



JOURNAL OF ACADEMIC TOURISM STUDIES

AKADEMİK TURİZM ÇALIŞMALARI DERGİSİ

Volume / Cilt : 6
Number / Sayı : 2
Year / Yıl : 2025
Month / Ay : Aralık



JOURNAL OF ACADEMIC TOURISM STUDIES

AKADEMİK TURİZM ÇALIŞMALARI DERGİSİ

YIL/YEAR: 2025 • CİLT/VOLUME: 6 • SAYI/NUMBER: 2

Abstracting and Indexing / Taradığımız İndeksler: Academic Resource Index, Directory of Open Access Scholarly Resources, Directory of Research Journals Indexing, Electronic Journals Library, WorldCat, EuroPub Database, Eurasian Scientific Journal Index, Bibliotheksservice-Zentrum Baden-Württemberg, Asos Index, J-Gate Indexed, Universitätsbibliothek Leipzig, Wildauer Bücher+E-Medien Recherche-Tool, The Sustainable Tourism Gateway, Bilgindex, WZB Berlin Social Science Center, Türkiye Turizm Dizini, Advanced Sciences Index, Beluga-Catalogue of Hamburg Libraries, CAB Abstract & CABI Full Text, Cosmos, Crossref.

Dergideki tüm yazıların her türlü hukuki sorumluluğu yazar(lar)ına aittir.
All legal responsibility of all articles in the journal belongs to the author(s).

ISSN : 2757-699X
Yıl / Year : 2025
Cilt / Volume : 6
Sayı / Issue : 2



JOURNAL OF ACADEMIC TOURISM STUDIES

AKADEMİK TURİZM ÇALIŞMALARI DERGİSİ

DERGİ HAKKINDA / ABOUT JOURNAL

Baş Editör / Editor-in-Chief

Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU

Sayı Editörü / Issue Editor

Doç. Dr. Hacer ARSLAN KALAY

Editörler / Editors

Doç. Dr. Hacer ARSLAN KALAY

Doç. Dr. Sağbetullah MERİÇ

Doç. Dr. Songül DÜZ ÖZER

Doç. Dr. Sedat ŞAHİN

Dr. Ali Selçuk CAN

Dizgi ve Sekreteryä / Layout and Secretariat

Arş. Gör. Serkan ROL

Journal of Academic Tourism Studies (JATOS) dergisi uluslararası, hakemli ve bilimsel bir dergi olup yılda 2 sayı olarak yayımlanmaktadır. Ancak gerekli durumlarda özel veya ek sayılar da yayımlanabilmektedir. JATOS dergisi turizme dair akademik çalışmalar için bir platform oluşturmayı ve bu sayede kamuoyu ile bu çalışmalarını paylaşmayı amaçlamaktadır. JATOS; turizm alanında Türkçe ve İngilizce dillerinde hazırlanmış, alana katkıda bulunmayı amaçlayan, araştırmaya dayalı özgün ve bilimsel çalışmaları yayımlamaktadır (jatosjournal.org).

Journal of Academic Tourism Studies (JATOS) is an international, peer-reviewed and scientific journal and is published twice a year. However, special or additional issues can be published when necessary. JATOS aims to create a platform for academic studies on tourism and to share these studies with the public. It publishes original and scientific studies based on research, prepared in Turkish and English languages in the field of tourism, aiming to contribute to the field (jatosjournal.org).

Yayın Danışma Kurulu / Editorial Advisory Board

Prof. Dr. A. Celil ÇAKICI

Mersin Üniversitesi

Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT

Balıkesir Üniversitesi

Prof. Dr. Füsün BAYKAL

Ege Üniversitesi

Prof. Eka DEVIDZE

University of Georgia

Prof. Dr. Gözde EMEKLİ

Ege Üniversitesi

Prof. Dr. Gülpınar AKBULUT ÖZPAY

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

Prof. Dr. Muharrem TUNA

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Prof. Dr. Nuray TÜRKER

Karabük Üniversitesi

Prof. Dr. Semra GÜNAY AKTAŞ

Anadolu Üniversitesi

Prof. P. Senthil KUMARAN

Manipal Academy of Higher Education

Prof. Dr. Erol DURAN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Prof. Dr. Meryem SAMIRKAŞ KOMŞU

Mersin Üniversitesi

Prof. Dr. Öznur BOZKURT

Düzce Üniversitesi

Prof. Dr. Nurhan KESKİN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Doç. Dr. Sabri ÇELİK

Afyon Kocatepe Üniversitesi

Bu Sayının Hakem Kurulu / Referee Board of This Issue

Prof. Dr. Asım SALDAMLI
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

Prof. Dr. Cihan SEÇİLMİŞ
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

Prof. Dr. Erol DURAN
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Prof. Dr. Faruk KALAY
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Prof. Dr. Kudret GÜL
Balıkesir Üniversitesi

Doç. Dr. Adem ADEMOĞLU
Gaziantep İslam Bilim ve Teknoloji Üniversitesi

Doç. Dr. Aysen ERCAN İŞTİN
Şırnak Üniversitesi

Doç. Dr. Ceyhun AKYOL
Artoin Çoruh Üniversitesi

Doç. Dr. Ekrem AYDIN
Artoin Çoruh Üniversitesi

Doç. Dr. Emrah KESKİN
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Doç. Dr. Engin DERMAN
Akdeniz Üniversitesi

Doç. Dr. Gözdegül BAŞER
Antalya Bilim Üniversitesi

Doç. Dr. Hüseyin ÖZDEMİR
Çankırı Karatekin Üniversitesi

Assoc. Prof. Mariya IVANOVA
New Bulgarian University

Doç. Dr. Nihan AKDEMİR
Kocaeli Üniversitesi

Doç. Dr. Nur KULAKOĞLU DİLEK
Batman Üniversitesi

Doç. Dr. Samet ÇEVİK
Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi

Doç. Dr. Seden TURAMBERK ÖZERDEN
Uluslararası Final Üniversitesi

Doç. Dr. Serkan ÇALIŞKAN
Kastamonu Üniversitesi

Doç. Dr. Sevcan YILDIZ
Akdeniz Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Erhan COŞKUN
Aydın Adnan Menderes Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Erol GEÇGİN
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Gaye PAZARBAŞI
İnönü Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Lütfullah Sadi TOPRAK
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Özgür ÇALKIN
Kafkas Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Öznur SİDAL
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Seda SÜER
İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi

Öğr. Gör. Dr. Güray KARACIL
Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi

Dr. Sanar MUHYADDIN
Wrexham University

Dr. Öğr. Üyesi Abdulkadir UYRUN
Siirt Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Bahadır İnanç ÖZKAN
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

145 **Sürdürülebilir Bilim ve Kültür Temelli Turizm Yaklaşımları:
Bodrum Örneğinde Tematik ve Analitik Bir İnceleme**

*Sustainable Science- and Culture-Based Tourism Approaches: A Thematic and
Analytical Study on the Case of Bodrum*

Çağatay NALÇAOĞLU ve Aynur DOĞRU

Derleme Makale, ss. 145-156, <http://dx.doi.org/10.29228/jatos.82116>

157 **Yerel Paydaş (Belediye) Perspektifinden Ürgüp'ün Cittaslow
Üyelik Potansiyeli Üzerine Bir Değerlendirme**

*An Evaluation on Ürgüp's Cittaslow Membership Potential from a Local Stakeholder
(Municipality) Perspective*

İbrahim YILMAZ ve Sedat ÇAVUŞOĞLU

Araştırma Makalesi, ss. 157-172, <http://dx.doi.org/10.29228/jatos.82170>

173 **Sinop Ayancık Mutfak Kültürünün Yöresel Reçeteleri ve Ritüel
Yemekleri**

Local Recipes and Ritual Dishes of Sinop Ayancık Cuisine

Nuray TÜRKER ve Sibel AYYILDIZ

Araştırma Makalesi, ss. 173-193, <http://dx.doi.org/10.29228/jatos.82410>

194 **Kültürel Miras Alanlarında Sürdürülebilir Destinasyon Yönetimi
Model Önerisi: Van Gölü Havzası Örneği**

*Proposed Model for Sustainable Destination Management in Cultural Heritage Areas:
The Case of Lake Van Basin*

Sinan GÖÇ

Derleme Makale, ss. 194-216, <http://dx.doi.org/10.29228/jatos.85934>

217 **Exploring Students' Perceptions of Virtual Reality in Tourism
Education Through the Technology Acceptance Model**

*Teknoloji Kabul Modeli Aracılığıyla Turizm Eğitiminde Öğrencilerin Sanal Gerçeklik
Algılarının İncelenmesi*

Okay COŞKUN and Emek YURT

Research Article, pp. 217-231, <http://dx.doi.org/10.29228/jatos.87319>

-
- 232** **Sosyal Medya Bağımlılığının Phubbing Üzerindeki Etkisi: Turizm Ön Lisans ve Lisans Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma**
The Effect of Social Media Addiction on Phubbing: A Research Targeting Tourism Associate Degree and Bachelor's Degree Students

Lütfullah Sadi TOPRAK ve Caner GÜÇLÜ

Araştırma Makalesi, ss. 232-247, <http://dx.doi.org/10.29228/jatos.87476>

- 248** **Sürdürülebilir Turizmde Bir Niş Alan Olarak Yayla Turizmi: Artvin Yaylaları Örneği**
Highland Tourism as a Niche Form of Sustainable Tourism: The Example of Artvin Highlands

Dilara AYTEKİN ve Alev SÖKMEN

Araştırma Makalesi, ss. 248-267, <http://dx.doi.org/10.29228/jatos.87966>

- 268** **Kastamonu'nun Av Turizmi Potansiyeli**
The Hunting Tourism Potential of Kastamonu

Oğuz ÇAM

Araştırma Makalesi, ss. 268-290, <http://dx.doi.org/10.29228/jatos.88126>

- 291** **Turizm Pazarlaması Alanındaki Akademik Eğilimler ve Bilgi Yapısı: 1984–2025 Dönemine İlişkin Bibliyometrik Bir Analiz**
Academic Trends and Knowledge Structure in Tourism Marketing: A Bibliometric Analysis of the Period 1984–2025

İlker VURAL ve Ali KOSAT

Araştırma Makalesi, ss. 291-313, <http://dx.doi.org/10.29228/jatos.88128>

- 314** **Dedikodunun Örgütsel Güven Üzerindeki Etkisi: Otelcilik Sektöründe Bir Araştırma**
The Impact of Gossip on Organizational Trust: A Study in the Hotel Industry

Neslihan YILDIZ ve Elif Tuba TAMER

Araştırma Makalesi, ss. 314-327, <http://dx.doi.org/10.29228/jatos.88221>

The Role of Leaders in Knowledge Management: A Study on Hospitality Enterprises

Bilgi Yönetiminde Liderlerin Rolü: Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma

328

Öznur SİDAL and Ömür Neczan TİMURCANDAY ÖZMEN

Research Article, pp. 328-346, <http://dx.doi.org/10.29228/jatos.88285>

Taşa Kazınan Düşünce: Göbeklitepe'nin Sessiz Felsefesi

Thoughts Engraved in Stone: The Silent Philosophy of Göbeklitepe

347

Ceylan AKCAN

Araştırma Makalesi, ss. 347-365, <http://dx.doi.org/10.29228/jatos.88817>

Assessments on Vocational Foreign Language Courses at Tourism Faculties: The Case of Batman University

Turizm Fakültelerinde Verilen Mesleki Yabancı Dil Derslerine İlişkin Değerlendirmeler: Batman Üniversitesi Örneği

366

Mehmet Veysi BABAYİĞİT and Reşat ARICA

Research Article, pp. 366-383, <http://dx.doi.org/10.29228/jatos.86591>

Doğu Anadolu Bölgesinde Kış Turizmi Potansiyelleri ve Yapıları: Erzurum Palandöken ve Van Abalı Örnekleri

Potentials and Buildings of Winter Tourism in the Eastern Anatolia Region: The Cases of Erzurum Palandöken and Van Abalı

384

Burak SUBAŞI ve Güler ÖZYILDIRAN

Araştırma Makalesi, ss. 384-400, <http://dx.doi.org/10.29228/jatos.86810>

Sürdürülebilir Bilim ve Kültür Temelli Turizm Yaklaşımları: Bodrum Örneğinde Tematik ve Analitik Bir İnceleme

Sustainable Science- and Culture-Based Tourism Approaches: A Thematic and Analytical Study on the Case of Bodrum

Çağatay NALÇAOĞLU^a ve Aynur DOĞRU^b

^a Uzman Öğretmen, Bodrum Bilim ve Sanat Merkezi, Muğla, Türkiye. ORCID: 0000-0002-6814-5009

^b Uzman Öğretmen, Bodrum Bilim ve Sanat Merkezi, Muğla, Türkiye. ORCID: 0009-0003-1721-8700

Özet

Bu çalışma, çağdaş turizm yaklaşımlarında giderek daha fazla önem kazanan bilim ve kültür temelli turizm kavramlarını, sürdürülebilirlik ilkeleriyle bütünleştirerek Bodrum örneği üzerinden çok boyutlu bir analiz sunmaktadır. Çalışmanın amacı, Bodrum'un bilim ve kültür odaklı turizm potansiyelini ortaya koymak, bu potansiyelin güçlü ve zayıf yönlerini belirlemek ve uluslararası karşılaştırmalar ışığında stratejik yönelimler geliştirmektir. Çalışma, nitel araştırma yaklaşımıyla yapılandırılmış olup, kapsamlı literatür taraması, SWOT analizi ve Avrupa kentleriyle karşılaştırmalı örneklem yöntemi kullanılarak yürütülmüştür. SWOT analizi ile Bodrum'un güçlü ve zayıf yönleri, fırsatları ve tehditleri belirlenmiş; karşılaştırmalı örnekler ise Bodrum'un potansiyelinin uluslararası bağlamda değerlendirilmesine olanak sağlamıştır. Bulgular, kültürel mirasın korunması, kent kimliğinin güçlendirilmesi, bilimsel farkındalığın artırılması ve alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi açısından Bodrum'un stratejik fırsatlar barındırdığını ortaya koymaktadır. Yerel yönetim yapılarından dijital dönüşüme, sosyal adalet temelli turizm politikalarından katılımcı planlama ilkelerine kadar çok sayıda öneri geliştirilmiş; bilimsel düşüncenin toplumsallaşması, kültürel mirasın demokratikleşmesi ve yerel kimliğin korunması hedeflenmiştir. Sonuç olarak çalışma, bilim ve kültür temelli turizmi yalnızca ekonomik değil; pedagojik, sosyal ve mekânsal boyutlarıyla değerlendiren özgün bir derleme olarak, hem akademik literatüre hem de yerel ve ulusal politika yapıcılara yönelik önemli katkılar sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Bilim Turizmi, Kültürel Miras, Sürdürülebilir Turizm, Kent Kimliği, Toplumsal Hafıza

Abstract

This study presents a multidimensional analysis of science- and culture-based tourism approaches within the framework of sustainability principles, focusing on the case of Bodrum, Turkey. The research adopts a qualitative approach, combining an extensive literature review, SWOT analysis, and comparative case evaluations with selected European cities. This study aims to explore Bodrum's potential for science and culture-oriented tourism by identifying its strengths and weaknesses, while developing strategic orientations through comparative insights from international contexts. Through the SWOT analysis, Bodrum's strengths, weaknesses, opportunities, and threats were identified, while the comparative examples provided an international perspective on the city's untapped potential. Findings indicate that Bodrum holds significant strategic opportunities for preserving cultural heritage, strengthening urban identity, increasing scientific awareness, and developing alternative tourism models. Concrete strategies have been proposed, ranging from local governance structures to digital transformation, and from socially inclusive tourism policies to participatory planning principles. The study aims to integrate scientific thought into public life, democratize cultural heritage, and preserve local identity. Ultimately, it offers an original review that assesses science- and culture-based tourism not only in economic terms but also through pedagogical, social, and spatial dimensions, contributing both to the academic literature and to the agendas of local and national policymakers.

Keywords: Science Tourism, Cultural Heritage, Sustainable Tourism, Urban Identity, Collective Memory

Makale Bilgisi

Geliş Tarihi 17.05.2025
Kabul Tarihi 03.11.2025

Sayı Editörü

Hacer ARSLAN KALAY

Sorumlu Yazar

Çağatay NALÇAOĞLU
nalcabiology@gmail.com

Önerilen Atıf:

Nalçaoğlu, Ç. ve Doğru, A., (2025). Sürdürülebilir Bilim ve Kültür Temelli Turizm Yaklaşımları: Bodrum Örneğinde Tematik ve Analitik Bir İnceleme. *Journal of Academic Tourism Studies*, 6(2): 145-156.

1. GİRİŞ

Günümüzde turizm yalnızca ekonomik bir faaliyet alanı olmaktan çıkarak; kültürel etkileşimlerin, sosyal hafızanın, bilimsel yaygınlaştırmanın ve sürdürülebilir kalkınmanın temel dinamiklerinden biri hâline gelmiştir (Gössling & Hall, 2019; UNWTO, 2022). Bu çok yönlü dönüşüm sürecinde, geleneksel kitle turizminin sınırlayıcı etkilerine alternatif olarak; tematik, kültürel ve bilim temelli turizm türlerinin yükselişi dikkat çekmektedir (Richards, 2018; Weaver, 2011). Özellikle kültürel mirasın korunması, kent kimliğinin inşası, bilimsel bilgilerin toplumsallaştırılması ve çevresel sürdürülebilirliğin sağlanması; çağdaş turizm politikalarının merkezine yerleşmiştir (Ashworth & Tunbridge, 2000; Hall, 2009). Bu bağlamda bilim turizmi (science tourism), günümüz literatüründe hâlâ yeterince olgunlaşmamış, ancak ciddi bir potansiyele sahip olan özel ilgi turizmi türlerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Araştırma merkezleri, bilim müzeleri, üniversiteler, laboratuvarlar ve doğa gözlem alanları gibi bilimsel içerikli destinasyonlara yönelik ziyaretler; bireylerin keşfetme, öğrenme ve deneyimleme isteklerini tetiklemekte ve eğitimle turizmi bir araya getiren hibrit bir alan oluşturmaktadır (Meriç & Alioğlu, 2023; Lundberg et al., 2023).

