir araç olarak önemli bir rol oynamaktadır. Bu analiz, medya içeriklerinin hangi kaynaklardan beslendiği, hangi perspektiflerden sunulduğu ve hangi hedef kitleye yönelik olduğu gibi sorularla yapılabilmektedir. Örneğin, belirli bir haberin aktarım biçimi veya bir reklamın alt metni incelendiğinde, hangi değerlerin ve normların güçlendirildiği anlaşılabilir. Medyanın bu rolü, ideolojik gücün pekiştirilmesinde etkili olmaktadır (Çakmak, 2019).

Dijital medya çağında, belirttiği gibi, bireylerin medya tarafından her gün maruz bırakıldığı devasa miktardaki içerik, daha güçlü bir eleştirel bilinç geliştirme ihtiyacını artırmaktadır. Eleştirel medya okuryazarlığı, bireylerin medyanın ideolojik arka planını anlamalarına yardımcı olarak manipülasyonlara karşı direnç geliştirmelerini sağlamaktadır (Arık, 2014).

#### 4. SÖYLEM ANALİZİ VE MEDYA

Söylem, sosyal, psikolojik ve kültürel bir terim olarak, toplumsal hayatın çeşitli alanlarıyla bağlantılı bir süreçtir (Kartal, 2022). Söylemin taşıdığı anlam ve bu anlamın nasıl şekillendirildiği, ideolojik bir işlevi içerir. Bu bağlamda söylem, üst düzey bir eylemi temsil ederken, ideoloji de bilgi, diyalog, anlatım, beyan, müzakere ve güç değişimi gibi dilsel pratiklere dayalı süreçler olarak tanımlanır. Söylem, toplumsal yaşamın her yönüyle ilişkilidir ve bu, sosyal, kültürel, siyasi ve ekonomik alanları kapsayan geniş bir süreçtir (Sözen, 1999).

Söylem, farklı yaklaşımlar doğrultusunda farklı şekillerde açıklanabilir. Bazı araştırmacılar, söylemi bütün konuşma ve yazma eylemleri olarak değerlendirirken, diğerleri yalnızca konuşma ağna dayalı uygulamalarla sınırlandırmaktadır (Çelik ve Ekşi, 2013: 100). Bununla birlikte, söylem analizi yalnızca dilbilimsel bir yöntem değil, aynı zamanda sosyoloji, antropoloji, eğitim araştırmaları ve iletişim çalışmalarından da beslenen çok disiplinli bir alandır (Weiyun He, 2017:445'ten akt. İnce vd, 2023:1049).

Eleştirel söylem analizi, dilin toplumsal yapıların ve güç ilişkilerinin bir yansıması olarak nasıl işlediğini inceleyen önemli bir araştırma yöntemidir. Sosyal bilimlerde kendine özgü bir alan olarak gelişen bu yöntem, dilin sadece iletişim aracı olarak değil, aynı zamanda toplumsal normları ve ideolojileri şekillendiren bir güç olarak nasıl işlediğini anlamayı hedeflemektedir. 1980'lerin sonlarına doğru ortaya çıkan ve ülkemizde nispeten yeni sayılan bu yöntem, üç önemli akademisyenin yaklaşımları etrafında şekillenmiştir: Teun A. Van Dijk, Norman Fairclough ve Ruth Wodak (Küçüksakarya, 2020:47).

Teun A. Van Dijk, sosyo-bilişsel yaklaşımın öncüsü olarak eleştirel söylem analizinin temel taşlarından birini oluşturmaktadır. Van Dijk, özellikle siyasi ve medya söylemlerinin analizinde sıklıkla başvurulan bir uzmandır. Eleştirel söylem analizinin temel hedefi, dilin toplumsal yapıları nasıl dönüştürdüğünü ve toplumsal gruplar arasında iktidar ilişkilerini nasıl pekiştirdiğini anlamaktır. Van Dijk'in yaklaşımlarında, söylemlerin toplumda güç ilişkilerini nasıl şekillendirdiği ve bu ilişkilerin dil aracılığıyla nasıl meşrulaştırıldığı ön plana çıkmaktadır (Van Dijk, 2006:23, 45,60).

Norman Fairclough, eleştirel söylem analizine farklı bir boyut kazandırmıştır. Fairclough'un geliştirdiği 3 Boyutlu Eleştirel Söylem Analizi, söylem üretimi, toplumsal yapı ve güç ilişkileri arasında bağlantılar kurarak, dilin toplumsal değişim ve dönüşüm üzerindeki etkisini incelemeye yönelik bir model sunmaktadır. Bu yaklaşım, dilin sadece bireyler arası iletişim değil, aynı

zamanda toplumsal yapıları ve güç ilişkilerini pekiştiren bir araç olduğunu vurgulamaktadır. Fairclough'a göre, dilin her kullanımı, toplumda var olan güç ilişkilerinin ve ideolojilerin bir yansımasıdır ve bu ilişkiler dilin üretimi ve tüketimiyle şekillenmektedir (Fairclough, 1992: 89, 102, 150).

Bir diğer önemli figür olan Ruth Wodak, Tarihi Söylem Analizi yönteminin kurucusudur. Wodak, bu yöntemi ilk kez 1986'da Avusturya Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde Waldheim'ın seçim kampanyalarındaki önyargılı ve anti-Semitik dili analiz etmek için kullanmıştır. Wodak, dilin toplumsal bağlamda nasıl anlam kazandığını ve bu anlamların tarihsel süreçlerle nasıl şekillendiğini araştırmaktadır. Ayrıca, dilin toplumsal gruplar arasında ayrımcılığı nasıl pekiştirdiğini ve toplumsal yapıları nasıl dönüştürdüğünü ortaya koymaya çalışmaktadır (Wodak, 1996: 30, 77, 112).

Eleştirel söylem analizi, medyadaki söylemleri incelerken bu söylemlerin hangi güç ilişkileri içinde şekillendiğini ve toplumu nasıl yönlendirdiğini anlamayı amaçlamaktadır. Medya, bireylerin düşünce ve davranışlarını şekillendiren ideolojik bir güç olarak karşımıza çıkmaktadır. Eleştirel yaklaşıma göre, medya, toplumun şekillenmesinde ideolojilerin aktarılması için önemli bir araçtır. Medyanın gücü, bu ideolojilerin toplum tarafından içselleştirilmesini sağlamak ve toplumsal normların yeniden üretilmesinde etkin bir rol oynamaktadır. Medya içerikleri, belirli ideolojik perspektifleri topluma benimsetme amacını taşır. Bu bağlamda, medya yalnızca bilgilendirme değil, aynı zamanda ideolojik yönlendirme işlevi görmektedir. Bu analiz, medya içeriklerinin hangi kaynaklardan beslendiği, hangi perspektiflerden sunulduğu ve hangi hedef kitleye yönelik olduğu gibi sorularla yapılabilmektedir. Örneğin, belirli bir haberin aktarım biçimi veya bir reklamın alt metni incelendiğinde, hangi değerlerin ve normların güçlendirildiği anlaşılabilir. Medyanın toplum üzerinde oluşturduğu bu etkiler, yalnızca aktarılan bilgiyle değil, aynı zamanda kullanılan dilin ve anlatım biçimlerinin toplumsal yapılarla olan etkileşimiyle de doğrudan ilişkilidir.

## 5. AMAÇ

Bu çalışmanın amacı, son yıllarda toplumsal bir sorun haline gelen sokak köpekleri konusunu, Hayvanları Koruma Kanunu ve 5199 Sayılı Kanun çerçevesinde, farklı görüşlere sahip gazete köşe yazarlarının söylem ve ideoloji bağlamında nasıl ele aldıklarını incelemektir. Sözcü, Habertürk ve Sabah gazetelerinin köşe yazılarından yararlanılarak, bu sorunun medya söylemlerindeki yansımalarının ve ideolojik tutumların analiz edilmesi hedeflenmektedir.

Literatürde sokak hayvanlarıyla ilgili çalışmalar genellikle hayvan hakları, yasal düzenlemeler veya sosyolojik boyutlar üzerine odaklanmaktadır. Ancak medya söylemleri ve ideolojik bakış açıları üzerinden yapılan kapsamlı analizlere daha az rastlanmaktadır. Bu durum, medyanın bu önemli toplumsal mesele üzerindeki etkisinin yeterince ele alınmadığını göstermektedir. Bu çalışmayla, mevcut literatürdeki bu boşluk doldurularak, medya söylemlerinin sokak köpekleri sorununun algılanışına ve çözüm önerilerine nasıl şekil verdiği daha geniş bir bağlamda tartışılacaktır.

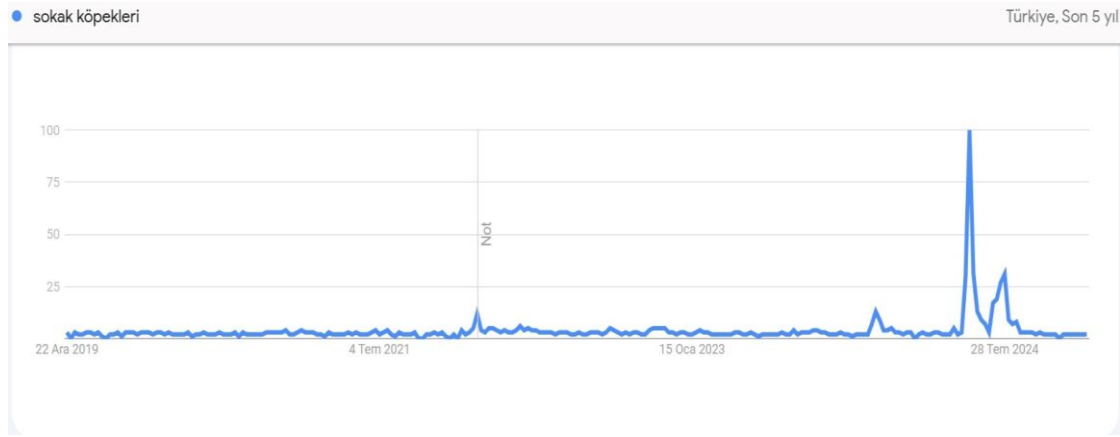
## 6. YÖNTEM

Çalışmanın amacı doğrultusunda, araştırma kapsamında belirlenen gazetelerde yayınlanan köşe yazıları söylem ve ideoloji bağlamında incelenecek, içeriklerdeki ana temaların, kullanılan argümanların ve eleştiri noktalarının detaylı bir şekilde analizi yapılacaktır. Elde edilen bulgular, sokak köpekleri sorununun farklı ideolojiler çerçevesinde nasıl değerlendirildiği ile birlikte hayvan hakları düzenlemesi üzerindeki yansımalarını, bu yansımaların toplumsal etkilerini anlamada ve anlamlandırmada kullanılacaktır.

## 7. KAPSAM

Bu çalışma, Sözcü, Habertürk ve Sabah gazetelerinin 2024 yılı (Ocak-Temmuz dönemi) itibariyle yayımlanan tüm sayılarında yazılan köşe yazılarını kapsamaktadır. Bu gazetelerin seçilmesinin temel nedeni, Türkiye'deki farklı siyasi ve toplumsal eğilimleri temsil eden yayın organları arasında yer almalarıdır. Sözcü, daha çok muhalif ve eleştirel bir yayın politikası izlerken; Sabah, hükümete yakın bir perspektifle yayın yapmakta, Habertürk ise genellikle dengeli ve tarafsız bir yaklaşım sergilemeye çalışmaktadır. Bu çeşitlilik, medya söylemlerindeki farklı ideolojik bakış açılarını ve bu bakış açılarının sokak köpekleri konusundaki tartışmalara yansımalarını daha net bir şekilde ortaya koymak için önemli bir fırsat sunmaktadır.

Çalışmanın 2024 yılı Ocak-Temmuz dönemini kapsamasının sebepleri ise, sokak hayvanları meselesinin kitle iletişim araçlarında yoğun olarak tartışılması ve Hayvanları Koruma Kanunu'nda yapılan düzenlemelerin kamuoyunda yine yoğun bir şekilde tartışıldığı bir zaman dilimini kapsamasıdır. Bu dönemde, köpeklerin uyutulması gibi tartışmalı konular ve hayvan hakları yasalarındaki değişiklikler, toplumsal ve siyasi açıdan önemli bir gündem oluşturmuştur. Medya, bu süreçte kamuoyunu bilgilendirme ve yönlendirme rolüyle dikkat çekmiş, farklı yayın organları kendi ideolojik perspektiflerine uygun biçimde bu konuları işlemiştir.



**Grafik 1.** Türkiye'de Son Beş Yılda Sokak Köpekleri Arama Trendleri

**Kaynak:** Google Trends (Erişim Tarihi:24.12.2024)

Son aylarda Türkiye'de "sokak köpekleri" arama terimine olan ilgi, Google Trend verilerine göre belirgin bir artış göstermektedir. Bu artışın sebepleri arasında, sokak köpeklerinin neden olduğu olayların medyada geniş yer bulması ve sosyal medyada bu konuda artan farkındalık kampanyaları öne çıkmaktadır. Çalışmanın dönem aralığı seçiminde bu veriler etken rol oynamıştır.

İnceleme, köşe yazılarındaki görüşlerin, eleştirilerin ve önerilerin ayrıntılı analizini içerecek; bu yazılarda hayvan hakları yasalarındaki değişikliklerin nasıl ele alındığı, köpeklerin uyutulması gibi tartışmalı konuların nasıl yorumlandığı ve düzenlemelerin toplumsal etkilerinin neler olabileceğine yönelik yapılan değerlendirmeler üzerinde durulacaktır. Bu bağlamda, düzenlemelerin kamuoyundaki algısı ve medyanın bu algıyı nasıl şekillendirdiği de değerlendirilecektir. Elde edilen bulgular, medyanın hayvan hakları konusundaki tutumunu ve bu tutumun ideoloji ile yoğrularak toplumsal bilinç üzerinde nasıl etki etmeye çalıştığını anlamak için kullanılacaktır.

## 8. GAZETELERİN KÖŞE YAZILARININ İNCELENMESİ

Aşağıdaki tabloda gazetelere göre köşe yazılarının dağılımı verilmiştir. Bu tablo, 1 Ocak – 31 Temmuz tarihleri arasında hangi gazetenin konuya ne kadar yer verdiğini ve konunun

gazetelerdeki yansımaları analiz etmek için oluşturulmuştur. Verilen tarih aralığında Sözcü gazetesi 5, Habertürk gazetesi 2, Sabah gazetesinin ise 4 köşe yazısı bulunmaktadır. Köşe yazılarının isimleri, yazarları ve yayımlandığı tarihler aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

**Tablo 1.** Köşe Yazıları

Gazete	Köşe yazısı adı	Yazar	Tarih
Sözcü	Bahtiyar'ı Yaşatmak	Deniz ZEYREK	24 Mayıs 2024
Sözcü	Vermediğiniz Canı Nasıl Alacaksınız?	Rahmi TURAN	20 Temmuz 2024
Sözcü	Ötanazi Değil, Katliam!	Pınar TURAN	16 Temmuz 2024
Sözcü	Bekir Coşkun ve Köpekler!	Uğur DÜNDAR	28 Temmuz 2024
Sözcü	İşte Başiboş Köpeklerin Yarattığı Soruna Çözümler	Uğur DÜNDAR	26 Mayıs 2024
Habertürk	Köpek Sorunu Siyasetçilere Bırakılmayacak Kadar Ciddi Bir İş	Nagehan ALÇI	31 Mayıs 2024
Habertürk	İnsanlar ve Köpekler: Ölüm ve Yaşam Arasında	Nagehan ALÇI	27 Mayıs 2024
Sabah	Köpek Mağduru Annenin Üzerine Yürüdüler	Mevlüt TEZEL	19 Temmuz 2024
Sabah	İnsanımızı Nasıl Korumayacağız?	Hilal KAPLAN	14 Mayıs 2024
Sabah	Köpekler Uyutulacak mı?	Mevlüt TEZEL	23 Mayıs 2024
Sabah	'114 Yıl Önce' Zamanında Tedbir Alınmayınca Sokak Köpekleri Çok Acı Bir Şekilde İtlaf Oldu	Erhan AFYONCU	2 Haziran 2024

## 8.1. Sözcü Gazetesi Köşe Yazıları

### 8.1.1. Bahtiyar'ı Yaşatmak – Deniz ZEYREK / 24 Mayıs 2024

24 Mayıs 2024 tarihli Sözcü gazetesinin Deniz Zeyrek imzalı yazısında, AK Parti'nin Hayvanları Koruma Kanunu'nda yapılması planlanan değişikliklerle ilgili teklifi ele alınmaktadır. Zeyrek, "Uyutulma sözcüğünün öldürülme anlamında kullanıldığını da hatırlatmak zorundayım" ifadesini kullanarak, teklifin hayvan hakları açısından ciddi bir tehdit oluşturduğunu vurgulamaktadır. Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın sokak hayvanları saldırılarına yönelik sert tepkisinin ardından gündeme gelen bu teklif, bazı çevrelerce kabul görse de özellikle hayvanseverler tarafından büyük bir eleştiriyle karşılanmaktadır. Zeyrek, AK Parti'nin teklifiyle sokak hayvanlarının yaşam haklarının tehdit altında olduğunu belirterek, bu tartışmanın oldukça çetrefilli bir mesele olduğunun altını çizmektedir.

Köşe yazısında 'uyutulma' ifadesinin 'öldürme' anlamında kullanılması üzerinden gazetenin bu tasarıya karşı ideolojik duruşu vurgulanmaktadır. Gazetenin, hayvan hakları ile ilgili yasaların hayvanların öldürülmesi gibi fikirler yerine alternatif çözümler bulunması gerektiği fikrini desteklediği anlaşılmaktadır. Yazının son bölümlerinde "Yasayı değiştirmek hayvanları öldürmek isteyen beyler ve hanımlar, lütfen bir daha düşünün: Öldürmek dışında yol yok mudur?" cümlesiyle karşılaşılmakta bu cümle ile de gazetenin hayvanların yaşam haklarının korunmasını savunduğu açıkça gözlenmektedir.

### 8.1.2. Vermediğiniz Canı Nasıl Alacaksınız? – Rahmi TURAN / 20 Temmuz 2024

Rahmi Turan'ın 20 Temmuz 2024 tarihinde kaleme aldığı köşe yazısı, iktidarın önerdiği yasa tasarısını sert bir dille eleştirerek, toplumsal vicdanı yaralayan ve derin kutuplaşmalara yol açabilecek tehlikelerine dikkat çekmektedir. Bu konuyla ilgili olarak Rahmi Turan'ın kaleme aldığı yazıda "iktidarın kendi partisinin tarihine "kara leke" olarak geçecek yeni yasa" ifadeleri ile okuyucuya görüşü sunulmaktadır. Yazının bu kısmında iktidarın önerdiği yasanın "kara leke" olarak nitelendirilmesiyle, bu yasanın son derece olumsuz ve utanç verici olduğu vurgulanmaktadır. Yazarın üslubu okuyucunun zihninde negatif bir algı yaratabilecek sert söylemler içermektedir.

Köşe yazısında CHP Grup Başkanvekili Murat Emir'in "Bu cinayettir. Elinizi kana bulamayın" diye iktidar milletvekillerini uyardığı sözlerine de değinilmektedir. Bu sözler üzerinden, yasa tasarısının ahlaki açıdan yanlış olduğu vurgulanmakta ve bu yanlışın kabul edilmesi durumunda vekillerin dahi suçlu konumuna düşeceği ima edilmektedir. Aynı şekilde CHP Milletvekili Orhan Sarıbal "CHP'li belediyeler bu kanuna uymayacak" söylemlerine yer verilmektedir. Orhan Sarıbal'ın bu ifadesi, CHP'nin merkezi hükümetin kararlarına karşı duruşunu net bir şekilde ortaya koymakta ve parti içindeki birlik ve kararlılığı vurgulamaktadır.

Yazıda "Meclis bu acımasız yasaya imza atarsa binlerce masum can yok olacak! Ayaklanın hayvansever AKP ve MHP'liler çözümden ve vicdandan uzak, kan kokan bu yasa tasarısını reddetme cesaretini gösterin. Atacağınız imzalar sizin tarihe "ak mı kara mı geçeceğinizi gösterecek diye uyarıyor" ifadeleri yer almaktadır. Bu söylem, güçlü duygusal çağrışımlar kullanarak yasa tasarısını şiddetle eleştirmekte ve iktidar partilerinin vicdanlarına hitap ederek kararlarını sorgulamaya davet etmektedir. "Masum canların yok olacağı" ve "kan kokan yasa" ifadeleriyle tasarının insanlık dışı ve ahlaki olarak kabul edilemez olduğu vurgulanmaktadır.

Yazıda, "Bodrum Gündoğan'da Prof. Dr. Cahit Avcı'nın önderliğinde kurulan gönüllü grubun sokak hayvanlarının planlı ve programlı kısırlaştırılması için çalışmalar yaptığı" belirtilmektedir. Bu grup, sokak hayvanlarının öldürülmesine karşı bir duruş sergileyerek alternatif ve insancıl çözümler üretmeye çalışmaktadır.

Grubun lideri olan Prof. Dr. Cahit Avcı şu ifadelerde bulunmaktadır; "3 yıldır hayvanları kısırlaştırma çalışmalarını fedakârca sürdürüyoruz. Bu konuda Bodrum Belediyesi ve Veterinerlik Müdürlüğü ile de iş birliği içindeyiz. Gündoğan'da köpek sorunu kalmadı kedi sorunu ise (yakalanması zor olduğu için) devam ediyor". Avcı, bu ifadelerde, yapılan çalışmaların somut sonuçlar verdiğini ve sorunun etkili bir şekilde çözüldüğünü belirtmektedir. "Kısacası sokak hayvanları sorununu öldürerek değil yaşatarak çözümlenmek için gurur duyduğumuz bu proje tüm ülkeye güzel bir örnek olacak niteliktedir". Bu söylemi ile öldürmekten başka çözümlerin de olabileceğini öne sürmektedir.

"Meclis gündemine alınan ve bizce "kan kokan" yasa tasarısını protesto ediyoruz insan can dostlarına nasıl kıyar? "Kan kokan" gibi güçlü bir ifade ile yasa tasarısının şiddet içerdiği ve etik dışı olduğu vurgulanmakta, retorik sorularla okuyucunun empati kurması sağlanmaya çalışılmaktadır. Bu yazıda, ilgili yasa tasarısına karşı toplumsal bir tepki oluşturmayı ve bu tepkiyi güçlendirmeyi amaçlayan etkili bir söylem stratejisi uygulanmaya çalışılmıştır.

### 8.1.3. Ötanazi Değil, Katliam! – Pınar TURAN/ 16 Temmuz 2024

Sözcü gazetesinde yer alan 16 Temmuz tarihli Pınar Turan'ın köşe yazısında, Hayvanları Koruma Kanunu'nda yapılmak istenen değişikliklerin hayvan haklarına aykırı olduğu ve yasa tasarısının 'katliam yasası' olarak nitelendirildiği bir söylemle sert bir eleştiri getirilmektedir. Pınar Turan ilgili konu hakkında "AKP milletvekillerinin imzasını taşıyan Hayvanları Koruma Kanunu'nda değişiklik yapılmak isteniyor. Adı Hayvanları Koruma Kanunu ama aslında sokak hayvanları için düzenlenen bir katliam yasası" ifadelerini kullanmaktadır. Bu söyleminde, yasa teklifinin adının



"Hayvanları Koruma Kanunu" içeriğiyle çeliştiğini vurgulayarak yazısına başlamaktadır. "Katliam Yasası" ifadesi ile yasanın masum bir isim altında sunulmasına rağmen, gerçekte şiddet içeren ve hayvanların yaşam hakkını tehdit eden bir düzenleme olduğunu ima etmektedir. Bu söylem stratejisini, yasa teklifinin etik ve insani değerlere aykırı olduğunu vurgulamak ve okuyucuyu bu düzenlemeye karşı harekete geçmeye teşvik etmek için kullandığını değerlendirmek mümkündür.

*"12 Temmuz 2024'te Meclis'e sunulan teklife göre, tüm sokak kedileri ve köpekleri ayırım gözetmeksizin barınaklara toplanacak. Yani tüm sokak köpekleri toplanacak, sahiplenilmezlerse öldürülecekler. "Yakala, kısırlaştır, aşılat" yasası uygulanmazken bu tasarı devreye sokulacak. Kedilerin neden toplatıldığı ise belirsiz; onlardan ne gibi bir zarar görüldüğü sorgulanıyor"* (Sözcü, 19.07.2024).

Turan bu söylemi ile yasa teklifinin geniş kapsamlı olarak benimsendiğini ortaya koymaktadır. Mevcut düzenlemelerin yetersizliği eleştirilirken, yeni düzenlemenin gereksiz genişletildiği ve yeterince gerekçelendirilmediği ifade etmektedir.

*"Önceki yasaya göre bakımevlerinin 2024'e kadar tamamlanması gerekiyordu, ancak belediyelerin sorumluluklarını yerine getirmemesi nedeniyle şu an 105 bin kapasiteli 322 bakımevi mevcut. Bu kapasitenin yetersizliği nedeniyle, yeni bakımevleri için süre 2028 sonuna kadar uzatıldı"* (Sözcü,19.07.2024). Yazıda yer alan bu paragraf ile yazar, belediyelerin yükümlülüklerini yerine getirmemesini eleştirmekte ve mevcut barınak kapasitesinin ciddi şekilde yetersiz olduğuna dikkat çekmektedir. Sürenin 2028'e kadar uzatılması ise mevcut durumun kriz boyutuna ulaştığı ve çözüm için daha fazla zaman gerektirdiğini ima eden bir söylem olarak görülmektedir.

*"Yeni yasaya göre, belediyeler "çok köpek var" diyerek hayvanları yasal olarak öldürebilecek. "Çok köpek vardı, birazını öldürdük" dediklerinde kimse bir şey yapamayacak"* (Sözcü, 19.07.2024). Yeni yasanın belediyelere geniş yetkiler tanıdığı ve köpek nüfusunu kontrol etmek amacıyla ötanazi uygulamasının yasal hale getirildiği ifade edilmektedir. Yazıda "Çok köpek var" gibi bir gerekçe ile hayvanların öldürülmesinin yasal hale gelmesi eleştirilmektedir.

*"Diğer istisnai durumlarda da ötanazi yapılabilecek"* (Sözcü, 19.07.2024). İfadesi ile ötanazinin geniş bir uygulama alanına sahip olduğu belirtilmektedir. *"Buraya kadarki maddeler yetmedi, öldüremedin en kötü istisnai durum der öldürürsün. Yani bütün maddelerin ortak yanı 'ölüm emri' veriyor olması"* (Sözcü, 19.07.2024). Yazıda yer alan bu ifade, yasanın sunduğu tüm seçeneklerin nihayetinde hayvanların öldürülmesine yol açtığını öne sürerek, yasa tasarısını sert bir şekilde eleştirmekte ve onu ölüm odaklı bir düzenleme olarak tanımlamaktadır.

*"Ötanazi" ifadesi kullanılarak, geniş çaplı bir öldürme eylemi halkın gözünde daha kabul edilebilir hale getirilmeye çalışılıyor. Sahipli hayvanları sokağa bırakmanın cezası 60.000 TL'ye çıkarılırken, bakımevine terk edenler için ceza uygulanmıyor, bu da hayvanların öldürülmesini teşvik ediyor. Belediyeler, sokak hayvanlarını toplamak zorunda; barınak yetersizliğinden ötürü hayvanların hepsi sahiplenilene kadar hayatta kalamayacak. Ayrıca, "yakala, kısırlaştır, sal" politikası yürürlükten kaldırılarak, sahihsiz hayvanların yaşatılması yerine daha öldürücü yöntemlere geçildiği belirtiliyor. Üretim ve satış yasağına dair bir düzenleme bulunmaması, bu alanlardaki önlemlerin yetersizliğini ortaya koyuyor"* (Sözcü, 19.07.2024).

Yazının genelinde çıkarılacak olan yasada kullanılan dilin halkın tepkisini azaltmayı hedeflediği ve esasen ölüm odaklı bir düzenlemenin kabul edilmesini sağlamak istediği ifade edilmektedir. Barınakların yetersizliği ve "yakala, kısırlaştır, sal" politikasının kaldırılması, hayvanların toplu ölümlerine kapı aralayacak bir yaklaşım olarak gösterilmektedir. Yazıya göre, üretim ve satışla ilgili düzenlemelerin eksikliği, yasa tasarısının hayvan hakları konusunda yetersiz kaldığını göstermektedir.

"Cumhurbaşkanı, 16.06.2018 tarihinde X platformunda yaptığı paylaşımında, hayvanların korunmasının inanç ve insanlık gereği olduğunu vurgulamıştı" (Sözcü, 19.07.2024). Bu ifade ile hayvan haklarına dair önceki taahhütlerin, mevcut yasa değişiklikleriyle çeliştiği ima edilmektedir.

"Bu paylaşımından sonra inancımız mı değişti, insanlığımız mı bitti? Lütfen bu katliam yasasını geri çekin çünkü bu vebalin altında kalmaya kimsenin gücü yetmez!" sözleriyle de yazısını noktalamaktadır (Sözcü, 19.07.2024).

#### 8.1.4. Bekir Coşkun ve Köpekler!.. – Uğur DÜNDAR/ 28 Temmuz 2024

Sözcü gazetesinde Bekir Coşkun'un kaleme aldığı köşe yazısında, hayvanların kurtarma çalışmalarındaki kritik rolü ve toplumların gelişmişlik seviyesinin hayvanlara gösterdikleri sevgi ve duyarlılıkla bağlantılı olduğu vurgulanmaktadır. Bekir Coşkun yazısına bir anısını anlatarak başlamaktadır. Bu anı, "Büyük depremde yıkılan binaların altında kalan küçük Hatıra, Macar kurtarma ekibi tarafından fark edildi. Manş adlı köpek, Hatıra'nın yerini belirleyip ona su taşıdı. 82 saat sonra Hatıra kurtarıldı. Bir yıl sonra Macar ekip Türkiye'ye döndü ve Hatıra ile tekrar buluştu. Manş, çiçek vermek için eğitilmişti, ancak heyecanla çiçekleri savurup Hatıra'ya sarıldı. Laszit Lehoczki, bu duygu dolu anlarda gözyaşlarını tutamadı. O depremde köpekler, 37 kişiyi kurtardı" şeklindedir (Sözcü, 28.07.2024). Yazarın bu anısından bahsetmesinin nedeni hayvanların kurtarma çalışmalarındaki önemli rolünü vurgulamaktır. Manş'ın insani duygular sergileyerek çiçek vermek yerine Hatıra'ya sevgiyle sarılmasıyla, hayvanların da derin bir duygusal bağ kurabildiğini göstermek amacındadır. Ayrıca, Laszit Lehoczki'nin gözyaşları, kurtarma ekibinin yaşadığı yoğun duygusal bağları ve başarının insanları derinden etkilediğini bu yazı ile gösterilmek istenmektedir. İnsan ve hayvan arasındaki iş birliğinin ne kadar güçlü ve etkileyici olabileceğini bu anı ile yansıtılmaya çalışılmıştır.

"Gelişmiş ülkelerde her evde bir hayvan bulunur; kedi, köpek ya da kuş gibi. Gelişmemiş toplumlarda ise hayvanlar genellikle yasaklanmıştır. Bu, hayvan sevgisinin medeniyet seviyesiyle bağlantılı olduğunu, hayvan haklarına duyarsızlığın ise gelişmemiş toplumların bir özelliği olduğunu gösterir. Başka bir canlıyı sevmeyi öğrenmeyen çocuklar, insanlara da merhamet göstermezler" (Sözcü, 28.07.2024). Yazar bu paragrafında hayvan beslemenin toplumsal gelişmişlik ile ilişkili olduğunu iddia etmektedir. Gelişmiş ülkelerde evcil hayvanların yaygınlığı, bu toplumların hayvan haklarına verdiği önemi gösterirken, gelişmemiş toplumlarda hayvanların yasaklanması, bu toplumların duyarsızlık gösterdiğini belirtmektedir. Ayrıca, hayvan sevgisinin çocukların empati ve acıma duygularını geliştirmede önemli bir rol oynadığını öne sürmektedir. Hayvanlara yönelik tutumların toplumsal değerler ve insan ilişkileri üzerinde geniş bir etkisi olabileceğine bu paragraf ile dikkat çekmektedir.

#### 8.1.5. İşte Başiboş Köpeklerin Yarattığı Soruna Çözümler – Uğur DÜNDAR/ 26 Mayıs 2024

Sözcü gazetesinde Uğur DüNDAR'ın kaleme aldığı köşe yazısında, köpeklerin sadık ve koruyucu doğasının idealize edilmesiyle, onların terk edilmesinin etik ve sosyal açıdan sorgulanması gerektiği vurgulanmakta; aynı zamanda sokak hayvanlarına yönelik kalıcı çözümler önerilmektedir. Yazısına DüNDAR, kendi yapmış olduğu bir röportajdan bahsederek başlamaktadır. "Genel Cerrahi Uzmanı Prof. Dr. Mehmet Asil Yılmaz, köpeklerin sadık dostlar olduğunu ve kendilerine yapılan iyiliklere karşı minnettarlık gösterdiklerini vurguluyor. Köpekler, sahiplerini tanır, onları korur ve düşmanlara karşı canları pahasına mücadele ederler. Ancak, bu sadık hayvanlar bazen terk edilerek sokaklara, yol kenarlarına veya ormanlara bırakılmaktadır" (Sözcü, 26.05.2024). Yazar, yazısının ilk paragrafında görüldüğü üzere, köpeklerin sadakatini ve koruma içgüdülerini idealize ederken, aynı zamanda onların terk edilmesinin getirdiği olumsuz sonuçlara dikkat çekmektedir. Köpeklerin toplumsal değerini ve koruma gereksinimini ön planda tutarak, onların terk edilmesinin etik ve sosyal sorumluluk açısından sorgulanması gerektiğini öne sürmektedir.

Yılmaz'ın açıklaması, hem köpeklerin insan hayatındaki önemli rolünü yüceltmektedir hem de hayvanlara karşı daha sorumlu davranılması gerektiğini ima etmektedir.

*"Terk edildiklerinde, yalnızlık, hastalık ve ölüm tehlikesiyle karşı karşıya kalırlar. Bu köpekler, hayatta kalmak için çeşitli yerlerde yiyecek arar ve buldukları yerlerde koruma görevi üstlenirler. Terk edilmenin sorumluluğu, köpeğin değil, ona gereken ilgiyi göstermeyen sahibinin üzerindedir"* (Sözcü, 26.05.2024). Yazar yazındaki bu kısımda insanların sahiplendiği evcil hayvanların sonradan terk edilmesine vurgu yapmakta, sokağa atılan bu hayvanların sıcak ev ortamından birden kopararak sokağa atıldıkları için uyum sağlama konusunda zorluk çektiklerine değinmektedir. Özellikle daha önce sokakta hiç yaşamamış bir canlı ise sokağa alışması kat ve kat daha zor olacağı belirtilmiştir. Yazar burada, onların sokakta olmalarını değil onları sokaklara atan önceki sahiplerini eleştirmektedir. Bu söylemleri ile onları sokaklara atanların sorumsuz ve ihmalciler insanlar oldukları vurgulamak istemektedir.

*Uzun süre aç kalan köpekler saldırgan olabilir"* (Sözcü, 26.05.2024). Uğur Dündar bu cümle ile aslında saldırgan köpeklerin niçin saldırgan olduklarını ve sorumlunun aslında kimler olduğunu açıkça belirtmektedir. Yazısına eklediği başka bir yargı ise barınakların yetersiz olması ve bazı köpeklerin barınaklarda aşıltilması, kısırlaştırılması olabilirken çoğu köpek bu olanaklardan bihaber yaşamını sürdürüyor. Ulaşılamayan bu köpekler, terk edilen köpekler, onlar işte uzun süre yemek bulamayınca aç kalan ve hırçınlaşan o köpekler olduğunu da bu yargısı ile belirtmektedir.

*"Her yıl başıboş köpekler yüzlerce saldırı yapıyor. Kısırlaştırılmış ve barınaklarda yaşayan köpekler, sokaklardaki bu tür olayları azaltabilir. Avrupa'da sokak köpekleri sorun olmuyorken, ülkemizde neden bu kadar büyük bir problem var?"* (Sözcü, 26.05.2024). Uğur Dündar bu paragrafında 'barınaklar yeterli sayıda olsaydı ve köpekler bulunup, kısırlaştırılıp, aşılatılıp öyle bırakılsaydı başıboş köpek dahi olsa saldırgan köpek vakaları daha da azaltılabilirdi' yargısına yer vermiştir. Avrupa ile ülkemizi kıyaslayarak onlar yaptı biz neden yapamıyoruz sorusunu ilgililere sorarak mevcut sistemlerin yetersizliğini vurgulamaktadır. Bu durum üzerine yazar yetkililere birkaç öneri sunmaktadır. Önerileri şu şekildedir: *"Sokak köpekleri barınaklara alınmalı ve geri salınmamalıdır. Barınak sayıları artırılmalı, veteriner hekimler tarafından yönetilmelidir. Barınaklar desteklenmeli ve halk köpek-kedi sahiplenmeye teşvik edilmelidir. Petshoplardan hayvan alacaklardan barınaklara katkı vergisi alınmalıdır. Köpek ve kedilerin sokağa terk edilmesi engellenmeli ve bu davranışlar ağır cezalara tabi tutulmalıdır"* (Sözcü, 26.05.2024).

Yazar, sokak hayvanlarının barınaklara alınması ve sokaklara geri bırakılmaması gerektiğini savunarak ve halkın hayvan sahiplenmeye teşvik edilmesi gerektiğini belirterek, sorunun kalıcı çözümü için daha sistematik ve yapılandırılmış bir yaklaşım önermektedir.

#### 8.1.6. Sözcü Gazetesi Köşe Yazıları Analizi

Çalışmanın bu kısmında; Sözcü Gazetesi köşe yazıları ile ilgili analiz sonuçları ele alınmıştır. Köşe yazıları ile ilgili analiz sonuçları Tablo 2'de verilmiştir.

**Tablo 2.** Sözcü Gazetesi Köşe Yazıları

"Yasayı değiştirmek hayvanları öldürmek isteyen beyler ve hanımlar"
"İktidarın kendi partisinin tarihine "kara leke" olarak geçecek yeni yasa"
"Meclis bu acımasız yasaya imza atarsa binlerce masum can yok olacak"
"Adı Hayvanları Koruma Kanunu ama aslında sokak hayvanları için düzenlenen bir katliam yasası"
"Yeni yasaya göre, belediyeler "çok köpek var" diyerek hayvanları yasal olarak öldürebilecek"
"Yani bütün maddelerin ortak yanı 'ölüm emri' veriyor olması"
"Masum canların yok olacağı" ve "kan kokan yasa"

Bu ifadeler, sokak hayvanlarına yönelik yeni yasa tasarısına karşı kamuoyunda oluşan güçlü ve duygusal tepkileri yansıtmaktadır. Toplumun hayvan hakları konusundaki hassasiyetinin artmış olduğu ve bu konunun geniş bir kesimde yankı bulduğu anlaşılmaktadır. “Kara leke,” “katliam yasası,” ve “masum canların yok olması” gibi ağır ifadeler, yasaya yönelik derin hoşnutsuzluğu ve adalet arayışını ortaya koyarken, bu tür söylemler yasayı iktidarın imajına yönelik bir tehdit olarak değerlendirmektedir. Yasanın hayvanları koruma değil, aksine onları tehdit eden bir unsur olarak algılandığı, toplumu kutuplaştırma riski taşıyan ve “biz ve onlar” ayrımını besleyen bir yaklaşım sergilenmektedir. Duygusal yoğunluk taşıyan bu dil, okuyucunun empati kurmasını sağlarken “kan kokan yasa” ve “ölüm emri” gibi korku ve kıyamet senaryosu oluşturan ifadelerle yasa değişikliğinin tehlikeli ve geri döndürülemez sonuçlara yol açacağı algısını güçlendirmektedir. “Yasayı değiştirmek isteyen beyler ve hanımlar” gibi hedef gösteren söylemler, bireyleri veya grupları yasa değişikliğinin sorumlusu olarak işaret ederek suçlama ve kutuplaşmayı artırmaktadır. Bu tür sert ifadeler kamuoyunun tepkisini açıkça ortaya koyarken, diyalog ve uzlaşma ihtimalini zorlaştırarak toplumda yapıcı ve çözüm odaklı bir tartışma zeminini baltalayabilir.

## 8.2. Habertürk Gazetesi Köşe Yazıları

### 8.2.1. Köpek Sorunu Siyasetçilere Bırakılamayacak Kadar Ciddi Bir İş – Nagehan ALÇI/ 31 Mayıs 2024

Habertürk gazetesinde Nagehan Alçı'nın 31 Mayıs tarihinde kaleme aldığı köşe yazısında, sokak köpekleri sorununa yönelik çözüm önerilerini ve mevcut uygulamaları mercek altına alarak, bu konunun daha uzmanlık gerektiren ve kutuplaşmadan uzak bir yaklaşımla ele alınması gerektiği vurgulanmaktadır. Alçı yazısında, konuyla alakalı araştırmalar yapmak suretiyle, sokak köpekleri sorununa yönelik çözüm önerilerini ve mevcut uygulamaları objektif bir şekilde değerlendirmeye çalıştığını belirtmektedir. Aynı zamanda İBB'nin çalışmaları hakkında yazısında bazı eleştiriler de bulunmaktadır. Yazar, sokak köpekleri sorununa yönelik AK Parti'nin çözüm önerisini hazırlayan Grup Başkanı Abdullah Güler ile yaptığı röportajdan bahsetmektedir. Konuyu detaylı ve çok yönlü bir şekilde ele almak istediğini okuyuculara hissettirmeye çalışmaktadır. Ayrıca, Alçı'nın İBB Veteriner Hizmetleri Müdürü, avukat ve veteriner hekim ile yapılan görüşmeleri, konunun çeşitli perspektiflerden ele alındığını ispatlamaya yönelik adımlar olduğu anlaşılmaktadır. “İBB'nin Kemerburgaz'daki tesislerinde 300 civarı kedi ve 70 civarı köpeğe aynı anda tedavi imkânı sağlanabiliyor. Bu elbette yeterli değil ve burası kalıcı barınmaya uygun değil ancak Veteriner Hizmetleri Müdürü Fevzi Kararağaç her yıl 40 bin köpeğin kısırlaştırıldığını, mevcut köpeklerin yüzde 80'inin ameliyatsız olduğunu söylüyor” (Habertürk, 31.05.2024). Alçı, İBB'nin Kemerburgaz tesislerindeki durumu yazısında bizlere aktarmakta ve burada tedavi gören hayvan sayısının yeterli olmadığını belirtmektedir. Yazar, Veteriner Hizmetleri Müdürü Fevzi Kararağaç'ın verdiği bilgilere köşesinde yer vererek mevcut durumun olumlu ve olumsuz yönlerini değerlendirmektedir.

“Açıkçası bu oranı biraz fazla yüksek buldum. Şayet bu oranda kısırlaştırma yapılırsa köpek sayısı bu kadar artmazdı” (Habertürk, 31.05.2024). Alçı, Fevzi Kararağaç'ın verdiği kısırlaştırma oranlarının yüksek olduğunu belirterek bu oranlara şüpheyle yaklaşmaktadır, sadece bir bakım evi bu kadar köpek kısırlaştırabiliyorsa neden bu kadar kontrolsüz bir biçimde çoğalabildiklerini okuyucuya sorgulatmaktadır. Konu ile alakalı daha derin bir inceleme yapılması gerektiğini vurgulamaktadır.

Nagehan Alçı mevcut duruma şüphe ile yaklaşırken, yapılması gerekenlere dair çözüm önerileri de sunmaktadır. Merkezi hükümetin ve belediyelerin sorumluluklarını daha etkin yerine getirmeleri gerektiğini ve eksikliklerini yazısında ele almaktadır. “Kısırlaştırma konusunda sorumluluk belediyelerde ama merkezi hükümetin elini biraz daha fazla taşın altına koyması da gerekiyor. Hayvan başına merkezi hükümetten 300 TL kadar bir ödenek ayrılıyormuş, bu maliyetin 5'te biri”

(Habertürk, 31.05.2024). Kısırlaştırma maliyetinin beşte birinin merkezi hükümet tarafından karşılandığı söylenmektedir. Bu oranın azlığı söz konusu merkezi hükümetin desteğinin yetersiz olduğunu vurgulamaktadır. Hükümetin daha fazla sorumluluk alması gerektiğini yazısında ele almaktadır.

Nagehan Alçı, birçok belediyenin hala barınak sahibi olmadığına da dikkat çekmektedir. Mevzuatın uygulanmadığını veya yaptırımların yetersiz olduğunu bu yargı ile aktarmaktadır. Aynı zamanda yazar, saldırgan köpeklerin tespit edilmesi ve gözetim altına alınması gerektiğini belirtmektedir. Bu söylem yetkililere saldırgan köpeklerin yönetimi konusunda pratik ve hedefe yönelik bir çözüm önerisi sunmaktadır.

*“Gelelim sahiplenme meselesine... Sahiplenilmeyen köpeklerin uyutulacağı söyleniyor ve bu öneriyi itiraz büyük. Peki, sahiplenme nasıl bir süreç?”* (Habertürk, 31.05.2024). Yazarın bu yargısı uyutulacak olan köpeklerin yarattığı toplumsal duyarlılığın ve tepkilerin farkında olduğunu göstermektedir. Sahiplenme sürecinin detaylandırılması gerektiği ve bu sürecin iyileştirilmesi, bu konuda insanların bilgilendirilmesi, bilgi eksikliğini kapatmaları gerektiğini söylemektedir.

Yazar, sokak köpekleri sorununu ele alarak, İBB'nin Sempatı uygulaması ve 2021'deki yasal düzenlemeler hakkında bilgilendirici bir tutum sergileyerek bu uygulama ve yasal düzenlemeler hakkında vermek istediği bilgiler için yazısında yer ayırmıştır. Uygulamaların ve yasaların karmaşıklığını eleştirirken, köpeklerin sahiplenme süreçlerinin zorluğuna da değinmektedir. Nagehan Alçı, 2021'deki yasal düzenlemelerin niyetinin iyi olduğunu, fakat şikâyet sürecinin savcılıklardan Tarım Bakanlığı'na kaydırılmasının komplikasyonlara yol açtığını söylemektedir.

Prof. Dr. Tamer Dodurka'nın köpeklerin doğuştan saldırgan olmadığını, çevresel faktörlerin etkisiyle saldırganlaştıklarını belirten görüşlerine bu köşede yer vermektedir. Dodurka, *“şehirdeki sakin ve aşılı köpeklerin toplanmasının tehlikeli sonuçlar doğurduğunu vurguluyor”*. Kısaca mevcut politikaların ve uygulamaların yeniden değerlendirilmesi gerektiğini belirterek, köpeklerin imha edilmesine yönelik politikaların daha saldırgan köpeklerin şehirlere inmesine yol açabileceğini öne sürmektedir.

Son olarak, sokak köpekleri meselesinin kutuplaşmadan uzak, uzmanlık gerektiren bir yaklaşımla ele alınması gerektiğini ve belediyelerin bu konuda daha etkin rol alması gerektiğini yazısında açıkça ifade etmiştir.

### 8.2.2. İnsanlar ve Köpekler: Ölüm ve Yaşam Arasında – Nagehan ALÇI / 27 Mayıs 2024

Nagehan Alçı, AK Parti'nin sokak köpeklerine yönelik düzenlemelerini toplumsal beklentiler ve hükümetin bu taleplere verdiği yanıtlar çerçevesinde ele alarak, mevcut durumun sürdürülemezliği ve vicdani ikilemlerle yüzleşme gerekliliğini vurgulamaktadır. *“Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın yaptığı araştırmanın sonuçları, AK Parti'nin sokak köpekleri ile ilgili düzenlemesinin arkasındaki nedeni net bir şekilde ortaya koyuyor. Araştırmaya göre, halkın büyük bir çoğunluğu mahallelerinde sahipsiz köpeklerin bulunduğunu belirtiyor ve bunları ciddi bir sorun olarak görüyor”* (Habertürk, 27.05.2024). Yazar yazının ilk paragrafına, AK Parti'nin sokak köpeklerine yönelik düzenlemesinin, halkın büyük bir kısmının beklentilerine uygun olduğunu vurgulayarak başlamaktadır. Araştırmada halkın büyük bir çoğunluğun başboş sokak köpekler konusunda rahatsız hissettiklerini dile getirdiklerinden bahsetmektedir.

Yazar, sokak köpekleri konusunda toplumda geniş bir uzlaşma olduğunu vurgulamaktadır. Barınaklara alınamayan ve sahiplenilmeyen ya da hasta olan köpeklerin uyutulması fikrine yönelik desteğin geniş bir kesim tarafından benimsendiği belirtilmektedir.

Yazar, uyutulma kararının vicdani açıdan rahatsızlık yaratsa da mevcut durumun sürdürülemez olduğuna dikkat çekmektedir. Aynı zamanda, sokak köpeklerine yönelik sert

önlemlerin uygulanmasının toplumda nasıl bir etki yaratabileceği üzerinde durarak, çözümün karmaşık ve çok yönlü bir yaklaşımla ele alınması gerektiğini ifade etmektedir.

*“Yazarken bile ürperiyorum... Araştırma sonuçları gösteriyor ki, toplumda sabır tükenmiş. Yeni taşındığım mahalledeki sokak köpeklerini ve bu durumu düşünüyorum. Sorun çok karmaşık. Ne hayvan hakları savunucularının köpeklere kızmasını, ne de öldürülmelerini savunanları haklı buluyorum”* (Habertürk, 27.05.2024). Yazar, bu paragrafta sokak köpeklerine yönelik şikâyetlerin hem de onların (gerektiğinde) öldürülmesi önerilerinin arasında sıkışmış bir durumda olduğunu söylemektedir. Buradaki söylemleriyle çok karmaşık bir konu olduğundan bahsetmektedir.

*“Bir yanda köpek saldırılarıyla evlatlarını kaybedenler, diğer yanda öldürülecek çaresiz köpekler... Bu çıkmazdan nasıl kurtulacağız? Sahipsiz köpeklerin öldürülmesi içime sinmiyor, ama bu şekilde de devam edemez”* (Habertürk, 27.05.2024). Yazar, mevcut durumun sürdürülemez olduğunu belirtirken, köpeklerin öldürülmesi gibi radikal çözümlere karşı vicdani bir direnç sergilemektedir. Aynı zamanda, sorunun çözümsüz bırakılmasının da kabul edilemez olduğunu ifade etmektedir. Yazarın bu tutumu, sorunun karmaşıklığını ve çözümün ne kadar zor olduğunu vurgulayan bir söylem oluşturmaktadır.

### 8.2.3. Habertürk Köşe Yazıları Analizi

Çalışmanın bu kısmında; Habertürk köşe yazıları ile ilgili analiz sonuçları ele alınmıştır. Köşe yazıları ile ilgili analiz sonuçları Tablo 3'te verilmiştir.

**Tablo 3.** Habertürk Köşe Yazıları

<i>“Bir yanda köpek saldırılarıyla evlatlarını kaybedenler, diğer yanda öldürülecek çaresiz köpekler...”</i>
<i>“Sahipsiz köpeklerin öldürülmesi içime sinmiyor, ama bu şekilde de devam edemez”</i>
<i>“Ne hayvan hakları savunucularının köpeklere kızmasını, ne de öldürülmelerini savunanları haklı buluyorum”</i>
<i>“Araştırmaya göre, halkın büyük bir çoğunluğu mahallelerinde sahipsiz köpeklerin bulunduğunu belirtiyor ve bunları ciddi bir sorun olarak görüyor”</i>
<i>“Sahiplenilmeyen köpeklerin uyutulacağı söyleniyor ve bu öneriye itiraz büyük”.</i>
<i>“Şehirdeki sakin ve aşılı köpeklerin toplanmasının tehlikeli sonuçlar doğurduğunu vurguluyor”</i>
<i>“Yeni taşındığım mahalledeki sokak köpeklerini ve bu durumu düşünüyorum. Sorun çok karmaşık”</i>

Bu ifadeler, sokak köpekleri sorununun toplumda derin bir karmaşıklık ve duygusal yük taşıyan bir mesele olarak algılandığını göstermektedir. “Bir yanda köpek saldırılarıyla evlatlarını kaybedenler, diğer yanda öldürülecek çaresiz köpekler” ifadesi, sorunun iki yönlü dramatik boyutunu vurgularken, toplumun hem insan güvenliği hem de hayvan hakları açısından bölündüğünü açıkça ortaya koymaktadır. Sahipsiz köpeklerin öldürülmesine dair duyulan rahatsızlık, “içime sinmiyor” gibi bireysel vicdani bir bakış açısıyla ifade edilirken, mevcut durumun sürdürülemez olduğu yönündeki tespit, çözüm arayışının aciliyetini göstermektedir. Halkın büyük bir çoğunluğunun sahipsiz köpekleri ciddi bir sorun olarak görmesi, bu durumun toplumsal algıdaki yaygınlığını ve çözüm beklentisini yansıtırken, “köpeklerin uyutulacağı” önerisine yönelik itirazların büyüklüğü, bu çözüme duyulan etik ve duygusal direnci ortaya koymaktadır. Şehirdeki sakin ve aşılı köpeklerin toplanmasının tehlikeli sonuçlara yol açtığı vurgusu, bu tür uygulamaların öngörülemeyen yan etkilerine dikkat çekerken, sorunun karmaşıklığını “Yeni taşındığım mahalledeki sokak köpeklerini ve bu durumu düşünüyorum” ifadesiyle bireysel düzeyde de ortaya konmaktadır. Tüm bu ifadeler, sokak köpekleri konusunun toplum genelinde bir uzlaşmaya varılmasını zorlaştıran, çok boyutlu ve hassas bir mesele olduğunu göstermektedir.

### 8.3. Sabah Gazetesi Köşe Yazıları

#### 8.3.1. Köpek Mağduru Annenin Üzerine Yürüdüler – Mevlüt TEZEL/19 Temmuz 2024

Sabah'ta Mevlüt Tezel, kaleme aldığı yazısında, sokak köpekleri sorununu duygusal bir olayla somutlaştırarak, mevcut yasaların ve muhalefetin duyarsızlığını eleştirmekte ve Atatürk dönemi uygulamalarıyla günümüz arasındaki farkları vurgulayarak geçmişin daha etkili çözümlerini referans almaktadır. *"TBMM Tarım, Orman ve Köyişleri Komisyonu'nun başıboş sokak hayvanlarıyla ilgili toplantısına, Antalya'da sokak köpeklerinden kaçarken kamyonun altında kalıp yaşamını yitiren 10 yaşındaki Mahra Melin Pınar'ın annesi Derya Pınar da katıldı. Pınar, yasa tasarısına karşı çıkan muhalefet vekillerine ölen çocuğunun ayakkabılarını gösterdi"* (Sabah,19.07.2024). Yazar, yazısının ilk paragrafına duygusal bir olayla başlamakta ve bu olayla okuyucunun dikkatini çekmeye çalışmaktadır. Mahra Melin Pınar'ın trajik ölümü, sokak hayvanları sorununu kişisel acı bir hikâye ile somutlaştırılmaktadır. Derya Pınar'ın çocuğunun ayakkabılarını göstermesi, bir annenin acısını ve çaresizliğini gözler önüne sererek, kamuoyunda empati yaratması amaçlanmaktadır. Bu söylem, yasaya karşı çıkanlara yönelik duygusal bir eleştiri içermektedir.

*"CHP, DEM Parti ve TİP'li milletvekilleri ise acılı annenin konuşmasına izin vermediler. Bu vekiller, başıboş köpekler nedeniyle çocukları ölen bir annenin acısını anlamak yerine, onun sesini susturdular"* (Sabah,19.07.2024). Vekillerin, acılı bir annenin konuşmasını engellemesi, onların halktan kopuk olduğunu ve duyarsız bir tutum sergilediklerini ima etmektedir. Burada kullanılan söylem, muhalefet partilerinin empati yoksunluğunu ve sorunu görmezden gelme eğilimlerini vurgulamak için stratejik olarak seçilmiştir. Bu sebeple muhalefet partilerini eleştirmektedir.

*"Olay, başıboş köpeklerin aslında daha çok varoşlar ve düşük gelirli mahallelerin sorunu olduğunu gösteriyor. Lüks semtlerde yaşayanlar, köpek saldırdıklarını yalnızca haberlerde izliyor"* (Sabah,19.07.2024). Yazar bu paragraf ile sorunun sınıfsal boyutuna dikkat çekmektedir. Sorunun toplumsal adaletsizlikle ilişkili olduğunu ima etmektedir. Yazıda lüks semtlerde yaşayanların, bu tür sorunları uzaktan izledikleri belirtilerek, toplumdaki sınıfsal farkın altı çiziliyor. Bu söylem, sorunun çözümü için sınıfsal bir perspektif gerekliliğini öne çıkarmaktadır.

*"Ancak, ülkemizde sol görüşlü vekiller, bu soruna çözüm aramak yerine, sözde hayvan severler ve elitlerin yanında yer alıyorlar. Sokak köpekleri sorunu, sınıfsal bir meseleye dönüşmüş durumda, ancak sol partiler bunu görmezden geliyor"* (Sabah,19.07.2024). Yazar sol görüşlü vekillerin, halkın sorunlarına çözüm aramak yerine, elitlerin ve hayvan severlerin yanında durduğunu iddia etmektedir. Bu söylem, sol partilerin sınıfsal bir sorunu görmezden geldikleri eleştirisini barındırmaktadır. Eleştiri, sol partilerin geleneksel misyonlarından saparak, halkın gerçek sorunlarına çözüm bulmaktan uzaklaştığını ima etmektedir.

*"Normalde sol partiler, yoksulların sorunlarına eğilirken, burada elitlerin temsilcisi haline geldiler. Dahası, bu vekiller, evladını kaybetmiş bir annenin acısını küçümsediler ve onun görüşlerine empati kurmaktan uzak kaldılar. Bu durum, halktan ne kadar kopuk olduklarının bir göstergesi"* (Sabah,19.07.2024). Sol partilerin, yoksulların sorunlarına çözüm bulma misyonunu terk ettikleri ve elitlerin temsilcisi haline geldikleri iddiası, okuyucuda bu partilere karşı olumsuz bir algı oluşturmayı amaçlamaktadır. Vekillerin, bir annenin acısına duyarsız kalmaları, onların halktan kopuk olduklarını ve empati yoksunu olduklarını ima etmektedir. Bu söylem, sol partilerin halkın gerçek ihtiyaçlarından uzaklaştığı mesajını vermek için kullanılmaktadır.

*"Oysa çözüm basit; gelişmiş ülkelerin uyguladığı yöntemleri benimsemek yeterli. Batı'yı her fırsatta övenler, bu konuda onların çözüm önerilerini reddediyorlar"* (Sabah,19.07.2024). Batı'yı genellikle öven kişilerin bu konuda Batı'nın çözümlerini kabul etmemesi, söylemde çelişki olarak sunulmaktadır. Bu, batı yanlısı eleştirmenlere yönelik bir eleştiri olarak kullanılmakta ve çözümün Batı'nın mevcut uygulamalarını benimsemekte yattığına dikkat çekmektedir. Yazar, geçmişte uygulanan katı

tedbirleri bugünkü durumla karşılaştırmaktadır. Atatürk'ün dönemiyle bugünkü uygulamalar arasındaki fark vurgulanarak, geçmişteki daha sert uygulamalar olumlu bir örnek olarak sunulmaktadır.

CHP'nin köpeklerin barınaklara alınmasına karşı çıktığı iddia edilerek, partiye yönelik eleştiriler yapılıyor. Yazar, CHP'nin günümüzdeki tutumunu, Atatürk'ün politikalarına aykırı bulduğunu dile getirmektedir. Türkiye'nin Afrika ülkeleri ve Hindistan ile birlikte kuduz riski taşıyan ülkeler arasında yer alması, ülke için büyük bir utanç olarak nitelendirilmektedir. Bu durum, yetersiz muhalefetle ilişkilendirilerek, ülkedeki sorunların çözülmemesinin asıl nedeninin muhalefetin etkisizliği olduğu öne sürülmektedir.

### 8.3.2. İnsanımızı Nasıl Koruyacağız? - Hilal KAPLAN/ 14 Mayıs 2024

Sabah gazetesinde Hilal Kaplan, kaleme aldığı yazıda, köpek saldırılarının trajik sonuçlarına ve bu sorunun hızla büyüyen ciddiyetine dikkat çekerek, mevcut yasaların yetersizliğini ve uluslararası örneklerle çözüm önerilerini vurgulamaktadır. *"72 yaşındaki Şerife Arısan, tarlasına gitmek için sabah erken saatlerde yola çıktı, ancak sokak köpeklerinin saldırısı sonucu hayatını kaybetti. Ne yazık ki, Şerife Teyze, köpek saldırılarında hayatını kaybeden veya yaralanan tek kişi değil"*. Paragraf, dramatik bir olayla köpek sorununun ciddiyetini vurguluyor. Yazar, mağduriyet üzerinden okuyucuyu etkilemeye çalışarak, sokak köpeklerinin insan hayatı üzerindeki tehlikesini öne çıkarmaktadır.

*"Son altı ayda 100'den fazla köpek saldırısı yaşandı, ancak bu sayı sadece rapor edilenler. Köpek sürüleri, insanları ve hayvanları parçalayarak saldırıyor. Bu, medeni bir ülkede kabul edilemez"*. Yazar, köpek saldırılarının yaygınlığını ve yetersiz raporlandığını vurgularken, durumun Türkiye'nin medeni bir ülke olma iddiasıyla çeliştiğini belirtmektedir. Bu eleştiri, köpeklerin toplum için büyük bir tehdit olduğunu ima etmektedir.

*"Köpekler sadece saldırmıyor; hijyen sorunlarına ve hastalıklara da yol açıyorlar. Yasal düzenlemeler mevcut, ama uygulanmadıkları için sorun büyüyor. Türkiye genelinde bu problem giderek artıyor"*. Köpek sorununun çok boyutlu bir tehdit olduğunu vurgulamaktadır. Hijyen ve sağlık sorunları üzerinden yazar, mevcut yasal düzenlemelerin etkisizliğini eleştiriyor, bu da sorunun geniş çaplı bir kriz haline geldiğini göstermektedir.

Yazar, Türkiye'nin bu sorunu çözmekte geciktiğini ve diğer ülkelerin çözümlerini hızlıca uygulaması gerektiğini savunmaktadır. Başka ülkelerden örnekler vererek, Türkiye'ye bu konuda yön göstermektedir.

*"Köpeklerin hızla çoğalması ve insan hayatını tehdit etmesi nedeniyle, aşılınıp sahiplendirilmeleri; aksi takdirde uyutulmaları gerektiği açık. Bu çözüm kaçınılmaz hale geldi"*. Yazar, köpeklerin uyutulmasının zorunlu bir çözüm olduğunu savunmaktadır. Alternatif çözüm önerilerinin olmaması, mevcut yöntemin gerekliliğini pekiştirmekte ve sorunun ciddiyetini ortaya koymaktadır.

### 8.3.3. Köpekler Uyutulacak Mı? – Mevlüt TEZEL/ 23 Mayıs 2024

Sabah'ta Mevlüt Tezel'in kaleme aldığı yazısında sokak köpekleriyle ilgili artan saldırıların toplumda derin bir kriz yarattığını ve ünlülerin bile bu sorundan etkilenerek, sorunun toplumsal boyutunu vurguladığını belirtmektedir. *"Sokak köpekleri saldırıları giderek artıyor. Ünlü şarkıcı Demet Akalın, minik Tunahan'ın köpek saldırısına uğradığını gösteren bir videoyu Twitter 'da paylaşarak, kuzeninin benzer bir saldırı sonucu hayatını kaybettiğini açıkladı. Akalın, "2 evlat annesiz kaldı..." diyerek acısını paylaştı"* (Sabah, 23.05.2024).

Köpek saldırılarının artarak toplumun her kesimine yayıldığı, bu trajedilerin artık ünlülerin yakın çevresinin bile etkilendiği ifade edilmektedir. Demet Akalın'ın yaşadığı kayıp, bu durumun



ciddiyetini gözler önüne sermektedir. Trajedinin boyutları, "iki çocuğun annesiz kalması" üzerinden derinleştirilerek, sorunun yalnızca bireysel bir acı değil, toplumsal bir kriz olduğu vurgulanmaktadır.

"Köpek saldırılarının ünlülere kadar ulaşması, bir gün bir ünlünün benzer bir saldırıda yaralanması veya hayatını kaybetmesi olasılığını düşündürüyor. Akalın'ın geçmişte eleştirildiği, ancak şimdi haklı bulunduğu vurgulanıyor" (Sabah, 23.05.2024). Köpek saldırılarının geniş bir tehdit oluşturduğu ve toplumun her kesimini, hatta ünlü isimleri bile etkileyebileceği vurgulanmaktadır. Akalın'ın önceki eleştirilerin ardından şimdi haklı bulunması, onun bu konuda sergilediği duruşun zamanla daha fazla kabul gördüğünü ve bu meseleye duyarlı olmanın önemini ortaya koymaktadır. Bu yaklaşım, okuyucunun sorunun ciddiyetini anlayıp daha duyarlı bir tutum sergilemesini teşvik etmeyi amaçlamaktadır.

"Genelde ünlü sanatçılar, sokak köpekleri konusunda sessiz kalıyor veya radikal hayvansesverlerin yanında yer alıyorlar. Bu durum, sanatçıların toplumsal sorunlar konusunda tarafsız kalmalarının eleştirisi olarak sunuluyor" (Sabah, 23.05.2024). Sanatçıların sokak köpekleri sorununa dair sessiz kalmaları, bu meselede toplumsal ayrışmayı derinleştirmekte ve sanatçıların bu şekilde tarafsız kalmaları eleştirilmektedir. Popüler olanı tercih etmek veya konuyu görmezden gelmek, toplumun daha da bölünmesine yol açarak, mevcut sorunların çözümünü zorlaştırmaktadır.

"Radikal hayvansesverlerin sosyal medyada güçlü bir etkisi var, bu yüzden sanatçılar köpeklerin barınaklara alınması gibi önerilerde bulunmaktan çekiniyor. Bu, sosyal medyanın baskısı altında sanatçıların özgürce görüş belirtmediğini gösteriyor" (Sabah, 23.05.2024). Radikal grupların sosyal medyadaki güçlü etkisi, sanatçıların sokak köpekleriyle ilgili açık görüş bildirmelerini engellediği öne sürülmektedir. Bu baskı, sanatçıların bazı çözüm önerilerini dile getirmekten çekinmesine neden olurken, toplumsal konuların özgürce tartışılmasını da engelliğini düşündürmektedir.

"Sokak köpekleri sorunu yüzünden toplumun kutuplaşacağını kimse beklemezdi. Bu mesele, sadece güvenlik değil, toplumsal bir kriz haline geldi" (Sabah, 23.05.2024). Toplumda sokak köpekleri meselesinin yol açtığı beklenmedik kutuplaşma, sorunun ne denli ciddi boyutlara ulaştığını gözler önüne sermektedir. Bu durum, sokak köpekleri sorununun sadece bireysel bir problem olmaktan çıkarak, toplumsal bir krize dönüştüğünü ortaya koymaktadır.

#### 8.3.4. '114 Yıl Önce' Zamanında Tedbir Alınmayınca Sokak Köpekleri Çok Acı Bir Şekilde İtlaf Oldu – Erhan AFYONCU/ 2 Haziran 2024

Sabah gazetesinde Erhan Afyoncu'nun kaleme aldığı yazısında, İstanbul'daki sokak köpekleri sorunu tarihsel bir perspektifle ele alınmaktadır. Afyoncu, şehirleşmenin köpeklerin yaşam alanlarını daralttığını ve hastalıkların yayıldığını belirtmektedir. Osmanlı döneminde hayvanlara gösterilen hassasiyete rağmen, 1910'da yaşanan Hayırsızada olayı gibi trajik durumlara dikkat çekmektedir. Yazar, geçmişteki olumsuz uygulamaların günümüzde tekrarlanmaması gerektiğine dair bir uyarıda bulunmaktadır.

"İstanbul'da Sokak köpekleri, 19. yüzyıl ve 20. yüzyılın başlarından itibaren toplumu ikiye bölen bir sorun olmuştur. Şehirleşmenin artmasıyla köpeklerin yaşam alanları daralmış ve kuduz gibi hastalıklar yaygınlaşmıştır. Osmanlı döneminde hayvanlara karşı hassasiyet gösterilmiş ve sokak köpekleri genellikle koruma altına alınmıştır. Ancak 1910 yılında yaklaşık 50 bin köpek Hayırsızada'ya sürülmüş ve burada açlık ve susuzluktan ölmüştür" (Sabah, 02.06.2024). Yazar, İstanbul'daki Sokak köpekleri sorununu tarihsel bir perspektifte ele almaktadır. 19. ve 20. yüzyılın başlarından itibaren, şehirleşmenin artışıyla birlikte köpeklerin yaşam alanlarının daraldığı ve bu süreçte kuduz gibi hastalıkların yayıldığı belirtilmektedir. Osmanlı döneminde hayvanlara karşı gösterilen hassasiyet ve koruma çabaları vurgulanmakta, ancak 1910 yılında gerçekleştirilen trajik Hayırsızada olayına da dikkat çekilmektedir. Bu olay, köpeklerin açlık ve susuzluk nedeniyle yaşamlarını yitirmesi ile

sonuçlanmıştır. Dolayısıyla, bu söylem geçmişte yaşanan olumsuz uygulamaların günümüzde tekrarlanmaması gerektiğine dair uyarıcı bir ton taşımaktadır.

*"Osmanlı'da köpeklere karşı bir hassasiyet bulunmakta, hayvan hakları devlet tarafından korunmaktaydı. Ancak, şehirlerin büyümesiyle köpeklerin yaşam alanları daralmış ve kamuoyu ikiye bölünmüştür. 1909'da köpek sayısının 150 bine çıktığı belirtilmiş, köpeklerin şehirde tehdit oluşturduğuna dair tartışmalar yaşanmıştır"* (Sabah, 02.06.2024). Yazar, Osmanlı dönemindeki hayvan hakları bilincine vurgu yapmaktadır. Devletin köpeklere karşı gösterdiği hassasiyetin, şehirlerin büyümesiyle birlikte köpeklerin yaşam alanlarının daralması sonucu etkisiz hale geldiği ifade edilmektedir. 1909 yılında köpek sayısındaki artışın 150 bine ulaştığı ve bu durumun şehirde tehdit oluşturduğuna dair tartışmaların başladığı belirtilmektedir. Bu söylem, şehirleşmenin getirdiği zorlukların ve kamuoyundaki bölünmenin, köpeklerle ilgili sorunun karmaşıklığını artırdığını ortaya koymaktadır. Geçmişte yaşanan bu sorunların günümüzde de benzer şekilde ele alınması gerektiği vurgulanmaktadır.

*"Abdullah Cevdet ve diğer düşünürler köpeklerin şehirde yarattığı sorunlara dikkat çekmiş, köpeklerin sanayide kullanılmaları önerileri reddedilmiştir. 1910'da köpeklerin adaya sürülmesi kararı alınmış, fakat köpekler kısa sürede geri dönmüştür"* (Sabah, 02.06.2024). Yazar, Abdullah Cevdet ve diğer düşünürlerin köpeklerin şehirde yarattığı sorunlara dikkat çektiğini belirtmektedir. Bu düşünürler, köpeklerin sanayide kullanılmasını reddetmiş ve 1910'da köpeklerin adaya sürülmesine karar verilmiş, ancak köpekler kısa sürede geri dönmüştür. Bu durum, hayvanlara yönelik uygulamaların yetersizliğini ve bu politikaların gözden geçirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

*"Hükümet, köpekleri sanayide kullanma tekliflerini reddetti. Köpekler adaya sürüldü ama halkın tepkisiyle karşılaşıldı. Sonuç olarak, adaya sürülen köpekler açlık ve susuzluktan öldü"* (Sabah, 02.06.2024). Söylem, hükümetin köpekleri sanayide kullanma önerilerini reddettiğini ve köpeklerin adaya sürülmesinin ardından halkın tepkisiyle karşılaştığını vurgulamaktadır. Köpeklerin açlık ve susuzluktan ölmesi, uygulamanın başarısızlığını ve toplumdaki ahlaki tepkileri yansıtmaktadır. Bu durum, devlet politikalarının hayvanlara yönelik olumsuz etkilerini ve halkın bu tür uygulamalara karşı duyarlılığını ortaya koymaktadır.

*"Cumhuriyet döneminde de köpeklerin şehirden çıkarılması kararı alındı. Ancak sorun günümüze kadar çözülemedi"* (Sabah, 02.06.2024). Köpeklerle ilgili meselelerin tarihsel bir süreklilik taşıdığını ve mevcut çözümlerin yetersiz kaldığını göstermektedir. Dolayısıyla, bu sorun hem geçmişten günümüze taşınmış hem de etkili bir çözüm geliştirilmemiştir. Bu bağlamda, mevcut politikaların sorunun köklü bir çözümüne ulaşamadığına dikkat çekilmektedir.

*"II. Mahmud döneminde sokak köpeklerine karşı ilk belirgin tepki görülmüştü. Ancak halkın tepkisi üzerine köpekler geri getirildi"* (Sabah, 02.06.2024). Bu söylem, II. Mahmud döneminde sokak köpeklerine karşı alınan sert önlemlerin halk tarafından tepkiyle karşılandığını ve bu sebeple geri adım atıldığını ifade etmektedir. Halkın hayvanlara yönelik duyarlılığının ve tepkisinin, hükümet politikalarının şekillendirilmesinde önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, köpeklerle ilgili alınan kararların toplumsal tepkiler doğrultusunda değiştiği anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, devlet politikalarının halkın duyarlılığını göz önünde bulundurması gerektiği vurgulanmaktadır.

*"Batılı gözlemciler, Müslümanların sokak köpeklerine daha hoşgörülü davrandığını belirtmiştir"* (Sabah, 02.06.2024). Batılı gözlemcilerin Müslüman toplumlarının sokak köpeklerine karşı daha hoşgörülü bir tutum sergilediğini belirttiklerini ifade etmektedir. Bu gözlem, Osmanlı toplumunun hayvanlara karşı gösterdiği duyarlılığı ve hoşgörüyü vurgulamaktadır.

“19. yüzyıldan sonra köpeklerin salgın hastalıklara neden olduğu, bu yüzden müdahale edilmesi gerektiği düşüncesi yaygınlaşmıştır” (Sabah, 02.06.2024). Söylem, 19. yüzyıldan itibaren köpeklerin salgın hastalıkların yayılmasında rol oynadığının düşünüldüğünü ve bu nedenle bu konuda müdahalede bulunulması gerekliliğinin kabul edildiğini ortaya koymaktadır. Bu görüş, köpeklerin sağlık riskleri açısından tehdit oluşturduğuna dair bir algının geliştiğini ve bu algının, devlet politikalarının şekillenmesinde etkili olduğunu vurgulamaktadır.

“Abdülaziz döneminde köpekler adaya nakledilmiş, fakat büyük bir yangının ardından köpeklerin geri getirilmesi kamuoyu baskısıyla gerçekleşmiştir” (Sabah, 02.06.2024). Abdülaziz döneminde köpeklerin adaya sürülmesi kararına rağmen, büyük bir yangın sonrası kamuoyunun tepkisiyle köpeklerin geri getirilmesi sağlanmıştır. Bu söylem, devletin köpekler üzerindeki uygulamalarının halkın tepkisiyle şekillendiğini ve kamu baskısının politikaları etkilediğini göstermektedir. Ayrıca, köpeklerle ilgili alınan sert tedbirlerin toplumun ahlaki ve sosyal tepkileriyle geri alındığını vurgulamaktadır.

### 8.3.5. Sabah Gazetesi Köşe Yazıları Analizi

Çalışmanın bu kısmında; Sabah Gazetesi köşe yazıları ile ilgili analiz sonuçları ele alınmıştır. Köşe yazıları ile ilgili analiz sonuçları Tablo 4’te verilmiştir.

**Tablo 4.** Sabah Gazetesi Köşe Yazıları

“Milletvekilleri ise acılı annenin konuşmasına izin vermediler”
“Pınar, yasa tasarısına karşı çıkan muhalefet vekillerine ölen çocuğunun ayakkabılarını gösterdi”
“Ülkemizde sol görüşlü vekiller, bu soruna çözüm aramak yerine, sözde hayvan severler ve elitlerin yanında yer alıyorlar”
“Evladını kaybetmiş bir annenin acısını küçümsediler ve onun görüşlerine empati kurmaktan uzak kaldılar. Bu durum, halktan ne kadar kopuk olduklarının bir göstergesi”

Bu ifadeler, sokak köpekleri meselesinin siyasal ve toplumsal bir tartışma alanına dönüşerek derin bir kutuplaşmaya neden olduğunu göstermektedir. “Milletvekilleri ise acılı annenin konuşmasına izin vermediler” ve “Pınar, yasa tasarısına karşı çıkan muhalefet vekillerine ölen çocuğunun ayakkabılarını gösterdi” ifadeleri, olayın duygusal boyutunu güçlü bir şekilde vurgularken, yasaya karşı çıkanların insani bir trajediye duyarsız kaldığına yönelik eleştirileri ön plana çıkarmaktadır. Sol görüşlü vekillerin “sözde hayvan severler ve elitlerin yanında yer aldığı” yönündeki ifade, tartışmayı ideolojik bir zemine taşıyarak, halkın acısına yabancı oldukları yönündeki bir algıyı güçlendirmektedir. Evladını kaybetmiş bir annenin acısının küçümsendiği ve empati kurulmadığı vurgusu, yasaya karşı çıkanların toplumsal hassasiyetlerden kopuk olduğu yönünde bir eleştiri içermektedir. Bu durum, sokak köpekleri sorununun çözümünde sadece etik ve pratik boyutların değil, aynı zamanda siyasal ve duygusal hassasiyetlerin de devreye girdiğini ve tartışmanın giderek daha polarize bir hale geldiğini göstermektedir.

### SONUÇ

Yapılan araştırma neticesinde, incelenen köşe yazarlarının sokak köpekleri sorununa ilişkin çok yönlü bir tartışma ortamı oluşturduğu görülmektedir. Gazetelerde yer alan yazarlar hem hayvan hakları hem de kamu güvenliği açısından meseleyi ele almakta ve toplumu bilgilendirme ve yönlendirme gayreti içerisinde olmaktadır. Hayvanların yaşam hakları, bazı yazarlar tarafından hassasiyetle savunulurken, diğer yazarlar kamu güvenliğini tehdit eden durumları öne çıkarmaktadırlar. Bu çerçevede, toplumun bu konuda ikiye bölündüğü; bir tarafta hayvan haklarını savunanların, diğer tarafta ise sokak köpeklerinin yarattığı tehditlerden endişe duyanların olduğu ortaya çıkmaktadır.

Yapılan incelemelerde, farklı gazetelerin köşe yazarlarının sokak köpekleri sorununa dair vurguladıkları unsurlar farklılık göstermektedir. Sözcü gazetesinin yazarları genellikle hayvan haklarına öncelik vererek, sorunun çözümünde hayvanların yaşam hakkını koruyan, insancıl yöntemler üzerine yoğunlaşmışlardır. Bu yazarlara göre, sokak köpeklerinin topluma entegrasyonu ve barınak şartlarının iyileştirilmesi gibi çözümler öne çıkmaktadır. Sabah gazetesindeki köşe yazarları ise genellikle kamu güvenliğine vurgu yaparak, sokak köpeklerinin tehdit oluşturduğu durumları dile getirmiş ve daha sert tedbirlerin alınması gerektiğini savunmuşlardır. Özellikle çocuklara yönelik saldırılar, bu yazarların yazılarında sıklıkla gündeme getirilmiştir. Habertürk gibi daha dengeli bir duruş sergileyen gazetelerde ise yazarlar hem hayvan refahını hem de kamu güvenliğini göz önünde bulunduran, orta yolcu çözüm önerilerine yer vermişlerdir. Bu gazetelerde yer alan yazarlar, sorunun çok yönlü bir yaklaşımı gerektirdiğini vurgulayarak, belediyelerin daha etkin rol alması ve toplumun bilinçlendirilmesi gerektiğine dikkat çekmektedirler.

Medya, toplumsal olayların gündeme gelmesinde, tartışılmasında ve çözüme kavuşturulmasında önemli bir işlev görmektedir. Bu işlevin objektif olarak yerine getirilmesi herkes tarafından istenilmekle birlikte, ideal olanıdır. Objektif medya anlayışı, ideal olanı temsil etse de günümüzde medyanın işlevlerini objektif bir biçimde yerine getirmesi, çeşitli sebeplerden ötürü pek mümkün gözükmemektedir. Medya içeriklerinde çoğunlukla ideolojik yaklaşımlar gözlemlenmektedir. Bu durum, toplumsal olayların doğru değerlendirilme olasılığını azaltmaktadır.

Son yıllarda Türkiye’de önemli bir toplumsal soruna dönüşen sokak köpekleri meselesi, 2024 yılında uzun süre gündemde kalmış ve medyada yoğun bir şekilde tartışılmıştır. Bu tartışmalar sırasında farklı görüşler ortaya atılmıştır, fakat bu görüşlerin çoğunlukla meselenin çözüme kavuşturulmasından çok, ideolojik zeminde şekillendiği gözlemlenmiştir. Sokak köpekleri meselesi, medyada bir ideolojik tartışma aracı olarak ele alınmış, çözüm önerileri ise çoğunlukla ideolojik çerçevelerle şekillenmiştir. Bu durum, toplumsal bir sorunun çözümüne dair somut adımların atılmasını engellemiş, tartışmaların çoğunlukla ideolojik bir çatışmaya dönüşmesine yol açmıştır.

Sokak köpekleri meselesinin çözüm odaklı bir şekilde değil, ideolojik bir zeminde tartışılması, medyanın bu konuda toplumsal bir çözüm üretme işlevini zayıflatmaktadır. Medyanın bu yaklaşımı, meselenin toplumun tüm kesimlerini kapsayan ve sürdürülebilir bir çözüm arayışına dönüşmesini engellemektedir. Bu çalışma, sokak köpekleri meselesi üzerine farklı görüşlere sahip köşe yazarları tarafından yazılan köşe yazılarını söylem ve ideoloji bağlamında incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmada, Sabah, Sözcü ve Habertürk gazetelerinin köşe yazıları örneklem olarak seçilmiş ve bu yazılarda yer alan ideolojik yaklaşımlar üzerinde söylem analizi yapılmıştır. Bu analiz yoluyla, medyanın sokak köpekleri meselesini nasıl ideolojik bir tartışma olarak şekillendirdiği ve bu durumun toplumsal sorunların çözümüne nasıl etki ettiği anlaşılmasına çalışılacaktır.

Çalışmadan elde edilen temel bulgular, sokak köpekleri meselesinin, gazetelerin ideolojik yaklaşımları doğrultusunda ele alındığını ve bu durumun, meselenin toplumsal bir sorun olarak çözülmesinden ziyade ideolojik bir tartışma halini aldığına işaret etmektedir. Medya, bu meseleye dair çözüm önerilerini, kendi ideolojik çizgileri çerçevesinde sunmuş, bu da toplumsal uzlaşıya ulaşmasını zorlaştırmıştır. Sokak köpekleri sorununun çözülmesinde hayvan hakları ile kamu güvenliği arasında bir denge kurulması gerektiği açıkça görülmektedir. Farklı gazetelerdeki köşe yazılarından yola çıkarak, bu dengeyi kurabilmek için bir dizi çözüm önerisi sunulabilir. Sokak köpekleri meselesinin çözülmesinde toplumsal farkındalık yaratmanın ve dengeyi sağlamak için önerilen yaklaşımların önemini vurgulamaktadır. Sokak köpeklerinin yaşam hakları

savunulurken, bu hakların toplum güvenliğiyle çelişmemesi adına daha etkili bir denetim ve denge sağlanması gereklidir.

Çözüm sürecinde toplumsal bilinçlenme çok büyük bir rol oynamaktadır. Sokak köpekleri ile ilgili toplumda doğru ve dengeli bir bilgi akışı sağlanmalıdır. Belediye ve sivil toplum kuruluşları, hayvan refahı ve kamu güvenliği arasındaki dengeyi anlatan bilinçlendirme kampanyaları düzenlemelidir. Bu eğitimler hem hayvanseverlerin hem de kamu güvenliği endişesi taşıyan vatandaşların kaygılarını giderebilir. Belediyeler, sokak köpekleri ile ilgili sorunların çözülmesinde etkin bir rol oynamalıdır. Sokak köpeklerinin sağlıklı bir şekilde yaşamaya devam edebilmesi için yerel yönetimler barınaklar, sahiplendirme programları ve sokak köpeklerinin düzenli sağlık kontrollerini sağlamalıdır. Ayrıca, sokak köpeklerinin tehlike oluşturabileceği bölgelerde, sterilizasyon, eğitim ve toplama gibi yöntemler uygulanmalıdır.

Medyanın ve kamuoyunun rolü, bir çözüm önerisinin kamuoyunda kabul görmesini sağlamak için kritik bir önem taşır. Bu noktada, hayvan hakları savunucuları ve kamu güvenliğine önem veren grupların bir araya gelerek ortak çözüm önerileri geliştirmeleri sağlanabilir. Bu tür bir işbirliği, sadece ideolojik çatışmaları azaltmakla kalmaz, aynı zamanda somut ve sürdürülebilir çözümler üretmeye olanak tanır. Hayvan hakları ve kamu güvenliği arasındaki dengenin sağlanabilmesi için etkili yasal düzenlemelere ihtiyaç vardır. Hayvan hakları savunucuları, sokak köpeklerinin yaşam haklarını savunurken, kamu güvenliğine zarar vermemek adına daha sıkı denetimler ve yerel yönetimler tarafından izleme mekanizmaları oluşturulmalıdır. Ayrıca, sokak köpeklerinin aşılama, bakım ve bakımevi sistemlerinin yasal olarak denetlenmesi gerekir.

#### KAYNAKÇA

- Afyoncu, E. (02.06.2024). '114 Yıl Önce' Zamanında Tedbir Alınmayınca Sokak Köpekleri Çok Acı Bir Şekilde İtlaf Oldu. Sabah (<https://www.sabah.com.tr/yazarlar/erhan-afyoncu/2024/06/02/114-yil-once-zamaninda-tedbir-alinmayinca-sokak-kopekleri-cok-aci-sekilde-itlaf-oldu>).
- Alçı, N. (27.05.2024). İnsanlar ve Köpekler: Ölüm ve Yaşam Arasında. Habertürk (<https://www.haberturk.com/ozel-icerikler/nagehan-alcı/3689885-insanlar-ve-kopekler-olum-ve-yasam-arasinda>).
- Alçı, N. (31.05.2024). Köpek Sorunu Siyasetçilere Bırakılamayacak Kadar Ciddi Bir İş. Habertürk (<https://www.haberturk.com/ozel-icerikler/nagehan-alcı/3691164-kopek-sorunu-siyasetcilere-birakilamayacak-kadar-ciddi-bir-is>).
- Althusser L (2003) İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları, Alp Tümertekin (çev), İthaki Yayınları, İstanbul.
- Antonio Gramsci, Hapishane Defterleri, çev. Adnan Cemgil, Belge Yayınları, 2. Baskı 1986, sayfa 54.
- Arık, E. (2014). Demokrasi Paketi Bağlamında Medya ve İdeoloji İlişkisinin Haber Metinlerine Yansıması. Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 4(8), 27-35.
- Arık, E. (2021). Yanlış Bilinç Olarak İdeoloji ve Medyada Yeniden Üretimi. *Beytulhikme: An International Journal of Philosophy*, 11(1).
- Aydoğan, F., Kırık, A. M. (2012). Alternatif Medya Olarak Yeni Medya. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* 18, 58-69.
- Aydoğan, F., Kırık, A. M. (2012). *Medya ve İletişim Araçları*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Barrett, M. (2004). Marx'tan Foucault'ya İdeoloji. (çev. A.Fethi). Ankara: Doruk Yayınları.
- Çakmak, F. (2019). Medyada dezenformasyon sorunsalı ve manipülasyonun gücü: ideoloji ve söylem açısından seçim haberlerinin siyasal iletişimdeki rolü. *Selçuk İletişim*, 12 (2), 1127-1154. <https://doi.org/10.18094/josc.596861>
- Çakmak, F., Bilişli, Y. (2019). *Eleştirel Söylem Analizi ve Sosyo-Bilişsel Yaklaşımlar*. İstanbul: Yedinci Gün Yayınları.

- Çakmak, F., Bilişli, Y. (2019). İdeoloji, Söylem ve İletişim Çalışmalarında Ruth Wodak. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 99-124.
- Çelik, H., Ekşi, H. (2013). Söylem Analizi. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 27, 99-117.
- Dağdeviren, T. (2020). Gramsci'nin sivil toplum kavramına bakışı. *İş ve Hayat*, 6(11), 156-167.
- Dündar, U. (26.05.2024). İşte başıboş köpeklerin yarattığı soruna çözümler... *SÖZCÜ* (<https://www.sozcu.com.tr/iste-basibos-kopeklerin-yarattigi-soruna-cozumler-p49994>).
- Dündar, U. (28.07.2024). Bekir Coşkun ve köpekler!.. *SÖZCÜ* (<https://www.sozcu.com.tr/bekir-coskun-ve-kopekler-p69226>).
- Eagleton, T. (2015). İdeoloji. (çev. M. Özcan). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- Fiske J (2003) İletişim Çalışmalarına Giriş, Süleyman İrvan (çev.). Bilim ve Sanat, Ankara.
- Google. Sokak Köpekleri. (24.12.2024). (<https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&geo=TR&q=sokak%20k%C3%B6pekleri&hl=tr>)
- İnce, M., Küçük, O., Koçak, M. C. (2023). Analyzing the Concept of Evil in Marxist and Freudian Context through the News on the Webpages of the Newspapers. *Turkish Academic Research Review*, 3, 1042-1060.
- Kaplan, H. (14.05.2024). İnsanımızı Nasıl Koruyacağız?. *SABAH* (<https://www.sabah.com.tr/yazarlar/hilalkaplan/2024/05/14/insanimizi-nasil-koruyacagiz>).
- Kartal, N. (2022). "Medya İçeriklerinde İdeolojinin Etkisi: Türk Basınında Azerbaycan Söylemi". *Türk Dünyası Araştırmaları* 131, 461-78.
- Koçak, M. C., Küçük, O. (2021). "Organize İşler" Filminde İdeolojinin İnşası. *Journal of humanities and tourism research*, 3, 526-537.
- Küçüksakarya, E. (2020). *Eleştirel Söylem Analizi ve Uygulama Alanları*. İstanbul: Varlık Yayınları.
- Küçüksakarya, E. (2020). Habertürk ve Yeni Akit Gazetelerinde Yükleme Stratejileri: Söylem-Tarihsel Yöntem Temelli Bir İnceleme. *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 2, 45-54.
- Larrain, J. (1995). İdeoloji ve Kültürel Kimlik. (Çev. N.N. Domaniç). İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- Macit, M. H. (2016). İdeoloji Üzerine Felsefi Bir Değerlendirme. *Kaygı. Bursa Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi* 26, 29-36.
- Meriç, C. (2014). İdeoloji. *İstanbul University Journal of Sociology*, 21-22, 119-142.
- Sözen, E. (1999). Söylem: belirsizlik, mübadele, bilgi, güç ve refleksivite. İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Tezel, M. (19.07.2024). Köpek Mağduru Annenin Üzerine Yürüdüler. *Sabah* ([https://www.sabah.com.tr/yazarlar/gunaydin/sbmevlut\\_tezel/2024/07/19/kopek-magduru-annenin-uzerine-yuruduler](https://www.sabah.com.tr/yazarlar/gunaydin/sbmevlut_tezel/2024/07/19/kopek-magduru-annenin-uzerine-yuruduler)).
- Tezel, M. (23.05.2024). Köpekler Uyutulacak Mı?. *Sabah* ([https://www.sabah.com.tr/yazarlar/gunaydin/sbmevlut\\_tezel/2024/05/23/kopekler-uyutulacak-mi](https://www.sabah.com.tr/yazarlar/gunaydin/sbmevlut_tezel/2024/05/23/kopekler-uyutulacak-mi)).
- Turan, P. (16.07.2024). Ötenazi Değil, Katliam!. *SÖZCÜ* (<https://www.sozcu.com.tr/otenazi-degil-katliam-p66516>).
- Turan, R. (20.07.2024). Vermediğiniz Canı Nasıl Alacaksınız?. *Sözcü* (<https://www.sozcu.com.tr/vermediginiz-cani-nasil-alacaksiniz-p67514>).
- Van Dijk, T. A. (2006). *Discourse and Power*. London: Sage Publications
- Wodak, R. (1996). *Discourse and Discrimination: Rhetoric of Racism*. London: Routledge.

## Sokak Köpekleri Hakkında Yazılan Köşe Yazılarında Söylem ve İdeoloji

Yeşil, A., Ulaş, M. (2020). "İdeoloji ve Medya: Batı ve Ortadoęu Medyasında Ayasofya Haberlerinin Söylem Analizi". Bingöl Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 250-271.

Zafer, C., Vardarlıer, P. (2019). Medya ve Toplum. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 2, 355-361.

Zeyrek, D. (24.05.2024). Bahtiyar'ı Yaşatmak!. SÖZCÜ (<https://www.sozcu.com.tr/bahtiyar-i-yasatmak-p49554>).



## The Power of Tangible and Intangible Cultural Heritage in Shaping Cultural Economy and Prosperity: An Inspirational Case Study of İstanbul and Paris

*Kültürel Ekonomi ve Refahın Şekillenmesinde Somut ve Soyut Kültürel Mirasın Gücü: İstanbul ve Paris'ten İlham Verici Bir Vaka İncelemesi*

Özlem KÜÇÜK<sup>1</sup>

### Abstract

This study aims to compare two notable cities, İstanbul and Paris, in addressing the challenges faced by cultural industries and promoting sustainable tourism. Cultural heritage, both tangible and intangible, is essential for sustainable development. Over the last forty years, UNESCO has highlighted the importance of safeguarding intangible heritage and protecting tangible heritage from climate change and other threats. The World Bank supports initiatives to strengthen cultural heritage and promote sustainable tourism to reduce damage from natural disasters. Since 2021, the World Bank and UNESCO have collaborated to enhance cities' cultural industry and creativity, boosting cultural tourism and employment. According to the UN WTO, cultural heritage in international tourism promotes peace and understanding by fostering respect for diverse cultures. This article explores how tangible and intangible cultural heritage contributes to the cultural economy in İstanbul and Paris. It includes case studies of two cities that demonstrate the impact of cultural heritage sites on international tourism and discusses strategies for preserving these sites while promoting sustainability. The dataset used in this work combines TURKSTAT, Euromonitor, Statista, and the World Bank data house. The study findings demonstrate three crucial phenomena that explain the characteristics of the cultural economy and sustainable tourism of two cities: (1) the parallel phenomenon between tangible and intangible cultural values and the local economy's prosperity, (2) the social-economic complex insights of İstanbul and Paris regarding over-tourism (3) the challenging characteristics of the sustainable tourism. This study contributes to the cultural economy and tourism field by presenting a case study on İstanbul and Paris.

**Keywords:** Cultural Economy, Sustainable Tourism, Tangible and Intangible Cultural Heritage, Employment, Prosperity, UNESCO

### Özet

Bu çalışma, kültürel endüstrilerin karşılaştığı zorlukları ele almak ve sürdürülebilir turizmi teşvik etmek amacıyla İstanbul ve Paris gibi iki önemli şehri karşılaştırmayı amaçlamaktadır. Hem somut hem de soyut kültürel miras, sürdürülebilir kalkınma için hayati öneme sahiptir. Son kırk yılda UNESCO, soyut mirasın korunmasının

<sup>1</sup>Kocaeli University, Tourism Faculty, Kocaeli

ORCID:

Ö.K.: 0000-0002-7717-2439

Corresponding Author:

Özlem KÜÇÜK

Email:

ozlem.kucuk@kocaeli.edu.tr

**Citation:** Küçük, Ö. (2025). The power of tangible and intangible cultural heritage in shaping cultural economy and prosperity: an inspirational case study of İstanbul and Paris. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 15 (1), 42-60.

Submitted: 02.12.2024.

Accepted: 26.02.2025



## The Power of Tangible and Intangible Cultural Heritage in Shaping Cultural Economy and Prosperity: An Inspirational Case Study of İstanbul and Paris

önemini vurgulamış ve somut mirasın iklim değişikliği ve diğer tehditlere karşı korunmasına dikkat çekmiştir. Dünya Bankası, doğal afetlerden kaynaklanan zararları azaltmak için kültürel mirası güçlendiren ve sürdürülebilir turizmi teşvik eden girişimleri desteklemektedir. 2021 yılından bu yana Dünya Bankası ve UNESCO, şehirlerin kültürel endüstrisini ve yaratıcılığını artırmak, kültürel turizmi ve istihdamı desteklemek amacıyla iş birliği yapmaktadır. BM Dünya Turizm Örgütü'ne göre, uluslararası turizmde kültürel miras, farklı kültürlere saygıyı teşvik ederek barış ve anlayışı destekler. Bu makale, İstanbul ve Paris'te somut ve soyut kültürel mirasın kültürel ekonomiye nasıl katkıda bulunduğunu incelemektedir. İki şehrin uluslararası turizm üzerinde kültürel miras alanlarının etkisini gösteren vaka analizlerini içermekte ve bu alanları korurken sürdürülebilirliği teşvik etme stratejilerini tartışmaktadır. Bu çalışmada kullanılan veri seti, TÜİK, Euromonitor, Statista ve Dünya Bankası verilerinden oluşmaktadır. Araştırma bulguları, iki şehrin kültürel ekonomisi ve sürdürülebilir turizmin özelliklerini açıklayan üç önemli olguyu ortaya koymaktadır: (1) Somut ve soyut kültürel değerler ile yerel ekonominin refahı arasındaki paralel olgu, (2) İstanbul ve Paris'in aşırı turizme ilişkin sosyo-ekonomik karmaşık çıkarımları, (3) Sürdürülebilir turizmin zorlu özellikleri. Bu çalışma, İstanbul ve Paris üzerine bir vaka çalışması sunarak kültürel ekonomi ve turizm alanına katkı sağlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Kültürel Ekonomi, Sürdürülebilir Turizm, Somut ve Soyut Kültürel Miras, İstihdam, Refah, UNESCO

### 1. INTRODUCTION

Cultural industries grew annually at twice the rate of service industries during the 1990s. Thus, in 2005, the global cultural industry accounted for more than 7% of the global GDP, generating jobs and income at the value of US\$1.3 trillion. In 2015, cultural industries supported approximately 30 million jobs, employing 1% of the world's active population. Income losses in cultural industries ranged from 20% to 40%, varying from country to country, in 2020. This loss in cultural industries affected the United Kingdom (-30%), France (-25%), and Germany (-23%) the most in Europe (UNESCO, 2021; UNESCO, 2010).

Traditions play a crucial role in the cultural economy and tourism. In Chiang Mai, a northern city in Thailand, thousands of tourists gather each year to participate in a celebration where paper lanterns throw into the sky as a way to make wishes. This event marks the end of the monsoon season and celebrates on the full moon of the second month of the Lanna lunar calendar (a Haber, 18.11.2024).

UNESCO recognizes various forms of intangible cultural heritage, including:

- Viennese coffee houses
- Andalusian Flamenco
- The whistling language of Giresun in Turkey
- Paraguay's Poncho Para'í de 60 Listas de Piribebuy
- Traditional olive cultivation in Turkey
- Polish dance
- Garba, a ritualistic dance from India (UNESCO, 2006).

These traditions display global cultural diversity. While the body of literature examining the relationship between cultural tourism and prosperity is expanding, scientific research in this area remains fragmented and unclear. This article explores how Europe's rich cultural heritage—both intangible and tangible—contributes to its status as the most visited region in the world. It also looks into how the prosperity generated by its most popular tourist attractions benefits local communities. To conduct this investigation, I utilized a comprehensive approach that included a wide range of academic documents, articles, books, chapters, statistics, and case studies sourced from databases such as Scopus, Web of Science, Assos, Sage, Statista, Euromonitor, UNWTO, UNESCO, and the World Bank.

Cultural heritage includes both material and spiritual values that have been preserved over centuries, connecting the past to the present. It encompasses elements such as ancient civilizations, monuments, buildings, landscapes, arts, traditions, history, people, cultures, and emotions. One example of this is the whistling language, which serves as a natural form of communication. It is used for long-distance interaction, confidentiality, communication in noisy environments, or brief exchanges. In the rugged terrain of the Eastern Black Sea region, this whistling language acts as an alternative means of communication, allowing speakers to simulate and articulate words. This unique form of communication has been recognized by UNESCO and has been included in the Intangible Cultural Heritage List in Need of Urgent Safeguarding (Uzun, Zaman and Birinci, 2021; Xiao, Li and Seekamp, 2024).

Macau serves as China's gateway to the West and has a rich cultural heritage that includes classical music, painting, and mechanical clock-making. Along with advancements in Chinese technology, these cultural elements have played a significant role in helping Chinese goods reach Western markets. This "raises" an important question: Can Macau become a sustainable tourism destination where local customs thrive and cultural diversity is preserved? In the People's Republic of China, the central government is responsible for creating legislation related to heritage management and protection. Notably, Macau was first recognized as a heritage conservation site by Portugal in 1953 (du Cros, 2009).

In the 21st century, World Heritage property safeguards have become increasingly important. In 2015, the thirty-ninth session of the World Heritage Committee, held in Bonn, registered that many properties listed on the World Heritage List still suffer from inadequate management systems or plans. There are three types of World Heritage properties: natural, cultural, and those that are both natural and cultural. After the Tombs of the Buganda Kings in the Kasubi area of Uganda were included on the List of World Heritage in Danger, restoration efforts were initiated with the support of UNESCO. Additionally, climate change and invasive species pose significant threats to natural heritage sites, particularly the Great Barrier Reef (Marsden, 2017; UNESCO, 2023).

Archaeological sites, cultural structures, monuments, and fortifications serve as historical legacies that convey stories from the past, present, and future to both tourists and local Indigenous populations. However, climate-driven natural hazards pose a threat to these tangible coastal cultural heritage sites. In response, conservation agencies have adopted a comprehensive approach that focuses on meeting the adaptation needs of both the tangible and intangible aspects of cultural heritage and the cultural identities within local communities (Xiao, Li and Seekamp 2024).

Sawahlunto, a former mining town in Indonesia, has the potential to be a significant destination for cultural heritage tourism, thanks to the legacy of its past mining activities. Heritage mining can help preserve cities from decline and destruction while revitalizing the hopes of local communities. Efforts to transform Sawahlunto into a coal mining heritage tourism city began in 2001. The tourism sector offers greater job creation opportunities compared to the mining industry. Although mining activities have led to dramatic changes—both positive and negative—in Latin America since the 16th century, the tourism sector plays a vital role in human development and economic growth in the region. The success of developing the cultural heritage tourism sector, however, is contingent upon addressing climate-driven natural hazards (Syafri, D., Mardhiah, D., Permata, B.D. et al., 2023). Cajamarca and Cusco are located in Peru and are significant centers for both mining and tourism. The expansion of mining activities in these cities has led to increased migration and population growth. Both Cajamarca and Cusco are rich in historical and cultural heritage, and today, urbanization in these areas reflects the intersection of tourism and mining (Küçük, 2023; World Bank, 2022).

The Ifugao people, indigenous to the Philippines, have preserved their cultural heritage in the Cordillera mountains for centuries. They are known for their rituals, which include weaving, wood carving, and the creation of wet rice terraces. The Ifugao are also recognized for their traditional farming systems and agroforestry practices. Today, the town of Banaue, home to the Ifugao community, has opened its doors to visitors, making tourism one of the main industries in the area. Banaue is listed as a UNESCO World Cultural Heritage site, largely due to its stunning wet rice terraces, a farming system developed over 2,000 years ago that continues to be maintained and passed down through generations. While tourism provides significant employment and business opportunities for residents, it is evident that outsiders control a large portion of the industry. In Banaue, local tourist guides serve as cultural brokers, bridging the gap between visitors and the cultural meanings and experiences of the Ifugao people (Bulilan, 2007).

Cerisola and Panzera (2024) examined the impact of tourism on local communities in Italy's leading cultural heritage cities. Their findings provide strong evidence that cultural heritage tourism can enhance local prosperity. However, they also highlight the need for solutions to address the drawbacks of over-tourism, such as environmental pollution and rising crime rates. An influx of foreign visitors that exceeds the region's capacity can lead to the degradation of both material and cultural assets. The regions of the Earth that harbor the stunning biodiversity are coral reefs in marine environments and rainforests on land. Ecosystems are distinguished by their rich diversity of living species and complex ecological interactions. By the way, anthropogenic pollution poses a significant threat to marine biodiversity, putting numerous biological species in seas and oceans at risk of extinction. Of the nations impacted by marine pollution, Australia stands out as particularly affected. Moreover, Australia is home to the most frequently visited maritime museum, which underscores the country's engagement with maritime heritage and environmental conservation. Therefore, it is essential to explore sustainable tourism solutions (Küçük, 2022; Cerisola and Panzera, 2024).

Cumalıkızık Village is recognized on the UNESCO World Heritage list due to its unique architecture, natural and cultural resources, and a history spanning over 700 years. The village's cultural heritage includes both tangible and intangible elements, such as the mosque, traditional Cumalıkızık houses, the Gin Range, the Turkish Bath, the museum, the streets of Cumalıkızık, and its cuisine. Research conducted by Pekerşen, Güneş, and Seçuk (2020) examined the local community's awareness and protection of Cumalıkızık's cultural heritage properties. The findings revealed that residents benefit significantly from tourism, which positively impacts the sustainability of cultural heritage tourism in the area (Pekerşen, Güneş and Seçuk, 2019).

The Basilica Therma that located in Sarıkaya, a district in Yozgat province. This historical site has a history of approximately 2,000 years and was noted in the 2018 UNESCO World Heritage List. In ancient times, it served as a thermal treatment center. The hot water from Basilica Therma was used for both central heating and therapeutic purposes during the Roman period, and it continues to have active hot springs today. This site is an important asset for health and cultural tourism and deserves recognition and evaluation (Şengül ve Çılğınoğlu, 2021; Akça, 2021).

This article explores the impact of European cultural assets on economic development and welfare by establishing the region as one of the world's most attractive tourism destinations. I utilize two types of data sets for this examination. The first consists of literature reviews that focus on European cultural heritage, tourist attractions, and the economic impact on welfare, drawing from articles, book chapters, and similar resources found on platforms such as Sage, JSTOR, and Web of Science. The second data set is derived from research and statistics related to tourism in

Europe, sourced from UNESCO, UN WTO, TURKSTAT, Euromonitor, the World Bank, and Statista.

The results indicate that both tangible and intangible European cultural values attract a significant number of tourists from within and outside the continent. Europe remains the most visited region in the world. The most popular museums include the Louvre Museum in Paris, France, the Vatican Museum in Italy, and the British Museum in England. Despite growing concerns about excessive tourist numbers, rising costs associated with tourism, and measures being implemented to manage visitor influx, the flow of tourists to Europe continues unabated. While tourism positively impacts the well-being of European communities, it also raises issues such as overcrowding, noise, and pollution, sparking discussions about the sustainable future of cultural tourism. The 230-year-old Louvre Museum is one of the world's most famous and most visited cultural heritages. The first range of 10.2 million people visited the museum in 2018 and 9.6 million in 2019, but despite reaching approximately 9.4 million people in 2024, it could not get the pre-pandemic figures. On the other hand, the National Museum of China, which was visited by 7.3 million people in 2019, hosted approximately 7.5 million visitors in 2024. Although museums in Europe are the most visited, visitation rates of museums in the United States, China, and Taiwan have started to increase faster (Statista, 2024, 19<sup>th</sup> November; Statista, 2024, 20<sup>th</sup> August).

This fall, French President Emmanuel Macron announced a major renovation of the Louvre. The Prussian Cultural Foundation, which manages all state museums in Berlin, also prepared a multibillion-dollar plan in 1999 to overhaul the museums. The aim is to renew damp walls and narrow visitor corridors while making museums vibrant and social (Wünsch, 2025).

This study has been a comprehensive comparison of the place, importance, and sustainability of two cities, Istanbul and Paris, which are very renowned of cultural heritage on the UNESCO cultural heritage list, in the culture industry and tourism using tourist statistics, museum data, research reports, online databases, and portals and polls.

## **2. THE CONTRIBUTION OF TANGIBLE CULTURAL HERITAGE ON ECONOMIC GROWTH**

The UNESCO meeting in Paris on October 17, 2003, adopted the Convention for Safeguarding of Intangible Cultural Heritage. This convention depends on the Universal Declaration of Human Rights, established in 1948, and the UN International Covenant on Economic, Social, and Cultural Rights in 1966. The agreement aims to create a universal commitment to safeguarding intangible cultural heritage, raise awareness, and reduce the threats of its disappearance, deterioration, and destruction. Historical buildings and structures convey the legacy of past generations and our collective identity, attracting both local and foreign visitors today (UNESCO, 9<sup>th</sup> September, 2021).

Vencatachellum (2018) argues that museums, among the cultural institutions that bring together the values of tangible and intangible cultural heritage, should be maximized for social good. The Louvre Museum in Paris and the Metropolitan Museum of Art in New York can further strengthen society and individuals by creating "virtual museums" that highlight the non-monetary values of culture (Vencatachellum, 2018). Many studies argue that tangible and intangible cultural heritage is the driving force of sustainable development. Tourism has been a part of human history since classical antiquity. The Greco-Roman culture, with its remarkable advancements in art, architecture, law, philosophy, language, and politics, significantly influenced the development of modern tourism in Western Europe during the 17th century. As a result, mass tourism began to emerge in the coastal areas of the Mediterranean, driven by advancements in transportation

technology and the allure of the Seven Wonders of the World in the early 20th century. The Mediterranean coastal regions have since become major tourist destinations, attracting low-interest loans from international financial institutions and drawing the attention of global hotel chains, particularly in countries like Turkey, Greece, Egypt, Spain, France, and Italy, thanks to favorable policy changes by national governments. For centuries, Europe has remained the world's foremost tourist attraction. In 2023, some of the most visited cultural heritage sites included the Louvre Museum, the Vatican Museum, the National Museum of China, the British Museum, the Metropolitan Museum of Art, and the Mevlana Museum in Konya. On the other hand, Buckingham Palace recognized as a symbol of England, is one of the most visited historic sites and boasts the most prominent royal lineage. Following the pandemic, the number of international tourists to Europe rebounded to over 94% of the levels seen in 2019, fueled by strong demand from visitors in the United States. Intangible cultural heritage (ICH)—is transmitted from one generation to the next and continuously reshaped by communities based on their interactions with the environment, nature, and history—plays a crucial role in cultural identity and continuity. ICH encompasses a variety of cultural elements, including traditions and narratives, performing arts, social practices, rituals, celebrations, and knowledge related to nature and the universe. It also includes handicraft traditions (Sezgin and Yolal, 2012).

According to Euromonitor's index of 100 city destinations, the top ten tourism destinations in the world in 2024, Europe maintains its leadership with six cities, largely due to its better tourism infrastructure. Paris leads the list, followed by Madrid, Spain. Two cities from Spain (Madrid and Barcelona), two from Italy (Rome and Milan), and one from the Netherlands (Amsterdam) are also included. However, in 2024, Paris grew by 2% compared to 2023, while İstanbul grew by 14% compared to last year, becoming the second city in the world in terms of the highest international tourist arrivals. Among the reasons for İstanbul's remarkable growth is that the city is a cultural treasure, with its street food scene, shopping, vibrant bazaars, taverns, and intertwined history and ethnic texture. Bangkok, the capital of Thailand, ranked first with a 37% increase in international tourist arrivals compared to the previous year, with its street food, Buddhist beliefs and temples, Thai massage, and cultural values (Euromonitor, 2024).

## **2.1. Cultural Heritage and UNESCO World Heritage List**

Culture encompasses the essential tangible and intangible assets that distinguish one society from another. It represents the unique traits that are passed down to future generations, reflecting the knowledge and values humanity has gained from its interaction with nature since the Paleolithic era. Through this process, shared habits and values are transmitted and preserved across generations. Tangible cultural heritage includes physical elements that can be touched, such as monuments, sites, buildings, statues, and paintings. In contrast, intangible cultural heritage is expressed through the traditions and practices of people rather than through inanimate objects (Karapınar ve Barakazi, 2017; Köroğlu, Ulusoy & Avcıkurt, 2018).

UNESCO is a non-profit organization, officially the United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization, which was founded in 1945. It has since expanded to include 195 member countries, promoting fairness, dignity, wellness, and peace around the world. UNESCO has initiated conventions focused on cultural diversity and has a significant impact on the preservation of intangible cultural heritage (Seeger, 2015).

Cultural heritage tourism involves non-commercial travel where visitors explore the historical and cultural significance of a region. Cultural heritage encompasses all tangible and intangible properties, both movable and immovable, that a region possesses. Culture includes the tangible and intangible values inherited from individuals and communities, as well as the

interactions between them, which are then passed on to future generations. Examples of tangible cultural properties include ancient buildings, monuments, archival materials, books, artworks, and artifacts. Natural heritage, on the other hand, includes biodiversity, landscapes, and natural monuments (Tüt, Tuna and Aldoğan-Şenol, 2022).

As of the 2014 UNESCO World Cultural Heritage Sites list, Italy boasts 46 cultural sites, while Spain has 40, with the same record Germany and France have 36 each. Among these, Florence is well-known as a city in Italy with cultural heritage sites. In 2022/2023, Venice signed to UNESCO's World Heritage List as a site at risk. UNESCO noted that not enough efforts to implement protections for Venice against the challenges of over-tourism and climate change. Consequently, in the 2023 UNESCO World Heritage List, Italy possesses 58 properties, followed by China with 56 properties, and Germany in third place with 51 properties (World Economic Forum, 2015; Buchholz, 2023).

As of 2023, the UNESCO World Heritage List includes a total of 1,199 sites, comprising 933 cultural monuments, 227 natural monuments, and 39 mixed sites. Among these, 56 properties are currently considered to be in danger. A notable example is the ancient city of Aleppo in the Syrian Arab Republic, which faces threats from overpopulation. The city is home to unique historical structures, including 16th and 17th-century khans, baths, madrasahs, residences, and the 12th-century Great Mosque. Additionally, ongoing internal and external armed conflicts in the Arab States region—such as in Iraq, Syria, Palestine, Libya, and Yemen—pose significant risks to the cultural monuments in these areas (Statista, 2023),

Countries aim to obtain UNESCO World Heritage listings for their cultural and historical sites. Each year, the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) meets to decide which locations will receive World Heritage status. The rapid growth of heritage tourism underscores the importance of preserving the cultural, social, and historical aspects of these areas. Kulangsu, which features heritage sites on the World Heritage list, serves as a significant example of the environmental, social, and cultural challenges associated with sustainable heritage tourism (Zhao, L., Li, Y., Zhang, N. et al. 2023).

Cultural assets have a positive impact on the economic performance and sustainability of tourism, while also enhancing the brand of tourism destinations and local cultural identities. In 2023, İstanbul ranked as the most visited city in the world, surpassing both London and Paris. The city experienced a growth of 26% compared to the previous year and topped the 2023 Top 100 City Destinations Index (Leasca, 2024).

In the research conducted by Perić et al. (2021), it was found that among the 27 European Union countries listed as UNESCO World Heritage Sites between 2008 and 2018, those with the most heritage sites experienced higher tourism income and greater employment opportunities (Škrabić Perić et al., 2021).

UNESCO is actively engaged in combating the illicit trade of cultural property. Cultural goods often change hands due to various reasons, including the displacement of artifacts caused by war, looting of archaeological sites, and theft from private collections or cultural heritage institutions. One example is the Ishak Pasha Palace, located in the Doğubeyazıt district of Ağrı province, which is included on UNESCO's World Tentative List of World Heritage Sites. This palace is historically significant as it housed the world's first central heating system. During the Russian invasion in the Crimean War, the gold-leafed wings from the harem entrance gates of Ishak Pasha Palace were taken to Russia (European Commission, 2024; Haber 7, 2021).

## 2.2. The Contribution of Cultural Heritage on European Cultural Tourism and Welfare

UNESCO categorizes cultural heritage into two main types: tangible and intangible heritage. Tangible heritage is further divided into three subcategories: movable heritage, immovable heritage, and underwater cultural heritage. Movable cultural heritage includes items such as manuscripts, coins, paintings, and sculptures. Immovable cultural heritage encompasses archaeological sites, ancient civilizations, and permanent monuments. Underwater cultural heritage refers to underwater ruins, shipwrecks, and submerged cities. On the other hand, intangible cultural heritage consists of elements such as festivals, rituals, handicrafts, performing arts, and oral traditions (Pasikowska-Schnass, 2018).

Many of the world's most recognizable landmarks, popularized in films, books, and news, are located in Europe. These include Buckingham Palace, Vatican City, the banks of the Seine, the Tower of London, the Fountain of Love, the city of Venice, the Roman Colosseum, the London Eye, the ancient city of Prague, the Berlin Wall, the Acropolis of Athens, Neuschwanstein Castle, the Sultan Ahmet Cami (Blue Mosque), Stonehenge, and the Basilica de la Sagrada Familia (Pratesi and Forster, 2024).

In 2023, among the top ten countries with the highest travel and tourism revenues, the United States ranks first with \$204.45 billion, followed by China with \$149.18 billion, and Germany with \$68.48 billion. The United Kingdom, Spain, Italy, and France rank fifth, sixth, seventh, and eighth, respectively. Therefore, five of the ten countries with the highest tourism and travel revenues are in Europe (Statista, 26<sup>th</sup> September, 2024).

The La Unión Mining Park in the province of Murcia, Spain, is an important historical site due to its close ties with the Sierra de Cartagena – La Unión mining areas. It serves as a valuable heritage attraction for cultural tourism enthusiasts interested in the lives of the miners who worked there. Notable places to visit include the Museo Minero de La Unión and the Parque Minero de La Unión mine site. Additionally, Playa Cola del Caballo beach is worth exploring for its unique black sand, tranquil atmosphere, and intriguing rock caves. Every year, the "Cante de las Minas" Festival in La Unión celebrates Flamenco, which was recognized as an intangible cultural heritage by UNESCO in 2010, drawing in tourists from around the world (Conesa, 2009; Foster, 2020).

UNESCO, UNWTO, and the World Bank state that cultural heritage has an important role in the economic development of the local people. Nowadays, in addition to intangible and tangible cultural heritage, there is also increasing interest in derelict industrial sites' heritage for tourism aims. In Spain, which has a significant cultural heritage, the European Union has taken action to increase the use of industrial sites' heritage for tourism aims. In Spain, which has a very strong industrial heritage, this transformation process started largely during the 1980s and 1990s (Del Pozo and González, 2012).

France was one of the countries that attracted the most international tourists in the world from 2019 to 2023. It was followed by Spain, the USA, Italy, and Turkey. Mexico surpassed Turkey between 2020 and 2021, during the peak of the pandemic, earning the sixth spot. England ranked seventh, Germany eighth, Greece ninth, and Austria tenth. Seven European countries made the top ten for the highest international tourist arrivals from 2019 to 2023 (Statista, 10<sup>th</sup> January, 2024).

Europe boasts a rich variety of cultural sites, monuments, sculptures, paintings, languages, cuisines, landscapes, festivals, and rituals, making it one of the most attractive destinations in the world. In 2023, Europe alone received approximately 707 million of the total 1.304 billion international tourist arrivals worldwide, accounting for about half of all global tourist traffic.

Venice, which is on the UNESCO Preserved Cultural Heritage list has been challenged with a tourist density exceeding its carrying capacity. The entrance fee, which was implemented in April 2024 to reduce tourist density, did not work. On the list, trary, while there is an increase in the number of tourists compared to prior years, this course is only applied to day-trippers on peak days as a 5-euro entrance fee (Povoledo, 2024).

The tourism sector is extremely vulnerable to climate change, loss of biodiversity, extinction of wildlife, and destruction of local cultures (Küçük, 2023). Paraguay is a country in South America bordering Argentina, Brazil and Bolivia. Despite being a Spanish colony for many years and the death of 90% of the male population after a seven-year war with Brazil, Argentina, and Uruguay, the country has managed to preserve its indigenous language, Guaraní. Despite all this pressure, the Guaraní language did not disappear; it continued to exist and became the official language in 1992 (Ito, 2012). "Guaraní" speakers in Bolivia do not prefer to affiliation with an Indigenous group. A project with active grassroots participation for Aymara, Guaraní, and Quechua children was launched by UNICEF in Bolivia in 1990 and in 1994 intercultural bilingual education was institutionalized as a national policy. In the Latin American region, preserving Indigenous languages and cultures should be designed in a way that respects the interconnection between cultures, traditions, languages, beliefs, and values, without causing Indigenous peoples to lose their culture and language due to the use of more than one language (Freire, Schwartz, Steven, et al, 2015).

Tourism was one of the first sectors providing several tourist services digitized online booking of hotels, and flights, on a global scale, making going abroad easier. The use of all these technologies, including the Internet of Things, artificial intelligence, location-based services, augmented virtual reality, and block chain technology, has brought international tourism to a new dimension and increased interest in space tourism. Tourism increases mutual understanding, intercultural exchange, and the importance of cultural values, prevents conflict, and establishes peace. Intangible cultural heritage helps build more sustainable tourism by increasing intergenerational interaction (Küçük, 2022). Cultural tourism, which constitutes approximately 40% of all tourism activities worldwide, is a growing tourism that focuses on cultural products and attractions, according to the UNWTO. Cultural tourism contributes to the local people's economy. Cultural tourism, which constitutes approximately 40% of global tourism revenues, is an important source of employment with the capacity to generate jobs.

Intangible cultural heritage also reveals the spiritual performance of Europe and contributes to the transfer of traditions and rituals of local people to future generations. Europe, the world's most popular tourism destination, has museums, cultural sites, monuments, arts as well as intangible cultural values such as France's baked bread produced with traditional cultural knowledge, modern dance training techniques in Germany, timber rafting in several European countries, bell ringing for information-sharing in Spain, Syrrako festival from Greece, traditional Polish dance, etc (UNESCO, 2021).

Over-tourism is an escalating issue in popular tourist destinations, leading to a significant increase in visitor numbers. Although tourism remains a crucial source of employment and revenue, it also contributes substantially to Europe's cultural economy. However, this region is facing heightened competition from emerging destinations that offer unique cultural experiences at lower prices, challenging the prominence of cities like Paris, London, and Barcelona. Additionally, the growing discontent among residents in top tourist spots in Spain and Italy, who feel their living spaces are being encroached upon, underscores the complex dynamics of the tourism industry (Petronela, 2016).



## The Power of Tangible and Intangible Cultural Heritage in Shaping Cultural Economy and Prosperity: An Inspirational Case Study of İstanbul and Paris

Cultural Heritage Tourism and Global Tourism can coexist by obeying sustainable legislation. The Nubian Monument existed in Aswan which is the ancient city of Egypt and is endangered because of rising Nil waters saved by a UNESCO campaign from 1960 to 1980. The worst flooding experience in Venice's history was in 1966. During this disaster, in which the water level reached almost 2 meters, UNESCO and the Italian government launched a major campaign. While the whole world was experiencing lockdowns due to the COVID-19 disease, the people of Venice held demonstrations, claiming that their living spaces and public resources were being limited due to cruise ships and heavy tourist traffic. Thus, in April 2024, Venice officials announced that a 5 euro entrance fee would be charged to day trippers visiting Venice on peak days. Throughout the period, regardless of the fee, according to prior years, more tourists had come to Venice. Thus, the demand for a fee to reduce the tourist density in Venice only returned to Venice as a profit, while there was no decrease in the number of tourists (UNESCO, 18<sup>th</sup> July, 2023; Povoledo, 2024).

### 2.3. Two Heritage Cities and Prosperity: İstanbul and Paris

Pierre Gilles, a writer who lived in the 16th century, said of İstanbul that this glorious metropolis, situated on the shores of the Bosphorus that unites Asia and Europe, is an extraordinary city that will continue as long as humanity lives, and where there has been always something special (Frankopan, 2017). With its rich historical and cultural assets, İstanbul became the most popular tourist destination of 2023 and reached the highest number of international arrivals (Leasca, 2024).

Paris known as the "City of Lights", which fascinates culture, art, and history lovers with its iconic architecture, renowned museums, and rich history, has attracted international tourists. Cultural heritage tourism offers strong economic and social contributions to tourist destinations with elements that improve social life and facilitate international interaction.

İstanbul and Paris are two important and leading cities of cultural heritage tourism. İstanbul ranks first in Turkey on the UNESCO World Heritage List. The number of foreign arriving tourists in İstanbul was almost 12 million in 2014. The number reached very nearly 15 million in 2019. In 2020, there was a sharp down of 10 million. The arrival number realized 5 million foreign tourists. İstanbul reached 17.4 million international tourists in 2023 (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024),.

In 2022, in the number of inbound tourism market staying in hotels in Paris, the USA ranked first, the United Kingdom ranked second, Germany ranked 3rd, Italy ranked 4th and the Netherlands ranked 5th. The number of foreign tourists arriving in Paris and the Île-de-France region totaled 28.4 million in 2019 (Statista, 10<sup>th</sup> January, 2024).

Table 1. İstanbul and Paris International Tourist Arrivals

Yıl	İstanbul (International Tourist Arrivals and Tourism Incomes)	Paris (International and Domestic Tourist Arrivals and Tourism Incomes)
2019	15 million / \$30 billion	50.6 million / €21.9 billion
2020	5 million / \$10 billion	17.4 million / €6 billion
2021	9 million / \$15 billion	22.6 million / €8.4 billion
2022	16 million / \$18 billion	44.1 million / €19.6 billion
2023	20.2 million / \$21 billion	47.6 million / €14 billion
2024	23 million / \$24 billion	48 million / €21 billion

From 2014 to 2023, the number of domestic tourists visiting Île-de-France region and Paris has exceeded the number of foreign tourists. In 2023, 25.8 million domestic and 21.8 million foreign tourists visited Paris and the Île-de-France region. Approximately 20.2 million foreign tourists

visited İstanbul in 2023 (Dierks, 2025; Euromonitor, 2023). Tourists from Russia ranked first, Germany ranked second, and Iran ranked third. Excluding approximately one million tourists, 71.78% of them arrived in İstanbul via İstanbul Airport, while 28.12% arrived in İstanbul via Sabiha Gökçen Airport. Approximately 15% of Turkey's tourism income comes from Turkish citizens who are residents abroad and are coming to Turkey for holidays. In 2020, approximately 13 million international tourists came to Turkey, 5 million of whom came to İstanbul. In 2020, approximately 10 billion of Turkey's total 13.77 billion international tourism receipts were realized in İstanbul. In 2022, İstanbul contributed 2.46 percent of Turkey's gross national product contribution by province. (TURKSTAT, 2023; İstanbul Provincial Culture and Tourism Directorate, 2023). According to the UNWTO's data, the European continent was 6% below the number of international tourist arrivals in 2023 compared to 2019. The only region that exceeded 2019's international tourist arrivals is the Middle East (+22%), while Asia-Pacific remained 35% below 2019 in 2023. Still, in 2023, approximately 55% of the tourists went to the European continent (Investpublication, 2024; World Bank, 2020)

Since 2019, Russia has been among the top three foreign tourists coming to İstanbul, and Russian tourists came to İstanbul the most in 2020, 2022, 2023, and 2024. Despite being the most visited city in 2023, İstanbul could not generate more tourism revenue than Antalya, which ranked fourth. While foreign tourists stayed in Antalya for approximately three times as overnight stays as İstanbul, Antalya provided more tourism revenue with its tourism infrastructure, seasonal tourism opportunities, and targeted marketing strategy. When the foreign tourist profile that has visited Paris the most was seen, Belgium was in the first place, England was in second place, and the US was in third place. Paris has attracted international tourists from nearby geography, İstanbul a diversified tourism base from Europe, the Middle East and Asia. In 2019, Turkey welcomed 45 million international tourists, generating approximately \$41.5 billion in tourism revenue. In 2020, despite the global pandemic, 13 million international tourists visited Turkey, with around 5 million visiting İstanbul, generating \$13.77 billion in tourism revenue.

The increase in average spending per tourist in 2020 and beyond likely reflects changes in travel behavior. While 17.4 million tourists visited Paris and the Île-de-France region in 2020, tourism revenue remained at 6 billion euros. Paris receives more tourists from nearby regions and locals, and those who come stay for short periods (Investpublication, 2024; UNWTO, 2024).

**Table 2.** İstanbul and Paris Tangible and Intangible Cultural Heritage Panorama View

City	Museums	Historical and Cultural Sites
İstanbul	<b>Rahmi M. Koç Museum</b> Focuses on industrial and engineering history	<b>Hagia Sophia</b> An architectural marvel and former cathedral/mosque
	<b>İstanbul Archaeology Museums</b> Home to archaeological artifacts from around the world	<b>Blue Mosque</b> A stunning example of Ottoman architecture
	<b>Topkapı Palace Museum</b> Former imperial residence of Ottoman sultans	<b>Sultanahmet Square</b> Historic heart of İstanbul
	<b>Turkish and Islamic Arts Museum</b> Displays a vast collection of Islamic art	<b>Basilica Cistern</b> Ancient underground water reservoir
	<b>İstanbul Modern Art Museum</b> Contemporary art museum showcasing Turkish and international artists	<b>Grand Bazaar</b> One of the largest and oldest covered markets in the world
Paris	<b>Louvre Museum</b>	<b>Eiffel Tower</b>

The Power of Tangible and Intangible Cultural Heritage in Shaping Cultural Economy and Prosperity: An Inspirational Case Study of İstanbul and Paris

The world's richest art museum and a historic monument	Iconic symbol of Paris and a must-visit landmark
<b>Musée d'Orsay</b> Houses French art from 1848 to 1914	<b>Notre-Dame Cathedral</b> Gothic architecture masterpiece
<b>Centre Pompidou</b> Known for its modern art and unique architecture	<b>Sacré-Cœur Basilica</b> A Roman Catholic church and minor basilica
<b>Musée de l'Orangerie</b> Famous for Claude Monet's Water Lilies murals	<b>Palace of Versailles</b> A symbol of the absolute monarchy of the Ancien Régime
<b>Musée Rodin</b> Dedicated to the works of the French sculptor Auguste Rodin	<b>Arc de Triomphe</b> Honors those who fought and died for France in the French Revolutionary and Napoleonic Wars

Source: (Created by the author)

Table 3. Paris Intangible Heritage List

Category	Intangible Cultural Heritage	Description
Literature and Intellectual Culture	Literary Legacy	Renowned writers and poets like Victor Hugo, Gustave Flaubert, and Charles Baudelaire have made significant contributions to world literature.
	Cafés and Salons	Historic cafés such as Café de Flore and Les Deux Magots were hubs for intellectuals and artists, fostering creative and philosophical exchanges.
Music and Performing Arts	Chanson Française	A genre characterized by lyric-driven French songs, with iconic artists like Édith Piaf and Charles Aznavour.
	Cabaret and Theatre	Parisian cabarets like Moulin Rouge and theatre venues play significant roles in the performing arts.
Culinary Traditions	Gastronomy	Parisian cuisine is world-famous, with traditional dishes like croissants, escargot, and coq au vin.
	Wine and Cheese	The appreciation and pairing of wine and cheese are integral to French culinary culture.
Fashion and Craftsmanship	Haute Couture	Paris is the epicenter of high fashion, with major fashion houses such as Chanel, Dior, and Louis Vuitton.
	Artisanal Crafts	Craftsmanship in areas like jewelry-making, leather goods, and perfume is highly valued.
Social and Cultural Practices	Festivals and Celebrations	Events like Bastille Day, Nuit Blanche, and Fête de la Musique celebrate Parisian culture and community.
	Street Markets	Markets like Marché aux Fleurs and Marché d'Aligre are traditions where locals and tourists experience the city's vibrant market culture.
Languages and Communication	French Language	The French language, with its expressions, dialects, and idiomatic nuances, is a crucial part of Parisian heritage.
	Storytelling and Folklore	Oral traditions and local legends contribute to the cultural fabric of the city.

Source: (Created by the author)

**Table 4.** İstanbul Intangible Heritage List

Category	Intangible Cultural Heritage	Description
Literature and Intellectual Culture	Literary Legacy	İstanbul has inspired many writers and poets, including Orhan Veli Kanık, who wrote poems about İstanbul, and Ahmet Hamdi Tanpınar, a famous novelist from İstanbul.
	Cafés and Salons	Historic cafés and teahouses like Pierre Loti Café serve as social and intellectual hubs.
Music and Performing Arts	Classical Turkish Music	Traditional music, including Ottoman classical music and folk songs, is integral to İstanbul's culture.
	Mevlevi Sufi Music and Dance	The Whirling Dervishes' performances are a unique spiritual and cultural tradition.
Culinary Traditions	Cuisine	Rich culinary heritage with dishes like Kanlıca yoghurt, Sarıyer börek, Karaköy simit, kebabs, mezes, baklava, and Turkish delight.
	Turkish Tea and Coffee	The tradition of tea and coffee culture, including the preparation and social rituals.
	Boza	A traditional winter drink made from fermented grains, enjoyed particularly on cold nights.
	Tamarind Sherbet	A popular beverage during Ramadan, known for its refreshing taste.
Craftsmanship and Handicrafts	Carpet Weaving	Traditional techniques and designs in carpet and kilim weaving.
	Ceramics and Pottery	The art of creating intricate designs in ceramics and pottery.
	Calligraphy	Islamic calligraphy and decorative arts.
Social and Cultural Practices	Festivals and Celebrations	Events like the İstanbul Biennial, İstanbul Film Festival, and various cultural and religious festivals.
	Hıdırellez	The Spring Festival taking place on May 6, considered Hızır Day, marking the day when nature awakens.
	Hammams (Turkish Baths)	Traditional bathhouses that offer a unique cultural and social experience.
	Religious Tolerance	İstanbul is a city of tolerance where synagogues, churches, and mosques coexist, reflecting the harmonious living of Jewish, Christian, and Muslim communities.
	Taverns in Beyoğlu	Taverns in Beyoğlu are central to İstanbul's entertainment and food culture, offering a vibrant social scene and traditional dishes.
Languages and Communication	Multilingualism	Use of Turkish, Kurdish, and other minority languages.
	Storytelling and Oral Traditions	Rich tradition of storytelling, including legends, myths, and folktales.

Source: (Created by author)

## CONCLUSION AND IMPLICATIONS

Cultural economy and cultural tourism are vital components of Europe's economic and social landscape. Tourism contributes approximately 10% to the EU's GDP, highlighting its significant importance to the European economy (Dutton, 2023). Notably, cultural tourism represents 40% of total tourism in the region. İstanbul is recognized as Turkey's leading tourist destination, featuring the highest concentration of museums compared to other cities in the country. In recent years, numerous initiatives have been undertaken to enhance İstanbul's cultural tourism potential and appeal. As a result, İstanbul was named the first international arrival city globally in 2023 and ranked as the second most visited city in 2024, following Bangkok. Paris holds the top position in the world's top ten city destination index by Euromonitor, evaluated across six key pillars: infrastructure, health and safety, tourism performance, tourism policies, sustainability, and economic and business performance. On the other hand, rising living costs in Paris might deter tourists, affecting its position in the city destination index. This article highlights how cultural monuments, sites, and elements such as traditions, customs, and oral histories of İstanbul and Paris play a significant role in fostering sustainable practices through communities. It enhances specific examples where local knowledge and cultural practices have led to improved environmental stewardship and resource management, underscoring the role of heritage in shaping sustainable behaviors. Cultural heritage is material and spiritual values preserved for centuries from the past to the present. Heritage includes ancient civilizations, monuments, buildings, landscapes, arts, traditions, history, people, culture, and emotions. Cultural tourism is a prominent part of international tourism, providing approximately 40%. Cultural tourism must be sustainable, and tangible and intangible cultural heritage must be protected. Cultural tourism should provide a source of income for local people, and it should be possible to pass on cultural heritage to future generations. For example, Whistling language, an alternative way of communication by whistling to simulate and articulate words on the steep mountains and rugged topography of the Eastern Black Sea region, has been included in the UNESCO Intangible Cultural Heritage List in the Need of Urgent Safeguarding. My first suggestion for transmitting and preserving the "Whistling Language" of Giresun province to future generations is to encourage teaching this culture in Tourism Faculties. My second suggestion would be to configure and control more limited communication technologies in the Eastern Black Sea region.

İstanbul and Paris are both major cultural hubs, each contributing significantly to the cultural industries in their unique ways: İstanbul has a Historical Heritage: İstanbul's rich history as the capital of the Byzantine and Ottoman Empires has left a legacy of architectural marvels, museums, and cultural sites. Film Industry: İstanbul is a popular filming location for Turkish dramas and comedies, contributing to the local and national film industry. Arts and Festivals: The city hosts numerous arts and culture festivals showcasing traditional and contemporary Turkish art. Fashion Design: İstanbul is emerging as a fashion capital, with a growing number of fashion designers and events. Cultural Triangle: The city's cultural triangle, encompassing areas like Beyoğlu, Sultanahmet, and Taksim, is a vibrant hub for cultural activities and social networks. Paris is the center of world-renowned museums like the Louvre, Musée d'Orsay, and Musée Picasso, housing masterpieces from various art movements. Fashion and Design: Paris is a global fashion capital, hosting major fashion weeks and home to luxury brands. Music and Entertainment: The city has a vibrant music scene, with numerous theaters, concert halls, and cabarets like the Moulin Rouge. Media and Publishing: Paris is a major center for media and publishing, with influential newspapers and magazines. Cultural and Creative Industries: The Paris region accounts for a significant portion of France's cultural employment and is a leader in sectors like audiovisual, cinema, and multimedia. Both cities play crucial roles in their respective

cultural industries, attracting tourists, fostering creativity, and contributing to the global cultural landscape. Films that promote visiting the historical and cultural sites of Paris and İstanbul contribute to these cities being among the most visited in the world. Both cities benefit immensely from cultural tourism, which not only boosts their economies but also helps preserve and promote their unique cultural heritages. İstanbul provides numerous job opportunities across various sectors, including tourism, finance, and manufacturing. Paris offers several job opportunities in economies like fashion, arts, and technology. While both cities contribute immensely to their countries' inclusive growth, Paris's structured social programs and global influence might give it a slight edge in promoting inclusive growth. However, İstanbul's rapid urban development and economic significance are also crucial for Turkey's inclusive growth. These two cities have successfully integrated their cultural heritage into their economic strategies, but challenges in the potential benefits that arise from this approach in achieving long-term sustainability. Although İstanbul and Paris are attractive elements of cultural economy and cultural tourism, both cities have some challenges in terms of sustainability. The most important struggle for İstanbul is the solution to tourism infrastructure problems due to over-tourism. In this case, İstanbul should either take various measures to control over-tourism or empower the solutions with GenAI and disruptive technologies. Although Paris appears to have an advantage over İstanbul in terms of sustainability, the city faces significant challenges such as rising living costs, increasing rents, and stringent tourism policies. These factors contribute to the negative effects of the struggles within the cultural economy and cultural tourism sectors. Museums, one of the most crucial elements of the cultural economy, provide considerable income to the countries visited. When we look at museum visits after the pandemic, although the Louvre maintains its first place, interest in museums in Asia and the US has increased. While the Louvre could not reach the numbers in 2018 and 2019 in 2024, the National Museum of China passed the figures for 2019. In particular, France has taken action at the highest management level to renovate the Louvre Museum and make it a more vibrant and social center. İstanbul is a city rich in museums. However, it would enhance the experience if these museums were more vibrant and engaging, encouraging visitors to spend more time there. It's important for museums to offer nighttime hours, create spaces for people to chat and socialize, host live music events, and increase both their numbers and capacities.

## REFERENCES

- A haber (18.11.2024). Tayland'da görsel şölen: Binlerce dilek feneri gökyüzüne bırakıldı. <https://www.ahaber.com.tr/dunya/2024/11/17/taylandda-gorsel-solen-binlerce-dilek-feneri-gokyuzune-birakildi>
- Akça, S. (2021). A conceptual model to increase the visibility and usage of cultural heritage objects: The case of UNESCO's Memory of the World list. *Digital Scholarship in the Humanities*, 36(1), <https://doi.org/10.1093/llc/fqz091>
- Buchholz, K. (2023). Italy Is the Country With the Most World Heritage Sites. <https://www.statista.com/chart/23622/unesco-world-heritage-by-country/>
- Bulilan, C. M. R. (2007). Experiencing Cultural Heritage and Indigenous Tourism In Banaue. *Philippine Quarterly of Culture and Society*, 35(1/2), 100–128. <http://www.jstor.org/stable/29792611>
- Cerisola, S., & Panzera, E. (2024). Heritage tourism and local prosperity: An empirical investigation of their controversial relationship. *Tourism Economics*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/13548166241234099>
- Conesa, H.M.(2009). The difficulties in the development of mining tourism projects: the case of La Unión Mining District (SE Spain). *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 8(4):653-660, DOI: 10.25145/j.pasos.2010.08.056
- Del Pozo, P. B., & González, P. A. (2012). Industrial Heritage And Place Identity In Spain: From Monuments To Landscapes. *Geographical Review*, 102(4), 446–464. <http://www.jstor.org/stable/41709206>

**The Power of Tangible and Intangible Cultural Heritage in Shaping Cultural Economy and Prosperity: An Inspirational Case Study of İstanbul and Paris**

- Dierks, Z. (2025). Annual number of foreign tourist arrivals in İstanbul from 2014 to 2023 (in 1,000s). <https://www.statista.com/statistics/1346671/İstanbul-number-of-foreign-tourist-arrivals/>
- du Cros, H. (2009). Emerging Issues for Cultural Tourism in Macau. *Journal of Current Chinese Affairs*, 38(1), 73-99. <https://doi.org/10.1177/186810260903800105>
- Dutton, S. (2023). A More Durable Tourism Model: Building Back Better in Europe. Euromonitor, <https://www.euromonitor.com/article/a-more-durable-tourism-model-building-back-better-in-europe-2023>.
- Euromonitor (2023). 2023's Top 100 City Destinations Ranking: Triumphs and Turmoil Uncovered. <https://www.euromonitor.com/article/2023s-top-100-city-destinations-ranking-triumphs-and-turmoil-uncovered>
- Euromonitor (2024). Euromonitor International reveals world's Top 100 City Destinations for 2024. <https://www.euromonitor.com/press/press-releases/december-2024/euromonitor-international-reveals-worlds-top-100-city-destinations-for-2024>
- European Commission (2024). Sustainable Cultural Tourism. <https://culture.ec.europa.eu/cultural-heritage/cultural-heritage-in-eu-policies/sustainable-cultural-tourism>
- Foster, A.(2020). Beyond Flamenco Festival at PS2. <https://www.chronogram.com/arts/beyond-flamenco-festival-at-ps21-10103532>
- Frankopan, P. (2017). İstanbul: A Tale of Three Cities by Bettany Hughes – review. <https://www.theguardian.com/books/2017/jan/22/İstanbul-tale-three-cities-bettany-hughes-review-constantinople-byzantium>
- Freire, German Nicolas; Schwartz Orellana, Steven Daniel; Zumaeta Aurazo, Melissa; Costa, Damasceno Costa; Lundvall, Jonna Maria; Viveros Mendoza, Martha Celmira; Lucchetti, Leonardo Ramiro; Moreno, Laura; Sousa, Liliana Do Couto.(2015). *Indigenous Latin America in the twenty-first century: the first decade (English)*. Washington, D.C.: World Bank Group <http://documents.worldbank.org/curated/en/145891467991974540/Indigenous-Latin-America-in-the-twenty-first-century-the-first-decade>
- Haber 7 (2021). Osmanlı'nın doğudaki nadide mimarisi: İshak Paşa Sarayı. <https://www.haber7.com/seyahat/haber/3084711-osmanlinin-dogudaki-nadide-mimarisi-ishak-pasa-sarayi>
- Investpublication. (2024). Tourism Sector in Türkiye. <https://www.invest.gov.tr/en/library/publications/lists/investpublication>
- İstanbul Provincial Culture and Tourism Directorate. (2023).İstanbul Turizm İstatistikleri-2023. <https://İstanbul.ktb.gov.tr/TR-338436/İstanbul-turizm-istatistikleri---2023.html>
- İstanbul Provincial Culture and Tourism Directorate. (2024). İstanbul Turizm İstatistikleri-2024. <https://İstanbul.ktb.gov.tr/TR-368430/İstanbul-turizm-istatistikleri---2024.html>
- Ito, H. (2012). With Spanish, Guaraní lives: a sociolinguistic analysis of bilingual education in Paraguay. *Multiling.Ed.* 2, 6 <https://doi.org/10.1186/2191-5059-2-6>
- Karapınar, E ve Barakazi, M. (2017). Kültürel Miras Turizminin Sürdürülebilir Turizm Açısından Değerlendirilmesi: Göbeklitepe Ören Yeri. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 5-18.
- Köroğlu, Ö. & Ulusoy Y. H. & Avcıkurt, C. (2018). Kültürel Miras Kavramına İlişkin Algıların Metafor Analizi Yoluyla İncelenmesi, *Turizm Akademik Dergisi*, 5 (1), 98-113.
- Küçük, Ö. (2022). Dünya Bankası Ve Sürdürülebilir Kalkınma: Dijital Platformlar ve Sürdürülebilir Turizm. *Uluslararası Beşeri Bilimler ve Eğitim Dergisi*, 8(17), 120-152
- Küçük, Ö. (2022). Uzak Turizmi, Seyahat ve Yenilik. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 5(3), 243-255.

- Küçük, Ö. (2023). İklim Değişikliği ve Madencilikğin Turizmin Sürdürülebilir Geleceği Üzerine Etkileri (Latin Amerika Örneği). In: Gökçe, A. & Coşkun, G. & Eker, N. & Dilmaç, E. & Çolak, O. (eds.), *Turizmde Yeni Trendler*. Özgür Yayınları. DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub407.c1821>
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2024). İstanbul Turizmde Tüm Yılların Rekorları Kırdı. <https://basin.ktb.gov.tr/TR-365830/İstanbul-turizmde-tum-yillarin-rekorunu-kirdi.html>
- Leasca, S. (2024). Two of the most-visited cities in the world are in Turkey - this one is the unsung hero. <https://www.bbc.com/travel/article/20240206-most-visited-cities-in-the-world-İstanbul-antalya-turkey-travel-visa-requirements>.
- Marsden, S. (2017). Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage (World Heritage Convention). *Yearbook of International Environmental Law*, 26, 2015, 653–657, <https://doi.org/10.1093/yiel/yvw067>
- Pasikowska-Schnass, M. (2018). Cultural heritage in EU policies. EPRS | European Parliamentary Research Service. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2018/621876/EPRS\\_BRI\(2018\)621876\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2018/621876/EPRS_BRI(2018)621876_EN.pdf)
- Pekerşen, Y., Güneş, E. ve Seçuk, B. (2019). Kültürel Miras Turizmi Değerlerinin Korunması ve Sürdürülebilirliği Kapsamında Yerel Halkın Tutumu: Cumalıkızık Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 350-368.
- Petronela, T. (2016). The Importance of the Intangible Cultural Heritage in the Economy, *Procedia Economics and Finance*, 39, 731-736, [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30271-4](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30271-4).
- Povoledo, E. (2024). To Deter Day-Trippers, Venice Tested a €5 Entrance Fee. Did Visitors Stay Away?. *The New York Times*. (20 July, 2024). <https://www.nytimes.com/2024/07/20/world/europe/venice-italy-entrance-fee.html>
- Pratesi, G. and Forster, T.J. (2024). The 32 Most Famous Landmarks in the World. <https://travel.usnews.com/gallery/the-most-famous-landmarks-in-the-world?slide=34>
- Seeger, A. (2015). Understanding UNESCO: A Complex Organization with Many Parts and Many Actors. *Journal of Folklore Research*, 52(2–3), 269–280. <https://doi.org/10.2979/jfolkrese.52.2-3.269>
- Sezgin, E., & Yolal, M. (2012). Golden Age of Mass Tourism: Its History and Development. InTech. doi: 10.5772/37283
- Škrabić Perić B, Šimundić B, Muštra V, Vugdelija M. (2021). The Role of UNESCO Cultural Heritage and Cultural Sector in Tourism Development: The Case of EU Countries. *Sustainability*. 13(10), 5473. <https://doi.org/10.3390/su13105473>
- Statista (2023). Number of monuments on the UNESCO world heritage list as of September 2023, by type. <https://www.statista.com/statistics/264520/monuments-on-the-unesco-world-heritage-list-by-type/>
- Statista (2024, 20<sup>th</sup> August). Most visited museums worldwide 2019-2023. <https://www.statista.com/statistics/901072/museums-by-total-attendance-worldwide/>
- Statista (2024, 26<sup>th</sup> September). Travel and tourism market revenue in selected countries worldwide in 2023. <https://www.statista.com/forecasts/516608/revenue-in-selected-countries-in-the-travel-and-tourism-market>
- Statista (2024, 19<sup>th</sup> November). Number of visitors to the Louvre in Paris 2007-2023. <https://www.statista.com/statistics/247419/yearly-visitors-to-the-louvre-in-paris/>
- Statista (2024, 10<sup>th</sup> January). Tourism in Paris - statistics and facts. <https://www.statista.com/topics/6314/tourism-in-paris/#topicOverview>
- Syafrini, D., Mardhiah, D., Permata, B.D. et al. Social capital and cultural heritage tourism development in former mining town, West Sumatra, Indonesia. *Environ Dev Sustain* (2023). <https://doi.org/10.1007/s10668-023-04184-y>



**The Power of Tangible and Intangible Cultural Heritage in Shaping Cultural Economy and Prosperity: An Inspirational Case Study of İstanbul and Paris**

- Şengül, A. ve Çılgınoğlu, H. (2021). Kültürel Miras Turizmi Açısından Kral Kızı Hamamı'nın Swot Analizi İle Değerlendirilmesi. *Neveşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 11(2), 539-552.
- TURKSTAT (2023). Gross Domestic Product by Provinces, 2022. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Gross-Domestic-Product-by-Provinces-2022-45867&dil=2>
- Tüt, K., Tuna, M. ve Aldoğan-Şenol, F. (2022). Turizm ekseninde somut kültürel mirasın sürdürülebilirliğinin incelenmesi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12 (4): 782-797.
- Uganda's Tombs of the Kings of Buganda at Kasubi to be removed from the World Heritage in Danger List. UNESCO (2023). <https://www.unesco.org/en/articles/ugandas-tombs-kings-buganda-kasubi-be-removed-world-heritage-danger-list>
- UNESCO (2006). Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage. <https://www.unesco.org/en/legal-affairs/convention-safeguarding-intangible-cultural-heritage#item-2>
- UNESCO (2010). The Power of Culture for Development. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000189382>
- UNESCO (2021, 9<sup>th</sup> September). Text of the Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage. <https://ich.unesco.org/en/convention>
- UNESCO (2021). Cultural and Creative Industries, in the Face of Covid-19. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377863>
- UNESCO (2021, March 1<sup>st</sup>). Cutting Edge | Bringing cultural tourism back in the game. <https://www.unesco.org/en/articles/cutting-edge-bringing-cultural-tourism-back-game>
- UNESCO (18 July, 2023). The power of preserving cultural heritage to build a better World. <https://www.unesco.org/en/cultural-heritage-7-successes-unescos-preservation-work>
- UNESCO (2023). New Visions for the List of World Heritage in Danger. Independent Study commissioned by the UNESCO World Heritage Centre in conformity with Decision 40 COM 7 of the World Heritage Committee adopted at its 40th session (İstanbul/UNESCO, 2016)
- UNWTO. (2024). UN Tourism Data Dashboard. <https://www.unwto.org/tourism-data/un-tourism-tourism-dashboard>
- Uzun, B., Zaman, M. & Birinci, S. (2021). Doğu Karadeniz'de Somut Olmayan Kültürel Mirasa Bir Örnek: Işık Dili (Kuşköy/ Çanakçı/ Giresun). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, DOI: 10.53487/ataunisobil.942968
- Vencatachellum, I. (2018). Prospects for Cultural Heritage Promotion Within the Creative Economy Framework. *Journal of Heritage Management*, 3(2), 223-230. <https://doi.org/10.1177/2455929619833197>
- World Bank (2020). International Tourism Receipts, current (US\$)-Türkiye <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?locations=TR>.
- World Bank (2022). Resilient Cultural Heritage and Tourism. [thedocs.worldbank.org/\\_RiR-Tourism-Cultural-Heritage-en-drmhbtokyo](https://thedocs.worldbank.org/_RiR-Tourism-Cultural-Heritage-en-drmhbtokyo)
- World Economic Forum. (2015). Countries with the largest number of World Heritage cultural sites worldwide in 2014 [Graph]. In Statista. Retrieved June 03, 2024, from <https://www.statista.com/statistics/428205/countries-with-the-largest-number-of-world-heritage-cultural-sites/>
- Wünsch, S. (2025). Not just the Louvre: How Europe's museums face the future. <https://www.dw.com/en/not-just-the-louvre-how-europes-museums-are-facing-the-future/a-71471539>
- Xiao, X., Li, P., & Seekamp, E. (2024). Sustainable Adaptation Planning for Cultural Heritage in Coastal Tourism Destinations Under Climate Change: A Mixed-Paradigm of Preservation and Conservation Optimization. *Journal of Travel Research*, 63(1), 215-233. <https://doi.org/10.1177/00472875221143479>

Zhao, L., Li, Y., Zhang, N. *et al.* (2023). Public policies and conservation plans of historic urban landscapes under the sustainable heritage tourism milieu: discussions on the equilibrium model on Kulangsu Island, UNESCO World Heritage site. *Built Heritage* 7, 6 <https://doi.org/10.1186/s43238-023-00086-0>



## Digitalization of Cultural Heritage Tourism: A Bibliometric Network Analysis Study\*

### Kültürel Miras Turizminin Dijitalleştirilmesi: Bibliyometrik Ağ Analizi Çalışması

Seda SÜER<sup>1</sup>

<sup>1</sup>İzmir Katip Çelebi University,  
Tourism Faculty, İzmir

ORCID:

S.S.: 0000-0002-0264-071X

Corresponding Author:

Seda SÜER

Email:

seda.suer@ikcu.edu.tr

**Citation:** Süer, S. (2025). Digitalization of cultural heritage tourism: a bibliometric network analysis study. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 15 (1), 61-78.

**Submitted:** 15.12.2024.

**Accepted:** 24.02.2025

#### Abstract

In recent years, the development and utilization of advanced technologies fostered the digitalization of cultural heritage tourism (CHT) which also triggered the attention of researchers. This study aims to inspect the studies published on the "digitalization of cultural heritage tourism" raised by advanced technologies, utilizing the bibliometric network analysis method. For this purpose, studies published between 2010 and 11 October 2024 were gathered through the Web of Science (WoS) database delivering the phrase "digitalization of cultural heritage tourism". Bibliometric analysis is a favorable method for comprehending the present situation and research trends in the relevant field. Also, the implication of software such as VOSviewer has strengthened the visualization of the data. The data was analyzed utilizing VOSviewer software and the findings are demonstrated by bibliometric network visualization techniques. The findings revealed that there were 74 published studies with 349 total citations and an average of 4.84 citations for each study. The most number of studies in this field was carried out in 2024. The most cited studies addressed the transit of digitalization within tangible/intangible cultural heritage tourism concerning tourists' attitudes, strategies, opportunities, limits, implementation, dissemination, and sustainability. The methodologic approach utilized in these studies was qualitative approach as case studies. This study significantly contributes to the field of literature in terms of displaying the global trends of a developing research field and guiding new studies to be conducted in the future in this field.

**Keywords:** Cultural Heritage Tourism, Digitalization, Bibliometric Network Analysis

#### Özet

Son yıllarda ileri teknolojilerin geliştirilmesi ve kullanılması, kültürel miras turizminin dijitalleştirilmesini teşvik etmiş ve bu durum araştırmacıların da dikkatini çekmiştir. Bu çalışmada ileri teknolojilerin ortaya çıkardığı kültürel miras turizminin dijitalleştirilmesi üzerine yayınlanmış çalışmalar bibliyometrik ağ analizi yöntemini kullanarak incelenmeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla, kültürel miras turizmi kapsamında 2010-10 Ekim 2024 arasında yayınlanmış çalışmalar Web of Science (WoS) veri tabanında "kültürel miras turizminin dijitalleşmesi" anahtar kelimesi kullanılarak taranmıştır. Bibliyometrik analiz, ilgili alanın mevcut durumunu ve araştırma eğilimlerini anlamak için uygun bir yöntemdir.

\*This study was delivered as an oral presentation at the 5th Congress on Architecture and Cultural Heritage in Tourism held on 28 - 30 November 2024 and published in the book of abstracts

Ayrıca VOSviewer gibi bir yazılımın kullanılması, verilerin görselleştirilmesini güçlendirmiştir. Veriler VOSviewer yazılımı kullanılarak analiz edilmiş ve bulgular bibliyometrik ağ görselleştirme teknikleriyle sunulmuştur. Bulgular, toplam 349 atıf ve her çalışma için ortalama 4,84 atıf ile 74 yayınlanmış çalışma olduğunu ortaya koymuştur. Bu alanda en fazla çalışma 2024 yılında gerçekleştirilmiştir. En çok atıf alan çalışmalar, turistlerin tutumları, stratejiler, fırsatlar, sınırlar, uygulama, yaygınlaştırılma ve sürdürülebilirlik açısından dijitalleşmenin somut/somut olmayan kültürel miras turizmi içindeki geçişini ele almıştır. Bu çalışmalarda kullanılan metodolojik yaklaşım ise vaka çalışmaları ve bibliyometrik analiz olarak nitel yaklaşımlardır. Bu çalışma, gelişmekte olan bir araştırma alanındaki küresel eğilimleri ortaya koyması ve gelecekte bu alanda yapılacak yeni çalışmalara rehberlik etmesi açısından literatüre önemli katkılar sağlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Kültürel Miras Turizmi, Dijitalleşirmeme, Bibiyometrik Ağ Analizi.

### 1. INTRODUCTION

Various structures and formations that have survived from ancient civilizations to the present day throughout world history constitute the cultural heritage of current societies. Cultural heritage (CH) is the elements in which historical, social, and cultural values are reflected in the present day and the relationship that societies establish with their past. In addition, CH is expressed as intangible assets inherited from the past to the present, transferring beliefs, values, knowledge, customs, and traditions. Therefore, CH includes various assets and values belonging to past societies that are protected and conserved for the purpose of transmitting to future generations. In other words, CH includes tangible and intangible cultural assets with universal values that have endured from past societies and cultures to the current day (Asatekin, 2004; Vargün, 2021). CH, which acts a prominent role in ensuring the economic, social, and physical development of countries and in creating the cultural identity of a society, is a whole of lifestyles transferred to generations, including traditions, values, and assets generated by a society. The transfer of CH includes efforts to convey the knowledge, art, and culture of past generations to future generations. This transfer is significant for the conservation and sustainability of CH. Tourism is a prominent tool in discovering, sharing, and transmitting CH (Kuşcuoğlu & Taş, 2017). Cultural heritage tourism (CHT) has gained significance with the usage of CH assets in tourism and their conversion into attractions for tourists (Süer, 2021).

CHT originates from individuals' travels to visit CH sites and participate in cultural activities with respect to ascertaining cultural differences and increasing their cultural level. Besides, tourism utilizes CH assets for tourism purposes and transforms these assets into tourism products. Therefore, a prominent effect of tourism is to attract visitors by exploring and promoting CH assets. Another substantial effect of tourism is to ensure the conservation of CH assets and their transmission to future generations. Since the CH of countries has substantial importance in strengthening the cultural identity of societies, it is vital for countries to protect it and transmit it to future generations (McKercher & du Cros, 2002; McNulty & Koff, 2014). In essence, developing digital technologies is an intermediary element in the storage, conservation, and transmission of CH. Since the advancements of digital technologies in recent years, innovative and effective applications have been invented in the transfer of CH. Digitization of CH is important for documents and objects that are at risk of loss and increase their sustainability. In recent years, the importance of "digitalization of CH tourism" has also increased. In this case, tourism is becoming a crucial driver in the usage of digital technologies in the preservation of CH (Sonuç & Süer, 2024). Therefore, tourism is a prominent factor in the dissemination, development, and implementation of digitalization for CH assets.

Digitalization attracts the attention of researchers with advanced technologies within the context of CHT. It is yet valuable and essential to conduct bibliometric analysis that will guide and enlighten researchers on a brand new and significant research topic. Since digitalization is still a

new era in CHT, conducting bibliometric analysis is worthy for determining the trends and researches for practitioners and academicians even though some studies were conducted in the field of CHT affiliated with digitalization (Demirel İli & Hazarhun, 2021; Bozkurt et al., 2022; Çuhadar et al., 2022). Besides, the current study contributes to and enhances the findings of previous studies that performed bibliometric analysis for revealing the affiliation between CHT and digitalization. Therefore, this study mainly enriches the brand-new era in CHT and digitalization instead of filling a gap in the literature. In this respect, this research focuses to analyze the studies emerged in the WoS database on digitalization within the context of CHT by implementing the bibliometric network analysis method. Therefore, the studies gathered through the WoS database according to the determined research phrase “digitalization of cultural heritage tourism”. As a consequence, this study will contribute to future studies, researchers, and literature on the digitalization of CHT.

## 2. CULTURAL HERITAGE TOURISM AND DIGITALIZATION

Cultural heritage is considered as tangible (monuments, buildings and building groups, cultural and natural sites, cultural landscapes, artifacts, written documents objects, etc.) and intangible (traditions, values, beliefs, memories, narratives, symbols, rituals, festivals, textures, colors, smells, etc.) assets (Asatekin, 2004; Aksoy & Enlil, 2012) that constitute the components of CHT. In this context, CHT is defined as the travels aiming to recognize and visit all products of tangible and intangible CH, including “natural assets, architectural assets, works of art, collections, cultural assets, traditions, and languages” (Pelit et al., 2018). On the other side, all these values are faced with natural and human-induced dangers (Acar et al., 2022). Historical sites deteriorate over time and therefore the knowledge that could be obtained from historical sites diminishes. Moreover, since the restoration of these sites is an extremely expensive and difficult task, many historical sites continue to deteriorate with the effect of time and it is not eligible to preserve them (Sertalp, 2016).

Some CHs have endured the devastating effects of time from the past to the now, reflecting the lifestyle, ethnic structure, and sociocultural valuee of that day. However, there are also some sites and ancient heritage that have not persisted in entirety to the present day due to physical change and destruction. Reconstruction of CH sites is a time-wasting and costly activities. Moreover, the possibility of derogation to the ruins during restoration should be considered. In this case, it is a straining task to transfer the heritage sites to future generations, established by ancient great civilizations as few ruins have remained (Ünal, 2017; Uzun & Gözel, 2022). To ensure the transfer, protection, and sustainability of CH, the process of digitalization of CH has been triggered in the last decade. Digitalization of CH comprises the process of digitizing tangible and intangible CH using contemporary remote sensing and virtual technologies with the purpose of creating 2D and 3D digital archives for repair, restoration, conservation, and archaeological studies (Zhou et al., 2012).

Digitalization refers to the rapid integration of advanced technologies into business and social life (Madzík et al., 2023). The first steps of digitalization were initiated in the 1990s and also employed to foster the aim of protecting and disseminating CH (Gruber, 1972). Advanced technologies in digitalization such as virtual reality, augmented reality, artificial intelligence, remote sensing, and the Internet of Things, fostered the promotion and preservation of CH. Therefore, with advanced technologies, digitalization significantly became a key driver in the awareness of cultural assets and catalyzed in all the aspects of CH. Digitalization is not only an effectual tool for protecting CH, but it also supports its evolvment and proliferation with an augmented perspective. Placing digitalization as a virtual tool to provide preservation of CH, goes beyond the traditional view of the requirement for CH protection (Rosner et al., 2014). Thus, the

strong bond between digitalization and CH is expanding with revitalization of the historical sites, monuments, artifacts, archaeological remains, and other tangible/intangible cultural assets transmitting from traditional layout to digital layout.

The digitalization of CH is conducted with the aim of protecting and ensuring the sustainability of historical buildings by establishing documentation and digital archives, performing repair and restoration works, visualizing tangible and intangible CH, and promoting the value of heritage sites (Zhou et al., 2012; Acar et al., 2022). Therefore, the digitalization of CH is an important factor affecting tourism in the last decades. Digitalization not only offers new opportunities for the preservation and promotion of CH but also contributes to innovation and involvement in the tourism industry. It also provides many advantages for the CH tourism flourishing and evolving the tourism product for further tourism experience and satisfaction of the tourists. Primarily, due to digitalization, wider audiences could reach and experience CH sites. On the other side, digitalization acts an important role in enabling a huge amount of individuals to visit heritage sites in a virtual environment without any space and time limitations (King et al., 2016; Li et al., 2009; Witcomb, 2007) and in attracting more attention from the society towards CH (Preuss, 2016). The rapid digitalization of CH sites is based on the digitization of heritage elements and their transfer to the virtual environment, ensuring sustainable documentation (Cirulis et al., 2015) and providing access to CH sites for a multitude of individuals (Melchior, 2019).

Digitalization has the potential to create memorable tourism experiences for visitors within the scope of CHT. The advancement of such technologies into CHT has the potential not only to ensure the preservation and management of CH but also to enrich the tourist experience. Digitalization efforts within the scope of CHT also create tourism attractiveness. Another aspect is the proliferation in the historical knowledge and awareness of societies. Digitalization applications for CHT are an important issue to increase interest in historical sites (Uzun & Gözel, 2022; Kandemir & Ulusoy, 2023). The digitalization of CHT positively affects tourist satisfaction and at the same time enables foreign tourists to continue their trips without needing the help of a guide and to easily access historical information (Özgüneş & Bozok, 2017; Tom Dieck & Jung, 2017; Litvak & Kuflik, 2020). Thus, the digitalization of CHT contributes to sustainability by visualizing, promoting, protecting, and transferring tangible and intangible CH assets to future generations. As a consequence, the studies in the literature on the digitalization of CHT possess innovative and pioneering approaches and are vital to scrutinize.

### **3. METHODOLOGY**

In the last years, a few studies were conducted to comprehend the trends in digitalization affiliated with CH or CHT performing bibliometric analysis. The research query phrases of these few previous studies were “Cultural Heritage” and “Digitalization” examining 25 publications (Demirel İli & Hazarhun, 2021), “Cultural Heritage Tourism and Digital and Digitalization” inspecting 264 publications (Bozkurt et al., 2022) and “Cultural Heritage” and “Digitalization” investigating 248 publications (Çuhadar et al., 2022). Although one of these studies encompasses a similar research query, the present study targets the direct affiliation and linkage between the components. The goal in the selection of the research query is to directly and precisely approach the bond between the components. Thus, the reason for determining the research query of this study as “digitalization of cultural heritage tourism” is to reveal and inspect the publications covering the linkage.

Accordingly, this study aims to investigate the published studies on the “digitalization of cultural heritage tourism” utilizing the bibliometric network analysis method. For this purpose, studies (articles, papers, etc.) published between 2010 and 2024 were inspected via the phrase “digitalization of cultural heritage tourism” in the Web of Science (WoS), the most comprehensive

bibliographic database in the international literature. In fact, the research was performed from 1975 to 11 October 2024, and the publications were initiated in 2010 at WoS database, to avoid confusion the initiating year of the publications was mentioned in this study. WoS database is one of the widely used databases in bibliographic research and operating since 1964. Besides, WoS database currently contains 92 million reports in the core collection and 225 million reports on the platform (Web of Science Coverage Details, 2024). In addition to providing big data for research in different subject categories, researchers have the opportunity to examine the current situation and trends in their own scientific fields by following scientific developments in the literature with the data they obtain from big data analysis (Karagöz & Şeref, 2019).

Pritchard (1969), the researcher who pioneered the concept of bibliometrics, defined the concept with the term “statistical bibliography” as “the implementation of statistical and mathematical techniques to reports, articles, books, and other communication media”. Bibliometrics is a quantitative study applied to research outputs revealing the items such as title, subject, citations, author, etc. regarding scientific publications in any discipline (Altunışık et al., 2023). Bibliometric analysis summarizes the direction of scientific trends from various perspectives and provides emphasis on research (Hussain et al., 2011). Bibliometric software tools provide convenience in visualizing bibliometric analyses. One of the software tools is VOSviewer which is benefited for generating maps based on network data, by visualizing and exploring the bibliometric analysis. VOSviewer is applied to create networks of researchers, scientific publications, journals, institutions, countries, keywords, or terms. This software simplifies the process while handling large maps containing thousands of elements (Van Eck & Waltman, 2019).

**Table 1.** Data Collecting and Processing

Data Collecting	Data Processing
Research Database	Web of Science
Research Query	“digitalization of cultural heritage tourism”
Publication Years	2010-2024, October 11
Publication Type	Article, Proceeding paper, Review article, Book chapters
Publication Languages	English, Russian, Spanish, Italian, Portuguese
Final Data	74
Data Analysis Tool	VOSviewer
Analysis Content	Publication and citation frequency by year, Top publishing countries, Co-authorship network analysis by countries, Co-authorship network analysis by organizations, Keyword network analysis, Bibliographic coupling network analysis by countries, Bibliographic coupling network analysis by organizations, Bibliographic coupling network analysis by authors, Bibliographic coupling network analysis by sources, Distribution of studies by publication languages, WoS categories, SDGs, Distribution of publishers by studies, Distribution of WoS index by studies

In this study, the published studies on the WoS database are filtered regarding the title “digitalization of cultural heritage tourism” on October 11, 2024. The filtered data resulted in 74 academic publications. “VOSviewer” software was utilized to perform bibliometric network analysis and present it with images. VOSviewer is a mapping programme established for the usage in the visual representation of bibliometric networks. The programme, which is basically established to analyze bibliometric studies, demonstrates the networks in a visual way and creates a difference in this sense (Van Eck & Waltman, 2017). Obtaining the data via WoS composes the main limitation of the research. Thus, the research phrase “digitalization of cultural heritage tourism” was only searched in the titles of the studies. The bibliometric network analysis was

conducted on the studies and presented visually such as regarding the publication year and citation frequency with top publishing countries, co-authorship network analysis, bibliographic coupling and distribution of studies due to varied aspects.

4. FINDINGS

The findings of this study were summarized through tables, graphs, and visuals related to the data inspected in the WoS database. According to the determined research phrase, “digitalization of cultural heritage tourism”, 74 studies were gathered through the WoS database. A total of 349 citations were performed to these studies. Accordingly; the average citation per study is approximately 5 and the H index is 11. In 2024, both the amount of the citations and the studies figured an increasing trend. Figure 1 represents the publication and citation frequency by year.

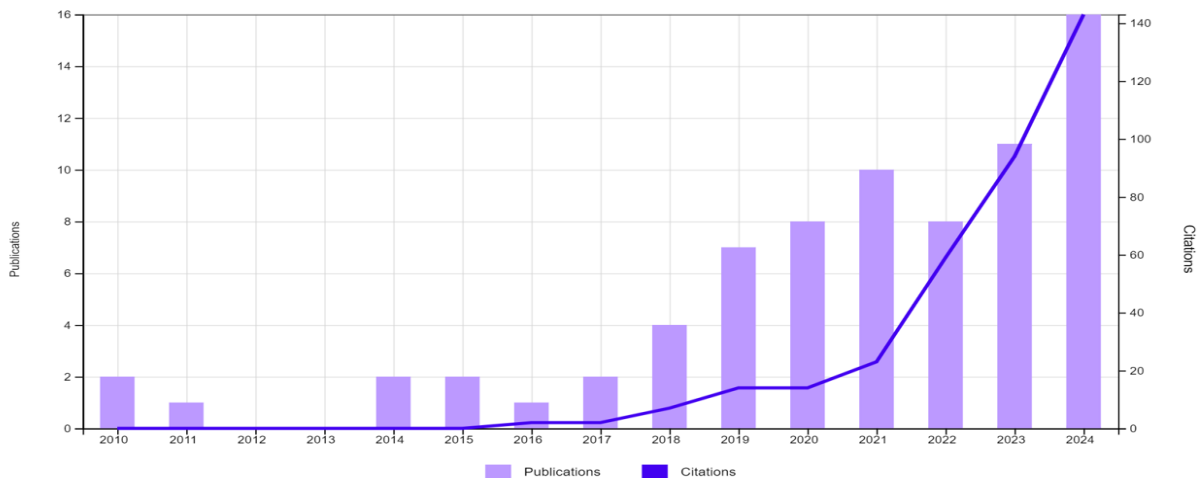


Figure 1. Publication and Citation Frequency by Year

Regarding the outcomes of Figure 1, the studies on the researched subject have been increasing in the last decades, conveying that this topic is yet brand new in the literature. It is noteworthy that these studies, which were mostly conducted after 2010, were rare in the WoS database. It was determined that the highest number of publications was conducted in 2024 with 16 publications. Moreover, no studies were published in the database in 2012 and 2013. Additionally, Table 2 compiles the number of published studies in the year-base.

Table 2. Distribution of Publications by Year

Years	Publication Numbers	Years	Publication Numbers
2024*	16	2016	1
2023	11	2015	2
2022	8	2014	2
2021	10	2013	-
2020	8	2012	-
2019	7	2011	1
2018	4	2010	2
2017	2		

\*As of 11 October 2024

Even though 74 publications were gathered through WoS incurring the affiliated word construction, just 47 of these studies were cited. Table 3 illustrates these publications elaborating on the citation number, author/s, year, title, aim, and methodology. The most cited publications addressed the transit of digitalization within tangible/intangible cultural heritage tourism concerning tourists’ attitudes, strategies, opportunities, limits, implementation, dissemination, and



sustainability. The methodologic approach utilized in the top cited publications was mostly qualitative approach as case and scenario studies. Quantitative approach was also employed for bibliometric analysis, confirmatory factor analysis (CFA) and covariance-based structural equation modeling (CB-SEM).

**Table 3.** Top 10 Most Cited Publications in Detail

Citation Number	Author/s, (Year)& Title	Aim & Methodology	Theoretical & Practical Implications
43	1) Zollo, L.; Rialti, R.; Marrucci, A.; Ciappei, C. (2022), How do museums foster loyalty in tech-savvy visitors? The role of social media and digital experience.	A structural model was proposed to measure the impact of cultural heritage destination digitalization on tourists' attitudes and behaviours while visiting museum. A quantitative approach with confirmatory factor analysis (CFA) and covariance-based structural equation modeling (CB-SEM) was utilized.	The findings revealed that digitalization and advanced technologies positively impacted the loyalty of tourists who visited the museum. The outcomes conveyed that digitalization is a significant strategic tool for museum authorities to improve the loyalty of tourists.
34	2) Zhang, X.; Yang, DL.; Yow, CH.; Huang, LH.; Wu, XQ.; Huang, XJ.; Guo, J.; Zhou, SJ. & Cai, YY. (2022), Metaverse for cultural heritages.	It was aimed to promote a systematic approach to the formation of the cultural heritage metaverse and provide more effectual approaches for tourism guidance, site maintenance, and conservation of heritage beings. A qualitative approach was adopted by performing a case study.	The study provided a potential impact on the digitalization of CH by proposing a general approach for constructing the metaverse of all CH. Further research as a part of this study, were suggested for the applications of the metaverse for the preservation and conversation of CH.
32	3) Eichler, J. (2021), Intangible cultural heritage, inequalities and participation: who decides on heritage?	Exploring the human dimension of intangible cultural heritage within the extent of tourism and digitalization was aspired. A qualitative approach was performed to case studies.	The study provided insights of materializing ICH by signifying the challenges in practices considering tourism-oriented developments and digitalization.
22	4) Dang, Q.; Luo, ZM.; Ouyang, CH.; Wang, L. & Xie, M. (2021), Intangible cultural heritage in China: a visual analysis of research hotspots, frontiers, and trends using CiteSpace.	It was purposed to review the studies in the field of intangible cultural heritage field and also digitalization in China. A quantitative approach was adopted for bibliometric analysis by implementing CiteSpace software.	The outcomes of the study provided a deeper understanding of ICH with its development and evolution in China. It is assumed that the practical implications of digitalization in the field of ICH were prone to conservation and sustainability.
21	5) Madzík, P.; Falát, L.; Copuš, L. & Valeri, M. (2023), Digital transformation in tourism: bibliometric literature review based on machine learning approach.	Providing a review of studies associated with digital transformation in the tourism field was addressed. A quantitative approach was conducted for bibliometric study.	The study explored a number of research opportunities focusing on the role of digitalization in tourism. The analysis results demonstrated that the pandemic raised the trend of study topics relating digitalization to the tourism industry.
20	6) De Bernardi, P.; Bertello, A. & Shams, S.M.R. (2019), Logics hindering digital transformation in cultural heritage strategic management: an exploratory case study.	Investigating the required integration level for the digitalization of museums' communication strategies and revealing the obstacles to the digital transition of cultural	The practical implications of digitalization in tourism were inspected with the developed framework on the basis of three aspects: unstructured, partial, and integrated. The outputs of

**Digitalization of Cultural Heritage Tourism: A Bibliometric Network Analysis Study**

		heritage strategies were the purposes of this study. A qualitative approach was provided to develop an exploratory case study.	this study suggested that the integration of digitalization in tourism should be even fostered through countries to fill the gaps in practical implications.
19	7) Liritzis, I. & Korka, E. (2019), Archaeometry's role in cultural heritage sustainability and development.	It was aspired to inspect the contributions of archaeometry with digitalization in cultural heritage and archaeology by offering policies for providing archaeometrical data for sustainable economic development at local, territorial, and national levels. A qualitative approach was provided for inspecting case studies.	The study addressed the theoretical and practical implications of digitalization in archaeometry contributes to cultural tourism. It is asserted that uncovering and documenting tangible and intangible CH supports sustainability, increases the interest and attention of visitors, and strengthens cultural tourism.
19	8) Cirulis, A.; De Paolis, L.T. & Tutberidze, M. (2015), Virtualization of digitalized cultural heritage and use case scenario modeling for sustainability promotion of national identity.	It was targeted to develop a basic design for the usage of advanced technologies with virtual and augmented reality to offer sustainability of national identities of countries within the scope of cultural heritage. Scenario analysis was applied with a qualitative approach.	The outcomes argued the enhancements regarding the widespread use of devices utilized in tourism activities based on digitalization and advanced technologies. It was stated that the promotion of mobile devices etc. at reasonable prices plays an important role in the widespread use of advanced technologies in the field of tourism.
17	9) Preuss, U. (2016), Sustainable digitalization of cultural heritage report on initiatives and projects in Brandenburg, Germany.	It was intended to reveal the opportunities and limits of digitalization for cultural heritage and tourism in Brandenburg. Case study was implemented through a qualitative approach.	The findings suggested that digitalization contributes to the promotion, sustainability, and preservation of CH particularly for tourism. In the context of practical implications, it is recommended that institutions such as libraries and museums should participate in the transition of digitalization.
13	10) Gonçalves, A.R.; Dorsch, L.L.P. & Figueiredo, M. (2022), Digital tourism: an alternative view on cultural intangible heritage and sustainability in Tavira, Portugal.	It was sought to disclose the implementation and dissemination of digitalization in tourism with its contribution to sustainability and other aspects. A qualitative approach was applied for the case study.	The outcomes of the study were two mobile applications developed for promoting a digital cultural route. These applications aided in a narrower relationship among tourists and the local community providing the users' perspectives.