Özellikle çocuklar, gençler ve akademik topluluklar için geliştirilen bilim temelli seyahatler, yalnızca bireysel gelişimi değil; aynı zamanda toplum-bilim ilişkisini güçlendiren sosyal çıktılar da üretmektedir (Raikkönen et al., 2011; Jafari, 2003). Bununla birlikte, kültürel miras odaklı turizm türleri, kentlerin özgün kimliklerinin korunmasında ve toplumsal belleğin aktarımında merkezi bir rol oynamaktadır. İnanç, gelenek, mimari ve tarihsel mirasın turizm aracılığıyla yeniden işlevselleştirilmesi; kentin yalnızca bir ziyaret alanı değil, aynı zamanda bir “anlam mekânı” olarak da değerlendirilmesini sağlamaktadır (Halbwachs, 2022; Assmann, 2018). Nitekim bu durum, inanç turizmi, hafıza turizmi ve miras temelli turizm gibi kavramsal çerçevelerin literatürde geniş yer bulmasına neden olmuştur (Alaeddinoğlu & İzi, 2024; Duran et al., 2023). Tam da bu noktada, Türkiye’nin güneybatısında yer alan Bodrum, hem tarihsel derinliği hem de çok katmanlı kültürel peyzajı ile bilim ve kültür temelli turizmin gelişimine son derece uygun bir örneklem sunmaktadır. Antik Halikarnassos kentinin kalıntıları üzerine inşa edilmiş olan Bodrum, Homeros’un “Ebedi mavilikler ülkesi” olarak nitelendirdiği bir coğrafyada yer almakta olup, Helenistik dönemden Osmanlı’ya, Cumhuriyet dönemi modernleşmesinden günümüz kentsel kimlik arayışlarına kadar uzanan zengin bir tarihsel sürekliliğe sahiptir (Bean, 1971; Şahin, 2019). Bodrum Kalesi, Sualtı Arkeoloji Müzesi, Antik Tiyatro, Mozoleion kalıntıları, Myndos Kapısı ve antik yollar gibi arkeolojik miras alanları, hem yerli hem de yabancı turistler için güçlü çekicilik merkezleridir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023).

Bodrum’un önemi yalnızca tarihi mirasıyla sınırlı değildir. İlçe, aynı zamanda deniz biyolojisi, iklim değişikliği, kültürel peyzaj araştırmaları ve mimari koruma alanlarında aktif araştırma projelerine ev sahipliği yapmakta; ulusal ve uluslararası düzeydeki akademik çalışmalara entegre olabilecek düzeyde bilimsel altyapıya sahiptir. Örneğin, Akdeniz İklimi Bölgesi içerisinde yer alan Bodrum, biyolojik çeşitliliğin yanı sıra su kaynakları, kıyı erozyonu ve orman yangınları gibi çevresel riskleriyle birlikte incelenen önemli bir iklim laboratuvarı konumundadır (Kadioğlu, 2021; Demirtaş-Malatyalı et al., 2022). Aynı zamanda, bölgede faaliyet gösteren Bilim ve Sanat Merkezi (BİLSEM), TÜBİTAK projeleri, üniversite-kent iş birlikleri ve bilim festivalleri gibi etkinlikler sayesinde Bodrum’un bilim-toplum ilişkileri bağlamında da aktif bir rol üstlendiği gözlenmektedir.

Bu çalışmada, Bodrum örneği özelinde; bilim turizmi, kültürel miras, kent kimliği ve sürdürülebilir turizm politikaları bağlamında kavramsal bir sentez yapılması hedeflenmektedir. Derleme türünde yapılandırılan bu çalışmada, çok sayıda disiplinlerarası kaynak taranarak; Bodrum’un mevcut durumu, potansiyeli ve karşı karşıya olduğu riskler analitik olarak ortaya konulacaktır. Böylece yalnızca akademik bilgi üretimine değil, aynı zamanda yerel yönetimler, kalkınma ajansları ve politika yapıcılar için uygulamaya dönük stratejik öneriler sunulması amaçlanmaktadır.

2. KAVRAMSAL TEMELLER VE LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Bilim Turizmi

Bilim turizmi, genel anlamda bireylerin bilimsel bilgilere, süreçlere veya mekânlara duyduğu ilgi doğrultusunda gerçekleştirdiği seyahatleri kapsayan ve giderek büyüyen bir özel ilgi turizmi türü olarak tanımlanmaktadır (Meriç vd., 2023). Bu turizm türü, özellikle bilim merkezleri, araştırma enstitüleri, üniversiteler, gözlemevleri, doğa laboratuvarları, müzeler ve bilim festivalleri gibi bilimsel içerikli alanlara yönelik ziyaretleri içerir. Turist motivasyonlarında artan çeşitlenme, öğrenme ve anlam üretmeye yönelik eğilimler ile birleştiğinde, bilim turizmi yalnızca deneyimsel bir faaliyet değil; aynı zamanda bilgi-toplum ilişkisini yeniden kurma aracı haline gelmektedir (Raikkönen vd., 2011). Literatürde bilim turizminin doğrudan tanımlandığı çalışmalar sınırlı olsa da, bu alan; ekoturizm, kültür turizmi, eğitim turizmi ve tematik seyahatler gibi disiplinlerle iç içe geçmiş bir yapıya sahiptir (Liang, 2010; Lundberg vd., 2023). Özellikle STEM (bilim, teknoloji, mühendislik ve matematik) temelli öğrenmenin yaygınlaştığı eğitim politikaları ile birlikte; genç nüfusun bilimsel mekânlara yönelik ilgisi, bilimsel seyahatlerin de pedagojik yönünü vurgulamaktadır (Gürdoğan-Bayır & Şahin, 2022). Bu yönüyle bilim turizmi, yalnızca eğlence ve keşif temelli bir yaklaşım değil; aynı zamanda kamusal bilim okuryazarlığını güçlendiren bir araç olarak da değerlendirilebilir. Bilim turizmi uygulamalarına örnek olarak Avrupa’da CERN Turu (İsviçre), Londra Doğa Tarihi Müzesi Turları (Birleşik Krallık), Amerika’da NASA Eğitim Merkezleri, Türkiye’de TÜBİTAK Popüler Bilim Gezileri ya da Gökyüzü Gözlem Şenlikleri gibi etkinlikler verilebilir. Bu tür ziyaretlerin, bilimsel farkındalık, öğrenmeye motivasyon ve mesleki yönelim açısından özellikle genç bireyler üzerinde kalıcı etkiler bıraktığı çok sayıda araştırmada rapor edilmiştir (Özdemir vd., 2020; Arslan Kalay & Yıldız, 2017).

2.2. Kültürel Miras, Kimlik ve Turizm İlişkisi

Kültürel miras, toplumların tarihsel süreçte ürettikleri ve gelecek kuşaklara aktardıkları değerlerin bütünüdür ifade eden temel bir kavramdır. UNESCO’nun (2003) tanımına göre kültürel miras, somut (anıtlar, yapılar, arkeolojik alanlar) ve somut olmayan (dil, gelenek, ritüeller, folklor) olmak üzere iki boyutta ele alınmaktadır. Bu ayrım yalnızca mirasın kategorik sınırlarını çizmekle kalmaz, aynı zamanda toplumların kimlik inşasında hangi unsurların belirleyici olduğunu da gösterir (Smith, 2006). Kültürel mirasın korunması ve yeniden üretilmesi, kolektif hafızanın canlı tutulması, kimliğin kuşaktan kuşağa aktarılması ve toplumsal aidiyet duygusunun güçlendirilmesi açısından kritik önemdedir (Lowenthal, 2015). Son yıllarda yapılan araştırmalar da kültürel mirasın yalnızca tarihsel bir değer değil, aynı zamanda sosyal dayanıklılığın ve sürdürülebilir kalkınmanın da anahtarı olduğunu ortaya koymaktadır (Geçikli, Eren & Çetin, 2024; Kalla, 2024).

Kültürel mirasın turistik bir ürün olarak işlevselleştirilmesi ise, modern turizm çalışmalarının en dinamik alanlarından birini oluşturmaktadır. Ashworth ve Graham (2005), mirasın turistik bağlamda yalnızca tüketilen bir değer değil; aynı zamanda yeniden üretilen ve küresel düzeyde dolaşıma sokulan bir anlatı olduğunu vurgulamaktadır. Bu bağlamda kültürel miras, ziyaretçilerin estetik hazlarıyla sınırlı kalmayıp, aynı zamanda yerel kimliklerin temsil edildiği, tarihsel anlatıların güncellendiği ve ekonomik değerin yaratıldığı çok boyutlu bir süreçte rol oynamaktadır (Smith, 2009). Ancak Timothy ve Boyd’un (2006) dikkat çektiği üzere bu sürecin riskleri de bulunmaktadır: mirasın ticarileşmesi, özgünlüğün kaybı, kültürel yozlaşma ve yerel toplulukların turizmden dışlanması, sürdürülebilirlik ilkeleriyle çelişen olgular olarak literatürde sıkça tartışılmaktadır. Son dönemde yapılan ampirik araştırmalar, özellikle yüksek turist yoğunluğuna sahip bölgelerde mirasın korunması ile ekonomik fayda sağlama arasındaki dengenin kırılgan hale geldiğini göstermektedir (Gökarslan, 2024; Jia et al., 2025).

Kent kimliği, kültürel mirasın mekânsal ve sosyal temsiliyetidir. Relph’in (1976) ifadesiyle kent kimliği, yalnızca fiziksel mekânların değil, toplumsal hafızanın, kolektif deneyimlerin ve tarihsel sürekliliğin bir ürünüdür. Postmodern dönemde ise kent kimliği, tıpkı kültürel miras gibi tüketilebilir bir meta haline gelmiş ve küresel rekabette stratejik bir araç olarak kullanılmaya

başlanmıştır (Kavaratzis & Ashworth, 2005). Bu dönüşüm, kent markalaşması kavramını ön plana çıkarmış; kentlerin küresel turizm piyasasında farklılaşabilmesi için yerel kimlik unsurlarının seçilerek yeniden kurgulandığı bir sürece işaret etmiştir (Hanna & Rowley, 2015). Güncel çalışmalar da bu yaklaşımı desteklemektedir. Örneğin, Duran, Öztürk ve Çelik'in (2023)

Türkiye'deki miras temelli turizm destinasyonlarını inceleyen çalışması, kent markalaşmasının turizm politikalarının merkezinde yer aldığını göstermektedir. Benzer şekilde, Jia ve arkadaşlarının (2025) Çin'de yürüttükleri araştırma, doğal ve yapay peyzajların turist yoğunluğunu şekillendirdiğini ve sürdürülebilir site yönetiminin kimlik politikalarıyla iç içe geçtiğini ortaya koymuştur.

2.3. Sürdürülebilir Turizm: Kavramdan Eyleme

Sürdürülebilir turizm, çevresel kaynakların korunmasını, yerel halkın ekonomik ve sosyal refahının artırılmasını ve kültürel mirasın sürekliliğini hedefleyen çok boyutlu bir kalkınma stratejisidir (UNEP & UNWTO, 2005). 1992 Rio Zirvesi'nden itibaren sürdürülebilirlik ilkesi, turizm politikalarının da merkezine yerleşmiştir. Kitle turizminin doğaya, kültüre ve yerel ekonomiye verdiği zararların önüne geçilmesi için alternatif yaklaşımlar geliştirilmeye başlanmıştır (Butler, 1999). Ancak sürdürülebilirliğin yalnızca çevresel değil; kültürel ve bilimsel alanlara da yayılması gerekmektedir. Bilim merkezlerinin korunması, kültürel mirasın bütüncül biçimde yönetilmesi, yerel halkın bilim ve kültür alanlarında bilinçlendirilmesi, sürdürülebilir turizmin yeni nesil uygulamaları arasında görülmektedir (Sharpley, 2009; Gössling vd., 2019). Bodrum özelinde, bu tür bir yaklaşıma yönelik planlamanın yapıp yapılmadığı, çalışmanın ilerleyen bölümlerinde değerlendirmeye alınacaktır. Kentte yer alan sanat evleri, edebi festivaller, klasik müzik konserleri ve çağdaş sanat galerileri ise kültürel turizmle bilim turizminin buluşma potansiyelini artırmakta; Bodrum'u yalnızca bir tatil destinasyonu değil, çok disiplinli bir "yaratıcı kent" modeline dönüştürmektedir (Florida, 2002; Yücel, 2020). Bu bağlamda Bodrum, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında değerlendirilebilecek yapılar ve programlar geliştirmeye aday bir destinasyon niteliği taşımaktadır. Ancak bu zengin potansiyelin, plansız yapılaşma, yoğunluk temelli kitle turizmi ve kültürel mirasın metalaştırılması gibi tehditlerle karşı karşıya olduğu da göz ardı edilmemelidir (Erkuş-Öztürk, 2011; Doxey, 1975). Kültürel kimliğin yüzeyselleştirilmesi, bilimsel mekânların eğlence odaklı yeniden işlevselleştirilmesi ve çevresel kaynakların aşırı kullanımı, sürdürülebilir olmayan turizm politikalarının doğrudan sonuçları arasında yer almaktadır.

3. BODRUM ÖRNEĞİNDE BİLİM VE KÜLTÜR TEMELLİ TURİZMİN ANALİTİK DEĞERLENDİRİLMESİ

Bu bölümde Bodrum'un bilim ve kültür temelli turizm potansiyeli, nitel araştırma yaklaşımı çerçevesinde ve analitik değerlendirme yöntemiyle incelenmiştir. Analitik değerlendirme kapsamında iki temel yöntem kullanılmıştır:

1. **SWOT Analizi:** Bodrum'un güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditleri belirlenmiş, mevcut durumun stratejik bir fotoğrafı çıkarılmıştır.
2. **Karşılaştırmalı Örneklem Analizi:** Avrupa'da bilim ve kültür temelli turizmde öne çıkan kentlerle yapılan karşılaştırma ile Bodrum'un konumu uluslararası ölçekte değerlendirilmiştir.

Bu yöntemler, kapsamlı literatür taraması, yerel turizm envanterleri, kültürel miras raporları, yerel yönetim belgeleri ve Bodrum'da gerçekleştirilen bilim-kültür etkinliklerine ilişkin güncel veriler kullanılarak uygulanmıştır. Elde edilen bulgular, Bodrum'un potansiyelini ortaya koymak ve geliştirme alanlarını belirlemek amacıyla bütüncül biçimde yorumlanmıştır. SWOT analizi, Bodrum'un bilim ve kültür temelli turizm alanındaki stratejik konumunu sistematik biçimde ortaya koymak için kullanılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen bulgular Tablo 1'de özetlenmektedir.

Tablo 1. Bodrum'un bilim ve kültür turizmi potansiyelinin swot analizi

Faktörler	Açıklama
Güçlü Yönler (Strengths)	Zengin arkeolojik alanlar (Halikarnassos, Mozoleion)- Etkin kültürel takvim (festivaller, bienaller)- Yerel ve ulusal düzeyde bilimsel etkinlikler- Uluslararası tanınırlık ve marka değeri
Zayıf Yönler (Weaknesses)	Plansız yapılaşma ve taşıma kapasitesi aşımı- Kitle turizmine dayalı sezonluk ekonomi- Bilim turizmi için entegre altyapı eksikliği- Kurumsal eşgüdüm zayıflığı
Fırsatlar (Opportunities)	Sürdürülebilir turizm modelleri geliştirme potansiyeli- UNESCO Dünya Mirası adaylığı ile değer artışı- Avrupa Birliği destekli bilim-kültür projeleri (Horizon, Erasmus+)- Bilim kampları ve akademi turizmi için yüksek çekicilik
Tehditler (Threats)	Kültürel mirasın metalaşması- İklim değişikliği kaynaklı çevresel riskler- Yerel halkın kültürel dönüşümden dışlanması- Turizmden elde edilen gelirlerin homojen dağılmaması

Bu bulgulara göre Bodrum; zengin arkeolojik mirası, etkin kültürel takvimi, bilimsel etkinlik çeşitliliği ve uluslararası tanınırlığı ile güçlü yönlerle sahipken; plansız yapılaşma, kitle turizmine dayalı ekonomik yapı, bilim turizmi altyapısındaki eksiklikler ve kurumsal koordinasyon yetersizliği gibi zayıf yönler barındırmaktadır. Fırsatlar arasında sürdürülebilir turizm modellerinin geliştirilmesi, UNESCO Dünya Mirası adaylığı, Avrupa Birliği destekli projeler ve akademik turizm çekiciliği öne çıkmaktadır. Ancak kültürel mirasın metalaşması, iklim değişikliği kaynaklı çevresel riskler, yerel halkın süreçlerden dışlanması ve turizm gelirlerindeki eşitsizlikler önemli tehditler oluşturmaktadır.

3.1. Bodrum'un Kültürel ve Bilimsel Miras Haritası

Bodrum, tarihsel süreç içinde farklı uygarlıklara ev sahipliği yapmış bir “çok katmanlı kültürel peyzaj” örneğidir. Antik Halikarnassos kenti ile temellenen bu tarih, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinden izler taşır (Bean, 1971). UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'nde yer almasa da Mozoleion kalıntıları, Antik Tiyatro ve Myndos Kapısı dünya arkeoloji literatüründe referans noktası kabul edilmektedir. Bu unsurlar, kentte kültürel miras turizmi için fiziksel çekicilik oluşturmaktadır. Öte yandan, Bodrum'un yalnızca geçmişe ait bir kent olmadığı, çağdaş bilimsel ve kültürel faaliyetlerle de biçimlendiği açıktır. Bodrum Sualtı Arkeoloji Müzesi, hem Türkiye'nin hem de Akdeniz havzasının en önemli bilimsel müzelerinden biri kabul edilmekte; sualtı kazılarında bulunan envanter, sistematik kataloglama, korunma ve sergileme teknikleri bakımından Avrupa standartlarında değerlendirilmektedir (Yücel, 2020). Bununla birlikte, Bodrum'da faaliyet gösteren Bilim ve Sanat Merkezi (BİLSEM), bodCAST bilim podcast serileri, deniz biyolojisi üzerine yaz okulları, arkeolojik kazı alanı gözlemci programları, astrofotografi geceleri, sanat tarihi yürüyüş rotaları gibi etkinlikler, Bodrum'un bilim ve kültürü birleştiren yönünü derinleştirmektedir.

Bu SWOT matrisi, Bodrum'un sahip olduğu bilim ve kültür temelli turizm potansiyelinin yalnızca varlık düzeyinde değil, aynı zamanda yönetişimsel ve yapısal boyutlarda da değerlendirildiğini göstermektedir (Tablo 1).

3.2. Avrupa'daki Örnek Uygulamalarla Karşılaştırmalı Bir Perspektif

Bodrum'un uluslararası bağlamda konumunu belirlemek amacıyla, bilim ve kültür temelli turizm alanında öne çıkan bazı Avrupa kentleri ile karşılaştırmalı bir analiz yapılmıştır. Seçilen kentler, tarihsel mirasın korunması ile bilimsel ve kültürel etkinliklerin entegrasyonunda model

olarak değerlendirilmektedir. Karşılaştırma kriterleri; tarih-bilim entegrasyonu, bilimsel kurumların turizmdeki rolü, tematik rota çeşitliliği ve uluslararası tanınırlık olarak belirlenmiştir. ,

Bu analiz, Bodrum'un Granada, Leiden, Dubrovnik ve Bologna gibi kentlerle bazı açılardan benzerlikler taşıdığını; ancak sistematik, entegre ve uzun vadeli bilim-kültür turizm politikalarının eksikliği nedeniyle bu kentlerin gerisinde kaldığını göstermektedir. SWOT bulguları ile birlikte değerlendirildiğinde, Bodrum'un uluslararası örneklerle uyumlu tematik programlar ve altyapı yatırımları geliştirerek konumunu güçlendirebileceği anlaşılmaktadır.