Since the number of publications by country was investigated, China ranked first with the number of published studies (n=18; 24.32%), followed by Italy (18.91%), Spain (8.10%), and Russia (5%). Including these first 4 countries, a total of 39 countries worldwide released publications and Türkiye ranked as 16<sup>th</sup>. The top publishing 15 countries and Türkiye are displayed in Table 4. As the countries with the most publications are evaluated according to the number of publications, China featured with 18 publications and Italy with 14 publications, Spain (6 publications) and Russia (5 publications) unfortunately could not achieve half as many publications as the first two countries. Along with ranking in top publishing countries, the next two countries served 4 publications followed by 5 countries that released 3 publications, and the other countries with 2 or 1 publications, indicating that the number of publications by each country diminished drastically.

**Table 4.** Top Publishing Countries

Countries	Publication Numbers	% of 74	Countries	Publication Numbers	% of 74
China	18	24.32	Indonesia	3	4.05
Italy	14	18.91	Malaysia	3	4.05
Spain	6	8.10	Portugal	3	4.05
Russia	5	6.75	Finland	2	2.70
England	4	5.40	Taiwan	2	2.70
France	4	5.40	Ukrainian	2	2.70
Bulgaria	3	4.05	USA	2	2.70
Germany	3	4.05	Türkiye	1	1.35

*16 of 39 records are demonstrated.*

Each colored circle in the images created by the VOSviewer software represents the frequency of the item's repetition number. The large size of the circle signifies that the frequency or number of the item in the map is high. In other words, the most repeated keyword or institution etc. is represented by the largest circle. The mentioned items are clustered into groups according to their repetition number or frequency and are represented with a single color. An item belongs to only one set and is not included in the intersection of any set of elements. The lines between elements indicate connections. Thin lines indicate a weaker connection, while thick lines indicate a stronger connection (Van Eck & Waltman, 2019).

The international co-authorship network analysis by countries is demonstrated by lines in Figure 2. The circle/text size depicts the level of international co-authorship. The country with the strongest collaboration is China with 14 studies, and 93 citations via a total network strength of 6. Italy comes second with 5 studies, and 41 citations via a total network strength of 5. This country is followed by England with 4 studies, and 2 citations via a total network strength of 3. Finland is in fourth place with 2 studies, and 5 citations via a total link strength of 3. Russia has a total network strength of 2 with 4 studies and 19 citations. Other countries with a total network strength of 2 include Germany with 3 studies and 49 citations, Georgia with 1 study and 19 citations, and Malaysia with 2 studies and 3 citations.

**Figure 2.** Co-Authorship Network Analysis By Countries

The co-authorship network analysis by organizations is demonstrated in Figure 3. The total strength of the co-authorship network with other organizations is inspected for each 97 organizations. The network analysis is demonstrated in 1 cluster with 7 items. Each item is connected with the other 6 items. Therefore, total link strength is the highest with the number 6 with one document for each organization regarding co-authorship network. For instance, the organization Herald Council President Republ Tatarstan is linked with Kazan Fed University, Petrov Acad Science & Arts, Republican Coordinating Sci & Methodol Council Pe, Sci & Expert

Council Open Univ Talents, Inst Int Relat, Int Council Preservat Monuments & Sites ICOMOS. In turn, each organization has a co-authorship network with all other organizations, again with one document.

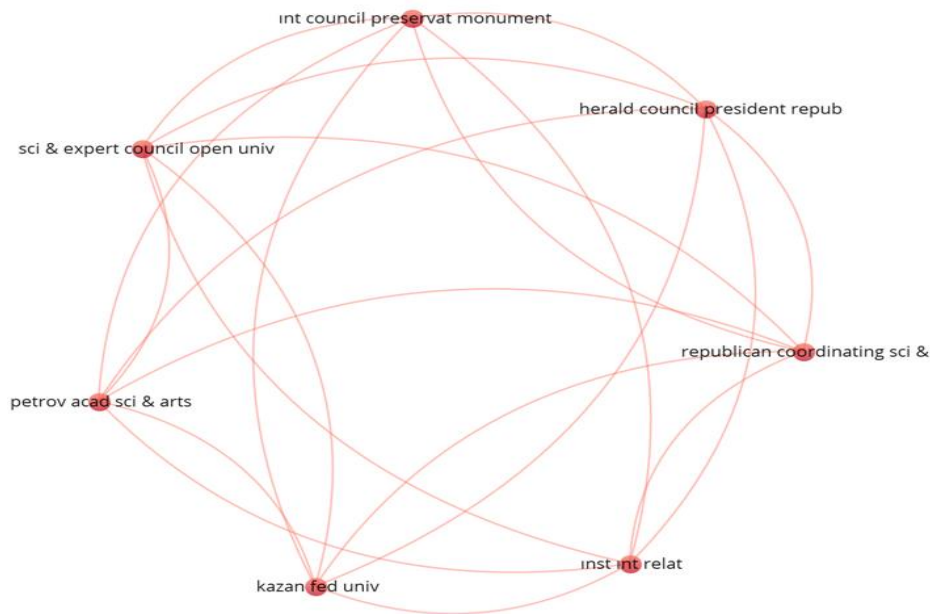


Figure 3. Co-Authorship Network Analysis by Organizations

The keyword network analysis displaying the strength of co-occurrence links between associated keywords is depicted in Figure 4. Accordingly, 28 words with links out of a total of 202 keywords are shown in the visual. Among these keywords, the keyword “cultural heritage” was repeated 14 times with the highest total link strength of 62. The keywords “digitalization” were used 7 times with a total link strength of 34, “tourism” and “cultural tourism” 6 times for each with a total link strength of 35 and 31 respectively, “COVID-19” and “sustainable development” 4 times each with a total link strength of 24 and 21 respectively. The keyword network analysis depicts 16 clusters with 166 items with varied colors. Each item’s color exhibits that the item belongs to the cluster and linked with lines to other items in that cluster (Van Eck & Waltman, 2019). Therefore, 166 lines are demonstrated in keyword network analysis, presenting the 166 strongest links among items.

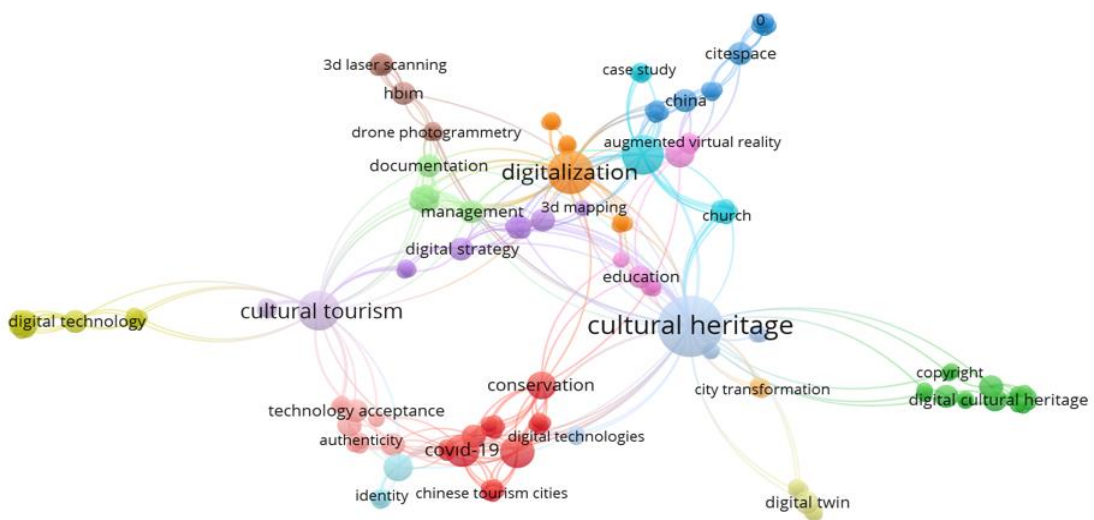


Figure 4. Keyword Network Analysis

Bibliographic coupling is a metric that conducts citation analysis to reveal a similarity association between studies, such as co-citation. Bibliographic coupling emerges when two studies cite a common third study in their bibliographies. Each circle represents a country identifying the bigger the size, the higher the quantity. Bibliographic coupling network analysis by countries embodied 25 items regarding 8 clusters. China ranked first in the bibliographic coupling analysis with the highest total link strength of 476 with 14 publications and 93 citations. It was followed by Italy with a total link strength of 206 representing 5 publications and 41 citations. Even though Spain released 5 publications with 14 citations, the total link strength was diminished by 2. Germany is third at total link strength with 150 having 3 publications and 49 citations. Though England and Russia submitted 4 publications, the former had a total link strength of 115 with 2 citations, whereas the latter performed 89 total link strength and 19 citations. Finland is the fourth country at the total link strength of 117 and 2 publications with 5 citations.

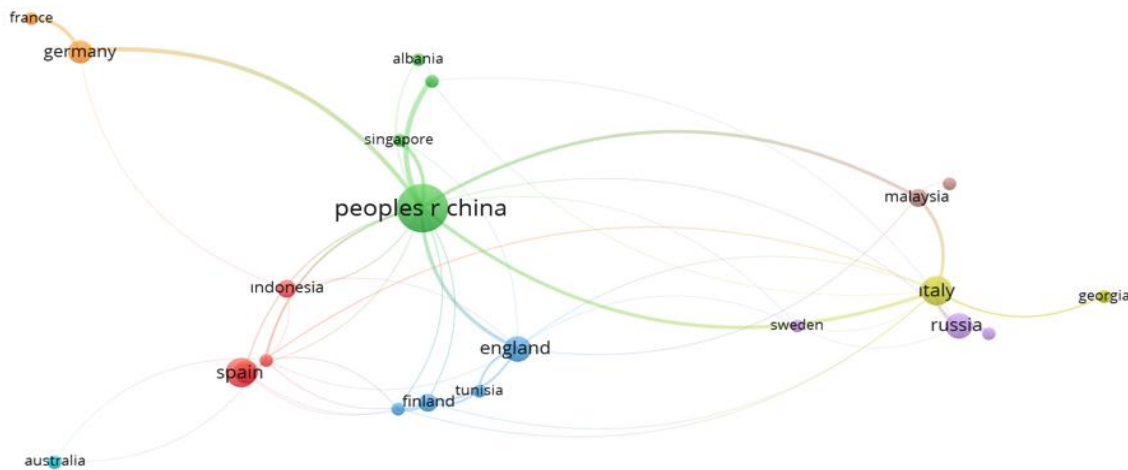


Figure 5. Bibliographic Coupling Network Analysis by Countries

Bibliographic coupling network analysis by organizations is exhibited by lines and circles in Figure 6. Each circle represents an institution defining the bigger the size, the higher the quantity. Bibliographic coupling network analysis by organizations encompassed 48 items associated to 13 clusters. The organization with the highest total link strength of 317 was Fudan University with 2 publications and 8 citations. Henan University displayed total link strength of 264 with 2 publications and 22 citations. Beijing Technology & Business University on the right side of the figure held total link strength of 114 with 1 publications and 32 citations. Guangxi University on the left side of the figure received total link strength of 91 with 1 publications and 21 citations.

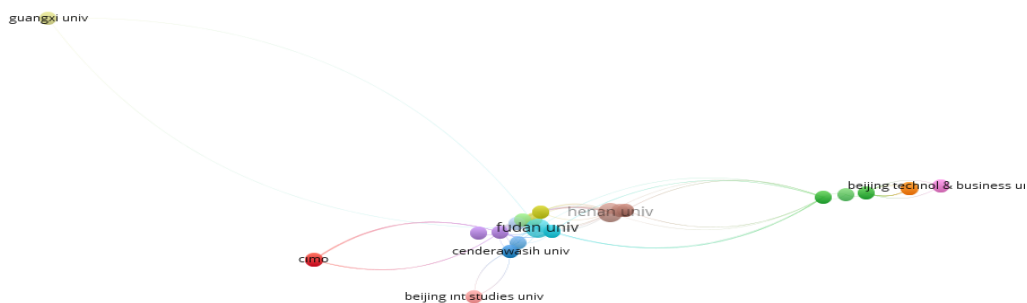


Figure 6. Bibliographic Coupling Network Analysis by Organizations

Bibliographic coupling network analysis by authors is represented in Figure 7. For every 171 authors, the total strength of the bibliographic coupling network with other authors are computed. The authors with the highest total network strength is chosen. Accordingly, 94 items and 14

clusters are exhibited by circles and associated by lines. The authors Zhang, X.; Yang, D.L.; Yow, C.H.; Huang, L.H.; Wu, X.Q.; Huang, X.J.; Guo, J.; Zhou, S.J. and Cai, Y.Y. (2022) gathered a total link strength of 451 with 1 publications and 32 citations. The second total link strenght is 363 with 1 publications and 21 citatons associated with the authors Dang, Q; Luo, Z.; Ouyang, C.; Wang, L. and Xie, M (2021).



Figure 7. Bibliographic Coupling Network Analysis by Authors

Figure 8 exhibits bibliographic coupling network analysis by sources that comprised of 19 items for 5 clusters. The total strength of the bibliopgraphic coupling network with other sources were computed. The sources with the highest total network strength were choosen. The journal “Sustainability” ranked first with 71 citations with 5 publications, followed by “Electronics” (32) with one publication, “International Journal of Human Rights” (31) with one publication and “Tourism Analysis” (19) with one publication. However, “Cogent Social Science”'s delivered two publications just received 4 citations.

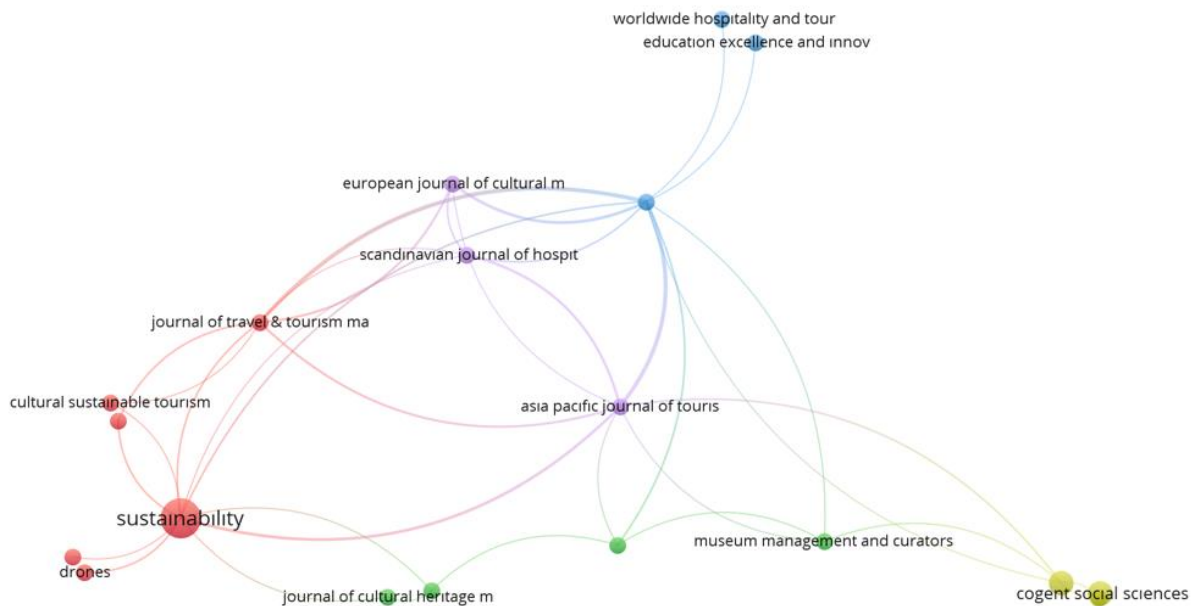


Figure 8. Bibliographic Coupling Network Analysis by Sources

The publishers with the most studies are presented in Table 5. Major of the studies were published in the journals Springer Nature (21.62%) with 16 publications, Taylor & Francis (13.51%) with 10 publications, MDPI (Multidisciplinary Digital Publishing Institute) (12.16%) with 9 publications, Emerald Group Publishing (5.40%) with 4 publications, IOP Publishing Ltd (5.40%) with 4 publications, Elsevier (4.05%) with 3 publications, IATED (2.70%) with 2 publications and FEADFEFF (2.70%) with 2 publications.

**Table 5.** Distribution of Publishers by Studies

Name of the Publisher	Number	% of 74
Springer Nature	16	21.622
Taylor & Francis	10	13.514
MDPI	9	12.162
Emerald Group Publishing	4	5.405
IOP Publishing Ltd	4	5.405
Elsevier	3	4.054
IATED-Int Assoc Technology Education & Development	2	2.703
Federacion Espanola Asoc Docentes Educacion Fisica-Feadef	2	2.703

As the WoS indexes presented in Table 6 are inspected, the majority of the articles are in the ESCI (28.37%) with 21 publications, followed by SSCI (24.32%) and CPCI-s (24.32%) with 18 publications for both, CPCI-SSH (21.62%) with 16 publications, SCI-EXPANDED (14.86%) with 11 publications, A&HCI (8.10%) with 6 publications and BKCI-SSH (1.35%) with 1 publication.

**Table 6.** Distribution of WoS Index by Studies

Index	Number	% of 74
Emerging Sources Citation Index (ESCI)	21	28.37
Social Sciences Citation Index (SSCI)	18	24.32
Conference Proceedings Citation Index – Science (CPCI-S)	18	24.32
Conference Proceedings Citation Index – Social Science & Humanities (CPCI-SSH)	16	21.62
Science Citation Index Expanded (SCI-EXPANDED)	11	14.86
Arts & Humanities Citation Index (A&HCI)	6	8.10
Book Citation Index – Social Sciences & Humanities (BKCI-SSH)	1	1.35

The distribution of studies by publication languages is designated in Table 7. Thereafter, most of the published studies on the topic under investigation are in the English language (91.89%) with 68 publications. This is followed by studies published in Russian (2.70%) and Spanish languages (2.70%) with 2 publications for both. In addition to these, there is also one publication in Italian (1.35%) and Portuguese (1.35%) languages.

**Table 7.** Distribution of Studies by Publication Languages

Publication Language	Number	% of 74
English	68	91.89
Russian	2	2.70
Spanish	2	2.70
Italian	1	1.35
Portuguese	1	1.35

The distribution of studies according to WoS categories is presented in Table 8. Accordingly, the most studies were conducted in the “Hospitality Leisure Sport Tourism” (20.27%) category with 15 publications. This was followed by the “Environmental Studies” (13.51%) with 10 publications, “Computer Science Interdisciplinary Applications” (12.16%) and “Green Sustainable Science Technology” (12.16%) categories with 9 publications for both, respectively.

**Table 8.** Distribution of Studies by WoS Categories

Category of WoS	N.	% of 74	Category of WoS	N.	% of 74
Hospitality Leisure Sport Tourism	15	20.27	Archaeology	4	5.40
Environmental Studies	10	13.51	Computer Science Artificial Intelligence	3	4.05
Computer Science Interdisciplinary Applications	9	12.16	Computer Science Information Systems	3	4.05
Green Sustainable Science Technology	9	12.16	Computer Science Software Engineering	3	4.05
Environmental Sciences	8	10.81	Economics	3	4.05
Humanities Multidisciplinary	8	10.81	History	3	4.05
Computer Science Theory Methods	7	9.45	Information Science Library Science	3	4.05
Business	6	8.10	Materials Multidisciplinary Science	3	4.05
Management	6	8.10	Remote Sensing	3	4.05
Education Educational Research	5	6.75	Architecture	2	2.70

As the research topic was also evaluated within the scope of sustainability, the distribution displayed in Table 9 was obtained. Even the sustainable development indicates 17 goals, the studies published within the research topic included 9 of these goals. The most frequently mentioned sustainable development goal was “Sustainable Cities And Communities” (24.32%) with 18 publications, followed by “Life On Land” (10.81%) with 8 publications, “Good Health And Well Being” (5.40%) and “Quality Education” (5.40%) with 4 publications for both.

**Table 9.** Distribution of Studies by Sustainable Development Goals

Sustainable Development Goals	Number	% of 74
11 Sustainable Cities and Communities	18	24.32
15 Life on Land	8	10.81
03 Good Health and Well Being	4	5.40
04 Quality Education	4	5.40
09 Industry Innovation and Infrastructure	3	4.05
17 Partnerships for The Goals	3	4.05
13 Climate Action	2	2.70
02 Zero Hunger	1	1.35
14 Life Below Water	1	1.35

**CONCLUSION**

In recent years, digitalization has rapidly integrated into the tourism industry, particularly since COVID-19 (Madzík et al., 2023). Digitalization provides many advantages for the tourism industry. Digitalization of CH is one of the many factors affecting tourism. In the same vein, tourism is an important tool in discovering, sharing, and transmitting CH. The transfer of CH includes efforts to convey the knowledge, art, and culture of past generations to future generations. This transfer is crucial for the protection and sustainability of CH. Developing digital technologies is an intermediary element in the storage, preservation, and dissemination of CH. Digitalization of CH is prominent for documents and objects that are at risk of loss and increases their sustainability. Digitalization offers new opportunities for the preservation and promotion of CH. In this respect, the significance of digitalization in CH is in reaching wider audiences. In essence, digitalization is significantly linked to CHT by enhancing the satisfaction and enriching the experience of tourists while contributing to the preservation and sustainability of CH sites. Therefore, tourist experiences were prospered by providing elements such as time and space



independence through the digitalization of CHT. Digital technologies improve the experience of tourists in CHT, which in turn leads to greater tourist satisfaction and loyalty in the tourism industry. The digitalization of CHT due to advanced technologies is a significant development in terms of both transmitting cultural values to future generations and preserving and promoting cultural values. This important development causes researchers to conduct various studies in the literature for conducting bibliometric analysis (Demirel İli & Hazarhun, 2021; Bozkurt et al., 2022; Çuhadar et al., 2022). While the usage and utilization of new technologies within the scope of CHT continues today, it is extremely important to inspect the publications conducted in the literature on this subject. The previous studies performing bibliometric analysis utilized Scopus (Demirel İli & Hazarhun, 2021) with the research query of “Cultural Heritage” and “Digitalization” and WoS database with the research queries of “Cultural Heritage Tourism and Digital and Digitalization” (Bozkurt et al., 2022; “Cultural Heritage” and “Digitalization” (Çuhadar et al., 2022). As the usage and utilization of new technologies within the scope of CHT continues today, it is extremely important to inspect the publications conducted in the literature on this subject. In this respect, the aim of this study is to inspect the published studies on the digitalization of CHT utilizing the bibliometric network analysis method. Therefore, studies published between 2010 and 2024 were gathered through the WoS database by searching the phrase “digitalization of cultural heritage tourism”. In line with the determined phrase for the research, 74 published studies were obtained. On the other side, previous studies conducted by Demirel İli and Hazarhun (2021) extracted 25 publications between 2002 and 2021, Bozkurt et al. (2022) obtained 264 publications between 2004 and 2021, and Çuhadar et al. (2022) retrieved 248 publications between 1997 and 2022. Although this study and previous ones included similar databases and almost the same years, minor differences in the research query resulted in different publication numbers.

The analysis of bibliometric networks was implemented by utilizing VOSviewer software alike the previous studies with similar topic analysis (Demirel İli & Hazarhun, 2021; Bozkurt et al., 2022; Çuhadar et al., 2022). Primarily, bibliometric network analysis conducted to reveal the publication and citation frequency, and the distribution of publications by year. The studies obtained from the WoS database were 74 in number and had a total of 349 citations. The majority of studies on this topic were conducted in 2024 with 16 publications whereas previous studies were in 2019 with 7 publications (Demirel İli & Hazarhun, 2021) and 50 publications (Bozkurt et al., 2022); and in 2021 with 34 publications (Çuhadar et al., 2022). Then, bibliometric network analysis was performed to uncover the top publishing countries and co-authorship network analysis by countries and organizations. China was the country ranked first with 18 publications, however, Italy was ranked as the first country with 9, 68, and 67 publications respectively by Demirel İli and Hazarhun (2021), Bozkurt et al. (2022), and Çuhadar et al. (2022). According to this study, the countries that delivered the majority of publications on this topic were China, Italy, Spain, and Russia, respectively causing different findings from previous studies in co-authorship network analysis by countries and organizations. The findings of this study according to the bibliometric network analysis for the keywords were noteworthy in that the keywords after the first four differed from the most similar previous studies: “cultural heritage” (Demirel İli & Hazarhun, 2021; Bozkurt et al., 2022; Çuhadar et al., 2022), “digitalization” (Demirel İli & Hazarhun, 2021; Çuhadar et al., 2022), “tourism” (Bozkurt et al., 2022), “cultural tourism” (Bozkurt et al., 2022); “COVID-19” and “sustainable development”. Afterwards bibliographic coupling network analysis by countries, organizations, authors, and sources were uncovered that the outcomes were unique to this study providing another contribution to the literature and field. After inspecting the distribution of publishers and WoS index by studies; the distribution of studies by publication languages, WoS categories, and sustainable development goals are detected. Most of the studies were published by “Springer Nature” and this finding supports the results in

the study of Bozkurt et al. (2022). In addition, most of the studies were involved in the Emerging Sources Citation Index (ESCI) according to the outcomes of this study contradicts the findings of Çuhadar et al., (2022) in the Conference Proceedings Citation Index. The majority of the publications were released in the English language alike with the findings of Bozkurt et al. (2022) and Çuhadar et al. (2022). According to the findings of the study, the most mentioned WoS category was "Hospitality Leisure Sport", which is related to the study of Bozkurt et al. (2022) with the category "Accommodation, Leisure, Sports And Tourism" while contradicting the findings of İli & Hazarhun (2021) and Çuhadar et al. (2022) with categories "Computer Science" and "Information-"Library Science" respectively. Lastly, most of the studies (59%) emphasized sustainable development goals which were unique to the outcomes of this study maintaining another contribution. As a conclusion, it was determined that studies on the digitalization of CHT have increased in recent years and that few studies have been conducted yet. It is noteworthy that this study provides significant contributions to the literature in terms of displaying the global trends of a developing research topic and providing comparisons with the outcomes of similar previous studies, therefore guiding new studies to be conducted in the future in this field.

## REFERENCES

- Acar, A., Atalay, F. B., Say, S., Tunca, E. M., Çetin M. C., Çalışkan, Ş. N., Altay, S. A., Öngören, P. G. & Karakaya, A. F. (2022). Developing a mobile augmented reality application for cultural heritage. *Journal of the Faculty of Engineering and Architecture of Gazi University*, 37(4): 1931-1944.
- Aksoy, A. & Enlil, Z. (2012). Kültürel miras yönetiminde çağdaş yaklaşımlar. In A. Aksoy & D. Ünsal (Eds.) *Kültürel miras yönetimi* (pp.2-29). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Altunışık, R., Boz, H., Gegez, E., Koç, E., Sığı, Ü., Yıldız, E. & Yüksel A. (2023). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: yeni perspektifler*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Asatekin, G. (2004). *Kültür ve doğal varlıklarımız; neyi, niçin, nasıl korumalıyız?* Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara: DÖSİMM Basımevi.
- Bozkurt, İ., Deniz, G. & Günden, Y. (2022). A bibliometric analysis of publications within the scope of cultural heritage tourism and digitalization. *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, Dijitalleşme Özel Sayısı, 166-184.
- Cirulis, A., De Paolis, L. T. & Tutberidze, M. (2015). Virtualization of digitalized cultural heritage and use case scenario modeling for sustainability promotion of national identity. *Procedia Computer Science*, 77, 199-206. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.12.384>.
- Çuhadar, M. Ongun, U. & Topsakal, Y. (2022). Kültürel miras ve dijitalleşme konusunda yayınlanmış çalışmaların bibliyometrik analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10 (4), 3418-3443.
- Dang, Q., Luo, Z., Ouyang, C., Wang, L. & Xie, M. (2021). Intangible cultural heritage in China: a visual analysis of research hotspots, frontiers, and trends using CiteSpace. *Sustainability*, 13, 9865. <https://doi.org/10.3390/su13179865>.
- De Bernardi, P., Bertello, A. & Shams, S.M.R. (2019). Logics hindering digital transformation in cultural heritage strategic management: an exploratory case study. *Tourism Analysis*, 24 (3), 315-327. <https://doi.org/10.3727/108354219X15511864843876>.
- Demirel İli, N. & Hazarhun, E. (2021, November 12-14). *Sürdürülebilirlik çerçevesinde kültürel miras ve dijitalleşme*. III. Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Kongresi (ISTC3), Online (Bingöl-Ordu), 586-600.
- Eichler, J. (2021). Intangible cultural heritage, inequalities and participation: who decides on heritage? *The International Journal of Human Rights*, 25(5), 793-814. <https://doi.org/10.1080/13642987.2020.1822821>.
- Gonçalves, A.R., Dorsch, L.L.P. & Figueiredo, M. (2022). Digital tourism: an alternative view on cultural intangible heritage and sustainability in Tavira, Portugal. *Sustainability*, 14(5), 2912. <https://doi.org/10.3390/su14052912>.

- Gruber, S. (1972). *Convention concerning the protection of the world cultural and natural heritage*. Edward Elgar Publishing: Cheltenham, UK.
- Hussain, A., Fatima, N. & Kumar, D. (2011). Bibliometric analysis of the 'Electronic Library' journal (2000-2010). *Webology*, 8(1): 1-11.
- Kandemir, Ö. & Ulusoy, G. (2023). Bir yapıdan bir kente kültürel değerlerin artırılmış gerçeklik teknolojileriyle ortaya konulması. *Yakın Mimarlık Dergisi*, 7(1), 90-114. <https://doi.org/10.32955/neujna202371591>.
- Karagöz, B. & Şeref, İ. (2019). Değerler Eğitimi Dergisi'nin bibliyometrik profili (2009- 2018). *Değerler Eğitimi Dergisi*, 17(37): 219-246.
- King, L., Stark, J. F. & Cooke, P.A. (2016). Experiencing the digital world: the cultural value of digital engagement with heritage. *Heritage & Society*, 9(1): 76-101.
- Kuşçuoğlu, G. Ö. & Taş, M. (2017). Sürdürülebilir kültürel miras yönetimi. *Yalvaç Akademi Dergisi*. 2(1), 58-67.
- Li, D., Du., Zhiqiang, D., Zhu, Y. & Wang, T. (2009, 9-12 September). *Digital cultural heritage and its applications: case studies of digital Mogao Grottos and Chi Lin Nunnery reconstruction*. The Sixth International Symposium on Digital Earth, Beijing, China. doi:10.1117/12.873340.
- Liritzis, I. & Korca, E. (2019). Archaeometry's role in cultural heritage sustainability and development. *Sustainability*, 11(7), <https://doi.org/10.3390/su11071972>.
- Litvak, E., & Kuflik, T. (2020). Enhancing cultural heritage outdoor experience with augmented-reality smart glasses. *Personal and Ubiquitous Computing*, 24(6), 873-886. doi:10.1007/s00779-020-01366-7.
- Madzík, P., Falát, L., Copuš, L. & Valeri, M. (2023). Digital transformation in tourism: bibliometric literature review based on machine learning approach. *European Journal of Innovation Management*, 26(7), 177-205. <https://doi.org/10.1108/EJIM-09-2022-0531>.
- McKercher, B. & du Cros, H. (2002). *Cultural tourism: the partnership between tourism and cultural heritage management*. New York: The Haworth Hospitality Press.
- McNulty, R. & Koff, R. (2014). *Cultural heritage tourism. partners for livable communities*. Washington, DC.
- Melchior, M. R. (2019). Digital fashion heritage: understanding europeanafashion. EU and the google cultural institute's we wear culture. *Critical Studies in Fashion & Beauty*. 10(1), 49-68.
- Özgüneş, R. E. & Bozok, D. (2017). Turizm sektörünün sanal rakibi (mi?): artırılmış gerçeklik. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 146-160.
- Pelit, E. & Demir, M. & Türkoğlu T. (2018). Kültürel mirasın sürdürülebilirliği: turizm eğitimi veren kurum müfredatları üzerine bir inceleme, *Turizm Akademik Dergisi*, 5 (2), 73-83.
- Preuss, U. (2016). Sustainable digitalization of cultural heritage-report on initiatives and projects in Brandenburg, Germany. *Sustainability*, 8(9), 891. <https://doi.org/10.3390/su8090891>.
- Pritchard, A. (1969). Statistical bibliography or bibliometrics. *Journal of Documentation*, 25(4), 348- 349.
- Rosner, D., Rocchetti, M. & Marfia, G. (2014). The digitization of cultural practices. *Communications of the ACM*, 57 (6), 82-87.
- Sertalp, E. (2016, 3-5 November). *Artırılmış gerçeklik (AG) uygulamalarının turizm alanında kullanımı*. 21. Türkiye'de İnternet Konferansı, Ankara, Türkiye.
- Sonuç, N. & Süer, S. (2024). Smart tourism destinations and digitalization of cultural heritage for sustainability. In M. E. A. Abdelli, A. Sghaier, A. Akbaba, S. C. Gamoura & H. D. Mohammadian (Eds.), *Smart cities for sustainability: approaches and solutions* (151-168), United Kingdom: Emerald Publishing Limited.
- Süer, S. (2021). Kültürel mirasın turizm amaçlı kullanımı: Bergama ilçesi örneği. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 11 (3), 479-502. doi: 10.14230/johut1088.

## Digitalization of Cultural Heritage Tourism: A Bibliometric Network Analysis Study

- Tom Dieck, M. C. & Jung, T. H. (2017). Value of augmented reality at cultural heritage sites: a stakeholder approach. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(2), 110–117. doi:10.1016/j.jdmm.2017.03.002.
- Uzun, Y. & Gözel, O. (2022). Artırılmış gerçeklik uygulamalarının kültürel miras alanlarına etkisi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, Sayı 33, 280-284.
- Ünal, M. (2017). *Distant augmented reality system for cultural heritage sites* (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Vargün, Ö. (2021). Kültürel mirası artırılmış gerçeklikle yeniden kurgulamada algısal geridönüşlerin değerlendirilmesi. *Pearson Journal of Social Sciences & Humanities*, 6(13), 141-158. <http://dx.doi.org/10.46872/pj.289>.
- Van Eck, N.J. & Waltman, L. (2017). Citation-based clustering of publications using CitNetExplorer and VOSviewer. *Scientometrics*, 111(2), 1053-1070.
- Van Eck, N.J. & Waltman, L. (2019). *VOSviewer manual*. Universiteit Leiden, Leiden.
- Web of Science Coverage Details (2024). *Resources for librarians and administrators*. Retrieved from: <https://clarivate.libguides.com/librarianresources/coverage>, Access Date: 28/11/2024.
- Witcomb, A. (2007). The materiality of virtual technologies: a new approach to thinking about the impact of multimedia in museums. In F. Cameron & S. Kenderdine (Eds). *Theorizing digital cultural heritage: a critical discourse* (pp. 35-48), Cambridge: MIT Press.
- Zhang, X., Yang, D.L., Yow, C.H., Huang, L.H., Wu, X.Q., Huang, X.J., Guo, J., Zhou, S.J. & Cai, Y.Y. (2022). Metaverse for cultural heritages. *Electronics*, 11(22), 3730. <https://doi.org/10.3390/electronics11223730>.
- Zhou, M., Geng, G. & Wu, Z. (2012). *Digital preservation technology for cultural heritage*. New York: Springer Science & Business Med.
- Zollo, L., Rialti, R., Marrucci, A. & Ciappei, C. (2022). How do museums foster loyalty in tech-savvy visitors? the role of social media and digital experience. *Current Issues in Tourism*, 25(18), 2991-3008.



## Safranbolu'nun Eski Su İletim Sistemleri Üzerine Bir Araştırma "Paşa Suyu"

### A Research on the Ancient Water Transmission Systems of Safranbolu "Pasha Water"

Bilal BELDER<sup>1</sup>

#### Özet

Safranbolu; ülkemizde ve dünyada adını geleneksel Türk Mimari örnekleri ile adı duyurmuştur. Gayza köyü Hızır mevkiiinden çıkan kaynak suları Safranbolu'nun uzun yıllar su ihtiyacını karşıladığı için şehir hafızasında "Paşa Suyu" olarak bilinmektedir. Bu suların Gayza köyünden Safranbolu'ya ulaştırılması için eskiden yapılmış su iletim sistemi olan; algun kanallar ile 5 km. mesafeden Beybağı denilen yerde bulunan su terazisinden şehir içine künk borular ile çeşmelere ulaştırılması ile insanların su ihtiyacı sağlanmıştır. Safranbolu'da zamanla gelişen su iletim teknoloji ile işlevini yitiren bu eski su kanallarının yerine demir veya beton borular kullanılmıştır. Bununla birlikte eski su mimari yapılarından çeşmeler ve su köprüleri korumaya alınmış ve restore edilmiştir. Fakat bölgedeki eski su yolu sistemlerinin zamanla işlevini yitirmesiyle birlikte unutulmuş ve günümüzde yok olma tehlikesi ile karşı karşıyadır. Yapılan bu çalışmada; ülkemizde Suyolları üzerine yapılan nitel araştırmalardan yararlanılmıştır. Safranbolu hakkında yazılan kaynaklardan az sayıda suyolları hakkında yazılmış yazılı belge olduğu görülmüştür. Yazılı kaynaklar doğrultusunda bölge insanların eski hatıralarından alınan bilgiler ile yapılan gezi araştırmalarıyla su iletim yapılarının yerleri belirlenmeye çalışılmıştır. Safranbolulu İzzet Mehmet Paşa'nın kurmuş olduğu Vakfiyede belirtilen bu su yolu sistemleri vakıf gelirleriyle bakımları yapılmış ve insan ihtiyaçlarını gidermiştir. Suyollarının Gayza köyünden itibaren Safranbolu'ya ulaşımında kullanılmış eski su iletim sistemleri tespit edilmeye çalışılmış ve mevcut durumlarıyla ilgili bulgular yorumlanmıştır. Tarihi şehrimizin sahip olduğu su mimarisi yapıları ve özellikle suyollarının; önemi, tanıtılması, korunması ve yenilenmesi adına yapılacak çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Safranbolu, Paşa suyu, Suyolu, Algun, Künk.

#### Abstract

Safranbolu has made its name in our country and in the world with traditional Turkish architectural examples. The spring waters coming out of the Geiza village Hızır locality have been known as "Pasha Water" in the memory of the city because they have been meeting the water needs of Safranbolu for many years. The water transmission system, which was built in the past to transport these waters from the village of Geiza to Safranbolu, is 5 km away with algun canals. from a distance, people's water needs have been provided by transporting water from the spirit level located in a place called Beybağı to fountains through blunt pipes into the city. Iron or concrete pipes have been

<sup>1</sup>Milli Eğitim Bakanlığı, Öğretmen, Karabük

ORCID:

B.B. : 0000-0002-0031-7353

**Corresponding Author:**

Bilal BELDER

**Email:**

belder@hotmail.com

**Citation:** Belder, B. (2025). Safranbolu'nun eski su iletim sistemleri üzerine bir araştırma "Paşa Suyu". *Journal of Humanities and Tourism Research*, 15 (1), 79-96.

**Submitted:** 26.12.2024.

**Accepted:** 24.01.2025

*used to replace these old water channels that have lost their function with the water transmission technology that has developed over time in Safranbolu. However, fountains and water bridges from the old water architectural structures have been protected and restored. But with the loss of function of the old waterway systems in the region over time, it has been forgotten and is currently facing the danger of extinction. In this study, qualitative research on waterways in our country was used. It has been seen that there are few written documents written about waterways from the sources written about Safranbolu. In accordance with written sources, it has been tried to determine the locations of water transmission structures through excursion research conducted with information obtained from the ancient memories of the people of the region. These waterway systems mentioned in the Foundation established by Safranbolulu İzzet Mehmet Pasha were maintained with the foundation revenues and met human needs. An attempt was made to identify the old water transmission systems used in the transportation of waterways from the village of Geiza to Safranbolu and the findings related to their current condition were interpreted. It is thought that it will contribute to the works to be carried out on behalf of the importance, promotion, protection and renewal of the water architecture structures and especially waterways owned by our historical city.*

**Keywords:** Safranbolu, Pasha water, Watercourse, Alğun, Künk

## 1. GİRİŞ

Su; insanın yaşamını sürdürebilmesi için temel ihtiyaç maddesidir. Bu ihtiyacı karşılama için insanoğlu yaşam alanlarını su kaynağına yakın yerlere kurmuşlar veya kaynağından çıkan suları yaşadığı şehirlere ulaştırmak için su iletim sistemleri kullanmışlardır. Uzak mesafelere alğun, künk, su kemerleri ile taşınan suların şehir içine dağıtımını için su terazileri kullanılmıştır. Yaşanan teknolojik gelişmeler ile değişen şehir yaşamları bu eski su yolu sistemlerinin kullanımı sona erdirmiştir. Osmanlı mimari kültür izlerinin en güzel örneklerine sahip Safranbolu'da; eski su iletim sistemleri işlevlerini yitirse de zamanında kurulan vakıflar ile bakımları yaptırılmış ve kaynağından çıkan suların Safranbolu'ya ulaşması sağlanmıştır. 1950'li yıllardan sonra Safranbolu'da yeni su iletim hatları yapılmasıyla birlikte eski su iletim sistemleri unutulmuş ve kaderine terk edilmiştir. Safranbolu'nun sahip olduğu kültür mirası örneği olan Paşa suyu iletim sistemlerinden; alğun kanalları, su kemerleri, taksimat, su terazisi, su kanalları ve künk (poyra) boru örnekleri araştırılmış ve elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

Anadolu coğrafyasında Hititlerden başlayarak, Urartulardan İyonlara, Helenistik, Roma, Bizans dönemlerine, Selçuklu ve Osmanlı Türk devletlerine kadar içme suyu kalıntıları görülmektedir. Eski pınar kaptajları, pişmiş toprak künkler, kâğıt kanalları, sarnıçlar ve su kemerleri gibi su mühendisliğinin eski örneklerine rastlanmaktadır. Eski uygarlık alanlarında çalışmalar yapan arkeologlar, saray, tiyatro, hamam, tapınak gibi yerlerde çalışmalara daha önem vermişler fakat kilometrelerce uzanan su yapılarının araştırmasını sonraya bırakmışlardır (Öziş, 1978: 21,22).

Osmanlı dönem zamanında imar edilmiş su iletim sistemleri dünyada yapılmış örneklere kıyasla ileri seviyede yapıldığı söylenebilir. Şehir yerleşimlerine içme ve kullanma suyunu ulaştırmak için yapılan su iletim sistemlerine "suyolları" denilmiştir. Bu iletim sistemleri; suların toplanmasını, şehre ulaştırılması ve şehir içine dağıtılmasını sağlayan alt bölümlerden meydana gelmiştir. Bu sistemler; kemerler, bentler, çökeltme havuzları, suyolları, su terazileri, su istasyonlarından oluşmaktadır (Kılıç, 2004: 178).

Suyun kullanımını kontrol eden insanoğlu su işlerini kurumsal bir yönetim sistemi haline getirmiştir. Osmanlı İmparatorluğu devlet yönetiminde has veya hassa diye anılan memuriyet veya yönetim daireleri, genellikle Padişahların özel hizmetleri olmak üzere İmparatorluk içerisinde her türlü resmi su inşaat (Tablo 1) işlerini yürüten Hassa İmarları Teşkilatı, İstanbul'un fethinden sonra kurulmuştur. İnşaat ve tamirat işlerinden yürütmek için, merkezde Şehremini'nin kontrolünde ve Hassa Mimarbaşına bağlı "Su Yolu Nazırı" adı verilen kişiler görevlendirilmiştir (Turan, 1968:158).

Tablo 1. Osmanlı Dönemi Su İletim Yapıları

Adı	Özelliği
Su kemeri	Üstü kapalı suyollarından akan suyun seviyesini sabit tutarak vadiler üzerinden geçiren ve aynı yükseklikte bir noktaya akıtan, köprü şeklinde ayaklı kemerler üzerine yapılan yapılardır.
Su terazisi	Su basıncını ayarlamaya ve suyu ölçerek dağıtmaya yarayan kule biçiminde yapılardır.
Maksem	Şehre gelen suların ölçülerek dağıtımının yapıldığı yapılardır.
Kanallar	Açık (ark)/kapalı (algun, künk) kanallar, açık ya da kapalı sarnıçlar arasındaki bağlantıyı kuran, çeşmelere ve evlere su taşıyan açık/kapalı yapılardır.
Su kuyusu ve sarnıç	Suların toplandığı iki veya üç bölmeli, suyun birinden diğerine süzdürme yoluyla temizliğinin yapıldığı büyük haznelerdir.
Çeşme	Çoğunlukla sütunlu caddelerde, odak noktalarında ve şehrin silüetine katkıda bulunan noktalarda konumlandırılan anıtsal yapılardır.
Sebil	Hayır sahipleri tarafından yaptırılan anıtsal içme suyu mimari yapılardır.

Kaynak: (Zeybekoğlu vd. 2007: 30)

## 2. AMAÇ VE YÖNTEM

Safranbolu hakkında yapılmış yazılı çalışmalar incelendiğinde; eski su iletim sistemleri ve mevcut durumlarıyla ilgili çalışmaların yapılmadığı anlaşılmıştır. Uzun yıllar Safranbolu'nun su ihtiyacını karşılamış olan "Paşa Suyu" iletim sistemlerinin mevcut durumları araştırma konusu olmuştur. Yapılan bu çalışma ile Safranbolu'nun göz ardı edilmiş bir mimari kültür değerinin hatırlatılması ve korumaya ilişkin çalışmaların yapılması düşünülmüştür.

Bu çalışmada; ülkemizde suyolları üzerine yazılmış araştırmalar incelenmiş ve su iletim sistemi örneklerine kısaca değinilmiştir. Safranbolu'nun eski su iletim sistemleri üzerine yazılmış kaynaklar araştırılmaları ve yapılan saha gezileri ile tespit edilen bulgulara yer verilmiştir. Araştırmaya konu olan İzzet Mehmet Paşa'nın Safranbolu'da kurmuş olduğu vakfiyesinde belirtilen bu su iletim sistemleri vakıf gelirleriyle bakımları yapılmıştır. Safranbolu su ihtiyacını uzun yıllar karşılamış olan bu su iletim yapıları hakkında yazılmış kaynaklar doğrultusunda bölge insanların hatıralarından yararlanılmıştır. Yapılan bu araştırmada su iletim sistemlerinin bulunduğu mevkiler harita üzerinde gösterilmiş ve fotoğrafları çekilerek günümüzdeki durumları yorumlanmıştır.

## 3. ANADOLU'DA ESKİ SUYOLU ÖRNEKLERİ

Osmanlı medeniyetinin hüküm sürdüğü şehirlerde bulunan çeşmelerin ve su kaynaklarının günümüze kadar ulaşması şüphesiz suyollarına verilen değerden kaynaklanmıştır. Kaynağı şehir dışında olan suların; şehir merkezine getirilmesi, sokaktaki çeşmelere, en çok ihtiyaç duyulan cami, medrese, han ve hamamlara düzenli bir şekilde ulaştırılması için düzenli olacak şekilde teşkilatlar kurulmuştur (İlhan, 2008: 43).

Kaynağından çıkan suları şehirlere ulaştırmak için; pişmiş topraktan yapılmış Künk borular (Resim 1), taş kullanılarak Algun Kanallar yapılmıştır (Resim 2). Suyu vadilerin üzerinden geçirmek için Su Kemerleri (Resim 3) ve suların şehir içine dağıtımını için kuleye benzer Su Terazileri (Resim 4) kullanılmıştır (Güngör, 2021: 35).



Resim 1. Künk Boru (URL 1)



Resim 2. Algun Örneği (URL 2)



Resim 3. Su Kemerleri (Ertuğrul, 2019: 325)



Resim 4. Su Terazisi (Sönmezer ve Şahin, 2014: 610)

İnsanoğlu yerleşik şehir hayatıyla birlikte su kaynaklarından şehirlere getirdikleri suları yeraltına yaptıkları Sarnıçlar (Resim 5) ile sulama ve içme suyu ihtiyaçlarını gidermişlerdir (Güngör, 2021: 36). Suların toplanıp şehir içine lüleler ile bölünerek taksim edildiği bina anlamına gelen Su Maksem'i örneklerinden (Resim 6) biri olan ve duvarları sekiz köşeli, çatısı piramit şeklinde İstanbul'da yapılmış Taksim su maksemidir (Kozanoğlu, 2013: 121).



Resim 5. Su Sarnıcı (Güngör, 2021: 36)

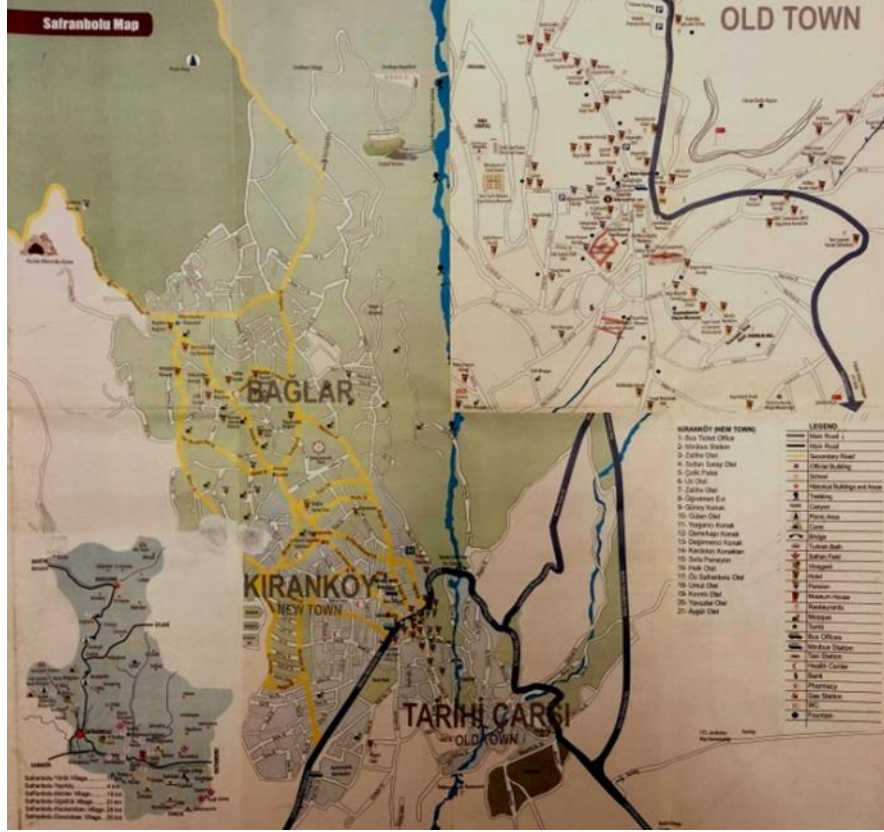


Resim 6. Su Maksemi (Kozanoğlu, 2013: 121)



#### 4. SAFRANBOLU SUYOLU MİMARİSİ

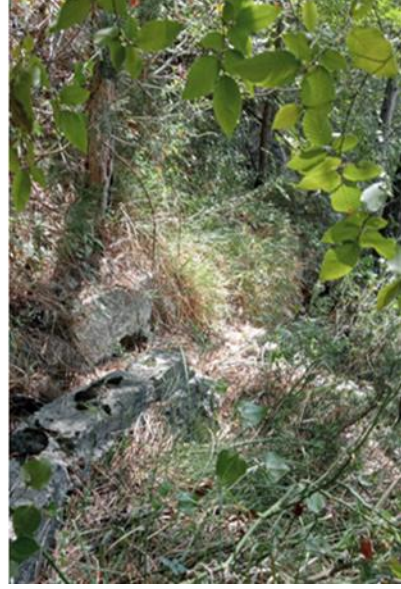
Engelibeli bir arazi üzerine kurulmuş Safranbolu; kuzeyden Sarıçiçek, güneyde ise Tepe dağ ile içinden akarsu vadileri geçen Gümüş ve Akçasu derelerinin arasında, Kale olarak adlandırılmış yükseltinin eğimli yamaçları etrafına Tarihi Şehir Safranbolu kurulmuştur. Türk kültürünün konargöçer yaşayış tarzıyla birlikte tarım, bağ-bahçe üretim işlerinden dolayı şehrin ikinci yazlık adresi Bağlar olmaktadır. Kıranköy ise Safranbolu (Tarihi şehir) ile Hastarla arasında kalan, şehri batı yönünden ayıran yükseltinin bulunduğu ve eskiden Rumların yaşadığı alan ise şehrin üçüncü adresi olarak adlandırılmıştır (Resim 7).



Resim 7. Safranbolu Haritası (Safranbolu Kaymakamlığı, 2014).

Tarih ve kültür izlerini dünden bugüne ulaştırmayı başarmış Safranbolu, insanların yaşam kaynağı olan su ihtiyacını karşılanması için geçmişte çeşitli su iletim sistemleri kullanılmıştır. Safranbolu'nun en önemli su kaynakları Bulak suyu ve Hızır mağarası (Gayza) civarından çıkan su (Paşa suyu) kaynaklarıdır. Bu önemli kaynaklardaki su sistemleri 1950'li yıllardan sonra gelişen yeni su iletim yöntemlerinin kullanımı ile zamanla eski su sistemlerinin kullanılmaması son bulmuş ve bu eski su iletim sistemleri günümüzde unutulmuştur (Ulukavak, 2017: 166).

Safranbolu'nun su ihtiyacını halen karşılayan kaynaklardan biri de Bulak Mağarası sularıdır (Resim 8). Bu sular Bağlar bölgesinde bulunan bağ ve bahçelerin su ihtiyacını karşılamak amacıyla kullanılmıştır. Bu suların Bağlar bölgesine ulaşımında Süleyman Paşa Vakfiyesinin önemli katkısı olmuştur ve bozulan su arkları bölge insanlarının maddi desteği ile uzun yıllar korunmuştur (Eski, 2018: 9). Bulak mağarası ile Bağlar mevki arasında bulunan eski su arkları tahrip olmakla birlikte (Resim 9) günümüzde kullanılmamaktadır.



**Resim 8.** Bulak Mağarası Su Çıkışı (Yazar Arşivi) **Resim 9.** Bozulmuş Su Arkları (Yazar Arşivi)

Bağlar mevkiinde bulunan diğer mevki bulunan diğer bir su kaynağı Eriklik kaynağıdır. Bu suların iletimi içine girilebilen dehliz büyüklüğündeki kanallar Hastarla'dan geçerek Kıranköy'e ulaşmaktadır. Mevcut kanal (Resim 10) Paçacıoğlu Konağının bahçesindedir. 1970'li tarihlerde Hastarla (Yüzdükkanlar) mevkiinde yapılan yeni yerleşim yapılarının temel açma işlerinde buna benzer dehlizlere rastlanmıştır (Ulukavak, 2017: 164). Yapılan saha araştırmasında Paçacıoğlu Konağının bahçesinden merdivenle inilerek ulaşılan bu dehlizin; 45x95 cm ölçülerinde, yanları moloz taşlar ile örülmüş üzeri ise geniş ve düzgün taşlar ile üzeri kapatılmış ve "s" kıvrımlı yol izleyen planda yapıldığı görülmüştür.



**Resim 10.** Su Dehlizi (Yazar Arşivi)

**Resim 11.** Su Sarnıcı (Yazar Arşivi)

Yer altına yapılan su sarnıçları; suyu biriktirmek ve kullanmak için yapılmış yeraltı su depolarıdır. Kıranköy'de bulunan ve ismini evin temelinde bulunan su sarnıcından alan Sarnıçlı Konak'ta yapılan incelemede (Resim 11); 4 m genişlik, 3,5 m yükseklik, 10 m dar uzunlukta ve 3 m'lik kısmı ise tonoz kemerle sarnıcın üzerinin kapatıldığı görülmüştür. Konak sahiplerinden alınan bilgelere göre sarnıcı besleyen su kanalının toprakla tıkanıp ve sarnıcı besleyen suların Bağlar (Yüzdükkanlar) yönünden geldiği öğrenilmiştir.

Safranbolu Belediyesi 1949 yılında İller Bankasına yaptırdığı su hatları projesiyle su hatları yenilenmeye başlanmıştır. Bölgede eski içme suları; 18 su kaynağından sağlanmış fakat bu su tesisleri oldukça bakımsız kalmıştır. Suyollarının 10,4 km kanal ve 10 km uzunluğunda açık ark şeklinde olmakla birlikte şehir içindeki suyolları kapalı olup 10,89 km uzunluğunda künk ve demir borular ile su dağıtımı yapılmıştır (Kuş, 2009: 392). Safranbolu Gümüş semtinin sahip olduğu killi toprak yapısı sayesinde bölgenin ihtiyacı olan tuğla ve künk (poyra) boruların üretimi, eskiden Kavsaoğlu ailesi tarafından işletilen kiremit atölyesinde yapılmıştır (Kuş, 2010: 119).

Safranbolu'da yüzden fazla çeşme olmasıyla birlikte 19. yy. sonu nüfus sayısının 7500 olduğu düşünülürse yüz kişiye ortalama bir çeşme düşmektedir. Safranbolu su kaynaklarının en önemlisi Gayza (İncekaya) köyünden çıkan suların İzzet Mehmet Paşa tarafından yaptırılan su iletim sistemleri (algun) ile şehir çeşmelerine (künk borular) ile ulaştırılmıştır (Günay, 1981: 90).

##### 5. İZZET MEHMET PAŞA VAKFI

Sadrazam İzzet Mehmet Paşa Vakfiyesi Ankara'da Vakıflar Genel Müdürlüğünde bulunmaktadır. Vakfiye 43x16 cm. ebatlarında bir defter halinde ve 50 sayfadır (Resim 12). Vakıflar Müdürlüğünün 1642 numaralı arşivinde kayıtlıdır (Karacakaya vd. 2013: 29). Safranbolu'da yüzden fazla çeşme olmasıyla birlikte 19. yy. sonu nüfus sayısının 7500 olduğu düşünülürse yüz kişiye ortalama bir çeşme düşmektedir. Safranbolu su kaynaklarının en önemlisi Gayza (İncekaya) köyünden çıkan suların İzzet Mehmet Paşa tarafından yaptırılan su iletim sistemleri ile şehir çeşmelerine ulaştırılmıştır (Karacakaya vd. 2013: 16).

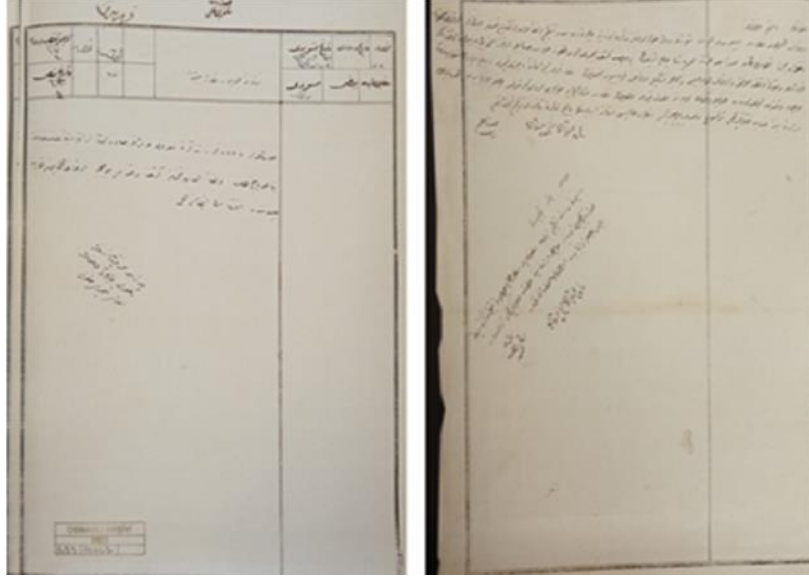


Resim 12. Vakfiye Sayfası Örneği (Bayram, 1999: 63)

İzzet Mehmet Paşa, doğduğu şehir olan Zağfiranbolu'yu (Safranbolu) unutmamıştır ve Sadrazamlığı zamanında şehre, cami, kütüphane, muvakkithane, çeşme ve su tesisleri yaptırmıştır. Bu yapıların bakım ve onarımı için gelir getirici mülkleri vakfına bağışlamıştır. 1796 tarihinde kendi adını taşıyan İzzet Mehmet Paşa Vakfını kurmuştur. Vakfın en önemli şartlarından biri ise elde edilen vakıf gelirleri ile cami, çeşmelerin bakımı ve Kıza (Gayza) köyünden çıkan suların Safranbolu'ya ulaşımını sağlayan köprü (İncekaya) ve suyollarının, tamire muhtaç zamanlarda bakım yapılması olmuştur (Bayram, 1999: 49, 51).

Vakfiyenin bir sayfasında; İzzet Mehmet Paşa camisi, şadırvanı ve çeşmelere gelen suyollarının tamir edilmesi karşılığında belirlenen on iki bin beş yüz üç kuruşluk akçe ücretin

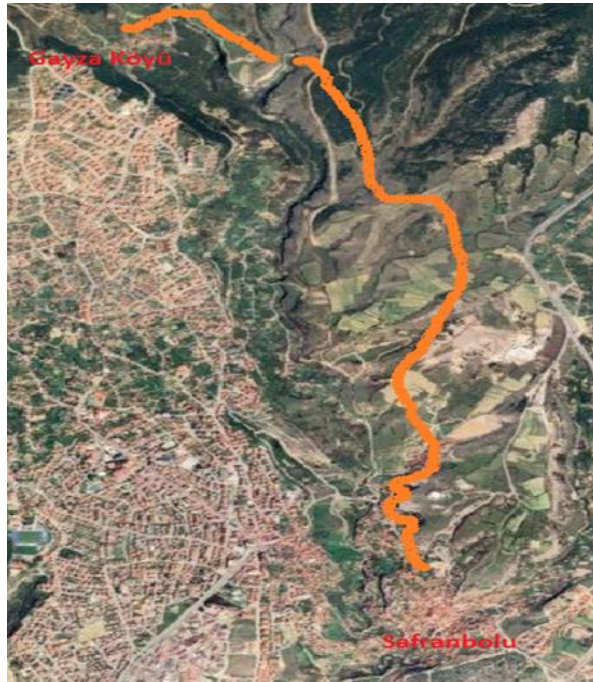
vakıf gelirleri ile tamir edileceğiyle ilgili 15 Ekim 1895 tarihli harcama yazısı örneği (Resim 13) bulunmaktadır (Karacakaya vd., 2013: 388). Sadrazam İzzet Mehmet Paşa şehre 5 km uzaklıktan (Gayza köyü) algunlar ile kasabaya getirttiği "Paşa Suyu" olarak bilinen su iletim sistemlerini yaptırdığı için Safranbolu halkı onu daima rahmet ve minnetle hatırlamışlardır (Yazıcıoğlu, 1982: 61).



Resim 13. Vakfiye Gider Sayfası Örneği (Karacakaya vd., 2013: 388).

## 6. BULGULAR ve YORUMLAR

Yapılan bu araştırmada İzzet Mehmet Paşa Vakfiyesinde, Paşa Suyu olarak bilinen eski su iletim hatlarının Gayza mevkiinden Safranbolu'ya (5 km) ulaştırılmasında kullanılan tarihi su mimari yapılarının bugünkü durumu incelenmiştir. Saha araştırmalarında (Resim 14), bazı su iletim yapılarının konumları harita üzerinde gösterilmiş; mevcut durumları tespit edilerek çizimler yapılmış, fotoğraflar çekilmiş ve notlar alınmıştır.



Resim 14. Su İletim Sistemlerinin Araştırıldığı Mevkiler (URL 3)

### 6.1. Taksimât Havuzu (Gayza Köyü)

Gayza (İncekaya) köyü sınırları içerisinde olan Hızar mağarası mevkisi; köyün 3,5 km kuzey yönünde olmakla birlikte bu bölgeden çıkan sular halen bölgemizin su ihtiyacını yeni su iletim sistemleriyle karşılamaya devam etmektedir. Köyde yaşayanlardan alınan bilgilere göre eskiden günümüze kadar Hızar mevkiden köye kadar gelen bir ark su kanalı olduğu ve köyde bulunan Taksimât Havuzu ile suyun bir bölümünün Safranbolu'ya kadar üzeri toprak örtülü su algun kanallarıyla gittiği öğrenilmiştir. Bu suya da "Paşa Suyu" denildiğini köyde yaşayanlar ifade etmişlerdir. Taksimât havuzundan kapalı algun kanal ile ayrılan suların Birinci Köprüden (bend) geçerek şimdiki Cam Teras yönünde ilerlediği öğrenilmiştir. İncekaya köprüsünün üzerinden yoluna Safranbolu yönünde 5 km kadar uzunlukta algun kanallarla yoluna devam ettiği köy sakinleri tarafından ifade edilmiştir. Harita üzerinde bu su iletim noktalarının konumları gösterilmiştir (Resim 15). Yapılan saha araştırmasında köye gelen kanalın ve Taksimât Havuzunun (Resim 16) restore edilerek yenilendiği öğrenilmiştir. Taksimât havuzu ölçüleri; genişlik 75 cm, uzunluk 65 cm ve derinlik 80 cm olduğu anlaşılmıştır. Bu havuzdan geçen sular köyün sulama ihtiyacını karşılamakla birlikte havuz tabanında algun kanalın olduğu ve bend köprü yönünde bu kanaldan suyun geçtiği görülmüştür.



**Resim 15.** Gayza Köyü Su İletim Sistemleri (URL 3) **Resim 16.** Taksimât Havuzu (Yazar Arşivi)

### 6.2. Birinci Köprü (Bend)

Taksimât havuzundan ayrılan Safranbolu algun kanalı yapılan saha araştırmasında 80 m kadar güney yönde mesafeden Birinci (Bend) Köprüye ulaştığı görülmüştür. Gayza köyü sakinleri bu köprüye Birinci Köprü ve İncekaya Su Kemerine de İkinci Köprü olarak adlandırdığı öğrenilmiştir. Bend köprüsünün yapılma amacı ise taksimattan algun kanalla gelen suların vadinin karşı tarafına geçirilmesi için yapılmış duvar görünümünde bir yapı olduğu görülmüştür. Birinci köprüsünün yapım yılının İncekaya su kemeri yapım yılı ile aynı olduğu söylenebilir. Taksimât havuzundan gelen sular köprü algun kanalından geçirilmeden aşağıda bulunan vadiye akıtıldığı anlaşılmış ve köprü üzerinde bulunan algun kanalların sağlam olduğu anlaşılmıştır. Bend köprüsünün 2000 yılında restore edilmiş ve tescillendiğini köy sakinlerinden öğrenilmiştir. Düzgün

moloz taştan yapılmış köprünün genişliği 2 m ve uzunluğunun 50 m olduğu anlaşılmıştır (Resim 17). Köprü üzerinde herhangi bir tanıtıcı levha olmadığı görülmüştür.



Resim 17. Birinci Köprünün Genel Görünümü (Yazar Arşivi)

### 8.3. İncekaya Su Kemerinin (İncesu)

Gayza köyünün batı yönünde bulunan su kemerinin kesin olarak yapım tarihi bilinmemektedir. Köprü 120 m. uzunluğunda ve dere yatağından 50 m yüksekliğindedir. Köprünün 33 m'lik kısmı derenin üzerinde yapılmıştır. Derenin üzerinde bulunan büyük bir kemer ile birlikte suyun geliş yönündeki vadi tarafında beş küçük kemer bulunmaktadır (Çetinkaya, 1998: 39). Yazıköy'ün su ihtiyacının giderilmesi bu bölgeye döşenen yeni boruların su kemerinin üzerindeki eski alçun kanallarının içine döşenmiş ve boruların üzeri betonla kapatıldığı için alçun kanalların bütünlüğü bozulmuştur (Ulukavak, 2017: 168). Birinci köprüde olduğu gibi İncekaya Su kemeri ile sular vadinin karşı yamaçlarına geçirilmiştir (Resim 18).



Resim 18. Su Kemerinin Genel Görünümü (Yazar Arşivi)

#### 8.4. Algun Kanallar

Gayza köyünden itibaren Beybağı mevkiine ulaşan algun kanalların günümüzdeki yerlerinin belirlenebilmesi için bölge insanlarından alınan bilgi ve yön tarifleri ile 5 km uzunluğa sahip olduğu bilinen algun kanalların geçebileceği düşünülen alanlarda saha gezileri yapılmıştır. Gayza köyü ile Safranbolu arasında su iletimini sağlayan taş algun kanallar günümüzde kullanılmadığı için doğal ya da insan kaynaklı bozulmalara uğradığı görülmüştür. Yazılı kaynaklarda ise su algun kanallar veya izlediği yollar hakkında bilgiye rastlanılmamıştır. Bölge insanlarından alınan bilgiler ile yapılan saha araştırmaları ile harita üzerinde gösterilmiş konumlarda algun kanal örneklerine rastlanmıştır. İncekaya su kemeri civarında (Resim 19) algun kanalın yeri gösterilmiştir. Algun kanalın tahrip olan kısmı fotoğrafta (Resim 20) gösterilmiştir.

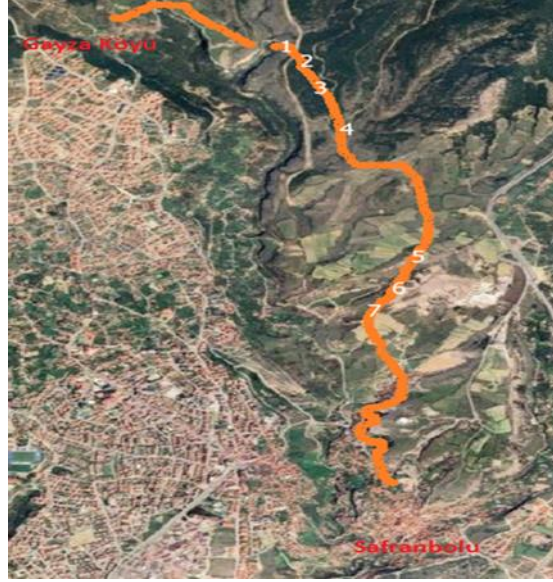


Resim 19. Su Kemer Mevki (URL3)



Resim 20. Kanalın Görünümü (Yazar Arşivi)

İncekaya su kemerinden sonra kanallar güney yönde ve Safranbolu/Beybağına kadar eğimli arazide ilerleyerek geçebileceği mevkilerde (harita üzerinde çizilmiş alan) saha araştırması yapılmıştır (Resim 21). Saha araştırması yapılmadan önce bölge insanlarından alınan bilgiler ile kanalların günümüz de görülebilen kalıntılara ulaşılmaya çalışılmıştır. İncekaya köprüsünden itibaren Gümüş mahallesine kadar yapılan saha araştırmasında algun kanal örneklerine rastlanmıştır. Tarla açma, yol yapımı, yeni su iletim hatları, erozyon ya da insan kaynaklı nedenler ile algun kanalların bozulduğu düşünülmektedir. Algun kanalların bulunabilen mevkileri harita üzerinde gösterilmiş ve algun kanalların günümüzdeki durumlarını gösteren fotoğraflar aşağıda gösterilmiştir.



Resim 21. Kanalların Görüldüğü Mevkiler (URL 3)



Resim 21-1. Kanalın Görünümü (Yazar Arşivi) Resim 21-2. Kanalın Görünümü (Yazar Arşivi)



Resim 21-3. Kanalın Görünümü (Yazar Arşivi) Resim 21-4. Kanalın Görünümü (Yazar Arşivi)



## B. Belder

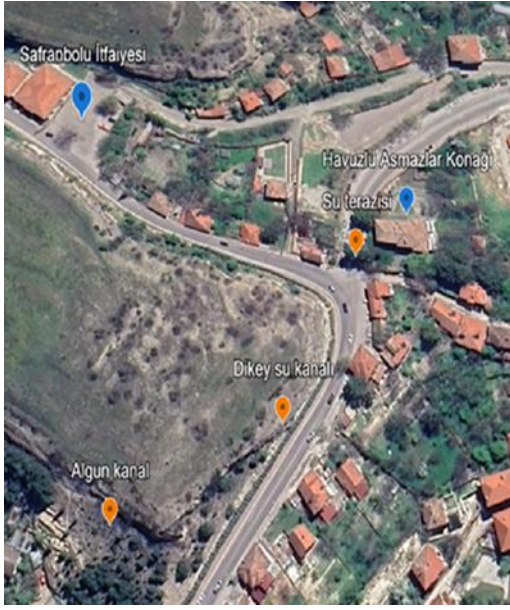


**Resim 21-5.** Kanalin Görünümü (Yazar Arşivi) **Resim 21-6.** Kanalin Görünümü (Yazar Arşivi)



**Resim 21-7.** Kanalin Görünümü (Yazar Arşivi)

Gümüş mahallesi ile Beybağı mevki arasında bulunan kayalıkların eğimli yamaçlarında birkaç algun örneğine rastlanmıştır. Yapılan saha araştırmalarında harita üzerinde (Görsel 22) konumları belirlenerek genel görünüm fotoğrafları (Görsel 23) çekilmiştir. Yapılan incelemede algun kanalın genişliği 30 cm ve yüksekliğinin 35 cm ölçülerde yassı ve düzgün taşlar ile yapıldığı anlaşılmıştır.



**Resim 22.** Kanalların Görüldüğü Mevkiler (URL 3) **Resim 23.** Kanalın Görünümü (Yazar Arşivi)

Beybağı mevkiinde yapılan saha araştırmasında algun kanal duvarlarının sağlam olduğu (Görsel 24) görülmüştür. Bu mevkiden sonra su iletimi dikey bir kanalla devam etmektedir. Algun kanalın sona erdiği yerden sular ters sifon şeklinde ve dikey doğrultuda 4 m yüksekliğinde yapılmış su kanalına alınmıştır (Görsel 25). 1975 yılında Beybağı mevkiinde yapılan yol yapımı ve genişletme çalışmalarında su dağıtımını sağlayan bir su taksimatı yıkılmış yerine yapılan dikey kanal yapılmıştır. Dikey kanal sayesinde suyun hızlandırılması sağlanarak 60 m. güney yönde bulunan ve 1975 yılında yapılmış su terazisine ulaşması sağlanmıştır.



**Resim 24.** Algun Kanal Duvarı (Yazar Arşivi) **Resim 25.** Dikey Su Kanalı Görünümü (Yazar Arşivi)

### 8.5. Su Terazisi (Havuzlu Asmazlar Konağı)

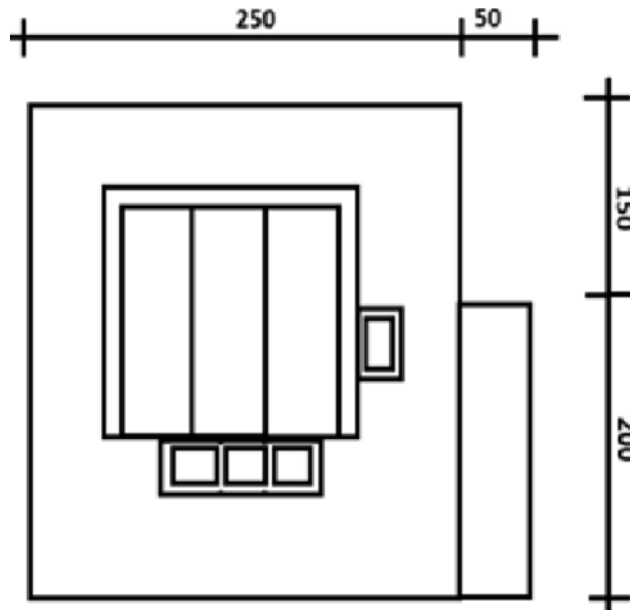
Beybağı mevkiinde bulunan su dağıtım sistemi 1975 yılında yol yapım çalışmalarında yıkılmış ve yerine Asmazlar Konağının bahçe duvarına bu günkü haliyle mevcut su terazisi yapılmıştır (Kuş, 2010: 25). Su basıncını dengeleyerek şehir içindeki çeşmelere dağıtım görevini

gören su terazisi günümüzde işlevini yitirmiştir. Yapı üzerinde bilgilendirici yazı bulunmamakla birlikte bakımsız kalmıştır (Resim 26).



Resim 26. Su Terazisinin Genel Görünümü, Sandık ve Lüle Havuzları (Yazar Arşivi)

Beybağına kadar algnun kanallar gelen sular Havuzlu Asmazlar Konağının ana yola bakan köşe duvarında 5,5 m yüksekliğindeki su terazisine ulaşmaktadır. Su terazisinin taban ölçüleri 350x400 cm. olmakla birlikte yukarıya doğru (50 cm) daralan burç şeklindeki yapıya yola bakan tarafta bulunan merdivenle çıktığı anlaşılmıştır. Terazinin üst kısmında sandık adı verilen bir havuz bulunur ve yüksekliği 90 cm. genişliği, 130 cm. uzunluğu 160 cm. ölçülerindedir. Havuzun kenarlarında suyun debisini ölçmek için yapılmış ön tarafında 3 adet yan tarafında ise 1 adet olmak üzere 4 adet su dağıtım lülesi ve lüle havuzları bulunduğu görülmüştür. Su terazisinin üst plan çiziminde (Şekil 1) detaylar gösterilmiştir.



Şekil 1. Su Terazisinin Üst Plan Çizimi (Yazar Arşivi)

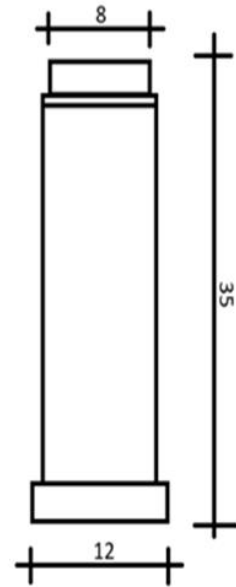
### 8.6. Künk (Poyra) Borular

Su terazisinden basıncı ayarlanmış olarak üç kola ayrılan sular, eskiden künk (poyra) borularla şehir çeşmeleri ve hamamlarına ulaştırılmıştır. Künk boruların kullanımı 1950'li yıllardan itibaren şehirdeki evlere yeni şebeke sularının (terkos suyu) bağlanması birlikte zamanla kullanımı bırakılmıştır (Kuş, 2010: 25). Bölge insanlarından alınan bilgiler doğrultusunda yapılan saha araştırmaları ile Safranbolu sokaklarında birkaç örneği görülen künklerin ve harita üzerinde yerleri gösterilmiştir (Görsel 27).



Resim 27. Künk Boruların Bulunduğu Sokaklar (URL 3)

Kalealtı mevki ve Mescit sokakta görülen künk (poyra) boruların genel görünümünün fotoğrafları çekilmiştir (Görsel 28). Kalealtı mevkide bulunan künk borunun çizimi yapılmıştır (Şekil 2). Mescit sokakta bulunan su iletim sisteminin üzeri 45x45 cm ölçülerinde üzerinde demir kapak ile korumaya alınmış ve 50 cm derinliğinde künk boru sistemi olduğu görülmüştür. Mescit sokakta bina temel duvarına bitişik yol kenarından Kazdağlı Meydanı yönünde gittiği anlaşılan künk borunun çapı 7 cm olduğu anlaşılmıştır. Eskiden sokak çeşmelerine su iletimini sağlayan künk (poyra) boru sistemleri evlere şebeke (terkos) sularının bağlanmasıyla birlikte günümüzde işlevini yitirmiş ve çok az örneği görülmüştür.



Resim 28. Künk Boruların Görünümü (Yazar Arşivi)

Şekil 2. Künk Çizimi (Yazar Arşivi)

## SONUÇ ve ÖNERİLER

Anadolu coğrafyasında tarihi boyunca insan ihtiyaç olan suyun kullanımı için kaynağından doğan suların uzak mesafeler ile şehirlere taşınmasında su iletim sistemleri kullanıldığı görülmüştür. Genel olarak eskiden; algun kanal, künk borular, taksimat havuzları, su köprüleri ve su terazileri gibi yapılar kullanılarak su iletim sistemleri kullanılmıştır. Yaşanan teknolojik gelişmeler ile değişen şehir yaşamları bu eski su yolu sistemlerinin kullanımı sona erdirmiştir. Anadolu'da eski örneklerinin görüldüğü eski su iletim sistemlerine benzer yapıların Osmanlı mimari kültür izlerinin en güzel örneklerine sahip olan Safranbolu'da bulunduğu anlaşılmaktadır.

Safranbolulu Sadrazam İzzet Mehmet Paşa'nın bölgemize kazandırdığı mimari yapılardan olan su iletim sistemleri ve bunların bakımı ve onarımı gibi giderleri vakıf ile karşılanmıştır. Safranbolu'nun yüzyıllardır su ihtiyacını karşılayan bu suyolları vakıf desteği ile uzun yıllar hizmet gördüğü için Safranbolu insanı bu suya "Paşa Suyu" olarak isimlendirilmiştir. Safranbolu'ya algun ve poyra kanallarla sular ulaştırılmış ve çeşmelere dağılarak insanların ihtiyacını karşılanmıştır. 1950'li yıllardan sonra Safranbolu'ya yapılmaya başlanan yeni su iletim (terkos) sistemleriyle sokak işlevi azalmıştır. Safranbolu'da bulunan tarihi çeşmelerden günümüzde şebeke suları akmaktadır.

Değişen ve sürekli yenilenen şehirler hayat şartları ile birlikte eskiden kullanılan bu suyolları insan ihtiyaçlarını karşılamada yetersiz kalmış ve yeni su iletim sistemlerinin hızla yaygınlaşmıştır. Safranbolu'da bulunan eski suyolları ise geçen yüzyılda kaderine terk edilmiş ve unutulmuştur. Tarla açma, yol yapımı, yeni su iletim hatları, erozyon ya da insan kaynaklı nedenler ile eski su iletim kanallarının (algun ve künk kanal) bozulduğu görülmüştür. Safranbolu'da daha önceden yapılmış su mimarisi kaynakları araştırılmış ve su iletim sistemleri hakkında yazılı kaynağın az olduğu anlaşılmıştır, sözlü kaynaklar alınan bilgilerle eski su yolu dağıtım sistemlerinin yerleri saha araştırmaları ile incelenmiş ve mevcut durumlarının fotoğrafları çekilerek yorumlanmıştır. Konuyla ilgili daha önceden araştırmaların az olması ve resmi kurumlarda eski suyollarıyla ilgili haritalama arşivi bulunmaması araştırmayı zorlaştırmış ve bölge insanların hatırlarından yararlanılarak araştırmalar ışığında bulgular değerlendirilmiştir. Bu çalışma ile eskiden insan ihtiyacı karşılamış olan suyollarının Safranbolu'da hatırlanması ve geleceğe aktarılması için yapılacak çalışmalara katkı sağlayacağı umulmaktadır.

Elde edilen sonuçlar doğrultusunda kamu kurum ve kuruluşlara tarihi suyollarının tanıtımı ve korunması için; tamiri mümkün olan suyollarının restore edilerek korumaya alınması ve eski su iletim yapılarına bilgilendirici yazılar yazılması önerilebilir. Birinci su köprüsü ve su terazisi üzerine bilgilendirici yazılar yazılması yapıların tanınmasına yardımcı olacaktır. Restore edilebilecek su kanallarının bakımıyla Safranbolu'nun kültür turizmine değer katacaktır. Safranbolu'da bulunan eski su iletim sistemleri konulu konferans ve söyleşilerin, su yolu saha gezileri ile desteklenerek kültürel miras koruma çalışmalarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Eski su iletim sistemleri hakkında yapılacak araştırma çalışmalarına katkı sağlayacak bir yazılı kaynak olacağı umulmaktadır.

## KAYNAKÇA

- Algun kanal örneği. URL 2. Erişim 15 Temmuz 2024, <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/diyarbakirda-roma-donemine-ait-1800-yillik-atik-su-kanali-bulundu/2060211>
- Bayram, S. (1999). *Safranbolulu İzzet Mehmet Paşa Vakfiyesi ve Kütüphanesi*, I. Ulusal Tarih İçinde Safranbolu Sempozyumu, Türk Tarih Kurumu, Ankara.
- Ertuğrul, Ö. (2019). Mimarlık Tarihi İçinde İstanbul Bizans Su Mimarisi Durumu, *I. Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 3(8), 276-325.
- Eski, M. (2018). *Kastamonu Basımında Safranbolu*, Safranbolu Kültür ve Turizm Vakfı Yayınları, Özer Matbaası.

## Safranbolu'nun Eski Su İletim Sistemleri Üzerine Bir Araştırma "Paşa Suyu"

- Günay, R. (1981). *Geleneksel Safranbolu Evleri ve Oluşumu*, Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Güngör, S. (2021). Osmanlı Su Mimarisi ve 19. Yüzyılda Osmanlı Su Yapıları, *Türk Hidrolik Dergisi*, 5(1), 32-48.
- İlhan, M. (2008). Osmanlı Su Yollarının Sevk ve İdaresi, *Tarih Araştırmaları Dergisi*, 44(27), 41-66.
- Karakuş, F. (2019). İstanbul'daki Osmanlı Dönemi Tarihi Su Sistemleri'nin İncelenmesi, *Türk Hidrolik Dergisi*, 3(1), 14-30.
- Karacakaya, R. Yücedağ İ. ve Yılmaz N. (2013). *İzzet Mehmet Paşa Vakfiyesi*, Safranbolu Belediyesi Kültür Yayınları.
- Kozanoğlu, H. (2013). *Anadolu'da Suyun İzi*, Ankara Büyük Şehir Belediyesi Yayınları.
- Kuş, A. (2009). *Bir Zamanlar Safranbolu 1931-1946*, Safranbolu Belediyesi Kültür Yayınları.
- Kuş, A. (2010). *Safranbolu Evleri ve Yaşama Biçimi*, Safranbolu Kaymakamlığı Hizmet Birliği Yayınları.
- Künk boru örneği. URL 1. Erişim 15 Temmuz 2024, <https://www.bilimgenc.tubitak.gov.tr/makale/su-kunkleri-nedir>
- Kılıç, S. (2004). Su Yolları ve Su-Yolcu Esnafına Dair Bazı Tespitler, *Tarih Araştırmaları Dergisi*, 23(36), 175-178.
- Öziş, Ü. (1978). *Türkiye İnşaat Mühendisliği 7. Kongresi*, Tmmob. İnşaat Mühendisleri Odası, Ankara.
- Turan, Ş. (1963). Osmanlı Teşkilatında Hassa Mimarları, *Tarih Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 158.
- Paşa suyu yolu haritası. URL 3. Erişim 30 Temmuz 2024, <https://earth.google.com/web/@41.2655789,32.6850653,498.26052008a,7759.42252481d,30y,0h,0t,0r/data=CgRCAggBMikKJwolCiExLWQ3blUtT2MwYW5qYWZieTg2U0dPV1Y1ckZ1aGEydFEgAToDCgEwQgIIAEoICKKR3bgGEAEN>
- Safranbolu Haritası, (2014). Safranbolu Turizm Müdürlüğü.
- Sağır, Y. (2016). Osmanlı Su Vakıfları, *Uluslararası Tarih ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (15), 445-473.
- Sönmezer, Ş. ve Şahin, S. (2014). Hamidiye Su Terazisi Tarihi, Mimarisi, İşlevi, *Bulleten*, 78(282), 599-610.
- Ulukavak, K. (2017). *Bir Safranbolu'nun Penceresinden*, Karabük Üniversitesi Yayınları.
- Yazıcıoğlu, H. (1982). *Safranbolu-Karabük-Ulus-Eflani*, Özer Matbaası.
- Zeybekoğlu, D., Çakır, H. ve Özenç, A. (2007). Edirne'deki Su Terazilerinin Analizi, *Trakya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 8(1):29-33.



## Ekoturizmin Kente Etkisi: Ulubey Kanyonları Örneği

### The Effect of Ecotourism on the City: Ulubey Canyons Example

Abidin KEMEÇ<sup>1</sup>, İsmail YILMAZ<sup>2</sup>, Murat ÇAKIN<sup>3</sup>

#### Özet

Turizm, insanların yeni yerler görme isteği, dinlenme, eğlence, sportif aktivitelere katılım, sağlık, alışveriş, farklı kültürleri tanımak nedeniyle kısa süreliğine yurtiçi veya yurt dışına yaptıkları seyahat hareketidir. Çalışmanın amacı, dünyanın en büyük kanyonları arasında yer alan Ulubey Kanyonlarının ekoturizm bağlamında yöre turizmine ve yöre gelişimine etkisini belirlemektir. Araştırma yöntemi olarak nitel araştırma desenlerinden doküman incelemesi yöntemi tercih edilmiştir. Araştırma sürecinde araştırma sahası incelenmiş Ulubey Kaymakamlığı, Uşak İl Kültür Turizm Müdürlüğü ve Ulubey Kanyonları işletme şirketi verileri araştırma sürecine katkı sağlamıştır. Araştırma bulguları, son yıllarda Uşak Valiliği ve Ulubey Kaymakamlığının yatırımlarıyla bölgeye gelen turist sayısında önemli bir artış olduğunu göstermektedir. Ayrıca Ulubey ilçe nüfusunun son yıllarda azalmaya başlaması kanyonlara gelen turistlerin bölgenin gelişimine etkisinin sınırlı olduğu araştırmada ulaşılan diğer önemli bir bulgudur. Çalışmanın sonuç ve değerlendirme kısmında, Ulubey Kanyonu vasıtasıyla oluşacak ekoturizm faaliyetlerinin kente katkılarının nasıl artabileceğine yönelik değerlendirmelerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Ekoturizm, Kanyon Turizmi, Doküman İncelemesi

#### Abstract

Tourism is the movement of people travelling at home or abroad for short periods of time for the purpose of seeing new places, rest, entertainment, participation in sportive activities, health, and getting to know different cultures. The aim of this study is to determine the impact of Ulubey Canyons, the second largest canyon in the world, located within the borders of Ulubey district of Uşak province, on local tourism and local development in the context of ecotourism. Document analysis, which is one of the qualitative research methods, was used in the research. During the research process, the research area was examined and the data of Ulubey District Governorship, Uşak Provincial Directorate of Culture and Tourism, Ulubey Canyons Management Company contributed to the research process. Research findings show that there has been a significant increase in the number of tourists coming to the region in recent years with the investments of Uşak Governorship and Ulubey District Governorate. In addition, the fact that the population of Ulubey district has started to decrease in recent years is another important finding of the research that the impact of tourists coming to the canyons on the development of the region is limited. In the conclusion and evaluation part of the study, evaluations were made on how the contribution of ecotourism activities to the city can be increased through Ulubey Canyon.