Bodrum'un sahip olduğu çoklu çekicilikler, Avrupa'daki bazı yaratıcı kentlerle kıyaslandığında dikkat çekici benzerlikler sunar (Tablo-2).

Tablo 2. Bazı Avrupa kentlerinin öne çıkan özellikleri ile Bodrum'un kıyaslanması

Şehir	Öne Çıkan Özellik	Bodrum ile Eşleşen Unsur
Granada (İspanya)	Alhambra çevresindeki tarih-bilim entegrasyonu	Bodrum Kalesi – Sualtı Arkeolojisi
Leiden (Hollanda)	Bilim festivalleri, gözlemevleri, üniversite-müze iş birlikleri	BİLSEM projeleri, Gözlem Geceleri
Dubrovnik (Hırvatistan)	UNESCO destekli kültürel rota planlaması	Antik kentler ve yürüyüş rotaları
Bologna (İtalya)	Üniversite temelli akademik turizm	Yaz bilim kampları, sanatsal kurslar

Bu örneklemelerden yola çıkarak, Bodrum'un yerel turizm politikasını disiplinlerarası, bilimsel ve kültürel boyutlarıyla yeniden yapılandırma potansiyeli bulunmaktadır.

3.3. Kavramsal Model Önerisi: “Bilim-Kültür-Turizm Üçgeni”

SWOT analizi ve karşılaştırmalı örneklem bulgularından hareketle, Bodrum'un bilim ve kültür temelli turizm potansiyelini sürdürülebilir bir çerçevede geliştirebilmesi için “**Bilim-Kültür-Turizm Üçgeni**” adlı kavramsal model geliştirilmiştir. Model, sürdürülebilir turizm, kent kimliği ve kültürel miras yönetimi literatüründeki kuramsal yaklaşımlar ile Bodrum'a özgü yerel verilerin sentezinden ortaya çıkmıştır.

Modelin üç temel ayağı şu şekilde tanımlanmıştır:

1. Bilim

- Bilimsel kurumlar, araştırma merkezleri, gözlemevleri, bilim festivalleri ve akademik programların turizm rotalarına entegre edilmesi.
- Bilimsel bilgi üretimi ile halk arasında etkileşim kanallarının (bilim kampları, atölyeler, interaktif müzeler) güçlendirilmesi.

2. Kültür

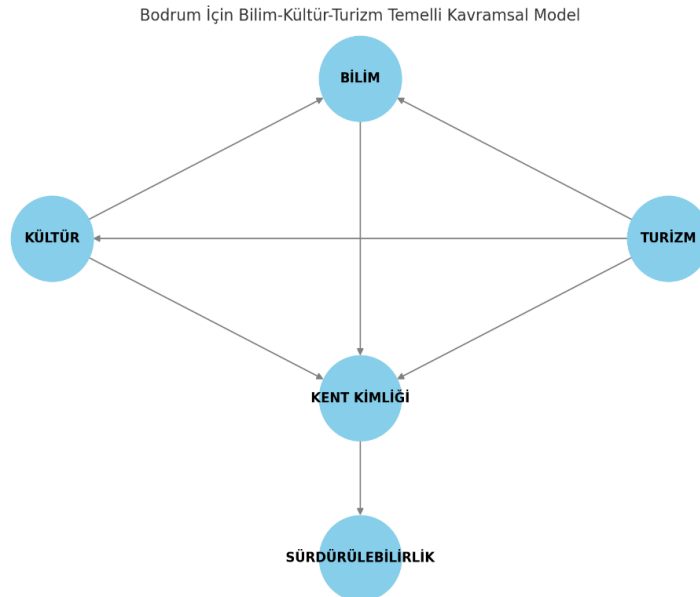
- Somut ve somut olmayan kültürel mirasın korunması ve turizm aracılığıyla görünür kılınması.
- Yerel anlatılar, gelenekler, el sanatları ve gastronomi unsurlarının turizm deneyimine bütüncül biçimde dahil edilmesi.

3. Turizm

- Sürdürülebilir ve tematik turizm modelleriyle ziyaretçi deneyiminin çeşitlendirilmesi.
- Kitle turizmi baskısının azaltılarak yerel topluma ekonomik, sosyal ve kültürel fayda sağlayan turizm biçimlerinin teşvik edilmesi.

Bu üç unsur, modelde bir üçgenin köşeleri olarak kurgulanmış; merkezine kent kimliği yerleştirilmiştir. Böylece bilim, kültür ve turizm eksenlerinin her biri, kentin özgün kimliğini güçlendirecek ve sürdürülebilir kalkınmayı destekleyecek şekilde bütünleşmektedir. Modelin uygulanması, yalnızca ekonomik fayda sağlamakla kalmayacak; bilimsel düşüncenin toplumsallaşmasını, kültürel sermayenin demokratikleşmesini ve yerel kimliğin korunmasını mümkün kılacaktır. Bu yönüyle, hem Bodrum hem de benzer özellikler taşıyan diğer destinasyonlar için tekrarlanabilir bir stratejik çerçeve sunmaktadır.

Aşağıda sunulan kavramsal model, Bodrum'un bilim ve kültür temelli turizm dinamiklerini, sürdürülebilirlik bağlamında nasıl yeniden yapılandırabileceğine dair öneri sunmaktadır:



Şekil 1. Bodrum için bilim-kültür-turizm temelli kavramsal bir model

Bu modelde, bilimsel etkinlikler yalnızca bir tema değil, kültürel mirasın taşıyıcısı ve turizmin dönüştürücü gücü olarak kurgulanmıştır. Kent kimliği bu ağın merkezine yerleştirilerek, sürdürülebilir kalkınmanın yalnızca çevresel değil; kültürel ve bilimsel temsiller üzerinden de inşa edilmesi gerektiği vurgulanmaktadır (Şekil-1).

4. STRATEJİK POLİTİKA ÖNERİLERİ: BODRUM'DA BİLİM VE KÜLTÜR TEMELLİ TURİZMİN GELİŞTİRİLMESİ

4.1. Yerel Düzeyde Sürdürülebilir Turizm Yönetişimi Modeli

Günümüzde turizm politikaları, yalnızca merkezi otoritelerin yön verdiği dikey yapılardan; yerel paydaşların, akademik kurumların, sivil toplumun ve özel sektörün katıldığı çok aktörlü yönetim yapılarına evrilmektedir (Hall, 2011; Bramwell & Lane, 2011). Bodrum gibi kültürel çeşitliliğe ve yüksek ziyaretçi baskısına sahip bir destinasyonda, bilim ve kültür eksenli turizm planlaması da bu çoğulcu yapıyı zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda önerilen modelde şu temel aktörler yer almalıdır:

- **Belediye ve yerel yönetimler:** Alan düzenlemeleri, destinasyon imajı yönetimi, bilim-kültür alanlarının korunması.
- **Kültür ve Turizm Bakanlığı ilçe teşkilatı:** Fon mekanizmaları, teşvik programları ve envanterleme çalışmaları.
- **Üniversiteler ve BİLSEM gibi bilim kurumları:** İçerik üretimi, etkinlik planlaması, veri temelli izleme.
- **Sivil toplum kuruluşları:** Yerel katılım, farkındalık kampanyaları, gönüllü rehberlik ağları.
- **Turizm işletmeleri:** Bilim ve kültür odaklı paket programlar, tematik rotalar.

Bu yapının etkili işlemesi için Yerel Turizm Konseyi veya Bilim-Kültür Turizmi Koordinasyon Kurulu gibi kalıcı ve kapsayıcı bir yapı önerilmektedir.

4.2. Tematik Turizm Rotaları ve Deneyimsel Uygulama Alanları

Bodrum'un mekânsal çeşitliliği ve tarihsel sürekliliği, farklı yaş gruplarına ve ilgilere hitap edecek şekilde tematik rotaların geliştirilmesine olanak tanımaktadır. Örnek tematik paketler:

- **Arkeo-Bilim Rotası:** Halikarnassos – Antik Tiyatro – Sualtı Arkeoloji Müzesi – Arkeolojik Kazı Alanı Gözlemleri.
- **Deniz Bilimleri ve İklim Rotaları:** Bitez Koyu – Deniz Biyolojisi Laboratuvarı – İklim Değişikliği Gözlem Noktaları – Mavi Yolculukta Eğitim.
- **Astronomi ve Doğa Gözlemleri:** Pedasa Dağı – Gözlem Geceleri – Yıldız Haritası Atölyeleri – Kırsalda bilim çadırları.
- **Somut Olmayan Kültürel Miras Yolu:** El sanatları atölyeleri – Yörük kültürü deneyimleri – Halk hikâyeleri – Yerel mutfak.

Bu deneyim alanlarının yerli ve yabancı turistler kadar okullar, üniversiteler, bilim kulüpleri ve Erasmus+ gibi programlar için de kullanılması hedeflenmelidir.

4.3. Dijitalleşme ve Katılımcı Belgeleme Stratejileri

Dijital dönüşüm, bilim ve kültür temelli turizmin yaygınlaştırılmasında anahtar bir araç olarak değerlendirilmektedir (Buhalis & Law, 2008). Bodrum özelinde aşağıdaki uygulamaların hayata geçirilmesi önerilir:

- **Artırılmış Gerçeklik Destekli Gezi Uygulamaları:** Arkeolojik alanlarda sahada bilgi paneli yerine mobil uygulamalarla 3D deneyim.
- **Bilim-Kültür Haritalama Portalı:** Katılımcı yöntemlerle bilimsel ve kültürel alanların coğrafi bilgi sistemine işlenmesi.
- **Dijital Arşiv ve Podcast Serileri:** Yerel hikâyeler, kazı röportajları, bilimsel araştırma öykülerinin belgelendiği içerik platformları.

4.4. Finansal Modeller ve Kaynak Yönetimi

Sürdürülebilir bilim ve kültür turizmi ancak istikrarlı ve çeşitlendirilmiş finansman modelleri ile kalıcı hâle gelebilir. Bu bağlamda:

- Kalkınma ajansları ve belediye destekli mini hibeler
- UNESCO ve Avrupa Birliği fonları (Creative Europe, Horizon Europe)
- Bölge Turizm Tanıtma Ajansı (BT TA) benzeri yerel fon mekanizmaları
- Özel sektör sponsorlukları (ör. Bilim Şenliği destekleri, müze rehberlik sistemleri)

yerel düzeyde bilim temelli turizm altyapısını destekleyecek kaynak havuzlarını oluşturabilir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma, Bodrum örneğinde bilim ve kültür temelli turizmin sürdürülebilirlik perspektifinden analitik bir değerlendirmesini sunarak, hem teorik hem de uygulamalı düzeyde önemli sonuçlar ortaya koymuştur. SWOT analizi ve karşılaştırmalı örneklem bulguları, Bodrum'un zengin arkeolojik mirası, güçlü kültürel takvimi, bilimsel etkinlik çeşitliliği ve uluslararası marka değeri ile yıl boyu sürdürülebilir turizm için yüksek potansiyele sahip olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, plansız yapılaşma, kitle turizmine bağımlılık, bilim turizmi altyapısındaki eksiklikler ve kurumsal eşgüdüm yetersizliği, bu potansiyelin tam olarak değerlendirilememesine neden olan başlıca zayıf yönler olarak belirlenmiştir.

Elde edilen bulgular, literatürde farklı disiplinlerde tartışılan bilim turizmi, kültürel miras yönetimi ve sürdürülebilir turizm kavramlarının, Türkiye bağlamında nadiren bir arada ele alındığını ortaya koymaktadır. Örneğin Meriç ve Alioğlu'nun (2023) bilim turizmine yönelik kavramsal çerçevesi ile Ashworth ve Tunbridge'in (2000) kültürel mirasın yönetim boyutuna dair çalışmaları, Bodrum özelinde disiplinlerarası bir modelin gerekliliğini desteklemektedir. Granada, Leiden, Dubrovnik ve Bologna gibi Avrupa kentleri ile yapılan karşılaştırma ise, Bodrum'un tarihsel ve kültürel zenginlik açısından benzerlik taşımasına rağmen, sistematik ve uzun vadeli bilim-kültür turizm politikaları konusunda geri planda kaldığını göstermektedir. Bu durum, kent kimliği ve toplumsal hafızanın korunmasına dayalı bir turizm modelinin yalnızca mekânsal düzenlemelerle değil, bütünsel yönetim ve kapsayıcı katılım mekanizmalarıyla desteklenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Araştırma bulguları ışığında, Bodrum'un bilim ve kültür temelli turizm potansiyelinin sürdürülebilir biçimde geliştirilmesi için bütüncül bir stratejik çerçeve önerilmektedir. Yerel yönetimler, akademik kurumlar, sivil toplum ve özel sektör temsilcilerinin yer aldığı kalıcı bir "Bilim ve Kültür Turizmi Koordinasyon Kurulu"nın oluşturulması; arkeo-bilim, deniz bilimleri, astronomi ve somut olmayan kültürel miras odaklı tematik turizm rotalarının pedagojik içeriklerle zenginleştirilerek tanıtılması; artırılmış gerçeklik destekli uygulamalar, çevrim içi sergiler ve interaktif bilim-kültür haritaları ile dijitalleşmenin turizm deneyimine entegre edilmesi bu çerçevenin temel unsurlarıdır. Ayrıca, gençler, kadın girişimciler ve dezavantajlı grupların turizm süreçlerine katılımını artıracak mikro hibeler, rehberlik programları ve erişilebilir altyapı yatırımları, sosyal kapsayıcılığı güçlendirecek önemli adımlar olacaktır.

Çalışmanın ortaya koyduğu model, yalnızca Bodrum için değil, benzer sosyo-kültürel ve çevresel özellikler taşıyan destinasyonlar için de tekrarlanabilir niteliktedir. Bu modelin farklı kentlerde uygulanabilirliğinin sınanması, turist profili analizleri, ekonomik etki değerlendirmeleri ve çevresel taşıma kapasitesi araştırmaları ile desteklenmesi, hem akademik literatüre hem de politika geliştirme süreçlerine stratejik katkılar sağlayacaktır. Bodrum'un bilimsel birikim, kültürel zenginlik, arkeolojik derinlik ve yaratıcı potansiyeliyle, sürdürülebilir turizmin öncü destinasyonlarından biri hâline gelmesi mümkündür. Ancak bunun gerçekleşebilmesi, bilim, kültür ve turizm disiplinlerinin ortak bir vizyon etrafında, disiplinlerarası bir yaklaşımla yeniden kurgulanmasına bağlıdır. Bu yaklaşımın hayata geçirilmesi, Türkiye'de turizm çeşitliliğinin artmasına, kültürel sermayenin demokratikleşmesine ve toplumsal hafızanın daha kapsayıcı bir biçimde korunmasına önemli ölçüde katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

- Akbulut, E. ve Ekin, Y. (2021). Karanlık turizmin toplumsal bellek üzerindeki etkileri. *Turizm Akademik Dergisi*, 8(2), 123-140.
- Alaeddinoğlu, F. ve İzi, M. (2024). İnanç turizmi ve toplumsal hafıza ilişkisi. *Journal of Academic Tourism Studies*, 5(2), 209-222. <https://doi.org/10.29228/jatos.79315>

- Arslan Kalay, H. ve Yıldız, O. (2017). Bilim şenliklerinin öğrencilerin bilimsel süreç becerileri üzerindeki etkisi. *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi*, 5(3), 88–105.
- Ashworth, G. J. ve Graham, B. (2005). *Senses of place: Senses of time*. Ashgate.
- Ashworth, G. J. ve Tunbridge, J. E. (2000). *The tourist-historic city: Retrospect and prospect of managing the heritage city*. Routledge.
- Assmann, J. (2018). *Kültürel bellek: Eski yüksek kültürlerde yazı, hatırlama ve politik kimlik* (Çev. C. Çalışkan). Ayrıntı Yayınları.
- Bean, G. E. (1971). *Turkey beyond the Maeander*. Ernest Benn Ltd.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). Greenwood Press.
- Bramwell, B. ve Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 411–421. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.580586>
- Buhalis, D. ve Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet. *Tourism Management*, 29(4), 609–623. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- Connerton, P. (2021). *Toplamlar nasıl hatırlar?* (Çev. S. Altuğ). Heretik Yayıncılık.
- Çelik, M. (2017). Bodrum'un denizcilik, sanat ve bilim kültürü: Tarihsel bir perspektif. *Ege Akademik Bakış*, 17(1), 75–90.
- Demirtaş-Malatyalı, E., Öztürk, M. Z. ve Albayrak, T. (2022). İklim değişikliğinin kıyı turizmine etkileri: Bodrum örneği. *Çevre ve İklim Dergisi*, 6(1), 55–70.
- Doxey, G. V. (1975). A causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research inferences. *Travel and Tourism Research Association Conference Proceedings*, 6(1), 195–198.
- Duran, C., Öztürk, M. ve Çelik, H. (2023). Cultural heritage-based tourism policies and city branding in Turkey: An analytical review. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 21(4), 567–584.
- Erkuş-Öztürk, H. (2011). Planning for tourism in the absence of strategic planning: The case of Bodrum, Turkey. *European Planning Studies*, 19(3), 399–416. <https://doi.org/10.1080/09654313.2011.548468>
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class*. Basic Books.
- Geçikli, F., Eren, S. ve Çetin, A. (2024). Cultural heritage as a driver of social resilience and sustainable development: Evidence from Turkey. *Sustainability*, 16(7), 3452. <https://doi.org/10.3390/su16073452>
- Gössling, S., Scott, D. ve Hall, C. M. (2019). Global trends in length of stay: Implications for destination management and climate change. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(12), 2087–2103. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1619154>
- 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>
- Gökarslan, H. (2024). Tourism pressure and the fragile balance between conservation and economic benefit in heritage destinations. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(2), 215–232.
- Graham, B., Ashworth, G. J. ve Tunbridge, J. E. (2000). *A geography of heritage: Power, culture and economy*. Arnold.
- Gürdoğan-Bayır, N. ve Şahin, E. (2022). Bilim merkezleriyle informal öğrenmenin desteklenmesi: Bilim şenlikleri örneği. *Bilim ve Eğitim Dergisi*, 4(2), 55–72.
- Halbwachs, M. (2022). *Toplumsal bellek* (Çev. B. Balıkcı). Heretik Yayıncılık. (Orijinal çalışma 1950).
- Hall, C. M. (2009). *Heritage and globalisation*. Routledge.
- Hall, C. M. (2011). A typology of governance and its implications for tourism policy analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 437–457. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.570346>
- Hanna, S. ve Rowley, J. (2015). Towards a model of place brand equity: The role of place brand equity dimensions. *Tourism Management*, 48, 100–108. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.11.014>

- Jafari, J. (2003). Research and scholarship: The basis of tourism education. *Journal of Tourism Studies*, 14(1), 6–16.
- Jia, X., Li, H., Wang, Y. ve Zhang, L. (2025). Landscape features, tourist density, and sustainable site management: Evidence from heritage destinations in China. *Journal of Heritage Tourism*, 20(1), 44–61.
- Kadioğlu, M. (2021). Türkiye’de iklim değişikliğinin turizm sektörüne etkileri ve adaptasyon stratejileri. *Türkiye Çevre Vakfı Yayınları*, 45, 1–32.
- Kalla, S. (2024). Cultural heritage and sustainable futures: Reframing identity and tourism. *International Journal of Cultural Policy*, 30(3), 289–307.
- Kavaratzis, M. ve Ashworth, G. J. (2005). City branding: An effective assertion of identity or a transitory marketing trick? *Cities*, 22(5), 365–372. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2005.05.002>
- Liang, Z. (2010). Science tourism as a form of educational travel: Explorations in the United States. *International Journal of Tourism Anthropology*, 1(3), 235–248.
- Lowenthal, D. (2015). *The past is a foreign country – Revisited*. Cambridge University Press.
- Lundberg, C., Persson, A. ve Jernsand, E. M. (2023). Science tourism as transformative experience: Conceptual perspectives and policy implications. *Annals of Tourism Research*, 99, 103530. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2022.103530>
- Macdonald, S. (2008). *Difficult heritage: Negotiating the Nazi past in Nuremberg and beyond*. Routledge.
- Meriç, S. ve Alioğlu, N. (2023). Bilim turizmi: Kavramsal bir çözümleme. *Journal of Academic Tourism Studies*, 4(2), 177–186. <https://doi.org/10.29228/jatos.74128>
- Nora, P. (2006). *Les lieux de mémoire*. Gallimard.
- Öztürk, M. ve Çelik, A. (2020). Türkiye’de kültürel mirasın turizm politikalarındaki yeri: Örneklerle analiz. *Turizm ve Kültür Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 112–130.
- Raikkönen, J., Honkanen, A. ve Damm, U. (2011). Science centre visitors as potential visitors to science-based tourism destinations. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 11(3), 248–264. <https://doi.org/10.1080/15022250.2011.593361>
- Relph, E. (1976). *Place and placelessness*. Pion Limited.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Sharpley, R. (2009). *Tourism development and the environment: Beyond sustainability?* Earthscan.
- Smith, L. (2006). *Uses of heritage*. Routledge.
- Smith, M. K. (2006). *Issues in cultural tourism studies*. Routledge.
- Smith, M. K. (2009). *Issues in cultural tourism studies* (2nd ed.). Routledge.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2023). *Bodrum turizm envanteri ve kültürel miras haritası*. <https://kulturportali.gov.tr>
- Timothy, D. J. ve Boyd, S. W. (2006). *Heritage tourism*. Pearson Education.
- Uğur, E. ve Koçak, Ö. (2015). Yerel toplulukların kültürel miras turizmindeki rolü ve katılım süreçleri. *Turizm Akademik Dergisi*, 6(1), 45–62.
- UNDP. (2023). *Sürdürülebilir kalkınma hedefleri*. <https://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/sustainable-development-goals.html>
- UNEP & UNWTO. (2005). *Making tourism more sustainable: A guide for policy makers*. United Nations Environment Programme and World Tourism Organization.
- UNESCO. (2003). *Convention for the safeguarding of the intangible cultural heritage*. UNESCO. <https://ich.unesco.org/en/convention>
- Urry, J. (2015). *Turizm bakışı* (Çev. M. Çelik). BilgeSu Yayıncılık.

- Winter, T. (2009). Heritage tourism: The dawn of a new era? In T. Jamal & M. Robinson (Eds.), *The SAGE handbook of tourism studies* (pp. 481–493). Sage Publications.
- Yalçın, E. (2018). Bodrum'un kültürel miras dinamikleri ve turizme etkileri. *Akdeniz Araştırmaları Dergisi*, 12(3), 45–67.
- Yücel, Y. (2020). Bodrum Sualtı Arkeoloji Müzesi'nin sergileme teknikleri açısından değerlendirilmesi. *Sanat ve Arkeoloji Dergisi*, 4(2), 95–113.

Yerel Paydaş (Belediye) Perspektifinden Ürgüp'ün Cittaslow Üyelik Potansiyeli Üzerine Bir Değerlendirme¹

An Evaluation on Ürgüp's Cittaslow Membership Potential from a Local Stakeholder (Municipality) Perspective

İbrahim YILMAZ^a ve Sedat ÇAVUŞOĞLU^b

^a Prof. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Nevşehir, Türkiye. ORCID: 0000-0003-1493-5379

^a Bağımsız Araştırmacı, Nevşehir, Türkiye. ORCID: 0000-0003-4962-6939

Özet

Cittaslow, nüfusu 50.000'in altında olan kentlerin üye olabildiği uluslararası bir belediyeler birliğidir. Bu çalışma, Ürgüp'ün sakin/yavaş şehir (Cittaslow) ağına üyelik potansiyelini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Kapadokya Bölgesi'nde yer alan, tarihi ve kültürel varlıkları, özgün mimari dokusu ve turistik cazibesi ile bilinen Ürgüp, nüfus kriterini sağlamaktadır. Dolayısıyla ilçenin Cittaslow üyesi olabilmek için gerekli diğer kriterleri ne ölçüde karşılayabildiği araştırılmaktadır. Bu çerçevede, bahsi geçen kriterlerin sağlanmasına yönelik plan ve projelerin hayata geçirilmesinde görev ve sorumluluğu bulunan en önemli yerel paydaş olan belediye perspektifinden değerlendirme yapılmaktadır. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırma kapsamında Ürgüp Belediyesi'nden toplam beş temsilci ile görüşülmüştür. Araştırma sonunda, Ürgüp'ün olası başvuru durumunda Cittaslow üyelik kriterlerini karşılama potansiyelinin yüksek olduğu, ancak belirli alanlarda (bisiklet yolları, bilişim sistemleri, uzaktan çalışma, engellilere yönelik düzenlemeler, turizm personelinin yabancı dil bilgisi, yöresel lezzetlerin tanıtımı ve markalaşması gibi) iyileştirmeler yapılması gerektiği de ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sakin Şehir (Cittaslow), Kapadokya Bölgesi, Ürgüp

Abstract

Cittaslow is an international municipality union where cities with a population of less than 50,000 can become members. This study aims to reveal the potential of Ürgüp to become a member of the Cittaslow network. Located in the Cappadocia Region and known for its historical and cultural assets, unique architectural texture and touristic appeal, Ürgüp meets the population criterion. Therefore, it is being investigated to what extent the district meets the other criteria required to become a Cittaslow member. In this context, an evaluation is made regarding the criteria in question from the perspective of the municipality, which is the most important local stakeholder that has the duty and responsibility to implement plans and projects aimed at these criteria. The interview technique, one of the qualitative research methods, was used in the research. A total of five representatives from the Ürgüp Municipality were interviewed within the scope of the research. At the end of the research, it was revealed that Ürgüp has a high potential to meet the Cittaslow membership criteria in case of a possible application, but that improvements should be made in certain areas (bicycle paths, information systems, remote working, arrangements for the disabled, foreign language knowledge of tourism personnel, promotion and branding of local delicacies, etc).

Keywords: Slow City (Cittaslow), Cappadocia Region, Ürgüp

Makale Bilgisi

Geliş Tarihi 21.05.2025
Kabul Tarihi 22.12.2025

Sayı Editörü

Hacer ARSLAN KALAY

Sorumlu Yazar

İbrahim YILMAZ
iyilmaz@nevsehir.edu.tr

Önerilen Atıf:

Yılmaz, İ. ve Çavuşoğlu, S., (2025). Yerel Paydaş (Belediye) Perspektifinden Ürgüp'ün Cittaslow Üyelik Potansiyeli Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of Academic Tourism Studies*, 6(2): 157-172.

¹ Bu çalışma; Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Araştırmaları Enstitüsü, Turizm Rehberliği Ana Bilim Dalı'nda Prof. Dr. İbrahim YILMAZ danışmanlığında, Sedat ÇAVUŞOĞLU tarafından tamamlanan "Sürdürülebilir Yerel Kalkınmada Cittaslow Hareketi: Ürgüp İlçesi Potansiyelinin Değerlendirilmesi" adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

1. GİRİŞ

Doğal ve kültürel kaynakların sürdürülebilir olmayan biçimde kullanılması, çeşitli sorunların ortaya çıkmasında büyük rol oynamaktadır. Sanayileşme ve teknolojik gelişmelerin hızla artması, kırsal alanlardan kentsel bölgelere büyük bir göç hareketini beraberinde getirmiştir. Bu süreç, şehirlerde sanayi faaliyetlerinin yayılmasına ve çevresel problemlerinin derinleşmesine neden olmuştur. Küreselleşmenin etkisiyle şekillenen bu dönüşüm, sürdürülebilirlik anlayışının kabul edilmesini ve kentsel çözümler üzerinde yoğunlaşılmasını zorunlu hale getirmiştir.

Sürdürülebilirlik çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel sorunların bir bütünlük içinde ele alınması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu bağlamda, Slow Food hareketi, hızla yayılan bir felsefe olarak, bireylerin yeme-içme alışkanlıklarını dönüştürmeyi ve temel ihtiyaçların doğru, sağlıklı ve lezzetli bir biçimde karşılanmasını savunmuş, bu yolla toplumların daha bilinçli ve sürdürülebilir bir yaşam tarzına yönelmesini amaçlamıştır. Slow Food hareketinin ardından başlayan Cittaslow hareketi, çevresel, sosyal ve ekonomik sorunların çözümünde yerel ve doğal kaynakların korunmasının önemine dikkat çekmiş ve kentlerin sürdürülebilirliğine yönelik yeni bir anlayış geliştirmiştir (Cittaslow, 2025). Bu anlayış, kentlerin yaşam kalitesini artırmaya yönelik uygulamalara dayalı, toplumsal kalkınma ile çevre dostu yaklaşımların bir arada geliştirilmesini teşvik etmektedir.

Cittaslow hareketi, dünyanın miras değil, emanet olduğu anlayışını benimseyerek, çevresel sorunları en aza indirmeyi, yerel ürünlerin kullanımını teşvik etmeyi ve kentlerin kimliklerini koruyarak geleceğe taşımayı amaçlamaktadır. Kısa bir süre içinde küresel bir etki yaratan Cittaslow felsefesi, kentlerin doğal ve tarihi özelliklerinin korunmasını, yerel kültürlerin sürekliliğini sağlamayı ve halkın yaşam standartlarını iyileştirmeyi amaçlamaktadır. Bu felsefe, yerel ürünlerin markalaşmasını teşvik etmek, çevre temizliğini sağlamak ve ziyaretçi memnuniyetini artırmak gibi hedeflerle üye kentlerini turizm açısından cazibe merkezi haline getirirken, ekonomik kalkınmalarını desteklemekte ve sürdürülebilirliği teşvik etmektedir. Cittaslow'un, kentlerin kimliklerini koruyarak geleceğe taşımayı hedeflemesi, hem yerel halkın yaşam kalitesini artırmayı hem de çevresel sürdürülebilirliği sağlamayı amaçlayan önemli bir yaklaşım sunmaktadır.

Çalışmada Cittaslow felsefesinden, üyelik kriterlerinden kısaca bahsedilmiş ve ilgili literatür özetlenmiştir. Araştırmanın yönteminden bahsedilerek, yerel yönetim (belediye) temsilcileri ile yapılan görüşmelerden elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Bu bulgulardan yola çıkılarak, Ürgüp'ün Cittaslow üyeliği için gereken kriterlere ne ölçüde uyum sağladığı ve hangi alanlarda iyileştirmeye ihtiyaç duyulduğu ortaya konmuştur.

2. YAVAŞ/SAKİN ŞEHİR (CITTASLOW)

Yavaş felsefesi tembellik, geçmiş ya da erteleme odaklı değildir. Aksine, anda kalarak her şeyin zamanında, yerli yerinde ve tadını çıkararak yapılmasını öngörmektedir (Gallagher, 2013). Zira, yavaş anlayışı, hız kavramını sorgulayarak insan ve mekân arasındaki ilişkide zamana önem atfeden yaşam tarzını ifade etmektedir. Bu anlayış, yaşamın her alanında uygulanabilecek bir yavaşlığın olması gerektiğine işaret etmektedir. Bu kapsamda, yerel yemek kültürünü olumsuz etkileyen fast-food akımına karşı Yavaş Yemek (Slow Food) Hareketi doğmuştur. Küçük şehirlerin dokusunu ve kültürel zenginliğini olumsuz etkileyen küreselleşmeye karşı Yavaş Şehir (Cittaslow) Hareketi başlamıştır. Yavaş Şehir Hareketinin temelinde ise Yavaş Yemek Hareketi bulunmaktadır (Akkoç ve Korkmaz, 2025; Cittaslow, 2025; Slowfood, 2025).

İtalyanca "citta" ile İngilizce "slow" kelimelerinin bir araya gelerek oluşturduğu Cittaslow, yerel ürünleri dikkate alan ve sürdürülebilirliğini sağlamak adına mevcut kuşaklarla birlikte gelecek kuşakların da bu yerel ürünlerden faydalanmasını sağlayan, diğer şehirlerden daha farklı biçimde bir yönetim şekli oluşturmasından, şehrin sakinlerinin yaşam standartlarının iyileşmesini sağlayan ve kültürel farklılığı savunan bir felsefedir. Cittaslow, salyangoz logosunu kullanmaktadır. Özellikle

salyangozun geçtiği yerlerde iz bırakması ve yavaş hareket etmesi logo olarak seçilmesinin en önemli nedenidir (Cittaslow Türkiye, 2025).

3. CITTASLOW ÜYELİK KRİTERLERİ

Cittaslow Birliği'ne üye olmak için birliğin belirlediği kriterleri yerine getirmek için projeler geliştirmek ve uygulamak gerekmektedir. Kentlerin kriterler çerçevesinde yaptıkları çalışmalarından 50 ve üzerinde puan almaları gerekmektedir. Cittaslow'a üye olabilmek adına bir kentin uyması gereken ilk kriter nüfusunun 50.000'in altında olmasıdır. Üye olabilmek için şehirler 7 ana kriter (Tablo 1) altında toplamda 73 alt kriterin en az %50'sini karşılamakla yükümlüdür. Ayrıca kriterler, zorunlu ve perspektif kriterler şeklinde ayrıma tabi tutulmaktadır. Zorunlu kriterler, ilgili çalışmaların mevcudiyetinin zorunlu olduğu kriterlerdir. Perspektif kriterler ise aday kent tarafından geleceğe yönelik daha kesin ve imtiyazlı taahhütlerin benimsendiği kriterleri ifade etmektedir. Öte yandan, perspektif kriterler, gerçekleştirilmeleri durumunda, yer aldıkları kriter başlıklarında %15 oranında puan artışı sağlamaktadır (Cittaslow Türkiye, 2025).

Tablo 1. Cittaslow Üyelik Kriterleri

1	Çevre Politikaları
2	Altyapı Politikaları
3	Kentsel Yaşam Kalitesi Politikaları
4	Tarımsal, Turistik, Esnaf ve Sanatkarlara Dair Politikalar
5	Misafirperverlik, Farkındalık ve Eğitim İçin Planlar
6	Sosyal Uyum
7	Ortaklıklar

Kaynak: Cittaslow Türkiye, 2025

1999 yılında İtalya'da kurulan Cittaslow Birliği, nüfusu 50.000 altında olan kentlerin üye olabildiği uluslararası bir belediyeler birliğidir. Kısa sürede dünya çapında yayılmış, çok sayıda ülkenin üyeliği neticesinde büyük ivme yakalamıştır. Cittaslow Birliği, halihazırda dünyada 33 ülkeden 305 kent ve 20 ağı bünyesinde barındırmaktadır. Türkiye, Cittaslow'a kısa sürede adapte olmuş, pekçok ülkeden daha hızlı bir şekilde birliğin felsefesini ve vizyonunu benimsemiştir. Güncel verilere göre (Tablo 2) Türkiye, toplamda 28 kent ile birliğe üye sayısı en fazla olan ülkelerden biri konumundadır (Cittaslow, 2025; Cittaslow Türkiye, 2025).

Tablo 2. Türkiye'deki Yavaş Şehirler

Sıra	İlçe	İl	Yıl	Sıra	İlçe	İl	Yıl
1	Seferihisar	İzmir	2009	15	İznik	Bursa	2020
2	Akyaka	Muğla	2011	16	Arapgir	Malatya	2020
3	Gökçeada	Çanakkale	2011	17	Eğirdir	Isparta	2020
4	Yenipazar	Aydın	2011	18	Foça	İzmir	2020
5	Yalvaç	Isparta	2012	19	Kemaliye	Erzincan	2020
6	Vize	Kırklareli	2012	20	Perşembe	Ordu	2021
7	Halfeti	Şanlıurfa	2013	21	İbradı	Antalya	2021

Sıra	İlçe	İl	Yıl	Sıra	İlçe	İl	Yıl
8	Şavşat	Artvin	2015	22	Finike	Antalya	2021
9	Uzundere	Erzurum	2016	23	Ahlat	Bitlis	2021
10	Gerze	Sinop	2017	24	Safranbolu	Karabük	2023
11	Göynük	Bolu	2017	25	Daday	Kastamonu	2023
12	Mudurnu	Bolu	2018	26	Şarköy	Tekirdağ	2023
13	Köyceğiz	Muğla	2019	27	Çameli	Denizli	2025
14	Güdül	Ankara	2020	28	Demre	Antalya	2025

Kaynak: Cittaslow Türkiye, 2025

4. LİTERATÜR ÖZETİ

Cittaslow konusunda yerli ve yabancı literatürde oldukça fazla sayıda bilimsel araştırmaya rastlamak mümkündür. Yıllar itibarıyla bu araştırmaların bulgularını çeşitli parametrelere göre yeniden değerlendiren bibliyometrik çalışmalar da mevcuttur. Bu çalışmalar konuya ilişkin literatürü tarihsel süreçte en geniş kapsamlı şekilde ortaya koymaktadır. Örneğin; 2010-2020 dönemi için Dergipark'ta yayınlanan ve Türkiye'deki Cittaslow hareketini inceleyen makaleler için analiz yapılmıştır (Yardı, 2021). Benzer bir başka çalışmada (Garda, 2022) 2014-2021 yılları arasında TR Dizinde taranan sosyal bilimler alanındaki dergilerde ulaşılan makaleler analiz edilmiştir. Pamukçu ve Türkoğlu (2023) Türkçe literatürde yer alan akademik makalelerin ve lisansüstü tezlerin bibliyometrik özelliklerini incelemiştir. Bu kapsamda, 2010-2023 yılları arasında ilgili veritabanlarında yapılan tarama sonucunda ulaşılabilen lisansüstü tezler ve makaleler incelenmiştir. Benzer şekilde Özer Altundağ (2025) da 2011-2024 döneminde Türkiye'de Cittaslow ile ilgili yayınlanan çalışmaları çeşitli parametrelere göre bibliyometrik analize tabi tutmuştur. Burkut (2023) tarafından yürütülen araştırmada ise 2008-2022 döneminde, Web of Science ve Scopus veri tabanında yer alan yayınları bibliyometrik analize tabi tutulmuştur. Aynı araştırmacı (Burkut, 2024) Scopus veri tabanında 2003-2024 döneminde yayımlanan makaleleri ise bilimsel haritalama yöntemiyle analiz etmiştir. Son olarak Kardeş ve Yağmur (2025) 9 Mart 2024 tarihine kadar Web of Science veri tabanında yer alan yavaş şehir konulu çalışmaları temel alan bir araştırma kapsamında bibliyometrik analiz gerçekleştirmiştir.