**Keywords:** Tourism, Ecotourism, Canyon Tourism, Document Review

<sup>1</sup>Uşak Üniversitesi, Karahallı Meslek Yüksekokulu, Uşak

<sup>2,3</sup>TC Millî Eğitim Bakanlığı, Uşak

#### ORCID:

A.K.: 0000-0001-9395-4118

İ.Y.: 0000-0003-4055-8693

M.Ç.: 0009-0002-9653-8018

#### Corresponding Author:

Abidin KEMEÇ

#### Email:

abidinkemec@gmail.com

**Citation:** Kemeç, A. Yılmaz, İ. ve Çakın, M. (2025). Ekoturizmin kente etkisi: Ulubey Kanyonları örneği. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 15 (1), 97-110.

**Submitted:** 27.01.2025.

**Accepted:** 23.02.2025

## 1. GİRİŞ

Turizm, insanların günlük hayatın yorgunluğunu atmak için dinlenmek, eğlenmek, yeni yerleri görüp keşfetmek veya farklı toplumları ve kültürleri tanımak amacıyla belirli bir süreliğine yapmış oldukları seyahatlerdir. II. Dünya Savaşı sonrası dünya üzerinde güven ortamının artması ve insanların refah seviyelerindeki iyileşme turizmin daha da yaygınlaşmasını sağlamıştır. Günümüzde özellikle sanayi, teknoloji ve ticari gelişmeler sayesinde turizm süregelen bir alan haline gelmiştir. Bu durum ülkelerin turizm potansiyelini yerel/ulusal ölçekten çıkarıp küresel/uluslararası ölçüğe taşınmasını sağlamıştır.

Dünyada modernleşmesinin dönüştürdüğü yaşam biçimi, insanları çevresel sorunlar başta olmak üzere; yoğun iş hayatı, trafik, stres gibi çok sayıda sorunla karşı karşıya getirmiştir. Kentlerin bunaltıcı havasından, kalabalığından ve stresli yaşam ortamından uzaklaşıp bu sayede sağlığa ve zindeliğe kavuşabilmek için bu sorunlarla mücadele eden insanlar yılın veya haftanın yorgunluğunu atmak için yaşadıkları kentlerden uzaklaşıp kentlerin yakın çevresinde veya bölgelerindeki rekreasyon alanlarına yönelmektedirler (İbret ve Cansız, 2016). Dolayısıyla insanların doğaya olan özleminin artması nedeniyle rekreasyonel faaliyetler gün geçtikçe doğal alanlarda yoğunlaşmaktadır.

Türkiye'nin üç tarafı denizlerle çevrili olup özellikle Akdeniz kıyılarında yaz mevsiminin başlamasıyla deniz, kum, güneş üçlüsü önemli derecede turist çekmektedir. Turizm faaliyetlerinin bütün yıla yayılmasını hedefleyen Türkiye'de yazın deniz turizmine alternatif olarak ekoturizm olarak bilinen yeni turizm türlerini ortaya çıkarmayı hedeflemektedir. Özellikle denize kıyısı olmayan kentsel ve kırsal alanların ekoturizm potansiyelleriyle bölgelerin kalkınması amaçlanmaktadır. Türkiye, doğal ve tarihi güzelliklerin yanında alternatif turizm faaliyetleri olarak önemli zenginliklere sahiptir. Bu bağlamda, yayla turizmi, dağcılık, kayak, trekking, akarsu turizmi (rafting), yaban hayatı gözlem, kamp karavan turizmi, bisiklet sürme, kanyon turizmi alternatif faaliyetlerinden birkaç tanesidir.

Alternatif turizm kapsamında, Türkiye'nin bulunduğu coğrafi konumu, sahip olduğu iklimi ve doğal bitki örtüsü, yeryüzü şekilleri, ırmakları, gölleri ve kültürel zenginliği gibi sahip olduğu alt yapı göz önüne alındığında geniş bir turizm destinasyonuna sahiptir (Ören ve Şahin, 2014:2). Bu turizm destinasyonlarından biri tanesi de kanyon turizmidir. Türkiye'nin farklı coğrafi bölgelerinde uzun yıllar akarsuların aşındırması ile oluşan kanyon vadiler bulunmaktadır. Sansarak Kanyonu, Yazılı Kanyon, İncesu Kanyonu, Köprülü Kanyon, Valla Kanyonu, İhlara Vadisi, Cehennem Deresi Kanyonu, Karanlık Kanyon, İncegiz (Arapapıştı) Kanyonu, Kapıkaya Kanyonu, Saklıkent Kanyonu Türkiye'de yer alan kanyonlara örnek gösterilebilir. Türkiye'nin önemli kanyonlardan biri de Uşak ilinin Ulubey ilçesi sınırları içerisinde yer alan ve milli park olmaya aday olan Ulubey Kanyonu'dur. 2014 yılında turizme açılan kanyon, yurt içinden ve yurt dışından çok sayıda turist çekmektedir. Kanyon içerisinde yüksek bir noktaya sabitlenen kırılmaz cam malzemedeki yapılmış cam terasın hizmete girmesiyle daha da ilgi çekici hale gelen Ulubey Kanyonu, son yıllarda seyahat acentaları tarafından yurt içi günübirlik veya paket turlara dahil edilerek turizme kazandırılmıştır.

Avrupa ülkeleri 1980'li yıllardan itibaren, küresel ısınmanın etkilerinin artmasıyla deniz turizminin önemini azalacağını öngörmüş ve turizm sektöründeki alternatif turizm kaynaklarına yatırım yapmaya yönelmiştir. Türkiye'de ise, 21. yüzyılın başından itibaren alternatif turizm kaynaklarına yatırımlar yapılmaya başlanmıştır.

Araştırmada, Uşak ili Ulubey ilçesi sınırları içerisinde bulunan Ulubey Kanyonlarının yöre turizmine etkisini değerlendirmek ve bölgenin turizm popülerliğini arttırmak amacıyla önerilerde bulunmak amaçlanmıştır. Nitel araştırma yaklaşımının uygulandığı araştırmada, elde edilen



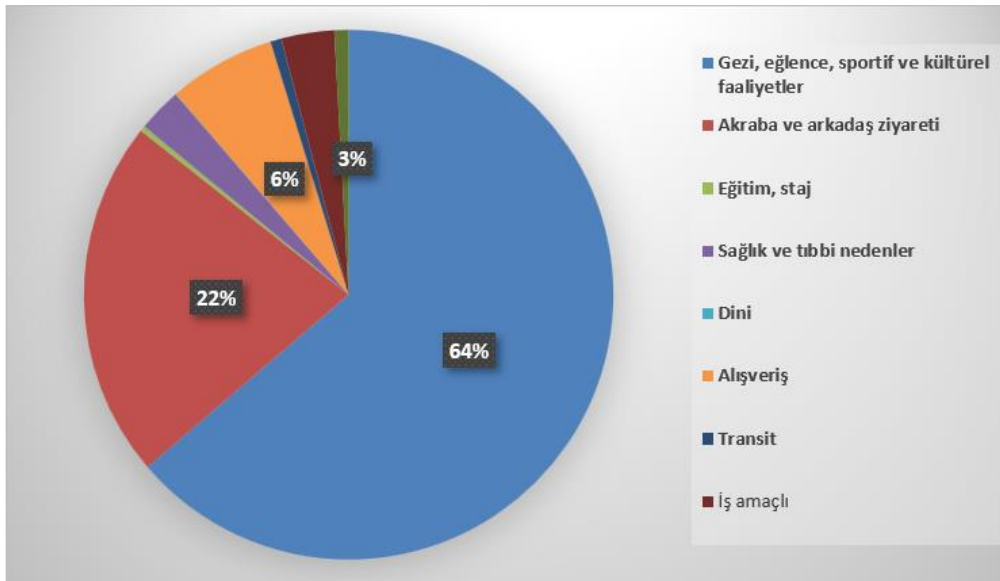
veriler doküman incelemesi yöntemi ile incelenmiştir. Ulubey kanyonlarının yöre turizmine etkisini ortaya koymak ve mevcut durumunun belirlenmesi amacıyla saha gezisi yapılmıştır. Çalışmanın sonuç ve öneriler kısmında ekoturizm bağlamında, Ulubey Kanyonlarının yöre turizmine etkisi değerlendirilerek bölgenin turizm potansiyelini arttırmak amacıyla yapılması gerekenler belirtilmiştir.

Çalışma beş bölümde kurgulanmıştır. Çalışmanın birinci bölümünde, ekoturizm kavramının teorik yansımaları irdelenmiştir. İkinci bölümünde, kanyon turizminin tanımı; dünyada ve Türkiye’de yer alan kanyonlara ait genel bilgiler ele alınmıştır. Üçüncü bölümde, araştırma alanına olan Ulubey Kanyonuna ait genel bilgiler, dördüncü bölümde, araştırma bulguları sunulmuştur. Çalışmanın beşinci bölümü olan sonuç ve değerlendirmeler bölümünde ise, ekoturizm bağlamında, Ulubey Kanyonlarının yöre turizmine etkisi değerlendirilerek bölgenin turizm potansiyelini arttırmak amacıyla yapılması gerekenler belirtilmiştir.

## 2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

### 2.1. Ekoturizm Kavramı

Turizm sektörü dünya üzerinde en çok gelişen ve ülke ekonomilerine en çok katkı sağlayan sektörlerden biri haline gelmiştir. Ülkeler yaptıkları turizm faaliyetleriyle ekonomik alanda milli gelirlerini arttırmayı hedeflemektedir (Bayer, 1992). Özellikle Türkiye’nin turizmden elde ettiği gelir milli gelir içerisindeki payı tatmin edicidir. Türkiye İstatistik Kurumu turizm istatistikleri verilerine göre; Türkiye’ye 2023 yılında 57,077 milyon kişi ziyaret ederken 55,874 milyar dolar turizm geliri elde etmiştir. Geliş nedenine göre ziyaretçilerin dağılımına incelendiğinde (Bknz. Grafik 1) gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler %64 oranı ile en yüksek seviyededir. İkinci sırada ise, akraba ve arkadaş ziyareti yer almaktadır (%22).



Grafik 1. Geliş Nedenine Göre Ziyaretçiler 2023 Yılı

Kaynak: (TÜİK, 2023)

Ekoturizm kavramı ilk olarak Ceballos-Lascurain (1987:14) tarafından önerilmiştir. Ceballos-Lascurain, ekoturizmin “korumayı teşvik eden, düşük ziyaretçi etkisi olan ve yerel nüfusun faydalı bir şekilde aktif sosyoekonomik katılımını sağlayan doğanın tadını çıkarmak ve takdir etmek için nispeten bozulmamış doğal alanlara çevresel olarak sorumlu seyahat ve ziyaret” olduğunu belirtmiştir.

Ekoturizm dünya çapında, çevreyi korurken ve yerel toplulukları desteklerken turizmin büyümesini teşvik etmenin yenilikçi ve sürdürülebilir bir yolu olarak tanınmaktadır (Pham ve Khanh, 2021).

Ekoturizm, düşük etkili, tüketime yönelik olmayan ve yerel odaklı olacak şekilde etik olarak yönetilen, kaynak temelli bir turizm biçimidir (Harishnaika vd., 2023). Das ve Chatterjee (2015) göre, ekoturizm korunan alanlar içinde ve çevresinde korumayı desteklemeye ve topluluklara gelir sağlamaya yönelik bir stratejidir. Weaver (2005) ise, ekoturizmi genel olarak doğal çekiciliklere odaklanan, yerel kalkınmaya katkıda bulunan, sürdürülebilir olan ve çevre eğitimi ve öğrenimi için fırsatlar sağlayan bir turizm şekli olarak tanımlanmaktadır.

Ekoturizm terimi, kuş gözlemciliği, kampçılık, macera turizmi, balina izleme, balıkçılık, kayak, arkeolojik araştırmalar ve daha fazlasını içeren geniş bir aktivite kategorisini ifade etmektedir. Dolayısıyla "ekoturizm" terimi geniş otlaklara, sulak alanlara, nehirlere, ormanlara ve çevresel olarak korunan diğer bölgelere yapılan seyahatleri tanımlamak için kullanılmaktadır (Hosseini ve Paydar, 2021).

Uluslararası Ekoturizm Topluluğu, ekoturizm kavramını "*çevreyi koruyan, yerel halkın refahını sürdüren, eğitimi içeren doğal alanlara yönelik sorumlu seyahat*" olarak tariflemiş ve ekoturizm ilkeleri belirlemiştir (Uluslararası Ekoturizm Topluluğu, 2024). Bu ilkeler;

- Kültürel ve çevresel farkındalığı ve doğaya saygıyı geliştirmek,
- Çevresel koruma amacıyla finansman sağlamak,
- Yurt içi ve yurt dışı ziyaretçiler için olumlu deneyimler sunmak,
- Yerel halk ve özel sektör için finansal faydalar sağlamak,
- Fiziksel, sosyal, psikolojik ve davranışsal etkileri minimize etmek,
- Yurt içi ve yurt dışı ziyaretçilere, siyasi, çevresel ve sosyal konulara karşı duyarlılığın artırılmasına yardımcı olmak,
- Düşük bütçeli tesisler inşa etmek ve çalıştırmaktır.

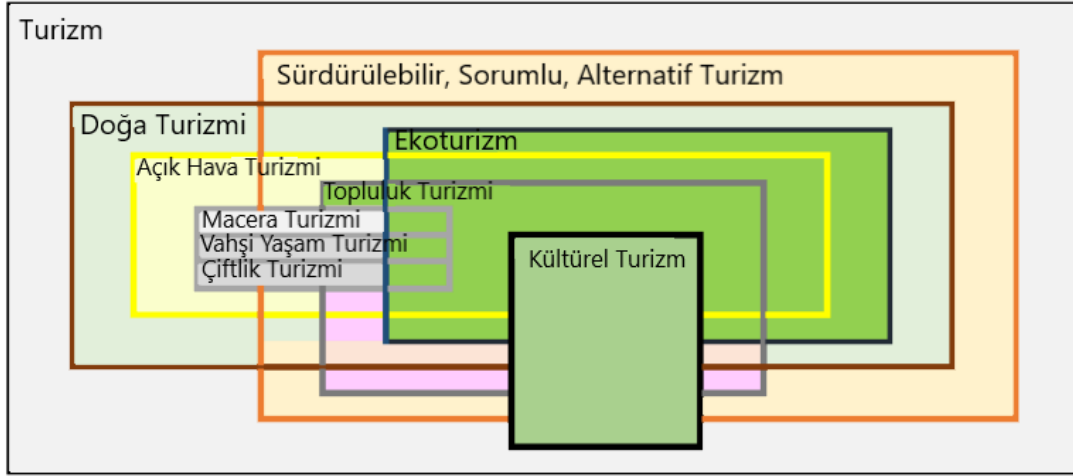
Son yıllarda ekoturizm önemli bir büyüme yaşamıştır (Tangeland ve Aas, 2011). Genellikle dünya çapında turizmde en hızlı büyüyen pazarlardan biri olarak tanımlanmaktadır (Ruhanen ve Axelsen, 2022). Sektör milyarlarca dolarlık küresel bir endüstriyi temsil etmekte (Balmford vd., 2015), birçok ülkede önemli bir döviz kazandırıcısı olarak kabul edilmektedir (Reynolds ve Braithwaite, 2001). Çok sayıda hükümet ekoturizm ile doğal alanları koruma, gelir elde etme ve korunan alanların yakınında yaşayan kişiler için istihdam fırsatları yaratma amacı gütmektedir (Brett, 2018; Holland vd., 2022). Ekoturizm, işletmelere, yerel topluluklara ve korunan alanlara önemli gelir sağlamaktadır (Leung vd., 2018).

Alternatif bir turizm uygulaması olarak ekoturizm, özellikle sürdürülebilir turizm olarak kabul edilen, doğal kaynaklar, kültürel miras ve kırsal geçim arasındaki simbiyozu deneyimlemek için doğal alanların ziyaret edilmesini içerir.

Ekoturizm, turistlerin meraklarını gidermelerine ve manzara, bitki örtüsü, fauna veya yerel yaşam alanları hakkında bilgi edinmelerine ve yerel topluluğa daha yakın bir şekilde dahil olmalarına olanak tanımaktadır (Kiper, 2013). Doğa temelli turizm olan ekoturizm, manevi zenginleşme, bilişsel gelişim, yansıma veya rekreasyon yoluyla turiste doğayla ve ekosistemlerin çeşitliliği ile temas gibi faydalardan yararlanma fırsatı veren, soyut olarak tanımlanan kültürel bir hizmet olarak kabul edilmektedir (Kim vd., 2019). Bir başka tanıma göre ekoturizm, bölgenin biyolojik türlerini ve doğal ortamı korumanın yanı sıra bölgeyi tanıtarak yerel halkın kalkınmasını amaçlamaktadır (Angelica vd., 2010). Ayrıca yazarlar ekoturizmin; çevresel mirasın korunması, yerel istihdam yaratılması, kültürel değerlerin muhafaza edilmesi, bio çeşitliliğin korunması, doğa temelli olması gibi çeşitli yönlerine vurgu yaparak tanımlamalara gitmiştir (Mahravan, 2012; Ankaya, Balık ve Aslan, 2018; Akın, 2016; Özkök ve Çoban, 2009, Özbek, 2002; Kasalak, 2015).

Ekoturizmin diğer turizm türleriyle ilişkisi şekil 1'de verilmiştir. Şekil 1'de, en kapsamlı alan gri fonda gösterilen turizm alanıdır. Turizm alanıyla en geniş bağlantısı olan tür sürdürülebilir,

sorumlu, alternatif turizmdir. Bu şekilde ekoturizm yeşil fonda gösterilmektedir. Ekoturizm, doğa turizminin ve sürdürülebilir, sorumlu ve alternatif turizmin bir parçasıdır. Macera, vahşi yaşam ve çiftlik turizmi olmak üzere açık hava turizmi ile kesişmektedir (Wilson vd., 2014).



Şekil 1. Ekoturizmin ve Diğer Turizm Türleri ile İlişkisi

**Kaynak:** Wilson vd., 2014'e referans ile yazarlar tarafından düzenlenmiştir.

## 2.2. Kanyon Turizmi

Günümüzde yeryüzü şekilleri arasında en dikkat çeken alanlardan biri de kanyonlardır. Kanyonlar, oluşum özellikleri sayesinde alternatif turizm etkinliklerinden biri haline gelmiştir. Kanyon turizmi, ekonomik, sosyokültürel ve çevresel katkılar sunma potansiyelinden dolayı ekoturizm ile doğrudan bağdaşmaktadır. Alternatif turizm faaliyetlerinden olan kanyon turizm, dünyada ve ülkemizde çeşitli faaliyetlerin yapılabileceği geniş bir alandır. Bisiklet, kamp, rafting, fotoğraf çekme, dağcılık, doğa yürüyüşü (trekking), manzara seyretme vb. faaliyetler kanyon turizmi içerisinde yapılan etkinliklerdir (Akpınar ve Bulut, 2010:1580).

Dünyanın en çok turist çeken, en ünlü kanyonlarından olan Antilop Kanyonu ve Büyük Kanyon (Grand Canyon) Amerika Birleşik Devletleri sınırları içerisindeki Arizona eyaletinde yer almaktadır. Büyük Kanyon, 466 km uzunluğunda, 400 m ile 2,4 km genişliği arasında, 1600 m derinliğinde dünyanın en büyük kanyonu özelliğine sahiptir. ABD dışında da dünyanın farklı noktalarında da kanyonlar yer almaktadır. Namibya'da bulunan dünyanın en geniş kanyonlarından biri olan Fish River Kanyonu'nu, Çin'de yer alan Dünya Kültür Mirası listesindeki Wulingyuan Kanyonu'nu, Meksika'daki Copper Kanyonu'nu, Fransa'da bulunan Verdon Vadisi bu kanyonlardan bazılarıdır (İbret ve Cansız, 2016:109).

Türkiye'de farklı yeryüzü şekilleri görülmektedir. Bu yeryüzü şekillerinden biri olan kanyonların ülkemizde önemli bir turizm değeri vardır. Ülkemizin farklı bölgelerinde uzun yıllar boyunca akarsu aşındırması ile oluşan vadiler ve kanyonlar bulunmaktadır.

Türkiye'de en çok turist çeken ve en popüler olan kanyonların özellikleri ikincil kaynaklardan taranarak Tablo 1'de sunulmuştur. Türkiye'de çeşitli kentlerde, uzunluğu, genişliği ve derinliği farklı ölçeklerde çok sayıda kanyon bulunmaktadır. Uzunluk açısından ilk sırada Ulubey Kanyonu yer alırken ikinci sırada Köprülü Kanyon bulunmaktadır. Genişlik özelinde kanyonlar sıralandığında Ulubey Kanyonu en geniş kanyon olurken 200 m genişlik ile Ihlara Vadisi ikinci sıradadır. Türkiye'nin en derin kanyonu olan Valla Kanyonunu 600 m derinlik ile Karanlık Kanyon, 300 m derinlik ile İncesu Kanyonu takip etmektedir (Türkiye Kültür Portalı, 2025).

**Tablo 1.** Türkiye'de Bulunan Bazı Kanyonlar ve Özellikleri

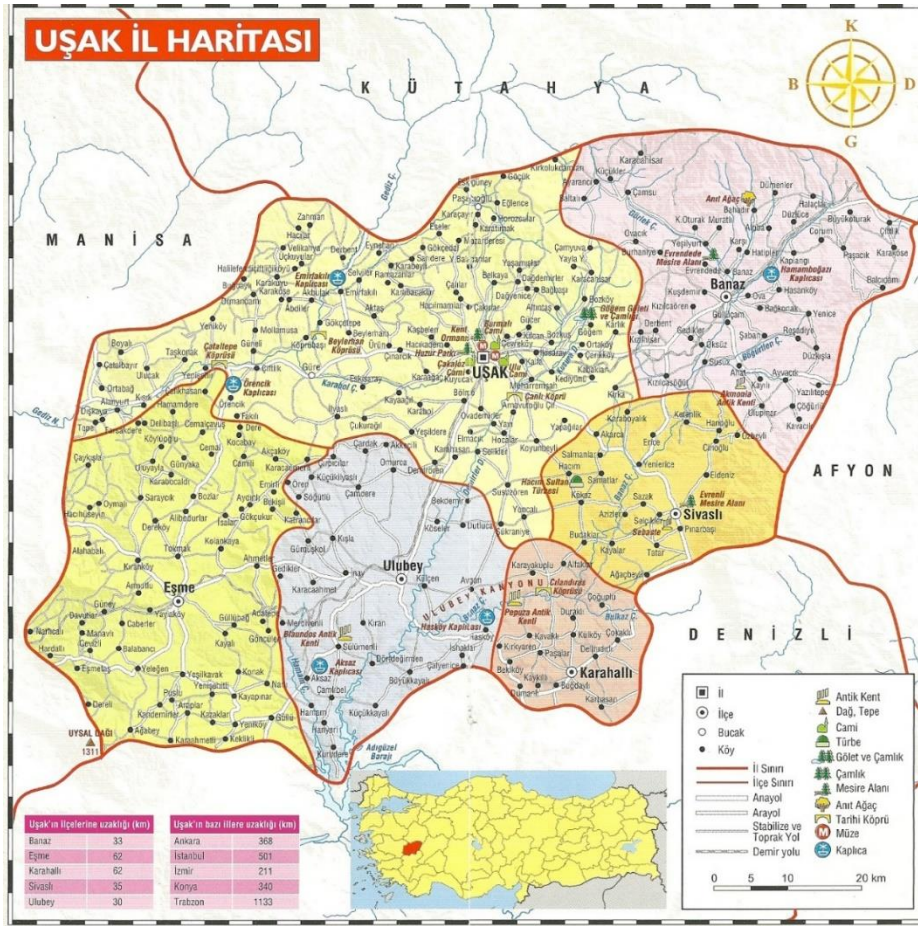
Kanyon Adı (İl)	Uzunluk (km)	Genişlik (m)	Derinlik (m)
Ulubey Kanyonu (Uşak)	75	500	170
Köprülü Kanyon (Antalya)	25	-	100
Kapıkaya Kanyonu (Adana)	20	-	200
Ihlara Vadisi (Aksaray)	18	200	150
Saklıkent Kanyonu (Muğla)	18	-	200
İncesu Kanyonu (Çorum)	12,5	40-50	300
Valla Kanyonu (Kastamonu)	12	50	800-1000
Karanlık Kanyon (Erzincan)	9	-	600
İnceğiz (Arapapıştı) Kanyonu (Denizli)	6	-	380
Cehennem Deresi Kanyonu (Artvin)	0,5	70	6

**Kaynak:** Türkiye Kültür Portalı, 2025'e referans ile yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

### 3. ÇALIŞMA ALANI HAKKINDA GENEL BİLGİLER

Ulubey ve çevresinde yapılan arkeolojik kazılarda ilçenin MÖ 4000'den beri yerleşim yeri olarak kullanıldığı anlaşılmaktadır. Bölgeye ilk önce Hititler, daha sonra ise Frigler ve Lidyalılar hâkim olmuştur. Lidyalılar başkentleri Sard kentinden başlayarak Mezopotamya'ya kadar uzanan gölgede ticareti geliştirmek amacıyla yaptıkları Kral Yolu'nun bir kısmı Ulubey ilçesinden geçmektedir. Lidyalılardan sonra bölgeye sırasıyla Pers İmparatorluğu, Büyük İskender İmparatorluğu, Bizans devleti, Anadolu Selçuklu Devleti, Germiyanogulları Beyliği ve Osmanlı Devleti'nin hâkim olduğu bölge 1953 yılında Uşak'ın il olmasıyla buraya bağlı bir ilçe olmuştur (Ulubey Kaymakamlığı, 2024a).

Araştırma alanı olan Ulubey ilçesi, Ege Bölgesi'nin İç Batı Anadolu Bölümünde yer almaktadır. Uşak İlinin idari sınırları içerisinde kalan bu ilçenin toplam yüzölçümü 798 km<sup>2</sup> olup kuzeyde Uşak merkez, batıda Eşme, doğuda Karahallı, güneyde Denizli'nin Çal ve güneybatıda da Denizli'nin Güney ilçeleri ile sınır komşularıdır. Kanyonun bulunduğu yer Ulubey İlçesine 1 km; Uşak merkeze 29 km; Ankara- İzmir asfaltına 33 km uzaklıktadır. Ayrıca araştırma bölgesi yaklaşık olarak İzmir'e 210 km; Ankara'ya 400 km; İstanbul'a ise, 450 km mesafededir (Bkz Şekil 2).



Şekil 2. Uşak İl Haritası

**Kaynak:** Uşak İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2024

Ulubey ilçesi deniz seviyesinden 750 m yükseklikte olup 794 km<sup>2</sup> yüzölçümüne sahiptir. İç Anadolu Bölgesi'nin iç kesimlerde görülen Karasal iklim ile Ege Bölgesi'nde görülen Akdeniz iklimi arasında ılıman bir geçiş iklimine sahip olup kışları karasal iklim kadar soğuk değil, Akdeniz iklimi kadar da ılık değildir. Bölgenin temmuz ayı sıcaklık ortalaması 25,3 C° ocak ayı sıcaklık ortalaması 3,6 C° ve yıllık sıcaklık ortalaması 13,7 C°'dir. Yükselti olarak diğer yerlerden düşük olması ve daha güneyde yer alması nedeniyle Ulubey İlçesinin Uşak ve diğer ilçelere göre ortalama sıcaklığı daha yüksektir. Bölgenin bitki örtüsü meşe ve ardıçlardan oluşan ormanlar, maki, kızılçam ve bozkırlardan oluşmaktadır (Ulubey Kaymakamlığı, 2024a).

Ulubey İlçesinin 2007- 2023 dönemine ait; toplam nüfus, erkek nüfusu, kadın nüfusu ve 2007 baz yılına göre nüfustaki değişim verileri Tablo 2'de sunulmuştur. 2007 yılında Ulubey İlçesinde 7513 erkek, 7802 kadın olmak üzere toplamda 15315 kişi ikamet etmekteyken toplam kişi sayısı 2023 yılında 12025'e düşmüştür. Tablo verileri dikkate alındığında son on yedi yılda ilçe nüfusunda azalma eğilimi görülmüştür. 2007 yılı baz aldığımda, 2011 yılında toplam nüfus 1061; 2016 yılında 2180; 2021 yılında 3060; 2023 yılında ise 3290 kişi azalmıştır. Cinsiyet açısından değerlendirildiğinde 2023 yılı verilerine göre nüfusun %50,14'ü kadın ve %49,86'sı erkektir.

Tablo 2. Ulubey İlçesi Nüfus Bilgileri

Yıl	Değişim	Toplam Nüfus	Erkek Nüfusu	Kadın Nüfusu
2023	-3290	12025	5995	6030
2022	-3291	12024	5974	6050
2021	-3060	12255	6044	6211
2020	-2965	12350	6154	6196
2019	-2667	12648	6238	6410
2018	-2360	12955	6384	6571
2017	-2505	12810	6329	6481
2016	-2180	13135	6423	6712
2015	-1944	13371	6571	6800
2014	-1668	13647	6739	6908
2013	-1294	14021	6907	7112
2012	-1121	14192	7004	7184
2011	-1061	14254	7043	7205
2010	-731	14584	7210	7369
2009	-399	14912	7351	7561
2008	-39	15276	7525	7751
2007	0	15315	7513	7802

Kaynak: TÜİK, 2024

İlçede nüfusun %37'si kentlerde, %63'ü de köylerde yaşadığı için ekonominin büyük kısmı tarım ve hayvancılığa dayanmakta olup halkın büyük çoğunluğu çiftçilikle uğraşmaktadır. "Yetiştirilen tarımsal ürünlerin başında, buğday, arpa, nohut, tütün, haşhaş, üzüm, armut, elma ve susam gelmektedir. Ulubey ilçesinde çalışır durumda olan sanayi tesisi bulunmamaktadır. Küçük ölçekte un fabrikaları ile ilçenin ve kırsal kesimin ihtiyacını karşılayan atölye çapında tamir, mermer, demirci ve marangoz atölyeleri mevcuttur (Çevre ve Şehircilik Bakanlığı; Ulubey Kaymakamlığı, 2019a).

### 3.1. Ulubey Kanyonu Tabiat Parkı

Ulubey ve Karahallı ilçeleri sınırları içerisinde bulunan Ulubey Kanyonlarının uzunluğu 75 km, genişliği 500 m, derinliği 170 m olup ABD'nin Arizona eyaletinde yer alan Büyük Kanyon'dan sonra dünyanın en büyük ikinci kanyonudur (Zafer Kalkınma Ajansı, 2011).

Ulubey Kanyonu, Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı tarafından, kaynak suları ve derelerin bulunması, arkeolojik ve tarihi değerleri barındırması, sahip olduğu jeolojik ve jeomorfolojik özellikleri nedeniyle tabiat parkı olarak ilan edilmiştir (Aydın Çolakoğlu, 2022). Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü (2025)'ne göre tabiat parkı, bitki örtüsü ve yabani hayvan özelliğine sahip, manzara bütünlüğü içinde halkın eğlenmesi ve dinlenmesine uygun doğal alanlardır.

Ulubey Kanyonu, Banaz ve Ulubey (Değirmen Deresi) akarsuları üzerinde bulunmakta olup 3.zamanın sonu 4.zamanın başlarına kadar geçen oluşum sürecinde dikey tektonik hareketlerden etkilenmiş ve günümüzde Ege Bölgesi'nde yer alan Horst-Graben yapı şekline sahiptir. Ayrıca Ulubey Kanyonunun oluşumunda, Büyük Menderes Grabeninin çökmesi sonucu ortaya çıkan karstik oluşumlar etkili olmuştur. Büyük Menderes Grabeninin de gerçekleşen üçten fazla çökmeye aşındırma hareketleri başlamış Ulubey ve Banaz çayı geçtiği yerleri yontarak derin menderes vadiler oluşturmuştur. 2019 yılı itibariyle tabiat park statüsünde bulunan Ulubey Kanyonunun turizme kazandırılmasıyla; doğa yürüyüşü, kamp, karavan, fotoğraf çekimi, botanik, mağara vb. alternatif turizm faaliyetleri başlamıştır (Ören ve Şahin, 2014: 10).



Fotoğraf 1. Ulubey Kanyonları Uydu Görüntüsü

Kaynak: Google Earth, 2024



Fotoğraf 2. Ulubey Kanyonu Genel Görünüm

Kaynak: Fotoğraf yazarlar tarafından çekilmiştir.

### 3.2. Araştırma Bulguları

Bölgede turizm faaliyetlerini arttırmak amacıyla Ulubey Kaymakamlığı tarafından 2015 yılında hizmete açılan Kanyon Cam Teras Park kapsamında 302m<sup>2</sup> büyüklüğünde bir kafeterya, 135m<sup>2</sup> büyüklüğünde ve yerden 150 m yüksekte camdan oluşan seyir terası yaptırılmıştır. Cam terasta metrekareye düşen ağırlık 801,2 kg.'dır. Camlar 30 mm kalınlığında ve kurşungeçirmez özelliğe sahiptir. Bölgeye turist çekmek ve bilinirliğini artırma amacıyla her yıl Ulubey Kanyon Kültür ve Turizm Festivali düzenlenmektedir. Ayrıca, 2016 yılında 10 adet yöresel ürün satış reyonu yapılmıştır (Ulubey Kaymakamlığı 2024b).



**Fotoğraf 3.** Ulubey Kanyonlu Cam Teras

**Kaynak:** Fotoğraf yazarlar tarafından çekilmiştir.

Gelen turist sayısını arttırmak için Uşak valiliği, Ulubey kaymakamlığı ve Ulubey belediyesi tarafın bölgeye yatırımlar devam etmektedir. Bu yatırımlardan bir diğeri ise kanyon bölgesine 100 m<sup>2</sup>'lik "Ters Ev" inşa edilmesidir. Kanyon girişine yakın bir konumda bulunan bu yapı bölge gelenler tarafından ziyaret edilmektedir.



**Fotoğraf 4.** Ulubey Kanyonlu Ters Ev

**Kaynak:** Fotoğraf yazarlar tarafından çekilmiştir.

Uşak İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü verilerine göre Uşak İl merkezi 2019 yılı içerisinde 104792, 2020 yılı içerisinde ise 58031 turist ağırlamıştır. Clandıras Köprüsü, Taşyaran Vadisi Tabiat Parkı, Blaundus Antik Kenti, Pepuza Antik Kenti, Atatürk Müzesi, Uşak Arkeoloji Müzesi ve Ulubey Kanyonları il içindeki önemli sayıda turist çeken yerlerdir. Ulubey Kanyonlu 2013 yılından itibaren tabiat parkları statüsünde olup bölgenin işletmesi Ulubey Kaymakamlığı tarafından ihale yoluyla işletim şirketine verilmektedir. Ulubey Kaymakamlığı ve kanyonlu işleten şirketin 2020 verilerine göre kanyonlu son altı yılda yaklaşık 550 bin turist gelmiştir. 2020 yılı içerisinde Covid-19 pandemisi nedeniyle üç ay kapalı kalan Ulubey Kanyonlu yaklaşık 25 bin kişi ziyaret etmiştir. 2024 yılında ise Ulubey kanyonunu yaklaşık 300 bin kişi ziyaret etmiştir (Anadolu Ajansı, 2025).



Ulubey Kanyonlarına Uşak Ulubey karayolu ile kolay şekilde ulaşım bulunmaktadır. Gelen turistlerin gezi sonra yemek yiyeceği restoran ve kafe bulunmaktadır. Ayrıca kanyon içerisinde çeşitli yöresel hediyelerin satıldığı mağazalar bulunmaktadır.

Kanyonu işleten şirket verileri göre, 06.09.2019 tarihinde yapılan Ulubey Kanyonları -Cam Seyir Terası ve Restoran İhalesi sonucu idare tarafından belirlenen Cam Teras giriş ücretleri 2022 yılında 5 TL, 2023 yılında 7,50 TL olurken 2024 yılında 20 TL olarak belirlenmiştir.

Ulubey Kanyonlarında manzara seyri dışında da çeşitli ekoturizm faaliyetleri yapılmaktadır. Çalışma sahası ve yakın çevresinde dağcılık, trekking, yaban hayatı ve kuş gözlemciliği, kamp karavan turizm, fotoğraf vb. alternatif turizm faaliyetleri yapmak mümkündür. Ayrıca son yıllarda evlenen çiftlerin fotoğraf çekimlerini burada yapmak istemeleri bölgenin tanınırlığını arttırmaktadır.

## SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Ulubey ilçesi ve kanyonları doğal ve beşerî imkânlarıyla ülkemizin ekoturizm potansiyeli yüksek olan bölgelerinden biridir. Kanyon, farklı etkinlikler yapmak isteyen tüketicilerin ihtiyaçlarına cevap verebilecek potansiyele sahiptir. Bölgenin ilçe merkezine bir km mesafede oluşu ve uşaktan ulaşım imkânı olması bölgeye gelecek turistler için olumlu bir unsurdur. Kanyonlarda turizm faaliyeti yıl boyu sürdürülebilir olup özellikle yaz aylarında ziyaretçi sayısı artmaktadır. Son yıllarda bölgeye gelen turist sayısı artsa da yörede yaşayan yerli halk bu turizm faaliyetini ekonomik kazanca dönüştürememiştir. İlçe nüfusunun yıldan yıla azalması ve ilçede turistlerin zaman geçirebileceği kafe ve restoran gibi yerlerin olmayışı bu dönüşümün olmayışının ana sebeplerindedir.

Son yıllarda Uşak valiliği, Ulubey Kaymakamlığı ve Ulubey belediyesinin yapmış olduğu yatırımlarla bölgenin ulusal ve uluslararası bilinirliğini arttırmıştır. Özellikle 2015 yılında cam terasın yapılması ile artan turizm faaliyetleri ters ev yapılması, festivaller düzenlenmesi, kamp, dağcılık, yürüyüş vb. aktivitelerin artmasıyla bölgeye gelen turist sayısı her yıl artmaktadır. İl içerisinde gelen toplam turistlerin kanyonları daha fazla ziyaret etmesi amacıyla bölgede yapılacak yatırımlar ve reklamlarla daha da artırılması hedeflenmektedir.

Araştırmada elde edilen veriler ışığında bölgenin yöre turizmine etkisini arttırmak amacıyla öneriler şu şekildedir:

- Her türlü alternatif turizm faaliyetlerine daha fazla önem ve imkân verilebilir.
- Ulusal ve uluslararası yazılı, görsel medya kullanılabilir. Ayrıca bölgenin tanınırlığını arttırmak amacıyla reklam, dizi, sinema gibi çekimler yapılabilir.
- İçerik üreticileri (youtuber, sosyal medya fenomenleri) gibi geniş bir kitleye sahip kişilere bölgenin tanıtımı yaptırılabilir.
- Kanyon bölgesinin her zaman temiz tutulmasıyla çevre kirliliğinin önüne geçilebilir. Bunun için uyarı levhası, çöp kovası, temizlik elemanları sayısı artırılabilir.
- Yöre halkına ve esnafına turizm faaliyetleri hakkında eğitim verilerek onların desteği alınarak turist-yöre halkı kaynaştırılabilir.
- Turizm alanına gelecek yerli veya yabancı turistlerin bölgenin oluşumu, tarihi, aktiviteler vb. hakkında bilgi sahibi olması için görevli personel edinilebilir.
- Bölgede turistlerin daha fazla zaman geçirebileceği kafe ve restoran, yöresel ürünler sayısı ve çeşitliliği artırılabilir.
- Bölgenin doğal yapısı bozulmadan konaklama imkanları artırılmalı tur operatörleri düzenlenebilir.
- Doğa sevenlere kamp karavan kurulacak alanda su, elektrik, tuvalet vb. ihtiyaçları karşılanabilir.

- Bölgede doğa sevenler için kanyon içerisinde yürüyüş alanları, dağ tırmanma, rafting, balonla havadan bakma gibi etkinlikler yapılabilir.
- İdari yöneticiler tarafından düzenlenecek festival, sergi gibi etkinliklerle yöre kültürü tanıtımına daha fazla önem verilebilir.
- Bölgede uygulanacak alternatif ve sürdürülebilir turizm faaliyetleri kırsal kalkınmaya katkı sunabilir. Yöre halkının çalışabileceği çeşitli iş alanlarının oluşturulması bölgenin ekonomik imkânlarını arttırmasını imkân verebilir. Bu durum bölge dışına yapılan göçü engelleyebilir hatta bölgenin göç almasını sağlayabilir.

Çalışmada, iki tür sınırlılığa gidilmiştir. İlk sınırlılık konu seçiminde olmuştur. Sadece ekoturizmin yöre turizmine ve yöre gelişimine etkisini belirlemek amaçlanmıştır. İkinci sınırlılık ise araştırma alanının belirlenmesinde yapılmıştır. Bu doğrultuda çalışma kapsamı olarak Ulubey Kanyonları tercih edilmiştir. Gelecekte yapılacak araştırmalarda ekoturizm konusunda çok sayıda araştırma alanı belirlenerek bu alanlar arasında çeşitli karşılaştırmalar yapılarak değerlendirmelerde bulunulabilir.

### KAYNAKÇA

- Akın, A. (2016). Ekoturizm Alanlarının Değerlendirilmesi ve Ekoturizmin Uygulanabilirliğinin Araştırılması (Gaziantep Örneği), *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 6(2): 25-31 ISSN: 2146-5843, E-ISSN: 2146-0078.
- Akpınar E. Bulut Y. (2010). *Ülkemizde Alternatif Turizm Bir Dalı Olan Ekoturizm Çeşitlerinin Bölgelere Göre Dağılımı ve Uygulama Alanları*, III. Ulusal Karadeniz Ormanlık Kongresi, 20-22 Mayıs 2010.
- Allen, R. Long, P.T. Perdue, R.R. ve Kieselbach, S. (1988). The impact of tourism development on residents' perceptions of community life. *Journal of Travel Research*, 27 (1), 16-21.
- Anadolu Ajansı. (2024). *Ulubey Kanyonları Ziyaretçi Sayısı*, <https://www.aa.com.tr/tr/yasam/ulubey-kanyonunu-2024te-yaklasik-300-bin-kisi-ziyaret-etti/3462605> [Erişim Tarihi: 17.02.2025].
- Almeyda, A. M. Broadbent, E. N. Wyman, M. S. ve Durham, W. H. (2010). Angelica, M. vd., (2010). Ecotourism impacts in the Nicoya Peninsula, Costa Rica, *International Journal of Tourism Research*. (12), 803-819.
- Ankaya, F. Ü. Balık, G. ve Aslan, B. G. (2018). Dünyada ve Türkiye'de Ekoturizm, Sosyal-Kültürel ve Ekonomik Katkıları. *Ulusal Çevre Bilimleri Araştırma Dergisi*, 1(2), 69-72.
- Aydın Çolakoğlu, F. (2022). *Marka Kent Oluşturmada Kültürel Peyzaj Değerlerinin Belirlenmesi: Uşak Ulubey Örneği. Markalaşma Vizyonu Uşak Kenti*, Onsekiz Dilşen, Editör, Nobel, Ankara, 227- 248.
- Balmford, A. Green, J. M. Anderson, M. Beresford, J. Huang, C. Naidoo, R. ... ve Manica, A. (2015). Walk on the wild side: estimating the global magnitude of visits to protected areas. *PLoS biology*, 13(2).
- Brett, M. R. (2018). Tourism in the Kruger National Park: Past development, present determinants and future constraints. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(2), 1-28.
- Ceballos-Lascurain, H. (1987). The future of ecotourism, *Mexico Journal*, 13-14.
- Çilek, A. Berberoğlu, S. Ünal Çilek, M. Dönmez, C. (2019). Topografik özellikleri kullanarak arazi morfolojisi analizi: Uşak Ulubey Kanyonu örneği. *Bilge International Journal of Science and Technology Research*, 3 (Özel Sayı): 77-88.
- Das, M., ve Chatterjee, B. (2015). Ecotourism: A panacea or a predicament?. *Tourism management perspectives*, 14, 3-16.
- Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü. (2025). *Tabiat parkı tanımı*, <https://www.tarimorman.gov.tr/DKMP/Menu/34/Temel-Kavramlar>, [Erişim Tarihi: 18.02.2025].
- Google Earth. (2024). *Ulubey Kanyonları Uydur Görüntüsü*, <https://earth.google.com/web/>. [Erişim Tarihi: 02.05.2024].

- Harishnaika, N. Arpitha, M. Ahmed, S. A. ve Ashwini, K. S. (2023). Geospatial investigation of site suitability for ecotourism development using AHP and GIS techniques in Uttara Kannada district, Karnataka state, India. *World Development Sustainability*, 3, 100114.
- Holland, K. K. Larson, L. R. Powell, R. B. Holland, W. H. Allen, L. Nabaala, M. ... ve Nampushi, J. (2022). Impacts of tourism on support for conservation, local livelihoods, and community resilience around Maasai Mara National Reserve, Kenya. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(11), 2526-2548.
- Hosseini, S. M. ve Paydar, M. M. (2021). Discount and advertisement in ecotourism supply chain. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(6), 668-684.
- İbret, Ü.B. ve Cansız, E. (2016). Kanyon turizmi ve ekoturizm açısından değerlendirilmesi gereken bir yöre: Küre Ersizlerdere-Karacehennem kanyonu. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (34), 107- 117.
- Kasalak, M.A. ve Akıncı, Z. (2015). *Evaluation of the impact of ecotourism on the local community. International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1(1), 189-196.
- Kim, Y. Kim, C. K. Lee, D. K. Lee, H. W. ve Andrada, R. I. T. (2019). Quantifying nature-based tourism in protected areas in developing countries by using social big data. *Tourism Management*, 72, 249-256.
- Kiper, T. (2013). Role of ecotourism in sustainable development. InTech. M. Ozyavuz (Ed.), *Advances in landscape architecture*, IntechOpen, London.
- Leung, Y. F. Spenceley, A. Hvenegaard, G. Buckley, R. ve Groves, C. (2018). *Tourism and visitor management in protected areas: Guidelines for sustainability*, 27. Gland, Switzerland: IuCN.
- Mahvaran, A. (2012). *Eco-Tourism and it sarchitecture: a methodological framework for assessing progress towards sustainable development*. Unpublished Doctoral Dissertation. Victoria University of Wellington.
- Özbek, H. (2002). *Turizmin Çeşitlendirilmesinde Doğal Kaynaklarımız ve Ornitolojik Turizm Yeri*, T.C. Turizm Bakanlığı II. Turizm Şurası Bildirisi, Cilt:1, Ankara.
- Özkök F. ve Çoban, Ö. (2009). "Ekoturizmi Ekoturizm mi?" 10. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, 21-24 Ekim, Mersin, Ankara: Detay Yayıncılık, Ankara, s.596.
- Pham, H. S. T. ve Khanh, C. N. T. (2021). Ecotourism intention: the roles of environmental concern, time perspective and destination image. *Tourism Review*, 76(5), 1141-1153.
- Reynolds, P. C. ve Braithwaite, D. (2001). Towards a conceptual framework for wildlife tourism. *Tourism management*, 22(1), 31-42.
- Ruhanen L. ve Axelsen M. (2022). Ecotourism. Buhalis, D. (Ed.). *Encyclopedia of tourism management and marketing*. Northampton, MA, USA: Edward Elgar Publishing. 27-31.
- Şahin, R. ve Ören, V. E. (2014). Alternatif turizm kapsamında Uşak-Ulubey Kanyonu'nun SWOT analizi. *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi (UHBAB)*, 3(7).
- Tangeland, T. ve Aas, Ø. (2011). Household composition and the importance of experience attributes of nature based tourism activity products—A Norwegian case study of outdoor recreationists. *Tourism Management*, 32(4), 822-832.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK). (2024). Ulubey İlçe Nüfusu, <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr> [Erişim Tarihi: 08.05.2024].
- Türkiye Kültür Portalı. (2025). *Türkiye Kanyonları*, <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/genel/gezilecekyer>, [Erişim Tarihi: 17.02.2025].
- Ulubey Kaymakamlığı. (2024a). *Ulubey Tarihi*, <http://www.ulubey.gov.tr/tarihimiz>, [Erişim Tarihi: 22.12.2020].
- Ulubey Kaymakamlığı. (2024b). *Ulubey Kanyonları ve Cam Teras*, <http://www.ulubey.gov.tr/ulubey-kanyonlari>. [Erişim Tarihi: 22.12.2020].
- Uluslararası Ekoturizm Topluluğu. (2024). *Ekoturizm tanımı*, <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/>. [Erişim Tarihi: 05.05.2024].

## Ekoturizmin Kente Etkisi: Ulubey Kanyonları Örneği

- Uşak İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2024). *Uşak İl Haritası*, <https://usak.ktb.gov.tr/TR-160596/usak-haritasi.html>. [Erişim Tarihi: 8.05.2024].
- Weaver, D. B. (2005). Comprehensive and minimalist dimensions of ecotourism. *Annals of tourism research*, 32(2), 439-455.
- Wilson, S. Sagewan-Alli, I. ve Calatayud, A. (2014). *The ecotourism industry in the Caribbean: A value chain analysis*. Inter-American Development Bank.
- Yücel, C. (2002). Turizmde yükselen değer: Ekoturizm. *TÜRSAB Dergisi*, 219, 1-7.
- Zafer Kalkınma Ajansı. (2011). *Ulubey Kanyonlarının Alternatif Turizm Potansiyeli Turizm Fiziksel Planlaması Projesi*, <https://dokuman.zafer.gov.tr/uiassets/filemanagement/B%C4%B0LG%C4%B0BANKASI/usak/ulubey-kanyonlarinin-alternatif-truzim-potansiyeli-turizm-fiziksel-planlamasi-projesi-arastirma-raporu.pdf>. [Erişim Tarihi: 12.05.2024].



## İkinci Bir Doğa Yaratmanın İfadesi Kültürel Coğrafya ve Kavramları

### Expression of Creating a Second Nature Cultural Geography and its Concepts

Taşkın DENİZ<sup>1</sup>

#### Özet

Kültürün temel niteliklerinden biri olan ve topluma, toplumsal yaşama atıf yapan "birikime dayalı olma"; tarım, hayvancılık ve madencilikten zanaatlara, sanayi ve teknolojiden inşaat ve mimariye, peyzajdan toplumsal normlara, dilden dinlere, gastronomik unsurlardan giyim kuşama dek çok sayıda üretim, değişim ve dönüştürme faaliyetlerini ifade etmektedir. Söz konusu faaliyetlerin yeryüzünde farklı coğrafyalarda farklı toplumlar tarafından gerçekleştirilmesi kültürel çeşitliliği ortaya çıkarmaktadır. Bu sebeple coğrafi mekân değiştikçe toplumlar ve ürettikleri kültürler de değişim göstermektedir. Kültürel çeşitlilik üzerinde önceleri coğrafya başat rol oynarken günümüzde zamana bağlı hızlı değişimleri ifade eden bilimsel ve teknolojik gelişmeler ile kapitalizm gibi ekonomik süreçler etkin olmaktadır. Bu durum kültürel coğrafyada yeni araştırma alanlarının ve ilgili kavramların ele alınmasını zorunlu kılmıştır. Bu kapsamda makalenin konusunu ikinci bir doğa yaratmanın ifadesi kültürel coğrafyadaki güncel araştırma konularını ve ilgili kavramları ele almak oluşturmaktadır. Kültürel coğrafyada 20. Yüzyılın sonlarından itibaren yaşanan dönüşüme bağlı olarak yeni araştırma alanlarının ve ilgili kavramların akademik çalışmalarda daha fazla ele alınması ve tartışılması önem taşımaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Coğrafya, Kültürel Coğrafya, Sömürge, Irkçılık, Diaspora, Sembol, Epistemoloji, Siber

#### Abstract

One of the basic characteristics of culture, "being based on accumulation" referring to society and social life, refers to numerous production, change and transformation activities ranging from agriculture, animal husbandry and mining to crafts, industry and technology to construction and architecture, landscape to social norms, language to religions, gastronomic elements to clothing. The fact that these activities are carried out by different societies in different geographies on earth reveals cultural diversity. For this reason, as geographical space changes, societies and the cultures they produce also change. While geography previously played a dominant role in cultural diversity, today, scientific and technological developments that express rapid changes depending on time and economic processes such as capitalism are effective. This situation has made it necessary to address new research areas and related concepts in cultural geography. In this context, the subject of the article is the expression of creating a second nature, and to address current research topics and related concepts in cultural geography.

<sup>1</sup>Karabük Üniversitesi, Safranbolu Turizm Fakültesi, Karabük

ORCID:

T.D.: 0000-0003-1293-5404

**Corresponding Author:**

Taşkın DENİZ

**Email:**

taskindeniz@karabuk.edu.tr

**Citation:** Deniz, T. (2025). İkinci bir doğa yaratmanın ifadesi kültürel coğrafya ve kavramları. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 15 (1), 111-125.

**Submitted:** 03.02.2025.

**Accepted:** 26.02.2025

*Depending on the transformation experienced in cultural geography since the end of the 20th century, it is important to address and discuss new research areas and related concepts more in academic studies.*

**Keywords:** *Geography, Cultural Geography, Colony, Racism, Diaspora, Symbol, Epistemology, Cyber*

## 1. GİRİŞ

İnsanın, doğaya karşı yaşamını sürdürebilme ve türünün devamlılığını sağlayabilmedeki en büyük avantajı nedir? Yaşadığımız coğrafya, akıl temelli şekillendirdiğimiz yaşama bakış açımızı ne kadar etkiliyor? Toplumlar neden birbirlerine benzer ya da farklıdır? Kutsal ve önemli kabul edilen değerler neden toplumlara göre farklılık göstermektedir? Toplumda kabul gören değer yargıları ve mahalle baskısı bizi etkisi altına alabilir mi? Müzik ve dans kültüründe neden Afrikalı göçmenler daha etkili? Mesken yapı özelliklerinde coğrafya ne kadar erkildir? Kültürel devrimler insanlığın sonunu mu getiriyor? Bu makale, bu ve benzeri sorulara cevap arayan kültürel coğrafyayı, coğrafi mekân ve kültür arasındaki ilişkileri ve ikinci bir doğa yaratmanın ifadesi kültürel coğrafyadaki güncel araştırma konularını ele almaktadır.

## 2. COĞRAFYA VE KÜLTÜR

Mekânı farklı boyutlarıyla ve kendi ilkeleri doğrultusunda inceleyen coğrafya biliminin araştırma konularından biri de kültürdür. Coğrafya, kültürü insan - çevre etkileşimi kapsamında dinamik bir yapı olarak ele alır ve değerlendirir. Diğer bir ifade ile coğrafya kültürü incelerken mekân - kültür ilişkisi kapsamında kültürün mekâna dayalı benzerlik ve farklılıklarını zamana bağlı değişimler çerçevesinde değerlendirir. Çünkü coğrafya açısından insan zaman - mekân devriminde yeryüzünü anlayan, kavrayan, değerlendiren, şekillendiren ve yöneten başat unsurdur. Söz konusu şekillendirme ve yönetme süreci toplumun fiziki çevredeki yaşam mücadelesi esnasında kendiliğinden şekillenen deneyimlerin bir araya gelmesi ile ortaya çıkar ki bu esnada ortaya çıkan tüm birikimler “kültür” olarak ifade edilir. İbn-i Haldun’un “coğrafya kaderdir” sözüne inat insan bilimsel ve teknolojik gelişmeler sayesinde coğrafyanın kültür üzerindeki hâkimiyetini tam olarak ortadan kaldıramasa da etkisini azaltmış, yayılmasını kolaylaştırmıştır.

*Yeryüzünde tarih boyunca neredeyse tüm antik, modern ya da post modern kentler bir su kenarında kurulmuş ve gelişmiştir. Bu durum binlerce yıllık kültürlerin ve medeniyetlerin oluşumunda suya erişimin önemini ortaya koymaktadır.*

İnsan ve çevre etkileşimi (kültürel ekoloji) konusunda hangisinin daha etkili olduğu düşüncesi uzun süre bilimsel tartışmalara konu olmuştur. Beşerî Coğrafya’nın kurucusu kabul edilen Carl Ritter, 18. Yüzyılın başında bu ikiliği ortadan kaldıracak fikirler öne sürmüştür. O’na göre beşerî coğrafya insan ve çevre etkileşimini inceler ve bunu yaparken herhangi birine ağırlık vermez. Carl Ritter’in görüşlerine ve çabasına karşın 19. Yüzyıl sonu ve 20. Yüzyıl başında insan ve çevre etkileşimi konusunda coğrafyacılar “determinizm” ve “possibilizm” olmak üzere iki ana fikir akımı üzerinde odaklanmıştır. Aslında coğrafya biliminde kültürel çalışmalar çevreci (coğrafi, iklimsel) determinist yaklaşıma dayalı akademik çalışmalara bir tepki olarak doğmuştur.

*Deterministlere göre insan ve çevre etkileşiminde etkin güç, doğal çevredir. Doğal çevre (iklim, yer şekilleri, sular, kutuplar, çöller, toprak, flora, fauna), kültürlerin biçimlenmesinde faal bir güç olduğu gibi insan da doğal çevrenin pasif bir varlığı durumundadır. Çevresel determinizm taraftarları, bir toplumun kültürel, siyasi ve ekonomik gelişiminin gidişatının fiziki çevre (coğrafya) ve iklim koşulları tarafından belirlendiğine savunurlar. Bu sebeple özellikle sosyologlar, doğanın gücünü ve faaliyetlerini yok saydıkları ve sadece toplumu bir güç olarak ön plana çıkardıkları için deterministler tarafından oldukça eleştirildiler. Çevresel determinizm bir taraftan toplumsal gelişim ile çevresel faktörler arasındaki etkileşime ilişkin ilginç sorunlar ortaya koyarken diğer taraftan emperyalist ve ırkçı ideolojileri meşrulaştırmak için de kullanılmıştır.*

*Possibilistlere göre insan ve çevre etkileşiminde etkin değiştirici güç, insandır. İnsanın çevreyi değiştirme gücü, teknoloji ve ilerleme idealinin baskısı ile birleşince, doğal çevre faktörlerinin engelleyici ya da önleyici rolüne rağmen daha önemli ve etkilidir. İnsan, doğal çevre ile mücadelesinde ortaya koyduğu unsurlar aynı zamanda kültürü de oluşturmaktadır. Possibilizmin öncüleri ABD’li fiziki coğrafyacılar Harlan Harland Barrows “(Geography as Human Ecology, 1922)” ve Carl Ortwin Sauer “(The Morphology of Landscape, 1925)”dir. Her ikisi de fiziki coğrafyacı olmasına karşın içinde buldukları Amerikan coğrafyasının, çok fazla jeoloji içerdiğinden ve insanla ilgili konulara yeteri kadar eğilmediğinden yakınmışlardır.*

### 3. KÜLTÜREL COĞRAFYA

Kaliforniya Üniversitesi Berkeley Kampüsü’nde görevli Carl Ortwin Sauer, aslında bir fiziki coğrafyacıdır. Ve jeolog Rollin Daniel Salisbury danışmanlığında doktorasını tamamlamıştır. Ancak daha sonra çalışmalarında beşerî coğrafyaya yönelmiş hatta çevre - insan etkileşimi tartışmalarında insan etkisini bir adım daha öne taşıyarak insan etkisini belirtmek amacı ile 1925 yılında yayımladığı “The Morphology of Landscape” adlı eseri ile kültürel coğrafya kavramını ortaya atmıştır. Eserinde kültürel coğrafyanın ana teması hakkında bilgiler vermiştir.

Bir kültürü anlayabilmek ve yorumlayabilmek için üretildiği coğrafi mekânın ve zamanın özelliklerini bilmek gerekir.

Kültürlerin mekân üzerinde nasıl üretildiğini, geliştiğini, değiştiğini ve dağıldığını insan-çevre etkileşimi kapsamında zaman temelli inceleyen ve analiz eden beşerî coğrafya disiplinine kültürel coğrafya (cultural geography) adı verilir. Diğer bir ifade ile kültürel coğrafya, insanın yeryüzünü nasıl değiştirdiğini, dönüştürdüğünü, şekillendirdiğini yani kültürünü nasıl işlediğini inceleyen bilimdir. Kültürel coğrafya, beşerî coğrafyanın alt dalı olmakla birlikte Antropoloji, Sosyoloji ve Tarih gibi sosyal disiplinlerle bağlantılıdır ve genellikle bu disiplinlerle birlikte öğretilir.

Kültürel coğrafya, kültür ocaklarını belirleyerek ve kültürel ocakları dil, din, kültürel manzaralar ve sosyal organizasyon gibi modern kültürel özelliklerle ilişkilendirerek insan topluluklarını ve çeşitli kültürlerini analiz etmeye odaklanır.

Kültürel coğrafya dil, din, ekonomi, hükümet ve diğer kültürel fenomenlerin (evlenme ritüelleri, evlenme yaşı, doğum kontrol yöntemleri, kadına şiddet, göç, çocuk işçi, ...) bir coğrafi mekândan diğer coğrafi mekâna değişme veya sabit kalma yollarını tanımlamaya ve analiz etmeye odaklanır.

Kültürel coğrafya, modern dünyanın her yerinde, kültürle ilgili olan konuları araştırır; bu araştırmaları yaparken sebepler ve sonuçlar ile ilgili olduğu kadar duygularla, olaylar ve olgularla olduğu kadar sembollerle de ilgilenmektedir.

Kültürel coğrafyacı kültürel bir unsurun kültür ocağından başka alanlara nasıl yayıldığı ile ilgilenir, kültürdeki mekânsal kalıpların ortaya çıkardığı soruları açıklığa kavuşturmaya çalışır.

### 4. MEKÂN VE KÜLTÜR

Mekân kavramı sadece coğrafi bir ifade değildir. Siyasi açıdan mekân ve mülkiyet kavramları bir taraftan kamusal<sup>1</sup> ve özel alan diğer taraftan devlet, hakimiyet alanı, hakimiyet teorisi, vatandaş kavramları üzerinden siyasi bir anlam da taşımaktadır. Bu açıdan ele alındığında

---

<sup>1</sup> Kamusal Alan: Tüm toplum üyelerinin sosyal etkileşimlerinin ve siyasi etkinliklerinin gerçekleştiği, herkese açık, herkesin girebildiği, herkesçe görülebilir kolektif yerdir. Diğer bir ifade ile kamusal alan, kentin kültürel coğrafyasının merkezinde bulunan etkileşim alanıdır. Kamusal alanlar ve bünyesindeki kent mekanları o kentteki toplumun kültürel değerlerini yansıtmada, imgesel boyutlarını ortaya koymada ayna görevi görmektedirler.

mekân kavramı artık mekânın ne olduğu değil nasıl anlaşıldığı ve insan etkileşimlerini nasıl koşullandırdığı sorularını da kapsamakta, böylece mekân kavramı coğrafyanın tekelden çıkmakta, fizik, felsefe, sanat ve diğer sosyal bilimlerin de ilgi alanına girmektedir.

Mekân kavramı, Latince bir terim olan, mesafe veya dağılım anlamına gelen “spatium” teriminden türetilmiştir. René Descartes (1596-1650) mekân kavramını uzunluk, genişlik ve derinlik olmak üzere üç boyutu kapsayan yayılma anlamında kullanmıştır. Descartes’in mekâna dayalı bu yaklaşımı, mekândaki / uzaydaki her noktanın tespitini kolaylaştıran geometrik bir kodlamaya (x, y ve z) bürünmüş ve böylece dünyayı daha derinlemesine anlamamızı kolaylaştırmıştır. Albert Einstein (1879-1955) ile x, y, z denkleminde zaman eklenmiş ve böylece mekân kavramı dört boyutlu ele alınmaya başlanmıştır.

Kültürel coğrafya açısından ele alındığında mekân insan tarafından kullanılan, işlenen, değiştirilen bir alandır. Kültürüne ilişkin unsurları yansıtarak toplumsal kimliğini belirginleştirdiği bir alandır. Duyusal, sembolik ve mimari açılardan farklı duygularını yansıttığı bir alandır. Kültürel coğrafi görünümüne ev sahipliği yapan bir alandır. Sonuç itibari ile mekân sadece bir konum / koordinat sistemi değildir. Giriş geçmişlikler, karmaşık sosyal ağlar, güç ilişkileri, hafıza ve aidiyet, karşılıklı şekillendirme ve biçimlendirme gibi kavramlar, mekânı statik bir varlık olmaktan çıkarmakta ve hareketlerle üretilen, hareketleri ve olguları üreten bir dinamik varlığa dönüşmektedir.

## 5. SÖMÜRGE COĞRAFYALARI

Dünya ekonomik sistemi süresince etkili olmuş en önemli sömürgeci devletler; İspanya, Portekiz, Hollanda, İngiltere, Fransa, Danimarka, İsveç, Prusya, Belçika, Almanya, İtalya, Japonya ve ABD’dir. İlk sömürgeci devletler olarak İspanya ve Portekiz karşımıza çıkmaktadır. Her iki devletin egemenlik döneminde dünya ekonomisinin merkezi Güneybatı Avrupa olmuştur. Ancak Hollanda, Fransa ve İngiltere’nin sürece dâhil olması ve İspanya ile Portekiz’in önemli ölçüde sömürge kaybına uğraması sonucunda dünya ekonomisinin merkezi Kuzey Avrupa olmuştur. Bu aşamadan itibaren kondratieff döngüler bağlamında İngiltere ve Fransa dışındaki tüm devletler sömürge yarışında düşüş yaşamıştır.

*“Sun never set on British Empire” (Güneş, Britanya İmparatorluğu’nda asla batmadı).*

Tarihî literatürde sömürgecilik hareketinin dönemleri ve bu dönemlerin özellikleri dört dönemde toplanmaktadır.

**Tablo 1.** Sömürgecilik Hareketinin Dönemleri ve Bu Dönemlerin Özellikleri

Dönem	Genel Özellikleri
1494-1600	Rekabetsiz sömürgecilik etkindir. İspanya, Portekiz, Hollanda ve İngiltere sömürge faaliyetlerinde öncü devletlerdir. Hedef mekân Latin Amerika’dır.
1600-1800	Fransa, İngiltere, Danimarka, İsveç ve Prusya sömürge faaliyetlerine katılım sağlamıştır. Hedef mekânlar Karayipler, Kuzey Amerika, Afrika ve Hindistan’dır.
1800-1900	İngiltere, ABD ve Rusya sömürge faaliyetlerine katılım sağladı. Hedef mekânlar G ve GD Asya, Avustralya, Yeni Zelanda, Doğu Avrupa’dır.
1900-1945	İngiltere, Fransa, Almanya, İtalya, ABD, Rusya öncülüğündeki sömürgeciler bazı askerî ve jeopolitik etkenleri göz önünde bulundurmamak suretiyle ve sömürgeleştirdikleri halkın direncini kırmak, tüm doğal kaynakları sömürmek, diğer sömürgeci devletlerle ilişkilerini düzenlemek gibi amaçlarla, işgal ettikleri bölgelerin halkına birtakım yasal statüler vermiş ve sömürgelerde farklı yönetim biçimleri uygulamışlardır.

Sömürgecilik tarihi boyunca sömürge imparatorlukları ekonomik, askerî güç ve olanakları ölçüsünde jeopolitik kodları çerçevesinde artan iş gücü, hammadde ve doğal kaynak



gereksinimlerini karşılamak amacıyla Afrika'ya, Asya'ya, Latin Amerika'ya ve diğer bölgelere saldırmakta, ülkeleri işgal ederek ülke halkını esaret altına sokmakta, bu ülkelerde istedikleri rejimi kurmakta ya da dayattıkları antlaşmalarla kendi şartlarını ve kültürlerini bu ülkelere dikte etmekteydiler.

*Sömürgeciliğin üç temel prensibi bulunmaktadır. 1) sömürgecinin tanımlanıp "aşağı" olarak ifade edilmesi, 2) sömürgeciye ait değerlerin üstünlüğünün sömürgeye sürekli empoze edilmesi, 3) Değerlerin empoze edilmesinde sömürgeci ile iş birliği yapan sömürgelerin kullanılması.*

Sömürgelerin bağımsızlıklarını elde etmesi rastgele bir süreci kapsamayıp farklı siyasi coğrafyalarda farklı zamanlarda gerçeklemiştir. Sömürgelerin bağımsızlıklarını elde etme sürecindeki ortak nokta, birbirlerini etkilemiş olmalarıdır. Merkezde başlayan bağımsızlık hareketleri örnek teşkil ederek çevre ülkelere yayılmıştır. Sömürgelerin mevcut ekonomik sisteme ve kurulu düzene kaşı çıkmak amacı ile başlattığı bağımsızlık hareketleri hem Güney Amerika ve Afrika'da hem de Hindistan'da amacına ulaşmıştır. Sömürgecilik resmiyette bitmiş görünse de hala devam etmektedir. Örneğin, Porto Riko 4 milyon ABD vatandaşına ev sahipliği yapmasına karşın ABD seçimlerinde oy kullanma hakkına sahip değildir. Ayrıca Güney Pasifik'teki 2 km<sup>2</sup>'lik yüz ölçüme sahip Pitcairn Adası, Birleşik Krallık sömürgesi durumundadır.

I. ve II. Dünya Savaşları arasında Afrika, sömürgeciliğin uygulama merkezine dönüşmüştür. II. Dünya Savaşı'ndan sonra sömürge devletlerin sömürgeci devletlerden kurtularak bağımsızlığını kazanma amacı ile giriştiği çabalara dekolonizasyon (decolonization) adı verilir. Dekolonizasyon süreci ile ilgili şu bilgilere değinmek gerekir: İsrail'in kurulması ile başlayan Siyonist yerleşim ve işgal süreci, Filistin milliyetçiliğini başlatmıştır. Asya'da başlayan bağımsızlık hareketleri (1945 Endonezya, Vietnam, Kamboçya, Laos; 1946 Filipinler; 1947 Hindistan ve Pakistan; 1948 Burma ve Sri Lanka (Seylan)) 1956 yılında Sudan'ın bağımsızlığını elde etmesi ile Afrika'ya sıçradı. Sırası ile İngiliz sömürgeleri Gana (1957), Kenya (1963) ve Tanzanya (1964); Fransa sömürgesi Mozambik (1960) bağımsızlıklarını elde etti. Diğerleri (Libya-1951, Fas-1956, Tunus -1956, Senegal-1959, Çad-1960, Kongo-1960, Mali-1960, Moritanya-1960, Nijer-1960, Nijerya-1960, Somali-1960, Togo-1960, Güney Afrika Cumhuriyeti-1961, Burundi-1962, Cezayir-1962, Ruanda-1962, Uganda-1962, Kenya-1963, Tanzanya-1964, Gambia-1965, Angola-1975, Zimbabwe-1980, Namibya-1990, ...) bu devletleri takip etti. Her ne kadar resmi anlamda sömürgecilik bitmiş görünse de ve sömürgeler bağımsızlıklarını kazanmış olsa da merkez ülkelerin çoğu eski sömürgelerindeki (özellikle adalardaki) hakimiyeti devam etmektedir. Hakimiyet; ticari anlaşmalar ve ticaret şartları, çok uluslu şirketler, ekonomik yardımlar, borç geri ödemeleri gibi unsurlar üzerinden sürdürülmektedir. Peki sömürgeler bağımsızlıklarını elde etmiş ve merkez-çevre yapısı yeniden şekillenmiş olsa da değişen bir şey oldu mu? Bu soruya şu şekilde cevap verilebilir: Öncelikle düşük gelirli devletlerin ekonomik pozisyonları daha da kötüleşti. Örneğin, Eityopya ve Somali. Buna karşın petrol yatakları açısından avantajlı bazı çevre ihracat kazançlarını nispeten artırdılar. Ancak ekonomik büyümeye değil de silahlanmaya bütçe ayırdıkları için belirgin kalkınma sağlamadılar. Örneğin, Suudi Arabistan ve Venezuella. Diğer taraftan bazı çevre devletlerde üretim artışına bağlı ekonomik büyüme sağlansa da yüksek faizli borçlar sebebi ile borç batağına saplandılar. Örneğin, Doğu Avrupa devletleri. Sonuç itibari ile her açıdan büyüyen, zenginleşen ve kalkınan yine merkez devletler oldu. Ve süreci yönlendiren en önemli merkez devlet ABD oldu.

## 6. IRKÇILIĞIN COĞRAFYALARI

Biyolojik açıdan ele alındığında kalıtımsal olarak ortak fiziki ve fizyolojik özelliklere sahip insanlar topluluğu ya da fenotip (genetik ve çevresel etkiler ile şekillenmiş dış görüntüsü) sebebi ile başkalarından ayrılmış insan topluluğu anlamlarına gelen ırk kavramı sosyolojik açıdan etnik

kelimesi ile eş anlamlı olarak ortak kültürel özelliklere sahip insan topluluğunu ifade etmektedir. Irkların biyolojik, fizyolojik, patolojik ve anatomik özelliklerini inceleyen bilim antropolojidir.

İrk için renk terminolojisi “beyaz ırk / europide” (Avrupa’nın tamamında, Afrika, Amerika, Asya’nın bir kısmında), “sarı ırk / mongolide” (Sarı-siyah renge sahip insanların oluşturduğu) ve “siyah ırk / negride” (Siyah tenli insanların oluşturduğu Amerika ve Afrika’da yaşayanlar) olmak üzere 3 ırk ifade etmektedir. Günümüzdeki ırkların hepsi ortak bir atadan (ilk insandan) gelir. Zamanla coğrafi koşullarında etkili olduğu bazı genetik açılmalar sonucu değişik karakterlerin meydana gelmesiyle günümüzdeki çeşitli ırklar oluşmuştur. İnsanlar hangi ırktan olacağını doğarken sipariş veremez ya da belirleyemez. Antropolojik açıdan Alman ırkı, Fransız ırkı, Çin ırkı gibi terimler yanlıştır. İrk üstünlüğüne dayalı söylemler ve uygulamalar, ırkçılık (racism, apartheid, etnosentrizm) kavramını gündeme getirmiştir. Emperyalizmin “beyaz” Avrupalı ırkları Asya ve Afrika’nın “siyah”, “kahverengi” ve “sarı” ırklarıyla yakın ilişkiye sokması ne yazık ki 19. Yüzyılda Batıda ırkçı terim ve kategorilerin kullanımını artırdı. Batı için beyaz olmayan ancak benzeyen fakat beyazlar kadar gelişmiş ve medeni olmayan diğer ten rengine sahip insanlar gelişmemiş olduklarından sömürülebilir, esir ya da köle ticaretine maruz bırakılabilirdi. Hatta onlar beyazlardan tarafından yönetilmeliydi ve beyazlar üstün olduğuna göre beyazların kültürü de üstündü.

*Ulus-devlet inşasında ırkçılık, ulus ve ulusal kültür yaratmada temel bir şekillendirici olarak kullanılmaya çalışılmıştır.*

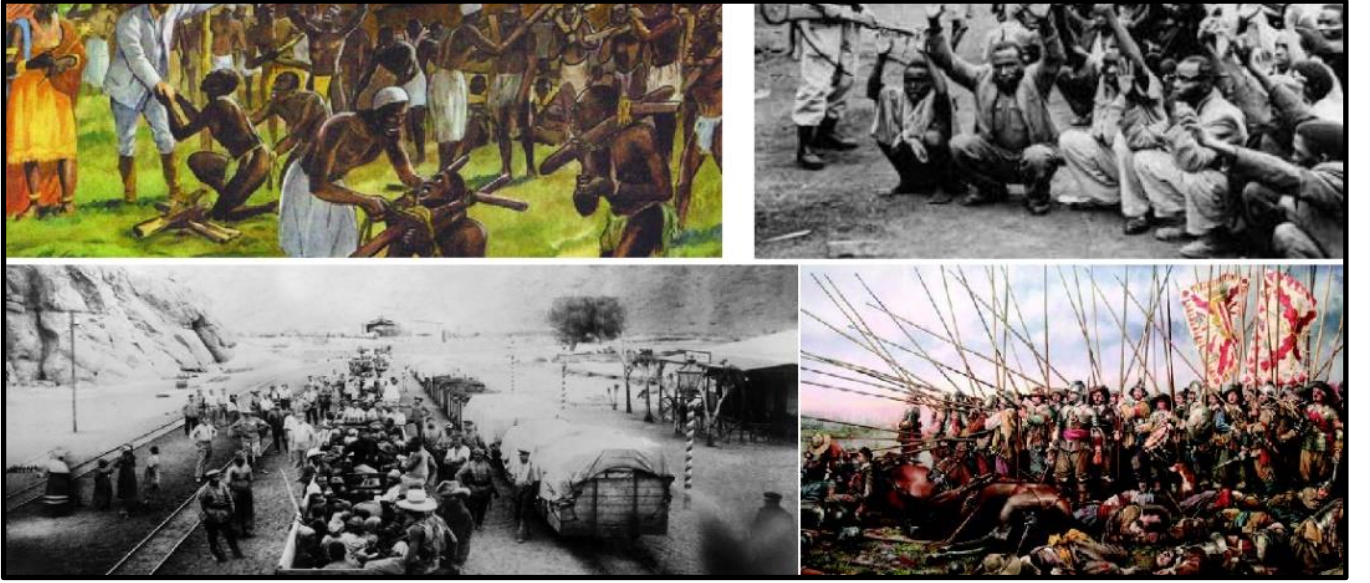
İnsanların biyolojik açıdan fiziki ve fizyolojik farklılıkları temel alınarak bir ırkın diğer ırktan üstün tutulmasını ifade eden ırkçılık, günümüzde insani değerler ile uyuşan ve kabul edilemez bir tutumdur. Ne yazık ki, geçmişten günümüze kadar çeşitli ülkelerde farklı ırklar, kültürler ve inançlar yüzünden birçok sorun yaşanmıştır. Bunun sonucu ölümlere ve katliamlara kadar varmıştır. Örneğin Nazi Almanya’sında Hitler liderliğinde başlatılan “völkisch (etnik temizlik) hareketi” kapsamında gestapo tutuklamaları, toplama kamplarında Yahudilere yönelik uygulamalar, “Ein” temelli slogan ile Alman Birliği’ni sağlamak için Avusturya, Polonya ve Çekoslovakya işgalleri, yaşanan toplu katliamlar dünya siyasi ve insanlık tarihine kazınmıştır.

Kristof Kolomb tarafından 1492 yılında Amerika’ya ayak basılması ile Amerika yerlileri beyazlar ile karşılaşmış ancak bu durum uzun sürmemiş, 10 yıl gibi kısa bir süre içerisinde Batı Afrika’dan getirilmeye başlanan zenci köleler ile de karşılaşmıştır. Bu durum kaçınılmaz olarak ırklar arası karışmanın da yolunu açmıştır. Ne yazık ki Afrika’nın kara tenli siyah ırka mensup temsilcileri 16. ve 17. yüzyıllarda zirveye çıkan ve dönemin önemli bir gelir kaynağına dönüşen köle ticaretine mahkûm oldular. Batı Afrika kıyılarından zorla gemilere bindirilen siyahlar yolculuğa uygun olmayan koşullarda gemilere istiflenmiş ve özgürlükler ülkesi Amerika’ya taşınmıştır. Beyaz’ın gözünden siyahlar sadece birer köle iken siyahın gözünden beyazlar yalancı, acımasız, katil olarak betimlenmekteydi. Afrika artık bir köle ülkesi olarak görülmekteydi. Afrika ve Amerika arasındaki köle ticareti Portekizliler öncülüğünde Brezilya merkezli olarak gelişmeye başladı önceleri ağaç kesiminde kullanılan Afrikalı köleler daha sonra plantasyonlarda tarım işçisi olarak görev almaya başladılar. Ne yazık ki kara insanların kol ve bacak gücü sanayi devrimine kadar Beyaz’ın en önemli üretici gücü haline gelmişti. Köle ticaretini gerçekleştiren ülkesi arası kısa sürede artmış Portekizlilere İspanyollar, İngilizler, Fransızlar, Hollandalılar, İtalyanlar, Belçikalılar ve Almanlar eklenmiştir. Sadece siyahın yaşam şeklini değil dilini ve dinini de değiştirmeye başlamışlardır. Neden mi çünkü bir gün bu kıtadan ayrıldıklarında geride rahatça konuşabilecekleri, yönetebilecekleri dindaş toplumlar bırakmak istiyorlardı.

Bir süre sonra Amerika’da yaşananlar beyazın siyaha karşı kendi gücünü ve zalimliğini yansıtmaya sürecine dönüşmüştü. Acımasızlık, tecavüz, ırkçılık gibi kavramlar ön plana çıkmıştı. Oysaki siyah gelecekte beyazın sahip olacağı ekonomik zenginliğin kaynağını oluşturmaktaydı.

Artık Amerika kıtası siyah için özgürlükler ülkesi değil aşağılanma işkence ve katledilmenin ülkesi anlamına gelmekteydi. Günümüzde ABD’de Amerikan güvenlik ve hukuk sistemlerinin siyahilere yönelik tutumu beyazın gözündeki siyahın değerinin çok da değişmediğini ortaya koymaktadır. Beyazın gözünde siyah payına ABD’de getto bir yaşam, sefalet, uyuşturucu, fuhuş ve şiddet düşmüştür. Ya beyazın kendisi için paylar; medeniyet, zenginlik, refah, üst düzey eğitim, eğlence, en güzel evler ve arabalar, her yerde kapıları kendisine açan bir pasaport.

Yeni dünyanın yeni ülkesi olan ABD aynı zamanda Batı’nın sil baştan yeni bir devlet, yeni bir yönetim sistemi, yeni bir yaşam tarzı, yeni bir inanç ve adalet sistemi ve yeni bir ekonomik sistem kuracağı ülke anlamına da gelmekteydi. Ve bu ülke aynı zamanda beyazların ülkesi olacaktır. ABD’ye yüklenen bu roller sömürü ve zulüm eşliğinde hızlı bir büyümeyi ve II. Dünya Savaşı sonrasında kendisini dünyanın efendisi, abisi, jandarması, koruyucusu olarak görmesini de beraberinde getirmiştir. ABD artık özgürlük getirmek! için gittiği ülkeleri bataklığa dönüştüren bir güce dönüşmüştür. Çünkü yan yüzündeki herhangi bir yerde her türlü operasyonu gerçekleştirme yetkisi ve izin verme gücü ona aittir. O isterse anarşi, terör ve savaş gerçekleşir. Çünkü ABD ve Batı için hükümlerlik gitmemelidir bunun için nerede ne yapılması gerekiyorsa mutlaka yapılmalıdır.



Görsel 1. Beyazın Bitmeyen Hırsı

## 7. DİASPORA KÜLTÜRÜ

Yunanca “dağılım, dağılma, yayılma, saçılma” anlamlarına gelen “diaspora (διασπορά, kopuntu)” kelimesinden üretilmiştir. Terim olarak ele alındığında diaspora, bir millete bağlı kolların itici faktörlerin etkisi ile zorunlu ya da isteğe bağlı şekilde anayurtlarından başka ülkelere zamansal ve mekânsal olarak yayılması ve orada kimliklerini koruyarak yaşamlarını sürdürmesidir olarak tanımlanabilir. Diaspora, Söz konusu itici faktörleri kölelik, ırkçılık, soykırım, kıtlık, siyasi baskılar, savaş, terör, anarşi, salgın hastalık oluşturmaktadır. Diaspora, kökeninin bulunduğu tanımlanmış coğrafyadan sökülüp atılmadır. Bu tanımda olduğu üzere diaspora terimi özünde anavatana yönelik aidiyet duygusunu ve anavatanın merkezi konumunu ifade etmektedir.

Çoğunlukla yaşadıkları sürgün nedeniyle dünyaya dağılan Yahudiler ve Ermeniler için kullanılan bir ifadedir. Ancak tüm milletler için geçerli bir kavram olup 1960’lı yıllarda Uluslararası İlişkiler ve Siyaset Bilimi literatürüne girmiş bir kavramdır. Göçe yönelik etnik yaklaşımlara karşı ulusötesi ve kültürlerarası bir bakış açısıyla kullanılan terim son dönemlerde

sınır, kültür, kültürleşme ve melezlik gibi diğer terimler ile etkileşimli şekilde literatürde yer almaktadır.

Diaspora gittiği ülkede önce yaşama, sonra kültürünü koruma ve en sonunda siyasi kimlik oluşturma süreçlerini yaşar. Diaspora açısından ele alındığında etnik unsurların coğrafi sınırları ile devletlerin coğrafi sınırlarının uyumsuz olduğu görülmektedir. Bu açıdan ele alındığında kimlik kavramına ilişkin yeni görüşler öne sürülmüş ve “AB kapsamında Ulusüstü Avrupalı Kimliği” gündeme gelmiştir. Avrupalı kimliğinin inşası amacı ile bazı semboller, mitler, folklorik unsurlar oluşturulmuş ve bunların AB kapsamındaki tüm ülkelerde insanlar tarafından kabullenilmesi için çalışılmıştır. Ancak bu noktada milliyetçilik, tarihi süreçte yaşanan elem verici olaylar, kiliseler arasındaki katı farklılıklara dayalı ayrışma, dilsel farklılıklar, Avrupalı olmayan etnik grupların bunu kabullenmesinin zor olması, etnik gruplar arasındaki ülküsel farklılıklar gibi faktörler, ulusüstü kimlik inşasını tam anlamı ile mümkün kılmamaktadır. Diğer bir ifade ile diaspora popülasyonunun varlığı o ülkede çok kültürlülük sorununu ortaya çıkarmakta ve bu durum ulus devleti yıpratıcı bir sürece yönlendirmektedir.

Her millet az veya çok ölçekli mekânsal yayılıma uğramış diasporalara sahiptir. Bu sebeple tüm milletin aynı devletin tanımlanmış sınırları içerisinde varlığını sürdürmesi oldukça güçtür. Bunun farkında olan modern devletler en azından mevcut tanımlanmış sınırları içerisinde var olan nüfusundan yeni bir ulus inşa etme sürecine girmiştir. Ancak bu mücadele ayrılıkçı etnik grupların (Kanada Québec’ler ve İspanya’da Bask’lar gibi) bağımsızlık girişimleri sebebi ile pek de kolay olmamaktadır.

Devletin çok etnikli sosyolojik yapısından kaynaklanan sorunlar hatta çatışmalar, ulusal bütünlüğü ve sınırları tehdit edecek düzeye ulaşabildiğinden dolayı hükümetlerin çözümüne zaman harcamak oldukları bir sorundur. Her etnik grup devlet içerisindeki konumunu güçlendirmek amacı ile bir siyasi parti içerisinde yer alma ya da parti kurma, diğer devlette yaşayan diasporası ile bağlantıya geçme, lobi faaliyetleri gibi etkinlikler gerçekleştirebilir. Burada etnik grup açısından nihai hedef kendilerini bir arada tutan ulusal kimliklerine sahip çıkmaktır. Diaspora ile ana ülkesindeki toplumu arasında toplumsal kimliğin sürdürülebilmesinde, internet ve sosyal ağlar önemli rol oynamaktadır.

Devletler açısından işgal sonrasında işgal edilen topraklarında yaşayanlar, yerli halklar, zorunlu veya gönüllü göçmenler, diaspora durumunda olanlar; zamanla etnik (kültür), dil, tarih gibi ortak özellikler göstermeleri, kimlik bilincine sahip olmaları ve kendi aralarında sürekli sosyo-ekonomik ilişkilere dayalı stabil bir birlik teşkil etmeleri, aynı gettolarda yaşamalarına bağlı olarak birliktelik sağlamaları durumunda azınlığa dönüşebilirler. Devletler azınlıklar konusunda göç ettirme, kırıma uğratma, segregasyon, asimilasyon ya da entegrasyon gibi uygulamalar ile sorunu çözmeye çalışmaktadırlar.

## 8. KÜLTÜREL EPİSTEMOLOJİ

Yaratılıştan itibaren insan yaşadığı coğrafyayı gözlemlemiş, gördüklerinin nedenleri ve sonuçları üzerine yorumlar yaparak gözlemlediği olay üzerine bilgi üretmeye başlamıştır. Söz konusu bilgiler uygulamalar ile birleştirilerek kültürlerin üretilmesine ve binlerce yıl boyunca aktarılmasına sebep olmuştur. Böylece kültür, bilgiye insani ve duygusal bir boyut katarak bilginin algılanma, gerçek yaşamda uygun şekilde kullanılma biçimini güçlendirmiştir. Diğer taraftan kültür insanlığa bir sürekli yeni bir amaç sağlarken, bilgi de bu amacı gerçekleştirmek için araçlar (bilim, teknoloji) sunmaya devam etmektedir. Bu açıdan ele alındığında hem kültürün hem de bilginin özü itibari ile birbirine bağımlı insan deneyiminin şekilleri olduğu ortaya çıkmaktadır. Her toplum kültürel bilgilerin üzerine yenilerini eklemiş ve böylece kültürel bilgiler toplumsal yaşamın varlığı ve sürekliliğinde önemli rol oynamıştır. Dolayısıyla bilgi ve kültür tarihi içerisinde

birbirleri ile bağlantılı iki kavrama dönüşmüştür. Kültürel bir ürün olarak ele alınan bilgi, ilkçağlardan beri özellikle filozofların üzerinde düşündükleri bir konu olmuştur. Bilgi üzerine felsefi tartışmaları sistemleştiren ise Platon olmuştur ki bu sebeple bilgi felsefesinin yani epistemolojinin kurucusu kabul edilmektedir. Epistemoloji terimi Yunanca "epistēmē (bilgi, zihinsel hakimiyet) ve logy (bilim)" kelimelerinden türetilmiştir. Bilgi ediniminin incelenmesi olarak tanımlayabileceğimiz epistemoloji, neyin bilindiğini ve nasıl bilindiğini keşfetmeyi amaçlar. Tarihi süreçte bu amacı açıklayabilmek adına Rasyonalizm, Deneycilik ve Varoluşçuluk olmak üzere 3 epistemoloji türü ortaya çıkmıştır. Çoğu insan her üç epistemolojiyi bazen bir arada bazen de en azından birine odaklanır kullanır.

Kültür, bilgiye insani, duygusal bir yön katarak bilginin algılanma ve kullanılma biçimini zenginleştirir. Bu açıdan ele alındığında hem kültür hem de bilgi, birbirine kapsayıcı ve bağımlı olan insan deneyiminin biçimleridir. Bu durum kültür ve bilgi arasındaki mutlak ilişkiyi ifade etmektedir. Bilginin kültürler tarafından nasıl üretildiğinin incelenmesi kültürel epistemoloji (cultural epistemology) olarak ifade edilir. Kültürel epistemoloji, kültürel bilgi oluşturma süreçlerinin arkasında yatan kolektif anlayışı ve bilgiyle ilgili kültürel inançları anlamak için çalışır. Kültürel epistemolojide temel amaç, farklı kültürlerin etkilerini anlamak ve farklılıklarını bilmektir. Kültürel farkındalık, farklı kültürlerin iletişim veya iş birliği açısından bize nasıl yardımcı olabileceğini anlamamızı öğretir.

Kültürel epistemoloji ile ilgili temel bilgiler ve görüşler şu şekilde özetlenebilir;

- Kültürel epistemolojide farklı toplumlarda kültürel bilginin nasıl üretildiğinin, doğrulandığının ve aktarıldığının belirlenmesi kültürel faktörler sayesinde gerçekleşir.
- Kültürel faktörler bireylerin ve grupların etraflarındaki dünyayı algılama ve yorumlama biçimlerini şekillendiren ve paylaşılan değerler, inançlar ve uygulamalar (ritüeller)dır.
- Kültürel faktörler, farklı toplumlarda geçerli bilgi veya gerçeğin ne olduğu konusunda önemli etkiler yaratabilir ve farklı epistemolojik çerçevelerin ve epistemik kültürlerin oluşmasına yol açabilir. Örneğin diğer ülkelerdeki insanların farklı yaşam tarzlarına sahip olduğunu ve işleri farklı şekilde yaptığını anlamak için yeterli kültürel bilgiye sahip olmak gerekir. Bu belirgin kültürel farklılıklar genellikle din, giyim tarzı, dil ve konuşma biçimini içerir. Farklı kültürel bilgileri edinebilmek için toplulukların kültürel uygulamaları ve inançları hakkında düzenli okumalar yapmalıyız. Böylece farklı bir etnik veya kültürel grubun bazı kültürel özellikleri, tarihi, değerleri, inançları ve davranışları hakkında bilgi sahibi olursunuz.
- Farklı epistemik kültürler, toplumsal epistemolojilerini etkileyen deneysel gözlem ve sözlü gelenekler gibi farklı bilgi edinme yöntemlerine öncelik verebilir, bireyin bakış açısını, referans çerçevelerini, sezgi ve hislerin kullanımını etkileyebilir ve bu sayede bildiklerimizi nasıl bildiğimizi belirler. Epistemik kültürlerin bilgi ve kültür arasındaki etkileşime yönelik kanıtlarına el yazması eserler, tüm sanat eserleri ve mimari yapılar, müzik ve müzik aletleri, dini semboller ve ritüeller, teknoloji örnek verilebilir.
- Kültürel inançlar da neyin bilgi sayılacağı, neyin öğretileceği ve öğrenileceği, nasıl öğrenileceği ve kimden öğrenmemiz gerektiği konusunda rehberlik eder.

## 9. SEMBOL KÜLTÜRÜ

Kültür, bireylerin davranışlarını yönlendiren ve deneyimlerine anlam katan semboller, değerler, inançlar ve normların paylaşılan bir bütünlüğü ifade eder. Sembol (symbol), bir kavramı temsil eden bir kelime, nesne ya da eylemdir. Her toplum kültürel özelliklerini ifade ederken, aktarırken bazen maddi bazen de maddi olmayan bir unsur kullanır. Maddi olmayan unsurları barındıran semboller kimi zaman mistik kimi zaman eğlenceli kimi zamanda anlaşılması daha az enerji gerektirmelerinden dolayı tüm toplumlarda tercih edilmektedir. Semboller, bir kültür

tarafından aynı kültürün parçası olan diğer insanları tanımlamak ve bir kültürde birbirleriyle bağlantı kurmanın ve ilişki kurmanın bir yolu olarak kullanılır.

Sembolik kültür özü itibari ile kültürel değeri olan fiziki varlıkların yaratılışını, kullanımını, tüketimini ve ticaretini içeren maddi kültür ile zıt bir anlam içermektedir. Bu açıdan ele alındığında kültürel bir sembol, belirli bir kültürün ideolojisini belirten veya yalnızca bir kültür içinde anlam ifade eden fiziki bir tezahürdür.

Sembolik kültür (symbolic culture);

- kavramlar (iyi ve kötü),
- mitolojik unsurlar (tanrılar ve yeraltı dünyaları),
- toplumsal ürünler (folklorik unsurlar, din, dil, vaatler, işaretler, amblemler, bayraklar, jest ve mimikler, hayvanlar, spor ve sanat dalları)'den oluşan maddi olmayan kültürel unsurları ifade etmektedir.

Kültürel semboller,

- ve insan arasındaki ilişki insan tarihi ile var olmuş, tarih öncesi dönemlerden günümüze insanın olay, olgu ve nesnelere sembolleştirme eğilimi değişmemiştir.
- Aynı inançları paylaşan bir grubun, o sembolün deneyimine dayanarak birbirlerini tanımlamasını sağlar.
- Aynı zamanda dini, felsefi ve mitolojik boyutları ile bir toplumun yaşantısını belgeler niteliktedir.
- Kültürel sembollerin toplumsal aidiyet duygusunun yaratılmasındaki işlevi, bir topluluğun kendini ulus olarak tanımlaması ve ortak değerleri ve anlamları paylaşarak aktarması ile ilişkilidir.
- Toplumlarda değerlerin, inançların ve geleneklerin görsel temsilleri olarak önemli bir rol oynar.
- Basit imgeler aracılığıyla karmaşık fikirleri ve duyguları ileterek bir kültürün özünü kapsar. Kültürel semboller kavramsal bilginin parçalarının birleştirilmesinde insan hafızasında yer edinmesinde çok etkilidir.

En eski mağara resimlerinden çağdaş dijital sanata kadar, insanlar deneyimlerini temsil etmek ve fikirlerini ifade etmek için semboller kullanmışlardır. Antik medeniyetlerde, semboller genellikle manevi veya dini öneme sahipti. Örneğin Antik Mısır'daki ankh, yaşamı ve ölümsüzlüğü sembolize ederken, Çin kültüründeki Yin-Yang sembolü zıtlıkların dengesini temsil ediyordu. Bu semboller kültürel kimliğin ayrılmaz bir parçasıydı ve heykeller, çanak çömlekler ve duvar resimleri gibi çeşitli sanat formlarına dokunmuştu. Bugün bu sembollerden bazıları, zaman ve mekân boyunca inananları birbirine bağlayan dilsel engelleri aşan görsel bir dil görevi görmektedir. Kültürel semboller, duyuların dışında anlatılarda da kendini göstermektedir. Mitolojik metinlerde, kutsal kitaplarda, efsanelerde, masallarda, halk hikayelerinde ölümsüzlüğü, kötülüğü, şekil değiştirmeyi, tekrar tekrar yaşamayı sembolize eden "yılan" figürü yer almaktadır. Kültürel sembollerin toplumsallığı yansıtan alanlarından bir tanesi de o ulusun mimarisi ve mimari eserlerdir. Mimari eserler tarih boyunca var olduğu coğrafyada kültürel bir sembol olarak değer kazanmıştır. Örneğin Eyfel Kulesi Fransa'nın ve Paris şehrinin kültürel bir sembolüdür.

Ancak her toplumda aynı sembol aynı anlamı taşımayabilir ve farklı bir sembol ile ifade edilebilir. Bu nedenle belirli bir kültürün bir şeyi nasıl sembolize edeceğini varsaymak imkansızdır. Semboller, ait oldukları kültürün gözleriyle en iyi şekilde anlaşılabilir veya yorumlanabilir, aksi takdirde benzersiz önemlerini kaybedebilirler. Örneğin kel kartal Amerika Birleşik Devletleri'nde güç, kudret ve özgürlüğü temsil ederken birçok Asya kültüründe ise ejderha güç ve bilgeliği temsil eder.

## 10. ÜRETİM KÜLTÜRÜ VE TÜKETİM KÜLTÜRÜ

“Kültürel üretim (cultural production)”, üreticiler arasındaki ilişkiler ağı içinde, iş birliği, çatışma ve rekabetten etkilenen kültürel ürünlerin yaratılmasını ifade eder. Kültürel üretimde birey / toplum ve kültür endüstrisi etkin rol oynar. Teknoloji, yasa ve düzenleme, örgütsel biçim, endüstri yapısı, kariyerler ve pazarlar gibi faktörler ise kültürel ürünlerin üretimi, dağıtımını ve kabulünü etkilemektedir. Bu kapsamda kültürel bir eser nerede ve ne zaman ortaya çıkmıştır? Hangi yasal, ekonomik ve politik güçler onu yönetir ve kısıtlar? Toplumdaki güç ilişkilerini nasıl ifade eder? Neden ve kim tarafından üretilmiştir? Kim tüketir ve sahiplenir ve hangi nedenle? Bu soruların cevaplanması, kültürü şekillendirmede yer alan ve kültürel üretimlerin sahip olacağı etkileri belirleyen farklı güçlerin farkındalığını teşvik eder.

Kültür endüstrisi bağlamında teknoloji, insanların ve kurumların iletişim kurma yeteneklerini artırdığı araçları sağlarken, iletişim teknolojisindeki değişiklikler sanat ve kültürde kökten istikrarsızlaştırma ve yeni fırsatlar yaratmada etkili olmuştur.

Fikirleri, sembolleri ve yaşam biçimlerini aktaran tüketim malları yani kitaplar, dergiler, multimedya ürünleri, yazılımlar, kayıtlar, filmler, videolar, bilgisayar oyunları, görsel-işitsel programlar, el sanatları, mimari yapılar ve moda gibi her türlü unsuru, olayı ve aktiviteyi içeren tüm bu kültürel üretimler toplumda sürdürülen değerleri, anlatıları ve inançları temsil eder ve kuşaklar arasında aktarımı sağlar. Kültürel üretim, paylaşılan anlatılar aracılığıyla toplumsal kimlikleri şekillendirmede ve topluluk değerlerini teşvik etmede hayati bir rol oynar.

Kültürel üretimin nihai amacı tüketim kültürünün ihtiyaç ve beklentilerini karşılamaktır. Üretilen mal ve hizmetlerin gereksinim, istek ve beklentileri karşılamaları amacıyla insanlar tarafından kullanılması tüketim (consumption) olarak ifade edilir. Popülasyonun sürekli artması, gereksinim, istek ve beklentilerin çeşitlenerek sınırsızlaşması tüketimin kültürel boyutta ele alınmasını gündeme getirmiştir. Bu durum tüketim kültürü (consumption culture) kavramı ile açıklanmaktadır. Tüketim kültürü, tüketicilerin çoğunlukla faydacı olmayan, statü arama, başkalarıyla arasında fark meydana getirme ve yenilik arama gibi amaçlarla mal ve hizmetleri tutkuyla arzuladıkları, peşine düştükleri, elde etmeye çalıştıkları bir kültüre karşılık gelmektedir. Tüketim kültürü, özü itibari ile para şeklinde var olan sermayenin üretim süreci sonucunda meta sermayesine dönüştürülmesi ve tüketime sunulması ile ortaya çıkan kapitalizm temelli bir kavramdır.

Tüketim, kapitalizm temelli modern toplumlarda daha çok toplumsal statünün ve kimliğin bir göstergesi haline gelmiş, bağımlılığa dönüşmüş, kitle iletişim araçları tarafından sunulan reklamlar ile yaşantımızın her anı göz önüne sergilenen moda ürünler ve yeni yaşam tarzları bu eğilimi meşrulaştıran araçlar olmuşlardır. Bu süreçte özellikle gençler, kitle iletişim araçları vasıtasıyla tüketicilere ulaştırılan ürünlerden ve hizmetlerden en çok etkilenen toplumsal kesimi oluşturmuştur. Kapitalist sistemde tüketim önemlidir. Sistemin devamı açısından özellikle mal ve hizmetin çeşitliliği ve sürekli tüketimi hayati öneme sahiptir. Bundan dolayı tüketimi sürekli artırmak ve canlı tutmak için çeşitli faaliyetler yapılır. Kentleşme, kitle iletişim araçları, reklamlar, moda, alışveriş mekânları tüketim kültürünü yaygınlaştıran faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Ne tuhaftır ki tüketim kültürü hem mal ve hizmet üretiminin yoğun olduğu Batı ülkelerinde hem de hem de yeteri kadar üretemeyen toplumlarda mutlak bir olgu olarak yaşanmaktadır. İnsanlar artık tüketimi bir yaşam şekli olarak benimsemiş ve tüketim aracılığıyla kendilerini ifade etmeyi amaçlamaktadır. İnsanlar anlık tatmin arayışına yönelmekte, toplumsal statülerini göstermek için lüks ürünleri tercih etmekte ve bu sebeple sürekli olarak yeni ürünler satın alma eğilimi göstermektedirler. Tüketim kültürü, çevresel, ekonomik ve sosyal etkilere sahiptir. Çevresel olarak, artan tüketim miktarı çevre kirliliği ve iklim değişikliği gibi sorunlara yol açar. Ekonomik olarak, bireysel ve toplumsal düzeyde borçlanma ve finansal sorunlar ortaya

çıkabilir. Sosyal olarak, değerlerin değişmesi ve maddi kazanç odaklılık, sosyal bağları zayıflatabilir ve toplumsal eşitsizlikleri artırabilir.

Tüketim toplumunun en belirgin özelliği, bireylerin ihtiyaçları için tüketmek yerine tüketimin kendisinin bir amaca dönüşmesidir. Diğer bir ifade ile tüketmek için tüketiyor olunmasıdır. Tüketim toplumu ve kültürünün oluşumunda kapitalizme hizmet eden kültür endüstrisi önemli rol oynar. Kültür endüstrisi için temel düşünce “kar elde etmek amacı ile tüketildiği için üretmek, üretildiği için tükettirmek” iken birey için “ne kadar tüketirsem o kadar mutlu olurum (hedonizm)”dur.

Gelecekte tüketim kültüründe sürdürülebilirlik, dijitalleşme ve minimalist yaşam tarzı gibi yönelimlerin öne çıkması beklenmektedir. İnsanlar çevreye duyarlı ürünleri tercih edecek, dijital platformlardan daha fazla alışveriş yapacak ve minimalist bir yaşam tarzını benimseyebileceklerdir.

## 11. KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ

Kültürün bir endüstri haline geldiği düşüncesi ile 1923 yılında kurulan Frankfurt Okulu'nun temsilcilerinden Max Horkheimer (1895-1973) ve Theodor W. Adorno (1903-1969) tarafından ifade edilmiş bir kavramdır. Her ikisinin de amacı, kendisini sürekli canlı tutabilme isteği ile kapitalizm tarafından kültürel unsurların (edebiyat, müzik, sahne sanatları, fotoğrafçılık, müzeler ve galeriler, sinema (Hollywood), radyo, televizyon, bilgisayar oyunları, basın (dergiler), sosyal ağlar (youtube, instagram, facebook), reklamcılık) metalaştırılarak alınıp satılabilir hale getirilmesinin nedenlerini ve sonuçlarını gündeme getirmektir. Kavramı 1947 yılında yayımladıkları “Aydınlanmanın Diyalektiği” adlı kitaplarında kullandılar. Onlara göre kültür endüstrisi (culture industry); kendiliğinden gelişmeyen, standartlaştırılan, kasıtlı olarak tüketicisini belirleyen, kitlelere verilmek üzere üretilen ve hedef kitlelerce tüketilen, bireyler üzerinde edilgenleştirici etkiye sahip, aslında gerçekte var olmayan bir kültür üretmektedir.

Kültür endüstrisinin mimarı ve kültürel unsurları metalaştıran güç varlığını ve etkisini her daim korumak isteyen kapitalizm, üretilen kültürel unsur standartlaştıran kitle iletişim araçları, üretilen kültürel unsurun yayılmasını sağlayan reklamlar ve üretilen kültürel unsurun satılarak tüketilmesini sağlayan aracı acentalardır. Bu sebeple kitle iletişim araçları, reklamlar ve aracı kurumlar kültür endüstrisinin en önemli araçları durumundadır. Kültür endüstrisi ve kendisine has araçları tarafından bireyler düşünmekten uzaklaştırılmakta, üretilen kültürel unsurlar ile yapay haz ve mutluluklar sunulmaktadır. Bu durum toplumların yeni kültür üretmelerini engellemektedir. Aynı zamanda kültür endüstrisi için birey özne değil ürettiği kültürel unsurları tüketen bir nesne durumundadır. Kültür endüstrisinin öznesini para (kar elde etme) oluşturmaktadır. Bu sebeple metalaştırabileceği kültürel ürün üretmeye odaklanır. Ürettikçe büyüyen kültür endüstrisinin günümüzde ulaştığı yapı ve büyüklük, istihdam, ciro ve brüt katma değer diğer endüstriler ile boy ölçüşecek düzeye ulaşmıştır. Bu doğrultuda kültür endüstrisi temsilcileri, yüz milyonlarca tüketicinin aynı ihtiyaçlarını sayısız satış merkezinde karşılamak için kaçınılmaz şekilde yeniden ve kesintisiz üretim talep ettiğini iddia etmektedirler. Diğer bir ifade ile üretimin artmasını aslında tüketicilerin istediğini düşünmektedirler. Neticede az sayıda üretim merkezi ile geniş bir alana yayılmış satış merkezi arasındaki teknik karşıtlık, kontrol sahibi olanlar tarafından örgütlenmeyi ve planlamayı önemli kılmaktadır.

Kültür endüstrisi ile yaratılan ihtiyaçlar insanları manipüle ederek, var olan düzene uymaya zorlayarak, bireyleri kapitalist sistemin içine çekmektedir. İnsanı edilgen bir şekle dönüştürerek kendisine mahkûm etmektedir. Bu esnada reklamlar ile insanlara olmaları gereken ideal insan



sunulur. Hayatın nasıl daha iyi ve kaliteli yaşanacağına dair anlatılar, insanların kendilerini nasıl görmeleri gerektiğine dair örneklemeler yapılır. İnsanların mutluluğu, duyumları, tatminleri, güzel ilişkileri öne sürülür ve insanlara neleri alıp kullanarak hayatlarını düzenlemeleri gerektiği açıklanır. Tam anlamı ile insan bu süreçte pasivize edilmektedir.

## 12. SİBER KÜLTÜR

Hemen herkes Arnold Schwarzenegger'in "Terminatör" adlı filmini izlemiştir. Filmdeki terminatör benzeri bir organizma bedenen gerçek olabilir mi? Ya da oluşturulabilir mi? Ya olursa ne olur? Sibernetik ler dünyayı ele geçirebilir mi? İnsanlığın sonu mu gelir? Peki insan bu noktaya nasıl geldi?

Doğa ve insan, insan ve makine gibi kavramlara ait sınırların ortadan kalktığı, cyborglerin ve terminatörlerin sokaklarda dolaştığı veya çıkarlar doğrultusunda kullanılabilirdiği bir dünya tasavvur ettiğimizde kültür ve etik kavramları adeta ikinci plana düşmektedir ya da önemi daha da artmaktadır (bakış açımıza göre değişir).

"Siber organizma (cyber organism)"lar olarak ifade edilen internet, basın, medya, cep telefonları, bilgisayar, yazılım, sosyal ağlar, klonlama, yapay organlar, yapay manzaralar, robotlar, cyborgler, transgenik organ nakli gibi unsurlar 21. Yüzyılda insanı, toplumu ve kültürleri etik kapsamında etkilemekte, değiştirmekte ve bağımlı kılmaktadır. Doğal ve yapay, normal ve anormal iç içe geçmekte, hangisinin olması gerektiği noktasında insanların zihinleri bulanıklaştırılmaktadır. Her şey ve her süreç insanın iradesi dışında yaşamına eklenmekte, adeta insanın yaşamını kendi istekleri doğrultusunda durağanlaştırmakta hatta sabitlemektedir. Diğer bir ifade ile siber organizmalar insani, toplumsal ve devlet sınırlarını aşındırmakta, duyguları ve anlamları değersizleştirmekte hatta tekrar yapılandırmaktadır. Böylesine bir sanal dünya ve sanal kültürü "siber dünya (cyber world)" ve "siber kültür (cyber culture)" olarak karşımıza çıkmaktadır. Siber dünya sunduğu siber kültür ile insanı ve kültürünü tekrar üretmek için mücadele etmektedir. Bu bilinmesine karşın bilginin ve hızın ön planda olduğu 21. Yüzyılda hemen her insan bir şekilde interneti kullanarak, siber dünyaya bağlanır, etkileşim kurar ve alışverişten bilgi edinmeye, film izlemekten sohbet etmeye, sahte kimlik hatta cinsiyet oluşturmaktan oyun oynamaya ve siyasi tartışmalara sayısız çeşitli aktiviteler gerçekleştirir. Web siteleri, sosyal medya, çevrimiçi mağazalar ve hatta bunlara erişmek için kullandığımız cihazlar bile bu sanal gerçeklik ortamına dahildir. Söz konusu cihazlar sebebi ile sürekli izleniyor ve dinleniyor durumdayız. Hatta sağduyu, saygı, etik, mahremiyet gibi duyguları kaybediyoruz. İnsan, internetin sunduğu olanaklar ve teknolojik gelişmeler doğrultusunda oluşan siber dünyadan kendisini alı koyamamaktadır.

Siber dünyada siber organizmaların bitmek tükenmek bilmeyen çabası ırk, cinsiyet, cinsellik ve kimlik kavramları üzerinde bulanıklaştırıcı bir rol oynamakta, anlamsızlaştırmaya çalışmakta hatta bu kavramlara ilişkin dini görüşlere meydan okumaktadır. Adeta teknoloji ile kültürel kimlikler karışmakta, çıkmaza dönüşmektedir. Siber organizmalar kimliklere ve cinsiyetlere ait kabulleri sarsmak amacı ile bu organizmaları ellerinde bulunduran güçler için bir araca dönüşmüş durumdadır. Hatta güç sahipleri tarafından insansız dünya!, etik sınırları olmayan bireysel ve toplumsal yaşam! Gibi düşünceler siber organizmalar aracılığı ile sanal gerçeklik ortamlarında dolaşıma sokulmaktadır. Bu durum siyasi coğrafya, kültürel coğrafya ve sağlık coğrafyası gibi disiplinler tarafından 21. Yüzyılın başından itibaren sıkça konu edinmeye başlamıştır.

---

<sup>2</sup> Siber Dünya (Cyber world): Terim ilk olarak 1982'de Amerikalı-Kanadalı yazar William Gibson tarafından Omni Dergisi'nde yayınlanan bir hikâyede ve ardından Neuromancer adlı kitabında kullanıldı. Bu bilimkurgu romanında Gibson, siber uzayı "yapay zekalı varlıklarla dolu bir dünyada bir bilgisayar ağının yaratılması" olarak tanımladı.

Siber dünya, siber organizmalar ve siber kültüre ilişkin açıklamalar hatta saldırılar rahatsızlık uyandırıcı düzeye ulaştığından dolayı sebep oldukları tehlikeyi en aza indirebilmek için ortaya konan anti çabalar siber güvenlik kavramını ortaya çıkarmıştır. “Siber güvenlik (cyber security)”, internet bağlantılı cihazları ve hizmetleri bilgisayar korsanları, spam gönderenler ve siber suçlular tarafından yapılan kötü niyetli tüm siber saldırılardan korumak için kullanılan korumayı ifade etmektedir. Siber güvenliğin temel amacı, kurumsal tüm varlıkları hem dış hem de iç tehditlerden ve doğal afetler nedeniyle oluşabilecek kesintilere karşı korumaktır. Siber güvenlik açısından kişisel verilerin korunması mutlak önem arz etmektedir.

### SONUÇ VE ÖNERİLER

Kültürün bir varlık, olgu ve toplumsal dönüşüm süreci üzerindeki etkisinin incelenmesi ifade eden kültürel coğrafya; kültürün sadece kitaplar, müzik ya da filmler gibi metinsel veya sanatsal ürünler olarak değil, post modern dünyada diğer kültürlere katılmanın, onları anlamlandırmanın ve onlarla ilişki kurmanın dinamik yolları olarak anlaşıldığı disiplinler arası bir çalışma alanıdır. Bu kapsamda kültürel coğrafya çalışmaları bireyde eleştirel düşünmeyi ve çevredeki toplumsal, politik ve akademik tartışmalara müdahale etme yeteneğini geliştirir. Kim olduğumuza ve paylaştığımız dünyaya dair anlayışımızı şekillendirir.

Günümüzde ırk, sınıf, cinsiyet, feminizm, gençlik, ulus, tüketim, günlük yaşam, kültürel endüstri, popüler medya, yapay zekâ, siber dünya, çevre, ... gibi çeşitli konuların kültürel yönlerini kültürel coğrafya ele almaktadır. Bu açıdan araştırmacılara ve okuyucularına kültürel uygulamalar, kimlikler ve gücü analiz etme hususlarında farklı bakış açıları sağlamaktadır. Bir taraftan “Toplum 5.0”ın tartışıldığı diğer taraftan belirtilen konuların içerisine hapsedilmiş insanların var olduğu bir ortamda hangisinin daha önemli ya da yıkıcı veya onarıcı bir güç olacağını zaman gösterecektir. Sonuç itibari ile kültürel coğrafyada 20. Yüzyılın sonlarından itibaren yaşanan dönüşüme bağlı olarak yeni araştırma alanlarının ve ilgili kavramların akademik çalışmalarda daha fazla ele alınması ve tartışılması önem taşımaktadır.

### KAYNAKÇA

- Aytaç, Ö., (2007). Kent Mekânlarının Sosyo-Kültürel Coğrafyası. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(17), 199-226.
- Çatalbaş, A. Ü. (2023). Latin Amerika’da Fetih, İsyân ve Ölüm: Sömürgecilik Döneminde İspanyol Yönetimi ve Yerli Mücadeleleri. *Kültür Araştırmaları Dergisi*, 16, 179-200.
- Haviland, W. A., Harald, E. L. And others, (2008). Kültürel Antropoloji. (Çev.: İnan Deniz Erguvan Sarioğlu), *Kaknüs Yayınları No:143, Sosyoloji No:3, İstanbul: 120.*
- Kaya, İ., (2014). Coğrafi Düşünce Mekân Tartışmaları. *Posseible*, 2(4), 1-13.
- Kayserili, A., (2010). Carl Ortwin Sauer ve Kültürel Coğrafya. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 24, 177-190.
- Mitchell, D., (2005). “Landscape”, *Cultural Geography A Critical Dictionary of Key Concepts*, (Edt: David Atkinson, Peter Jackson, David Sibley, Neil Washborne), I.B. Tauris C. Ltd., London, 49.
- Morris, D., (2004). *The Sense of Space (Mekân Duygusu)*. New York Eyalet Üniversitesi Yayınları.
- Smith, P. S., (2001). *Doing Cultural Geography*. London: Sage Publications.
- Tezcan, M., (2008). *Kültürel Antropoloji*, Maya Akademi Yayınları, Ankara: 5.
- Tomlison, J., (2004). *Küreselleşme ve Kültür*, (Çev.: Arzu Eker), *Ayrıntı Yayınları No:424, İnceleme Dizisi No:192, İstanbul: 33.*
- Yenişehirlioğlu, A. F. vd., (2019). *Kültür Tarihi*. Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 2299, Eskişehir.

**İnternet Kaynakçası**

<https://medyaveiletisim.kulup.tau.edu.tr/kultur-endustrisi/>



**Kentsel Kimliğin Güçlendirilmesinde Yeşil Altyapının Rolü:  
Cumhuriyet Dönemi Ankara Örneği\***

*The Role of Green Infrastructure in Strengthening Urban Identity: The Case of  
Republican Era Ankara*

Meltem GÜNEŞ TİGEN<sup>1</sup>, Şükran ŞAHİN<sup>2</sup>

**Özet**

Bu çalışma, Cumhuriyet Dönemi Ankara'sında kentsel kimlik ile yeşil altyapı arasındaki ilişkiyi inceleyerek kimlik temelli bir yeşil ağ planı modeli geliştirmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada, tarihî ve kültürel öğelerle uyumlu bir yeşil ağ sisteminin, kent kimliğini nasıl güçlendirebileceği ele alınmıştır. Ulus Tarihi Kent Merkezi'nde açık ve yeşil alanların azalması ve parçalanması nedeniyle hem ekolojik hem de sosyal açıdan sürdürülebilir bir yeşil ağın oluşturulması önerilmektedir. Önerilen modelde, Atatürk Bulvarı ve Ankaray Metro Hattı iki ana bağlantı koridoru olarak belirlenmiş, çalışma alanında tanımlanan potansiyel yeşil alanların ve açık alanların birbiriyle uyumlu hale getirilmesi sağlanmıştır. Bu bağlamda, Ankara Yeşil Kuşak Projesi, Atatürk Orman Çiftliği, Kazan ve Mogan Gölü gibi önemli doğal alanların kent dokusuna dâhil edilmesi hedeflenmiştir. Ayrıca, yeşil ağın akarsu koridorları ve diğer doğal öğelerle bütünleşmesi, ekolojik sürekliliğin korunması ve kentteki rekreasyon alanlarının artırılması açısından önemli görülmektedir. Bu çalışma, Ankara'nın kentsel kimliğini destekleyen, ekolojik dengesini güçlendiren ve yaşanabilir bir kent dokusu oluşturmaya katkı sağlayan sürdürülebilir bir yeşil ağ planı sunmaktadır. Önerilen model, kent planlamasında uygulanabilir bir çerçeveye sunarak yeşil altyapının kentsel kimlik üzerindeki etkisini ortaya koymaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Kentsel kimlik, yeşil altyapı, yeşil ağ planlaması, rekreasyonel bağlantılılık, Cumhuriyet Dönemi Ankara.

**Abstract**

This study aims to examine the relationship between urban identity and green infrastructure in Republican-era Ankara and develop an identity-based green network planning model. The study explores how a green network system, aligned with historical and cultural elements, can enhance urban identity. Due to the loss and fragmentation of open and green spaces in the Ulus Historic City Center, the creation of a sustainable ecological and social green network is proposed. In the proposed model, Atatürk Boulevard and the Ankaray Metro Line are identified as the two primary corridors, ensuring the compatibility of potential green spaces and open areas. Accordingly, the model aims to incorporate key natural areas, such as the Ankara Green Belt Project, Atatürk Forest Farm, and Kazan and Mogan Lakes, into the urban fabric. Additionally, linking the green network with river corridors

<sup>1</sup>Namık Kemal Üniversitesi, Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Tekirdağ

<sup>2</sup>Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Ankara

**ORCID:**

M.G.T.: 0000-0001-5487-5548

Ş.Ş.: 0000-0002-3730-2534

**Corresponding Author:**

Meltem GÜNEŞ TİGEN

**Email:**

mgunes@nku.edu.tr

**Citation:** Güneş-Tigen, M. ve Şahin, Ş. (2025). Kentsel kimliğin güçlendirilmesinde yeşil altyapının rolü: Cumhuriyet Dönemi Ankara örneği. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 15 (1), 126-139.

**Submitted:** 08.02.2025.

**Accepted:** 04.03.2025

\* Bu çalışma, Güneş (2017) tarafından yürütülen doktora tezinin bulgularına dayanılarak geliştirilmiştir. Güneş, M. (2017). Yeşil ağ planı ile kentsel kimlik arasındaki etkileşimin yeşil altyapı bağlamında incelenmesi: Ankara ili Cumhuriyet dönemi örneği (Doktora tezi). Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı.

*and other natural features is proposed as a key strategy to preserve ecological continuity and expand recreational spaces. This study presents a sustainable green network plan that supports Ankara's urban identity, strengthens ecological balance, and contributes to a more livable city structure. The proposed model provides a practical framework for urban planning, demonstrating the impact of green infrastructure on urban identity.*

**Keywords:** *Urban identity, green infrastructure, green network planning, recreational connectivity, Republican-era Ankara.*

### 1. GİRİŞ

Kentleşme, küresel ölçekte hızla devam eden ve ekonomik, sosyal, çevresel dinamiklerle şekillenen bir süreçtir. Birleşmiş Milletler'in (United Nations, 2018) Dünya Kentleşme Beklentileri Raporu'na göre, 2050 yılına kadar dünya nüfusunun %68'inin kentlerde yaşayacağı öngörülmektedir. Bu durum, özellikle büyükşehirlerde artan nüfus baskısı nedeniyle kentsel ekosistemler üzerinde ciddi bir tehdit oluşturmaktadır (Pauleit et al., 2017; Wickenberg et al., 2021).

Geleneksel kentleşme süreçleri çoğunlukla gri altyapıya (yollar, binalar, kanalizasyon sistemleri ve diğer yapısal unsurlar) odaklanmaktadır (Mell, 2020). Ancak bu yaklaşım, uzun vadede ekolojik sürdürülebilirliği sağlayamamakta, doğal alanların azalmasına ve biyolojik çeşitliliğin kaybına neden olmaktadır (Benedict & McMahon, 2006; Hansen & Pauleit, 2014). Son yıllarda, kent kimliği ve sürdürülebilir kentsel gelişim arasındaki önemi artmış, doğa temelli çözümler kentsel planlamanın temel bileşenlerinden biri haline gelmiştir.

Kent kimliği, fiziksel çevre, tarihî miras, toplumsal bağlar ve doğal peyzaj öğeleri gibi unsurların oluşturduğu bütüncül bir yapıdır (Lynch, 1960; Relph, 1976). Yeşil altyapı ise kentsel ekosistemleri korumakta ve bir kentin kimliğini destekleyen mekânsal ve kültürel bileşenlerle bütünleşmektedir (Carmona, 2019). Bu bağlamda, kent kimliğinin korunması ve geliştirilmesi için doğal ve kültürel peyzaj unsurlarını kapsayan stratejik planlama yaklaşımlarına duyulan gereksinim giderek artmaktadır.

#### 1.1. Çalışmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışma, Cumhuriyet Dönemi Ankara'sında kentsel kimlik ile yeşil altyapı arasındaki ilişkiyi inceleyerek, kimlik temelli bir yeşil ağ plan modeli geliştirmeyi amaçlamaktadır. Güneş (2017) tarafından yürütülen doktora tezinin bulgularına dayanarak geliştirilen bu model, tarihî ve kültürel öğeler ile açık ve yeşil alanların ilişkilendirilmesini sağlayarak Ankara'nın kentsel kimliğinin korunmasına ve geliştirilmesine katkıda bulunmayı hedeflemektedir.

Cumhuriyet Dönemi'nin modernleşme süreciyle şekillenen Ankara, kent kimliği açısından tarihî ve kültürel peyzaj öğeleriyle öne çıkmaktadır. Ancak, artan kentleşme baskısı, özellikle Ulus Tarihi Kent Merkezi'nde açık ve yeşil alanların azalmasına ve parçalanmasına neden olarak, kentin ekolojik ve kültürel sürekliliğini tehdit etmektedir. Bu bağlamda, çalışmada, yeşil altyapının kent kimliğini nasıl destekleyebileceği ve kentsel ekosistemlerin sürdürülebilirliği açısından nasıl katkı sunabileceği araştırılmaktadır.

Bu çalışma, kent kimliği ile yeşil ağ planlamanın kesişim noktasına odaklanan özgün bir yaklaşım sunmaktadır. Daha önce yapılan çalışmalar genellikle yeşil altyapıyı ekolojik ve rekreasyonel boyutta ele almışken, bu çalışmada yeşil alanların kent kimliği üzerindeki etkilerini detaylı bir biçimde değerlendirilmektedir.

### 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

#### 2.1. Yeşil Altyapı ve Kent Kimliği

Yeşil altyapı, ekolojik, sosyo-kültürel ve ekonomik bileşenleri bir araya getirerek doğa temelli çözümleri kent planlamasına entegre eden bir sistemdir. Avrupa Çevre Ajansı'na (EEA, 2021) göre,

yeşil altyapı, doğal ve yarı doğal alanları birleştirerek biyoçeşitliliği koruyan, su yönetimini optimize eden ve kent içindeki ekosistem hizmetlerini sürdürülebilir kılan bir yapı oluşturmaktadır. Bu kapsamda, parklar, yeşil koridorlar, ağaçlandırılmış alanlar, yeşil çatılar, yağmur bahçeleri ve kent içi su yolları gibi farklı ölçeklerdeki unsurlar yeşil altyapının temel bileşenleri arasında yer almaktadır (Benedict & McMahon, 2006; Radström, 2011).

Yeşil altyapının kentlere sağladığı başlıca katkılar şunlardır:

- Ekolojik ve İklimsel Faydalar: Kentsel ısı adası etkisini azaltmakta, karbon depolama kapasitesini artırmakta ve mikroiklim düzenlemesine katkı sunmaktadır (Gill et al., 2007; Hansen & Pauleit, 2014).
- Sosyal ve Sağlık Açısından Katkılar: Yeşil alanların varlığı, kent sakinlerinin psikolojik ve fiziksel sağlığını iyileştirmekte, açık alan kullanımını teşvik etmekte ve sosyal etkileşimi artırmaktadır (Tzoulas et al., 2007; Lennon, 2015).
- Ekonomik ve Mekânsal Faydalar: Yeşil altyapıya yönelik yatırımlar, mülk değerlerini yükseltmekte, ekoturizmi teşvik etmekte ve kentlerin rekabet gücünü artırmaktadır (Mell, 2020).

Kent kimliği, bir kentin fiziksel, kültürel, tarihî ve sosyo-ekonomik özelliklerinin oluşturduğu, toplum tarafından algılanan bir bütünlük olarak tanımlanmaktadır (Lynch, 1960; Relph, 1976). Kent kimliğinin temel bileşenleri şunlardır:

- Fiziksel ve Mekânsal Yapı: Tarihi binalar, anıtlar, meydanlar ve kamusal alanlar gibi kente özgü mekânsal unsurlar kimliği güçlendiren öğelerdir (Relph, 1976; Carmona, 2019).
- Sosyo-Kültürel Unsurlar: Kentte yaşayan toplulukların gelenekleri, yaşam tarzları ve toplumsal etkileşimleri, kentsel kimliği oluşturan önemli faktörler arasında yer almaktadır (Norberg-Schulz, 1980; Kavaratzis & Kalandides, 2015).
- Doğal Çevre ve Peyzaj: Kentin topoğrafik yapısı, su kaynakları, ormanlık alanları ve yeşil dokusu, kent kimliğinin temel unsurlarından biri olarak değerlendirilmektedir (Carmona, 2019).

Kent kimliğinin korunması, kentlerin tarihî miraslarını yaşatmalarını, sosyal bağları güçlendirmelerini ve sürdürülebilir bir yaşam ortamı sunmalarını sağlamaktadır. Ancak yoğun kentleşme süreçleri, plansız yapılaşma ve çevresel tahribat gibi faktörler kent kimliğini tehdit etmektedir (Pauleit et al., 2017; Wickenberg et al., 2021).

## 2.2. Yeşil Altyapı ve Kent Kimliği Arasındaki İlişki

Yeşil altyapı ve kent kimliği arasındaki ilişki, mekânsal, ekolojik ve toplumsal dinamikleri içeren çok boyutlu bir yapıya sahiptir. Yeşil altyapının uygulamalarının kent kimliğini güçlendirme potansiyeli aşağıdaki bileşenler çerçevesinde ele alınmaktadır:

- Mekânsal Sürekliliğin Sağlanması: Yeşil koridorlar ve bağlantılı yeşil alanlar, kentsel mekânın parçalanmasını önleyerek, kent dokusunun bütünlüğünü korumakta ve algılanabilir bir kent kimliği oluşmasına katkı sunmaktadır (Beatley, 2016; Pauleit vd., 2017).
- Tarihi ve Kültürel Peyzajın Korunması: Yeşil altyapı planlamaları, tarihî meydanlar, parklar ve kültürel miras alanları ile bağlantılı hale getirilerek, kent hafızasının sürdürülebilirliğini desteklemektedir (Gulsrud et al., 2018).
- Toplumsal Bağların Güçlendirilmesi: Kamusal yeşil alanlar, sosyal etkileşimi teşvik ederek kent kimliğinin dinamik bir yapı kazanmasına yardımcı olmaktadır (Carmona, 2019; Wickenberg et al., 2021).

## 2.3. Ankara Örneği: Yeşil Ağ Planı ve Kent Kimliği

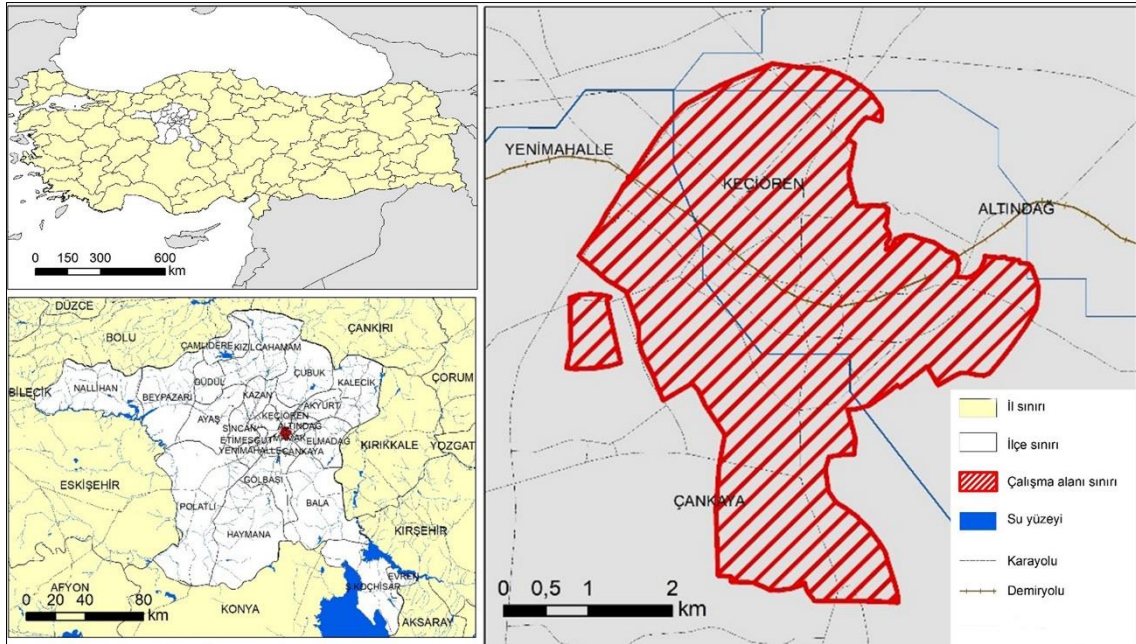
Ankara, Cumhuriyet Dönemi'nin modernleşme süreci çerçevesinde şekillenmiş, tarihî ve kültürel peyzaj unsurlarını barındıran önemli bir kenttir. 1923 yılında Türkiye'nin başkenti olarak ilan edilmesiyle birlikte, kent planlamasında modern ve sistematik bir yaklaşım benimsenmiş, ancak

zamanla kentleşme ve mekânsal büyüme süreci yeşil alanların giderek azalmasına neden olmuştur. Özellikle Ulus Tarihi Kent Merkezi, Ankara'nın tarihî ve kültürel kimliğinin temel bileşenlerinden biri olarak ön plana çıkmaktadır. Ancak artan kentleşme baskısı, plansız yapılaşma ve altyapı yatırımlarının yoğunlaşması, bu bölgede açık ve yeşil alanların azalmasına ve parçalanmasına yol açarak kent ekosisteminin sürdürülebilirliği açısından risk oluşturmaktadır.

Bu çalışma kapsamında, Ankara'nın mevcut yeşil alanları ile potansiyel bağlantı noktalarının belirlenmesi ve kentsel ölçekte sürdürülebilir bir yeşil altyapının geliştirilmesi hedeflenmektedir. Bu bağlamda, yeşil ağ planlamasının, kent kimliği ile nasıl bütünleşebileceği ve Ankara'nın tarihî dokusunu nasıl destekleyebileceği tartışılacaktır.

### 3. MATERYAL VE YÖNTEM

Bu çalışmanın temel amacı, Ankara'nın Cumhuriyet Dönemi sınırları içerisinde yer alan tarihî ve kültürel öğeler ile açık/yeşil alanlar arasındaki ilişkiyi esas alarak, kent kimliğini güçlendirecek bütüncül bir yeşil ağ plan modeli geliştirmektir. Çalışma alanı, Ulus Tarihi Kent Merkezi, Sıhhye, 15 Temmuz Kızılay Milli İrade Meydanı ve Bahçelievler semtinin bir bölümünü kapsayan yaklaşık 2000 hektarlık bir alan olarak tanımlanmaktadır. Bu alan, 1932 tarihli Ankara Nazım İmar Planı (Jansen Planı) sınırları esas alınarak belirlenmiş olup, tarihî dokunun korunması, yeşil alan sürekliliğinin sağlanması ve kentsel peyzajın gelişimi gibi temel kriterler dikkate alınmıştır. Çalışma alanının konumu Şekil 1'de sunulmaktadır.



Şekil 1. Çalışma Alanı Konumu (Güneş, 2017)

#### 3.1. Veri Kaynakları

Çalışmada kullanılan ana veri kaynakları arasında, Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü (KVMGM) tarafından sağlanan mekânsal veri setleri, Ulusal ve uluslararası akademik literatür (Anonim, 2010; Anonim, 2015a; Anonim, 2016d; Arkun, 2012; Şahin, 2014; Bayraktar, 2013) ve 2023 Başkent Ankara Nazım İmar Planı yer almaktadır. Araştırmada, kentin tarihî ve kültürel mirasının yanı sıra açık ve yeşil alanların konumları, büyüklükleri, mekânsal dağılımları ve kentsel kimliğe olan katkıları detaylı olarak incelenmektedir.

### 3.2. Araştırma Yöntemi

Araştırma yöntemi üç ana aşamadan oluşmaktadır:

#### 3.2.1. Literatür taraması ve veri toplama

Bu aşamada, yeşil altyapı planlaması, kentsel kimlik ve tarihî-medenî miras konularına odaklanan ulusal ve uluslararası literatür detaylı olarak incelenmiştir. Bu kapsamda:

- KVMGM tarafından sağlanan mekânsal veriler doğrultusunda, çalışma alanındaki tarihî miras unsurlarının envanteri çıkarılmıştır.
- Bu tarihî unsurlar, tarih öncesi dönem, Osmanlı Dönemi ve Cumhuriyet Dönemi olarak sınıflandırılmıştır (Güneş, 2017).
- Açık ve yeşil alanların belirlenmesi için, Hepcan (2013), Polat (2001) ve Gökyer & Bilgili (2014) gibi çalışmalarda yer alan kriterler esas alınarak analiz ölçütleri tanımlanmıştır.

#### 3.2.2. Odak noktalarının belirlenmesi

Araştırmada, ArcGIS yazılımı kullanılarak 2023 Başkent Ankara Nazım İmar Planı'nda yer alan mevcut açık ve yeşil alanlar ile tarihî ve kültürel ögeler sayısallaştırılmış ve mekânsal dağılımları haritalandırılmıştır.

Bu analizler sonucunda, kentsel kimliği yansıtan somut ögeler belirlenmiş ve bu ögeler üç farklı kategoride değerlendirilmiştir:

- **Noktasal ögeler:** Anıtlar, tarihî yapılar, önemli meydanlar,
- **Alansal ögeler:** Parklar, rekreasyon alanları, tarihî meydanlar,
- **Çizgisel ögeler:** Ana ulaşım aksları, yaya yolları ve yeşil koridorlar.

Bu sınıflandırma doğrultusunda, çalışma alanındaki tarihî ve doğal peyzaj unsurlarının sürdürülebilir bir yeşil altyapı içerisinde nasıl bütünleştirilebileceği üzerine değerlendirmeler yapılmaktadır.

#### 3.2.3. Koridorların Belirlenmesi

Yeşil ağ planlaması kapsamında, ana koridorların belirlenmesi için çeşitli mekânsal analizler gerçekleştirilmiştir. Bu analizlerde aşağıdaki kriterler dikkate alınmıştır:

- Yaya erişilebilirliği (yürüme mesafesi hesaplamaları),
- Eğim analizleri,
- Tarihî ve kültürel ögelere yakınlık,
- Açık ve yeşil alanlara erişim düzeyi.

Bu değerlendirmeler sonucunda, çalışma alanı sınırları içerisinde mekânsal sürekliliği destekleyen yeşil koridorlar belirlenmiştir.

Ayrıca, çalışma alanı ile bağlantılı olan diğer doğal ögeler (ör. Ankara Yeşil Kuşak Projesi, Atatürk Orman Çiftliği, Kazan ve Mogan Gölü, akarsu koridorları) mekânsal bağlamda analiz edilerek, kent ölçeğinde bütüncül bir yeşil ağ sisteminin nasıl oluşturulabileceği tartışılmaktadır.

## 4. BULGULAR

### 4.1. Tarihî ve Kültürel Ögeler

Kent kimliğinin temel bileşenlerinden biri olan tarihî ve kültürel ögeler, bu çalışmanın odak noktaları arasında yer almaktadır. Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü (KVMGM) tarafından sağlanan mekânsal veriler doğrultusunda, çalışma alanında 546 adet arkeolojik sit alanı,



## Kentsel Kimliğin Güçlendirilmesinde Yeşil Altyapının Rolü: Cumhuriyet Dönemi Ankara Örneği

9 adet kentsel sit alanı, 6 adet tarihî sit alanı, 6 adet doğal sit alanı ile çakışan alan ve 1 adet karma sit alanı olmak üzere toplam 568 adet sit alanı tespit edilmiştir.

Bu ögeler, ilgili literatür ışığında tarih öncesi dönem (İ.Ö. VIII-VII yy. - 1073), Osmanlı Dönemi (1073-1919) ve Cumhuriyet Dönemi (1919-günümüz) olmak üzere üç ana gruba ayrılarak sınıflandırılmıştır (Anonim, 2016d; Anonim, 2010; Arkun, 2012; Şahin, 2014; Anonim, 2015a; Bayraktar, 2013). Şekil 2, Şekil 3 ve Şekil 4'te sırasıyla bu dönemlerde öne çıkan tarihî ve kültürel yapılar ile açık alanlar sunulmaktadır. Özellikle Ankara Tarihi Kent Merkezi Yenileme Alanı kapsamında; kale içi ve yakın çevresi, tarihî ticaret bölgesi (Hanlar, Samanpazarı, Sulu Han), Augustus Tapınağı ve Hacı Bayram Veli Camisi, Hacı Bayram Tepesi eteklerindeki konut dokusu, Roma Dönemi'ne ait arkeolojik sit alanları ve erken Cumhuriyet Dönemi'ne ait yapılaşma alanları ön plana çıkmaktadır. Bu alanlar, Ankara'nın tarihî hafızasını, sosyal kimliğini ve kültürel sürekliliğini temsil etmektedir. Kentsel peyzaj içindeki konumları, kent kimliğinin korunması ve güçlendirilmesi açısından kritik bir rol üstlenmektedir (Güneş, 2017). Şekil 5, çalışma alanında yer alan tarihî ve kültürel ögelerin konumsal dağılımlarını göstermektedir.



Ankara Kalesi ve çevresi



Roma Hamamı

Şekil 2. Tarih Öncesi Dönemler Ait Bina ve Açık Alanlar (Orijinal)



Hacı Bayram Veli Cami ve çevresi



Hallacı Mahmut Türbesi

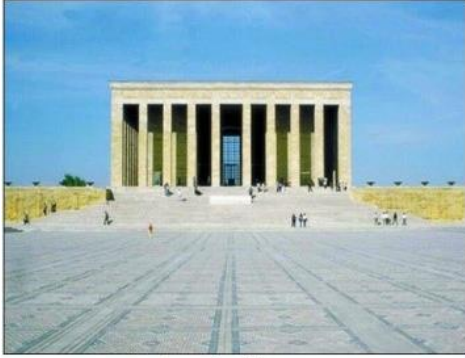


Eyne Bey Hamamı



Suluhan

Şekil 3. Osmanlı Dönemine Ait Bina ve Açık Alanlar (Güneş, 2017)



Anıtkabir



Türkiye Büyük Millet Meclisi

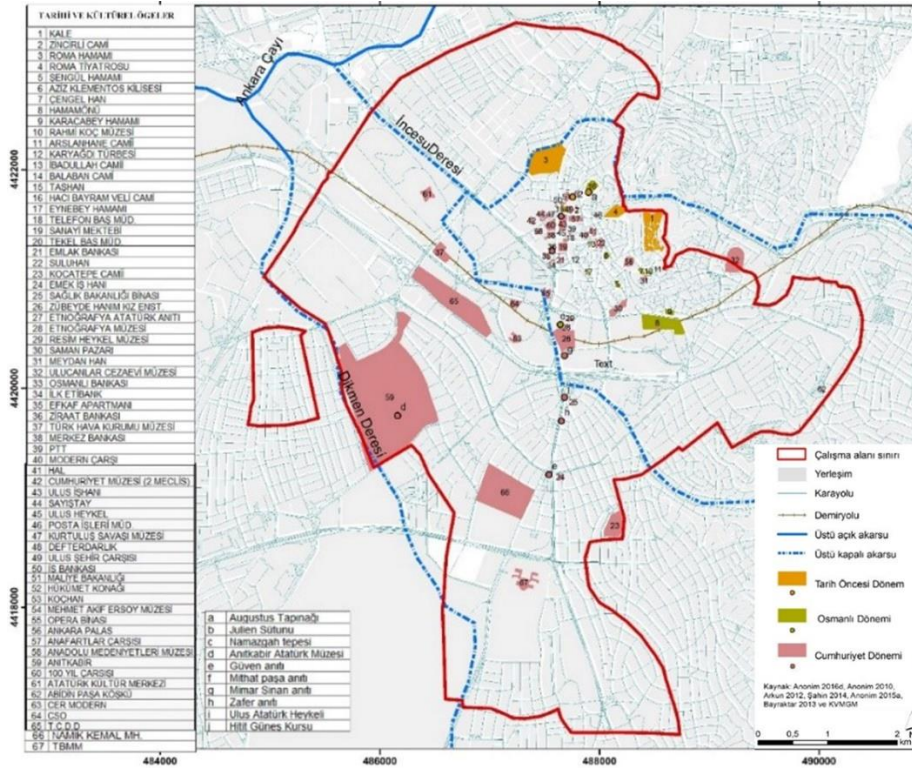


Kocatepe Cami



Atakule

Şekil 4. Cumhuriyet Dönemine Ait Bina ve Açık Alanlar (Güneş, 2017)



Şekil 5. Çalışma Alanı Tarihi ve Kültürel Ögelerin Konumsal Dağılımları (Güneş, 2017).

#### 4.2. Açık ve Yeşil Alanların Belirlenmesi

Kentsel açık ve yeşil alanlar, yalnızca rekreasyonel işlevleri ile değil, aynı zamanda kent kimliğinin ve kültürel hafızanın birer bileşeni olarak da değerlendirilmektedir. Çalışma alanında yer alan açık ve yeşil alanlar, literatürde tanımlanan ölçütler doğrultusunda tespit edilmiş ve çeşitli kategorilere ayrılmıştır:

- Sosyo-kültürel değeri yüksek, mahalle parkı büyüklüğünde veya daha geniş alanlar,
- Kentin kimliğini yansıtan TBMM bahçesi, büyükelçilik bahçeleri gibi mekânlar,
- Üniversite kampüsleri ve benzeri alanlar.

Açık ve yeşil alanların belirlenmesinde, Polat (2001) ile Gökyer ve Bilgili (2014) tarafından önerilen hizmet yarıçapı ve kullanıcı profiline dayalı sınıflandırma esas alınmıştır. Ancak, bu standartlar oluşturulurken yol yoğunluğu, fiziksel engeller, arazi eğimi ve engebeli yapı gibi kısıtlayıcı faktörler göz ardı edilmekte ve yalnızca mesafeler kuş bakışı olarak hesaplanmaktadır (Harrison *et al.*, 1995).

Bu kapsamda, çalışma alanında yer alan başlıca açık ve yeşil alanlar, hizmet yarıçapları dikkate alınarak Tablo 1'de gösterilmiş ve yerleşim ölçeğinden kent ölçeğine kadar uzanan hiyerarşik yapı içerisinde sınıflandırılmıştır. Ayrıca, yeşil alanların mekânsal dağılımı ile tarihî ve kültürel öğelerin dağılımı çakıştırılarak kentsel kimlik ile ekolojik süreklilik arasındaki ilişki ortaya konmuştur.

Tablo 1. Çalışma Sınırı İçindeki Başlıca Açık ve Yeşil Alanlar (Güneş, 2017)

Yeşil Alanlar	Nüfus	Yaklaşık alan büyüklüğü (da)	Park Kategorisi	Hizmet etki alanı (m)
Gençlik Parkı	Kent bütünü	270	Kent Parkı	1000
Kuğulu Park	3500-5000	7,7	Mahalle Parkı	800
Seymenler Parkı	Kent bütünü	67	Kent Parkı	1000
Botanik Parkı	Kent bütünü	65	Kent Parkı	1000
Kurtuluş Parkı	Kent bütünü	110	Kent Parkı	1000
50.yıl Parkı	Kent bütünü	190	Kent Parkı	1000
Abdi İpekçi Parkı	Kent bütünü	37	Kent Parkı	1000
Güvenpark	15000-30000	25	Semt Parkı	800
Altınpark	Kent bütünü	640	Kent Parkı	1000
Demetevler Parkı	Kent bütünü	76	Kent Parkı	1000
Cemre Parkı	Kent bütünü	61	Kent Parkı	1000
Mogan Parkı	Kent bütünü	445	Kent Parkı	1000
Gökçek Parkı	Kent bütünü	77	Kent Parkı	1000
Mavi Göl Parkı	Kent bütünü	260	Kent Parkı	1000
Harikalar Diyarı	Kent bütünü	795	Kent Parkı	1000
Göksu Parkı	Kent bütünü	508	Kent Parkı	1000
Atatürk Orman Çiftliği	Kent bütünü	43600	Bölge Parkı	25000

#### 4.3. Çalışma Alanında Koridorların Belirlenmesi

Bu çalışmada, çalışma alanı sınırında sadece ana bağlantı koridorları, başka bir ifade ile birincil koridorlar belirlenmiştir. Koridorların belirlenmesinde temel olarak yürüme mesafesi, eğim, tarihi/kültürel öğelere yakınlık, metro duraklarına erişim ve yeşil alanlara yakınlık gibi kriterler esas alınmıştır.

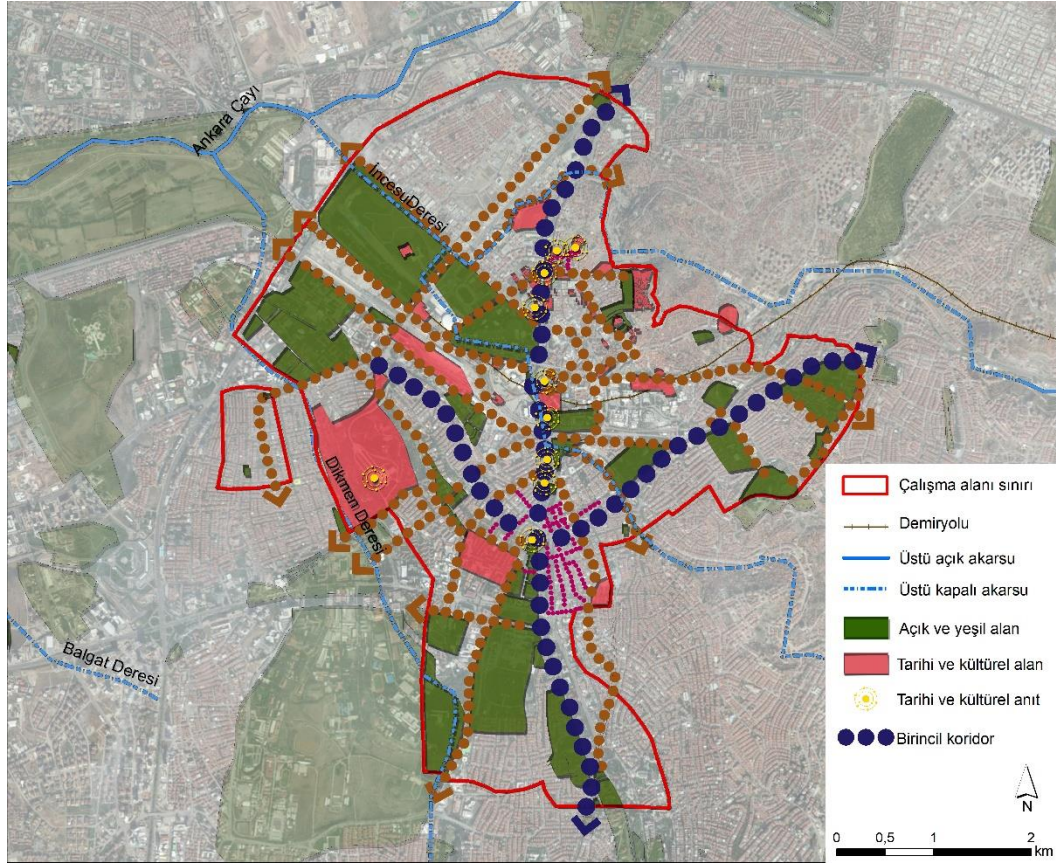
Avrupa Komisyonu'nun ve ilgili literatür, ideal yürüme süresi 15 dakika (yaklaşık 500 m) olarak kabul etmektedir. Çalışmada da bu kriter referans alınarak, tarihi ve kültürel öğelere, metro duraklarına ve açık/yeşil alanlara yakınlık açısından bir değerlendirme yapılmıştır. Ayrıca, yol eğimi açısından %5 ideal olmakla birlikte, %10'a kadar olan eğimler kabul edilmiştir.

Tüm bu kriterler dikkate alındığında, çalışma alanı içinde odak olarak belirlenen tarihî ve kültürel öğeler ile açık/yeşil alanların yoğun olduğu bölgeler arasında doğal olarak bağlantı sağlayan iki ana aks öne çıkmaktadır. Bu akslar, kentin kimliğini ve tarihî dokusunu yansıtan belirgin koridorlar olarak tanımlanmış ve Şekil 6'da gösterilmiştir:

**Atatürk Bulvarı:** Kuzey-güney yönünde uzanan bu aks, tarihî ve kültürel öğelerin yoğun olduğu bölgeleri birbirine bağlamakta ve ekolojik sürekliliği desteklemektedir. Ağaçlandırma, geniş kaldırımlar ve kent dokusuyla uyumlu yapısı nedeniyle, kentsel kimliği koruyan önemli bir kültürel ve ekolojik güzergâh olarak değerlendirilmektedir.

**Ankara Metro Hattı:** Doğu-batı yönünde konumlanan bu aks, metro duraklarına yakınlığı, yürüme mesafesi ve düşük eğimli yolları nedeniyle, erişilebilirlik ve bağlantı kriterlerini karşılayan bir ulaşım koridoru oluşturmaktadır.

Şekil 6, belirlenen ana bağlantı koridorlarını göstermektedir. Bu koridorlar, kent kimliğini ve tarihî dokuyu yansıtan önemli güzergâhlar olarak tanımlanmış ve yeşil ağ planlamasında temel yapıtaşları olarak belirlenmiştir.



Şekil 6. Çalışma Alanı Potansiyel Yeşil Ağ Ögeleri ve Koridorlar (Güneş, 2017'den geliştirilmiştir)

#### 4.4. Çalışma Alanı Yakın Çevresinde Açık ve Yeşil Alanlar ile Potansiyel Koridorlar

Önerilen yeşil ağ planının sürekliliğini sağlamak amacıyla, çalışma alanının yakın çevresinde yer alan doğal ve kentsel öğeler de değerlendirilmiştir. Bu kapsamda dikkate alınan başlıca bileşenler şunlardır:

**Ankara Yeşil Kuşak Projesi:** Kentin çevresinde ekolojik işlevselliğe sahip yeşil alanların oluşturulmasını hedefleyen bu proje, hava kirliliği, sel ve plansız kentleşmeye karşı koruyucu bir rol üstlenmektedir.

**Atatürk Orman Çiftliği:** Artan yapılaşma baskısına rağmen, Ankara'nın önemli doğal alanlarından biri olarak korunması ve yeşil ağ planına entegre edilmesi gereken bir alan olarak değerlendirilmektedir.

**Kazan ve Mogan Gölü Önemli Doğa Alanları:** Ekolojik sürdürülebilirlik açısından kritik olan bu alanların, yeşil ağ planına dâhil edilerek kentsel ekosistemin bütüncül bir yapıya kavuşturulması önerilmektedir.

**Akarsu Koridorları:** Doğal peyzaj öğeleri arasında bağlantı sağlayan akarsu hatları, ekolojik sürekliliğin korunması açısından değerlendirilmiştir. Özellikle, eski dere yataklarının ekosisteme yeniden kazandırılması, biyolojik çeşitliliğin korunmasına katkı sunmaktadır.

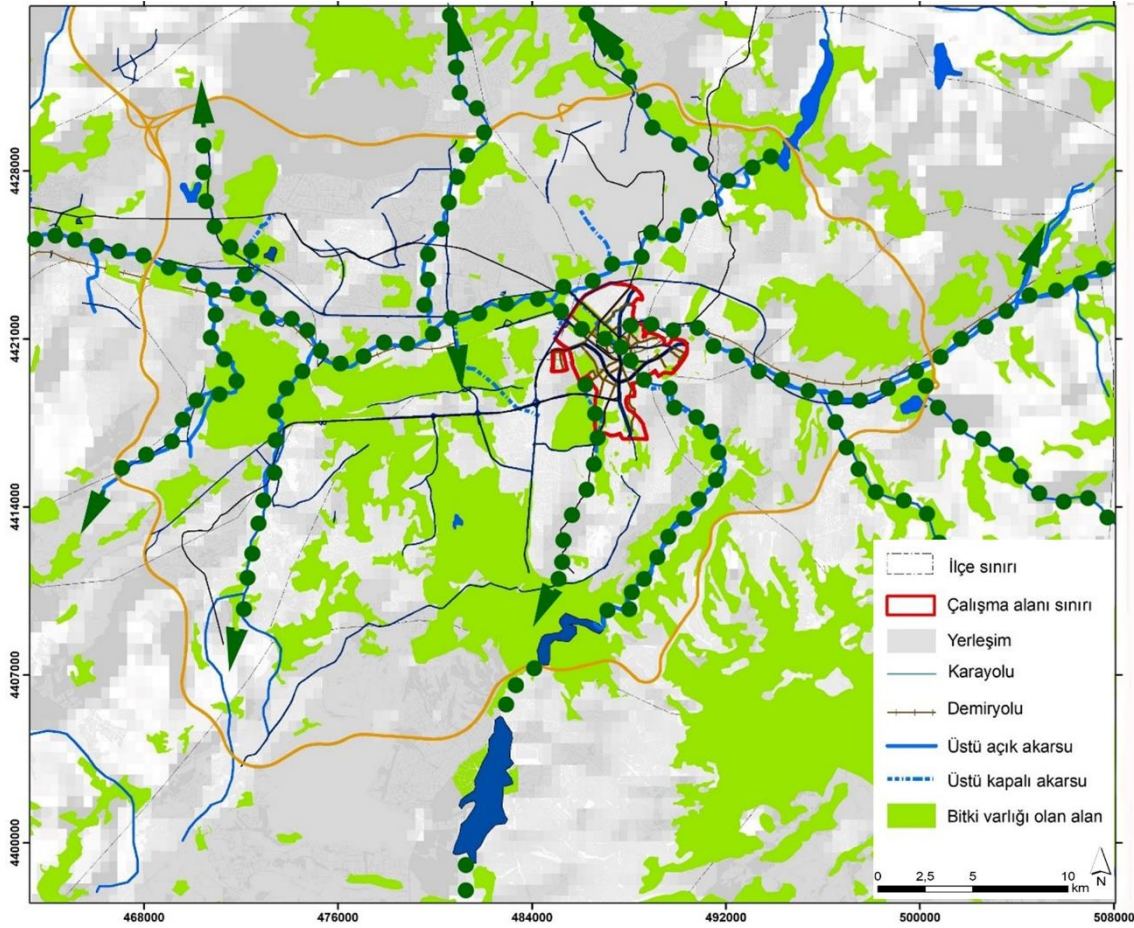
**Bölge-Alt Bölge Ölçeğinde Potansiyel Yeşil Ağ Ögeleri:** Peyzaj koruma değeri yüksek alanlar, tarımsal ve doğal peyzaj özellikleri göz önüne alınarak belirlenmiş; bu alanlar, ileride kentsel gelişim ve iyileştirme çalışmalarında koruma önceliği veya gelişim alanı olarak değerlendirilecektir. Bu kapsamda, Mogan Gölü ve çevresi gibi alanların yapı, toprak geçirgenliği ve erozyon riskleri gibi özellikleri analiz edilerek, hassasiyetleri belirlenmeli ve uygun iyileştirme kararları önerilmelidir.

Sonuç olarak, bu bulgular; çalışma alanı içindeki tarihî ve kültürel ögeler ile açık/yeşil alanların yoğunlukta bulunduğu iki ana aksın (Atatürk Bulvarı ve Ankaray Metro Hattı) kentin kimliğini ve mekânsal sürekliliğini sağlamada kritik rol oynadığını ortaya koymaktadır. Ayrıca, bu iki ana aks, çalışma alanı yakın çevresindeki diğer doğal ve kentsel ögelerle entegre edilerek, ekolojik sürdürülebilirliğin, biyoçeşitliliğin korunmasının ve kentsel kimliğin güçlendirilmesinin sağlanabileceği bütüncül bir yeşil ağ modeli oluşturulmasına zemin hazırlamaktadır.

Araştırma kapsamında değerlendirilecek olan bu alanlar, 2023 Başkent Ankara Nazım İmar Planı Açıklama Raporu'nda belirtilen başlıca yeşil alanlara ve kategorilerine göre değiştirilerek Tablo 2'de belirtilmiştir. Daha sonra CORINE arazi örtüsü verisi kullanılarak bitki varlığı, ÖDA'lar ile su ögesi belirlenerek çakıştırma yöntemi ile birleştirilmiştir. Bağlantılılık sağlayacak olan potansiyel koridorlar olarak akarsu hattı, karayolu ve demiryolu hattı eklenerek potansiyel yeşil ağ ögeleri haritası oluşturulmuştur (Şekil 7).

**Tablo 2.** Çalışma Alanında ve Yakın Çevresinde Bulunan Başlıca Açık ve Yeşil Alanlar ve Sınıflandırılmaları (Anonim 2015a; Güneş, 2017)

Açık ve yeşil alanlar	Alan açıklamaları
<b>Doğal karakteri korunacak alanlar</b>	<p>1. Özel Statülü Koruma alanları Gölbaşı Özel Çevre Koruma bölgesi, Milli Parklar Tabiat Koruma Alanları, Su Toplama Havzaları, Tarım Alanları/Havzaları, Orman Alanları</p> <p>2. Diğer Koruma Alanları: Vadiler: Kent dışındaki Ova, Hatip ve Çubuk Çayı geçişleri ve Zir Vadisi ile kentsel yerleşim içindeki; İmrahor Vadisi, İncesu Vadisi, B. Esat Vadisi, Hatipçayı Vadisi, Hacı Kadın Vadisi, Ankara Çayı-Kalaba Vadisi, Dikmen Vadisi, Macun Deresi Vadisi, Ravlı Deresi, Lalahan Sel Kapanı, Nenek Vadisi, Kıbrıs Köyü Vadisi vb.</p>
<b>Kent parkları</b>	Anıtkabir Parkı, Gençlik Parkı, Kuğulu Park, Seymenler Parkı, Botanik Parkı, Kurtuluş Parkı, Abdi İpekçi Parkı, Güvenpark, Altınpark, Demetevler Parkı, Cemre Parkı, Mogan Parkı, Gökçek Parkı, Mavi Göl Parkı, Harikalar Diyarı, Göksu Parkı, Milli Egemenlik Parkı, Adnan Ötügen Parkı, Abidin Paşa Köşkü Parkı, AOÇ Park ve Bahçeleri vb.
<b>Yarı-özel açık ve yeşil alanlar/ Kamuya ait önemli açıklıklar</b>	Kara Harp Okulu yerleşim alanı, Zırhlı Birlikler Okulu Tümen Komutanlığı, Gaz Maske Fabrikası ve Mamak Muhabere Okulu, Bilgi Sistemleri Komutanlığı arazisi, Etimesgut ve Güvercinlik Havaalanlarının bulunduğu askeri alanlar, ODTÜ arazisi, üniversite kampüsleri, Milli Kütüphane bahçesi, TBMM Park ve Bahçeleri, AKM, Büyükelçilik bahçeleri, Mezarlıklar.
<b>Diğer yeşil alanlar</b>	Kent içinde bulunan farklı büyüklükteki mahalle parkları.



Şekil 7. Çalışma Alanı Yakın Çevresinde Bulunan Açık ve Yeşil Alanlar ile Potansiyel Koridorlar (Güneş, 2017)

## 5. SONUÇ

Bu çalışmada, Cumhuriyet Dönemi Ankara'sında kentsel kimlik ile yeşil ağ planlaması arasındaki etkileşim analiz edilmiş ve kimlik temelli bir yeşil ağ plan modeli geliştirilmiştir (Güneş, 2017). Çalışmanın temel amacı, tarihi ve kültürel öğeler ile açık ve yeşil alanların bütünleştirilmesi yoluyla Ankara'nın kentsel kimliğini güçlendirmek ve sürdürülebilir bir yeşil altyapı oluşturmaktır.

Özellikle Ulus Tarihi Kent Merkezi'nde tespit edilen açık ve yeşil alan kaybı ile mekânsal parçalanma, ekolojik sürekliliğin ve rekreasyonel işlevlerin azalmasına neden olmaktadır. Bu doğrultuda, çalışmada mevcut açık ve yeşil alanların ekolojik sürekliliği sağlayacak ve rekreasyonel olanakları artıracak biçimde yeniden düzenlenmesi hedeflenmiştir. Önerilen model kapsamında, Atatürk Bulvarı ve Ankaray Metro Hattı ana bağlantı koridorları olarak belirlenmiş; bu sayede, çalışma alanındaki potansiyel yeşil ağ öğeleri, yakın çevredeki mevcut açık ve yeşil alanlarla bütünleştirilmiştir. Bu yaklaşım, kentsel dokunun sürekliliğinin korunması ve kentsel mekânın işlevselliğinin artırılması açısından kritik öneme sahiptir.

Ayrıca, Ankara Yeşil Kuşak Projesi, Atatürk Orman Çiftliği, Kazan ve Mogan Gölü gibi önemli doğal alanların kent ekosistemiyle bağlantılı hale getirilmesi sağlanarak, yeşil altyapının ekolojik dayanıklılığı ve rekreasyonel faydaları artırılmıştır. Yeşil ağ planının akarsu koridorları ve diğer doğal öğelerle entegrasyonu sağlanarak ekolojik denge, biyolojik çeşitlilik ve sürdürülebilir kentsel gelişim açısından bütüncül bir planlama yaklaşımı sunulmuştur.

Sonuç olarak, bu çalışma kapsamında geliştirilen kimlik temelli yeşil ağ plan modeli, Ankara'nın kentsel ekosistemine entegre edilmiş, kentsel kimliğin korunmasına katkı sağlayan ve sürdürülebilir bir yeşil altyapı öneren somut bir model olarak değerlendirilmiştir. Bu model, mevcut

kentsel dokunun korunması ve iyileştirilmesi ile gelecekteki planlama süreçlerinde temel bir referans noktası olarak değerlendirilebilir.

## 6. TARTIŞMA

Kentleşme süreçleri, küresel ölçekte hızla ilerlemekte olup kentsel ekosistemler, sosyal yapı ve kent kimliği üzerinde derin etkiler yaratmaktadır (Akalın, 2015). Yeşil altyapı, kentlerin sürdürülebilir gelişimini destekleyen kritik bir bileşen olup, kentsel ekosistemlerin korunması ve kent kimliğinin sürdürülmesi açısından önemli bir rol oynamaktadır (Benedict & McMahon, 2006). Tarihî ve kültürel kimliği güçlü kentlerde, bu kimliğin korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması, kent planlama süreçlerinde giderek daha fazla önem kazanmaktadır (Pauleit et al., 2017).

Çalışma kapsamında yapılan mekânsal analizler, Ulus, Sıhhiye ve Kızılay bölgelerindeki yeşil altyapının kentsel kimlikle olan ilişkisini ortaya koyarak mekânsal sürekliliğin ve ekolojik bağlantılılığın güçlendirilmesi gerekliliğini vurgulamaktadır. Bu bulgu, uluslararası literatürde belirtilen yeşil altyapının mekânsal sürekliliği ve kent kimliğini destekleyici rolüyle örtüşmektedir (Hansen & Pauleit, 2014). Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS) analizleri, kent içi yeşil alanların mekânsal organizasyonunu ortaya koyarak, entegre planlama modellerinin geliştirilmesine olanak sağlamaktadır (Gómez-Baggethun & Barton, 2013).

Yeşil altyapının kent kimliğini koruma ve sosyal etkileşimi artırma rolü, yalnızca estetik bir unsur olarak değil, aynı zamanda ekolojik sürekliliği sağlayan ve kentsel dirençliliği artıran bir mekanizma olarak ele alınmalıdır. Yeşil koridorlar ve ekolojik bağlantılı ağların, tarihî mekânların korunması ve kentsel ekosistem hizmetlerinin artırılması açısından kritik olduğu görülmektedir (Pauleit et al., 2017). Londra ve Kopenhag gibi kentlerde uygulanan yeşil altyapı politikaları, tarihî kent dokusunun korunması ve kentsel ekosistemlerin düzenlenmesi amacıyla etkin bir şekilde kullanılmaktadır (City of Copenhagen, 2020; Tuna, 2021).

Yeşil altyapı planlamalarının tarihî meydanlar, parklar ve kültürel miras alanları ile bütünleşik şekilde tasarlanması, kent kimliğinin korunmasına ve kolektif belleğin güçlendirilmesine önemli katkılar sunmaktadır (Gulrud et al., 2018; Wickenberg et al., 2021). Malmö ve Stuttgart gibi kentlerde uygulanan ekolojik planlama yaklaşımları hem ekolojik sürekliliği sağlamış hem de kentsel ekosistem hizmetlerini optimize etmiştir (Pauleit et al., 2017).

Ankara'da yapılan mekânsal analizler, mevcut yeşil alanların parçalı bir yapıya sahip olduğunu ve yeşil koridorlar arasındaki bağlantılılığın yetersiz olduğunu göstermektedir. Bu eksiklik, ekolojik sürekliliğin kesintiye uğramasına ve kentsel kimliğin zayıflamasına yol açmaktadır (Sandström, 2002). Stuttgart ve Londra'da uygulanan ekolojik bağlantılılık ilkeleri, tarihî alanlarla modern kentsel planlamaların entegre edilerek kent kimliğinin korunmasına olanak tanımaktadır (Pauleit et al., 2017).

Ankara'da incelenen Güvenpark, Gençlik Parkı ve Kurtuluş Parkı gibi kamusal yeşil alanların, yalnızca fiziksel varlıkları ile değil, aynı zamanda toplumsal etkileşimdeki rolleriyle de ön plana çıktığı belirlenmiştir. Malmö'de uygulanan toplum odaklı planlama yaklaşımlarının, Ankara gibi kentlerde de benimsenmesi, toplumsal katılımı teşvik ederek yeşil altyapı projelerinin kentli ile bütünleşmesini sağlayabilir (Fernández-Pablos et al., 2021).

Bu bulgular doğrultusunda, Ankara'nın tarihî kent kimliğinin korunması ve geliştirilmesi için kapsamlı bir yeşil altyapı stratejisinin oluşturulması gerekmektedir. Kent genelinde yeşil alanlar arasındaki bağlantılılığı güçlendiren ekolojik koridorlar ve toplum temelli planlama modelleri, Ankara'nın sürdürülebilir kent vizyonuna katkı sağlayacaktır. Özellikle tarihî dokunun korunması



için mekânsal sürekliliği destekleyen planlama yaklaşımlarının benimsenmesi hem ekolojik hem de kültürel sürdürülebilirliği güçlendirecektir.

Son olarak, CBS analizleri ve çok katmanlı mekânsal modelleme teknikleri kullanılarak, yeşil altyapının mekânsal organizasyonu daha etkili hale getirilebilir ve Ankara'nın tarihî kent kimliği ile ekolojik sürdürülebilirliği arasında güçlü bir denge oluşturulabilir.

### **KAYNAKÇA**

- Akalın, M. (2015). Kentsel dönüşüm uygulamalarının kentsel kimlik üzerindeki etkileri: İstanbul, Eskişehir ve Bursa örnekleri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 35, 47-64. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sufesosbil/issue/75232/1234354>
- Ankara Büyükşehir Belediyesi. (2015). *2023 Başkent Ankara Nazım İmar Planı açıklama raporu, etüdler ve müdahale biçimleri*. Balkan Ciltevi.
- Arkun, A. K. (2012). *Ulus tarihi kent merkezi kültürel peyzaj öğelerinin değişimi ve dönüşümü* (Doktora tezi). Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Bayraktar, N. (2013). Tarihe eş zamanlı tanıklık: Ulus ve Kızılay meydanlarının değişim süreci. *Ankara Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 20-35.
- Beatley, T. (2016). *Handbook of biophilic city planning & design*. Island Press.
- Benedict, M. A., & McMahon, E. T. (2006). *Green infrastructure: Linking landscapes and communities*. Island Press.
- Carmona, M. (2019). Place value: Place quality and its impact on health, social, economic and environmental outcomes. *Journal of urban design*, 24(1), 1-48.
- City of Copenhagen. (2020). *Copenhagen facts*. <https://international.kk.dk/artikel/copenhagen-facts>
- EEA (European Environment Agency). (2021). *Green infrastructure and ecosystem services in urban areas*.
- Erbaş Gürler, E., & Özer, B. (2013). The effects of public memorials on social memory and urban identity. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 82, 858-863. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.06.361>
- European Commission. (2021). *Green infrastructure: Enhancing Europe's natural capital*. <https://ec.europa.eu>
- Fernández-Pablos, E., Verdú-Vázquez, A., López-Zaldívar, Ó., & Lozano-Diez, R. V. (2021). Periurban areas in the design of supra-municipal strategies for urban green infrastructures. *Forests*, 12, 626. <https://doi.org/10.3390/f12050626>
- Gill, S. E., Handley, J. F., Ennos, A. R., & Pauleit, S. (2007). Adapting cities for climate change: The role of the green infrastructure. *Built Environment*, 33(1), 115-133. <https://doi.org/10.2148/benv.33.1.115>
- Goethe-Institut. (n.d.). *Goethe-Institut Ankara*. <http://www.goethe.de/ins/tr/ank/prj/urs/geb/res/kas/trindex.htm>
- Gómez-Baggethun, E., & Barton, D. N. (2013). Classifying and valuing ecosystem services for urban planning. *Ecological Economics*, 86, 235-245.
- Gökkyer, E. ve Bilgili, B. C. 2014. Bartın İli Örneğinde Yeşil Alanların Ulaşılabilirliğinin Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma. *SDU Faculty of Forestry Journal*, 15(2).
- Gulsrud, N. M., Hertzog, K., & Shears, I. (2018). Innovative urban forestry governance in Melbourne?: Investigating "green placemaking" as a nature-based solution. *Environmental Research*, 161, 158-167.
- Hansen, R. and Pauleit, S. 2014. From Multifunctionality to Multiple Ecosystem Services? A Conceptual Framework for Multifunctionality in Green Infrastructure Planning for Urban Areas. *Ambio*, 43, p. 516-529.
- Harrison, C., Burgess, J., Millward, A., & Dawe, G. (1995). *Accessible natural greenspace in towns and cities: A review of appropriate size and distance criteria* (English Nature Research Report No. 153). English Nature.

- Hepcan, Ş. (2013). Analyzing the pattern and connectivity of urban green spaces: A case study of Izmir, Turkey. *Urban Ecosystems*, 16, 279–293. <https://doi.org/10.1007/s11252-012-0271-2>
- Kavaratzis, M., & Kalandides, A. (2015). Rethinking the place brand: the interactive formation of place brands and the role of participatory place branding. *Environment and Planning A*, 47(6), 1368-1382.
- Lennon, M. (2015). Green infrastructure and planning policy: A critical assessment. *Local Environment*, 20(8), 957–980. <https://doi.org/10.1080/13549839.2014.880411>
- Lynch, K. (1960). *The image of the city*. The MIT Press.
- Mell, I. C. (2010). *Green infrastructure: Concepts, perceptions and its use in spatial planning* (PhD Thesis). Newcastle University.
- Pauleit, S., Zölch, T., Hansen, R., Randrup, T. B., & Konijnendijk van den Bosch, C. (2017). Nature-based solutions and climate change—four shades of green. *Nature-Based Solutions to Climate Change Adaptation in Urban Areas*, 29-49.
- Polat, A. T. (2001). *Kent parkı kavramı ve Konya için örnek bir çalışma* (Yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Radstrom, S. (2014). A PlaceSustaining framework for local urban identity: An introduction and history of Cittaslow. *Italian Journal of Planning Practice*, 1(1), 90-113.
- Sandström, U. G. (2002). Green infrastructure planning in urban Sweden. *Planning Practice & Research*, 17(4), 373–385. <https://doi.org/10.1080/02697450216356>
- Seamon, D., & Sowers, J. (2008). Place and Placelessness, Edward Relph. *Key texts in human geography*, 43, 51. DOI: 10.4135/9781446213742.n5
- Şahin, P. (2014). *Atatürk Bulvarı'nın Ulus - Sıhhiye bölümünün kentsel peyzaj tasarımı açısından irdelenmesi* (Yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (n.d.). *Kültür ve tabiat varlıkları*. Ankara Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü. <https://ankara.ktb.gov.tr/TR-152363/kultur-ve-tabiat-varliklari.html>
- Tuna, A. (2021). İngiltere'de yeşil altyapı kavramının uygulama örnekleri üzerinden irdelenmesi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 21, 416-423.
- Tzoulas, K., Korpela, K., Venn, S., Yli-Pelkonen, V. J., Kazmierczak, A., Niemelä, J., & James, P. (2007). Promoting ecosystem and human health in urban areas using green infrastructure: A literature review. *Landscape and Urban Planning*, 81(3), 167-178. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2007.02.001>
- United Nations Department of Economic and Social Affairs. (2018, May 16). 68% of the world population projected to live in urban areas by 2050, says UN. *United Nations*. <https://www.un.org/tr/desa/68-world-population-projected-live-urban-areas-2050-says-un>



## Etik Değerlerin Örgütsel Sürdürülebilirliğe Etkisinde İşbirlikçi Davranışların Aracılık Rolü\*

### A Research on the Mediating Role of Collaborative Behaviors in the Effect of Ethical Values on Organizational Sustainability

Neşe ÖNER ŞEKER<sup>1</sup>, Abdullah KARAKAYA<sup>2</sup>

#### Özet

Bu çalışmanın amacı, nesiller arasında dengeli şekilde kalkınmayı hedefleyen örgütsel sürdürülebilirlik olgusunu, etik değerler çerçevesinde açıklarken bu süreçteki işbirlikçi davranışların aracılık rolünü belirlemektir. Araştırma, Karadeniz Bölgesi'nin Batı Karadeniz Bölümü'nde hizmet vermekte olan üç, dört ve beş yıldızlı konaklama işletmelerinin çalışanlarıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın yapıldığı dönemde toplam 68 adet üç yıldızlı, dört yıldızlı ve beş yıldızlı konaklama işletmesinin faaliyet gösterdiği ve söz konusu işletmelerde toplam 1617 çalışanın olduğu belirlenmiştir. Kolayda örnekleme yöntemi ile toplam 441 kişiden veri toplanmıştır. Veriler yüz yüze ve çevrimiçi anket tekniği ile toplanmıştır. Toplanan veriler SPSS 22 ve AMOS 22 ile analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda; etik değerlerin örgütsel sürdürülebilirlikle ve işbirlikçi davranışlarla pozitif ve anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca işbirlikçi davranışlarla örgütsel sürdürülebilirlik arasında da pozitif ve anlamlı bir ilişki bulgusuna ulaşılmıştır. Çalışmada; etik değerler işbirlikçi davranışlarla birlikte modele dâhil edildiğinde, etik değerlerin örgütsel sürdürülebilirlik üzerindeki etkisinde işbirlikçi davranışların aracılık rolü olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak, konaklama işletmelerinde örgütsel sürdürülebilirliği ve ilişki faktörlerini anlayarak, uygulamalarını etkili şekilde yönetmek için etik değerlerin temel alındığı, işbirlikçi davranışlarla da desteklenen bir yaklaşım önerilmektedir. Bu çerçevede çalışma, işletmelere sürdürülebilirlik için bütünsel bir bakış açısı sunarak, daha uyumlu ve etik bir örgütsel yapı oluşturmanın önemini vurgulamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Etik Değerler; İşbirlikçi Davranış; Örgütsel Sürdürülebilirlik; Konaklama İşletmeleri

#### Abstract

The aim of this study is to explain the concept of organizational sustainability, which aims for balanced development across generations, within the framework of ethical values while determining the mediating role of collaborative behaviors in this process. The research was conducted with the employees of three, four, and five-star accommodation establishments operating in the Western Black Sea Region of the Black Sea Region. During the study period, a total of 68 three-star, four-star, and five-star accommodation establishments were identified, with a total of 1,617 employees working in these establishments. Data were collected from a

<sup>1</sup>Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Karabük

<sup>2</sup>Karabük Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Karabük

#### ORCID:

N.Ö.Ş.: 0000-0003-3014-3259

A.K. : 0000-0002-3214-6771

#### Corresponding Author:

Neşe ÖNER ŞEKER

Email: onerese25@hotmail.com

**Citation:** Öner-Şeker, N. ve Karakaya, A. (2025). Etik değerlerin örgütsel sürdürülebilirliğe etkisinde işbirlikçi davranışların aracılık rolü. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 15 (1), 140-156.