İlgili literatür ışığında, olası aday kentlerin Cittaslow Birliği'ne üyelik potansiyeli bağlamında yabancı literatürde herhangi bir spesifik çalışmaya rastlanmadığını söylemek mümkündür. Türkçe literatürde ise hatırı sayılabilecek sayıda çalışma olması dikkat çekmektedir. Bir yerel kalkınma modeli olarak Cittaslow perspektifi, Türkiye'de gerekli kriterleri taşıyanların yanında belki de taşıması kolaylıkla sağlanabilecek olan çok sayıda kentin kapılarını dünyaya aralayabilecektir (Sırım, 2012). Dolayısıyla, Türkiye'deki birçok kentin sözü edilen kriterleri ne ölçüde sağlayabileceği ve bu kentlerin Cittaslow Birliği'ne üyelik potansiyeli üzerine çok sayıda çalışma olması şaşırtıcı olmayabilir. Söz konusu çalışmalar aşağıda özetlenmektedir.

Ergüven (2011) tarafından yapılan araştırmada Cittaslow'a başvuru aşamasında olan Kırklareli'nin Vize ilçesinin başvuru süreci teorik ve uygulama perspektifinden ele alınmıştır. (Ertesi yıl Vize, Cittaslow Birliği'ne üye olmuştur). Akdere (2021) tarafından Kapadokya Bölgesi'nin önemli turizm merkezlerinden biri olan Avanos ilçesinin Cittaslow Hareketi'ne üye olma potansiyeli incelenmiştir. İlçenin, halihazırda üyelik için gerekli kriterlerin en az yarısını karşılıyor olmak koşulunu yerine getirdiği, dolayısıyla üyelik potansiyeli taşıdığı belirlenmiştir. Kahramanmaraş'a bağlı Andırın ilçesine yönelik yürütülen çalışmada (Karademir, 2021), özetle ilçenin kendine özgü yerel kimliği ile yavaş şehir statüsü kazanabileceği değerlendirilmesinde bulunulmuştur.

Türkiye'nin dünya miras alanları listesinde bulunan ve dünyanın ilk başkentlerinden olan Çorum ili Boğazkale (Hattuşa) ilçesinin potansiyeli üzerine yapılan çalışmada (Özlu ve Kaleli, 2019), kentin yavaş şehir olmak için doğal ve kültürel potansiyele sahip olduğu vurgulanmıştır. Baytar ve Bozkoyun (2021) tarafından yürütülen çalışmada Van'a bağlı Gevaş ilçesinin turizm kaynakları ve yavaş şehir potansiyeli değerlendirilmiştir. Gevaş'ın halihazırda üyelik için gerekli birçok kriteri sağladığı ve sahip olduğu turizm kaynaklarıyla Cittaslow'a aday olabilecek bir potansiyel taşıdığı belirlenmiştir. Bahçesaray (Van) ilçesinin, sahip olduğu turizm kaynakları ve diğer potansiyeliyle sakin şehir hareketine dâhil olabilecek özellikte olduğu belirtilmiştir (Baytar ve Doğan, 2019). Demre'ye (Antalya) yönelik benzer bir çalışmada (Zayım, 2019) ilçenin sahip olduğu doğal ve kültürel özellikleri itibarıyla yavaş şehir olma potansiyelinin mevcut olduğu ancak, yanlış ve yıpratıcı bir şekilde büyümesinin son derece tahrip edici olacağı vurgulanmıştır.

Kağızman (Kars) ilçesinin üyelik potansiyeli konusunda yapılan çalışmada (Yalçın, Yalçın ve Alıcı, 2012) ilçenin birçok açıdan yüksek potansiyeli olduğu vurgulanmıştır. Keskin ve Aymankuy (2017) tarafından yapılan çalışmada Balıkesir ili Sındırgı ilçesinin Cittaslow potansiyeli ve olası üyeliği için benzer tespitler yapılmıştır. Gümüşhane Merkez İlçesi'nin Cittaslow Birliği'ne üye olabilmek için gerekli kriterleri karşılayıp karşılamadığına yönelik olarak yürütülen çalışmada (Yüce ve Demir Yaleze, 2018), ilçenin yavaş şehir olma potansiyeli taşıdığı değerlendirilmiştir. Kanbir (2021) tarafından Tillo'da (Siirt) yürütülen araştırma sonuçlarına göre ilçe, ekonomik ve sosyo-kültürel özellikleri ile yavaş şehir üyeliği için uygun bir örnek teşkil etmektedir. Çamlıhemşin'e (Rize) yönelik benzer bir başka çalışmada (Tayfun ve Acuner, 2014) ilçenin halihazırda kriterlerin yarısından fazlasını sağladığı, henüz adaylık sürecini başlatmamış bir kent için bu oranın oldukça yüksek sayılabileceğine dikkat çekilmiştir. Çünkü kriterlerin bir kısmının ancak adaylık süreci ile başlatılarak sağlanabilecek özellikte olduğu belirtilmiştir. Baldemir, Kaşmer Şahin ve Kaya (2013) tarafından Muğla'nın yavaş şehir olma potansiyeli taşıyan ilçeleri incelenmiş, her bir ana kritere göre Datça'nın yavaş şehir olmaya aday en iyi alternatif olduğu tespit edilmiştir. Datça'yı sırasıyla Ortaca, Dalaman, Kavaklıdere, Yatağan, Köyceğiz ve Ula'nın izlediği saptanmıştır. (Bu ilçelerden Köyceğiz, 2019 yılında Cittaslow Birliği'ne üye olmuştur)

5. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu araştırmanın temel amacı, Ürgüp ilçesinin mevcut koşullar çerçevesinde Cittaslow birliğine üyelik potansiyelini değerlendirmektir. Cittaslow, şehirlerin kültürel ve doğal değerlerini koruyarak sürdürülebilir kalkınmayı destekleyen ve şehirlerin imajını güçlendiren projelerin uygulanmasına olanak tanıyan bir oluşumdur. Türkiye'de, Cittaslow birliğine üye olma potansiyeline sahip birçok şehir bulunmakla birlikte, bu şehirlerin üyelik süreçlerini başlatamamalarının en önemli nedeni, konuya dair bilgi eksiklikleri ve farkındalık yetersizlikleridir. Bu çerçevede, Ürgüp gibi yüksek potansiyele sahip olduğu düşünülen şehirlerin Cittaslow hareketine katılımının, sürdürülebilir kalkınma ve şehir markalaşması açısından önemli fayda ve kazanımlar sağlayacağı yadsınamaz bir gerçektir. Zira, literatürdeki çalışmaların bir kısmında (Ergüven, 2011; Baldemir, Kaşmer Şahin ve Kaya (2013; Tayfun ve Acuner, 2014; Kanbir, 2021; Kardeş ve Yağmur, 2025) benzer görüşlere yer verilmektedir. Öte yandan araştırma, Ürgüp'ün Cittaslow Birliğine üyelik potansiyelini ortaya koyma ve birtakım eksiklikleri gidermeye dönük olarak yerel yönetimler tarafından atılması gereken adımlar konusunda da katkı sağlamaktadır.

6. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bilindiği üzere Cittaslow, uluslararası bir belediyeler birliğidir. Birliğe üyelik için ilk koşul; kentin nüfusunun 50.000'in altında olmasıdır. 2024 yılı verilerine göre Ürgüp ilçesinin nüfusu 39.055'tir. Dolayısıyla, ilçe bu koşulu sağlamaktadır. Öte yandan, Türkiye'nin en önemli turizm destinasyonlarından biri olan tarihi Kapadokya Bölgesi'nin merkezinde yer alan ilçenin (Şekil 1) en önemli geçim kaynağı turizmdir. Turizmin ilçe ekonomisindeki yeri büyüktür. İlçe doğal ve kültürel mirası, dini geçmişi ve yatak kapasitesi gibi unsurları ile turizmde eşsiz bir konuma sahiptir (Ürgüp Kaymakamlığı, 2025).



Şekil 1. Ürgüp'ün Coğrafi Konumu

Kaynak: Kazancı ve Suludere, 2020.

Birliğe üyelik için gerekli plan ve projelerin hayata geçirilmesi bakımından en önemli yerel paydaşlardan biri ve belki de en önde geleni belediyedir. Bu nedenle araştırmada Ürgüp'ün sakin/yavaş şehir (Cittaslow) ağına üyelik potansiyeli belediye temsilcileri perspektifinden değerlendirilmektedir. Bu temsilciler, konuyla ilgili bilgisi, olası üyelik sürecinde yetki ve sorumluluğu olabilecek kişiler arasından seçilmiştir. Araştırmada nitel veri toplama yöntemlerinden biri olan görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşmeler 20-23 Kasım 2024 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Bu tip araştırmalarda belirli sayıda kişiden oluşan uygun hedef kitle ile derinlemesine görüşme eğiliminin yaygın olduğu görülmektedir. Şöyle ki; Keskin ve Aymankuy (2017) ilçe belediye başkanı ve yerel halktan oluşan toplam sekiz kişi ile görüşmüştür. Kanbir (2021) başkan dahil ilçe belediyesinden beş temsilci, kaymakamlıktan bir memur, ilçe nüfus ve mal müdürleri olmak üzere toplam sekiz katılımcı ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Zengin ve Genç (2018) görüşmeyi kabul eden toplam yedi işletme temsilcisi ile görüşme yapmıştır. Özlü ve Kaleli (2019) ise İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün yönlendirdiği toplam 10 yetkili ile görüşmüştür. Bu eğilime paralel olarak araştırmada toplam 5 yerel yönetim (belediye) temsilcisi ile görüşülmüştür. Önceden randevu alınarak gerçekleştirilen görüşmeler yüz yüze yapılmış ve sadece bir katılımcı ses kayıt cihazı kullanılmasına izin vermiştir. Görüşmeler bir katılımcı ile ortalama 45 dakika diğer dört katılımcı ile ise ortalama 20 dakika sürmüştür. Katılımcılara, yukarıda bahsi geçen Cittaslow üyelik kriterlerine ilişkin çeşitli sorular yöneltilmiş ve gerektiğinde daha detaylı açıklamaları istenmiştir. Bu bağlamda, ilk kriter olan *çevre politikalarına* yönelik örnek bir soru şu şekilde yöneltilmiştir: Ürgüp Belediyesi, çevre politikaları kapsamında hava ve su temizliği ile enerji tasarrufu gibi alanlarda hangi önlemleri almaktadır? Öte yandan, katılımcıların yaptıkları açıklamalar analiz edilirken K1 (Katılımcı 1), K2, K3 şeklinde kodlar da verilmiştir. 27-57 yaş aralığında bulunan, biri önlisans, üçü lisans ve biri de yüksek lisans mezunu olan katılımcıların tamamı erkeklerden oluşmaktadır.

7. ARAŞTIRMA BULGULARI

Cittaslow'a üye olmak için birliğin belirlediği kriterler kapsamında projeler geliştirmek ve uygulamak gerekmektedir. Görüşmeler kapsamında katılımcılara, yukarıda bahsi geçen 7 ana kriter

çerçevesinde planlanan, devam eden ya da tamamlanan projelere ilişkin olarak çeşitli sorular yöneltilmiştir. Bu sorulara verilen cevapların analizi sonucu elde edilen bulgular aşağıda yer almaktadır.

Kriter 1: Çevre Politikaları

Tüm katılımcıların ilk kriter olan “çevre politikaları” açısından verdiği cevaplar genel değerlendirmeye tabi tutulduğunda şu hususların öne çıktığı görülmektedir: Hava kalitesinin yasal parametrelerle ölçülmesi konusunda bir belgelendirme bulunmamakta, ancak hem sanayi sektörünün gelişmemiş olması hem de ilçede doğalgaz kullanımının yaygınlaşması sonucunda hava kirliliğinde azalma söz konusudur. Ayrıca, yerel yönetim UNESCO ile karbon nötr anlaşması yapmış ve zamanla hava temizliğini de kapsayan bir proje kapsamında belgelendirme yapılacaktır. İlçenin içme suyunun pH değeri ortalama 7.9 olarak ölçülmüştür. Dolayısıyla, içme suyu kalitesi yasal parametrelere uygundur. Sürekli kontroller yapıldığı ve halkın içme suyuna rahatça erişebilmesi için gereken önlemlerin alındığı ifade edilmiştir. Yerel yönetimin özel şirketlerle yaptığı anlaşma sayesinde düzenli kontroller gerçekleştirilmekte ve gerekli raporlar tutulmaktadır. Ayrıca, halkın su tüketimi konusunda bilinçli ve kontrollü davrandığı, gereksiz su kullanımından kaçındığı bildirilmiştir. Bahçe sulamasında kullanılan suyun içme suyundan farklı olduğu tespit edilmiştir.

Kentsel katı atıkların ayrıştırılması konusunda yerel yönetimin il özel idaresi ile yaptığı anlaşmalar sonucunda atıkların belirlenen depolarda toplanıp ayrıştırıldığı tespit edilmiştir. Mahallelerde ve çarşı merkezinde bulunan çöp konteynerlerinde atıkların ayrıştırılmasına yönelik kontroller yapılmaktadır. Özellikle merkezi yerlerde, atıkların belirli saatlerde toplanabilmesi için gerekli personel çalışma saatleri düzenlenmiş ve bu süreç belgelendirilmiştir. Endüstriyel ve evsel kompostlama işlemleri henüz uygulanmamaktadır. Ancak yerel yönetim, Kapadokya Üniversitesi ile bu konuda bir proje yürütmektedir. Organik atıklar, yerel yönetim tarafından toplanıp ayrıştırıldıktan sonra, üniversite tarafından gübre üretimi için kullanılacak bir proje kapsamında değerlendirilmektedir. Atık su arıtma tesisi mevcut olup, bu tesisin özel şirketler tarafından yapılan gerekli belgelendirme ve raporlarla işletildiği tespit edilmiştir. Ayrıca, kamu binalarında enerji tasarrufu sağlanmakta olup, aktif projelerde bu konuya özen gösterilmektedir. İlerleyen dönemde devreye girecek olan Güneş Enerjisi Santrali (GES) Projesiyle kamu alanlarında enerji tasarrufunun artmasının ve yenilenebilir enerjiye geçişin hızlanacağı bildirilmiştir.

Görsel kirliliğin ve trafik gürültüsünün önlenmesi amacıyla, görevli personelin vardiyalı olarak kentte gerekli temizlik ve düzenleme çalışmalarını yürüttüğünü belirtilmiştir. Özellikle, kaçak imar yapılanmasının engellenmesi ve binalarda oluşacak görsel kirliliğin azaltılması için levhaların doğru bir şekilde kullanılması adına çeşitli çalışmalar yapılmaktadır. Gelecekteki planlar arasında eko/yeşil ulaşım projelerinin yer aldığı belirtilmiştir. Kamusal ışık kirliliği ve hane başına düşen elektrik tüketimi ile ilgili ise herhangi bir bilgiye ulaşılmamıştır. Öte yandan, yerel yönetim biyoçeşitliliğin korunması amacıyla da çalışmalar yürütmektedir. Bu kapsamda, kentin dışındaki Damsa Barajı bölgesinde yeşillendirme çalışmaları yapılmış ve bitki türlerinin çeşitliliği artırılmıştır.

Ürgüp Belediyesi'nin çevre politikaları açısından çalışmalarını değerlendirmeye yönelik bazı katılımcı görüşleri şu şekildedir:

“Şu an hava kalitesini/temizliğini ölçen bir parametre bulunmamaktadır. Unesco ile yapılan karbon nötr projemiz var, proje onaylandıktan sonra hava kalitesi/temizliği de ölçülecektir” (K1).

“İlçemizin içme suyu analizi anlaşma sağladığımız özel şirketler tarafından yapılmakta ve 3 ile 4 ayda bir değerlendirmeler gerçekleştirilmektedir. İçme suyu temiz ve içilebilirlik düzeyi ortalama seviyededir” (K2).

“Güneş Enerjisi Projemiz bulunmakta, bu proje tamamlandığında 30 yıllık bir enerji tasarrufu sağlamayı planlamaktayız. Ayrıca bu proje ile fosil yakıt kullanımını azaltmayı ve eko/yeşil ulaşım geçmeyi planlamaktayız” (K4).

Kriter 2: Altyapı Politikaları

İlçede mevcut bisiklet yollarının çok az olduğu, neredeyse hiç bulunmadığı tespit edilmiştir. Ancak, yerel yönetim bu konuda bir çalışma yürütmektedir. Damsa Barajı çevresine yaklaşık 5 km uzunluğunda bir bisiklet ve yürüyüş yolu projesinin kısa süre içinde hayata geçirileceği bildirilmiştir. Bizzat belediye başkanı, halkı bilinçlendirmek ve örnek olmak amacıyla makam aracı yerine bisiklet kullanacağını ifade etmiştir. İlçe merkezinde bisiklet yollarının yapımının zaman alacağı belirtilse de bu yolların yapılacağına dair bilgi verilmiştir. Ayrıca, ilçede mevcut bisiklet park yerlerinin bulunduğu da tespit edilmiştir. Eko/yeşil ulaşım projeleri kapsamında, ilçedeki petrol istasyonlarına elektrikli araç şarj istasyonları kurulması planlanmaktadır. Ayrıca, ilçe dışına üç büyük otopark yapılması ve ilçe merkezi ile bir otopark arasında elektrikli tramvay hattı kurulması, diğer iki otopark için ise elektrikli minibüs projelerinin olduğu belirtilmiştir. Önümüzdeki yıl Eylül ayında bir elektrikli minibüsün, halkın ve bölgeyi ziyaret eden turistlerin kullanımına sunulacağı bildirilmiştir.

Engellilere yönelik olarak, ilçede kaldırımların giriş ve çıkışlarında engelli yolları bulunduğu tespit edilmiştir. Belediye binasının engelli giriş çıkışları yenilenerek hizmete sunulacak ve yeni yapılacak binalarda engelli asansörü ve yollarının inşa edilmesine özen gösterilecektir. Yerel yönetim, kadınların sosyal gelişimi için de çalışmalar yürütmektedir. Yakın zamanda, kadınlar için sosyal gelişim tesisleri kurulacağı ve folklor, modern dans, edebiyat ve koro gibi etkinliklerin düzenleneceği ifade edilmiştir. Devlet hastanesi şehrin yaklaşık 2 km dışında konumlandırılmıştır. Hastaneye ulaşım, minibüs ve taksi gibi araçlarla rahatlıkla sağlanabilmekte ve halkın herhangi bir ulaşım sorunu yaşamadığı bildirilmiştir. Ayrıca, kent merkezinde bulunan sağlık ocaklarına ulaşım, anayol üzerinde yer almaları nedeniyle oldukça kolaydır. Son olarak, kent merkezinde sürdürülebilir mal dağıtımıyla ilgili olarak, kısa vadede elektrikli araçların kullanılacağına dair bir proje olduğu belirtilmiştir. Şehir dışında çalışan yerel halkın oranı hakkında ise herhangi bir bilgiye ulaşılmamıştır.

Altyapı politikalarına ilişkin soruya bir katılımcı tarafından verilen cevaplar şöyledir:

"Bisiklet yolumuz çok az, hatta yok neredeyse yok. Ama projelerimizden biri de Damsa Çayı Projesi ve bu projede toplam 5 km olacak şekilde bisiklet ve koşu yolu olacak. Ayrıca belediye başkanı olarak halkı bisiklete özendirme adına yakın zamanda makam aracını bırakarak bisiklet ile ulaşımı sağlayacağım" (K1).

"Ürgüp'te bulunan 3 petrol istasyonuna ikişer tane elektrik şarj istasyonu kurmayı planlıyoruz. Ayrıca Ürgüp dışına büyük bir otopark yaparak, otopark ve merkez arasında tramvay projemiz bulunmakta. Son olarak eko ulaşım için elektrikli araçlar tesis etmeyi planlıyoruz" (K1).

"Aile hayatı ve hamile kadınlar için şu an bir projemiz bulunmamakta. Yalnız kadın girişimler için bir tesis yapılmakta ve o tesiste dans, edebiyat ve folklor çalışması uygulanacaktır" (K1).

Kriter 3: Kent Yaşam Politikaları

Katılımcıların verdiği cevaplar genel olarak değerlendirildiğinde, kentin direncini artırmak ve sürdürülebilirliğini sağlamak için önemli adımlar atıldığı, aynı zamanda kente ait değerlerin iyileştirilmesi ve geliştirilmesi amacıyla gerekli çalışmaların yapıldığı anlaşılmaktadır. Kamuya ait binalarda enerji tüketiminin azaltılması için geçmişten bu yana çeşitli önlemler alınmış olup, ilerleyen süreçte Güneş Enerjisi Santrali (GES) Projesi ile enerji tasarrufunun sürdürülebilirliğinin artırılması hedeflenmektedir. GES projesine geçilmesi durumunda, sokak lambaları ve kamu binalarının aydınlatılmasında yenilenebilir enerji kullanılarak önemli bir tasarruf sağlanacağı belirtilmiştir. Zira, bu proje kapsamında, 30 yıl süreyle enerji tasarrufu sağlanması öngörülmektedir. Ayrıca, projenin inşaat aşamasında yerel halkın istihdam edilmesi sağlanacak ve inşaat süreci sırasında ortaya çıkabilecek gürültü ve görsel kirlilik minimum düzeye indirilecektir.

Söz konusu projede beklenen sonuçlar, kentin enerji tüketiminin azaltılması ve güneş enerjisinden etkin bir şekilde faydalanılmasını sağlamak; fosil yakıt kullanımını minimize ederek ekonomik kalkınmayı desteklemek; yenilenebilir enerji kullanımına geçişle birlikte karbondioksit salımını azaltmak ve iklim değişikliğiyle mücadele etmek olarak özetlenebilir. Ayrıca, proje, ulusal ve uluslararası kalite standartlarına uyum sağlamayı hedeflerken, temiz enerji kullanımı sırasında yerel halkın çevresel ve ekonomik refahına önemli katkılar sağlamayı amaçlamaktadır. Kirleticilerin izlenilmesi ve azaltılması konusunda çevre bilincinin ve sürdürülebilirliğinin sağlanması adına gerekli çalışmaların olduğu saptanmıştır. Kentte gürültü kirliliğinin pek fazla olmamasına rağmen bazı eğlence merkezlerinde gerekli önlemlerin alındığı ve kirliliğin önüne geçildiği vurgulanmıştır. Tele/uzaktan ve kişisel sürdürülebilir kentsel planlama ile ilgili bir çalışmanın olmadığı görülmüştür.

Kentte yerel halkın su tüketimi konusunda bilinçlendirilmesi amacıyla gerekli ilanlar asılmakta ve bildiriler yapılmaktadır. Bu çabalar, suyun tasarruflu kullanımını teşvik etmeye yöneliktir. Kent merkezinde ve çevresinde ise yön levhaları, banklar ve kamelyalar, kentsel peyzaja uygun ve yeterli bir şekilde yerleştirilmiştir. Kentin, imar yapısının sürdürülebilirliği açısından yasalara uygun bir şekilde düzenlendiği ve kaçak mimarının önüne geçildiği belirtilmiştir. Ayrıca, sit alanlarının varlığı ve korunması, kente Cittaslow anlayışı doğrultusunda önemli bir pozitif katkı sağlamaktadır. Yerel yönetim, park ve bahçelerde, kente ve yerel halka fayda sağlayacak bitkilerin kullanımına özen göstermektedir. Bu bitkiler, kentin uygun yerlerinde dikkatlice seçilerek yerleştirilmiştir. Ayrıca, yerel yönetime bağlı sosyal tesislerde yerel ürünlerin kullanımı konusunda teşvikler yapılmakta ve bu alanda titizlik gösterilmektedir. Kentin yaşanabilirliğini artırmak için özel çalışmalar yürütüldüğü ve hayat standardını olumsuz etkileyebilecek trafik gibi sorunların önüne geçmek amacıyla ilgili birimlerle iş birliği içinde çalışıldığı ifade edilmiştir.

Kentsel planlama, imar yasası ve planlama standartlarına uygun bir şekilde gerçekleştirilmektedir. Mevcut durumda bir hizmet masası bulunmadığı belirlenmiş ancak gelecekte mimar ve sanatçılardan oluşan bir estetik komisyonu kurulacağı taahhüt edilmiştir. Kentsel planlamada, kaçak imarın önlenmesi ve binalarda kente özgü Ürgüp Taşı kullanımı ile boyama işlerinde Ürgüp Beyazı tercih edilmesi, belediye meclisi kararıyla zorunlu haline getirilmiştir. Kentteki binaların büyük bir kısmı ise 5 katı geçmemektedir. Kentin çeşitli alanlarında yeşillendirme çalışmaları yapılmış ve bu alanlarda özellikle meşe ağaçlarının kullanılmasına özen gösterilmiştir. Üzüm bağları, patates tarlaları gibi yerel ürünlerin yanı sıra köftür, sütlu kabak çekirdeği gibi ürünlerin kullanımını teşvik etmek amacıyla yerel halk arasında gerekli bilgilendirmeler yapılmaktadır. Ayrıca, halkın rahatça erişebileceği pazarlar kurulmuş ve bu alanlarda ürünlerin satışı sağlanmıştır. Uluslararası Bağ Bozumu Festivali'nde ise kenti ziyaret eden yerli ve yabancı turistlere yerel ürünlerin tanıtımı yapılmaktadır. Bununla birlikte, yalnızca yerel ürünlerin satılacağı ve ev kadınlarının el işi ve sanatlarını sergileyebileceği bir pazar kurulması, proje halinde olup kısa süre içinde hayata geçirileceği taahhüt edilmiştir. Yeşil alanlarda kullanılan beton miktarı hakkında ise herhangi bir bilgiye ulaşılamamıştır.

Kentin internet ağına sahip olduğu tespit edilmiştir, ancak halkın kamuya açık alanlarda ücretsiz internet kullanımı konusunda bir çalışma yapılmadığı vurgulanmıştır. Vatandaşlar ve turistlere yönelik interaktif hizmetlerin geliştirilmesi konusunda bilgi ve iletişim teknolojileri alanında bazı eksiklikler olduğu anlaşılmaktadır. Belediyeye ait internet sitesinde Türkçe ve İngilizce bilgilendirmeler bulunmakta olup, turistlerin bu interaktif hizmetleri kullanabilmesi açısından sağlanan imkanlar, sadece internet sitesinin varlığıyla sınırlı kalmaktadır. Öte yandan, yerel yönetim, sosyal yapıyı desteklemek amacıyla çeşitli etkinlikler düzenlemektedir. Kültür Festivali ve Uluslararası Bağ Bozumu Festivali gibi organizasyonlar sosyal yapıyı güçlendirmeyi hedefleyen etkinlikler arasında yer almaktadır. Ayrıca, Ürgüp Belediyesi Kültür ve Sanat Akademisi kurulmuş olup, bu akademi aracılığıyla çeşitli etkinlikler düzenlenmekte ve halkın sosyal yapısına katkı sağlanmaktadır.

Bir katılımcının kent yaşam politikaları konusunda yöneltilen soruya dair cevabı şöyledir:

“İlçe merkezinde park ve bahçe müdürlüğü tarafından gerekli yeşillendirme ve verimli bitkilerin ekimi yapılmaktadır. Ayrıca, özellikle kadınlar için olacak olan bir yerel pazar projemiz bulunmaktadır, bağ bozumu festivalinde yerel halkın yerel ürünlerini tanıtarak bölgeyi ziyarete gelen turistlere satışı da yapılmaktadır” (K4).

Kriter 4: Tarımsal, Turistik, Esnaf ve Sanatkarlara Dair Politikalar

Bu başlık altından toplanan politikalar yerel ürünlerin desteklenmesini sağlayan kriterler içermesi açısından Cittaslow başlangıcı olan Slowfood ile yakından ilişkili olduğundan dolayı birliğe üye olabilmek adına önemli bir yer teşkil etmektedir. Ayrıca ilçede yetişen tarımsal ürünlerin yetiştirilmesi ve kullanılmasında ilçenin sunabileceği karakteristik özellikler açısından önem arz etmektedir. İlçe sahip olduğu tuf tabakası nedeniyle tarım açısından verimli topraklara sahiptir. Üzüm ve patates gibi ürünlerin bölgede yetişmesi ve yüksek kazanç getirmesi nedeniyle halkın odak noktası haline gelmiştir. Yılın belli zamanlarında yetiştirilen bu ürünler toplanarak satım için pazarlarda ve ülke içi ile ülke dışına satıma hazır hale getirilmektedir. Özellikle üzüm hasat edildikten sonra ev yapımı pekmez ve pekmezden köftür yapılmaktadır. Ayrıca bölgede şarap yapımı yüksek seviyede olduğundan üzümlerin büyük kısmı şarap yapımında da kullanılmaktadır.

Bölgedeki tarım alanlarının büyük bir kısmı köylerde yer almakta, ancak bazı sosyal ve ekonomik koşullar nedeniyle köyde yaşayan halkın kente göç ettiği belirtilmektedir. Yerel yönetim, gerekli şartların sağlanması durumunda köyden göçün tersine çevrilmesi ve tarım faaliyetlerinin yeniden canlandırılması için çalışmalar yürüttüklerini açıklamıştır. Bunun yanı sıra, her Cumartesi günü şehirde kurulan pazarda, yerel halkın kendi imkanlarıyla ürettiği sebze ve meyve gibi yerel ürünler satışa sunulmaktadır. Öte yandan, Ürgüp ve Kayseri yolu üzerinde dikey tarım yöntemiyle yaban mersini yetiştiriciliğine başlanmıştır.

El yapımı ve etiketli/markalı esnaf/sanatkâr ürünlerinin korunmasına yönelik mevcut bir çalışmanın bulunmadığı bildirilmiştir. Ancak, yakın zamanda bir kadın kooperatifi kurulmuş ve el sanatları ile el yapımı ürünlerin satışı konusunda gerekli destek ve çalışmaların yapılacağı taahhüt edilmiştir. Ayrıca, geleneksel iş teknikleri ve zanaatların değerinin artırılması amacıyla bölgede yaygın olarak üretilen su testileri ve duvar çizimlerinin üretiminin devam ettiği ve bu alanda halka destek sunulduğu vurgulanmıştır. Kentin girişinde bulunan Mimar Sinan heykelinin bakımı ve korunması yapılarak heykeldeki yazıların sürekli okunacak derecede olmasına da özen gösterilmektedir. Öte yandan yerel halkın bilinçlendirilmesi ve bu etkinliklerin değerinin artırılması adına kentte düzenlenen kültürel festivallerde yerel halkla ortaklaşa hareket edildiği de bildirilmiştir.

Kırsal bölgelerde yaşayan insanların mal ve hizmetlere erişimini artırarak bu bölgelerin değerini yükseltme amacıyla doğalgazın kırsal bölgelere taşınması için çalışmaların sürdüğü bildirilmiştir. Özellikle, önceki dönemlerde belediye olan ancak nüfus azalmaları nedeniyle statüsü değişen bazı yörelere doğalgazın ulaşmasıyla, kırsal alanlarda yeniden bir kalkınma sağlanması beklenmektedir. Ayrıca, kırsal bölgelerde taşınmalı eğitim uygulamasının devam ettiği de belirtilmiştir.

Kamuya ait restoranlarda ve yerel yönetime bağlı sosyal tesislerde mümkün mertebe yerel ürünlerin kullanılmasına özen gösterildiği bildirilmiştir. Okul kantinleri konusunda ise bir çalışmasının olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, kişisel kullanımda ve yemek sektöründe tat eğitimlerinin verilmesi ve organik yerel ürünlerin kullanılması konularında kentin yetersiz kaldığı ve herhangi bir çalışmanın yapılmadığı tespit edilmiştir. Öte yandan, tarımda genetiği değiştirilmiş organizma (GDO) kullanımına ilişkin herhangi bir veriye rastlanılmamıştır. Bununla birlikte, görüşülen belediye yetkileri de dahil olmak üzere kişisel üretim yapan vatandaşlar arasında ürün yetiştirilmesi esnasında kimyasal ilaçlardan kaçınıldığı vurgulanmıştır.

Bu kriter kapsamında iki katılımcıya yöneltilen sorulara verilen cevaplardan örnekler şu şekildedir:

“Üç köyümüze doğalgaz çalışması projemiz bulunmakta, bunu gerçekleştirdiğimizde yerel halkın köylere göç başlatarak oradaki tarım alanlarının daha fazla kullanılmasını sağlamayı planlıyoruz. Ayrıca Kayseri yolu üzerinde yaban mersini (dikey yetiştiricilik) üretimi yapmaktayız” (K1).

“Su ve süs testileri bölgemizde yapılmaktadır, ayrıca duvar çizimleri de bölgemizde hız kazanmakta ve biz yerel yönetim olarak elimizden gelen desteği bu sanatı uygulayanlara vermekteyiz. Ayrıca bölgemizde bağ bozumu gibi kültürel festivaller düzenlenmekte ve bu festivali yansıtan üzüm heykelimizin sürekli bakımı yapılarak kentin bir simgesinin/imzasının nesiller boyu taşınmasını sağlamaktayız” (K5).

Kriter 5: Misafirperverlik, Farkındalık ve Eğitim İçin Planlar

Bu doğrultuda, Ürgüp ilçesi gibi turizm açısından değerli bir yerleşim yerinde, iyi bir karşılama ve bilgilendirme için çeşitli çalışmaların yapıldığı gözlemlenmektedir. Şehir merkezine yerleştirilen Türkçe ve İngilizce yön levhaları turistlerin şehri daha kolay keşfetmesini sağlamaktadır. Ayrıca, otopark girişlerinde görevli kişilerin bölge hakkında yeterli bilgiye sahip olmaları ve misafirleri doğru şekilde yönlendirmeleri şehre olumlu katkılar sunmaktadır. Ancak, bu personelin yeterince yabancı dil bilmemesi, önemli bir eksiklik olarak dikkat çekmektedir.

İlçe Kaymakamlığı tarafından kurulan Ürgüp Turizm Danışma Bürosu, Kapadokya Bölgesi’nde önemli bir tanıtım rolü üstlenmektedir. Büroda görevli personelin İngilizce, Almanca ve Japonca dillerine hâkim olması, kente gelen yerli ve yabancı turistlere gezilecek yerler, ulaşım noktaları, konaklama imkanları gibi konularda rehberlik yaparak önemli katkılar sağlamaktadır. Ayrıca, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan broşür, poster ve diğer basılı tanıtım materyalleri, turistlere ücretsiz olarak dağıtılmaktadır. Bu konuda yerel yönetim, esnaflarla iletişim kurarak, ilerleyen dönemde ilçedeki tüm esnaflara gerekli bilgilendirme ve yönlendirmelerin yapılacağını vurgulamıştır.

Turizm Danışma Bürosu tarafından hazırlanan broşürler, ziyaretçilere kenti tanımada önemli kolaylıklar sunmaktadır. Ancak, kentin herhangi bir noktasında kroki veya harita bulunmaması önemli bir eksiklik olarak dikkat çekmektedir. Bu eksikliğin giderilmesi için, kentin yoğun kullanılan bölgelerine Türkçe ve İngilizce açıklamalarla harita veya kroki yerleştirilmesi gerekmektedir. Ayrıca, konaklama merkezlerinden misafirlere, kentin ve Kapadokya Bölgesi’nin gezilecek yerlerini içeren haritalar sağlanmaktadır. Kente yönelik alınacak kararların, yerel halkın faydalarına olacak şekilde belirlenmesi ve eksikliklerin giderilmesi amacıyla, yerel yönetimler tarafından düzenli olarak toplantılar yapılmaktadır. Bu toplantılarda, alınan kararlar yerel halk ve yöneticiler tarafından ortaklaşa belirlenip uygulanmaktadır. Sağlık ve eğitim alanlarında ise, yerel yönetimler çocuklar için psikolojik danışmanlık büroları kurarak, onların gelişimi için önemli adımlar atmaktadır. Ayrıca, ilerleyen zamanlarda farklı branşlardaki hizmetlerin faaliyete geçerek halkın bilgilendirilmesi için çalışmalar yapılacağı belirtilmiştir. Öte yandan, bugüne kadar kentin Cittaslow Birliği’ne üyeliği adına herhangi bir çalışma yapılmamış, ancak yerel yönetimin bu konuda olumlu bir tutum sergilediği gözlemlenmiştir. Bu bağlamda, yerel yönetim tarafından yakın gelecekte gerekli adımların atılması ve bu alanda yapılması gereken çalışmaların hızlandırılması hedeflenmektedir.