**Submitted:** 11.02.2025.

**Accepted:** 21.02.2025

\*Bu çalışma, Prof. Dr. Abdullah Karakaya danışmanlığında hazırlanan "Etik Değerlerin Örgütsel Sürdürülebilirliğe Etkisinde İşbirlikçi Davranışların Aracılık Rolü Üzerine Bir Araştırma" adlı doktora tezinden türetilmiştir.

*total of 441 participants using a convenience sampling method. The data were gathered through face-to-face and online survey techniques and analyzed using SPSS 22 and AMOS 22. The analyses revealed that ethical values have a positive and significant relationship with both organizational sustainability and collaborative behaviors. Additionally, a positive and significant relationship was found between collaborative behaviors and organizational sustainability. When ethical values were included in the model alongside collaborative behaviors, it was determined that collaborative behaviors play a mediating role in the impact of ethical values on organizational sustainability. As a result, the study suggests an approach based on ethical values and supported by collaborative behaviors to effectively manage applications aimed at understanding organizational sustainability and its relational factors in accommodation businesses. Within this framework, the study emphasizes the importance of establishing a more harmonious and ethical organizational structure by offering a holistic perspective on sustainability for businesses.*

**Keywords:** Ethical Values; Collaborative Behavior; Organizational Sustainability; Hospitality Businesses

## 1. GİRİŞ

Toplumlar, ilk çağlardan bugüne kadar doğal çevreyle sürekli etkileşim halinde olmuştur. Bu etkileşimde de, insanların bilinçsiz şekilde kullanmalarının sonucu olarak kaynaklara zarar verilmiş, ciddi çevresel sorunlara sebep olmuş ve olmaya da devam etmektedir. Bu çevresel sorunların kaynaklarına örgütsel açıdan bakıldığında, konaklama işletmeleri verdikleri hizmetler kapsamında en başta yer almaktadır. Çünkü bu işletmelerde insanlar başrolde olup, doğal çevre ve kaynakların, sosyokültürel değerlerin ve tarihi dokuların en büyük kullanıcıları konumundadır. Böylece bu işletmeler özellikle günümüzde artan rekabet koşulları ve kapasiteleriyle birlikte çalışanları ve müşteri potansiyelleriyle de doğal çevre ve diğer kaynakların bilinçsizce kullanılmasına zemin oluşturmaktadır.

Yenidünya düzeninde, toplumsal gelişmenin en önemli aracı olarak hizmet işletmelerinin sürdürülebilirliğinin sağlanması, üzerinde durulması gereken konulardan bir tanesidir. İşletmeler, daha uzun vadeli ve bütünü içine alarak fayda sağlamayı temel amaç edinmelidir (Kates, 2016, s. 14). Aslında günümüzdeki işletmeler sürdürülebilir olmak için bireysel ve toplumsal farkındalıklar geliştirmiş ve geliştirmektedir (Gajanayake vd., 2024, s. 173). Fakat bu farkındalıklarla düşünceleri eylem ve uygulamalara dönüştürme konusunda önemli belirsizlikler yaşanmaktadır (Msengi vd., 2019, s. 5). İşletmeler bu belirsizlikleri ortadan kaldırmak için hizmet, üretim, tüketim ve bunların ekonomik olması kadar, kaynakların sınırlı olduğunun bilincinde olarak faaliyetlerini gerçekleştirmelidir. Özellikle yönetim süreçlerine çevresel, kültürel ve toplumsal duyarlılığı bütünleştirmeleri hayati öneme sahiptir. Beraberinde, çalışanların ve toplumun yaşam kalitesi göz önüne alınarak, sosyal adalet ve çalışma düzeni, ekonomik refah, kültürel canlılık; çevrenin korunarak çevresel dayanıklılığa ulaşılması amacıyla ilkelerin benimsenmesi gerekmektedir (Ayrıl, 2021, s. 58). Bütün bunları sağlamanın en temel yollarından biri ise örgütsel sürdürülebilirliğin kurumsallaştırılmasıdır.

Günümüzde bir yönetim stratejisi olarak değerlendirilen örgütsel sürdürülebilirlik bireysel, toplumsal inançlar ve algılarla zenginleşmektedir. Ahlaki, çevresel ve ekonomik değerleri gözeterek de uzun vadeli bir paydaş ve işletme değeri yaratmayı hedeflemektedir. Ayrıca kaynakları kullanırken ahlaki boyutu göz ardı etmemeli, çevreye ve topluma zarar vermeyen; dönüştürülebilir malzemeler, atık azaltıcı teknolojiler ve uzun ömürlü, çevre dostu araç-gereçler kullanılmalıdır. Bu uygulamalar işletme maliyetlerini optimize ederken kaynakları korumayı ve yaşam kalitesini artırmayı desteklemektedir. Ancak bunlar yeterli olmamaktadır. Örgütsel sürdürülebilirliğin sağlanması için çalışanların etik davranışları ve inançlarıyla birlikte çalışanlar arasındaki işbirlikçi davranışlar da büyük bir rol oynamaktadır (Tüylü, 2022, s. 23). Bu roldeki saygı, dürüstlük, hesap verebilirlik ve güven gibi etik anlayışlar, çalışan bağlılığını güçlendirirken işbirlikçi davranışlarını da artırmaktadır. Bunlar, çalışanların bütünü bir parçası olduklarını desteklemekte, saygı ve hoşgörüyü arttırarak bağlarını güçlendirebilmektedir. Özellikle konaklama işletmeleri geniş paydaş kitlesine sahip oldukları için yoğun rekabet ortamında bu

değerlere ve işbirlikçi davranışlara dayalı bir çalışma anlayışının, söz konusu işletmelerdeki performansı ve üretkenliği yükselterek tüm paydaşların istek ve beklentilerinin karşılanmasını sağlayacağı düşünülmektedir. Bu düşünceden hareketle; Batı Karadeniz Bölümü'nde faaliyet gösteren üç, dört ve beş yıldızlı konaklama işletmelerindeki çalışanların etik değerlere olan bağlılıklarının, örgütsel sürdürülebilirliğin devam ettirilmesindeki rolü ve bu rollerde işbirlikçi davranışlarının aracılık etkisi incelenmiştir.

## 2. KURAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1. Etik Değerler

Etik kavramı, karakter, alışkanlık, gelenek ve töre anlamlarını içermektedir ve bireyin doğruyu yanlıştan ayırt etmesine yardımcı olan tutum, ilke, sosyal normlar ve mesleki kodlarla şekillenmektedir. Bu tutum, ilke, sosyal normlar ve mesleki kodlar çeşitli değerlerin oluşmasına katkıda bulunmaktadır. Etik değerler olarak tanımlanan bu değerler, bireylerin hayata karşı bireylerin hayata karşı temel yönelimlerinin yansıması olarak nitelendirilmektedir (Sroka ve Lörinczy, 2015, s. 157). Bireysel ve örgütsel karar alma süreçlerinde bu değerlerin belirleyici rolleri bulunmaktadır. Bununla birlikte toplumsal kabul edilebilirliğin en önemli unsuru olarak nitelendirilmektedir. Bu bakımdan etik değerler, insan davranışlarını düzenlemeye yardımcı sistematik ilkeler olarak (Stroll vd., 2019, s. 11) birey ve örgütlerin durum analizi yapmalarını sağlamaktadır.

Toplumsal düzeni sağlamada bireylere rehberlik eden etik değerler, günümüzde farklı süreçlerden geçerek, ihtiyaçların değişmesi ve gelişen sistemlerle bütüncül bir anlayışa sahip hale gelmiştir. Bu ahlaki kurallar, insan yaşamının her alanında etkili olmakta, toplumların istenilen ve olması gereken yaşam şartlarının belirlenmesinde rol alarak önemli bir olgu haline gelmektedir (Demirhan ve Karahan, 2015, s. 249). Bununla birlikte teknoloji ve bilimdeki gelişmelerin insanlığa getirdiği faydaların yanında geleceğe dair de pek çok kaygı yaratan durumları getirmiştir. Bu durumlar da iletişim, insan hakları, örgütlenmeye dair gelişmeler, çevresel sorunlarının artması, yaşam standartlarının yükselmesi ile de etik değerler oldukça önem kazanmıştır. Bu değerler kuramsal disiplin olmaktan öteye her disipline ait mesleki kuralları içeren ve etik kodlar halinde sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır (Dağcı Büyük, 2019, s. 36).

Örgütsel olarak işletmelerin varlığına sürdürülebilirlik başarısı da etik değerlere sahip çalışanların iş birliği içerisinde hareket etmelerine ve süreci yönetmelerine bağlı olduğu görülmüştür. Bireylerin ve toplumların ilişkilerini düzenleyerek, evrensel kabul görmüş normlar ve davranış standartları sunan etik değerler, hem bireysel hem de toplumsal fayda sağlayan temel bir yapı taşı haline gelerek önemle üzerinde durulması gereken bir konu olmaktadır.

### 2.2. Örgütsel Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilirlik, doğayla uyum içinde olup kaynakların korunarak kullanılması ve bugünün ihtiyaçlarını gelecekte ödün vermeden karşılayabilme anlayışı olarak ifade edilmektedir. Brundtland Raporu sürdürülebilirliği, şimdiki neslin ihtiyaçlarını karşılarken gelecek nesillerin kaynaklarını tehlikeye atmama ilkesine dayandırmaktadır (Febrian ve Sani, 2023, s. 1839). Buradan hareketle örgütsel sürdürülebilirlik kavramı da, paydaşların ihtiyaçları karşılanırken, gelecek nesillerin insani, sosyo-kültürel, ekonomik ve doğal kaynaklarını düşünerek hareket etme ve koruma amacı taşıyan, bunu işletmelerin tüm politika, strateji ve uygulamalarına uyumlaştırma çalışmaları olarak tanımlanmaktadır (Mead vd., 2022, s. 1-3). Kısaca işletmelerin paydaş ihtiyaçlarını karşılarken çevresel, ekonomik ve sosyokültürel faktörler arasında denge kurmalarını gerektirmektedir.

Yenidünya düzeninde bütün süreçlerde, ekonomik faktörlerle birlikte çevresel ve toplumsal etkiler de dikkate alınmaktadır. İşletmelerin uzun vadeli başarıları, çalışanların ve toplumun

yaşam kalitesini gözeten, sosyal adalet ve çevresel dayanıklılığı ön planda tutan bütüncül bir sürdürülebilirlik ilkesini benimsemelerine bağlanmaktadır (Özen ve Albayrak, 2018, s.19). İşletmeler sadece kârlılığa değil, çevre ve toplumsal kaynakların korunması, dayanıklılığının artması için sorumlu, proaktif kararlar almaya da teşvik edilmektedir. Bu kapsamda devletler pek çok girişimler ve standartlar aracılığıyla işletmeleri desteklemektedir. Çalışma yaşamındaki temel ilke ve hakları temsil eden; BM İnsan Hakları Evrensel Beyanname, ILO beyanı, Çocuk Hakları ve İş İlkeleri, OECD Yeşil Büyüme Ölçüm Çerçevesi, Küresel Raporlama Girişimi (GRI) çerçevesi, OHSAS 18001, SS 854000: 2014 topluluklarda sürdürülebilirlik için yönetim sistemi, ISO 14001: 2015 çevre yönetim sistemleri ve ISO 9001: 2015 kalite yönetim sistemleri ve standartları bu girişim ve teşvik araçlarındandır (Ranangen vd., 2018, s. 2).

İşletmelerin ortaya koydukları ürün, hizmet ve inovasyonların sürdürülebilirliğe katkısının olması ve bunun işletme kültürü haline gelmesi yeni küresel rekabet ortamında örgütsel bir gereklilik olarak görülmektedir (Açıklın ve Kayabaşı, 2019, s. 195). Bu nedenle tüm canlıların merkeze alındığı bu paradigmayla, uzun vadeli, paydaşların duygusal, rasyonel ve manevi ihtiyaçlarını karşılayabilen ortak bir değer ve kültür anlayışı oluşturulmaktadır (Tideman v.d., 2013, s. 21). İşletmeler bu anlayışı özümseyerek faaliyetlerini gerçekleştirmekte ve bunu ekonomik çıktılara dönüştürülebilen aynı zamanda da maddi olmayan somut faydalar elde etmektedirler.

### 2.3. İşbirlikçi Davranış

Latince “col” (birlikte) ve “laborare” (çalışmak) kelimelerinin birleşiminden oluşan “collaborare” teriminden türetilmiş olan işbirliği, birlikte iş yapma ve çalışma anlamına gelmektedir (Durmuş vd., 2018, s. 455). Bu kavram, bireylerin ortak hedefler doğrultusunda birlikte hareket etme anlayışına dayanmaktadır ve tüm canlıların varlığını sistematik şekilde sürdürebilmesi adına temel bir yaklaşım sunmaktadır. İşbirlikçi davranışlarla bireyler ve grupların ortak hedefleri için sadece bilgi ve becerilerini değil; risk ve sistemlerini de paylaşarak uyum içinde çalışmalarını hedeflemektedir (Bulut, 2004, s. 24).

İşbirlikçi davranışlar, örgütlerde hiyerarşik olmayan bir iletişim ve uzmanlığın olduğu paylaşılmış güç ve otorite niteliklerinden oluşmaktadır. Böylece çalışanlar birbirilerine destek olma, yükümlülükleri paylaşma ve birbirlerine ulaşma konusunda daha rahat olmaktadır (Uslu ve Karaduman, 2023, s. 1306). Çalışanlar böyle bir anlayışla ortak amaç ve kararlar çerçevesinde, sağlıklı bilgi ve performans paylaşımında bulunarak işbirlikçi bir yapı oluşturmaktadırlar. Bu yapının da temelinde rekabetçi yaklaşımlar yerine daha işlevsel bir model olan katılımcı yaklaşımlar öne çıkmaktadır. Katılımcı anlayışa sahip işbirlikçi çalışma modelinin, temel koşulu insan odaklı hizmet sunumu olan işletmeler için büyük bir öneme sahiptir (Henrich ve Muthukrishna, 2020, s. 220). Bu işletmelerin performanslarını beraberinde de hizmet kalitelerini arttırmakta, işletmelere rekabet avantajı sağlayarak ve örgütsel sürdürülebilirliklerini desteklemektedir.

### 2.4. Etik Değerler, İşbirlikçi Davranış ve Örgütsel Sürdürülebilirlik Arasındaki İlişki

İnsan ilişkilerinin temelini oluşturan etik değerler toplumsal değer olarak yapılması istenen, en çok kabul gören ve insani olarak iyi davranışları kapsamaktadır. Bunlarla birlikte toplumsal yapılarda bireylerden göstermeleri beklenen işbirlikçi davranışlar da ortak amaçlar için uyum ve süreklilik halinde hareket edilmesi istenen olumlu davranışlar arasındadır (Bardakoğlu ve Akgündüz, 2016, s. 146). Bireylerin etik değer olarak algıladıkları, iş ve sosyal yaşamda tekrar eden ve işbirlikçi davranışlarda önemli bir sorun olan uyum probleminin çözümü olarak değerlendirilmektedir (Curry, 2016, s. 35). Bu çerçeveden bakıldığında etik değerler aslında işbirlikçi davranışların çıktısını oluşturmaktadır.

Etik değerler, işletmelerin ahlaki sorumluluklarını belirleyerek işbirlikçi davranışlara zemin oluşturmakta ve çalışanlar arasındaki dayanışmayı güçlendirmektedir. Bu dayanışmanın güçlenmesiyle de örgütsel sürdürülebilirlik desteklemektedir. İşletme içerisindeki ilişkiler, çalışanların birbirine ve çevreye karşı sorumlulukları ve bunları yerine getirme düzeyleriyle şekillenmektedir (Aksoy, 2019, s. 69). Doğal kaynaklar ve diğerlerinin kullanımı, çevre koruma stratejileri, birlikte hareket ederek, bilgi, beceri ve deneyimleri paylaşma tutumları etik değerler temel alınarak geliştirilmektedir. Örgütsel sürdürülebilirlikle ilgili alınan kararlar ve uygulamalar, daha duyarlı yönetim sistemi oluşturmadaki faaliyetler bu değerlere bağlı bir anlayışla gerçekleştirilebilmektedir (Sievers-Glotzbach ve Tschersich, 2019, s. 5). Sonuç olarak etik değerler temelindeki bir işletmenin doğal kaynakları başta olmak üzere, ekonomisi, iş yönetim anlayışları ve çalışma şekilleri, sosyal sermayeleri birbirini destekleyerek örgütsel açıdan sürdürülebilirliğini güçlendirmektedir. Böylece işletmeler iç dinamiklerini güçlendirirken çevresel ve toplumsal sorumluluklarını da yerine getirerek uzun vadeli başarılar elde etmektedirler.

### 3. YÖNTEM

#### 3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Etik değerlerin örgütsel sürdürülebilirliğe etkisinde işbirlikçi davranışların aracılık rolünün olup olmadığının belirlemek amacıyla yapılan bu çalışma, sosyal, kültürel ve doğal çevreye gömülü ve örgütsel sınırların ötesindeki durumlardan kendileri etkilenirken diğerlerini de etkilemekte olan konaklama işletmelerinde yapılmıştır. Sürdürülebilir bir toplum ve işletme olmak artık herkes için ortak vizyon olarak görülmektedir. Çevreyle etkileşimli ve uyumlu bir şekilde sürdürülebilirliği sağlayabilmenin temelinde ahlaki boyut olan etik değerler, toplumsal kültür ve sosyal bir bilinç içerisinde süreci yürütme barınmaktadır. Böylece çalışmanın önemi, bireylerin sürdürülebilirlik farkındalığının hem işletme içerisinde hem de işletme dışındaki toplumlarda davranışa dönüşmesini sağlamaktır. Çıkarların çatışması yerine, etik, çevre ve soyokültürel faktörlerin işletme uygulamalarına dâhil edilerek, kaynakların sınırsız olmadığı; korunması gerektiği gerçeğinin bilincini oluşturarak gelecek nesillere sağlam ve güvenli bir ortam bırakmanın yollarını ortaya koymaktır. İşletmelerin sürdürülebilirlik bilinciyle kaynakları, etik değerler çerçevesinde, çalışanların işbirliği içerisinde verimli kullanması, hem topluma hem de işletmeye faydalar sağlayacaktır. Bu bağlamda üç kavramın birlikte incelendiği çalışmanın amacına yönelik olarak; etik değerlerin örgütsel sürdürülebilirliğe etkisinde işbirlikçi davranışların aracılık rolü var mıdır? sorusuna cevabı aranmıştır.

#### 3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın hedef evrenini Karadeniz Bölgesinin Batı Karadeniz Bölümü'nde hizmet veren üç, dört ve beş yıldızlı konaklama işletmeleri çalışanları oluşturmaktadır. Batı Karadeniz Bölümü'nde özellikle Bartın (Amasra), Kastamonu, Karabük (Safranbolu, Eskipazar), Zonguldak (Ereğli), ve Bolu turistik merkezleri yerli ve yabancı turistlere alternatif turizm hizmetleri sunarak ekonomiye katkı sağlamaktadır. Batı Karadeniz Bölümü'nde Bartın, Bolu, Düzce, Karabük, Kastamonu, Sinop ve Zonguldak olarak toplamda 7 şehir vardır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın web sayfasından alınan bilgilere göre Batı Karadeniz Bölümü'nde hizmet veren üç, dört ve beş yıldızlı konaklama işletme sayısı toplam 68'dir ve bunlar Tablo 1'de verilmektedir.

Tablo 1. Konaklama İşletmeleri

Şehirler	Sayı	%
Karabük	6	9
Zonguldak	8	12
Kastamonu	11	16
Bartın	6	9
Bolu	16	23
Düzce	10	15
Sinop	11	16
<b>Toplam</b>	<b>68</b>	<b>100</b>

Araştırmanın yapıldığı döneme yukarıdaki 68 işletmede toplam 1617 kişinin çalıştığı ilgili işletmelerden öğrenilmiştir. Araştırma alanının geniş olmasından ötürü, çalışmaya dâhil etmenin genellikle araştırmacının kontrolünde olduğu yöntem olan kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırma toplamda 441 gönüllü katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılanların demografik özelliklerine göre dağılımı Tablo 2’de sunulmaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Özellikler	Kategori	Sayı	%
Cinsiyet	Kadın	198	45
	Erkek	243	55
Medeni durum	Evli	256	58
	Bekâr	185	42
Yaş	18-25	40	9
	26-30	117	27
	31-35	115	26
	36-40	85	19
	41 yaş ve üzeri	84	19
Eğitim Durumu	Lise	30	7
	Ön Lisans	121	27
	Lisans	213	48
	Lisansüstü	77	18
İşletme Sınıfı	3 Yıldızlı	108	25
	4 Yıldızlı	221	50
	5 Yıldızlı	112	25
	İdari Ç.	110	25
İşletmedeki Görevi	Resepsiyon	67	15
	Kat Hizmet.	57	13
	Teknik Ç.	55	12
	Güvenlik	44	10
	Mutfak/Rest.	108	25
	5 yıl ve altı	97	22
Çalışma Süresi	6-10 yıl	294	67
	11 yıl ve üzeri	50	11
	<b>Genel Toplam</b>	<b>441</b>	<b>100</b>

Tablo 2 incelendiğinde, katılan bireylerin %55’i erkek, %58 evlidir. Katılımcılardan 26-30 (%27) ve 31-35 (%26) yaş aralığındakilerin yoğunlukta olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan çalışanların çoğunlukla ön lisans (%27) ve lisans (%48) mezunu oldukları ve yarısının da 4 yıldızlı



konaklama işletmelerinde çalıştıkları bulgusuna ulaşılmıştır. Çalışanların %25'i idari, %25'i mutfak/restoran bölümlerinde çalışmaktayken, yarısından fazlası da %67'si 6-10 yıldır aynı işletmede çalıştıklarını belirtmişlerdir.

### 3.3. Veri Toplama Yöntemi ve Analizi

Araştırma verilerinin toplanmasında hibrit anket tekniği kullanılmıştır. Bireylerin etik değer algılarını ölçmek için; Walker ve Jensen (2015) tarafından geliştirilmiş, Dost Gözkan (2016) tarafından Türkçeye çevrilmiş olan Etik Değerler Ölçeği kullanılmıştır. Ölçeklerin hepsi 5'li likert tipinde olup, bu ölçek, özerklik, toplum ve din etiği olarak üç boyut ve 18 ifadeden oluşur. Sürdürülebilirlik algılarını ölçmede, Sezen Gültekin ve Argon (2020) tarafından geliştirilen; çevresel, kültürel, sosyal, ekonomik ve yönetsel olmak üzere beş alt boyut ve 38 ifadeden oluşan Örgütsel Sürdürülebilirlik Ölçeği kullanılmıştır. İşbirlikçi Davranış Ölçeği ise özgeciliğe ayırıştırarak ele almak ve ölçmek amacıyla Xie, Yu, Chen ve Chen (2006) tarafından geliştirilen, Yerlikaya ve Doğruyol (2020) tarafından Türkçe 'ye uyarlanan ölçektir. Bireylerin işbirlikçiliğine yönelik inanç, duygu ve tutumları olarak üç boyut ve 11 ifadeden oluşur.

Toplanan verilerin analizleri istatistik paket programıyla gerçekleştirilmiştir. Önceden kullanılmış ölçeklerin araştırmaya uygunluğu Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA) ile güvenilirlik düzeyleri Cronbach alfa ( $\alpha$ ) ile test edilmiştir. Ardından toplanan verilerdeki çalışan özellikleri ve ifadeler verilen cevapların düzeyini belirlemek amacıyla frekans ve aritmetik ortalama değerlerinden faydalanılmıştır. Söz konusu aritmetik ortalamalar da katılımcıların etik değerleri, işbirlikçi davranış düzeyleri ve örgütsel sürdürülebilirlik algılarını belirlemek için "1.00-1.80 = kesinlikle katılmıyorum, 1.81-2.60 = katılmıyorum, 2.61-3.40 = kararsızım, 3.41-4.20 = katılıyorum ve 4.21-5.00 = kesinlikle katılıyorum" değer aralıklarına göre değerlendirilmiştir (Özdamar, 2001, s. 145). Son olarak işbirlikçi davranışların aracılık etkisini test etmede SPSS ara yüzüne eklenen, PROCESS v4.2 programıyla aracılık testi yapılmıştır.

## 4. BULGULAR

### 4.1. Geçerlilik Analizlerine İlişkin Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde kullanılan ölçeklerin geçerliğine ilişkin, AMOS paket programı ile doğrulamalı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. Bu çerçevede etik değerler ölçeğinin 16 ifadesiyle gerçekleştirilen DFA bulguları Tablo 3'te sunulmaktadır.

**Tablo 3.** Etik Değerler Ölçeği DFA Bulguları

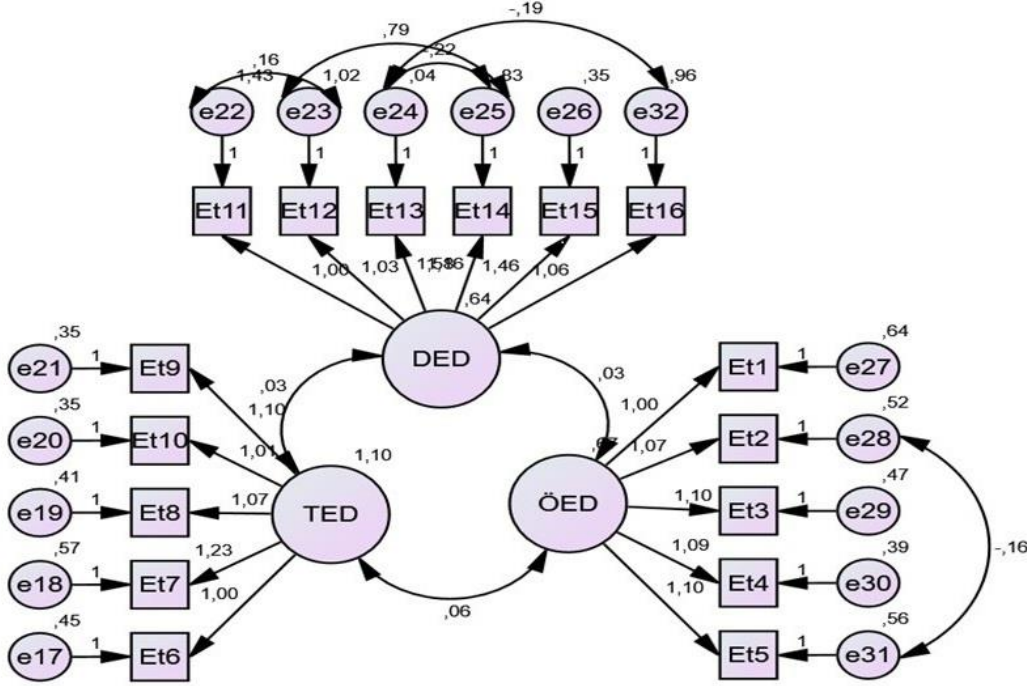
Değişkenler	Faktör Yükleri	Standart Hatalar	t-Değerleri
<b>Özerklik</b>			
Etik 1	0,711	-	-
Etik 2	0,771	0,072	14,848
Etik 3	0,795	0,070	15,754
Etik 4	0,819	0,068	16,192
Etik 5	0,769	0,074	14,803
<b>Toplum</b>			
Etik 6	0,841	-	-
Etik 7	0,862	0,053	22,992
Etik 8	0,868	0,046	23,236
Etik 9	0,890	0,045	24,277
Etik 10	0,874	0,043	23,499
<b>Din</b>			
Etik 11	0,556	-	-
Etik 12	0,633	0,088	11,727

Etik Değerlerin Örgütsel Sürdürülebilirliğe Etkisinde İşbirlikçi Davranışların Aracılık Rolü

Etik 13	0,989	0,118	13,387
Etik 14	0,715	0,100	11,653
Etik 15	0,892	0,109	13,464
<b>Etik 16</b>	<b>0,653</b>	<b>0,100</b>	<b>10,540</b>

Tabloda sunulan değerler incelendiğinde her üç faktör altında toplanan ifadelerin faktör yüklerinin 0,55 ile 0,98 arasında değiştiği ve kabul edilebilir aralıklarda olduğu görülmektedir. T-en düşük değerinin 10,540 olduğu ve faktör yüklerinin 0,05 anlamlılık düzeyinde geçerli olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Ölçeğe ilişkin doğrulayıcı faktör analizi modeli, aşağıda Şekil 1’de verilmektedir.



Şekil 1. Etik Değerler Ölçeği DFA Modeli

Şekil 1 incelendiğinde ölçek ifadelerinin normal dağılım gösterdiği anlaşılmaktadır. DFA 'da model uyumunun sağlanması için uyum iyiliği değerlerine bakılır. Değerlerden ki kare uyum testinin ( $\chi^2/sd$ ) 5'ten küçük olması, uyum iyiliği indeksi (GFI) değerinin 0,80'den büyük olması, normlandırılmış uyum indeksi (NFI), Tucker-Lewis indeksi (TLI) ve karşılaştırmalı uyum indeksi (CFI) değerlerinin 0,90'dan büyük olması, yaklaşık hataların ortalama karekökü (RMSEA) değerinin de 0,80'den küçük olması beklenmektedir (Schumacker ve Lomax, 2004, s. 82-83). Etik değerler ölçeğine ilişkin;  $\chi^2/sd$  değeri GFI, NFI, TLI, CFI ve RMSEA değerleri aşağıda Tablo 4'te sunulmaktadır.

Tablo 4. Etik Değerler Ölçeği Uyum İyiliği Değerleri

Uyum İyiliği Kriterleri	( $\chi^2/sd$ )	GFI	NFI	TLI	CFI	RMSEA
Uyum İyiliği Değeri	2,751	0,934	0,952	0,961	0,969	0,063
Kabul Değeri	$\leq 5,000$	$\geq 0,800$	$\geq 0,900$	$\geq 0,900$	$\geq 0,900$	$< 0,800$

Tablo 5'teki değerler incelendiğinde tüm uyum şartı kriterlerinin kabul edilebilir aralıklarda olduğu görülmektedir böylece etik değerler ölçeğinin 3 faktörlü ve 16 ifadedi yapısının örneklemden toplanan veriler ile uyum sağladığı sonucuna ulaşılmıştır.

İşbirlikçi davranış ölçeğinin 11 ifadeyle yapılan DFA bulguları da aşağıda Tablo 5'te sunulmaktadır.

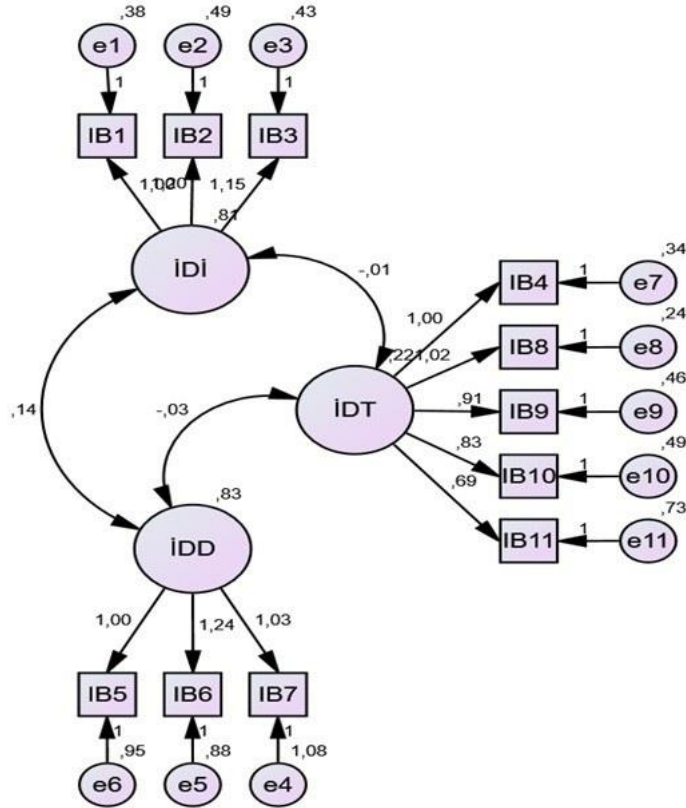
**Tablo 5.** İşbirlikçi Davranış Ölçeği DFA Bulguları

Değişkenler	Faktör Yükleri	Standart Hatalar	t-Değerleri
<b>İnanç</b>			
İşbirlikçi 1	0,824	-	-
İşbirlikçi 2	0,840	0,064	18,822
İşbirlikçi 3	0,845	0,061	18,886
<b>Duygu</b>			
İşbirlikçi 5	0,683	-	-
İşbirlikçi 6	0,771	0,119	10,488
İşbirlikçi 7	0,669	0,097	10,525
<b>Davranış</b>			
İşbirlikçi 4	0,886	-	-
İşbirlikçi 8	0,918	0,036	28,066
İşbirlikçi 9	0,829	0,039	23,153
İşbirlikçi 10	0,796	0,039	21,501
<b>İşbirlikçi 11</b>	<b>0,663</b>	<b>0,043</b>	<b>16,115</b>

Not: \* $p < 0,05$ ; N: 441; DFA: Doğrulayıcı Faktör Analizi

Tablo 5'te verilen değerler incelendiğinde, üç faktör altında toplanan ifadelerin de faktör yüklerinin 0,66 ile 0,91 arasında ve en küçük t- değerinin 10,488 olduğu böylece kabul edilebilir düzeyde olduğu gözlenmiştir.

İşbirlikçi davranış ölçeğine ait DFA modeli aşağıda Şekil 2'de sunulmaktadır.



**Şekil 2.** İşbirlikçi Davranış Ölçeği DFA Modeli

Şekil 2 incelendiğinde ölçek maddelerinin normal dağılım gösterdiği görülmektedir.

İşbirlikçi davranış ölçeğinin gerekli olan;  $\chi^2/sd$  değeri GFI, NFI, TLI, CFI ve RMSEA değerleri Tablo 6’da sunulmaktadır.

**Tablo 6.** İşbirlikçi Davranış Ölçeği Uyum İyiliği Değerleri

Uyum İyiliği Kriterleri	$(\chi^2/sd)$	GFI	NFI	TLI	CFI	RMSEA
Uyum İyiliği Değeri	2,214	0,961	0,965	0,974	0,980	0,053
Kabul Değeri	$\leq 3.000$	$\geq 0.800$	$\geq 0.900$	$\geq 0.900$	$\geq 0.900$	$< 0,800$

Tablo 6 incelendiğinde tüm uyum şartlarının kabul edilebilir sınırlarda olduğu görülmektedir. Bulgulara göre ölçeğin 3 faktörlü ve 11 ifadeli yapısının örneklemden toplanan veriler ile uyum sağladığı görülmektedir.

Örgütsel sürdürülebilirlik ölçeğinin 38 ifadesi ile yapılan DFA sonuçlarına bakıldığında, elde edilen uyum iyiliği değerlerinin kabul edilebilir sınırların dışında değerler çıkmıştır. Ölçeğin alt boyutu yönetsel sürdürülebilirliğin 23, 29 ve 36’ncı ifadeleri çıkarılarak, analiz yinelenmiştir. Bunun sonucunda da örgütsel sürdürülebilirlik ölçeğinin DFA’sı 35 ifade ile yapılmıştır ve bulgular Tablo 7’de sunulmaktadır.

**Tablo 7.** Örgütsel Sürdürülebilirlik Ölçeği DFA Bulguları

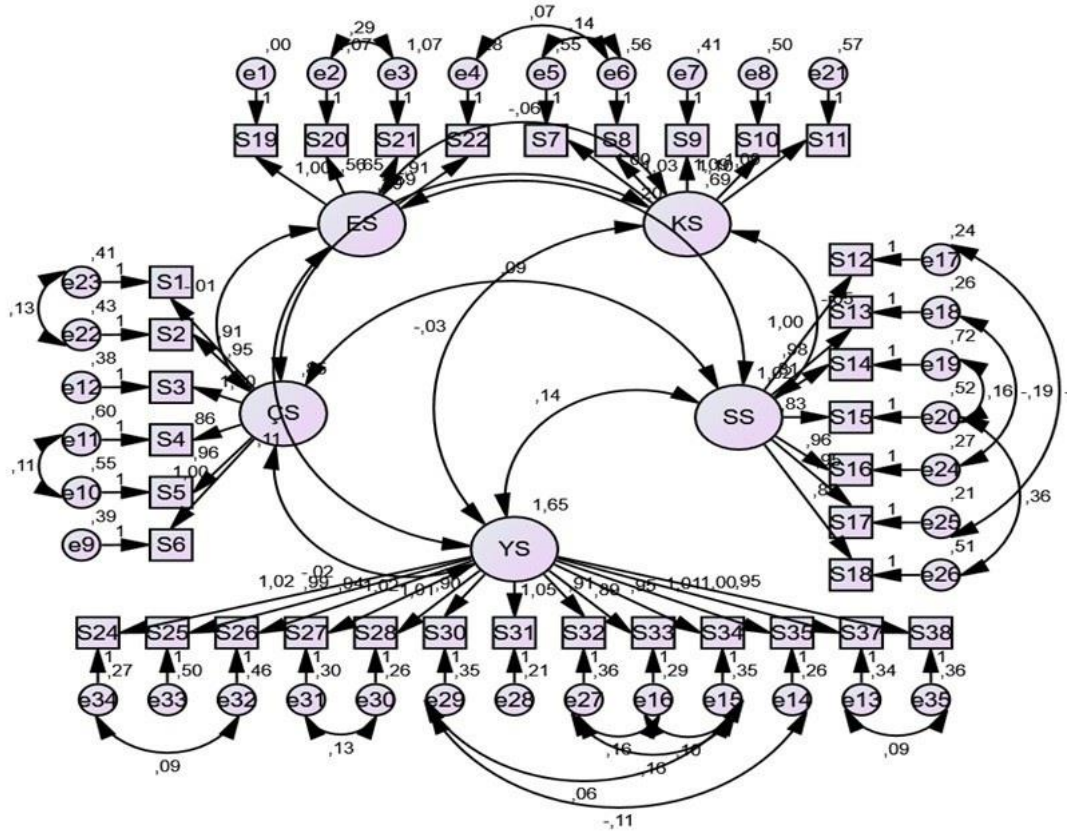
Değişkenler	Faktör Yükleri	Standart Hatalar	t-Değerleri
<b>Çevresel</b>			
Sürdürülebilirlik 1	0,795	0,049	18,681
Sürdürülebilirlik 2	0,799	0,050	18,805
Sürdürülebilirlik 3	0,845	0,050	20,105
Sürdürülebilirlik 4	0,717	0,053	16,303
Sürdürülebilirlik 5	0,765	0,054	17,825
Sürdürülebilirlik 6	0,827	-	-
<b>Kültürel</b>			
Sürdürülebilirlik 7	0,745	-	-
Sürdürülebilirlik 8	0,753	0,058	17,884
Sürdürülebilirlik 9	0,815	0,067	16,210
Sürdürülebilirlik 10	0,790	0,070	15,768
Sürdürülebilirlik 11	0,768	0,071	15,344
<b>Sosyal</b>			
Sürdürülebilirlik 12	0,900	-	-
Sürdürülebilirlik 13	0,891	0,035	28,509
Sürdürülebilirlik 14	0,695	0,045	18,110
Sürdürülebilirlik 15	0,756	0,040	20,883
Sürdürülebilirlik 16	0,881	0,035	27,769
Sürdürülebilirlik 17	0,904	0,040	23,645
Sürdürülebilirlik 18	0,767	0,040	21,377
<b>Ekonomik</b>			
Sürdürülebilirlik 19	1.000	-	-
Sürdürülebilirlik 20	0,564	0,041	13,595
Sürdürülebilirlik 21	0,621	0,042	15,538
Sürdürülebilirlik 22	0,907	0,029	31,583
<b>Yönetsel</b>			
Sürdürülebilirlik 24	0,930	0,030	34,531

Sürdürülebilirlik 25	0,874	0,034	28,944
Sürdürülebilirlik 26	0,871	0,033	28,680
Sürdürülebilirlik 27	0,923	0,030	33,676
Sürdürülebilirlik 28	0,932	0,029	34,720
Sürdürülebilirlik 30	0,889	0,030	30,241
Sürdürülebilirlik 31	0,947	0,029	36,612
Sürdürülebilirlik 32	0,888	0,030	30,205
Sürdürülebilirlik 33	0,903	0,028	31,602
Sürdürülebilirlik 34	0,901	0,030	31,376
Sürdürülebilirlik 35	0,932	0,029	34,697
Sürdürülebilirlik 37	0,911	-	-
<b>Sürdürülebilirlik 38</b>	<b>0,897</b>	<b>0,026</b>	<b>35,989</b>

Not: \*p<0,05; N: 441; DFA: Doğrulayıcı Faktör Analizi

Tablo 7 incelendiğinde, her 5 faktörün altında toplanan ifadelerle ait faktör yüklerinin 0,62 ile 1 arasında değiştiği, en küçük t- değerinin 13,595 olduğu tespit edilmiştir ve faktör yükleri 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

Ölçeğe ait DFA modeli ise aşağıda Şekil 3'te sunulmaktadır.



Şekil 3. Örgütsel Sürdürülebilirlik Ölçeği DFA Modeli

Şekil 3'e göre ifadelerin kabul edilebilir sınırlarda olduğu ve normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Ölçeğe ilişkin gerekli olan;  $\chi^2/sd$  değeri GFI, NFI, TLI, CFI ve RMSEA değerleri de Tablo 8'de sunulmaktadır.

Tablo 8. Örgütsel Sürdürülebilirlik Ölçeği Uyum İyiliği Değerleri

Uyum İyiliği Kriterleri	( $\chi^2/sd$ )	GFI	NFI	TLI	CFI	RMSEA
Uyum İyiliği Değeri	2,404	0,875	0,925	0,950	0,955	0,056
Kabul Değeri	$\leq 3.000$	$\geq 0.800$	$\geq 0.900$	$\geq 0.900$	$\geq 0.900$	$< 0.800$

Tablo 8 incelendiğinde tüm uyum şartı kriterleri kabul edilebilir aralıklardadır. Bulgulara göre örgütsel sürdürülebilirlik ölçeğinin 5 faktörlü ve 35 ifadeli yapısının örneklemeden toplanan verilerle uyum sağladığı sonucuna ulaşılmıştır.

#### 4.2. Güvenilirlik Analizine İlişkin Bulgular

Ölçeklerin yapısal geçerliliklerinin ardından güvenilirlik analizi yapılmıştır. Böylece her bir ölçek ve alt boyutlarının Cronbach alfa ( $\alpha$ ) katsayıları tespit edilmiştir. Kullanılan ölçeklerin güvenilirliği için  $\alpha$  katsayılarının 0,70'den büyük olması gerektiği söylenmektedir (Kline, 2023b, s. 88). Ölçekler ve alt boyutlarına ilişkin Cronbach alfa ( $\alpha$ ) değerleri Tablo 9'da sunulmaktadır.

Tablo 9. Güvenilirlik Analizi Bulguları

Değişkenler	İfade Sayısı	Cronbach alfa ( $\alpha$ )
<b>Etik Değerler</b>	<b>16</b>	<b>0,810</b>
Özerklik	5	0,876
Din	6	0,887
Toplum	5	0,937
<b>İşbirlikçi Davranış</b>	<b>11</b>	<b>0,727</b>
İnanç	3	0,873
Duygu	3	0,750
Tutum	5	0,912
<b>Örgütsel sürdürülebilirlik</b>	<b>38</b>	<b>0,923</b>
Yönetmel	16	0,987
Sosyal	7	0,941
Çevresel	6	0,912
Kültürel	5	0,886
Ekonomik	4	0,864

Tablo 9'daki değerler incelendiğinde alt boyutlarına ilişkin Cronbach alfa ( $\alpha$ ) katsayıları 0,750 ile 0,987 arasında değişmektedir. Etik değerlere ait Cronbach alfa ( $\alpha$ ) katsayısı 0,810, işbirlikçi davranış 0,727 ve örgütsel sürdürülebilirliğe ait Cronbach alfa ( $\alpha$ ) katsayısı 0,923 olup her 3 ölçeğin de güvenilir olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

#### 4.3. Tanımlayıcı İstatistik Bulguları

Katılımcıların etik değerler, işbirlikçi davranış ve örgütsel sürdürülebilirlik hakkındaki algılarını belirlemek ve daha kolay anlaşılması amacıyla gerekli olan; aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Toplanan verilere göre bu değerler Tablo 10'da sunulmaktadır.

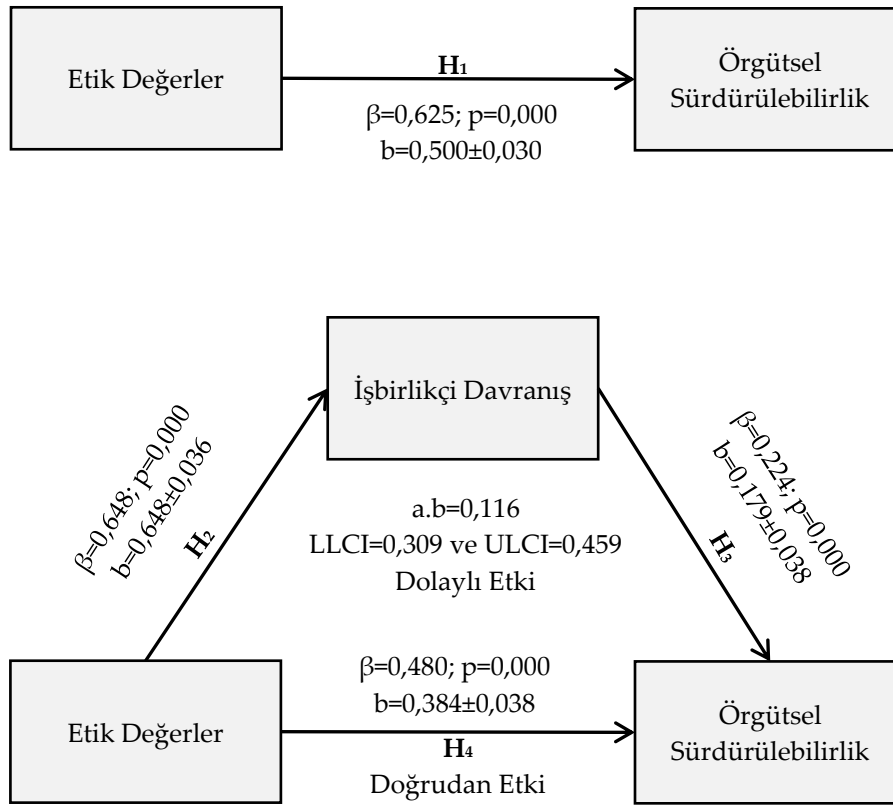
Tablo 10. Tanımlayıcı Bulgular

Değişkenler	Minimum	Maksimum	X	$\sigma$
<b>Etik Değerler</b>	<b>1,57</b>	<b>5,00</b>	<b>3,570</b>	<b>0,652</b>
Toplum	1,00	5,00	3,249	1,172
Din	1,00	5,00	3,758	1,087
Özerklik	1,00	5,00	3,701	0,933
<b>Örgütsel Sürdürülebilirlik</b>	<b>1,96</b>	<b>4,86</b>	<b>3,580</b>	<b>0,522</b>
Yönetmel	1,00	5,00	3,149	1,255
Sosyal	1,00	5,00	3,648	0,966
Çevresel	1,00	5,00	3,683	0,931
Kültürel	1,00	5,00	3,646	0,952
Ekonomik	1,00	5,00	3,771	1,107
<b>İşbirlikçi Davranış</b>				
İnanç	1,00	5,00	3,380	1,075
Duygu	1,00	5,00	3,022	1,146
<b>Tutum</b>	<b>1,00</b>	<b>5,00</b>	<b>3,639</b>	<b>1,032</b>

Tablo 10'da verilenlere göre katılımcıların etik değerlere ilişkin genel puanları  $X=3,57$  oranındadır ve buna göre çalışanların toplum etiği ( $X=3,24$ ) değerlerine kısmen sahip oldukları, din ( $X=3,74$ ) ve özerklik ( $X=3,69$ ) etiği değerlerine ise tam sahip oldukları tespit edilmiştir. Katılımcıların örgütsel sürdürülebilirlik algıları genel olarak olumlu olduğu ( $X=3,46$ ) tespit edilmiştir. Yönetmel ( $X=3,16$ ) sürdürülebilirlik ifadelerine orta düzeyde katılım gösterirken, sosyal ( $X=3,64$ ), çevresel ( $X=3,67$ ), kültürel ( $X=3,63$ ) ve ekonomik ( $X=3,78$ ) sürdürülebilirlik ifadelerine tam katıldıkları belirlenmiştir. Başka bir ifadeyle, katılımcılar işletmelerinin sosyal, çevresel, kültürel ve ekonomik sürdürülebilirlik faaliyetlerini yerine getirdiklerini belirtmişlerdir. İşbirlikçi davranış ifadelerine verilen cevaplar da genel olarak kabul edilir düzeydedir ( $X=3,41$ ). Bulgulara göre katılımcılar işbirlikçi davranışa ait inanç ( $X=3,38$ ) ve duyguya ( $X=3,02$ ) orta düzeyde sahip olsalar da, işbirlikçilik tutumlarına ( $X=3,63$ ) tam katılım sağlamaktadırlar.

#### 4.4. Aracılık Etkisine İlişkin Bulgular

Etik değerlerin örgütsel sürdürülebilirlikteki etkisinde işbirlikçi davranışların aracılık etkisini ölçmek için PROCESS v4.2 ara yüz programı kullanılmıştır. İlgili teste ait bulgular model üzerinden Şekil 4 'te sunulmaktadır.



Şekil 4. Model ve Aracılık Testi Bulguları

Şekil 4'te sunulan verilere göre etik değerler, örgütsel sürdürülebilirlik, işbirlikçi davranışlar ve işbirlikçi davranışlarla örgütsel sürdürülebilirlik için kurulan model anlamlı bulunmuştur ( $p<0,05$ ). Tablo 11'deki bulgular incelendiğinde, etik değerlerin örgütsel sürdürülebilirliği 0,625 birim, işbirlikçi davranışları 0,648 birim etkilediği görülmektedir. İşbirlikçi davranışların, etik değerlerle birlikte modele dâhil edilmesiyle de etik değerlerin örgütsel sürdürülebilirlik üzerindeki etkisinin 0,480 oranında olduğu; etkinin yok olmadığı; işbirlikçi davranışların etkisinin de 0,224 oranında olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İşbirlikçi davranışların modele dâhil edilmesiyle etik değerlerin etkisi yok olmasa bile değerinin düşmesinden dolayı işbirlikçi davranışların kısmi aracılık rolünün olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

## SONUÇ VE TARTIŞMA

Etik değerlerin örgütsel sürdürülebilirliğe etkisinde işbirlikçi davranışların aracılık rolünün olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan bu araştırma Batı Karadeniz Bölümü'ndeki 7 ilden toplam 441 konaklama işletmesi çalışanıyla gerçekleştirilmiştir. Genel olarak test sonuçlarına bakıldığında etik değerlerin işbirlikçi davranış ve örgütsel sürdürülebilirlik üzerindeki etkileri pozitif ve anlamlı oldukları tespit edilmiştir. Katılımcıların verdikleri yanıtlara göre etik değerler çerçevesinde hareket eden işletmelerin işbirlikçi çalışma davranışlarını daha kolay benimsediği ve örgütsel sürdürülebilirlik uygulamalarını daha fazla yerine getirdikleri anlaşılmaktadır. Onsongo vd. (2017)'nin çalışmalarına göre de, etik değerleri referans alan işletmeler, olumlu davranarak birlikte hareket etmektedir ve bu durum çalışanların üretkenliklerini arttırmaktadır. Üretkenlik performansı artan işletmelerin de rekabet avantajı ve sürdürülebilirlikleri artmaktadır.

Sharafa (2014)'e göre etik değerler, işletmelerin refahını artırmada gerekli ilke ve değerlere, çevre kurallarına ve toplumsal düzenlemelere uymalarında en önemli faktördür. Örgütsel sürdürülebilirlik içinse koşul, kaynakların israf edilmeden, atık oluşturmadan kullanarak, doğal çevrenin kapasitesini aşmayarak, ekonomik gelişmelerle birlikte hem şimdiki nesil hem gelecek için doğal çevre ve sosyal yaşam kapasitesinin korunmasıdır. Bu davranışlarda, doğru olanı



yapmayı gerektiren etik değerlerle ilişkilidir. Bu değerlerle birlikte çalışanların ortak amaçlar için hiyerarşi gözetmeden gerekli bilgi, beceri ve tecrübelerini de paylaşması, gerektiğinde birbirlerine yardımcı olmalarını içeren işbirlikçi davranışlarda bulunması gerekir. Bu gereklilik özellikle insan, hizmet ve tüketimin yoğun olduğu konaklama işletmeleri için başarının en önemli itici gücü olarak görülmektedir (Dans ve Gonz'alez, 2019, s. 70).

Etik değerlere sahip olmakla birlikte çalışanların işbirlikçi davranışları, sürdürülebilirliği işletmelerin her aşamasında ve uygulamalarında sağlayabilmeleri ve rekabet avantajını arttırmaları (Goffi vd., 2019, s. 106) için gerekli görülmektedir. Bu kapsamında çalışmada incelenen etik değerlerin örgütsel sürdürülebilirliğe etkisinde işbirlikçi davranışın aracılık rolüne ilişkin yapılan test sonucu değeri pozitif anlamlı olarak değerlendirilmektedir. İşbirlikçi davranışlar, modele etik değerlerle birlikte dâhil edildiğinde etik değerlerin etkisini yok etmemekte sadece azaltmaktadır. Bu durumda işbirlikçi davranışların kısmi aracılık rolünü üstlendiği sonucuna ulaşılmaktadır. Böylece araştırmanın "Etik değerlerin örgütsel sürdürülebilirliğe etkisinde işbirlikçi davranışın aracılık rolü var mıdır" sorusunun cevabı kısmi aracılık rolü vardır şeklinde yanıtlanmaktadır.

Araştırma sonuçları değerlendirildiğinde işletmelerin geleceği düşünerek, başkalarının ihtiyaçlarına saygı duyma, anlama ve farkında olma gibi yeterliliklerle birlikte gelecek için vizyon oluşturma, belirsizliklerle başa çıkmada işbirlikçi davranışlarla güçleri birleştirmeleri örgütsel sürdürülebilirliklerini desteklemektedir. Kularatne vd. (2019)'a göre örgütsel sürdürülebilirlik uygulamalarıyla işletmeler, enerji, atık ve çevre yönetimi, su tasarrufu çalışmalarıyla birlikte toplum ve çevre için birlikte hareket etmeyi, ihtiyaçlar karşılanırken insan ve çevre konusunda daha duyarlı ve etik davranmayı teşvik etmektedirler.

Sonuçlar kapsamında işletmelere, çıkarlarıyla toplumsal çıkarların çatışmadığı, etik, çevre ve sosyokültürel faktörlerin işletme uygulamalarına birlikte dâhil edildiği, bütün kaynakların sınırlı olduğu gerçeği göz önünde tutularak ve gelecek nesillerin de ihtiyaçlarını karşılayabilmesi bilinci ile hareket etmeleri, uygulamaları bu şekilde revize etmeleri önerilmektedir. Araştırmacılar için farklı sektörlerde, başka bölgelerde veya Türkiye genelindeki konaklama işletmelerinde örneklem grupları belirlenebilir. Model değişkenlerine ilave ya da çıkarmalar yapılarak farklı değişkenlerle farklı sonuçlar değerlendirilebilir.

## KAYNAKÇA

- Açıklım, N. ve Kayabaşı, A. (2019). İşletmelerin Sürdürülebilir İnovasyon Faaliyetleri: Pazarlama Bakış Açısıyla Nitel Bir İnceleme. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 5 (2), 191-220.
- Aksoy, Y. (2019). Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Örgüt Kültürü. 21. Yüzyıl'da Sürdürülebilirlik Sosyal Bilimlere Dayalı Perspektifler, Eylül 2019, İstanbul, 51-107.
- Ayral, G. (2021). Yöneticiler Açısından Etik İklimin Kurumsal Sürdürülebilirlik Uygulamalarına Etkisinde Kurum İtibarının Rolü. (Doktora Tezi). Doğu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. YÖK Ulusal Tez Merkezi'nden erişildi.
- Bardakoğlu, Ö., ve Akgündüz, Y. (2016). Otel Çalışanlarının Örgütsel Prestij ve Psikolojik Güçlendirme Algılarının İş Birliği Davranışlarına Etkisi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(30), 145-158.
- Bulut, Z. A. (2004). Etkin Takım Oluşturma ve Yönetme. *Mevzuat Dergisi*, 7(77), 22-26.
- Curry, O. S. (2016). Morality as Cooperation: A Problem-Centred Approach. *Evolutionary Psychology*, 27-51. doi:10.1007/978-3-319-19671-8\_2.
- Dağcı Büyük, H. (2019). Sürdürülebilir Giysi Satın Almada Etik Unsurların Değerlendirilmesi: Sosyal Ağ Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma. (Doktora Tezi) Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. YÖK Ulusal Tez Merkezi'nden erişildi.

- Dans, E. P., ve Gonzalez, P. A. (2019). Sustainable Tourism and Social Value at World Heritage Sites: Towards a Conservation Plan for Altamira. *Annals of Tourism Research*, 74, 68-80.
- Demirhan, M., ve Karahan, A. (2015). Akademisyenlerin Adalet ve Etik Algularının Örgütsel Adanmışlıklarına Etkisi. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(4), 245-266.
- Dost Gözkan, A., (2016). Etik Değerler Ölçeğini Türkçeye Çevirisi. Özyeğin Üniversitesi. efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://lennettjensen.com/wp-content/uploads/2018/10/Measure-EVA-Turkish-081816.pdf adresinden erişildi.
- Durmuş, S. Ç., Ekici, D., ve Yıldırım, A. (2018). The Level of Collaboration Amongst Nurses in Turkey. *International Nursing Review*, 65(3), 450-458.
- Febrian, W. D., ve Sani, I. (2023). Systematic Literature Review: Implementation of Talent Management for Crewing in Shipping Companies to Organizational Sustainability. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 3(5), 1837-1848.
- Gajanayake, A., Ho, O. T. K., ve Iyer-Raniga, U. (2024). Motivations and Drivers for Adopting Sustainability and Circular Business Strategies in Businesses in Victoria. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 31(1), 169-179.
- Goffi, G., Cucculelli, M., ve Masiero, L. (2019). Fostering Tourism Destination Competitiveness In Developing Countries: the Role of Sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 209, 101-115.
- Henrich, J., ve Muthukrishna, M. (2021). The Origins and Psychology of Human Cooperation. *Annual Review of Psychology*, 72, 207-240.
- Kates, R.W. (2016). Sustainability Science International Encyclopedia of Geography: People, the Earth, Environment and Technology. Hoboken: John Wiley & Sons, Ltd. In Richardson NCD, Goodchild MF, Kobayashi A, Liu W, and Marston RA, editor(s). 1-4.
- Kularatne, T., Wilson, C., Månsson, J., Hoang, V. and Lee, B. (2019). Do Environmentally Sustainable Practices Make Hotels More Efficient? a Study of Major Hotels in Sri Lanka. *Tourism Management*, 71, 213-225. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.09.009>.
- Mead, T., Jeanrenaud, S., ve Bessant, J. (2022). Sustainability Oriented Innovation Narratives: Learning from Nature Inspired Innovation. *Journal of Cleaner Production*, 1(34), 1-11.
- Msengi, I., Doe, R., Wilson, T., Fowler, D., Wigginton, C., Olorunyomi, S. ve Morel, R. (2019). Assessment of Knowledge and Awareness of "Sustainability" Initiatives among College Students. *Renewable Energy and Environmental Sustainability*, (4), 1-11.
- Onsongo, E, Köhler, J., Geels, F. W., Kern, F. & Wieczorek, A. J. (2017). A Research Agenda for the Sustainability Transitions Research Network, STRN Working Group.
- Özen, T., ve Albayrak, R. S. (2018). Kurumsal Sürdürülebilirlik Kavramı, Stratejik Önemi ve Sürdürülebilirlik Performansı Ölçümü. *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 9(1), 17-37.
- Padilla-Walker, L. M., ve Jensen, L. A. (2015). Validation of the Long-And Short-Form of the Ethical Values Assessment (EVA) A Questionnaire Measuring the Three Ethics Approach to Moral Psychology. *International Journal of Behavioral Development*, 40(2), 181-192.
- Ranangen, H., Cöster, M., Isaksson, R., & Garvare, R. (2018). From Global Goals and Planetary Boundaries to Public Governance a Framework for Prioritizing Organizational Sustainability Activities *Sustainability*, 10(8), 2741.
- Schumaker, R. E., Romax, I. G. ve Cahyono, S. T., (2004). A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling. *Taylor and Francis Group, LLC* ISBN: 978-1-84169-890-8, 73-113.
- Sezen-Gültekin, G., ve Argon, T. (2020). Development of Organizational Sustainability Scale. *Sakarya University Journal of Education*, 10(3), 507-531. <https://doi.org/10.19126/suje.757529>

- Sharafa, O.M., (2014). Understanding: Management, Governance & Ethics Featuring Over 80 Practice Questions and Answers Onstrategic Management, Risk Management, Corporate Governance and Ethics. Lagos: Phodun Int'L Consulting Limited. Business Ethics and its Effect on [https://www.researchgate.net/publication/336138276\\_Business\\_Ethics\\_and\\_its\\_Effect\\_on\\_Organizational\\_Sustainability](https://www.researchgate.net/publication/336138276_Business_Ethics_and_its_Effect_on_Organizational_Sustainability) [accessed Feb 20 2025] erişildi.
- Sievers-Glotzbach, S., ve Tschersich, J. (2019). Overcoming The Process-Structure Divide in Conceptions of Social-Ecological Transformation: Assessing the Transformative Character and Impact of Change Processes. *Ecological Economics*, 164, 106361.
- Sroka, W., ve Lörinczy, M. (2015). The Perception Of Ethics in Business: Analysis of Research Results. *Procedia Economics and Finance*, 34, 156-163.
- Stroll, A., Long, A., Bourke, V. ve Campbell, R. (2019). Etik Kuramları. İstanbul: Lotus Yayınevi.
- Taş, İ. E., ve Korkmaz, H. (2023). Kamu Yönetiminde Etik Kültürün Geliştirilmesi ve Kamu Görevlileri Etik Kurulu. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(1), 301-324.
- Tideman, S.G., Arts, M.C. ve Zandee, D.P. (2013). Sustainable Leadership: Towards a Workable Definition, *Journal of Corporate Citizenship*, (49)17, 17-33.
- Tüylü, G. Ç. (2022). Okul Müdürlerinin Paylaşılan Liderlik Yaklaşımı ile Okullarda Örgütsel Sürdürülebilirlik Arasındaki İlişki. (Yüksek Lisans Tezi) Dokuz Eylül Üniversitesi. YÖK Ulusal Tez Merkezi'nden erişildi.
- Uslu, D., ve Karaduman, A. (2023). İş Birliğinin İş Performans Düzeyine Etkisi: Hemşireler Üzerine Bir Uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 15(2), 1305-1316.
- Xie, X., Yu, Y., Chen, X., & Chen, X. (2006). The Measurement of Cooperative and Competitive Personality. *Acta Psychologica Sinica*, 38(1), 116-125.
- Yerlikaya, Y.G., ve Doğruyol, B. (2020). İşbirliği Ölçeği: Kültürel Adaptasyon. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, 8, 350-363.



## İş Turizmi Kapsamında Seyahat Gerçekleştiren Turistlerin Konaklama Memnuniyetleri\*

### *Accommodation Satisfaction of Tourists Travelling within the Scope of Business Tourism*

Nurettin AYZAZ<sup>1</sup>, Barış ESEN<sup>2</sup>

#### Özet

İş amacıyla seyahat gerçekleştiren turistler için konaklama hizmeti vazgeçilemez bir ihtiyaçtır. Bu anlamda iş turistlerini ağırlayan otel işletmeleri için tüketici davranışı anlama bağlamında memnuniyete yönelik ölçümler oldukça önemli çıktılardır. Çünkü konaklama memnuniyetinin tekrar ziyaret etme, tavsiye etme ve sosyal medyada paylaşım niyetinde etkisinin bulunduğu düşünülmektedir. Bu düşünceden hareketle tasarlanan bu çalışmada Türkiye'nin sanayi potansiyeline sahip illerinden bir tanesi olan Zonguldak ilindeki otel işletmelerinde iş turizmi bağlamında seyahat gerçekleştiren turistlerin konaklama memnuniyetini hangi unsurların şekillendirdiği ve tekrar ziyaret etme, tavsiye etme ve sosyal medyada paylaşım niyeti üzerine etkisinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Zonguldak ilinde Kasım-Aralık 2021 döneminde konaklama yapan 697 turiste anket uygulanmıştır. İş turizminde konaklama memnuniyetinin tavsiye etme ve sosyal medyada paylaşım niyeti üzerinde etkili olduğu, tekrar ziyaret etme niyetini ise etkilemediği tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** İş Turizmi, Konaklama Memnuniyeti, Tekrar Ziyaret Etme Niyeti, Tavsiye Etme Niyeti, Sosyal Medyada Paylaşım Niyeti

#### Abstract

Accommodation service is an indispensable need for tourists travelling for business purposes. In this sense, measurements of satisfaction are very important outputs in the context of understanding consumer behavior for hotel businesses that host business tourists. Because it is thought that accommodation satisfaction influences the intention to revisit, recommend and share on social media. Based on this idea, this study aims to reveal which factors shape the accommodation satisfaction of tourists travelling in the context of business tourism in hotel establishments in Zonguldak province, one of the provinces with industrial potential in Turkey, and its effect on the intention to revisit, recommend and share on social media. A questionnaire was applied to 697 tourists who stayed in Zonguldak province between November and December 2021. It was determined that accommodation satisfaction in business tourism influences the intention to recommend and share on social media, while it does not affect the intention to visit again.

**Keywords:** Business Tourism, Accommodation Satisfaction, Intention to Revisit, Intention to Recommend, Intention to Share on Social Media

<sup>1</sup>Karabük Üniversitesi, Safranbolu Turizm Fakültesi, Karabük  
<sup>2</sup>Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Karabük

#### ORCID:

N.A.: 0000-0003-2117-2015

B.E.: 0000-0002-3364-0771

#### Corresponding Author:

Nurettin AYZAZ

#### Email:

nurettinayaz@karabuk.edu.tr

**Citation:** Ayaz, N. ve Esen, B. (2025). İş turizmi kapsamında seyahat gerçekleştiren turistlerin konaklama memnuniyetleri. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 15 (1), 157-169.

**Submitted:** 12.02.2025.

**Accepted:** 24.02.2025

\*Bu makale Prof. Dr. Nurettin Ayaz danışmanlığında Barış Esen tarafından hazırlanan "İş Turizmi Kapsamında Seyahat Gerçekleştiren Turistlerin Memnuniyetinin, Tekrar Ziyaret Etme Niyetine Etkisi" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

## 1. GİRİŞ

İnsanların sürekli yaşadıkları yer dışına gerçekleştirdikleri seyahatlerde barınma ihtiyacını karşılama ve kişiye özel dinlenme hizmeti sunma yönüyle konaklama işletmeleri oldukça önemli ağırlama birimleridir. Her geçen gün büyüyen turizm sektörü için bu işletmeler; rekabet ortamında müşteri memnuniyetini en düzeye çıkarma, müşteri sadakatini oluşturma ve marka değerini artırmak için çalışmaktadır. Çünkü turizmde müşterilere erişilebilir olmak önemli bir gerekliliktir. Müşteriler için mükemmel hizmet, genellikle yüksek memnuniyet olarak karşılık bulur. Aynı zamanda, turizm işletmesini müşterilerinin yeniden ziyaret ve işletmeyi başkalarına tavsiye niyetini artırır. Bu bağlamda, turizm sektöründe yer alan tüm turizm işletmeleri, ülke ve destinasyonlar hizmetlerinde yüksek standartları yakalamak adına müşteri için performans sergilemek zorundadır (Çatı ve Koçoğlu, 2008; Ayaz ve Apak, 2017; Ayaz ve Sorgun, 2020).

Turizm sektöründe son dönemlerde seminer, toplantı, fuar, tanıtım ziyaretleri gibi iş amacıyla gerçekleştirilen seyahatlerde göreceli bir artış yaşanmaktadır. Bu seyahatler; konaklama, yeme-içme ve eğlenme gibi ihtiyaçlarla her geçen gün iş turizmi önemli hale getirmektedir (Alagöz, 2024).

İş turizmine katılan ziyaretçilerin memnuniyet değerlendirmeleri; olumlu destinasyon imajı oluşturma, destinasyon pazarlanması ve turizm çeşitliliğine katkı sağlama, işletmelerin sadık müşteriler elde etmesi ve müşteride aidiyet hissinin oluşmasında oldukça yardımcıdır. Bu nedenle memnuniyet ölçümleme ve geri bildirimlerin karşılanması açısından müşterilere erişilebilir olma önemli bir unsurdur. Müşterilere sunulan iyi bir hizmetin yeniden ziyaret etme ve organizasyonu başkalarına tavsiye etmeleri durumuna katkısı yadsınamaz olup turizm sektöründe yer almakta olan seyahat ve turizm işletmeleri, müşteri sadakatini sağlama adına müşteri ilişkileri konusunda yüksek performans göstermek zorundadır.

Bu çalışmada Zonguldak ili özelinde iş turizmi amacıyla gelen misafirlerin konaklama memnuniyetlerini tespit etmek, iş turizmi potansiyeline sahip bölgelerdeki otel işletmelerini bu memnuniyet konusunda bilgilendirme ve yol göstermek amaçlanmaktadır. Bununla birlikte Zonguldak ilindeki konaklama işletmelerinde iş turizmi potansiyeli konusunda farkındalık oluşturulması beklenmektedir.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Çalışma ekonomisi ve iş dünyasının önemli ihtiyaçlarından biri tanesi olan iş amaçlı turistik seyahatlerde konaklama hizmeti ve etkinlikler açısından otel işletmeleri, önemli hizmet birimleridir. Bu birimlerinden hizmet alan misafirlerin tekrar ziyaret etme, tavsiye etme ve sosyal medyada paylaşım niyeti sağlama adına konaklama memnuniyeti önem arz etmektedir.

### 2.1. İş Turizmi

Turizm sektörü, topluma sağladığı ekonomik ve sosyokültürel katkılarla önemini artırmaktadır. Bununla birlikte, tüketicilere ürün ve hizmet sunan birçok işletmenin varlığı ve iletişim araçları ile bütünleşen dinamik yapısı ile pazar ve rekabet koşulları, her geçen gün ağırlaşmaktadır (İçöz, 2001). Bu süreçte turizm işletmeleri, mevcut müşterilerini elinde tutabilecek ve potansiyel müşterilerini işletmelerine çekebilecek stratejilere odaklanmaktadır.

Turizm işletmeleri için iş turizmi seyahatleri, oldukça önemli ve cezbedicidir. Çünkü iş turizmi amacıyla seyahat eden insanların, aynı destinasyona tekrar tekrar ziyaret, turizm işletmeleri için önemli bir hareketlilik. Özellikle bu hareketlilik, konaklama amacıyla tercih ettikleri otel işletmelerinde göreceli derecede hissedilebilmektedir. Bu durumun farkında olan otel işletmeleri, müşteri memnuniyetine odaklanmakta ve misafirlerinin tavsiye etme niyetlerini önemsemektedirler. Bu bağlamda iş turizmi alanında hizmet vermekte olan tesislerin sağlamış

olduğu hizmetlerin iş turizmine dâhil olan turistler tarafından değerlendirilmesine yönelik ölçümler anlam ve önem kazanmaktadır.

Türkiye’de turizm endüstrisinin en önemli hizmet birimleri olan otel işletmelerinde 2022 yılı Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre konaklama yapan misafirlerin %2,6’sı iş turizmi kapsamında ağırlanmıştır. 2024 yılı sonu itibariyle dünyada yaklaşık olarak iş turizmi hareketliliğinin dünyada 1,5 trilyon dolarlık bir gelir oluşturması beklenmektedir. Dolayısıyla iş turizminin bu derece önemli yer tuttuğu turizm pazarında iş turizmi kapsamında seyahat eden turistler, son derece değerli müşterilerdir (Esen, 2024; Alagöz, 2024).

## 2.2. Konaklama Memnuniyeti

Turistik konaklama, birey veya gruplara tesis ve hizmetleri sunmak olarak tanımlamakta ve otel, motel, misafirhane, restoran ve apartmanlar tarafından verilen yatak hizmetleri, konaklama tesislerinin müşterilerine sunduğu ana hizmet ögesi olarak öne çıkartılmaktadır. Bununla birlikte, restoranlar ve barlar (yiyecek ve içecek), dinlenme olanakları (yüzme havuzları, basketbol sahaları, binicilik vb.), spor salonları ve SPA merkezleri gibi hizmetlerin yanı sıra konukların kullanımına yönelik konferans ve toplantı odaları hizmete sunulan diğer kaynaklar olarak gösterilmektedir (Ramyar vd., 2020). İnsanların sürekli yaşadıkları hane dışında, farklı sebeplerle gerçekleştirdikleri seyahat neticesinde konaklama, dinlenme, yeme-içme ve eğlenme gibi zorunlu ihtiyaçların telafi edilmesi adına ürün ve hizmet üreten ticari işletmeler olarak konaklama işletmelerinden ekonomi içerisinde kararlı sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için sektörün ürün ve hizmetlerini kabul edilebilir yöntemlerle sunması beklenmektedir (Olalı ve Korzay, 1993; Sheela, 2002).

Turizmin deneyiminin bir göstergesi olan memnuniyet, turizm sektöründe rekabetin kalbinde yer almaktadır. Havayolları, tur operatörleri, oteller ve turizm hizmeti sunan diğer firmalar arasında rekabet, destinasyonlar arasında yaptıkları seçimleri şekillendirmekte ve birçok geniş ve karmaşık konuyu kapsamaktadır (Ritchie ve Crouch, 2000). Bir seçim yapıldıktan sonra bir karardan duyulan memnuniyetin ölçülmesi, verilen kararın doğruluğu ve/veya uzun vadeli sonuçların belirsiz olduğu zor seçim durumları için özellikle önemlidir (Sainfort ve Booske, 2000).

Turizm pazarlamasında tüketici davranışı çerçevesinde son zamanlarda turizm pazarlamasında farklı özelliklere, motivasyonlara, ilgilere ve seyahat tarzlarına sahip turistlerin tatmin duygusunu ifade eden memnuniyet kavramının önemine vurgu yapılmaktadır (Ayaz ve Sorgun, 2020). Önemli bir verimlilik kriteri olarak kabul edilen müşteri memnuniyeti; müşterilerin tekrar ziyaretinin sağlama ve alınan ürün ve hizmeti başkalarına tavsiye etme niyetini şekillendirme açısından önemsenmektedir (Kılıç ve Pelit, 2004).

Severt ve arkadaşları (2007) turist memnuniyetini, turistin seyahat kapsamındaki ihtiyaçlarını, isteklerini ve isteklerini karşılayan bir ürün veya hizmetin gezi deneyiminden ortaya çıkan tatmin duygusunun derecesi olarak tanımlamaktadır. Bununla birlikte memnuniyet, özellikle seyahat öncesi ve seyahat sonrası deneyimlere ilişkin algıların bir fonksiyonu olarak kabul edilmekte, beklentilerin ötesine geçerse ziyaretçinin mutlu çıkmazsa mutsuzluk ve hayal kırıklığına dikkat çekilmektedir (Reisinger ve Turner, 2003).

Temelde bir seyahat faaliyeti olan turizmde seyahat memnuniyeti için müşterilerin talep ve beklentilerinin önemsenmesi ve turistlerin karşılaştığı durum ve davranışları açıklama yönüyle öne çıkartılmaktadır (Dunnross ve IsoAhola, 1991). Turizm sektöründe bireysel beklenti ile algılanan hizmet arasındaki gerçekleşen fark ne kadar düşük olursa, müşteri memnuniyeti de o kadar yüksek olacağı ve müşteri memnuniyetsizliğinin yüksek bireysel beklentiden veya yetersiz hizmet kalitesinden kaynaklandığı düşünülmektedir (Yüksel, 2003).

### 2.3. Tavsiye Etme Niyeti

Tavsiye etme niyeti, “bir müşterinin başkaları için olumlu bir kullanıcı deneyimi sunacak bir ürün veya hizmeti tavsiye etme isteği” olarak tanımlanmaktadır (Cheung ve Thadani, 2012). Tavsiye etme niyeti, çeşitli kişiler arasında kişilerarası iletişimi de içeren bir süreç olarak işletmenin ürün ve hizmetleri hakkında olumlu sistematik kazanımların nasıl sağlanacağına ilişkin öneriler ve ağızdan ağıza iletişim süreciyle ilişkilendirilmektedir (Haywood, 1989). Bir müşteri tarafından yapılacak pozitif bir tavsiye, potansiyel müşterilerde işletmenin marka ve hizmetleri hakkında olumlu bir algıya sahip olmalarına neden oluşturmaktadır (Jin vd., 2013).

İnsanlar satın aldıkları ürün veya hizmetlerle ilgili görüş ve deneyimlerini diğer insanlarla sıkça paylaşabilmekte ve bu paylaşım sürecinde karşı tarafa olumlu ya da olumsuz duygular aktarabilmektedir. Bu bağlamda tavsiye etme niyeti, “müşterilerin satın aldıkları ürün veya hizmeti ailesi ve çevresindeki diğer insanlara önermesi” veya “tüketicilerle kanallar, ürün ya da hizmet sağlayıcılar, uzmanlar, yakın çevre ve akrabalar gibi kişilerle veya taraflar arasındaki sözlü iletişim şeklinde tanımlanabilmektedir” (Chanotakis ve Limperopoulos, 2009; Arlı, 2012).

Turizm sektöründe tavsiye etme niyeti “ziyaretçilerin aldıkları hizmetten memnun kalması ve destinasyonu ziyaret ettikten sonra bu hizmeti başkalarına tavsiye etmesi” olarak açıklanmaktadır (Topsakal ve İplik, 2013). Pazarlamada tüketicilerin, ürün ve hizmetlerle ilgili olarak önceden deneyimi olan kişilerin öneri ve tavsiyelerine daha çok güven duyması tavsiye etme niyetini önemli kılmaktadır (Kinard ve Capella, 2006). Özellikle potansiyel turistler için daha önceki ziyaret ve başkalarının önerileri en güvenilir bilgi kaynağı konumundadır (Yoon ve Uysal, 2005). Esmaili ve arkadaşları (2020), turizmde turistlerin deneyimlerini başkalarına tavsiye etmeleri; sosyal ilişki, satın alma niyeti ve karar verme süreçlerini etkilediğini belirtmektedir. Haywood (1989) ise hizmet işletmelerinde tavsiye etme niyetinin hizmetleri güvenli kılma, etkileşim deneyimini artırma ve hizmet planlaması yapmadaki potansiyel yararına dikkat çekmektedir.

### 2.4. Tekrar Ziyaret Etme Niyeti

Tekrar ziyaret etme niyeti, “bir destinasyona ziyaret gerçekleştiren turistin öngörülen bir süre içerisinde aynı destinasyona geri dönme planını yansıtan bilişsel durum” olarak gösterilmektedir (Çelik vd., 2017). Ziyaretçilerin memnuniyetini ve tekrar ziyaret etme davranışsal niyetlerini etkileyecek üç ana faktör; algılanan kalite, uyarılmaya dayalı deneyimler ve zevke dayalı deneyimlerle ilişkilendirilmektedir. Niyetin, insanların gelecekte de aynı şekilde davranma isteğini canlandırdığı düşünülmektedir (Aziz vd., 2012).

Turizm destinasyonları bağlamında tekrar ziyaret niyeti “ziyaretçilerin gelecekte turistik bir destinasyona geri dönmeleri” olarak tanımlanmaktadır. Turistlerin tekrar ziyaret niyetleri; memnuniyet, imaj, sadakat, hizmet kalitesi ve duygusal deneyim gibi faktörlerin önemli olduğu düşünülse de bir turizm destinasyonunun yapıcı doğasının, turistlerin destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu belirtilmektedir (İsa vd., 2020). Birçok destinasyonun tekrarlanan işlere dayanması nedeniyle, tekrar ziyaret etme niyeti önemli bir araştırma konusudur. Destinasyona ilişkin olumlu bir imaj hem anlık hem de gelecekteki geri dönüş niyetlerini artırır iken gezginler arasındaki yenilik arayışının, memnuniyeti ve tekrar ziyaret etme niyetini azalttığını düşünülmektedir (Assaker vd., 2011).

Turistlerin bir destinasyona tekrar ziyaret etme isteğinin bazı durumlarda turizmi olumsuz etkileyebileceği düşünülmektedir. Fuchs ve arkadaşlarına (2004) göre turistlerin aynı destinasyona tekrar ziyaretleri, geleneksel turizm ürünlerini yenileme yönündeki baskıyı azaltmakta ve yen turizm ürününü geliştirme veya yenileme çabalarını olumsuz etkilemektedir. Bununla birlikte, bir destinasyonu tekrar ziyaret eden turistlerin ilk kez gelenlere göre fazla aşına olduğu ve çoğu

zaman ilk seferden daha uzun süre konakladığı da belirtilmektedir (Htun vd., 2015). Önceki seyahat deneyimi, memnuniyet, hizmet kalitesi ve algılanan riskin destinasyonlara tekrar ziyareti teşvik etmede etkili unsurlar olduğu belirtilmektedir (Li vd., 2018). Bir ziyaretçinin bir aktiviteyi tekrarlama veya bir destinasyonu tekrar ziyaret etme olasılığı olarak da tanımlanan (Baker ve Crompton, 2000) tekrar ziyaret etme niyetinde, ilk kez gelenlerin tekrar ziyaret niyetlerini ve tekrar edenlerin niyetlerini etkileyen ana faktörlerin farklı olduğunu düşünülmektedir. İlk kez gelenlerin büyük ölçüde önceki destinasyon performansından etkilendiğini, tekrarlayanların niyetlerinin ise büyük ölçüde olumlu anılarını hatırlatan tanıtım faaliyetlerinden etkilendiği yönündedir (Um vd., 2006).

Tekrar ziyaret etme niyeti turizmin sürdürülebilirliği açısından da önemli görülmektedir. Bu bağlamda müşterilerin tekrar ziyaret niyetinin güçlendirilmesi adına ziyaretçilerin duygusal özelliklerinin dikkate alınması gerekliliğine vurgu yapılmaktadır (Yoon ve Uysal, 2005). Bu süreçte konaklama işletmelerine misafirlerinin konaklama süresi boyunca olumlu deneyimler yaşatması ve hizmet kalitesini artırması önerilmektedir (Abubakar vd., 2017). Turizm işletmeleri için mevcut müşterilerin memnuniyet ve sadakatini kazanmak turistlerin yeni müşterileri çekmek kadar önemlidir. Bu süreçte bir konaklama işletmesinin personel performansı, oda kalitesi, değer, iş hizmeti ve güvenlik tekrar ziyareti belirleyen temel göstergelerdir (Kerdpitak, 2019). Bu göstergeler etrafında şekillenen müşteri memnuniyetinin tekrar ziyaret niyetine etkisini oldukça yüksektir (Raza vd., 2012; Ali ve Amin, 2014; Marinkovic vd., 2014; Ali ve Omar, 2014; Jani ve Han, 2014; Mannan vd., 2019).

## 2.5. Sosyal Medyada Paylaşma Niyeti

Sosyal medya, internet kullanıcıları arasındaki birincil iletişim biçimi olarak popüleritesini artırmaktadır (Majerczak ve Strzelecki, 2022). İnsanlar sosyal medyayı farklı birçok amaç için de kullanabilmektedir. Bu amaçlar; SLIM (Sharing, Learning, Interacting, Marketing) olarak kodlanmakta ve paylaşım, öğrenme, etkileşim ve pazarlama olarak ifade edilmektedir (Shao vd, 2018; <https://thoughtfullearning.com>; Ma ve Yan Ding, 2018).

Paylaşım (Sharing): Sosyal medya kullanılarak bilgi ve fikirlerin farklı şekillerde (yazılı, resimli, videolu ve ses kayıtları) paylaşılmasıdır. Bu süreçte paylaşımlar, özel veya herkese açık olabilmektedir. Öğrenme (Learning): Sosyal medya kişisel öğrenme aracı olarak arkadaş, aile veya toplumla dünyada olup bitenleri öğrenme hakkında önemli bir araçtır. Bilgi akışının doğrudan olması ve en son haberlerin özetini neredeyse anında edinme yönüyle popülerdir. Etkileşimde Bulunma (Interacting): Sosyal medyanın interaktif yapısıyla insanlar arasındaki geleneksel zaman ve mesafe engellerini ortadan kaldırmaktadır. Skype gibi görüntülü sohbet teknolojileri dünyanın her yerinden yüz yüze konuşabilmeyi sağlayabilmekte ve etkileşim sağlamaktadır. Pazarlama (Marketing): Sosyal medya giderek daha fazla pazarlama aracı olarak kullanılmaktadır. İşletmeler sosyal medyayı kendilerini ve ürünlerini tanıtarak daha büyük kitlelere kolayca ulaşabilmektedirler. Kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, sosyal medya aracılığıyla fon toplamakta ve yardım etkinliklerini yönetebilmektedir (Esen, 2024).

Turizm sektörü açısından fotoğraf ve video paylaşımı oldukça önemlidir. Bu süreçte paylaşım ortamlarından bir tanesi de sosyal medyadır (Eynard vd., 2012). Sosyal medya paylaşımında fotoğraflar, içerik olarak özünde soyut olan seyahat deneyimlerini belgeleyebilen görüntüler olarak turistlere deneyimlerini paylaşma fırsatı sunar ve potansiyel turistleri, turistik bölgeleri ziyaret etmeye teşvik eder (Lo vd, 2011; Javed vd., 2020). Video paylaşım siteleri arasında en yaygın kullanılanlardan biri de YouTube'dur (Scott, 2011). Yüksek düzeyde sosyal etkileşimi teşvik eden ve kolaylaştıran sosyal medyanın, yeni teknolojilerle birlikte turistler üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Dinamik değişim ve sanal etkileşimlerin turistlerin niyet ve davranışlarını



etkileme gücü bulunur (Kim ve Park, 2017). Turistlerin tatilleri sonrası tatil deneyimine ilişkin yorum ve fotoğraflar paylaşması bu gücü etkinleştirir (Fotis vd., 2012: 14).