Katılımcılara misafirperverlik, farkındalık ve eğitim planları kapsamında sorulan sorulara iki katılımcı tarafından verilen cevaplar özet olarak şu şekildedir:

“Belediye tarafından eğitilmiş personelin otoparklarda, kente gelen ziyaretçilere bölge hakkında tanıtım yapılmakta, ayrıca kentimizde Turizm Danışma Bürosu bulunmaktadır. Buraya başvuruda bulunan tüm turistlere kentin tanıtımı ve diğer konularla ilgili bilgiler verilerek yardımcı olunmaktadır” (K5).

“Esnafımıza yönelik farkındalık projemiz daha yeni yürürlüğe girmiş bulunmakta, şu an sadece birkaç esnaf ile gerçekleştirdik ve ilerleyen zamanlarda bunu bölge esnaflarının tümüne yönelik gerçekleştirmeyi planlıyoruz” (K4).

Kriter 6: Sosyal Uyum

Kentin sürdürülebilirliği ve huzurunun sağlanmasında sosyal uyum önemli bir unsurdur. Kentteki yerel halk ile farklı kültür ve etnik kökenlere sahip insanların bir arada uyum içinde yaşaması, kente gelen misafirlere yönelik genel tavır ve davranış biçimini şekillendirmektedir. Cittaslow kriterleri arasında sosyal uyum doğrudan zorunlu bir kriter olmasa da bu uyumu sağlamak, kentin huzurunu, refahını ve güvenliğini artırmak açısından büyük önem taşımaktadır.

Ürgüp ilçesinin nüfusunun büyük bir kısmını yerel halk oluşturmakta olup, kentte az sayıda farklı kültür ve etnik kökene sahip bireyler de bulunmaktadır. Yerel yönetim, bu çeşitliliğin kente anlam ve farklılık kattığını vurgulamaktadır. Din, dil ve ırk ayrımı gözetmeksizin, halkın birlik ve beraberlik içinde entegre bir şekilde yaşadığı belirtilmiştir. Bunun yanı sıra, gerçekleştirilecek projelerle engelli bireylerin yaşamlarını kolaylaştıracak önlemler alınması planlanmaktadır. Kentteki turizm organizasyonlarında engelli bireylerin de faydalanması sağlanacak, iş alanları bu bireyler için erişilebilir hale getirilerek, engelli bireylerin normal yaşam ve çalışma hayatına entegrasyonu desteklenecektir.

Belediyenin yakın zamanda devreye sokacağı ve resmi web sayfasına entegre şekilde çalışacak olan platformda, genç neslin istihdam durumu değerlendirilerek, istihdam konusunda yaşanan sorunların çözülmesi hedeflenmektedir. Halihazırda belediye, kentte yoksulluğun neredeyse yok denecek kadar az olduğunu ve belediye yardımlaşma bürosu aracılığıyla ihtiyaç sahibi bireylere gerekli yardımları sağladığını belirtmektedir. Ayrıca, belediyenin yeni doğmuş çocuklara bez yardımı, göğüs pompası ve mama dağıtımı gibi desteklerde de bulunduğu bildirilmiştir.

Ürgüp Belediyesi, kendi bünyesinde oluşturduğu kurum ve kuruluşlar aracılığıyla halka çeşitli kurslar vermektedir. Ancak, kentin kalkınması ve halkın refah seviyesinin artırılması bağlamında, bu tür kuruluşların eksikliği, kentsel gelişim için önemli bir yetersizlik olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca, belediyenin sosyal konut yatırımı yapmadığı ve projeleri arasında bu alanda herhangi bir yatırımın bulunmadığı belirtilmiştir.

Kentte, sosyal uyum politikası ile ilgili ilgi oldukça yüksek düzeyde seyretmektedir. Bu ilgi, tavandan tabana şeklinde bir etkileşimle kente çeşitli kolaylıklar sağlamaktadır. Yerel halkın karar alma süreçlerine gösterdiği ilgi ve yerel yönetimle olan iş birliği, kentin geleceği açısından büyük önem taşımaktadır. İlçe merkezinde özellikle gençler ve çocuklar için Turgut Özal Gençlik Merkezi adında 700 kişi kapasiteli bir gençlik merkezi bulunmaktadır. Bu merkez, kentle ilgili organizasyonlar, toplantılar, tiyatro gösterileri gibi çeşitli etkinliklere ev sahipliği yapmaktadır. Ayrıca, kentte 550 kişilik kapasiteye sahip bir sinema salonu ve 500 kişi kapasiteli bir spor salonu da bulunmaktadır.

Bir katılımcıya yöneltilen “Ürgüp Belediyesi sosyal uyumun güçlendirilmesi amacıyla hangi stratejik yaklaşımları benimsemekte ve uygulamaktadır?” sorusuna yönelik cevap şöyledir:

İlçemizde yapılan tüm yardımlar ırk, din, dil fark etmeksizin tüm ihtiyaç sahiplerine yapılmaktadır. Yerel halk ile azınlıklar arasında ise herhangi bir sorun olmadan bir arada yaşamaktadırlar. Engelli bireyler için projeler düzenlenerek, engelli bireylerin hayata entegrasyonunu kolaylaştırmayı amaçlıyoruz. Engelli bireylerin turizmden yararlanması için gerekli organizasyonları da desteklemekteyiz. Ayrıca, ilçemizde yoksulluk yok denecek azdır ve genç neslin istihdamı için geliştirilen ve belediye web sitesine entegre şekilde uygulanacak olan iş bulma ve değerlendirme sitesi devreye girecek. Bu durumda ilçemizdeki genç neslin istihdam durumu değerlendirilerek ona göre adımlar atılacaktır” (K5).

Kriter 7: Ortaklıklar

Ürgüp ilçesi, yöresel lezzetler ve yerel ürünler açısından oldukça zengin bir bölge olup, her bir lezzet ve ürün kendine özgü bir hikâye ve kültürel değer taşımaktadır. Yerel yönetim, yöresel ürünlerin korunması ve geliştirilmesi konusunda geleceğe yönelik umutlu ve kararlı bir yaklaşım sergilemektedir. Ayrıca, kentte kurulması planlanan pazarda, özellikle kadınlar tarafından üretilen yöresel lezzetler, el sanatları ve el işlerinin satışa sunulması öngörülmektedir. Bunun yanı sıra, kentte yaygın olarak üretilen üzüm ve sütü kabak çekirdeği gibi ürünlerin tanıtımı ve yaygınlaştırılması da hedeflenmektedir.

Ürgüp Belediyesi, Türkiye Sağlıklı Kentler Birliği ve Tarihi Kentler Birliği'ne üye olup, bu birlikler aracılığıyla kentteki gelişim ve sürdürülebilirlik hedeflerine katkı sağlamaktadır. Sağlıklı Kentler Birliği, kentte sağlık hizmetlerini en üst seviyeye çıkararak sağlık odaklı sürdürülebilirliği sağlamak ve kentlerin kapasitesini artırarak gelişmelerine olanak tanımayı amaçlamaktadır (<https://www.skb.gov.tr>, 2025). Tarihi Kentler Birliği ise Avrupa Konseyi tarafından başlatılan "Avrupa: Bir Ortak Miras" kampanyası çerçevesinde, kentlerin kültürel ve doğal mirasını koruyarak iş birliğini güçlendirmeyi hedeflemektedir (<https://www.tarihiKentlerBirligi.org>, 2024).

Bir katılımcının, Ürgüp Belediyesinin Cittaslow kriterlerine uyum kapsamında önem arz eden yerel, bölgesel ve uluslararası ortaklıklar konusundaki soruya verdiği cevap şöyledir:

"Hali hazırda herhangi bir kuruluş ile iş birliğimiz bulunmamaktadır. Ancak Cittaslow fikir olarak bize sunuldu ama şu anda bir kampanya ve çalışmamız bulunmamakta fakat fikir ilgimizi çekti, gerekli şartlar sağlandıktan sonra gerekli adımları atabiliriz" (K1).

8. SONUÇ VE ÖNERİLER

Özellikle sanayileşme neticesinde kentlerin çevresel, ekonomik, sosyo-kültürel, vb. açılardan sürdürülebilirliğinin ve yerel kalkınmalarının sağlanması çok daha önemli hale gelmiştir. Bu nedenle, dünya çapında çeşitli kurum ve kuruluşlar ortaya çıkarak kentlerin sürdürülebilirliğini ve dolayısıyla yerel nüfusun yaşamını temel alan projeler gerçekleştirmektedir. Amerikan tipi kentleşmenin ve Fast Food gibi hızlı yemek alışkanlığının yaygınlaşması neticesinde ilk tepki olarak Slowfood akımı ortaya çıkmıştır. Slowfood anlayışı ilk olarak insanın yeme alışkanlığının değiştirilmesine karşı çıkan bir akım olarak başlamış olsa da kısa sürede tüm dünyaya yayılmış ve yaşamın çok çeşitli alanlarında karşılık bulmuştur. Bunun bir uzantısı olarak, bir uluslararası belediyeler birliği olan Cittaslow ortaya çıkmıştır. Çok geçmeden dünyada bir trend olan Cittaslow, gittikçe daha da yaygınlaşan bir akım haline gelmiştir. Cittaslow, yavaş yaşam tarzının özlemiyle kentlerin dokusunun, geleneksel yapısının, kültürünün, değerlerinin korunmasını ve yerel halkın yaşam standartlarının artırılmasını hedefleyen kentleri/belediyeleri bir araya getirmektedir. Cittaslow Birliğine üye olabilmek için 7 ana kriter altında toplanan kriterlerin (73 alt kriter) en az yarısını karşılamak veya gelecekte projelendirerek yürürlüğe girmesine dair güçlü taahhütler vermek gerekmektedir.

Araştırmada, tarihi Kapadokya Bölgesi'nde bulunan ve her yıl çok sayıda yerli ve yabancı turisti ağırlayan Ürgüp ilçesinin Cittaslow Birliğine üyelik potansiyelini ortaya koymak amacıyla söz konusu kriterlere göre değerlendirme yapılmıştır. Bu çerçevede, en önemli yerel paydaş olan belediyenin yetkilileri ile görüşülmüştür. İlçenin, olası Cittaslow Birliğine üyelik için adaylığı/başvurusu söz konusu olduğunda kabul edilme ihtimalinin yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Ancak üyelik kriterleri kapsamındaki belirli alanlarda eksiklerin olduğu, dolayısıyla bu eksiklerin giderilmesine yönelik bazı proje ve girişimlere ihtiyaç olduğu da saptanmıştır. Bu bulgular yukarıda yer verilen literatürdeki benzer araştırma (Tayfun ve Acuner, 2014; Özlü ve Kaleli, 2019; Karademir, 2021; Akdere, 2021) sonuçları ile örtüşmektedir.

İlk ana kriter olan "çevre politikaları" kapsamında Ürgüp'ün alt kriterlerin birçoğunu karşıladığı görülmektedir. Örneğin; hava ve içme suyu kalitesi, atıkların toplanması, çevre temizliği ve kentte oluşacak her türlü kirliliğin önüne geçilmesine yönelik çabalar Cittaslow felsefesiyle örtüşmektedir. Ayrıca kısa vadede hayata geçecek olan GES Projesi de yenilenebilir enerji

konusunda ilçenin önemli kazanımları arasındadır. Cittaslow kriterlerinin ikinci ana başlığı olan *"altyapı politikaları"* çerçevesinde kentte bisiklet yollarının olmaması en önemli eksiklik olarak dikkat çekmektedir. Ancak kentin dışında toplam 5 km uzunluğunda bir bisiklet ve yürüyüş yolu projesinin kısa sürede faaliyete geçirileceğinin taahhüt edilmesi önemlidir. Ayrıca eko/yeşil ulaşım imkânlarının artırılmasına yönelik girişim ve projeler kentteki yaşam standartlarını iyileşmesine hizmet etmektedir.

Üçüncü ana kriter olan *"kentsel yaşam kalitesi politikaları"* çerçevesinde özetle, kent merkezinde oluşturulan park alanları ve bahçelerde dikilen ağaçlar kentin yeşil alan ihtiyacını karşılamaktadır. Yerel halkın ekonomik kalkınmasına ve yerel ürünlerinin değerinin artırılmasına yönelik girişimler mevcuttur. Kamuya ait binalarda enerji verimliliğinin artırılması, kaçak mimarinin önüne geçilmesi, bazı eğlence merkezlerinde gürültü kirliliğinin önlenmesi için önlemler alınmıştır. Ancak, hem vatandaşlara ve hem de turistlere yönelik interaktif hizmetler konusunda bilişim teknolojileri alanında bazı eksiklikler olduğu anlaşılmaktadır. Tele (uzaktan) çalışma ile ilgili herhangi bir girişim olmaması da dikkat çekmektedir. Yalnızca yerel ürünlerin satılacağı ve ev hanımlarının el işi ve sanatlarını sergileyebileceği bir pazar kurulması, proje halinde olup kısa süre içinde hayata geçirileceği taahhüt edilmiştir. Sürdürülebilir mimari için henüz bir hizmet masası olmadığı ancak gelecekte mimar ve sanatçılardan oluşan bir estetik komisyonu kurulacağı taahhüt edilmiştir. Yeşil alanlarda kullanılan beton miktarı hakkında ise herhangi bir bilgi yoktur.

"Tarımsal, turistik, esnaf ve sanatkârlara dair politikalar" Cittaslow kriterlerinin dördüncü başlığıdır. Bu başlık altında toplanan kriterlerin önemi oldukça fazladır. İlçenin bu başlıkta toplanan alt kriterlerde eksiklikleri olduğu gibi, uygulamakta olduğu ve ilerleyen zamanlarda uygulamaya başlayacağı projeler olduğu da anlaşılmaktadır. Örneğin; turizmde iyi bir karşılama ve bilgilendirme için Turizm Danışma Bürosu, Türkçe ve İngilizce yön levhaları, otopark girişlerinde görevli kişilerin bulunması önemlidir. Ancak, bu personelin yeterince yabancı dil bilmemesi ciddi bir eksiklik olarak dikkat çekmektedir. Ayrıca yöreye özgü ürünlerin, yemeklerin çeşitli turizm işletmeleri bünyesindeki ve münferit olarak hizmet veren yerel tesislerin menülerinde yeterince yer bulamadığı tespit edilmiştir. Öte yandan, tarımda genetiği değiştirilmiş organizma (GDO) kullanımına ilişkin herhangi bir veri yoktur.

Kentin turizm açısından zengin olması ve yılda milyonlarca ziyaretçiye ev sahipliği yapması, beşinci ana kriter olan *"misafirperverlik, farkındalık ve eğitim için planlar"* başlığının ilk iki unsuru açısından ilçeyi Cittaslow olma yolunda avantajlı kılmaktadır. Ancak ilçenin bu başlığın üçüncü unsuru olan *"eğitim"* konusunda istenilen seviyede olmayışı eksiklik olarak görülse de kısa sürede gerçekleştirilecek olan projelerin bu sorunun çözümüne yönelik yadsınamaz katkılar sunacağı düşünülmektedir. Altıncı kriter olan *"sosyal uyum"* başlığı altında toplanan alt kriterler zorunlu olmamakla birlikte; ilçede farklı etnik kökene sahip olanlar ile yerel halkın uyum içinde yaşaması, yerel yönetimin yapılan faaliyetlerde ve çeşitli yardımlarda din, dil, ırk farkı gözetmemesi bahse konu olan uyum açısından önemlidir. Yedinci ve son ana kriter olan *"ortaklıklar"* açısından bakıldığında, Ürgüp Belediyesi'nin hem Türkiye Sağlıklı Kentler Birliği'ne hem de Tarihi Kentler Birliği'ne üye olması dikkat çekmektedir. Şüphesiz, bu gibi ortaklıklar ilçenin kültürel ve doğal mirasının korunarak sürdürülebilir yerel kalkınmasının temin edilmesi ve olası Cittaslow ağına üyelik sürecinde belirleyici rol oynayacağı açıktır.

Ürgüp'ün Cittaslow birliğine üye olması her şeyden önce kentin değerine değer katarak daha geniş kapsamlı bir uluslararası tanıtım ve pazarlama fırsatı sunacaktır. Cittaslow paydaşları ile ortaklıklar geliştirilerek yerel ürünlerin, yöresel lezzetlerin tanıtımı ve markalaşması neticesinde yöre ekonomisi güç kazanacak ve halkın refah düzeyi daha da artacaktır. Kentin tarım için elverişli topraklarında bilinçli tarım uygulamaları hız kazanacaktır. Kent merkezindeki ve dışındaki yeşil alanların, bisiklet ve yaya yollarının yaygınlaşması kent sakinlerinin yaşam olanaklarının iyileşmesi sağlayacaktır. Uzaktan çalışma, çocuk yardımı vb. kolaylıkların sağlanması kadın girişimciliğinin teşvik edilmesi açısından önemli adımlar olacaktır. Kentte özellikle yoğun turizm sezonunda hat safhaya ulaşan trafik ve araç park yeri sorunu, katı atık, gürültü ve görüntü kirliliği gibi olumsuzlukların bertaraf edilmesi konusunda daha somut adımlar atılabilecektir. Turistler ile

birebir etkileşim halinde olan yerel esnafın yabancı dil bilgisi ve etik satış/pazarlama kuralları konularında daha hassas ve sorumlu davranmalarına yönelik eğitim programlarının sayısı arttırılacaktır. Cittaslow üyeliği, engelli bireylerin sosyal yaşama entegre edilmesi adına gerekli düzenlemelerin kısa sürede hayata geçirilmesi bakımından da itici güç olacaktır.

Son söz olarak, bu çalışmada Ürgüp ilçesinin Cittaslow Birliği'ne üyelik potansiyeli konusundaki değerlendirmenin sadece en önemli yerel paydaş/paydaşlardan biri olan belediyenin bakış açısından yapıldığı gözardı edilmemelidir. Dolayısıyla gelecekte yapılacak benzer çalışmalarda, diğer kamu ve özel yerel yönetim temsilcilerinin görüşlerine de başvurulabilir.