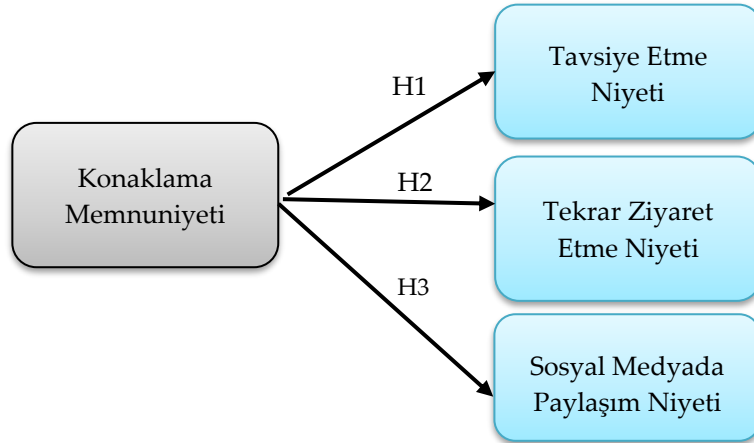
Zeng ve Gerritsen (2014), turizmde sosyal medyanın bilgi arama ve karar verme davranışındaki önemli rolüne; Atadil (2011), sosyal medya ile toplanan bilgilerin otel seçiminde belirleyici rolüne; Lin ve Wang (2020), hızlı bilgi yayma ve Doğan ve arkadaşları (2016) ise deneyim paylaşımının turizm işletmesinin seçimine olan etkisine ve şikayetleri çözümlene gücüne vurgu yapmaktadır.

### 3. YÖNTEM

Bu çalışma, iş turizmi amacıyla seyahat eden turistlerin konaklama memnuniyet durumunun tavsiye etme, tekrar ziyaret etme ve sosyal medyada paylaşım niyetlerine etkisini belirlemeye yönelik nicel ve betimsel bir bilimsel araştırmadır. Araştırmanın birincil verileri, Kaya (2019), tarafından yapılan çalışma baz alınarak akademisyen görüşünde hazırlanan araştırma ölçeğinden elde edilmiştir.

Araştırma ölçeğinde, katılımcıların demografik ve diğer özelliklerinin öğrenilmesinde sınıflama, konaklama memnuniyeti, tavsiye etme, tekrar ziyaret etme ve sosyal medyada paylaşım niyetlerinin ortaya çıkarılmasında Likert tipi 5'li aralıklı ölçek kullanılmıştır. Likert tipi ölçekte grup aralıkları 1: Hiç Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kısmen Katılıyorum, 4: Katılıyorum ve 5: Tamamen Katılıyorum, olarak öngörülmüştür. Ölçek, Zonguldak iline iş turizmi kapsamında ziyaret gerçekleştiren ve konaklama yapan katılımcılara kolayda örneklem yöntemi ve yüz yüze görüşme tekniği ile uygulanmıştır.

Bu araştırma için problem "iş turizmi kapsamında seyahat eden turistlerin konaklama memnuniyetinin tavsiye etme, tekrar ziyaret etme ve sosyal medyada paylaşım niyetine etkisinin belirlenmesi" olarak kabul edilmiştir. Bu problem çerçevesinde araştırma modeli ve hipotezler şu şekilde öngörülmüştür:



Şekil 1. Araştırma Modeli

**H1:** İş turizminde konaklama memnuniyeti, tavsiye etme niyetini etkiler.

**H2:** İş turizminde konaklama memnuniyeti, tekrar ziyaret etme niyetini etkiler.

**H3:** İş turizminde konaklama memnuniyeti, sosyal medyada paylaşım niyetini etkiler.

Zonguldak şehrinde yer alan otel işletmelerinde iş seyahati kapsamında konaklama yapan turistlerin evren kabul edildiği bu çalışmada zaman, maliyet ve ulaşılabilirlik unsurları kapsamında örnekleme başvurulmuştur. Örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde Sekeran (2003) tarafından öngörülen ölçekte belirtilen 100.000 üzeri evren için 384 örneklem büyüklüğü kapsamında %±5 güven aralığında Z değeri 1,96 olmak koşuluyla örnek sayısı 384 olarak saptanmıştır. Örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde 2019 yılındaki konaklama verilerine göre

Zonguldak şehrinde bulunan konaklama işletmelerinde gerçekleştiren geceleme sayısı olan 398.526 kişi baz alınmıştır (Esen, 2024). Çalışma, 697 katılımcı üzerinde Kasım-Aralık 2021 döneminde gerçekleştirilmiştir.

#### 4. BULGULAR

İş turizmi kapsamında turist davranışını konaklama memnuniyeti, tavsiye etme niyeti, tekrar ziyaret etme niyeti ve sosyal medyada paylaşım niyeti yönüyle açıklamaya odaklan 697 katılımcının demografik özelliklerine (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, aylık gelir durumu, çalışılan sektör) ve diğer özelliklerine (konaklama tesislerinde geceleme süresi) ilişkin tanımlayıcı bilgiler Tablo 1’de gösterilen şekilde belirlenmiştir.

**Tablo 1.** İş Turizmine Katılan Turistlere Yönelik Tanımlayıcı Özellikler

Değişkenler	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Kadın	38	5,5
	Erkek	659	94,5
Medeni Durum	Bekâr	192	27,5
	Evli	505	72,5
Yaş	18-30	73	10,5
	31-45	385	55,2
	46 ve üstü	239	34,3
Eğitim Durumu	Ortaöğretim	249	35,7
	Önlisans	181	26,0
	Lisans	209	30,0
	Lisansüstü	58	8,3
Aylık Gelir Durumu	3001-4000	31	4,4
	4001-6000	199	28,6
	6001-8000	299	42,9
	8001 ve üstü	168	24,1
Çalışılan Sektör	Kamu Sektörü	43	6,2
	Özel Sektör	636	91,2
	Sivil Toplum Kuruluşu	18	2,6
Konaklama tesislerinde geceleme sayısı	1 gece	50	7,2
	2-3 gece	226	32,4
	4-7 gece	266	38,2
	8-14 gece	120	17,2
	15 ve üstü	35	5,0

İş turizmi kapsamında seyahat gerçekleştiren turistlerin profil özelliklerini erkek (%94,5), evli (%72,5), 31-45 yaş grubu (%55,2), ortaöğretim mezunları (%35,7), 6001-8000 TL gelir grubu (%42,9), özel sektör çalışanı (%91,2) ile 4-7 gece konaklama yapanlar (%38,2) katılımcılar oluşturmaktadır (Tablo 1).

İş turizmi kapsamında Zonguldak iline ziyaret gerçekleştiren ve otel işletmelerinden konaklama hizmeti satın alan turistlerin memnuniyetlerinin ortaya çıkarılması için açıklayıcı faktör analizine başvurulmuştur. Memnuniyet ölçeği çerçevesinde sağlanan verilerinin faktör analizi için uygun olup olmadığının ortaya konulması bağlamında Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği ve Bartlett’s Anlamlılık Testi sonuçları esas alınmıştır. KMO değeri 0,740 ve anlamlılık değeri ise 0,000 olarak gözlemlenmiştir. Memnuniyet ölçeği için güvenilirlik katsayısı ( $\alpha$ ) değeri 0,858 olarak hesaplanmıştır. Field (2000) göre örneklem ölçüm yeterliliği (KMO) değerinin 0,50’den büyük ve anlamlılık testin (Bartlett’s) anlamlı çıkması durumunda verilerin faktör analizi için

## İş Turizmi Kapsamında Seyahat Gerçekleştiren Turistlerin Konaklama Memnuniyetleri

uygun kabul edilmektedir. Kline (2005) ise güvenilirlik katsayısı ( $\alpha$ ) değerinin 0.70' e eşit veya büyük olması durumunda verileri, güvenilir kabul etmektedir.

**Tablo 1.** Konaklama Memnuniyet Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Faktör	$\bar{x}$	s. s.	Faktör Yüğü	Varyans Açıklama (%)
<b>Fiziksel İmkân</b>	<b>4,25</b>	<b>0,74</b>		<b>18,72</b>
Odalarda ütü olması otel tercihimini etkiler.	4,13	1,02	0,873	
Odalarda mini bar olması otel tercihimini etkiler.	4,19	0,97	0,867	
Odalarda çalışma alanının olması otel tercihimini etkiler.	4,27	0,89	0,761	
Otelde sigara içilmeyen katların bulunması otel tercihimini etkiler.	4,28	0,86	0,704	
<b>Fiyat-Konum-Tanınırlık</b>	<b>4,49</b>	<b>0,48</b>		<b>15,86</b>
Sürekli misafire indirim olanakları otel tercihimini etkiler.	4,53	0,69	0,848	
Otelin konumu otel tercihimini etkiler.	4,60	0,59	0,781	
Otopark alanının geniş olması otel tercihimini etkiler.	4,57	0,61	0,708	
Otelin başkalarınıca tercih edilirlığı otel tercihimini etkiler.	4,64	0,54	0,658	
<b>Konfor</b>	<b>4,57</b>	<b>0,51</b>		<b>15,03</b>
Yatak, şilte ve yastıkların rahat olması otel tercihimini etkiler.	4,60	0,57	0,882	
Oda iklimlendirme kontrolünün bende olması otel tercihimini etkiler.	4,48	0,65	0,825	
Odaların temiz olması otel tercihimini etkiler.	4,64	0,58	0,740	
<b>Personel</b>	<b>4,52</b>	<b>0,56</b>		<b>13,10</b>
Personelin düzgün görünümlü olması otel tercihimini etkiler.	4,51	0,69	0,855	
Personelin verimli hizmet sağlaması otel tercihimini etkiler.	4,61	0,60	0,840	
Personelin yardımsever olması otel tercihimini etkiler.	4,41	0,73	0,661	
<b>İşlem Kolaylığı-İnternet</b>	<b>4,58</b>	<b>0,61</b>		<b>10,65</b>
Etkili check-in / check-out servisi otel tercihimini etkiler.	4,52	0,73	0,827	
Otelde internet bağlantısının olması otel tercihimini etkiler.	4,60	0,68	0,811	
<b>Toplam Varyans Açıklama Oranı</b>				<b>73,36</b>

K-M-O Örneklem Ölçüm Yeterliliği:0,74

Bartlett' in Anlamlılık Testi (Chi-Square / df / Sig): 5882,984/ 120 / 0,000

Turistlerin memnuniyetine yönelik faktör analizi sonuçları (Tablo 2) incelendiğinde toplam varyans açıklama oranının %73,36 (fiziksel imkân alt boyutu: %18,72; fiyat-konum-tanınırlık alt boyutu: %24,80; konfor alt boyutu: %15,03; personel alt boyutu: %13,10; işlem kolaylığı-internet: %10,65) olduğu görülmektedir.

Turistlerin konaklama memnuniyetinde en yüksek ortalamaların  $\bar{x}=4,64$  ile "odaların temiz olması";  $\bar{x}=4,61$  "personelin verimli hizmet sağlaması" ve  $\bar{x}=4,60$  ortalama ile "otelin konumu"; "yatak, şilte ve yastıkların rahat olması"; ve "otelde internet bağlantısının olması" beklentilerinde ortaya çıktığı görülmektedir. En az memnuniyet beklentileri ise  $\bar{x}=4,13$  ile "odalarda ütü olması";  $\bar{x}=4,19$  ile "odalarda mini bar olması";  $\bar{x}=4,27$  ile "odalarda çalışma alanının olması"; ve  $\bar{x}=4,26$  ile "otelde sigara içilmeyen katların bulunması" olarak fiziksel imkân alt boyutunda toplanmaktadır.

İş turizmine katılan yerli turistlerin konaklama memnuniyetinin tavsiye etme niyeti, tekrar ziyaret etme niyeti ve sosyal medyada paylaşım niyetine etkisini ölçmede basit doğrusal regresyon analizine başvurulmuştur. Bu bağlamda araştırmada konaklama memnuniyeti bağımsız ve tavsiye etme niyeti, tekrar ziyaret etme niyeti ve sosyal medyada paylaşım niyetleri ise bağımlı değişken olarak öngörölmüş ve hesaplamaya dahil edilmiştir.

**Tablo 3.** Konaklama Memnuniyetin Tavsiye Etmede Etkisine Yönelik Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	( $\beta$ )	t	p	F	R <sup>2</sup>
Tavsiye Etme Niyeti	Sabit (a)	2,365	12,458	0,000*	160,332	0,188
	Konaklama Memnuniyeti	0,533	12,662	0,000*		

\*(p&lt;0,001)

Tablo 3'te görüldüğü üzere basit doğrusal regresyon analizinde konaklama memnuniyetinin;  $\beta=0,533$  ve ( $p=0,000$ ,  $p<0,001$ ) anlamlılık düzeyinde olmak üzere tavsiye etme niyetini olumlu şekilde etkilediği görülmektedir. Bu kapsamda öngörülen H1 hipotezi kabul edilmiştir. Konaklama memnuniyetinin bir birim artması durumunda, tavsiye etme niyetinin 0,533 ( $\beta$ ) kadar artacağı söylenebilir.

**Tablo 4.** Konaklama Memnuniyetin Tekrar Ziyaret Etmede Etkisine Yönelik Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	( $\beta$ )	t	p	F	R <sup>2</sup>
Tekrar Ziyaret Niyeti	Sabit (a)	3,820	1,196	0,001	0,847	0,001
	Konaklama Memnuniyeti	0,244	0,920	0,358		

\*(p&lt;0,001)

Tablo 4'te görüldüğü üzere basit doğrusal regresyon analizinde konaklama memnuniyetinin; tekrar ziyaret etme niyetini etkilemediği ( $p=0,358$ ,  $p>0,001$ ) görülmektedir. Bu sonuç kapsamında bu çalışmada öngörülen H2 hipotezi kabul edilmemiştir.

**Tablo 5.** Konaklama Memnuniyetin Sosyal Paylaşımında Etkisine Yönelik Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	( $\beta$ )	t	p	F	R <sup>2</sup>
Sosyal Medyada Paylaşım Niyeti	Sabit (a)	2,454	13,118	0,000*	150,851	0,179
	Konaklama Memnuniyeti	0,510	12,282	0,000*		

\*(p&lt;0,001)

Tablo 5'te görüldüğü üzere basit doğrusal regresyon analizinde konaklama memnuniyetinin;  $\beta=0,510$  ve ( $p=0,000$ ,  $p<0,001$ ) anlamlılık düzeyinde olmak üzere tavsiye etme niyetini olumlu etkilemektedir. Bu sonuç kapsamında çalışmada öngörülen H3 hipotezi kabul edilmiştir. Konaklama memnuniyetinin bir birim artması durumunda, sosyal medyada paylaşım niyetinin 0,510 ( $\beta$ ) kadar artacağı düşünülebilir.

## TARTIŞMA

Konaklama işletmelerinde müşteri memnuniyetinin sonuçları; olumlu ağızdan ağıza (wom) tavsiye etme, sadık müşteriler oluşturma ve pahalı, zaman alıcı ve kuruluşun itibarı açısından iyi olmayan şikâyetleri azaltma yönüyle öne çıkartılmaktadır. Aynı zamanda turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin müşteri memnuniyetini sürekli olarak izlenmesinin gerekliliğine dikkat çekilmektedir. Ölçümü yapılacak memnuniyetin türü, kullanacak ölçüm sistemi, ölçüm amacı ve veri toplama kaynakları; başarılı pazarlama kampanyalarının uygulanmasında ve turist memnuniyeti değerlendirmesinde başarı faktörleri olarak gösterilmektedir (Pjero ve Gjermeni, 2020). Bu çalışma bulguları da göstermiştir ki iş turizminde konaklama memnuniyeti tavsiye etme ve sosyal medyada paylaşım niyeti üzerinde etkilidir ancak sadık müşteri oluşturmada konaklama memnuniyetinin etkisi bulunmamaktadır.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde iş turizmi, modern iş dünyasının ayrılmaz bir parçası olup dünyada her gün on milyonlarca insan iş amaçlı yakın-uzak ve kısa-uzun gezilere çıkmak için evlerinden ayrılmaktadır. Dünya genelinde her yıl 100 milyondan fazla kişi iş gezisine katılmakta ve bu hareketlilik ekonomide büyük gelir getirici alanlardan birisi olarak görülmektedir. Oteller, gelir sağlama yönünden iş turizminde çok sayıda katılımcıya sunduğu hizmetlerle ve yüzlerce çalışana istihdam alanı oluşturma kabiliyetleri ile önemli işletmeler olarak öne çıkmaktadır (Jafarlı, 2018).

Bu araştırmada, Türkiye’de iş turizmi potansiyeline sahip yeni gelişen iller arasında gösterilen Zonguldak iline iş turizmi amacıyla gelen turistlerin konaklama memnuniyetlerine odaklanılmış ve iş turizmi potansiyeline sahip bölgelerdeki otel işletmelerinin, iş seyahati kapsamında konaklama ihtiyacı duyan turistlerin memnuniyet beklentilerini dikkate alarak onların ihtiyaçlarına yönelik hizmetler sunmasına yol gösterilmesi amaçlanmıştır. Konaklama memnuniyetinin tavsiye etme, tekrar ziyaret etme ve sosyal medyada paylaşımda bulunma niyetleri üzerine olan etkisi araştırılmıştır.

Araştırmanın sonuçlarında görülmüştür ki iş turizminde konaklama memnuniyeti ile tavsiye etme niyeti ve sosyal medyada paylaşım niyeti arasında orta düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Aynı zamanda konaklama memnuniyeti tavsiye etme niyetini ve sosyal medyada paylaşım niyetini etkilemektedir. Araştırmada ulaşılan bu sonuçlar çerçevesinde konaklama hizmeti sunan işletmelere iş turizmi perspektifinden konaklama memnuniyeti, tavsiye etme niyeti, tekrar ziyaret etme niyeti ve sosyal medyada paylaşım niyeti için aşağıdaki öneriler sunulmuştur:

- İş seyahati ziyaretçileriyle sağlıklı ve uzun ömürlü ilişkiler geliştirmek için iş seyahati yönetimi programı oluşturabilir. Bu programda internet bağlantısı, iş çalışma alanı, rahatlık, verimlilik, konfor ve gizlilik ve güvenliği yüksek düzeyde önemsenmelidir.
- İş seyahatlerinde sık yaşanan sorunlardan bir tanesi olan son dakika rezervasyon değişikliklerinin yaşanmasında önemli müşterilere esnek davranılabilir.
- İş turizmi kapsamında ziyaret gerçekleştirilen müşteriler ile ilişkisel pazarlama kapsamında sürdürülebilir ilişkiler için çaba sergilenebilir.
- Konaklama işletmeleri, kendilerine yönelik sosyal medya yorumlarını güncel takip edilmeli ve yanlışlıkları düzeltilmelidir. Ayrıca müşteri geri bildirimleri önemsenmeli ve ciddiye alınmalıdır.

Bu çalışmada konaklama memnuniyeti ile tavsiye etme niyeti, tekrar ziyaret etme niyeti ve sosyal medyada paylaşım niyeti ilişkisi iş turizmine katılan yerli turistler perspektifinden ele alınmıştır. Gelecekteki benzer çalışmalarda bu durumlar yabancı turistler perspektifinden ele alınabilir. Ayrıca iş turistlerinin ulaşım, yiyecek-içecek ve eğlence memnuniyetleri incelenebilir.

## KAYNAKÇA

- Abubakar, A. M., Ilkan, M., Al-Tal, R. M., & Eluwole, K. K. (2017). EWOM, revisit intention, destination trust and gender. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, (31), 220-227.
- Alagöz, G. (2024). Türkiye’de iş turizmi. N. Ayaz (Editör), *Türkiye Turizmi* (s.147-166), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ali, F., & Amin, M. (2014). The influence of physical environment on emotions, customer satisfaction and behavioural intentions in Chinese resort hotel industry. *J. Global Business Advancement*, 7(3), 249-266.
- Ali, F., & Omar, R. (2014). Determinants of customer experience and resulting satisfaction and revisit intentions: PLS-SEM approach towards Malaysian resort hotels. *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism*, 3(2), 175-193.

- Arılı, E. (2012). Yat limanı işletmeciliğinde algılanan hizmet kalitesi faktörlerinin tekrar tercih etme niyeti, tavsiye etme niyeti ve genel memnuniyet düzeyi üzerindeki etkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23(1), 19-32.
- Assaker, G., Vinzi, E. V., & O'Connor, P. (2011). Examining the effect of novelty seeking, satisfaction, and destination image on tourists return pattern: A two factor, non-linear latent growth model. *Tourism Management*, 32(4), 890-901.
- Atadil, H. A. (2011). Otel işletmelerinde sosyal medya pazarlaması: Turizm tüketicilerinin sosyal paylaşım sitelerine ilişkin algıları üzerine bir alan çalışması. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Ayaz, N. ve Apak, Ö. C. (2017). Kış turizmüne katılan yerli ziyaretçilerin seyahat davranışları Erciyes Kayak Merkezi örneği. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, (49), 27-43.
- Ayaz, N. ve Sorgun, T. (2020) Turist tipolojisi ve seyahat memnuniyeti ilişkisi: Ilgaz Kayak Merkezi örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(2), 328-341.
- Aziz, N., Ariffin, A. M. A., Omar, N. A., & Evin, C. (2012). Examining the impact of visitors' emotions and perceived quality towards satisfaction and revisit intention to theme parks. *Jurnal Pengurusan*, (35), 97-109.
- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804.
- Chaniotakis, I. E., & Lymperopoulos, C. (2009). Service quality effect on satisfaction and word of mouth in the health care industry. *Managing Service Quality*. 19(2), 229-242.
- Cheung, C. M. K., & Thadani, D. R. (2012). The impact of electronic word-of-mouth communication: A literature analysis and integrative model. *Decision Support Systems*, 54(1), 461-470.
- Çatı, K. ve Koçoğlu, C. M. (2008). Müşteri sadakati ile müşteri tatmini arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (19), 167-188.
- Çelik, P., Yüzbaşıoğlu, N., & Topsakal, Y. (2017). The impact of tourists perceptions on revisit intention. IX International Tourism Congress (ITC'17), Peniche- Portugal, 29-30 November.
- Doğan, S., Sert, S. ve Tutan, E. (2016). Konaklama işletmeleriyle ilgili internet sitelerinde yer alan yorumların tüketici karar sürecine etkisi: Ankara'da çalışan öğretim elemanları üzerine bir araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(30), 175-191.
- Dunnross, E. L., & Iso-Ahola, S. (1991). Sightseeing tourists motivation and satisfaction. *Annals of Tourism Research*, 18(2), 226-237.
- Esen, B. (2024). İş turizmi kapsamında seyahat gerçekleştiren turistlerin memnuniyetinin, tekrar ziyaret etme niyetine etkisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Karabük.
- Esmaili, L., Mardani, S., Golpayegani, S. A. H., & Madar, Z. Z. (2020). A novel tourism recommender system in the context of social commerce. *Expert Systems with Applications*, (149), 1-11.
- Eynard, D., Iversini, A., & Gentile, L. (2012). Finding similar destinations with flickr geotags. S. Ossowski ve P. Lecca (Der.), SAC 2012 ACM Symposium on Applied Computing (p.733-736). Riva Del Garda (Trento): Trento Üniversitesi.
- Field, A. (2000). *Discovering Statistics Using SPSS for Windows*. London-Thousand Oaks-New Delhi: Sage Publications.
- Fotis, J. N., Buhalis, D., & Rossides, N. (2012). Social media use and impact during the holiday travel planning process. In Fuchs, M., Ricci, F. & Cantoni, L. (Eds), *Information and Communication Technologies in Tourism* (pp.13-24). Springer: Vienna, Austria.

- Fuchs, M., & Weiermair, K. (2004). An indicator-system's potential for exploring guest satisfaction. *Journal of Travel Research*, 42(3), 212-225.
- Haywood, M. K. (1989). Managing word of mouth communications. *Journal of Service Marketing*, 3(2), 55-67.
- <https://thoughtfullearning.com/inquireHSbook/pg271#:~:text=You%20can%20get%20updates%20about,news%20almost%20as%20it%20happens.> [Erişim Tarihi: 15.12.2023].
- Htun, H. M., Padungyoscharoen, S., & San, S. (2015). Influences of motivation toward revisit intention, destination loyalty and positive word-of-mouth. *Apheit Journal*, 4(2), 115-130.
- Isa, S. M., Ariyanto, H. H., & Kiumarsi, S. (2019). The effect of place attachment on visitors' revisit intentions: evidence from Batam. *Tourism Geographies*, 22(1), 51-82.
- İçöz, O. (2001). *Turizm İşletmelerinde Pazarlama: İlkeler ve Uygulamalar*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Jafarlı, H. (2018). Definition and benefits of business tourism in the context of globalization. *International Journal of Tourism, Economic and Business Sciences*, 2(2), 41-45.
- Jani, D., & Han, H. (2014). Testing the moderation effect of hotel ambience on the relationships among social comparison, affect, satisfaction, and behavioral intentions, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31(6), 731-746.
- Javed, M., Tučková, Z., & Jibril, A. B. (2020). The role of social media on tourists' behavior: An empirical analysis of millennials from the czech republic. *Sustainability*, 12(18), 7735.
- Jin, N., Lee, H., & Lee, S. (2013). Event quality, perceived value, destination image, and behavioral intention of sports events: The case of the IAAF World Championship, Daegu. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(8), 849-864.
- Kline, T. J. B. (2005). *Psychological Testing: A Practical Approach to Design and Evaluation*. Thousand Oaks: Sage Publications Inc.
- Kaya, M. F. (2019). İş Amaçlı Seyahat Edenlerin Otel Tercihlerini Etkileyen Faktörler: Mardin Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Batman.
- Kerdpitak, C. (2019). The relationship between hotel guests' satisfaction and revisit intentions in Bangkok, Thailand. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 10(1), 137-156.
- Kılıç, İ. ve Pelit, E. (2004). Yerli turistlerin memnuniyet düzeyleri üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 15(2), 113-124.
- Kim, W.G., & Park, S.A. (2017). Social media review rating versus traditional customer satisfaction: Which one has more incremental predictive power in explaining hotel performance?. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, (29), 784-802.
- Kinard, B. R., & Capella, M. L. (2006). Relationship marketing: The influence of customer involvement on perceived service benefits. *Journal of Services Marketing*, 20(6), 359-368.
- Li, F., Wen, J., & Ying, T. (2018). The influence of crisis on tourists' perceived destination image and revisit intention: An exploratory study of chinese tourists to North Korea. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 104-111.
- Lin, X., & Wang, X. (2020). Examining gender differences in people's information-sharing decisions on social networking sites. *International Journal of Information Management*, 50, 45-56.
- Lo, I. S., McKercher, B., Cheung, C. & Law, R. (2011). Tourism and online photography. *Tourism Management*, 32(4), 725-731.
- Ma, L., Zhang, X., & Yan Ding, X. (2018). Social media users' share intention and subjective well-being: An empirical study based on We Chat, *Online Information Review*, 42(6),784-801.
- Majerczak, P., & Strzelecki, A. (2022). Trust, media credibility, social ties, and the intention to share towards information verification in an age of fake news. *Behavioral Sciences (Basel)*, 12(51), 1-17.

- Mannan, M., Chowdhury, N., Sarker, P. and Amir, R. (2019). Modeling customer satisfaction and revisit intention in Bangladeshi dining restaurants, *Journal of Modelling in Management*, 14(4), 922-947.
- Marinkovic, V., Senic, V., Ivkov, D., Dimitrovski, D., & Bjelic, M. (2014). The antecedents of satisfaction and revisit intentions for full-service restaurants. *Marketing Intelligence & Planning*, 32(3), 311-327.
- Olalı, H. ve Korzay, M. (1993). *Otel İşletmeciliği*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Pjero, E., & Gjermëni, O. (2020). Tourist's satisfaction in terms of accommodation: a case study in Vlore, Albania. *Business Perspectives and Research*, 8(1), 67-80.
- Reisinger, Y., & Turner, L. W. (2003). *Cross-cultural Behaviour in Tourism: Concepts and Analysis*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Raza, A. M., Siddiquei, N. A., Awan, M. H., & Bukhari, K. (2012). Relationship between service quality, perceived value, satisfaction and revisit intention in hotel industry. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(8), 788-805.
- Ritchie, J. R. B. & Crouch. G. I. (2000). The competitive destination: A sustainability perspective. *Tourism Management*, (21), 1-7.
- Ramyar, M., Zaheer, R. Z., Halim, N., & Ghasemi, M. J. (2020). Tourists' satisfactory level in terms of tourism infrastructures in Melaka, Malaysia: A study on international students in Universiti Teknologi Malaysia (UTM). *International Journal of Research in Tourism and Hospitality (IJRTH)*, 6(2), 1-8.
- Sainfort, F., & Booske, B. C. (2000). Measuring post-decision satisfaction. *Medical Decision Making*, 20(1), 51-61.
- Sekeran, U. (2003). *Research Methods For Business*, John Wiley & Sons: United States of America.
- Severt, D., Wong, Y., Chen, P., & Breiter, D. (2007). Examining the motivation, perceived performance and behavioural intentions of convention attendees: Evidence from a regional conference. *Tourism Management*, 28(2), 399-408.
- Shao, C., Ciampaglia, G. L., Varol, O., Yang, K.-C., Flammini, A., & Menczer, F. (2018). The spread of low-credibility content by social bots. *Nature Communication*, 9(4787), 1-9.
- Sheela, M. A. (2002). *Economics of Hotel Management*. Yeni Delhi: New Age International Publishers.
- Um, S., Chon, K., & Ro, Y. (2006). Antecedents of revisit intention. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1141-1158.
- Yüksel, A. (2003). Müşterilerin şikâyet çözümüne yönelik konaklama işletmelerinden beklentileri ve değişik müşteri grupları arasındaki beklenti farklılıkları. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14(1), 23- 32.
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45-56.
- Zeng, B., & Gerritsen, R. (2014). What do we know about social media in tourism? A review. *Tourism Management Perspective*, (10), 27-36.





## Türkiye Turizminin Geleceğinin Yapay Zekâ ile Tahminlemesi

### Predicting the Future of Tourism in Turkey with Artificial Intelligence

İlker VURAL<sup>1</sup>, Uğur CEYLAN<sup>2</sup>

#### Özet

Yapay zekâ teknolojileri, büyük veri analitiği ve makine öğrenmesi sayesinde farklı sektörlerde tahminleme ve stratejik karar alma süreçlerini kökten değiştirmektedir. Bu çalışma, yapay zekâ uygulamalarını kullanarak Türkiye'nin turizm sektöründeki gelecekteki potansiyelini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Çalışma Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2019-2023 yılları arasında yayımlanan turizm gelir ve giderlerine ilişkin çeşitli verilerin analizine odaklanmaktadır. Araştırmada, aylara göre turizm geliri, ziyaretçi sayısı, kişi başı harcama, vatandaş giriş ve geceleme sayıları gibi istatistikler ve Turizm Teşvik Kanunu incelenerek Türkiye'nin 2030 yılı turizm potansiyeli oluşturulmaya çalışılmıştır. Bu süreçte, yapay zekâ uygulamaları (Chat-GPT, Poe platformu üzerinden Genel Asistan, Claude-3.5, Llama, Gemini, Mistral, Command-R ve Mixtral) kullanılarak veriler analiz edilmiş ve bu analizlerden elde edilen sonuçlar birleştirilerek kapsamlı bir değerlendirme yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, Türkiye'nin turizm gelirlerinin 2030 yılına kadar yıllık ortalama %8 büyüme göstererek 75-80 milyar dolara ulaşması beklenmektedir. Ayrıca, ziyaretçi sayısının 80-100 milyon seviyesine yükselmesi öngörülmektedir. Katma değerli turizm alanlarına (sağlık, spor, kültürel turizm) yönelik yatırımlar, kişi başı harcamaları 1.200-1.500 dolar seviyelerine çıkarma potansiyeline sahiptir. Özellikle sağlık turizmi, uluslararası rekabette Türkiye'nin önemli bir avantajı olarak öne çıkmaktadır. Elde edilen sonuçlar, Türkiye'nin 2030 yılına dair turizm hedeflerine yönelik önemli bir perspektif sunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Yapay Zekâ, Tahminleme

#### Abstract

Artificial intelligence technologies, big data analytics and machine learning are radically changing the forecasting and strategic decision-making processes in different sectors. This study aims to assess Turkey's future potential in the tourism sector by using artificial intelligence applications. The study focuses on analysing various data on tourism revenues and expenditures published by the Turkish Statistical Institute between 2019 and 2023. The study analyses statistics such as tourism revenue, number of visitors, per capita expenditure, number of citizen arrivals and overnight stays, and the Tourism Incentive Law by months to create Turkey's tourism potential for 2030. In this process, data were analysed using artificial intelligence applications (Chat-GPT, General Assistant via Poe platform, Claude-3.5, Llama, Gemini, Mistral, Command-R and Mixtral) and a comprehensive evaluation was made by combining the results obtained from these analyses. According to the results of the analyses, Turkey's tourism revenues are

<sup>1</sup>Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Domaniç Hayme Ana MYO, Kütahya

<sup>2</sup>Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Tavşanlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Kütahya

#### ORCID:

İ.V.: 0000-0002-3357-7725

U.C.: 0000-0001-6078-8424

#### Corresponding Author:

İlker VURAL

#### Email:

ilker.vural@dpu.edu.tr

**Citation:** Vural, İ. ve Ceylan, U. (2025). Türkiye turizminin geleceğinin yapay zekâ ile tahminlemesi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 15 (1), 170-183.

**Submitted:** 07.02.2025.

**Accepted:** 15.03.2025

*expected to grow by 8% per annum on average until 2030, reaching USD 75-80 billion. In addition, the number of visitors is expected to increase to 80-100 million. Investments in value-added tourism areas (health, sports, cultural tourism) have the potential to increase per capita expenditure to USD 1,200-1,500. Especially health tourism stands out as an important advantage of Turkey in international competition. The study aims to demonstrate the potential of artificial intelligence technologies in analysing tourism data and making predictions for the future. The results obtained provide an important perspective for Turkey's tourism targets for 2030.*

**Keywords:** *Tourism, Artificial Intelligence, Prediction*

### 1. GİRİŞ

Turizm sektörü, ülkelerin ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınmasında önemli bir yere sahiptir. Türkiye, turistik cazibesi, tarihi ve kültürel mirası ile dünya genelinde öne çıkan bir destinasyon olarak, turizm gelirlerini artırma ve sektörde sürdürülebilir bir büyüme sağlama hedefindedir. Zengin kültürel mirası, çeşitli manzaraları ve stratejik konumu ile Türkiye, turizm sektöründe küresel bir lider olma potansiyeline sahiptir. Bununla birlikte, bu potansiyele ulaşmak kapsamlı ve çok yönlü bir yaklaşım gerektirir.

Türkiye, Şangay İş birliği Örgütü ülkeleri ve Türk devletleri ile turizm ortaklıklarını aktif olarak genişletiyor. Bu strateji, özellikle antik İpek Yolu'nu canlandıran "Orta Koridor" planı gibi girişimlerle kültürel ve tarihi bağlardan yararlanmayı amaçlamaktadır. Rusya, Kazakistan, Kırgızistan, Tacikistan ve Özbekistan gibi ülkelerle iş birliğini teşvik ederek, Türkiye çok çeşitli turistleri çekebilir ve bölgesel turizm pazarındaki konumunu güçlendirebilir (Bedir, 2024).

Türkiye'nin küresel turizm pazarındaki rekabet gücü, Seyahat ve Turizm Rekabet Endeksi'nde belirlenen kilit faktörler ele alınarak artırılabilir. Bunlar arasında ulaşım altyapısının iyileştirilmesi, konaklama kapasitesinin ve kalitesinin artırılması ve turizm ürünlerinin çeşitlendirilmesi yer alıyor (Sakal, 2021). Sürdürülebilir turizm uygulamaları, Türkiye'nin küresel pazardaki rekabet gücünü artırmak için kritik öneme sahiptir. Türkiye sürdürülebilir turizm stratejilerini benimseyerek çevreye duyarlı turistleri çekebilir ve turizmin çevre üzerindeki olumsuz etkilerini azaltabilir (Aygün ve Baycan, 2020). Eski İpek Yolu'nu canlandırmayı amaçlayan "Orta Koridor" planı, Türk devletleri arasında kültürel ve ekonomik iş birliğini teşvik etmek için eşsiz bir fırsat sunuyor. Türkiye, bu girişimden yararlanarak tarihi ve kültürel deneyimlerle ilgilenen turistleri çekebilir ve böylece turizm sektörünü canlandırabilir (Bedir, 2024). Kırsal turizm, eko-turizm ve inanç turizmi gibi alternatif turizm türleri, Türkiye'nin turizm olanaklarını çeşitlendirmek için eşsiz bir fırsat sunuyor. Bu tür turizmi teşvik ederek, Türkiye daha geniş bir turist yelpazesini çekebilir ve geleneksel güneş-deniz turizmine bağımlılığını azaltabilir (Dursun vd., 2017).

Tüm bunların yanında Turizm Teşvik Kanunu Türkiye'deki turizm sektörünü desteklemek amacıyla oluşturulmuş bir çerçeve sunmaktadır. Bu kanun, yatırımcılar için çeşitli teşvikler ve kolaylıklar sağlamaktadır. Kanunun getirdiği avantajlar arasında, vergi muafiyetleri, düşük faizli krediler ve yatırım destekleri bulunmaktadır. Bu durum, özellikle büyük ölçekli turizm projelerinin hayata geçirilmesini teşvik etmekte ve sektördeki rekabetçiliği artırmaktadır.

Türkiye'nin 2030 yılına yönelik potansiyelinin belirlenmesi, sektörün stratejik planlama süreçlerinde kritik bir rol oynamaktadır. Bu çalışmada, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2019-2023 yılları arasında sağlanan veriler ve Turizm Teşvik Kanunu yapay zekâ tabanlı analiz yöntemleri ile değerlendirilmiştir. Veriler; turizm geliri, ziyaretçi sayıları, kişi başı harcamalar ve harcama türleri gibi çeşitli başlıklarda derlenmiş ve Türkiye'nin 2030 yılı turizm potansiyeline yönelik bir perspektif oluşturulmuştur. Bu bağlamda, mevcut literatüre katkı sağlamak ve turizm stratejilerine yön göstermek hedeflenmiştir.

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

Türkiye'nin turizm sektörüne yönelik geleceğe dönük vizyonu, ekonomik büyümeyi teşvik etmenin yanı sıra sürdürülebilirlik ve teknolojik entegrasyonu artırmayı amaçlayan çeşitli stratejileri içermektedir. Literatürde, bu vizyonun temel unsurları arasında gelişmiş tahmin modelleri, sürdürülebilir uygulamalar ve yüksek katma değerli turizm ürünlerinin önemi vurgulanmaktadır.

Türkiye'nin 2023 Turizm Stratejisi, ülkenin zengin kültürel mirası, doğal kaynakları ve stratejik coğrafi konumunu etkin bir şekilde değerlendirerek, Türkiye'yi dünyanın en önde gelen turizm destinasyonları arasına yerleştirmeyi hedeflemektedir. Bu kapsamda, çevresel ve kültürel koruma ile toplum katılımına dayalı sürdürülebilir turizm uygulamalarına özel bir önem verilmektedir. Uzun vadeli sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için turizm sektörünün büyüme stratejilerinin, doğal ve kültürel varlıkların korunması ile dengelenmesi gerektiği belirtilmektedir (Tosun, 2020). Ancak, yapılan araştırmalar, turizm tesislerinin beyan ettikleri sürdürülebilirlik politikaları ile gerçek uygulamalar arasında önemli bir fark bulunduğunu göstermektedir. Pek çok tesis sürdürülebilirliği öncelik olarak belirttiği halde, yalnızca sınırlı sayıda işletmenin uluslararası sertifikalara sahip olduğu ve bu durumun ekoturizm ilkelerinin daha etkin uygulanması gerekliliğini ortaya koyduğu belirtilmektedir (Yurtseven, 2024).

Türkiye, geleneksel güneş ve deniz turizmine olan bağımlılığını azaltmak amacıyla turizm çeşitliliğini artırmaya yönelik stratejiler geliştirmektedir. Bu doğrultuda, kültür turizmi, sağlık ve wellness turizmi, gastronomi turizmi ve macera turizmi gibi alanların büyüme potansiyeline sahip olduğu ortaya konmaktadır. Örneğin, UNESCO Dünya Mirası Alanları, kaplıcalar ve Türk mutfağının tanıtımı, turizmde çeşitlendirme stratejilerinin öncelikli bileşenleri arasında yer almaktadır (Okumus vd., 2012).

Türkiye'nin beş yıllık kalkınma planlarının tarihsel analizi, sürdürülebilirlik, altyapı geliştirme ve turizm çeşitliliği üzerine tutarlı bir vurgu yapıldığını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, modern turizm eğilimlerine uyum sağlamak amacıyla dijital teknolojilere ve inovatif çözümlere daha fazla yatırım yapılması gerektiği ifade edilmektedir (Karakan, 2023). Dijital teknolojilerin turizm sektörüne entegrasyonu, Türkiye'nin gelecek vizyonunun kritik bileşenlerinden biri olarak değerlendirilmektedir. Araştırmalar, e-turizm platformları, akıllı şehir uygulamaları ve veriye dayalı karar alma süreçlerinin turist deneyimini iyileştirme ve operasyonel verimliliği artırma konusundaki önemini vurgulamaktadır. İstanbul ve Antalya gibi şehirlerde geliştirilen akıllı turizm altyapılarının diğer bölgelere model teşkil edebileceği öne sürülmektedir (Buhalis ve Sinarta, 2019).

Türkiye, kendisini küresel çapta çeşitli ve yüksek kaliteli bir turizm destinasyonu olarak yeniden konumlandırmak amacıyla uluslararası pazarlama kampanyaları yürütmektedir. Bu doğrultuda, özellikle Çin ve Hindistan gibi gelişmekte olan pazarlardan turist çekmeye yönelik stratejilerin etkinliği incelenmiş ve dijital pazarlamanın küresel bir kitleye ulaşmadaki kritik rolü vurgulanmıştır (Kozak ve Baloğlu, 2010; Yolal vd., 2009).

Sağlık turizmi alanında Türkiye, uygun fiyatlı ve yüksek kaliteli tıbbi hizmetler sunarak lider destinasyonlardan biri haline gelmiştir. Yapılan projeksiyonlar, yabancı hastaların Türkiye'yi tercih etme eğiliminin, hizmet kalitesi ve sağlık profesyonellerinin uzmanlığı nedeniyle artarak devam edeceğini göstermektedir (Yılmaz, 2022).

COVID-19 pandemisi, turizm sektöründe etkili bir kriz yönetimi yaklaşımının gerekliliğini ortaya koymuştur. Türkiye'nin pandemiye yönelik müdahalelerine dair yapılan araştırmalar, sağlık ve güvenlik protokollerinin, turizm işletmelerine sağlanan mali desteklerin ve dijital dönüşümün sektörün dayanıklılığını artırmadaki önemine işaret etmektedir. Gelecekteki

çalışmaların, kriz yönetimi stratejilerinin geliştirilmesine odaklanması gerektiği vurgulanmaktadır (Gössling vd., 2021).

Türkiye'nin turizm vizyonununun bir diğer önemli boyutu, yerel toplulukların turizm gelişimine katılımıdır. Toplum temelli turizm girişimlerinin ekonomik ve sosyal faydaları, yerel kültürel değerlerin korunması ile bütünleştirilerek ele alınmaktadır. Bu doğrultuda, turizm gelirlerinin adil dağılımını teşvik eden kapsayıcı politikalara duyulan ihtiyaç, literatürde sıkça vurgulanmaktadır (Yüksel vd., 1999).

Gelecekteki turizm yatırımlarının, yüksek katma değerli ürün ve hizmetlere odaklanarak kârlılığı ve rekabetçiliği artırması beklenmektedir (Izgi, 2023). Bu çerçevede, turizm sektörünün dış ticaret dengesine olumlu katkı sağlamak amacıyla yüksek kaliteli turistik mal ve hizmetlerin geliştirilmesi gerektiği ifade edilmektedir. Karşılaştırmalı üstünlük teorisinin uygulanmasıyla, yüksek kaliteli turizm hizmetlerinin satışının turizm gelirlerini artırma potansiyeline sahip olduğu belirtilmektedir (Izgi, 2023). Özellikle Yapay Sinir Ağları (ANN) gibi gelişmiş tahmin tekniklerinin kullanımı, turizm gelirlerinin daha doğru tahmin edilmesi ve buna bağlı olarak ekonomik planlamanın daha etkin gerçekleştirilmesi açısından kritik bir öneme sahiptir (Gülây, 2024).

### 3. TÜRKİYE'DE TURİZMİN MEVCUT DURUMU

Pandemi öncesinde, Türkiye toplamda 42,85 milyar \$ turizm geliri elde etmiş ve yaklaşık 51,86 milyon ziyaretçi ağırlamıştır. Kişi başı harcama 826 \$ düzeyindedir. Pandemi nedeniyle gelirler %64 düşerek 15,17 milyar \$ seviyesine gerilemiştir. Ziyaretçi sayısı ise yalnızca 15,83 milyon olmuştur. Hızlı toparlanma sayesinde turizm gelirleri 55,87 milyar \$, ziyaretçi sayısı 57,07 milyon, kişi başı harcama ise 979 \$ düzeyine ulaşmıştır. 2023 yılında 2019'a kıyasla ziyaretçi sayısında toparlanma yaşanmış, ancak kişi başı harcama artışı sınırlı kalmıştır. Bu, turizmin hacim odaklı büyüdüğünü ancak harcama artışı bakımından katma değer eksikliği yaşadığını göstermektedir. Türkiye, pandemi sonrası özellikle Avrupa ve Rusya gibi yakın pazarlardan gelen turistlere odaklanmış; bu strateji etkili olmuştur. 2019 yılı itibariyle kişisel harcamalar (30,9 milyar \$), toplam gelirin %72'sini oluşturmuştur. Paket tur gelirlerinin payı (11,9 milyar \$) ise %28'dir. 2023 yılı itibarıyla bu dağılım büyük ölçüde korunmuş, kişisel harcamaların oranı yine ağırlıklı olmuştur. Turizm gelirlerinin yaklaşık %20'si yeme-içme, %10'u konaklama hizmetlerinden sağlanmaktadır. Sağlık ve spor turizmi gelirlerinin toplam gelir içindeki payı halen düşük, ancak bu alanların büyüme potansiyeli yüksektir. En yüksek gelirler yaz aylarında (Temmuz-Eylül) sağlanmıştır. 2023'te bu dönemde 22,43 milyon ziyaretçi ve yaklaşık 22,34 milyar \$ gelir elde edilmiştir. Kış aylarında ve ilkbaharda gelirler düşük seyretmektedir. Antalya, İstanbul ve Kapadokya illeri en fazla ziyaretçi ağırlayan bölgeler olarak öne çıkmaktadır. Karadeniz ve Doğu Anadolu bölgeleri turizmin daha az geliştiği bölgelerdir, ancak doğa ve kültür temalı turizm için büyük bir potansiyel barındırmaktadır.

Tablo 1'de 2019-2023 yılları arasında Türkiye'yi ziyaret eden turist sayısı gösterilmektedir. 2020 yılında pandemi sebebiyle ziyaretçi sayısında büyük oranda düşüş yaşanmıştır. Daha sonra ki yıllarda yükseliş devam etmiş ve 2022 yılında pandemi öncesi döneme dönüş yaşanmıştır.

**Tablo 1.** Yıllara Göre Ziyaretçi Sayısı (2019-2023)

Yıllar	Ziyaretçi Sayısı
2019	51,86 milyon
2020	15,83 milyon
2021	29,36 milyon
2022	51,37 milyon
2023	57,07 milyon

Kaynak: (TÜİK, 2024)

Tablo 1'e göre 2021-2022 yılları arasında ziyaretçi sayısı %74 artarken, 2022-2023 yılları arasında ziyaretçi sayısı %11 artmıştır. Türkiye'nin turizm sektörü, 2021'den itibaren hızla toparlanarak 2023 yılında 57 milyon ziyaretçiye ulaşmıştır.

**Tablo 2.** Yıllara Göre Turizm Geliri (2019-2023)

Yıllar	Gelir (\$)
2019	42,85 milyar \$
2020	15,17 milyar \$
2021	30,31 milyar \$
2022	49,86 milyar \$
2023	55,87 milyar \$

Kaynak: (TÜİK, 2024)

Tablo 2'ye göre 2022-2023 yılları arasında gelir artışı %12'dir. 2021'den itibaren yıllık ortalama büyüme oranı %25 civarındadır.

Tablo 1 ve Tablo 2'ye göre 2019 yılında kişi başı harcama 826 \$ iken 2023 yılında kişi başı harcama 979 \$ seviyesine çıkmıştır. Veriler incelendiğinde yaz dönemi en yoğun dönem olurken kış ve bahar sezonları zayıf seyretmektedir. Ziyaretçilerin yoğun olduğu bölgeler: İstanbul, Antalya, Kapadokya ve Ege kıyıları. Az Gelişmiş Bölgeler ise Karadeniz ve Doğu Anadolu bölgeleri olarak belirlenmiştir. TÜİK verileri turistlerin önemli bir kısmının Avrupa'dan, özellikle Almanya, Rusya ve İngiltere'den geldiğini gösteriyor.

**Tablo 3.** Aylara Göre Turizm Geliri, Ziyaretçi Sayısı ve Kişi Başı Ortalama Harcama (2019-2023)

Yıllar	Turizm Geliri (Bin \$)	Ziyaretçi Sayısı	Kişi Başı Ortalama Harcama (\$)
2019	42 851 778	51 860 042	826
2020	15 169 371	15 826 266	958
2021	30 309 722	29 357 463	1 032
2022	49 857 030	51 369 026	971
2023	55 874 176	57 077 441	979

Kaynak: (TÜİK, 2024)

**Tablo 4.** Aylara Göre Turizm Gideri, Ziyaretçi Sayısı ve Kişi Başı Ortalama Harcama (2019-2023)

Yıllar	Turizm Gideri (Bin \$)	Ziyaretçi Sayısı	Kişi Başı Ortalama Harcama (\$)
2019	4 655 848	9 653 380	482
2020	1 188 382	2 242 864	530
2021	2 203 157	2 738 340	805
2022	5 098 884	7 266 773	702
2023	8 429 980	11 067 359	762

Kaynak: (TÜİK, 2024)

Tablo 3 ve Tablo 4'e göre Turizm gelirleri 2019'da 42,85 milyar dolar seviyesindeyken, 2020'de pandeminin etkisiyle 15,17 milyar dolara keskin bir düşüş göstermiştir. Sonraki yıllarda ise kademeli bir toparlanma gözlemlenerek 2023'te 55,87 milyar dolara ulaşmıştır. Turizm giderleri de benzer bir eğilim göstermiş, 2019'da 4,65 milyar dolar seviyesinden 2020'de 1,18 milyar dolara gerilemiş, ardından tekrar yükselerek 2023'te 8,43 milyar dolara ulaşmıştır. Kişi başı ortalama harcama turizm gelirleri açısından 2019'da 826 dolar iken, 2020'de 958 dolara çıkmıştır. Pandemi sonrası 2021'de 1.032 dolar ile en yüksek seviyeye ulaşmış, ancak 2023'te 979 dolar seviyesine gerilemiştir. Bu durum, turist başına harcamanın zaman içinde değişkenlik gösterdiğini ancak genel olarak yükseliş eğiliminde olduğunu göstermektedir. Turizm giderleri açısından kişi başı ortalama harcama 2019'da 482 dolar iken, 2021'de 805 dolara çıkmış, ancak 2023'te 762 dolara gerilemiştir.

Türkiye Turizminin Geleceğinin Yapay Zekâ ile Tahminlemesi

Tablo 5. Çıkış Yapan Ziyaretçi Sayısı (2019-2023)

Yıllar	Çıkış Yapan Ziyaretçi Sayısı	
	Toplam	Vatandaş (Yurt Dışında İkamet Eden)
2019	51 860 042	7 147 072
2020	15 826 266	3 118 001
2021	29 357 463	5 417 442
2022	51 369 026	7 027 504
2023	57 077 440	7 730 473

Kaynak: (TÜİK, 2024)

Tablo 5'e göre ziyaretçi sayısı, pandeminin etkisiyle 2019'daki 51,86 milyondan 2020'de 15,82 milyona düşmüştür. 2021 sonrası toparlanma sürecine girerek 2023'te 57,08 milyona ulaşmıştır. Çıkış yapan ziyaretçi sayıları, toplamda 2019'da 51,86 milyon iken, 2020'de 15,82 milyona gerilemiş, ardından 2023'te 57,08 milyona çıkmıştır. Yurt dışında ikamet eden Türk vatandaşlarının çıkış oranı, toplam ziyaretçi sayısı içindeki payını korumuş, 2019'da 7,14 milyon olan bu sayı, 2020'de 3,11 milyona düşmüş ancak 2023'te 7,73 milyona çıkmıştır.

Tablo 6. Harcama Türlerine Göre Turizm Geliri (2019-2023)

Yıl	Turizm Geliri (Bin \$)	Kişisel Harcamalar	Paket Tur Harcamaları (Ülkemize Kalan Pay)	Harcama Türü			
				Yeme İçme	Konaklama	Sağlık	Ulaştırma (Türkiye İçi)
2019	42 851 778	30 917 825	11 933 953	8 239 622	4 573 900	1 459 132	2 843 899
2020	15 169 371	12 814 866	2 354 505	3 581 956	1 554 044	1 371 189	1 083 201
2021	30 309 722	24 677 012	5 632 710	6 572 711	3 323 053	2 016 262	2 095 523
2022	49 857 030	36 970 443	12 886 587	9 171 670	5 174 466	2 206 750	3 166 292
2023	55 874 176	41 690 008	14 184 168	10 916 145	6 184 722	3 006 092	3 019 967

Kaynak: (TÜİK, 2024)

Tablo 6. Harcama Türlerine Göre Turizm Geliri (2019-2023) (Devamı)

Yıl	Harcama Türü						
	Spor, Eğitim, Kültür	Tur Hizmetleri	Yerli Uluslararası Ulaştırma	Diğer Mal & Hizmetler	Giyecek & Ayakkabı	Hediyelik Eşya	Diğer Harcamalar
2019	490 445	175 529	5 256 467	7 878 831	4 787 698	1 660 303	1 430 830
2020	139 426	33 858	1 823 658	3 227 535	1 883 976	573 266	770 293
2021	215 907	92 095	3 537 878	6 823 582	3 868 570	1 314 434	1 640 578
2022	415 978	137 253	6 190 454	10 507 580	5 721 040	2 251 776	2 534 765
2023	740 612	145 647	7 514 074	10 162 748	5 819 695	1 906 477	2 436 576

Kaynak: (TÜİK, 2024)

Tablo 7. Harcama Türlerine Göre Turizm Gideri (2019-2023)

Yıl	Turizm Gideri (Bin \$)	Kişisel Harcamalar	Paket Tur Harcamaları (Yurt Dışı Payı)	Harcama Türü				
				Yeme İçme	Konaklama	Sağlık	Ulaştırma (Yurt Dışı)	Spor, Eğitim, Kültür
2019	4 655 848	3 898 825	757 023	1 182 327	1 102 203	15 232	241 605	66 520
2020	1 188 382	1 032 800	155 582	310 038	239 288	11 403	54 628	27 297
2021	2 203 157	2 160 664	42 493	759 732	527 043	20 119	153 861	13 460
2022	5 098 884	4 511 360	587 523	1 610 637	1 315 967	26 537	312 537	18 807
2023	8 429 980	7 127 488	1 302 491	2 530 805	1 902 426	14 938	442 918	61 115

Kaynak: (TÜİK, 2024)

**Tablo 7.** Harcama Türlerine Göre Turizm Gideri (2019-2023) (Devamı)

Yıl	Harcama Türü							
	Tur Hizmetleri	Yabancı Uluslararası Ulaştırma	Cep Telefonu Dolaşım Harcamaları	Diğer Mal & Hizmetler	Giyecek & Ayakkabı	Hediyelik Eşya	Halı, Kilim Vb.	Diğer Harcamalar
2019	5 237	217 324	88 125	980 252	181 000	352 842	4 856	441 554
2020	427	94 744	40 932	254 044	44 006	112 278	1 338	96 423
2021	202	185 868	50 472	449 907	107 154	90 256	983	251 513
2022	2 222	209 031	55 566	960 055	229 884	334 881	8 362	386 928
2023	1 267	449 435	72 607	1 651 977	290 288	710 520	5 866	645 303

Kaynak: (TÜİK, 2024)

Tablo 6 ve Tablo 7'ye göre Turizm gelirleri içinde en büyük pay kişisel harcamalara aittir. 2019'da 30,92 milyar dolar olan kişisel harcamalar, 2020'de 12,81 milyara düşmüş, ancak 2023'te 41,69 milyar dolara yükselmiştir. Paket tur harcamaları da 2019'da 11,93 milyar dolarken 2023'te 14,18 milyar dolara ulaşmıştır. Yeme içme, konaklama ve ulaştırma en büyük gider kalemleridir. Yeme içme harcamaları 2019'da 8,23 milyar dolardan 2023'te 10,91 milyar dolara yükselmiştir. Ulaştırma harcamaları ise 2019'da 2,84 milyar dolar iken 2023'te 3,01 milyar dolara çıkmıştır. Turizm giderleri açısından ise 2023'te yeme içme 2,53 milyar dolar, konaklama 1,90 milyar dolar, ulaştırma 442 milyon dolar olarak kaydedilmiştir.

**Tablo 8.** Vatandaş Giriş Sayısı ve Kişi Başı Ortalama Geceleme (2019-2023)

Yıl	Kişi Sayısı (Türkiye'de İkamet Eden)	Ortalama Geceleme Sayısı
2019	9 653 380	9,7
2020	2 242 864	13,6
2021	2 738 340	22,7
2022	7 266 773	15,0
2023	11 067 359	13,3

Kaynak: (TÜİK, 2024)

**Tablo 9.** Yurt Dışı İkametli Vatandaşların Turizm Geliri, Kişi Başı Ortalama Harcama, Gecelik Ortalama Harcama ve Ortalama Geceleme Süresi (2019-2023)

Yıl	Turizm Geliri (Bin \$)	Kişi Başı Ortalama Harcama (\$)	Gecelik Ortalama Harcama (\$)	Ortalama Geceleme Sayısı
2019	7 014 139	981	52	18,8
2020	3 317 861	1 064	43	25,0
2021	6 507 848	1 201	51	23,6
2022	7 454 442	1 061	54	19,7
2023	8 391 864	1 086	62	17,6

Kaynak: (TÜİK, 2024)

Tablo 8 ve Tablo 9'a göre Türkiye'de ikamet eden vatandaşların ortalama geceleme süresi, 2019'da 9,7 gece iken 2020'de 13,6 geceye çıkmış, 2021'de 22,7 ile zirve yapmıştır. Ancak sonraki yıllarda düşüş eğilimi göstererek 2023'te 13,3 gece olmuştur. Yurt dışında ikamet eden Türk vatandaşlarının geceleme süresi 2019'da 18,8 gece iken, 2021'de 23,6 ile en yüksek seviyeye ulaşmış, 2023'te ise 17,6 geceye gerilemiştir.

Tablo 10. Turizm Geliri, Gideri ve Ziyaretçi Sayısı Değişim Oranları (2020-2023)

Yıl	Turizm Geliri Değişimi (%)	Turizm Gideri Değişimi (%)	Ziyaretçi Sayısı Değişimi (%)
2020	-64,60	-74,48	-69,48
2021	99,81	85,39	85,50
2022	64,49	131,44	74,98
2023	12,07	65,33	11,11

Kaynak: (TÜİK, 2024)

Veriler hakkında genel bir değerlendirme yapmamız gerekirse, pandeminin etkisi, 2020 yılında turizm gelirleri ve ziyaretçi sayılarında büyük bir düşüşe neden olmuş, ancak 2021'den itibaren toparlanma sürecine girilmiştir. Turizm gelirleri ve giderleri, yıllar içinde dalgalanma gösterse de genel olarak artış eğilimindedir. Harcama türleri, turizm gelirleri içinde kişisel harcamaların en büyük paya sahip olduğunu göstermektedir. Ziyaretçi sayılarında 2023 itibarıyla pandemi öncesi seviyelerin üstüne çıkmıştır, bu da Türkiye'nin turizmde güçlü bir toparlanma yaşadığını ortaya koymaktadır. Bu verilere göre, Türkiye'nin turizm sektörünün krizler karşısında dirençli olduğunu ve 2023 itibarıyla pandemi öncesi seviyelerin üzerine çıkarak büyümeye devam ettiğini göstermektedir.

#### 4. AMAÇ

Bu çalışmanın amacı, yapay zekâ destekli tahminleme teknikleri kullanarak Türkiye'nin 2030 yılına yönelik turizm potansiyelini belirlemek ve sektöre yönelik stratejik planlamalara katkı sağlamaktır. Türkiye turizminin mevcut durumunu analiz etmek ve geleceğe yönelik öngörülerde bulunmak amacıyla, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2019-2023 yılları arasında yayımlanan turizm verileri ile 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu kapsamında sunulan politikalar değerlendirilmiştir.

Araştırmanın temel hedeflerinden biri, turizm sektöründe veri odaklı karar alma süreçlerine yapay zekânın katkısını incelemek ve bu teknolojilerin stratejik planlamada nasıl etkin şekilde kullanılabileceğini ortaya koymaktır. Ayrıca, çalışma kapsamında elde edilen tahminler, Türkiye'nin turizm alanındaki rekabet gücünü artırmaya yönelik öneriler geliştirilmesine de temel oluşturacaktır. Bu çalışma, turizm ekonomisine yönelik akademik literatüre katkı sağlamayı hedeflerken, aynı zamanda kamu politikaları, özel sektör yatırımları ve sürdürülebilir turizm uygulamalarına yönelik stratejik çıkarımlarda bulunmayı amaçlamaktadır.

#### 5. YÖNTEM

Bu çalışmada TÜİK tarafından 2019-2023 yılları arasında yayınlanan aylara göre turizm geliri, ziyaretçi sayısı ve kişi başı ortalama harcama, aylara göre turizm gideri, ziyaretçi sayısı ve kişi başı ortalama harcama, çıkış yapan ziyaretçi sayısı, harcama türlerine göre turizm geliri, harcama türlerine göre turizm gideri, turizm geliri ve kişi başı ortalama harcama, turizm gideri ve kişi başı ortalama harcama, vatandaş giriş sayısı ve kişi başı ortalama geceleme, yurt dışı ikametli vatandaşların turizm geliri ve kişi başı ortalama harcama ve yurt dışı ikametli vatandaşların turizm geliri ve ortalama geceleme sayısı verilerinden yararlanılmıştır (TÜİK, 2024). Veriler 10.11.2024 tarihinde Türkiye İstatistik Kurumunun resmî web sitesinden elde edilmiştir. Bu veriler ile Türkiye'nin 2030 yılı turizm Potansiyeli analiz edilmeye çalışılmıştır. Çalışmada yapay zekâ uygulamaları olan Chat-GPT, Poe platformu üzerinden Genel Asistan, Claude-3.5, Llama, Gemini, Mistral, Command-R ve Mixtral uygulamaları aracılığıyla TÜİK tarafından oluşturulan verilerin ve 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanununun analiz edilmesiyle 2030 yılına ilişkin potansiyelini ortaya koyması istenmiştir. Yapay zekâ uygulamalarına "TÜİK verileri ışığında ve turizm teşvik kanununu da değerlendirerek Türkiye'nin 2030 yılındaki turizm potansiyelini ve geleceğini analiz eder misin?" sorusu sorulmuştur. Yapay zekâ programlarının Türkiye'nin 2030 yılı turizm



potansiyeline yönelik değerlendirmeleri aşağıdaki şekilde belirtmişlerdir. Bu görüşlerin verilen bilgiler ve programların veri tabanı araştırmaları ile sınırlıdır. Yapay zekâ uygulamaları tarafından elde edilen veriler birleştirilmiş ve Türkiye'nin 2030 yılı turizm potansiyeline ilişkin perspektif ortaya konmuştur.

## 6. BULGULAR

### 6.1. Yapay Zekânın, Türkiye'nin 2030 Yılı Potansiyeline Yönelik Değerlendirmesi

Türkiye'nin 2030 yılına yönelik turizm potansiyelini değerlendirirken, birkaç anahtar faktör göz önünde bulundurulmalıdır. İstatistiksel verilerin analizi ve Turizm Teşvik Kanunu dikkate alındığında, Türkiye'nin 2030 yılına ilişkin turizm potansiyeli ve geleceği şu şekilde değerlendirilebilir:

**Tablo 11.** Yapay Zekânın, Türkiye'nin 2030 Yılı Potansiyeline Yönelik Değerlendirmesi

Ana Başlıklar	Değerlendirmeler
<b>Artan Turizm Geliri</b>	Türkiye'nin turizm gelirinin 2030 yılına kadar yıllık ortalama %8 büyüme oranıyla 75-80 milyar dolara ulaşması bekleniyor. Bu büyüme, Türkiye'nin bir turizm destinasyonu olarak artan popülaritesi, yeni turizm ürünlerinin geliştirilmesi ve hükümetin yatırım teşvikleri tarafından yönlendirilecektir. Gelirlerin 110 milyar doları aşması için, katma değerli turizm alanlarına (sağlık, lüks, spor, kongre turizmi) yatırım yapılmalıdır.
<b>Ziyaretçi Sayısı</b>	Ziyaretçi sayısının yılda 80-100 milyon seviyesine ulaşması beklenmektedir.
<b>Kişi Başı Harcama Tutarı</b>	Mevcut 979 \$ seviyesinden 1200-1500 \$ seviyesine çıkarılması hedeflenmelidir. Bu, turistlerin daha uzun süre kalmalarını teşvik eden paketler ve hizmet kalitesinin artırılmasıyla sağlanabilir. Paket tur gelirlerinin oranını artırarak seyahat acentelerinin Türkiye'ye daha fazla değer katması sağlanmalıdır.
<b>Turizm Ürünlerinin Çeşitlendirilmesi</b>	Türkiye, turizm tekliflerini çeşitlendirmek ve daha geniş bir turist yelpazesini çekmek için eko-turizm, kültürel turizm ve kruvaziyer turizmi gibi yeni turizm ürünleri geliştirmeye odaklanacaktır. Bu, ülkenin geleneksel güneş ve deniz turizmine olan bağımlılığını azaltmaya yardımcı olacaktır. Türkiye'nin zengin kültürel mirası, turizmde benzersiz bir avantaj sunmaktadır. Kültürel turizm, yerel halkın ekonomik kalkınmasına katkıda bulunabilir ve aynı zamanda uluslararası turistlerin ilgisini çekebilir. Bu bağlamda İstanbul, Antalya ve Kapadokya gibi popüler destinasyonların yanı sıra, Doğu Anadolu ve Karadeniz'in turizm payının artırılması gerekmektedir. Kış sporları, kültür turları ve kaplıca merkezleri gibi olanaklarla sezon dışı turizm teşvik edilmelidir. Sağlık turizmi (termal oteller, estetik cerrahi, fizyoterapi) ve spor turizmi (uluslararası turnuvalar, golf sahaları) teşvik edilerek bu segmentlerin gelir içindeki payı artırılmalıdır.
<b>Turizm Altyapısına Yatırım</b>	Hükümet, turist deneyimini geliştirmek ve ülkenin turizm kapasitesini artırmak amacıyla havaalanları, oteller ve ulaşım sistemleri de dahil olmak üzere turizm altyapısına yatırım yapmaya devam etmelidir. Türkiye, bu alanlardaki yatırımlarını artırarak daha fazla turist çekme potansiyelini artırmalıdır.
<b>Sürdürülebilir Turizm Uygulamaları</b>	Global çapta artan çevresel kaygılar, turizmde sürdürülebilirlik kavramını ön plana çıkarmaktadır. Türkiye, doğal kaynaklarını koruyarak ve eko turizm gibi yeni alanlara yönelerek bu alanda önemli bir avantaj elde edebilir. Türkiye, turizmin çevre ve yerel topluluklar üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla çevre dostu oteller, sorumlu turizm davranışları ve toplum temelli turizm girişimleri gibi sürdürülebilir turizm uygulamalarına vurgu yapacaktır. Karbon nötr tesisler ve yenilenebilir enerji kullanımı, uluslararası turizm trendlerine uyum sağlayacaktır.
<b>İnsan Sermayesinin Geliştirilmesi</b>	Hükümet, hizmet kalitesini artırmak ve genel turist deneyimini iyileştirmek amacıyla turizm profesyonelleri için eğitim programları da dahil olmak üzere insan sermayesinin geliştirilmesine yatırım yapacaktır.
<b>Dijitalleşme ve Teknoloji</b>	Dijitalleşme, turizm sektöründe müşteri deneyimini iyileştirmek ve operasyonel verimliliği artırmak için kritik bir rol oynamaktadır. Türkiye, dijital pazarlama stratejilerini geliştirerek ve teknoloji odaklı hizmetler sunarak rekabet gücünü artırabilir. Seyahat yönetimi, destinasyon pazarlaması ve turist deneyiminin iyileştirilmesi için dijital çözümler kritik önemdedir.

**Tablo 11.** Yapay Zekânın, Türkiye'nin 2030 Yılı Potansiyeline Yönelik Değerlendirmesi (Devamı)

Ana Başlıklar	Değerlendirmeler
<b>Pazar Çeşitliliği</b>	Türkiye, yalnızca geleneksel pazarları değil, aynı zamanda yeni ve potansiyel pazarlara da yönelmelidir. Özellikle Asya ve Orta Doğu pazarları, Türkiye için büyük fırsatlar sunmaktadır.
<b>Riskler ve Fırsatlar</b>	<b>Riskler:</b> Pandemi benzeri küresel krizler ve bölgesel istikrarsızlıklar turizm potansiyelini olumsuz etkileyebilir. <b>Fırsatlar:</b> Doğal ve kültürel mirasın etkin tanıtımı, uluslararası standartlarda hizmet geliştirilmesi ve dijital turizm altyapılarının kurulması Türkiye'nin rekabet gücünü arttıracaktır.

**Kaynak:** Yapay Zekâ Araçları ile Yazarlar Tarafından Derlenmiştir.

## 6.2. Yapay Zekânın, Türkiye'nin 2030 Yılı Potansiyeline Ulaşması İçin Önerileri

Aşağıda verilen önerilerin uygulanmasıyla Türkiye, turizm potansiyelinin tamamını açığa çıkarabilir ve 2030 hedeflerine ulaşarak dünyanın önde gelen turizm merkezlerinden biri haline gelebilir.

- Hükümet, turist deneyimini iyileştirmek ve ülkenin turizm kapasitesini artırmak için havaalanları, oteller ve ulaşım sistemleri de dahil olmak üzere turizm altyapısına yatırım yapmaya devam etmelidir.
- Türkiye'nin turizm olanaklarını çeşitlendirmek ve daha geniş yelpazede turist çekebilmek için eko-turizm, kültür turizmi, kruvaziyer turizmi gibi yeni turizm ürünlerinin geliştirilmesine odaklanması gerekiyor.
- Hükümet, turizmin çevre ve yerel topluluklar üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmak için çevre dostu oteller, sorumlu turizm davranışları ve toplum temelli turizm girişimleri gibi sürdürülebilir turizm uygulamalarına önem vermelidir.
- Hizmet kalitesini artırmak ve genel turist deneyimini iyileştirmek için turizm profesyonellerine yönelik eğitim programları da dahil olmak üzere insan sermayesinin geliştirilmesi bir öncelik olmalıdır.
- Hükümet, turizmin geliştirilmesine yönelik koordineli bir yaklaşım sağlamak ve sektörün karşı karşıya olduğu zorlukları ele almak amacıyla özel sektör ve sivil toplumla iş birliği içinde bir turizm geliştirme stratejisi oluşturmalıdır.
- Altyapı yatırımları artırılmalı, özellikle dijitalleşme ve sürdürülebilir turizm odaklı projeler desteklenmelidir.
- Uluslararası işbirlikleri geliştirilerek, yüksek harcama yapan turist gruplarına hitap eden hizmet kalitesi sağlanmalıdır.
- Yasalar ve teşvikler kapsamında yatırım süreçleri kolaylaştırılmalı, doğrudan yabancı yatırımlar artırılmalıdır.
- Yeni pazar açılımları: Türkiye, Hindistan ve Çin gibi hızlı büyüyen pazarlarda tanıtım faaliyetlerini artırmalı ve bu ülkelere özel ulaşım kolaylıkları sağlamalıdır.
- Turizm çeşitliliği: Gelen turistlerin yalnızca kıyı bölgelerine değil, iç bölgelere de yönlendirilmesi için kültür, doğa ve spor temalı turlar teşvik edilmelidir.
- Katma Değerli Turizm: Sağlık, kongre ve lüks turizm gibi kişi başı harcamanın yüksek olduğu alanlara daha fazla yatırım yapılmalıdır. Örneğin:
  - Sağlık turizmi: Estetik cerrahi, diş tedavisi ve fizik tedavi olanakları genişletilmeli.
  - Kongre turizmi: İstanbul ve Ankara gibi şehirlerde kongre merkezleri desteklenmeli.

- Lüks Hizmetler ve Temalı Tesisler: Ultra lüks oteller, golf sahaları ve gastronomi turları ile gelir artırılabilir. Özellikle zengin turistlere hitap eden özel hizmetler yaygınlaştırılmalıdır.
- Sezon dışı turizmin geliştirilmesi:
  - Kış turizmi: Erzurum, Kars ve Kayseri gibi şehirlerde kış sporlarına yönelik tesislerin kapasitesi artırılmalı.
  - Termal turizm: Afyon, Yalova ve Balıkesir gibi termal kaynakların olduğu bölgelerde turizm teşvik edilmelidir.
- Doğu ve Karadeniz'in potansiyeli:
  - Karadeniz'in yaylaları ve Doğu Anadolu'nun tarihî ve kültürel değerleri (ör. Ani Harabeleri, Van Gölü) uluslararası tanıtım kampanyalarına dahil edilmelidir.
  - Yeni ulaşım altyapısı (havalimanları, hızlı tren hatları) bu bölgelerde turizmi artırabilir.
- Özel Sektör Yatırımları: Büyük turizm markalarını çekmek için teşvik paketleri genişletilmeli.
  - Sürdürülebilir turizm yatırımları: Çevre dostu otel ve tesisler için vergi avantajları sağlanmalıdır.
- Kamu Altyapı Yatırımları:
  - Yeni havalimanları ve otoyollar ile turistik bölgelere erişim kolaylaştırılmalı.
  - Dijital altyapı (turist rehberi uygulamaları, dijital haritalar) güçlendirilmelidir.
  - Karbon Nötr Tesisler: 2030 yılına kadar karbon emisyonlarını azaltmaya yönelik otel ve turistik tesisler desteklenmelidir. Dijitalleşme: Akıllı turizm uygulamaları yaygınlaştırılmalı, dijital platformlarla turistlere erişim artırılmalıdır.
- Uluslararası İşbirlikleri: Dünya çapında marka tanıtımları yapılmalı ve uluslararası etkinlikler düzenlenmelidir.
- Yeni Destinasyonlar: Karadeniz yaylaları, Van Gölü çevresi ve Nemrut Dağı gibi alanların turizme entegrasyonu sağlanmalıdır.
- 2030 için Kanunun Rolü: Yasanın sunduğu yatırım kolaylıkları, yabancı sermayeyi çekmek ve uluslararası marka otellerin Türkiye'deki varlığını artırmak için daha fazla kullanılabilir. Turizm Teşvik Yasası, yatırım teşvikleri sağlayarak, sürdürülebilir turizm uygulamalarını teşvik ederek ve ülkenin turizm altyapısını iyileştirerek turizm sektörünü desteklemeyi amaçlamaktadır. Yasa, vergi muafiyetleri, yatırım sübvansiyonları ve basitleştirilmiş lisans prosedürleri dahil olmak üzere çeşitli avantajlar sunmaktadır. Yasa ayrıca kültürel ve tarihi turizm, eko-turizm ve kruvaziyer turizmini geliştirmeye odaklanmaktadır.
- Kültür ve Turizm Koruma Bölgeleri: Yeni turizm bölgelerinin belirlenmesi, yatırımların önünü açmıştır.
- Kamu-Özel İşbirliği: Özel sektör ile altyapı ve tesis yatırımları teşvik edilmektedir.
- Sağlık ve Eko-Turizm: 2030 yılına kadar, küresel trendler doğrultusunda sağlık, doğa ve spor turizmi yatırımları önceliklendirilmelidir.
- Deniz Turizmi: Türkiye'nin kıyı avantajları, yat limanları ve kruvaziyer limanlarının geliştirilmesiyle daha iyi değerlendirilebilir.

Hem turizm teşvik kanununun hem de TÜİK tarafından açıklanan istatistik veriler Türkiye'nin turizm potansiyelinin artarak devam edeceğine işaret etmektedir.

## SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışma, Türkiye'nin turizm sektöründeki 2019-2023 yıllarına ait istatistik veriler ve 2634 Sayılı Turizm Teşvik Kanunu kapsamında sunduğu fırsatlar ışığında, 2030 yılına yönelik potansiyelini ortaya koymayı amaçlamıştır. TÜİK verileri, Türkiye'nin pandemi öncesi dönemde önemli bir turizm merkezi olduğunu, pandemi sonrası süreçte ise hızlı bir toparlanma yaşadığını göstermektedir. 2023 yılında ulaşılan 57,07 milyon ziyaretçi ve 55,87 milyar dolarlık gelir, sektörün dayanıklılığını ve gelişim potansiyelini net bir şekilde ortaya koymaktadır. Türkiye'nin turizm gelirlerinin 2030 yılına kadar yıllık ortalama %8 oranında büyüyerek 75-80 milyar dolara ulaşacağı öngörülmüştür. Bu tahmin, 2019-2023 dönemindeki hızlı toparlanma süreci ve teşvik politikalarına dayanmaktadır. Literatürde, pandeminin etkilerinin azalmasıyla turizmin hızla toparlanacağı ve gelir artışının teknoloji destekli stratejilerle hızlanacağı vurgulanmaktadır (Şeker, 2023; Samara vd., 2020).

Analizler, Türkiye'nin mevcut turizm gelirlerinin büyük oranda yaz aylarında ve kıyı bölgelerinde yoğunlaştığını, kişi başı harcamaların ise sınırlı düzeyde arttığını göstermektedir. Turizm gelirlerinin yaklaşık %20'sinin yeme-içme ve %10'unun konaklama gibi temel ihtiyaçlardan elde edilmesi, sektörün daha fazla katma değerli turizm faaliyetlerine yönelme ihtiyacını ortaya koymaktadır. Özellikle sağlık, spor ve kültürel turizm gibi segmentlerin gelişim potansiyelinin yüksek olduğu ve bu alanlara yönelik yatırımların sektörün büyümesine katkı sağlayacağı açıktır. Yapay zekâ destekli tahminlemede sağlık, spor ve kültürel turizmin potansiyeli vurgulanmıştır. Literatürde, bu segmentlerin hem turist başına harcamayı artırdığı hem de sürdürülebilir turizmi desteklediği belirtilmektedir (Tussyadiah, 2020; Kumari vd., 2024). Özellikle, sağlık turizminin uluslararası rekabette Türkiye'yi öne çıkarabileceği ifade edilmektedir (Louati vd., 2024).

Turizm Teşvik Kanunu çerçevesinde geliştirilen politikalar, kültür ve turizm koruma bölgelerinin artırılması, kamu-özel sektör iş birliğiyle altyapı yatırımlarının desteklenmesi ve eko turizm gibi sürdürülebilir uygulamaların teşvik edilmesi gibi önemli avantajlar sunmaktadır. Bu bağlamda, Türkiye'nin 2030 yılı için belirlenen hedeflere ulaşması mümkündür. Ziyaretçi sayısının 80-100 milyon seviyesine, kişi başı harcamanın ise 1.200-1.500 dolara çıkarılması, turizm gelirlerinin 110 milyar dolar gibi bir büyüklüğe ulaşmasını sağlayabilir.

Bu hedeflere ulaşılması, sektörel çeşitliliğin artırılması, dijitalleşme ve akıllı turizm uygulamalarının yaygınlaştırılması, sürdürülebilir turizm politikalarının benimsenmesi ve yeni pazarlara yönelik tanıtım faaliyetlerinin etkinleştirilmesi gibi stratejilerin uygulanmasına bağlıdır. Özellikle Doğu Anadolu ve Karadeniz gibi az gelişmiş bölgelerin turizme kazandırılması, turizmin coğrafi ve ekonomik olarak dengeli bir şekilde büyümesine katkı sağlayacaktır. Çalışmada, yapay zekâ destekli tahminlerin turizm planlaması ve stratejik karar alma süreçlerinde kullanılabileceği gösterilmiştir. Literatürde de yapay zekânın müşteri deneyimini geliştirme, talep tahmini ve operasyonel verimliliği artırmada etkili olduğu görülmektedir (Koo vd., 2021; Li vd., 2024). Çalışma, sürdürülebilir turizm politikalarının uygulanmasının önemine de dikkat çekmektedir. Bu, literatürde de geniş yer bulan bir konudur; çevresel sürdürülebilirlik stratejilerinin turizmin uzun vadeli başarısı için kritik olduğu vurgulanmaktadır (Kumari vd., 2024; Louati vd., 2024).

Yapay zekâ destekli yapılan tahminleme sonuçları incelendiğinde sektör yöneticileri, kamu kurumları ve akademisyenler için aşağıda bazı öneriler sunulmuştur.

Sektör ve Yöneticiler için öneriler;

- Yeni Ürün Çeşitlendirmesi: Sağlık, kış ve doğa turizmine yönelik ürünlerin geliştirilmesi,

- Hizmet Kalitesinin Artırılması: Otelcilik ve diğer turizm hizmetlerinde eğitim programlarına yatırım yaparak müşteri memnuniyetinin artırılması,
- Dijitalleşme ve Teknoloji Kullanımı: Turist deneyimlerini geliştirecek akıllı uygulamaların yaygınlaştırılması,

Kamu Kurumları için öneriler;

- Altyapı Geliştirmeleri: Özellikle az gelişmiş bölgelerde yeni havalimanları ve hızlı tren hatlarının inşa edilmesi,
- Sürdürülebilirlik Teşvikleri: Çevre dostu oteller ve karbon nötr tesislere yönelik vergi teşvikleri,
- Uluslararası Tanıtım: Türkiye'nin kültürel ve doğal mirasını küresel çapta tanıtan kampanyaların artırılması,

Akademisyenler için öneriler;

- Veri Tabanlı Araştırmalar: Yapay zekâ destekli analizlerin yaygınlaştırılması ve sektörel tahminlerin daha da hassaslaştırılması,
- Çok Disiplinli Çalışmalar: Ekonomi, çevre bilimi ve turizm politikaları gibi farklı alanlarla entegre araştırmalar yapılmalıdır.

Sonuç olarak, Türkiye'nin turizm sektöründeki rekabet gücünü artırmak ve 2030 hedeflerine ulaşmak için sürdürülebilirlik, kalite ve çeşitlilik odaklı bir yaklaşım benimsemesi gereklidir. Hükümetin altyapı ve teşvik politikalarına devam etmesi, özel sektörle iş birliğini artırması ve uluslararası standartlarda hizmet sunması, Türkiye'yi küresel bir turizm lideri haline getirme potansiyelini barındırmaktadır.

## KAYNAKÇA

- Aygün, A., ve Baycan, T. (2020). A Critical Analysis of Turkey's Tourism Strategy Plan (2023) Based on the key factors in mitigation and adaptation to climate change. *Journal of Tourism Leisure and Hospitality*, 2(2), 48-61.
- Bedir, Ö. (2024). Development of Cultural and Faith Tourism in SCO and Turkic States: Uzbekistan's Potential and the Exemplary Turkish Case. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 9(2), 157-163.
- Buhalis, D., ve Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and nowness service: Lessons from tourism and hospitality. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(5), 563-582. <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1592059>
- Dursun, C., Demiral, M., Zengin, B., ve Batman, O. (2017). 2023 Türkiye Turizm Stratejisi Kapsamında Kırsal Turizmin Değerlendirilmesi. *Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi (IRTAD) E-ISSN: 2602-4462*, 1(1), 1-5.
- Gössling, S., Scott, D., ve Hall, C. M. (2021). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Gülay, B. K. (2024). Modeling and forecasting of tourism income: the case of turkey. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. <https://doi.org/10.18070/erciyesiibd.1581119>
- İzgi, M. T. (2023). The Vision of Growth with High Value-Added Products in the Tourism Sector of Turkey with the Approach of Comparative Advantage Theory. *International Conference on Eurasian Economies 2023*, 192-199. <https://doi.org/10.36880/c15.02799>
- Karakan, H. İ. (2023). Economic and Structural Development of Turkey's Tourism within Development Plans During a Century of The Republican Era. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 22(Cumhuriyet'in 100. Yılı), 355-372. <https://doi.org/10.21547/jss.1360178>

- Koo, B., Curtis, C., ve Ryan, B. (2021). Examining the impact of artificial intelligence on hotel employees through job insecurity perspectives. *International Journal of Hospitality Management*, 95, 102763. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102763>
- Kozak, M., ve Baloğlu, Ş. (2010). *Managing and marketing tourist destinations: Strategies to gain a competitive edge*. Routledge.
- Kumari, M., Guleria, S., ve Kumar, S. (2024). Sustainability in tourism and hospitality: Artificial intelligence role in eco-friendly practices in Indian hotels. *Journal of Tourism Theory and Research*, 10(2), 46–56. <https://doi.org/10.24288/jttr.1523976>
- Li, M., Sun, X., Hua, M., ve Qiu, H. (2024). Artificial intelligence features and their service outcomes: A meta-analysis. *Journal of Hospitality Marketing ve Management*. <https://doi.org/10.1080/19368623.2024.2391856>
- Louati, A., Louati, H., Alharbi, M., Kariri, E., Khawaji, T., Almubaddil, Y., ve Aldwsary, S. (2024). Machine learning and artificial intelligence for sustainable tourism: A case study on Saudi Arabia. *Information*, 15(9), 516. <https://doi.org/10.3390/info15090516>
- Okumus, F., Avci, U., Kilic, I., ve Walls, A. R. (2012). Cultural tourism in Turkey: A missed opportunity. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21(6), 638-658.
- Sakal, H. B. (2021). Türkiye turizminin uluslararası rekabetçiliği: Dünya Ekonomik Forumu Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi'nde Türkiye'nin görünümü. *Cappadocia Journal of Area Studies (CJAS), Cappadocia University*, 3(1), 126–149. <https://doi.org/10.38154/CJAS.2>
- Samara, D., Magnisalis, I., ve Peristeras, V. (2020). Artificial intelligence and big data in tourism: A systematic literature review. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(2), 343–367.
- Şeker, F. (2023). Combining the power of artificial intelligence and mathematical modelling: A hybrid technique for enhanced forecast of tourism receipts. *European Journal of Tourism Research*, 36, 3614. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v36i.3246>
- Tosun, C. (2020). Challenges of sustainable tourism development in the developing world: The case of Turkey. *Tourism Management*, 22(3), 289-303. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00060-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00060-1)
- Tussyadiah, I. (2020). A review of research into automation in tourism: Launching the annals of tourism research curated collection on artificial intelligence and robotics in tourism. *Annals of Tourism Research*. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102883>
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2024). *İstatistik veri portalı: Eğitim, kültür, spor ve turizm*. Erişim adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Egitim,-Kultur,-Spor-ve-Turizm-105>, Erişim Tarihi: 10.11.2024
- Yılmaz, N. (2022). Turkey's health tourism demand forecast: the arima model approach. *International Journal of Health Management and Tourism*. <https://doi.org/10.31201/ijhmt.1065460>
- Yolal, M., Çetinel, F., ve Uysal, M. (2009, November). An examination of festival motivation and perceived benefits relationship: Eskişehir International Festival. In *Journal of Convention & Event Touris* (Vol. 10, No. 4, pp. 276-291). Taylor & Francis Group.
- Yurtseven, Ç. (2024). Assessing Alignment Between Self-Reported Sustainability and Practices in Turkish Tourism. *RGSA: Revista de Gestão Social e Ambiental*, 18(6), e07973. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n6-196>
- Yuksel, F., Bramwell, B., & Yuksel, A. (1999). Stakeholder interviews and tourism planning at Pamukkale, Turkey. *Tourism management*, 20(3), 351-360.



## Skopje Bridges at the Intersection of Cultural Tourism and Cultural Heritage

### *Kültürel Turizm ve Kültürel Miras Kesişiminde Üsküp Köprüleri*

Oğuz KIRCI<sup>1</sup>, Melis YAZICI<sup>2</sup>

#### **Abstract**

Cultural tourism consists of the consumption of culture by tourists and is closely linked to their specific demands, as exploration, testing, examining the artifacts of extinct cultures, and engaging with "other" cultures are significant motives. Cultural tourism involves tourists experiencing the lifestyles, traditions, and daily lives of people in different destinations. Skopje, the capital of North Macedonia, stands as one of the significant centers in the Balkan region. The Skopje Center and the Old Bazaar (Turkish Bazaar) areas are connected along the east-west axis by four bridges: Stone Bridge, The Bridge of Civilizations, Art Bridge, and Walking Bridge. These bridges were selected for this paper due to their cultural tourism value. The methodology of this paper is based on document analysis and on-site observation techniques in accordance with the principles outlined in the International Cultural Tourism Charter of 1999 by ICOMOS, an international conservation institution. The paper derives its research methodology from the International Cultural Tourism Charter (1999). The charter contains principles that explain the relationship between tourism and cultural heritage. The Skopje bridges, which form the material of the paper, have been evaluated and analyzed using the on-site observation technique within the context of Principle 1, Principle 2, Principle 3, and Principle 6 of the International Cultural Tourism Charter (1999). This paper aims to serve as a source for future literature on the subject.

**Keywords:** Tourism, Cultural Tourism, Cultural Heritage, Skopje, Skopje Bridges

#### **Özet**

Kültürel turizm, turistlerin kültür tüketiminden oluşmaktadır ve turistlerin özel talepleriyle yakından ilişkilidir; çünkü keşfetme, test etme, soyu tükenmiş kültürlerin eserlerini inceleme ve 'diğer' kültürlerle tanışmak önemli bir motiftir. Kültü turizmi; turistlerin farklı destinasyonlardaki insanların yaşam tarzını, geleneklerini ve günlük yaşamlarını deneyimlemesidir. Kuzey Makedonya'nın başkenti Üsküp, Balkan coğrafyasının önemli merkezlerinden birisidir. Üsküp Center ile Türk Çarşısı bölgeleri doğu-batı aksında dört köprü ile birbirine bağlanmaktadır: Taş Köprü, Medeniyet Köprüsü, Sanat Köprüsü ve Yürüyen Köprü. Bu çalışma kapsamında bu köprüler kültürel turizm değeri taşımalarından dolayı seçilmiştir. Bu çalışmanın yöntemi, uluslararası koruma kurumlarından biri olan ICOMOS'un 1999 yılında oluşturduğu Uluslararası Kültürel Turizm Tüzüğü'nde belirtilen ilkeler doğrultusunda doküman analizi ve yerinde gözlem tekniklerine dayanmaktadır. Çalışma, araştırma yöntemini Uluslararası Kültürel Turizm Tüzüğü (1999)'nden alır. Tüzük, turizm ve kültürel miras arasındaki

<sup>1</sup>Avrasya University, Faculty of Engineering and Architecture, Trabzon

<sup>2</sup>Artvin Çoruh University, Faculty of Art and Design, Artvin

#### **ORCID:**

O.K.: 0000-0003-0471-3473

M.Y.: 0000-0001-5478-1584

#### **Corresponding Author:**

Oğuz KIRCI

#### **Email:**

oguzkirci@gmail.com

**Citation:** Kırıcı, O. and Yazıcı, M. (2025). Skopje bridges at the intersection of cultural tourism and cultural heritage. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 15 (1), 184-202.

**Submitted:** 10.03.2025.

**Accepted:** 21.03.2025

*ilişkiyi açıklayan ilkelere sahiptir. Çalışmanın materyalini oluşturan Üsküp Köprüleri, Uluslararası Kültürel Turizm Tüzüğü (1999)'nden seçilen İlke 1, İlke 2, İlke 3 ve İlke 6 ilkeleri bağlamında yerinde gözlem tekniğiyle değerlendirilmiştir ve analiz edilmiştir. Bu çalışma ile gelecek çalışmalar için bir literatür kaynağı oluşturması amaçlanmıştır.*

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Kültürel Turizm, Kültürel Miras, Üsküp, Üsküp Köprüleri

### 1. INTRODUCTION

Culture encompasses the totality of tangible and intangible values accumulated by societies throughout history. These values are shaped within the framework of historical and social conditions as a result of individuals' interactions with their natural and social environments (Gülcan, 2010; Mazlum, 2024).

Tourism is an almost ubiquitous phenomenon that is both fascinating and challenging to study. The history of tourism can be traced back to the earliest historical records; however, most early forms of travel are not considered tourism in the sense we understand today. Contemporary tourism encompasses a wide variety of activities, including leisure, cultural exploration, scientific discovery, and religious visits (Robinson et al., 2020).

Domestic and international tourism continues to serve as a primary mechanism for cultural exchange, not only through its engagement with the remnants of other societies' pasts but also by offering unique experiences related to contemporary life. Tourism is widely regarded as a positive force for the preservation of natural and cultural heritage (ICOMOS, 1999).

Due to the richness inherent in the concept of culture, many tourists travel with the desire to explore the cultures of different societies (Mazlum, 2024). Cultural tourism encompasses the consumption of a wide variety of cultural assets such as heritage, art, folklore, and more. As a social practice, cultural tourism reconstructs or creates identities (e.g., nationalism, social identities, etc.) (Bauman, 1999).

Cultural tourism is fundamentally based on the consumption of culture by tourists and is closely tied to their specific demands. The motivations of exploration, 'testing' other authentic cultures, examining the artifacts of extinct cultures, and encountering 'other' cultures are particularly significant (du Cros, 2002). This perspective encourages heritage tourism and heritage developers to adopt a nuanced approach to cultural artifacts: an object cannot function independently without its contextual surroundings, as they collectively form the cultural landscape (Virginija, 2016).

Cultural tourism encompasses all aspects of travel that enable travelers to engage with others' heritage and history or contemporary lifestyles and ways of thinking (McIntosh & Goeldner, 1986). In other words, cultural tourism offers cultural tourists access to the processes and products of other cultures. Culture, in this context, involves tourists experiencing the lifestyles, traditions, and daily practices of people in various destinations (OECD, 2009).

Natural and cultural heritage, cultural diversity, and living cultures hold significant appeal in the context of tourism. Cultural tourism has the potential to harness the economic aspects of cultural heritage, generating resources, educating the public, influencing policy, and directing these resources toward preservation efforts. Tourism, a fundamental component of many national and regional economies, can serve as a crucial driver of development when effectively managed (ICOMOS, 1999).

In the context of cultural tourism, the role of cultural heritage values in regional development becomes particularly prominent when considering historical cities. In recent years, historic bridges located in urban centers have gained attention both as reflections of urban identity



and as key elements of tourist attraction. Historic bridges are significant structures that reflect the cultural identity and historical continuity of nations. In this respect, they serve as focal points of attraction for tourists. Examples include Pons Fabricius (62 BCE) in Italy, Puente de Alcántara (104-106 CE) in Spain, Charles Bridge (1357) in the Czech Republic, Stone Bridge (1451-1469) in North Macedonia, Stari Most (1566) in Bosnia and Herzegovina, and Old Bridge (1788) in Germany. These bridges are not only engineering marvels but also cultural heritage icons. International organizations such as UNESCO, the Council of Europe (COE), and the International Council on Monuments and Sites (ICOMOS) have developed various legal and strategic frameworks for the preservation of these structures and their integration into sustainable tourism activities. Within this context, the bridges in Skopje, located in the Balkans, stand out as significant elements of this heritage. Skopje is notable for its bridges that bear the marks of different civilizations throughout history, positioning the city as a vital representative of the region's cultural heritage. Accordingly, the primary research question of this paper is as follows:

- Under which principles established by international conservation organizations are Skopje's bridges preserved, and what are the cultural heritage and cultural tourism values of these bridges?

This paper's methodology draws from the International Cultural Tourism Charter of 1999 by the International Council on Monuments and Sites (ICOMOS). ICOMOS serves as an international council that identifies the values constituting world heritage and oversees their preservation (ICOMOS, 2024). This Charter outlines principles that explain the relationship between tourism and cultural heritage. A document analysis was conducted by examining these principles in the International Cultural Tourism Charter (1999). The four Skopje bridges— Stone Bridge, The Bridge of Civilizations, Art Bridge, and the Walking Bridge—which constitute the material of the paper, were evaluated and analyzed using on-site observation techniques in accordance with the principles of the International Cultural Tourism Charter (1999). This analysis addresses a gap in the literature by evaluating the relationship between Skopje's bridges and tourism within the framework of the International Cultural Tourism Charter (1999). Additionally, it provides an important reference for future research.

## 2. MATERIAL

North Macedonia is in the southwestern part of the Balkan Peninsula and is strategically positioned as a cultural and historical crossroads between the East and the West. This geographical significance has earned it the title of the 'Heart of the Balkans'. The country's rich history has left behind a diverse cultural heritage, including tangible elements such as cultural-historical monuments, ethnographic artifacts, and museums, as well as intangible traditions like folklore, music, and culinary arts. In addition to its cultural wealth, the country's natural beauty—featuring lakes, towering mountains, and diverse landscapes—enhances its appeal as a distinctive tourist destination. These factors collectively position North Macedonia as a key region for sustainable tourism, particularly in terms of heritage conservation, ecotourism initiatives, and community-based tourism development (Milenkovski & Gramatnikovski, 2016).

The country's capital and largest city, Skopje, is one of the major hubs in the Balkans, owing to its strategic location along the Vardar-Morava corridor, as well as the Thessaloniki-Belgrade highway and railway route. Skopje and its surroundings, with their natural, historical, and cultural attractions, represent a region with high tourism potential (Kızılçaoğlu & Önal, 2020). The city of Skopje is bordered by the Vodno Mountains and the Skopska Crna Gora Mountains, while the Vardar River divides it into two parts. These geographical features have played a significant role in shaping the city's development. Skopje, which hosted extensive construction activities during the early Ottoman period, today attracts many tourists seeking cultural tourism experiences.

Bridges connecting the two banks of the Vardar River, which runs through the center of Skopje, play a crucial role in the city's urban fabric. To maintain the continuity of the east-west axis and establish links between the Old Bazaar, Macedonia Square, and various administrative and cultural buildings, pedestrian bridges such as Stone Bridge, The Bridge of Civilizations, Art Bridge, and Walking Bridge have been constructed over the Vardar River (Figure 1).

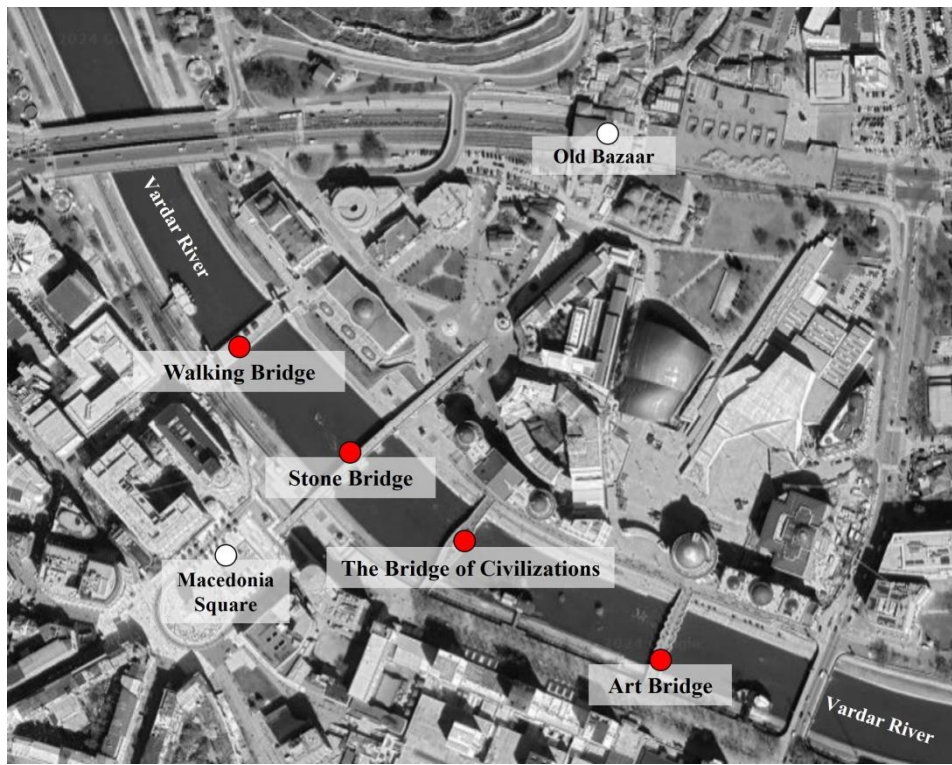


Figure 1. Pedestrian Bridges Over The Vardar River

Source: (Authors, 2024)

## 2.1. Stone Bridge

Stone Bridge, located on the Vardar River, which divides the city of Skopje into two regions, extends in an east-west direction, connecting the Old Bazaar (Turkish Bazaar) and Macedonia Square. The bridge is 210 meters long and 5.80 meters wide. In the literature, differing opinions exist regarding the number of arches of the bridge. Since Stone Bridge does not have an inscription, it is believed to date back to the Roman period or the 14th-century Serbian rule. However, due to its Ottoman architectural style and historical evidence, experts suggest that the bridge was constructed during the Ottoman period. Construction of the bridge began in 1446 during the reign of Sultan Murad II and was completed during the reign of Sultan Mehmed the Conqueror (Acun, 2012; Şerbetçi, 2017).

The bridge, with its cut-stone parapets, features a prayer platform referred to as a 'namazgah' located on the downstream side above the seventh pier from the west and the fourth pier from the east (Acun, 2012). Stone Bridge has suffered damage from earthquakes and other disasters and has undergone various repairs. During restoration efforts in 2006, a muqarnas-decorated mihrab niche (prayer space) was removed by the government of North Macedonia. However, in 2008, the mihrab was reconstructed on Stone Bridge (Figure 2) (Acun, 2012; Şerbetçi, 2017).



Figure 2. Mihrab on Stone Bridge

Source: (Authors, 2024)

During the period when Stone Bridge was first constructed, its surroundings featured structures reflecting the influence of the Ottoman era. However, many of these historical buildings have been lost over time. Today, the area around the bridge includes newly constructed structures, pedestrian bridges designed for Skopje 2014 project, and numerous statues (Figure 3). These pedestrian bridges have a historical appearance but were built using modern construction techniques (Şerbetçi, 2017; Skopje 2014, 2024a).

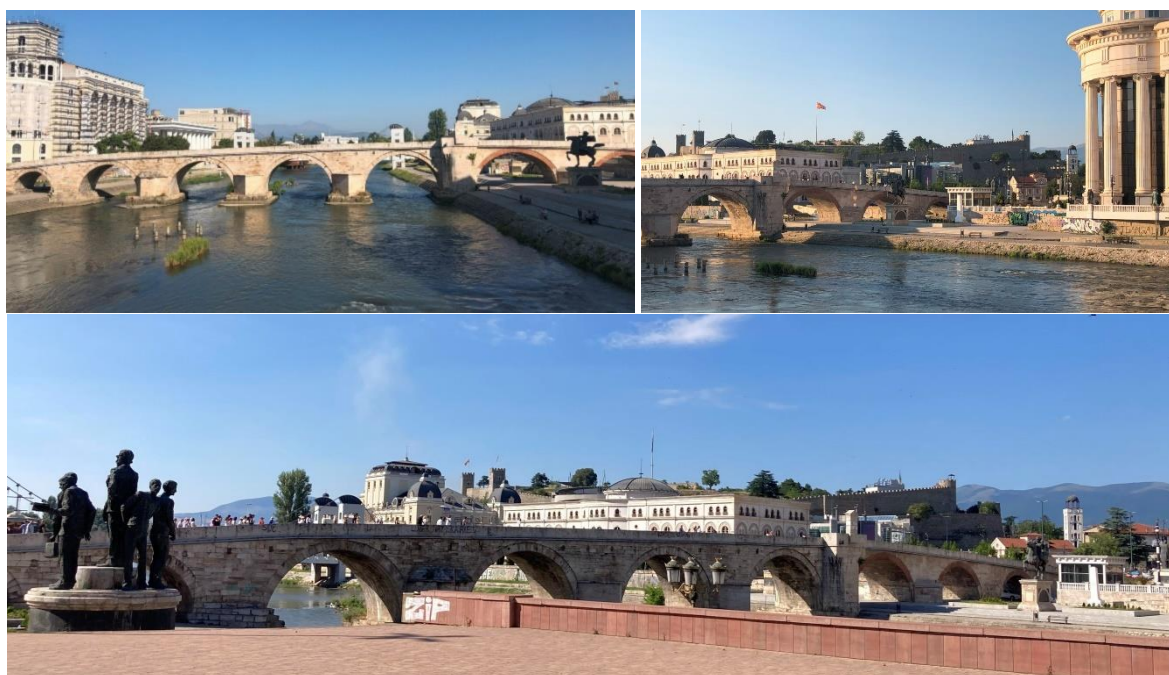


Figure 3. Stone Bridge

Source: (Authors, 2024)

As part of the Skopje 2014 project, a statue known as 'City Beach' or 'Kapachka' situated beneath Stone Bridge in the section of the river historically used as a beach by the residents of Skopje, symbolizes a woman diving into the waters of the Vardar River (Figure 4). This statue, belonging to the initial phase of the Skopje 2014 project, has retained its original placement and continues to stand in the waters of the Vardar River (Skopje 2014, 2024a).



**Figure 4.** The 'City Beach' or 'Kapachka' Statue Located At The Base of Stone Bridge

Source: (Skopje 2014, 2024a)

## 2.2. The Bridge of Civilizations (Oko Bridge)

The Bridge of Civilizations, a part of the Skopje 2014 project, was constructed adjacent to Stone Bridge. The initial name considered for this bridge within the Skopje 2014 project was Oko Bridge. The Bridge of Civilizations (Oko Bridge) is a pedestrian bridge that connects the Vardar embankment to the State Archives, Archaeological Museum, and the Constitutional Court (Skopje 2014, 2024b; Skopje 2014, 2024c; Gradska Redakcija, 2024) (Figure 5).



**Figure 5.** The Bridge of Civilizations (Oko Bridge)

Source: (Authors, 2024)

The construction of The Bridge of Civilizations began in September 2009 and was completed in June 2013. Upon its inauguration in June 2013, the bridge featured a total of 27 statues: 13 on each side and 1 in the center (Figures 6-7). The bridge is 83 meters long and 9.2 meters wide, with its pedestrian walkway expanding up to 12 meters in width (Skopje 2014, 2024b; Gradska Redakcija, 2024). The statues on the bridge represent figures from North Macedonia's history, specifically individuals associated with archaeological findings from their respective eras, as well as those whose actions left a mark on these regions. Consequently, The Bridge of Civilizations houses statues of King Perdikkas I, Alexander the Great, Amyntas III, and emperors Gavril Radomir, Ivan Vladislav, and Stefan Dušan (Skopje 2014, 2024c).



**Figure 6.** Statues on The Bridge of Civilizations (Oko Bridge)

Source: (Authors, 2024)



**Figure 7.** Fountain on The Bridge of Civilizations (Oko Bridge)

Source: (Authors, 2024)

Two years after the opening of The Bridge of Civilizations, it visibly sustained damage. Its facades were stripped, and many of the plaques on the statues placed on the bridge either disappeared or became illegible. In addition to these damages, a storm in Skopje caused the glass floor in the center of the bridge to break. The Bridge of Civilizations, with its damaged surface, became a topic of discussion in the media. Subsequently, the glass floor was replaced (Skopje 2014, 2024b; Gradska Redakcija, 2024) (Figure 8).



**Figure 8.** The Plaque on the Statue on the Bridge of Civilizations and the Glass Floor of the Bridge; (from Left to Right)

Source: (Authors, 2024)

### 2.3. Art Bridge

Art Bridge, located between Stone Bridge and The Bridge of Civilizations, was constructed as part of the Skopje 2014 project. This pedestrian bridge spans the Vardar River and connects the GTC shopping center with the organic building of the Public Prosecutor's Office (Gradska Redakcija, 2024; Skopje 2014, 2024d).

## Skopje Bridges at the Intersection of Cultural Tourism and Cultural Heritage

Measuring 80 meters in length, Art Bridge features sculptures of writers, composers, and artists. The project, which began in April 2013, includes a total of 29 statues: 14 on each side of the bridge and one at the center (Figure 9). The central statue represents the Miladinovci brothers and stands three meters tall. On both sides of the bridge, there are 14 bronze statues, each two meters in height, of famous artists and cultural figures from the region: Toshe Proeski, Lazar Lichenoski, Nikola Martinovski, Dimitar Kondovski, Petar Mazev, Grigor Prlichev, Stale Popov, Krste Petkov Misirkov, Kocho Racin, Jordan Hadži Konstantinov-Jinot, Blaze Koneski, Aco Shopov, Slavko Janevski, Vasil Iljoski, Vancho Nikoleski, Zivko Chingo, Vojdan Chernodrinski, Dimitar Pandilov, Nikola Vaptsarov, Nejati Zekeria, Murteza Peza, Adem Gaitani, Risto Shishkov, Petre Prlichko, Vlastimir Nikolovski, Trajko Prokopiev, Todor Skalovski, and Stefan Gajdov (Table 1) (Skopje 2014, 2024e; Wikipedia, 2024).



Figure 9. Art Bridge

Source: (Authors, 2024)

Table 1. Sculptures on Art Bridge

### SCULPTURES ON ART BRIDGE



Vojdan Černodrinski



Živko Čingo



Jordan Hadži  
Konstantinov-Džinot



Stefan Gajdov

Source: (Wikipedia, 2024)

Table 1. Sculptures on Art Bridge (Continued)



Adem Gajtani



Vasil Iljoski



Slavko Janevski



Blaže Koneski



Dimitar Kondovski



Lazar Ličenoski



Nikola Martinovski



Petar Mazev



Vančo Nikoleski



Vlastimir Nikolovski



Dimitar Pandilov



Murteza Peza



Stale Popov



Toše Proeski



Trajko Prokopiev



Grigor Prličev

Source: (Wikipedia, 2024)

Table 1. Sculptures on Art Bridge (Continued)

			
Petre Prličko	Kočo Racin	Todor Skalovski	Aco Šopov
			
Nikola Vapcarov	Nedžati Zekirija	Miladinov Brothers	

Source: (Wikipedia, 2024)

#### 2.4. Walking Bridge

Walking Bridge is a pedestrian bridge connecting the Vardar embankment to the National Theatre of Macedonia and Mepso (Figure 10). Initially conceived as a bridge with a Ferris wheel as part of the Skopje 2014 project, the conceptual competition for the Ferris wheel was cancelled multiple times before finally being won by the Austrian firm 'Massabni Architects GmbH.' The Ferris wheel, designed to reach a height of about 60 meters, was planned to be located on Walking Bridge over the Vardar River, between the VMRO Museum and the Old Theatre section (Figure 11). According to the design company's statements, the appearance of the Ferris wheel was inspired by the historical symbols of Macedonia. In addition to the Ferris wheel, the design included bright-colored historical wagons and a coffee bar, and the surroundings were to be fully landscaped. However, following some discussions, the mayor decided to remove the Ferris wheel from the bridge, and revisions were made to the bridge's design. The design maintained the mass structures along the pedestrian axis, which could be used as sales units (Koneski, 2014; Faktor, 2024).





**Figure 10.** Walking Bridge and Its Surroundings

Source: (Authors, 2024; Koneski, 2014)



**Figure 11.** Design of a Bridge with a Ferris Wheel

Source: (Koneski, 2014)

### 3. METHODOLOGY

The methodology of this paper is based on document analysis and on-site observation techniques in accordance with the principles outlined in the International Cultural Tourism Charter of 1999 by the International Council on Monuments and Sites (ICOMOS). One of the international conservation institutions is ICOMOS. Document analysis is the process of systematically examining written or visual materials in relation to a specific research problem. This analytical method is used to provide historical data, evaluate current practices, and support research (Bowen, 2009). On-site observation is a significant data collection method in scientific research that allows the examination of events, phenomena, or places in their natural context. This technique, particularly used in fields such as social sciences, architecture, archaeology, and environmental studies, enables researchers to conduct direct examinations, understand contextual relationships, and obtain qualitative data (Yıldırım & Şimşek, 2018). In architectural and restoration research, on-site observation is used to analyze the preservation status of structures,

assess user behavior, and examine the relationship between historical sites and their contemporary functions (Creswell, 2014). It is especially significant in studies related to the conservation of cultural heritage, restoration processes, and user experiences.

The paper derives its research methodology from the International Cultural Tourism Charter (1999). This charter is a framework that establishes a unified set of principles explaining the relationship between tourism and cultural heritage. These principles highlight key considerations regarding tourism, cultural heritage, and the interaction between local communities and tourists (ICOMOS, 1999). In this context, the research methodology consists of two stages, which also represent the procedural steps of the paper. In the first stage, all the principles outlined in the International Cultural Tourism Charter (1999) were examined through document analysis (Table 2). Among the principles analyzed, those deemed most appropriate for evaluating the Skopje bridges were selected: Principle 1, Principle 2, Principle 3, and Principle 6. These principles were chosen due to their relevance to historical and cultural value, aesthetics, usage and accessibility, and harmony. In the second stage, the pedestrian bridges located in Skopje City Center over the Vardar River were evaluated and analyzed using the on-site observation technique in accordance with the selected principles.

**Table 2.** Summary of the Principles in The International Cultural Tourism Charter (1999)

PRINCIPLES OF THE INTERNATIONAL CULTURAL TOURISM CHARTER (1999)	
Principles	Summary of the principles
Principle 1	<p><b>Protection and Presentation of Cultural Heritage through Tourism</b></p> <p>Both domestic and international tourism should create opportunities to present local cultural heritage to both host communities and visitors as an important medium for cultural exchange. Natural and cultural heritage is a tangible and intangible resource that communicates historical and cultural values. It must be made accessible to a broad audience, and efforts should be made to facilitate the understanding of this heritage by both local communities and visitors. The value of heritage varies at universal, national, and local levels, and these values should be presented to visitors through appropriate and engaging programs, using tools such as education, media, and technology. Interpretation and presentation programs should raise awareness of heritage preservation and increase community support. Furthermore, through programs that address cultural heritage from different groups and languages, visitors should be informed about various cultural values.</p>
Principle 2	<p><b>The Relationship between Cultural Heritage and Tourism</b></p> <p>The relationship between cultural heritage sites and tourism is dynamic and must be managed sustainably. Cultural heritage should be preserved and developed in the long term as a fundamental component of social, economic, and tourism policies. Tourism projects should minimize the negative impacts on cultural heritage and local communities while preserving the authenticity of cultural values. The use of local materials should be prioritized, and local architectural styles or civil architectural traditions should be respected. Moreover, the impacts of tourism in these areas should be continuously monitored, and management plans should be developed to establish the limits of acceptable change.</p>

Source: (Authors, 2024)

**Table 2.** Summary of the Principles in The International Cultural Tourism Charter (1999) (Continued)

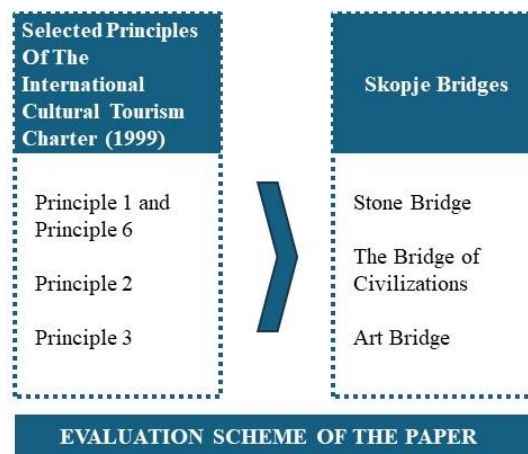
<b>Principle 3</b>	<p><b>Visitor Experience in Conservation and Tourism Planning</b></p> <p>Conservation and tourism planning should provide visitors with information that helps them understand the value of cultural heritage while offering an enjoyable experience. Visitors should be able to explore the area at their own pace, with routes designed in a way that minimizes negative impacts while preserving the integrity of the site.</p> <p>Respect should be shown for religious sites and traditions, and visitors should be encouraged to behave responsibly. Additionally, comfort, safety, and health conditions should be ensured in the planning processes; however, these elements must not interfere with the site's natural and cultural values.</p>
<b>Principle 4</b>	<p><b>Participation of Host Communities</b></p> <p>Host communities and indigenous peoples should actively participate in conservation and tourism planning. At the regional and local levels, the rights of communities and indigenous peoples to their lands and significant sites must be respected, and they should be involved in the management and presentation of their cultural resources.</p> <p>Although cultural heritage holds universal value, respect must be given to the specific needs and cultural practices of certain communities, ensuring their right to manage their own heritage is preserved.</p>
<b>Principle 5</b>	<p><b>Tourism and Conservation Activities Benefiting Local Communities</b></p> <p>Tourism and conservation activities should provide socio-economic benefits to the host community. Decision-makers should support the economic and social development of local populations by fairly distributing the benefits of tourism and contributing to the fight against poverty.</p> <p>Conservation management and tourism programs should ensure that local communities equally benefit from education, employment opportunities, and cultural advantages. Additionally, revenues generated from historical sites should be directed toward conservation and presentation efforts. Educational programs should be organized to enhance the ability of local people to present and interpret cultural heritage, and the participation of local interpreters should be encouraged.</p>
<b>Principle 6</b>	<p><b>Tourism Promotion Programs Should Protect and Enhance Cultural and Natural Heritage</b></p> <p>Tourism promotion programs should develop and protect cultural and natural heritage while providing accurate information to visitors. Promotional activities should be designed to encourage visitors to act in a manner consistent with cultural heritage and should be organized in a way that prevents overcrowding.</p> <p>Furthermore, tourism should promote the region's broad natural and cultural features, reducing pressure on popular sites, while the promotion of local crafts and products should benefit the local community economically without compromising cultural integrity.</p>

Source: (Authors, 2024)

When examining Table 2, it becomes evident that each principle is interrelated. For example, Principle 1 and Principle 2 emphasize the relationship between cultural heritage and tourism, highlighting the sustainability and comprehensibility of the relationship between cultural heritage sites and tourism. This indicates that certain aspects of the principles may overlap with each other.

#### 4. EVALUATION: SKOPJE BRIDGES IN CONTEXT SELECTED PRINCIPLES OF THE INTERNATIONAL CULTURAL TOURISM CHARTER

This section of the paper presents an evaluation of the Skopje bridges (Stone Bridge, The Bridge of Civilizations, and Art Bridge) in the context of the International Cultural Tourism Charter (1999), based on the principles outlined in the Charter. Walking Bridge has been excluded from the evaluation due to insufficient literature information. A document analysis was conducted by examining the principles outlined in the International Cultural Tourism Charter (1999). As a result of the document analysis, it was determined that four principles from the charter were suitable for evaluating the Skopje bridges. Principle 1, which states ‘...natural and cultural heritage is a source that tells the story of historical development’ and Principle 6, which includes ‘...visitors should be provided with information about the cultural heritage values of the place and the host community’ are considered related to each other. Therefore, in this paper, Principles 1 and 6 were combined for the evaluation of the bridges. Thus, Stone Bridge, The Bridge of Civilizations, and Art Bridge were evaluated and analyzed using the on-site observation technique within the context of Principle 1, Principle 6, Principle 2, and Principle 3 of the International Cultural Tourism Charter (1999) (Figure 12).



**Figure 12.** Skopje Bridges In Context Selected Principles Of The International Cultural Tourism Charter (1999)

**Source:** (Authors, 2024)

When evaluating the bridges in the context of Principles 1 and 6, the following conclusions can be made:

- Stone Bridge is a significant cultural heritage element for both the host community and visitors, as it is one of the Ottoman monuments in Skopje and a historical bridge. Visitors frequently cross Stone Bridge between Macedonia Square and the Old Bazaar (Turkish Bazaar). The bridge's status as a symbol of Skopje signifies its importance in both the past and present life of the local community. The presence of a mihrab, a religious marker on the bridge, facilitates direct contact for visitors with Ottoman culture. Mukarnas, a geometric decorative element seen in Islamic architecture, can be found on the mihrab of Stone Bridge, providing visitors with the opportunity to explore architectural elements from different cultures. Additionally, Stone Bridge is a pedestrian bridge, accessible to users. The 'City Beach' or 'Kapacka' statue placed at the foot of the bridge as part of the Skopje 2014 project serves as a symbol of ancient culture and social life.
- The statues on The Bridge of Civilizations represent important figures for North Macedonia. Their presence on the bridge provides an opportunity for both the local community and visitors to establish direct contact and learn about these individuals.

However, due to exposure to external environmental conditions, the statues have become deformed. As a result, both locals and visitors are unable to read the nameplates on the statues, meaning the figures cannot be properly recognized by the public.

- Art Bridge, featuring sculptures of writers, composers, and artists, allows the host community and visitors to have direct contact with local cultural heritage. The exhibition of these sculptures has facilitated cultural exchange between visitors and the local community.

When evaluating the bridges in the context of Principle 2, the following conclusions can be drawn:

- Stone Bridge, having undergone numerous restorations, provides visitors with the opportunity to experience history up to the present day. For visitors to Skopje, it is not merely a pedestrian bridge. Due to its context, Stone Bridge offers various perspectives to visitors. To the southwest, there is Macedonia Square; to the west, the Walking Bridge, the National Theatre of Macedonia, and the Museum of the Struggle for Macedonian Independence; to the northeast, the entrance to the Old Bazaar (Turkish Bazaar); and to the east, the Archaeological Museum of North Macedonia and The Bridge of Civilizations. As a historic symbol of Skopje, the bridge is a point of attraction for visitors, offering scenic views. The presence of various sales units at the entrance and exit of the bridge indicates that Stone Bridge contributes to the country's tourism revenue, making it an essential part of the tourism project.
- The Bridge of Civilizations is a pedestrian bridge located between the Archaeological Museum of North Macedonia and City Trade Center Skopje, crossing the Vardar River. Considering its proximity to the Archaeological Museum of North Macedonia, the statues on the bridge hold particular significance. The statues represent important historical figures from North Macedonia's past, derived from archaeological excavations. This symbolism reflects the value placed on cultural spaces and collections. Like other bridges in Skopje, The Bridge of Civilizations establishes a dynamic relationship between cultural heritage and tourism.
- Art Bridge is a pedestrian bridge located between the Macedonian Opera and Ballet and City Trade Center Skopje, crossing the Vardar River. The presence of statues of artists on the bridge signifies the importance given to art and artists. Additionally, this bridge serves as a connection to Mother Teresa Square, where cultural venues such as opera, ballet, and concert halls are located, thus acting as a bridge to cultural spaces.

When evaluating the bridges in the context of Principle 3, the following observations can be made:

- Stone Bridge, The Bridge of Civilizations, and Art Bridge, all located over the Vardar River, provide a noteworthy visitor experience. Among these, the most frequently used bridge is Stone Bridge, as it connects the historic area to the city center. All three bridges offer visitors the opportunity to explore the area at their own pace. However, the presence of the fountain and statues at the center of The Bridge of Civilizations adds variety to the visitors' circulation time. A similar situation is observed on Art Bridge. The adequate lighting on The Bridge of Civilizations and Art Bridge contribute positively to the security conditions, ensuring a safer experience for visitors. However, the lack of sufficient lighting elements on Stone Bridge raises concerns about safety conditions.

The evaluations made in the context of Principles 1 - 6, Principle 2, and Principle 3 of the International Cultural Tourism Charter (1999) have been summarized in 8 distinct categories: historical and cultural value, aesthetics and design, usage and accessibility, compatibility and

### Skopje Bridges at the Intersection of Cultural Tourism and Cultural Heritage

integration, conservation and restoration, local communities and tourism, economic and social contribution, and visitor experience, as presented in Table 3.

**Table 3.** Summary of Evaluations of Skopje Bridges in the Context of The International Cultural Tourism Charter (1999) Principles

CATEGORY	PEDESTRIAN BRIDGES OVER THE VARDAR RIVER		
	Stone Bridge	The Bridge of Civilizations	Art Bridge
<b>Historical and Cultural Value</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• It carries traces of the Ottoman period and has historical value with its religious and architectural elements (such as the mihrab).</li> <li>• The bridge, completed during the reign of Sultan Mehmed the Conqueror, is an important symbol of the city's identity.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Statues of important figures in the history of North Macedonia are displayed on the bridge.</li> <li>• It is related to archaeological and historical contexts.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• It offers a cultural and artistic identity with sculptures of artists, writers, and composers.</li> <li>• It reflects the city's cultural memory.</li> </ul>
<b>Aesthetics and Design</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• It carries the characteristics of Ottoman architecture.</li> <li>• It features cut stone railings, a mihrab with muqarnas, and geometric decorations.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• It combines modern and historical textures.</li> <li>• It is a pedestrian bridge enriched with sculptures. However, the aesthetic integrity has been damaged over time.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Artistic details and sculptures offer an aesthetic experience.</li> </ul>
<b>Usage and Accessibility</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• It has intense pedestrian traffic between the city center and the Historical Turkish Bazaar (Old Bazaar).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• It provides direct connection to museums and monumental structures.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• It is a connection point for cultural and artistic activities.</li> </ul>
<b>Compatibility and Integration</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• There are debates about its incompatibility with surrounding modern structures and the Skopje 2014 project.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• It has partially adapted to the design of surrounding modern buildings; however, there are shortcomings in aesthetic and historical continuity.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• It demonstrates a more integrated design approach with the surrounding buildings and cultural fabric.</li> </ul>
<b>Conservation and Restoration</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• It has undergone various restorations over time, and some original elements have been damaged; however, details such as the mihrab have been preserved.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• It was damaged shortly after its opening, and some of the sculpture plaques have become unreadable.</li> <li>• The need for restoration continues.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Despite being a new structure, there are observed deficiencies in maintenance and preservation.</li> <li>• The sculptures require regular maintenance.</li> </ul>

Source: (Authors, 2024)

**Table 3.** Summary of Evaluations of Skopje Bridges in the Context of The International Cultural Tourism Charter (1999) Principles (Continued)

<p><b>Local Communities and Tourism</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• It holds symbolic value for the local community and attracts significant interest from tourists.</li> <li>• It serves as a transition point for cultural events.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Historical figures are introduced through sculptures; however, the lack of information plaques disrupts the dialogue between the sculptures and visitors.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• The representation of artists and cultural figures serves as a point of cultural interaction for both the local community and tourists.</li> </ul>
<p><b>Economic and Social Contribution</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• It contributes economically through surrounding tourist and commercial activities.</li> <li>• It is a historical tourist attraction.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Its connection with museums and tourist areas generates economic benefit.</li> <li>• The presence of sculptures increases tourist attraction.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• It generates tourist revenue through the transfer of cultural events and artistic values.</li> <li>• It has become the center for artistic events.</li> </ul>
<p><b>Visitor Experience</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• It offers a historical and cultural experience. Different views and architectural details can be observed while crossing the bridge.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sculptures and detailed design provide visitors with a unique experience; however, some physical damages may negatively affect the experience.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• It provides a trip focused on art and culture.</li> <li>• Visitors embark on a cultural journey with the views and sculptures the bridge offers.</li> </ul>

Source: (Authors, 2024)

## DISCUSSION

When the relationship between the pedestrian bridges over the Vardar River in Skopje City Center is evaluated using the on-site observation technique in accordance with the selected principles from the International Cultural Tourism Charter (1999), it can be said that The Bridge of Civilizations and Art Bridge share similar values in terms of aesthetics, size, and design, whereas Stone Bridge carries distinct values. On the other hand, Stone Bridge carries different values due to its historical and cultural significance. The more recent The Bridge of Civilizations and Art Bridge, which have undergone various restoration projects, present a contrast with the historically rich and restored Stone Bridge, raising questions about their compatibility.

However, cultural tourism is not only about the traces left by the past but also about providing information about the present, offering experiences, and facilitating intercultural exchange. Cultural tourism is a social practice that not only ensures the protection of natural and cultural heritage but also plays a significant role in architectural developments. The evaluations made in this paper indicate that the Skopje bridges (Stone Bridge, The Bridge of Civilizations, and Art Bridge) align well with the principles outlined in The International Cultural Tourism Charter (1999) in terms of preserving and sustaining both tangible and intangible cultural heritage. If the presence of these principles is further developed, and local communities are actively involved in the protection processes as stated in Principles 4 and 5 of the Charter, the preservation of the Skopje bridges and the enhancement of their tourism potential will become more sustainable. In this regard, organizing educational programs, awareness campaigns, and developing policies to support economic development are essential steps to increase local communities' sensitivity to cultural heritage values.

## REFERENCES

- Acun, H. (2012, 9-10-11 Mayıs). *Makedonya-Üsküp Fatih Sultan Mehmet (Taş) Köprü ve Namazgahı*. Balkanlarda Osmanlı Vakıfları ve Eserleri Uluslararası Sempozyumu, İstanbul- Edirne, Türkiye.
- Bauman, Z. (1999). *La Globalizacion: Consecuencias Humanas*. Fondo de Cultura Económica.
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Du Cros, H. (2002). *Much More Than Stones and Bones: Australian Archaeology in the Late Twentieth Century*. Melbourne University Press.
- Faktor. (2024). *Град Скопје денеска ќе гласа за Панорамско тркало на Вардар*. Retrieved November 24, 2024, from <https://faktor.mk/grad-skopje-deneska-k-e-glasa-za-panora/trkalo2/zamenik-ministerot-za-finansii-trpime-golem-pritisok-od-oligarsite>
- Gradska Redakcija. (2024). *Мостот „Око“ се распаѓа, мувлосан и ичкртан*. Retrieved November 24, 2024, from <https://gradska.mk/mostot-ok-o-se-raspa%D1%93a-muvlosan-i-ichkrtan/>
- Gülcan, B. (2010). Türkiye’de kültür turizminin ürün yapısı ve somut kültür varlıklarına dayalı ürün farklılaştırma ihtiyacı. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 99-120.
- ICOMOS. (1999). *International Cultural Tourism Charter*.
- ICOMOS. (2024). ICOMOS. Retrieved November 29, 2024, from <https://www.icomos.org.tr/?Sayfa=Icomos&dil=tr>
- Kızılçaoğlu, A., & Önal, H. (2020). Tourism potential of Skopje city. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(43), 1-20. <https://doi.org/10.31795/baunsobed.685242>
- Koneski, F. (2024). *Мостот без панорамско тркало*. Retrieved November 24, 2024, from <https://marh.mk/mostot-bez-panoramsko-trkalo/>
- Mazlum, H. (2024). Kültür turizmi bağlamında festival afişlerinin içerik ve biçim analizi: Balıkesir örneği. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 14(4), 524-538.
- McIntosh, R. W., & Goeldner, C. R. (1990). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* (6th ed.). Wiley.
- Milenkovski, A., & Gramatnikovski, S. (2016). *Encyclopedia of Tourism* (J. Jafari & H. Xiao, Eds.; 1st ed.). Springer International Publishing.
- OECD, Organization for Economic Co-Operation and Development. (2009). *The Impact of Culture on Tourism*. OECD Publishing.
- Robinson, P., Lück, M., & Smith, S. L. J. (2020). *Tourism* (2nd ed.). CABI.
- Skopje2014. (2024a). *Sculpture “City Beach”*. Retrieved November 24, 2024, from <https://skopje2014.prizma.mk/en/Sculpture-City-Beach>
- Skopje2014. (2024b). *Мост Око*. Retrieved November 24, 2024, from <https://skopje2014.prizma.mk/mk/most-oko>
- Skopje2014. (2024c). *Скулптури на мост Око*. Retrieved November 24, 2024, from <https://skopje2014.prizma.mk/mk/skulpturi-na-most-oko>
- Skopje2014. (2024d). *Bridge of the Arts*. Retrieved November 24, 2024, from <https://skopje2014.prizma.mk/en/Bridge-of-the-Arts>
- Skopje2014. (2024e). *Скулптури на Мост на уметноста*. Retrieved November 24, 2024, from <https://skopje2014.prizma.mk/mk/skulpturi-na-most-na-umetnosta>



- Şerbetçi, Z. (2017). Kentsel gelişme ve kültür değerleri arasındaki ilişki: Üsküp örneği. *Marmara Coğrafya Dergisi / Marmara Geographical Review*, 36, 206-217.
- Virginija, J. (2016). *Tourism: From Empirical Research Towards Practical Application* (L. Butowski, Ed.). IntechOpen. 10.5772/62661
- Wikipedia. (2024). *Art Bridge*. Retrieved December 15, 2024, from [https://en.wikipedia.org/wiki/Art\\_Bridge#](https://en.wikipedia.org/wiki/Art_Bridge#)
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (11th ed.). Seçkin Yayıncılık.



## Somut Kültürel Miras Olan Tarihi Bakırcılar Çarşısı'nın Gastronomi Turizmi Kapsamında İncelenmesi

*Analysis of the Historical Coppersmiths' Bazaar, a Tangible Cultural Heritage,  
within the Scope of Gastronomy Tourism*

Sibel AYYILDIZ<sup>1</sup>, Zeynep POLAT<sup>2</sup>

### Özet

Anadolu'nun birçok şehrinde bakır ekipman üretilen, satışı yapılan ve bulunduğu bölgenin kültürünü yansıtan "Bakırcılar Çarşısı" denilen zanaat alanları bulunmaktadır. Bu çarşılar da Türk mutfak kültürünün önemli temsilcilerinden biri olan bakır kapların üretimi ve satışı gerçekleştirilmiştir. Yöreye, kullanım amaçlarına ve yapım tekniklerine göre değişiklik gösteren bu ekipmanlar bakırcılığın yapıldığı bu tarihi mekanları çekici hale getirmektedir. Bu doğrultuda yapılan araştırmanın amacı, Safranbolu Bakırcılar Çarşısı'nda somut kültürel miraslarımızdan olan bakırcılığı tarihsel, sosyolojik ve gastronomik boyutlarda incelemektir. Araştırma Safranbolu Tarihi Eski Çarşı'da bulunan bakırcılar çarşısında yürütülmüştür. Nitel araştırma yöntemleri ile tasarlanan bu çalışmada literatür taraması, gözlem ve görüşme teknikleri kullanılmıştır. Bu kapsamda yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmış, bakır üreticileri ve bakır dükkanlarında çalışan esnaf (9 kişi) ile birlikte yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Hazırlanan ampirik çalışmadan elde edilen veriler içerik açısından sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırma ile bakırcılar çarşısının tarihçesi, bakırcılık üretimi, geçmişteki ve günümüzdeki durumunun karşılaştırılması, geleneksel ve modern mutfak aletleri arasında bakırın yeri, bölgenin kültürel mirasına ve gastronomi turizmine katkıları ortaya konmuştur. Araştırmada ayrıca bakırcılar çarşısının bölgeye kazandırdığı yöresel ve kültürel kimliğin sürdürülebilirliğine ve gelecek nesillere kültürel aktarım konularında çeşitli öneriler sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Bakırcılık, Bakır Ekipmanlar, Kültürel Miras, Gastronomi Turizmi

### Abstract

In many cities of Anatolia, there are craft areas known as "Coppersmith Bazaars," where copper equipment is produced, sold, and reflects the local culture. These bazaars have historically been centers for the production and sale of copper cookware, which is a significant representative of Turkish culinary culture. These copper items, which vary depending on the region, intended use, and manufacturing techniques, contribute to the attractiveness of these historical sites where coppersmithing is practiced. Accordingly, the aim of this study is to examine coppersmithing, one of our tangible cultural heritages, in historical, sociological, and gastronomic dimensions within the Safranbolu Coppersmith Bazaar. The research was conducted in the coppersmith bazaar located in the Historical Old Bazaar of Safranbolu. This study was designed using qualitative research methods,

<sup>1</sup>Karabük Üniversitesi, Safranbolu Turizm Fakültesi, Karabük  
<sup>2</sup>Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Karabük

### ORCID:

S.A.: 0000-0003-0701-2445

Z.P.: 0009-0005-2755-5588

### Corresponding Author:

Sibel AYYILDIZ

### Email:

sibelayyildiz@karabuk.edu.tr

**Citation:** Ayyıldız, S. ve Polat, Z. (2025). Somut kültürel miras olan Tarihi Bakırcılar Çarşısı'nın gastronomi turizmi kapsamında incelenmesi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 15 (1), 203-213.

**Submitted:** 23.01.2025.

**Accepted:** 22.03.2025

*incorporating literature review, observation, and interview techniques. In this context, a semi-structured interview form was prepared, and face-to-face interviews were conducted with copper producers and shopkeepers working in copper stores (9 participants). The data obtained from this empirical study were classified based on content. This classification revealed insights into the history of the coppersmith bazaar, copper production, comparisons between past and present conditions, the role of copper among traditional and modern kitchenware, and its contributions to the region's cultural heritage and gastronomic tourism. The study also presents various recommendations regarding the sustainability of the local and cultural identity brought by the coppersmith bazaar to the region and the transmission of this cultural heritage to future generations.*

**Keywords:** Coppersmithing, Copper Equipments, Cultural Heritage, Gastronomy Tourism

### 1. GİRİŞ

Miras hem kültürel hem de doğal mirasın somut ve somut olmayan unsurlarından oluşur. Bu miras mevcut inançları, idealleri ve bilgiyi yaymak için bir kanal görevi görür. Kültürel miras bir nesilden diğerine aktarılan anılar aracılığıyla canlı tutulan bir unsurdur. Bununla birlikte, kültürel kimlik yaratmak için temel bir unsur olan kültürel miras, çoğunlukla somut miras açısından önemini sıklıkla korur (Xiao vd., 2023; Shrestha vd., 2024). Kültürel mirasın birçok yönü arasında diller, gelenekler, görenekler, değerler, yerler ve nesnelere bulunur. Zamanla, kültürel bilgilerin bazıları çeşitli nedenlerle yok olabilmektedir. Ayrıca diller, geleneksel beceriler, arkeolojik alanlar ve geleneksel sanat eserlerinin bazıları yeterince korunamamaktadır (Reshma vd., 2023). Somut kültürel miras zamanla fiziksel olarak bozulabildiği ve çeşitli etkenlerle önemli ölçüde zarar görebildiği için, bölgede yer alan kamu ve özel kurum paydaşlarının mirasın korunması ve kullanılması konusunda etik kurallara uymaları zorunludur. Somut kültürel miras konusunda sürdürülebilirlik sağlayabilmek için bu paydaşların sorumluluk almaları büyük önem taşımaktadır (Jimura, 2023). Çünkü kültürel miras yerel, bölgesel ve ulusal düzeylerde ekonominin itici güçleri olabilir ve turizm gelişimine ve kentsel büyümeye katkıda bulunabilir (Halkos vd., 2024). Bu araştırmanın temel motivasyonu, Safranbolu Bakırcılar Çarşısı'nın somut kültürel miras açısından bölgeye sağladığı katkıları incelemektir.

Sanat, mimari çıktılar, tarihi ve kültürel miras, mutfak mirası, edebiyat, müzik, yaşayan kültür, değer sistemleri, inançlar ve gelenekler gibi kültürel miras yapıları turizminin kritik yönlerini vurgular. Kültürel miras turizmi, yaşayan mirasın turizm amaçlı yenilenmesini, sorumlu kullanımını ve uyarlanmasını teşvik eden farklı istihdam yaratma unsurudur (Madandola ve Boussaa, 2023). Turizm, miras kaynaklarının turistler tarafından kullanıldığı ve ev sahibi toplum tarafından olumlu bir şekilde değerlendirilebildiği süreçtir. Miras, geçmişin üretimi ve tüketimi aracılığıyla günümüzde anlamlandırılmasını sağladığından, turizmi teşvik eden bir unsur olarak işlev görmektedir (Ezenagu, 2020).

Zengin kültürel mirasa sahip tarihi evleri kent ölçeğinde korumadaki başarısından dolayı Karabük ilinin bir ilçesi olan Safranbolu, sahip olduğu mimari ve doğa güzelliklerinden dolayı 1994 yılında UNESCO "Dünya Miras Listesi" ne girmiştir. Safranbolu'nun turistik ve tarihi değerlerinin yoğunlaştığı bölge daha çok "Eski Çarşı" dır. Müze kent" veya "yaşayan şehir" olarak tanımlanan Safranbolu, günümüzde de etkisini sürdüren lonca kültürü çerçevesinde faaliyet gösteren bakırcılar, demirciler ve kalaycılar çarşıları aracılığıyla üretim geleneğini devam ettirmektedir. Bu çarşı, Safranbolu'daki yerel ve özgün niteliğini günümüze kadar ulaştırmaktadır. Arasta ve çevresindeki alışveriş alanları bölgeye gelen yerli ve yabancı turistlerin uğrak mekânı olarak ön plana çıkmaktadır (Kültür Turizm Bakanlığı, 2024).

Günümüzde çok az sayıda bakır ustası ile yürütülmeye çalışılan bakırcılık zanaatı gün geçtikçe yok olmaya yüz tutmuştur. Mutfak eşyaları ve geçmiş dönemlere ait bakır örnekleri bugün birçok müze ve çeşitli depolarda yer almaktadır. Safranbolu'da bulunan İzzet Mehmet Paşa'ya ait yapının küçük bir bölümünde düzenlenen sergi, bakırcılığın tarihsel ve kültürel önemini

vurgulaması bakımından büyük önem taşımaktadır. Safranbolu Kent Müzesi'nde yer alan bazı bakır maşrapa, güğümler ve mevlüt eşyaları döneme damgasını vuran önemli eserlerdir. Bu kapsamda bakır ekipmanların korunması ve gelecek nesillere aktarılması oldukça önemlidir (Örnek, 2020).

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

İnsanlığın tabiatta keşfettiği ilk madenler arasında yer alan bakır, dere kenarlarında görülebilen kızıl-kahve renkli oksitlenebilen bir elementtir (Örnek, 2020). Bakır, insanlık tarihinde Taş Devri'ni kapatıp Maden Devri'ne geçişi hızlandıran önemli bir dönüm noktası olmuştur. Arkeolojik kazılarda elde edilen bulgulara göre yeryüzünde bakır madenciliğinin ilk kez 10.000 sene önce Anadolu'da, Diyarbakır Çayönü'nde başlamıştır (Öncülokur ve Genç, 2024). Türkiye'de Doğu Karadeniz ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri (Malatya, Elazığ) başta olmak üzere (Özkul, 2019) Toroslar üzerinde ve Kuzey Batı Anadolu'da bakır rezervleri yoğundur (Fidan, 2016). Dünyada ABD'nin batısı Şili, Meksika, Peru, Arizona, Mexico ve Kanada'yı içine alan rezervler Avrupa'dan Pakistan ve İran'a hatta Afrika topraklarına kadar uzanmaktadır (Özkul, 2019).

El sanatlarında saf bakırın şekil verilmesine bakırcılık, bakırcılık işi yapan bireylere bakırcı ustası ve bakır metalinden üretilen çıktılara ise bakır eşya veya ekipman denilmektedir (Balkanal, 2021). Bakır materyali, Türk kültüründe derin izler bırakarak tarih boyunca önemli bir yer edinmiştir. Hem günlük yaşantıda hem de sanatta geniş kullanım alanı bulmuş olan bakır (Ehsani, 2016), tarih boyunca mutfak gereçlerinin yapımında en çok tercih edilen metallerden biri olmuştur (Yavuz, 2019). Geçmişten günümüze kadar bakır, mutfak eşyaları (tencere, tabak, bakraç, bardak, tepsi, güğüm, çaydanlık, kazan, havan, kevgir, süzgeç, fincan, kahve takımları, kupa, ibrik), el sanatlarının ön plana çıktığı ekipmanlar ve süs eşyaları (mangal, şamdan, sefer taşı, fincan zarfı, ayna, sabunluk, kazan kulpu, kapı tokmağı, iftariyelik, kandil, kemer, ibrik, su taşıma kabı, miğfer, külek, vazo, kül tablası vb.) ile silah yapımında kullanılmıştır (Balkanal, 2021). Hastalık yapan mikroorganizmaların bakır yüzeylerde barınmaması, bakır kapların sağlık ile ilgili olumlu ilişkisini ön plana çıkarmaktadır. Fakat bakırın en önemli kısıtlılığı kalaylanmadığında zehirlenmelere neden olabilmesidir (Yavuz, 2019).

Anadolu'nun bilhassa bazı bölgelerinde halen üretilen ve geniş çapta kullanılan bakır araç gereçler, sanayileşmeyle başlayan makineleşme sürecinin ardından aşamalı olarak önemini kaybetmiş ve eski değerini yitirmiştir (Öncülokur ve Genç, 2024). Ancak son dönemlerde bakırın hem sağlık hem de turizm açısından taşıdığı önem giderek artmaktadır. Günümüzde bu el sanatını devam ettiren birçok usta ve diğer öğreticiler turizme yönelik üretilen bakır dekoratif ürünlere odaklanmışlardır. Bakırdan üretilen hediyeelik eşyaların turizm sektörüne yönelik kullanımının yaygınlaşması, bakırcılıkla uğraşan zanaatkârlar için umut verici bir gelişme olsa da birçok zanaatkâr ve aileleri geçimlerini sürdüremedikleri için farklı iş kollarına yönelmiştir (Ehsani, 2016).

### 2.1. Safranbolu'da Bakırcılık

14. Yüzyılın başlangıcından itibaren Türk egemenliğine dâhil olan Safranbolu 18. Yüzyılda Asya ve Avrupa arasındaki ticaretin vazgeçilmez bir merkezidir. Tarihi kent yapısı, ahşap evleri ve mimari özellikleriyle kentsel sit bölgesi olarak tescillenen nadir yerleşimlerden biri olan Safranbolu, Türk kentsel geçmişinin korunmuş en güzel örneklerinden birisidir (Albayrak, 2013). Safranbolu'da bakırcılık geleneğinin yaygınlaştığı bölgeler, stratejik ticaret rotaları ve bakır imalatının yapıldığı alanlara yakın bir şekilde yer almıştır. Cinci Han önemli ticaret rotalarından biridir. Osmanlı zamanında çok sayıda kentte bakırcı zanaatkârların faaliyet gösterdiği ve ürettikleri eserleri topluma sunduğu "Bakırcılar Çarşısı" olarak adlandırılan merkezler yer almaktaydı (Ehsani, 2016). Safranbolu'da ticari faaliyetler, zanaatkârlar arasında kurulan ustalık ilişkileri (lonca sistemi) çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Genellikle malzeme işleyen zanaatkârlar tarafından teşkil edilen bu örgütler bakırcılar, demirciler, semerciler, yemeniciler gibi meslek isimleriyle adlandırılmaktadır.

Bu çeşitli zanaatkar grupları, kendi adlarını verdiklerini farklı sokaklara yerleşmiş ve bu sokaklar günümüzde de Safranbolu' da hala bu adlarla varlıklarını sürdürmektedir (Kalyoncu, 2010).

### 3. YÖNTEM

Araştırmanın amacı Safranbolu'nun somut kültürel miraslarından biri olan Bakırcılar Çarşısı ve bakırcılık zanaatını incelemektir. Ayrıca bakırcılığın bölge mutfağıyla ilişkisi ve Safranbolu destinasyonuna sağladığı faydalar araştırmanın alt amaçları ile ilişkilidir. Nitel araştırma yöntemleri ile tasarlanan bu çalışmada durum deseni kullanılmıştır. Durum deseni, araştırılması planlanan konuyu farklı dış durumların da etkileyebileceği ihtimalinden yola çıkarak bütüncül bir anlayışta inceleme yapar (Çapar ve Ceylan, 2022). Bu kapsamda yapılan çalışmada literatür taraması, doküman analizi, gözlem ve görüşme teknikleri kullanılmıştır. Bu kapsamda yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Araştırma soruları hazırlarken soyut, teorik ve akademik dil katılımcıların anlayabileceği şekilde, yalın, anlaşılır, somut ve gündelik bir dile çevrilmiştir. Bakır üreticileri ve bakır dükkanlarında çalışan esnaf, Safranbolu mutfak kültürü ile ilişkili bireyler (9 kişi) ile birlikte yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Araştırma için kullanılan sorular aşağıda yer almaktadır;

- Safranbolu'da bakırcılık zanaatı hangi tarihlere dayanmaktadır? Bu çarşının kuruluşu hakkında bizimle bildiklerinizi paylaşır mısınız?
- Bakırdan üretilen araç ve ekipmanlar nelerdir? Bunların kullanım amaçları ve şekilleri hakkında bilgi verir misiniz? Özellikle bakır kaplarda üretilen yiyecek ve içecekler nelerdir?
- Bakırcılar çarşısında geçmişten günümüze unutulmaya yüz tutan belli başlı bakır eşyalar nelerdir?
- 4.Modern çağda kullanılan mutfak araçları (air fryerler, fırınlar vb.) karşısında bakır ekipmanların şansı nedir?
- 5.Sürdürülebilir Gastronomi bağlamında bakırcılığı gelecek kuşaklara aktarabilmek için yapılan çalışmalar nelerdir? Daha neler yapılabilir?
- 6.Bakırcılar çarşısında yer alan bakır mutfak eşyalarının bölge turizmine katkısı nelerdir? açıklar mısınız? (hediyeelik eşya olarak mı katkı sağlıyor yoksa mutfak aracı mı daha çok talep görüyor?)

Hazırlanan sorular uzman görüş alınarak (Turizm işletmeciliği ve Gastronomi Mutfak Sanatları bölümü'nde çalışan 3 öğretim elemanı) onay alınmıştır. Daha sonra Etik Kurul kararı için başvuru yapılmıştır. Karabük Üniversitesi, Sosyal ve Beşerî Bilimler araştırmaları 01.10.2024 tarihli E.378206 sayılı kurul kararı ile izin alınmıştır.

Hazırlanan ampirik görüşmelerden elde edilen veriler betimsel yöntemle yorumlanmıştır. Betimsel yöntemler elde edilen verilerin tanımlanması ile ilişkilidir. Bu doğrultuda birbirine benzeyen veya birbiri ile ilişkisi olan veriler aynı başlıklar altında bir araya getirilerek değerlendirilir. Buna göre bakırcılar çarşısının tarihçesi, bakırcılık üretimi, geçmişteki ve günümüzdeki durumunun karşılaştırılması, bakır ekipmanların modern mutfak araçlarına karşı verdiği mücadeleler, bölgenin kültürel mirasına ve gastronomi turizmine katkıları başlıkları betimsel analiz ile ortaya konmuştur. Yapılan çalışma bölgenin geçmişten gelen kültürel mirasının tanınmasına ve destinasyonun sahip olduğu değerlerin ortaya çıkarılmasına katkı sağlayacaktır.

### 4. BULGULAR

Safranbolu'nun somut kültürel miraslarından biri olan Bakırcılar Çarşısı'nın ve çarşıda yer alan bakırcılık zanaatını incelemeyi amaçlayan bu çalışmada, unutulmaya yüz tutmuş bakır eşyaları, bakır ekipmanının endüstriyel ürünlere karşı olan şansı ve sürdürülebilirlik kapsamında bakırcılık sanatını gelecek kuşaklara aktarmak için yapılabilecekler konu edinmiştir. Ayrıca "Bakırcılar Çarşısı'nda üretilen mutfak eşyaları, mutfak araçlarının üretilme biçimleri, bakırdan

üretilen mutfak eşyalarının kullanım amaçları, kullanım şekilleri ve “Bakırcılar Çarşısı”nda yer alan bakır mutfak eşyalarının bölge turizmüne katkısı araştırmanın diğer konularıdır. Araştırma kapsamında yüz yüze görüşme yapılan bireylerin demografik bilgileri Tablo 1’de yer almaktadır.

**Tablo 1.** Demografik Bilgiler

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Yaşanılan İlçe	Meslek	Öğrenim Durumu
K1	Erkek	55	Safranbolu	Bakırcı	Lise
K2	Erkek	42	Safranbolu	Bakırcı	Lise
K3	Erkek	46	Safranbolu	İşletmeci	Üniversite
K4	Kadın	52	Safranbolu	Eğitimci	Üniversite
K5	Erkek	54	Safranbolu	Emekli	Lise
K6	Erkek	50	Safranbolu	İşletmeci	Üniversite
K7	Kadın	51	Safranbolu	Esnaf	Lise
K8	Erkek	57	Safranbolu	Esnaf	Lise
K9	Kadın	50	Safranbolu	Esnaf	Lise

Tablo 1’de görüldüğü üzere katılımcılar; 2’si bakırcı, 3’ü esnaf (Bakır hediyelik eşyacıları), 2 işletmeci, 1 eğitimci ve 1 emekli olmak üzere 9 kişiden oluşmaktadır. 42-57 yaş aralığına sahip olan katılımcılar lise (6 kişi) ve üniversite (3 kişi) mezunudur.

#### 4.1. Safranbolu’da Bakırcılık Zanaatının Tarihi ve Bakırcılar Çarşısının Kuruluşu

Günümüzde bakırcılar çarşısı Safranbolu mimari değerlerinin bulunduğu Eski Çarşı’nın kalbinde yer almaktadır. Yerli ve yabancı turistlerin uğrak noktasında yer alan bu çarşı, bölgenin tarihi boyunca değişmeksizin günümüze kadar yeri değişmemiştir (Bkz. Fotoğraf 1). Yapılan çalışma sonucunda katılımcılar Safranbolu’ da bakırcılık zanaatının çok eskilere dayandığı, hatta bölgede ileri yaşta olan bireylerin anlattığına göre en az 300-350 sene öncesine dayandığı belirtilmiştir. Deniz ve Çelik (2020)’e göre Safranbolu, Osmanlı Devleti’nin en güçlü dönemi boyunca ekonomik zenginliğin merkezlerinden biri olmuştur. 18. Yüzyılda Safranbolulu olan Sadrazam İzzet Mehmet Paşa’nın yüzyılın sonlarında kendi adına yaptığı vakfın vakfiyesinin incelenmesiyle iktisadi durum hakkında birçok bilgi edinilmektedir. Vakfiyede geçen ve iktisadi iş bölümünü yansıtan çarşı birimlerinden birinin de Bakırcılar Çarşısı olduğu kaydedilmiştir. Bu durum Bakırcılar Çarşısı’nın katılımcıların bahsettiği kadar eski tarihlere dayandığını göstermektedir.

Katılımcılar büyük babalarının hikâyelerinden ve büyükannelerinin pişirdikleri yemeklerden bakırı ve bakırcılar çarşısını bildiklerini iletmiştir. Katılımcıların özellikle büyükbabalarının çocukluklarında hem kendi evlerinde hem de civar evdeki komşularında bakır ile yapılan yemekleri tükettikleri belirtilmiştir. Konu ile ilgili olarak K1, K2 adlı katılımcıların görüşleri aşağıdaki gibidir.

*“Bakırcılar Çarşısında yer alan dükkânların çok eski tarihlerde yıkılan bir camiden artan malzemeler ile yapılmış olduğu söyleniyor Daha sonra Vakıflar sahiplenmiş bakırcıyı yapmış son olarak şahıslara geçmiştir. Dükkânları Rum dükkânı olduğu söylenir hep, çok eski bir çarşıdır burası. Belki bir 300 yılı vardır daha eskide olabilir” (K1).*

*“Dedelerimizden ve babaannelerimizden çok dinledik bakırcılar çarşısını. Çocukken mahalledeki komşularımızdan bakırla yapılan çok fazla yemekler yedik. Safranbolu’da geçmişten günümüze bakır ve bakırcılık oldukça önemlidir” (K2).*



Fotoğraf 1. Safranbolu Bakırcılar Çarşısı

Kaynak: (Yazarlar Tarafından Oluşturulmuştur)



Fotoğraf 2. Safranbolu Bakırcılar Çarşısı

#### 4.2. Safranbolu' da Üretilen Bakırdan Mutfak Eşyaları ve Kullanım Alanları

Yapılan araştırmaya göre Bakırcılar Çarşısı'nda 3, bakırcılar çarşısının yakınlarında da 3 olmak üzere Safranbolu Eski Çarşı'da 6 hediyelik bakır eşya dükkânı ile bakır satışı da yapan çeşitli antikacılar bulunmaktadır. Safranbolu'da yer alan bakır eşyaların oldukça çeşitlilik gösterdiği belirlenmiştir. Yapılan araştırmaya göre bu eşyalar Tablo 2'deki şekilde sınıflandırılmıştır.

Tablo 2. Safranbolu Bakırcılar Çarşısında Yer alan Bakır Ekipmanlar

Kullanım Amacı	Bakır Eşyalar
Mutfak Hazırlık & Pişirme Eşyaları	Kevgir, süzgeç, havan (döveç), çeşitli büyüklükte tencere ve yemek kazanları, kış hazırlıkları için leğenler, farklı boyutlarda güğümler, ibrikler ve diğer su taşıma kapları, maşrapa ve bakraçlar, çok amaçlı tepsiler, su böreği ve baklava pişirme tepsileri
Mutfak Sunum Eşyaları	Tabak çeşitleri, bardak çeşitleri, kahve takımları, fincan çeşitleri, fincan zarfı, kupa çeşitleri, ayran veya şerbet bardakları, sefer tasları, iftariyelik, lokumluk, şekerlik, çaydanlık, cezve çeşitleri, hoşafılık, meydan ve divan sinileri,
Diğer Ekipmanlar & Süs Eşyaları	Mangal, kandil, şamdan, hamam taşı, ayna, kına kabı, kemer, vazo, sabunluk, külek, kapı tokmağı, kazan kulpu, miğfer, kül tablası, çeşitli hayvan figürlü biblolar, çeşitli çerçevesiz saatler, duvar süsleri

Bakkaloğlu ve arkadaşları (2024)'nin yapmış olduğu bir çalışmaya göre Safranbolu'da yemekler genellikle bakır kazanlarda ya da tencerelerde pişirildiği, bakır tas ya da sahanlarda çoğunlukla sunum aracı olarak da kullanıldığı belirlenmiştir. Özellikle börek ve baklava yapımı için bakır sini (tepsi)'lerin kullanıldığı vurgulanmıştır. Tablo 2 aşağıda yer alan katılımcıların görüşleri doğrultusunda hazırlanmıştır.

*"Bakır üzerine mutfak araç ve gereçlerinin tümü Safranbolu'da mevcuttur. Tencere, tava, cezve, çaydanlık, baklava ve börek yapmak için siner sayılabilir. İçecek ve yiyecek ekipmanı yanında sunum ekipmanları da var (Tabak çeşitleri, bardak çeşitleri, kahve takımları, fincan çeşitleri, fincan zarfı, kupa çeşitleri, ayran veya şerbet bardakları, sefer tasları, iftariyelik, lokumluk, şekerlik, çaydanlık, cezve çeşitleri, hoşafılık, meydan ve divan sinileri vb.). Büyük tencerelerle özellikle "bütün et yemeği" pişmektedir. Pilavlar, dolmalar, su börekleri ve baklavalarda da bakır ekipmanlar kullanılır. Bakır öyle bir şeydir ki herkes her şeyi yapmaz, herkesin işlediği farklı bir nokta vardır. Her şey aynı ustanın elinden çıkmaz" (K3, K4, K7 ve K9)*

“Bakır ekipmanlar her yerde kullanılır, lezzet kazandır ve sağlıklıdır. İnsan vücudunun bakıra ihtiyacı vardır. Yemek yapılır, çay yapılı ve kahve pişirilir. Senede bir iki kere bakırın renginde herhangi bir yeşillenme (oksit) görünce kalaylatmak gerekir. Uzun ömürlü bir eşyadır. Artık müşteriler kalaysız bakır istiyorlar. Üstelik sadece mutfakta değil dekoratif ve süs eşyaları (Mangal, kandil, şamdan, hamam taşı, ayna, kına kabı, kemer, vazo, sabunluk, külek, kapı tokmağı, kazan kulpu, miğfer, kül tablası, çeşitli hayvan figürlü biblolar, çeşitli çerçeveli saatler, duvar süsleri) olarak da bakır oldukça kıymetlidir” (K1, K4, K9).

Yapılan araştırmaya göre Safranbolu’da “al sat” şeklinde yapılan bakırlar daha çok olduğu ve bu eşyaların ve ekipmanların müşterilerin isteklerine göre şekillendiği tespit edilmiştir. Talepler üzerine İstanbul Mısır çarşısı veya Gaziantep’ten özellikle süs eşyası olabilecek dekoratif bakır eşya ve ekipman getirtildiği belirlenmiştir. Bu talebin oluşma sebepleri, Safranbolu’nun bir turizm bölgesi olması ve müşteri memnuniyetinin ön planda tutulması ile ilişkilendirilmiştir. Tüm bu bilgiler doğrultusunda, Safranbolu’daki Bakırcılar Çarşısı’nda üretilen mutfak gereçleri günümüzde hem geleneksel formlarını koruyarak üretilmekte hem de müşteri talepleri kapsamında farklı bölgelerden endüstriyel olarak üretilen bakır ürünler satışı sunulmaktadır.



Fotoğraf 3. Safranbolu Bakırcılar Çarşısı

Kaynak: (Hazım Engin, 2021)

#### 4.3. Geçmişten Günümüzde Unutulmaya Yüz Tutan Belli Başlı Bakır Eşyalar

Bakırcılar Çarşısı’nda yapılan araştırmaya göre bakır ekipmanların günümüzde eskisi kadar kullanılmadığı ifade edilmiştir. Buna gösterilen en önemli sebep ise kullanılan ısınma ve pişirme yakıtının değişmesidir. Safranbolu’da yaşayan bireylerin yaşam alanlarında doğalgaz yakıtının kullanılması bölgede kömür sobasının kullanımını azaltmıştır. Bu nedenle soba ile ilişkili olan güğüm, ibrik vb. ekipmanların kullanımı günümüzde yok denecek kadar azalmıştır. Konu ile ilgili olarak K7 adlı katılımcı görüşlerini aşağıdaki şekilde ifade etmiştir.

“Eskiden bakır ibrik, güğüm gibi ekipmanlar yapılırdı. Soba üzerinde su kaynatmak veya suyu sıcak tutmak için kullanılırdı. Şimdilerde soba kalkınca onlarda gitti” (K7).

#### 4.4. Modern Çağda Kullanılan Mutfak Araçları Karşısında Bakır Ekipmanların Rekabet Şansı

Safranbolu’da son birkaç yıldır bakır mutfak ekipmanlarına olan taleplerde artış görüldüğü ifade edilmiştir. Bu ekipmanlar özellikle çaydanlık, tencere, tava, yoğurt ve ayran ekipmanları ile kahve fincan takımları ve bazı küçük süs eşyalarıdır. Bu durumun en önemli gerekçesi bakırın endüstriyel ve teknolojik ekipmanlara göre daha sağlıklı olduğu ve ortaya çıkan mutfak çıktılarının



daha lezzetli olduğunun düşünülmesidir. Katılımcılarda K2, K4, K5, K6, K7 ve K8 görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir;

*“Kullanılmadıkça her şey unutulup gider. Teknolojik olacağız diye milleti kültüründen saptırdılar. Çok hızlı yaşıyoruz. Alüminyum, çelik, endüstriyel eşyaların çoğu zararlı insan sağlığı için. Türk mutfak kültüründe bakır kullanılmaktadır. Bakırın daha sağlıklı olduğunu hatırlamalı ve hatırlatmalıyız”* (K4 ve K5).

*“Evet özellikle tava, tencere ve çaydanlığa dönüş var. Ekmeklikler, taslar, ayran ekipmanları da günümüzde tekrar kullanılmaya başlanmıştır. Bakırın daha sağlıklı olduğu giderek daha iyi anlaşılıyor”* (K6, K7 ve K8).



Fotoğraf 4. Bakırcılar Çarşısı



Fotoğraf 5. Bakırcılar Çarşısı



Fotoğraf 6. Bakırcılar Çarşısı

Kaynak: (Yazarlar Tarafından Oluşturulmuştur)

#### 4.5. Sürdürülebilir Gastronomi Bağlamında Bakırcılığı Gelecek Kuşaklara Aktarabilmek İçin Yapılan Çalışmalar

Bakırcılık yapan katılımcılar bu mesleğin babadan oğula geçerek geldiğini belirtmiştir. Buna karşın önemli bir zanaat olan bakırcılığın günümüzde gençler tarafından rağbet görmemesi bu mesleği yok olmaya mahkûm etmektedir. Bakırcılık mesleğinin ekonomik yaşamı yeterince destekleyemediği düşünülmektedir. Özellikle daha iyi bir ekonomik yaşam ve daha iyi bir eğitim imkânı algısı büyük şehirlere yaşanan göçler de bakırcılığın gün geçtikçe azalmasına sebep olmuştur. Bu nedenlerden dolayı son 10 yıldır yerel idareler bakırcılığın gelecek kuşaklara aktarılması için eğitimlerle ve projelerle destek olmaktadır. Fakat gençlerin bu mesleğe karşı ilgisiz kalmasından ötürü bakırcılık hala eski çağında yaşanan o gösterişli dönemine yaklaşamamaktadır. Bakırcı ustaları, bu mesleğe ilginin artırılması sürecinin erken yaşlarda başlaması gerektiği konusunda fikir birliğine varmıştır. Bu tür mesleklerin, öncelikle el sanatları ve zanaatkarlık eğitimi çerçevesinde okullarda öğretilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Çünkü yaş ilerledikçe zanaatkar olmanın zor olacağı belirtilmiştir. Katılımcılardan K1 ve K2 konu ile ilgili görüşlerini şu şekilde paylaşmıştır;

*“Babam yaşlandı ve hasta. Bu işleri tek başına yapmak çok zor. Mesleğimiz babadan oğula geçen bir meslek. Biz bunu günümüze değin iyi ya da kötü bir şekilde taşıdık. Fakat günümüz gençlerin bu mesleğe karşı pek bir ilgisi yok. Kaymakam eleman verdi bize yetiştirmek için onların da gönlü yok, çalışmadılar”* (K1).

*“Bu meslek bize babadan geçti, 10 yaşından beri bu işi yapıyorum, 31 senem oldu. Ama bizden sonra gelen neslin bakırcılıkla ilgisi yok. Ben bu mesleğe karşı ilgi duyulması konusunda bireysel bir şey yapamıyorum. Bu işi artık meslek liselerinde üniversitelerde, Ortaokula kadar inmesi gerekiyor. Unesco da bakırcılık gibi meslekleri koruma altında almış durumda, fakat eylemsel hareket yok. Aynı yerimizde sayıyoruz”* (K2).

#### 4.6. Bakırcılar Çarşısında Yer Alan Bakır Mutfak Eşyalarının Bölge Turizmine Katkısı

Katılımcılarla yapılan görüşmelerde bakırcılığın ekonomik anlamda önemli bir kazanç sağlamadığı fakat bölge tanınırlığı kapsamında bakırcılar çarşısının turizme katkı sağladığı ifade edilmiştir. Bu nedenle destinasyonu ziyaret eden turistlerin önemli uğrak yerlerinden biridir. Yerli ve yabancı turistlerin mutfak ve süs eşyası satın aldığı ve bulunduğu estetik konumdan ötürü önemli fotoğraf çektiği merkezlerden biridir. Dolayısıyla birçok sebepten dolayı bakırcılar çarşısının bölge turizmine oldukça fazla katkı sağladığı düşünülmektedir. Konu ile ilgili katılımcıların görüşleri şu şekildedir;

*“Safranbolu’da bakırcılığın ekonomik getirisi bir bakımdan yaşamı sürdürebilmektir. Bize ekonomik katkısı yok fakat babalarımıza verdiğimiz söz var. Bu kültürü yaşatabilsek bakırcılığı bir turizm aracı olarak kullanabilme seviyemiz yüksek olur. Çünkü bakırcılığa bakış açısı değişiyor, ilgi son zamanlarda arttı” (K1).*

*“Aslında baktığımızda bu işi baba mesleği olduğu için devam ettiriyoruz. Turizme katkı sağlıyor ama ekonomik anlamda bize yaşamımızı sürdürece kadar bir karı var.”K2, Fakat bölge tanınırlığı artırma konusunda bakırcılar çarşısının oldukça fazla katkısı var. Bu olumlu katkının ekonomik anlamda bize destek olmasını temenni ediyoruz” (K2 ve K6).*

*“Zanaat denilebilecek sayılı meslek kaldı burda. Sadece bakırcılık, semercilik, yemenicilik ve demircilik. Üretim anlamında 2 bakırcı dükkânı varken diğerleri daha çok dışardan getirdiği ürünleri hediye olarak satıyor. Elbette sosyal mecra kanalları yoluyla bakırcılar çarşısı oldukça fazla tanınıyor. Bölgeye alışveriş yapmak ve fotoğraf çekirmek isteyenler çok. Bu kapsamda turistler bu bölgeyi mutlaka ziyaret ediyor” (K8 ve K9).*

#### SONUÇ VE ÖNERİLER

Safranbolu’ da bakırcılık zanaatının teşkilatlı bir sistemin katkılarıyla çok eski tarihlerden (300-350 yıldan fazla) günümüze geldiği belirlenmiştir. Bölgede yaşayan yaşlı bireylerin hikayeleri ve bakırda pişirilen yemeklerin damak hatıraları bu bilgileri günümüze kadar ulaştırmıştır. Sağır (2013) yapmış olduğu bir çalışma Safranbolu’nun Selçuklu Devleti ile başlayan gelişim çizgisinin Osmanlı Devleti döneminde üst noktaya eriştiğini iletmiştir. Bu durum hem sosyal hem de ekonomik bakımdan bölgenin önemli bir yerleşim ve ticaret merkezi olmasına sebep olmuştur. Bu sebeplerden ötürü Osmanlı’da pek çok el sanatları ve zanaatları bir meslek grubu olarak ortaya çıkmıştır. Tüm bu bilgilere istinaden Osmanlı devletinin önemli bir ticaret yolu üzerinde olan Safranbolu’da bahsi geçen meslek gruplarının olmaması düşünülemez.

Yapılan araştırmaya göre bölge insanının özellikle yemek hazırlama, pişirme ve sunum süreçlerinde bakır ekipmanları uzun soluklu kullandıkları tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra günlük yaşamlarının devamlılığını sağlarken de çeşitli bakır eşyalar kullanılmıştır. Araştırmaya göre günümüzde ısınmak ve yemek pişirmek için kullanılan yakıtın değişmesi sebebiyle bakır ekipmanların eskisi kadar kullanılmadığı ortaya çıkmıştır. Sobanın bölge insanının yaşamından çıkması birçok bakır eşyanın da terkedilmesine sebep olmuştur. Buna karşın Safranbolu’da son birkaç yıldır bakır mutfak ekipmanlarına olan taleplerde artış görülmektedir. Bu ekipmanlar özellikle çaydanlık, tencere, tava, yoğurt ve ayran ekipmanları ile kahve fincan takımları ve bazı küçük süs eşyalarıdır. Artık günümüzde bakır ekipmanların endüstriyel ve teknolojik ekipmanlara göre daha sağlıklı olduğu düşünülmektedir. Ayrıca bakır ekipmanlarla pişirilen yemeklerin daha lezzetli olduğu görüşü vurgulanmıştır.

Yapılan araştırmaya göre “Bakırcılar çarşısı”nda bakır eşya satışı sunan 6 işletme ve çeşitli antikacılar bulunmaktadır. Bakır eşyaların oldukça fazla çeşitlilik gösterdiği bu işletmelerin 4’ünde bakırcılık “al sat” tekniği ile yürütülmektedir. Safranbolu’daki bakırcılar çarşısında üretilen mutfak

araçları günümüzde bir taraftan geleneksel formlarda üretilmeye devam ederken diğer taraftan müşteri talepleri doğrultusunda başka illerden temin edilen endüstriyel bakır ürünler de sunmaktadır. Bakırcılık her ne kadar bireylere önemli bir ekonomik kazanç sağlamasa da bölge tanınırlığı açısından turizme önemli bir katkı sunduğu belirlenmiştir. Bakırcılar çarşısı, hem mutfak ve süs eşyalarının satın alındığı hem de sahip olduğu estetik konum nedeniyle yerli ve yabancı turistler için çekici bir uğrak noktasıdır. Bu sebeplerden ötürü bakırcılar çarşısının bölge turizmine oldukça fazla katkı sağladığı ortaya çıkmıştır.

Araştırmada ortaya çıkan en önemli sonuçlardan biri de bakırcılığın bölgeye sağladığı tüm bu katkılara rağmen önemli bir kısıtlılığın olmasıdır. Bakırcılık zanaatı babadan oğula geçerek gelecek kuşaklara aktarılmaktadır. Önemli bir zanaat olan bakırcılığın günümüzde gençler tarafından rağbet görmemesi bu mesleği yok olmaya mahkûm etmektedir. Bakırcılık mesleğinin ekonomik yaşamı yeterince destekleyemediği düşünülmektedir. Özellikle daha iyi bir ekonomik yaşam ve daha iyi bir eğitim imkânı nedeniyle meydana gelen göçler de bakırcılığın gün geçtikçe azalmasına sebep olmuştur. Buna paralel olarak Deniz ve Çelik (2020)'in yapmış olduğu bir çalışmada da artan nüfus ile birlikte farklı meslek gruplarının ortaya çıkması, teknolojik gelişmeler, üretim ve tüketim tercihlerinin değişmesi, ekonomik sıkıntılardan ötürü yaşanan iş değişiklikleri geleneksel el sanatlarını olumsuz etkilemektedir. Sonuç olarak yoğun emek ve sabır gerektiren bu geleneksel sanat ürünlerinin, teknolojik yenilikler ile ortaya çıkan ürünlerle rekabeti zorlaşmıştır. Safranbolu'da her ne kadar yerel idareler bakırcılığın gelecek kuşaklara aktarılması için eğitimlerle ve projelerle destek olmaya çalışsa da bölgedeki gençler bakırcılık mesleğine karşı ilgisiz kalmaktadır. Bu durumdan ötürü bakırcılık eski çağında yaşadığı o gösterişli dönemine yaklaşmamaktadır.

Tüm bu bilgiler ışığında araştırma için geliştirilebilecek öneriler şunlardır;

- Bakırcılık mesleğini gelecek kuşaklara aktarılabilirlik için ortaokul ve lise düzeyindeki okullarda el ve parmak koordinasyonlarını sağlamak amacıyla bakırcılığa ilgi arttırılabilir. Bu sayede el sanatları dersleriyle bakırcılık gibi unutulmaya yüz tutmuş zanaatlara genç neslin dikkati çekilebilir ve ara eleman yetiştirmek için bir adım atılmış olur.
- Bakırdan üretilen mutfak eşyalarını daha verimli kullanabilmek ve yaşatabilmek adına üniversitelerin ve meslek liselerinin mutfak ile ilgili açıcılık ve gastronomi bölümlerinde bakır ekipmanların kullanılabilirliği arttırılmalıdır. Örneğin Türk Mutfak Kültürü, Osmanlı Mutfak Kültürü ve Yöresel Mutfaklar derslerinde üretilen yemeklerin sunumunda bakır ekipmanlar kullanılabilir. Bu sayede milli ve yerli ürün kullanımı konusunda farkındalık oluşturulabilir.
- Bakırın gastronomik değerini anlatabilmek ve bakıra olan ilgi arttırmak için multidisipliner seminerler ve workshoplar yapılmalıdır. Özellikle uzman şefler desteğiyle dikkatler bakıra ve bakırcılar çarşısını çekilmelidir.
- Safranbolu'da gastronomi turizmi kapsamında gerçekleştirilen festivallerde ve yemek yarışmalarında bölgenin önemli bir kültürel mirası olan bakırcılığın ön plana çıkarılması gerekmektedir.

#### KAYNAKÇA

- Bakkaloğlu, M., Türker, N., & Dağ, T. (2022). Safranbolu'nun tören yemekleri ve tören yemek kültürünün incelenmesi. *Journal of Academic Tourism Studies*, 5(1), 27-45.
- Çapar, M. C., & Ceylan, M. (2022). Durum çalışması ve olgubilim desenlerinin karşılaştırılması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 295-312.
- Deniz, T., & Çelik, Ö. (2020). Somut olmayan kültürel miras taşıyıcıları: safranbolu el sanatları ustaları üzerine bir inceleme. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 25(43), 123-138.

- Engin, H. (2021). Safranbolu photo safarisinde büyük ödülü hazım engin kazandı. <https://turizmsayfasi.com/safranboluda-kazanan-fotograflar-aciklandi/> Erişim Tarihi 25 Ekim 2024.
- Ezenagu, N. (2020). Heritage resources as a driver for cultural tourism in Nigeria. *Cogent Arts & Humanities*, 7(1), 1734331.
- Fidan, E. (2016). Tarih öncesi dönemlerde Anadolu'da kullanılmış olan maden yatakları. *MT Bilimsel*, (9), 49-59.
- Halkos, G. E., Koundouri, P. C., Aslanidis, P. S. C., & Plataniotis, A. (2024). Evaluating the tangible and intangible parameters of cultural heritage: an economic meta-analysis in a global context. *Discover Sustainability*, 5(1), 1-16.
- Jimura, T. (2023). Sustainability of Japan's Tangible Cultural Heritage. In *Sustainability Management in Heritage and Tourism: The Concept and Practice of Mottainai in Japan* (pp. 35-67). Cham: Springer International Publishing.
- Kalyoncu, H., (2010), "Tarih İçinde Safranbolu" Safranbolu Belediyesi Kültür Hizmeti, İstanbul: Özlem Matbaacılık.
- Kültür Turizm Bakanlığı (2024). Karabük / Safranbolu Eski Çarşı ve Kıranköy. <https://eden.ktb.gov.tr/TR-127861/karabuk--safranbolu-eski-carsi-ve-kirankoy.html>, Erişim Tarihi:18 Ekim 2024.
- Madandola, M., & Boussaa, D. (2023). Cultural heritage tourism as a catalyst for sustainable development; the case of old Oyo town in Nigeria. *International Journal of Heritage Studies*, 29(1-2), 21-38.
- Öncülökür, A. G., & Genç, V. (2024). Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Bakırcılık Mesleği. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 8(1), 86-100.
- Örnek D. (2024). Safranbolu'lu İzzet Mehmet Paşa'nın bakır güğüm ve maşrapaları. *The Journal of Academic Social Science*, (107), 112-123.
- Özkul, K. (2019). Gelenekten Geleceğe Bakır İşlemciliği ve Urfa, 6. Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Kongresi, Sosyal Bilimler Kongre Kitapçığı, ASOS Yayınları, s.137-152
- Reshma, M. R., Kannan, B., Raj, V. J., & Shailesh, S. (2023). Cultural heritage preservation through dance digitization: A review. *Digital Applications in Archaeology and Cultural Heritage*, 28, e00257.
- Sağır, A. (2013). Bir ölüm sosyolojisi denemesi bağlamında iktisadi hayata mezarlıklardan bakmak: safranbolu örneği. *Electronic Turkish Studies*, 8(12).
- Shrestha, R., Shen, Z., & Bhatta, K. D. (2024). Cultural Heritage Deterioration in the Historical Town 'Thimi'. *Buildings*, 14(1), 244.
- Yavuz, C. (2019). Türk mutfağında bakırın yeri ve bakır zanaatının geleceği. *Online Journal of Art and Design*. 7(3), 156-169.
- Xiao, X., Li, P., & Seekamp, E. (2024). Sustainable adaptation planning for cultural heritage in coastal tourism destinations under climate change: a mixed-paradigm of preservation and conservation optimization. *Journal of Travel Research*, 63(1), 215-233.