Kaynakça

- Akdere, S. (2021). Sürdürülebilir Kalkınma Ekseninde Sakin Şehir (Cittaslow) Hareketi: Avanos'un Sakin Şehir Olma(ma) Süreci (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*), Nevşehir: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.
- Akkoç, T. ve Korkmaz, H. (2024). Yavaş Seyahat Hareketinin Sürdürülebilir Turizmdeki Yeri: Potansiyel Ve Zorluklar. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 36(1), 14-33.
- Baldemir, E., Kaşmer Şahin, T. ve Kaya, F. (2013). Yavaş Şehir Olma Durumunun Analitik Hiyerarşi Süreci İle Değerlendirilmesi. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 29-50.
- Baytar, İ. ve Doğan, M. (2019). Bahçesaray İlçesinin Turizm Kaynakları Ve Cittaslow Potansiyeli. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Kış (Özel Sayı)*, 177-199.
- Baytar, İ. ve Bozkoyun, M. (2021). Gevaş İlçesinin Turizm Kaynakları Ve Cittaslow Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi (ASOS Journal)*, 9(123), 331-349.
- Burkut, E. B. (2023). WoS ve Scopus Veri Tabanındaki Yavaş Şehirlerle (Cittaslow) İlgili Yayınların VOSviewer Programıyla Analizi. *Bab Journal of FSMVU Faculty of Architecture and Design*. 4 (1), 22-52.
- Burkut, E. B. (2024). Scientific Mapping of Cittaslow (Slow City) Research in Scopus Database with R Studio-Biblioshiny Software. *Thinking of Urban Decoding Journal*. 1 (1), 63-86.
- Cittaslow (2025). About Cittaslow. <https://www.cittaslow.org> Erişim Tarihi: 02.04.2025
- Cittaslow Türkiye (2025). Cittaslow Felsefesi, Üyelik Süreci ve Kriterler. <https://cittaslowturkiye.org/tr> Erişim Tarihi: 02.04.2025
- Ergüven, M. H. (2011). Cittaslow-Yaşamaya Değer Şehirlerin Uluslararası Birliği: Vize Örneği. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 201-210.
- Gallagher, A. (2013). Slow Ethics: A Sustainable Approach to Ethical Care Practices? *Clinical Ethics*, 8(4), 98-104.
- Garda, B. (2022). Bibliometric Profile of Articles Published in TR Index on Slow City (Citta-Slow). *13th SCF International Conference on Contemporary Economic Policy and European Union Accession Process, Belgrade/Serbia*, s. 109-116.
- Kanbir, F. (2021). Yavaş Şehirler Ve Yavaşlık Hareketi Üzerine Bir Alan Araştırması: Tillo İlçesi Örneği. *Sosyolojik Bağlam Dergisi*, 2(3), 72-86.
- Karademir, N. (2021). Andırın'ın Yavaş Şehir (Cittaslow) Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(12), 1223-1244.
- Kardeş, M. ve Yağmur, Y. (2025). Cittaslow (Sakin Şehir) Araştırmalarının Bibliyometrik Analizi. *International Journal of Tourism And Destination Studies*, 4(1), 1-11.
- Kazancı, N. ve Suludere, Y. (2020). Kapadokya'nın Litolojik Yapısı ve Sınırları, Türkiye. *Türkiye Jeoloji Bülteni*, 63(3), 373-380.
- Keskin, H. ve Aymankuy, Y. (2017). Balıkesir İli Sındırgı İlçesinin Yavaş Şehir (Cittaslow) Açısından Değerlendirilmesi. *Eurasian Academy of Sciences Social Science Journal, (Special Issue)*, 552-561.
- Özer Altundağ, Ö. (2025). Yavaş (Cittaslow) Şehirlerinin Akademik Yansımaları: Maxqda Destekli Bibliyometrik ve İçerik Analizi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 8(3), 948-964.
- Özlü, T. ve Kaleli, C. (2019). Boğazkale (Hattuşa) Şehrinin Yavaş Şehir (Cittaslow) Potansiyeli. *Amisos*, 4(7), 176-194.

- Pamukçu, H. ve Türkoğlu, T. (2023). Sakin Şehir Konulu Akademik Çalışmaların Bibliyometrik Analizi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 20 (2), 248-262.
- Sağlıklı Kentler Birliği (2025). Birlik Hakkında. <https://www.skb.gov.tr> Erişim Tarihi: 05.01.2025
- Sırım, V. (2012). Çevreyle Bütünleşmiş Bir Yerel Yönetim Örneği Olarak “Sakin Şehir” Hareketi Ve Türkiye’nin Potansiyeli. *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 1(4), 119-131.
- Slowfood (2025). About us. <https://www.slowfood.com> Erişim Tarihi:02.04.2025
- Tarihi Kentler Birliği (2025). Hakkımızda. <https://www.tarihikentlerbirligi.org> Erişim Tarihi: 05.01.2025
- Tayfun, A. ve Acuner, E. (2014). Cittaslow: Çamlıhemşin İçin Bir Model Önerisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(1), 46-54.
- Ürgüp Kaymakamlığı (2025). Turizm. <http://www.urgup.gov.tr/> Erişim Tarihi: 19.11.2025
- Yalçın, A., Yalçın, S. ve Alıcı, C. (2012). Sürdürülebilir Bir Yerel Kalkınma Modeli Olarak Cittaslow Ağı Ve Kağızman’ın Üyelik Potansiyeli. *Geçmişten Geleceğe Her Yönüyle Kağızman Sempozyumu*, Kars.
- Yardı, Z. (2021). A Literature Review on the Concept of Cittaslow in Turkey. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism, Recreation and Sports Sciences*. 4(1), 1-18.
- Yüce, A. ve Demir Yaleze, H. (2018). Türkiye’de Cittaslow (Yavaş Şehir) Hareketi Ve Bir Öneri: Gümüşhane Merkez İlçesi. *The Journal of International Scientific Researches*, 3(4), 158-180.
- Zayım, M. (2019). Sakin Şehir (Cittaslow) Olma Potansiyeli Olan Yerleşmelerin Değerlendirilmesi: Demre (Antalya) Örneği. *I. İstanbul Uluslararası Coğrafya Kongresi*, İstanbul.
- Zengin, B. ve Genç, K. (2018). Yavaş Şehirlerin (Cittaslow) Pazarlanması: Göynük Örneği. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 7(2), 585-599.

Sinop Ayancık Mutfak Kültürünün Yöresel Reçeteleri ve Ritüel Yemekleri

Local Recipes and Ritual Dishes of Sinop Ayancık Cuisine

Nuray TÜRKER^a  ve Sibel AYYILDIZ^b 

^a Prof. Dr., Karabük Üniversitesi, Safranbolu Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Karabük, Türkiye. ORCID: 0000-0001-5701-5674

^b Doç. Dr., Karabük Üniversitesi, Safranbolu Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Karabük, Türkiye. ORCID: 0000-0003-0701-2445

Özet

Sinop'un Ayancık ilçesi, zengin ve çeşitlilik arz eden bir gastronomik mirasa sahiptir. Bu mutfak kültürü; Karadeniz'in doğal kaynakları, tarihsel süreçte göç yoluyla bölgeye yerleşen Çerkes ve Abhaz gibi Kafkas kökenli toplulukların katkıları ve yerel kültürel birikimin etkileşimi sonucunda şekillenmiştir. Bu çalışmanın temel amacı, Ayancık yöresine ait yemek kültürünün incelenmesi, yöresel yemeklerin tespit edilmesi ve standart reçeteler oluşturularak bu yemeklerin kayıt altına alınmasıdır. Araştırmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiş ve veri toplama sürecinde Ayancık ilçe merkezi ile köylerinde yaşayan 25 katılımcı ile yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular, et yemekleri, balık yemekleri, süt ürünleri, sebze ve tahıl yemekleri, unlu mamuller ve tatlılardan oluşan Ayancık mutfağının geniş bir çeşitliliğe sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Mutfağın temel bileşenlerini; lahanası, mısır, buğday, kuru fasulye gibi yerel tarım ürünleri; Karadeniz'in sunduğu çeşitli balık türleri ile yörede bolca bulunan ot ve mantarlar oluşturmaktadır. Bölge halkı, bu doğal ürünleri geleneksel bilgi ve tekniklerle bir araya getirerek sağlıklı ve özgün lezzetler üretmektedir. Ayancık mutfağının, özgün yemek çeşitliliği ve kültürel bağlamı ile gastronomi turizmi açısından yüksek bir potansiyel taşıdığı görülmektedir. Bununla birlikte, bu mutfak kültürünün sürdürülebilirliğinin sağlanması hem kültürel mirasın korunması hem de yerel ekonominin gelişimi açısından kritik öneme sahiptir. Yöresel yemeklerin kayıt altına alınması, sürdürülebilir üretim modellerinin teşvik edilmesi ve gastronomi turizmine yönelik altyapının geliştirilmesi bu kültürel mirasın korunması ve gelecek nesillere aktarılmasında temel stratejiler olarak değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yöresel yemek, Çerkes yemekleri, Ayancık mutfağı

Makale Bilgisi

Geliş Tarihi 02.06.2025
Kabul Tarihi 03.11.2025

Sayı Editörü

Hacer ARSLAN KALAY

Abstract

The district of Ayancık, located in Sinop province, possesses a rich and diverse gastronomic heritage. This culinary culture has been shaped by the natural resources of the Black Sea, the contributions of Circassian and Abkhaz communities of Caucasian origin who settled in the region through migration, and the influence of local cultural traditions. The primary aim of this study is to examine the culinary culture of Ayancık, to identify its traditional dishes, and to document them in the form of standardized recipes. The study employed a qualitative research design, and data were collected through face-to-face interviews with 25 participants residing in both the Ayancık town center and its villages. The findings reveal that the Ayancık cuisine encompasses a wide variety of dishes, including meat-based meals, fish dishes, dairy products, vegetable and grain-based foods, pastries, and desserts. Its fundamental ingredients consist of locally cultivated products such as cabbage, corn, wheat, and beans; various fish species from the Black Sea; as well as wild herbs and mushrooms commonly found in the region. Local inhabitants prepare these natural resources using traditional knowledge and techniques, thereby creating healthy and distinctive flavors. Ayancık cuisine, with its distinctive variety of dishes and cultural context, has strong potential for gastronomic tourism. Moreover, ensuring the sustainability of this culinary heritage is crucial both for safeguarding cultural identity and for fostering local economic development. The documentation of traditional recipes, the promotion of sustainable production models, and the enhancement of infrastructure dedicated to gastronomic tourism are considered key strategies in preserving and transmitting this cultural legacy to future generations.

Keywords: Local food, Circassian food, Ayancık cuisine

Sorumlu Yazar

Nuray TÜRKER
tnuray@hotmail.com

Önerilen Atf:

Türker, N. ve Ayyıldız, S., (2025). Sinop Ayancık Mutfak Kültürünün Yöresel Reçeteleri ve Ritüel Yemekleri. *Journal of Academic Tourism Studies*, 6(2): 173-193.

1. GİRİŞ

Bir toplumun tarihini, kimliğini, coğrafyasını, inançlarını, geleneklerini ve yaşam biçimini yansıtan yöresel yemekler o toplumun en önemli kültürel unsurlarından biridir. Bu yemeklerde kullanılan malzemeler, pişirme yöntemleri ve sunum şekilleri, bölgenin coğrafi koşulları, tarihi ve kültürel etkileşimleri o yöre hakkında bilgi vermektedir. Ayancık mutfağı; coğrafyanın sunduğu malzemeler (Gürsoy ve Küçükaslan, 2016) ve göçler sonucu ortaya çıkan kültürel etkileşimlerle şekillenmiştir. Ayancık yemek kültüründe bölgede uzun yıllardır bir arada yaşayan Çerkes, Abhaz ve Gürcüler ile kırsal halkın yemek kültürü etkileşimlerini görmek mümkündür.

Yöresel yemekler mevsimlik ve yerel kaynaklı malzemeler içerdiğinden yörenin sürdürülebilir beslenme alışkanlıklarının korunması açısından büyük önem taşımaktadır. Yöresel yemekler hem ekonomik ve kültürel kalkınmaya hem de bir bölgede gastronomi turizminin gelişmesine katkı sağlamakta, böylece, bir bölgenin tanıtımında da önemli bir rol oynamaktadır.

Yöresel yemekler, tarih boyunca kuşaktan kuşağa aktararak kültürel sürekliliği sağlamaktadır. Bu yemeklerin unutulması, kültürel mirasın kaybolması anlamına gelmektedir. Mutfak geleneklerinin korunması ve nesiller boyu sürdürülebilmesi için bu tariflerin reçetelendirilerek kayıt altına alınması gereklidir. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı Sinop'a bağlı Ayancık ilçesinin yemek kültürünün incelenmesi, yöresel yemeklerin tespit edilmesi ve standart reçeteler oluşturularak bu yemeklerin kayıt altına alınmasıdır. İlgili alanyazında Ayancık mutfağı ile ilgili herhangi bir araştırmanın yapılmamış olması çalışmayı önemli kılmaktadır. Yapılan literatür araştırması bölgenin mutfak kültürü ve yiyecekleri ile ilgili akademik yayının yok denecek kadar az olduğunu göstermektedir. Öte yandan, yerel yönetimler tarafından yayımlanan il ve ilçenin tanıtım broşürleri ile yerel yönetimlerin web sitelerinde yöresel yemeklerle ilgili kısa bilgiler verilmiş ancak, reçeteler sunulmamıştır. Ayrıca, bu yayınlar, yöresel yemeklerin kültürel bağlamları, yerel ürünlerin üretimi, kullanımı, sürdürülebilirliği ve gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi ile ilgili bir bağlam sağlamaktan uzaktır. Bu nedenle Ayancık yemek kültürünün derinlemesine incelenmesi gereklidir. Öte yandan, bu çalışmanın Ayancık mutfağının özgün yemek kültürünü sistematik şekilde belgeleyerek, kültürel mirasın, yerel üretim ve geleneksel yöntemlerin korunmasına ve sürdürülebilirliğine, etnik ve kültürel çeşitliliğin yemek kültürüne yansımaları belgeleyerek bölgesel kimliğin güçlenmesine, bölgenin gastronomi turizmi potansiyeli ile ilgili farkındalık yaratarak kırsal turizmin gelişimine katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

Ayancık Karadeniz kıyısında yer alan bir sahil kasabasıdır. Karadeniz ikliminin hâkim olduğu Ayancık'ta, deniz seviyesinden başlayarak yüksek rakımlı ormanlık alanlara kadar uzanan farklı yüksekliklerde çok çeşitli bitki örtüsü ve ormanlık alanlar bulunmaktadır. İlçenin büyük bir kısmı ormanlarla kaplıdır. Ladin, kayın, gürgen, kestane ve meşe gibi ağaç türleri, Ayancık ormanlarının temelini oluşturmaktadır. Ayancık toprakları genellikle alüvyonlu olup humus açısından zengindir (Sinop İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, 2021). Bu ormanlık alanlarda Ayancık mutfağının önemli yiyeceklerinden biri olan çok çeşitli mantar türleri yetişmektedir.

Ayancık'ın engebeli topraklarında tarım; mısır, buğday, kuru fasulye gibi birkaç temel ürüne dayalıdır. Bu tarımsal bitkiler arasında mısır üretimi ön planda olup mısır hem yemek yapımında hem de hayvan yemi olarak kullanılmaktadır. Sinop İl Tarım ve Orman Müdürlüğü (2024) verilerine göre Ayancık'ta 3200 dekar alanda mısır tarımı yapılmakta olup 2024 yılında 1232 ton dane mısır elde edilmiştir. Tarımı yapılan bir diğer ürün de buğdaydır. 5400 dekar alanda tarımı yapılan buğdayın üretim miktarı 1316 tondur. Ayrıca, Karadeniz mutfağında sıkça kullanılan fasulye türleri ve lahana da Ayancık'ta yetiştirilen ürünler arasındadır (Gürsoy, 2020; Karadeniz Tarımsal Araştırma Enstitüsü, 2022). Sinop İl Tarım ve Orman Müdürlüğü (2024) verilerine göre kuru fasulye 1450 dekar alanda üretilmekte olup yıllık ortalama 233 ton, lahana ise 28 dekar alanda ekili olup 70 ton ürün elde edilmektedir.

Ayancık'ın ormanlık alanların çevresinde fındık bahçeleri de oldukça yaygındır (Sinop İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, 2020). Sinop İl Tarım ve Orman Müdürlüğü (2024) verileri dikkate

alındığında; 7720 dekar alanda fındık tarımının yapıldığı ve 629 ton ürün (kabuklu fındık) elde edildiği görülmektedir. Elma ve Armut ise Ayancık köylerinde yetiştirilen geleneksel meyve türleri arasında olup yıllık elma üretimi 508 ton, armut üretimi ise 362 tondur.

Ayancık kestane balı ile ünlüdür. Ayancık Tarım İlçe Müdürlüğü (2024) verilerine göre ilçede ÇKS'ye (Çiftçi Kayıt Sistemi) kayıtlı 7713 kovan bulunmaktadır. Kayıtsız olanlarla birlikte bu sayı 9000'e ulaşmaktadır. Bu kovanlardan elde edilen bal miktarı yıllık 90-100 ton civarındadır. Bölge ayrıca kestane üretiminde de ön plandadır. Öyle ki Karadeniz Bölgesi'nde toplanan tüm kestanelerin %20'si Ayancık, Erfelek ve Türkeli bölgesinde yetişmektedir. Yıllık ortalama 277 ton kestane (kabuklu) üretilmektedir (Sinop İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, 2024).

Ayancık ve köyleri büyük ve küçükbaş hayvancılığı bakımından gelişmiş değildir. Yörede toplamda 3350 civarında büyük baş, 1000 civarında da küçükbaş hayvan bulunmaktadır (Sinop İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, 2024). Bununla birlikte yörede et yemeklerinin sayısı oldukça fazladır.

Yörede doğal olarak yetişen otlar ve mantarlar mutfakta önemli yer tutmaktadır. Örneğin; çorbalarda ve böreklerde kullanılan ısırgan, salatalarda kullanılan kuzukulağı, kavurması yapılan Hodan (Ispıt) gibi (Özgüven, 2019). Bölgede özellikle kırsal kesim tarafından toplanan kanlıca, dilburan, fesleğen, yumurta mantarı gibi mantarlar (Cumhuriyet Gazetesi, 2024) kavurma ve turşu yapımında kullanılmakta ve sıklıkla tüketilmektedir.

Yörede balıkçılık da halkın hem geçim hem de beslenme kaynağıdır. Yörede bulunan balıkçı barınaklarına (Gebelit, Aliköy, Denizciler Mahallesi, Çamurca-Kuğu Yalısı, Ustaburnu) bağlı balıkçılar sıklıkla küçük tekneler ile kalkan, palamut, barbunya, iskorpit, çinekop, zargana, istavrit, hamsi, izmarit, palamut, mezigit, kefal, levrek, lüfer vb. balıkları avlamaktadır (Erdem vd., 2018). Yörede yapılan avcılık yörenin geleneksel balıkçılık geçmişine dayanmakta olup kıyı balıkçılığı şeklinde gerçekleştirilmektedir. Toplamda 35 tekne balıkçılıkla uğraşmaktadır. Bu teknelerin büyüklükleri 6-10 metre arasında olup daha çok küçük teknelerden oluşmaktadır (Ayancık Tarım İlçe Müdürlüğü, 2024). Yörede yıllık olarak avlanan balık miktarı 450 ton civarındadır (Sinop İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, 2024).

Ayancık, Karadeniz'in eşsiz doğası ve Kafkas göçmenlerinden (özellikle Çerkesler) kaynaklanan kültürel çeşitliliğiyle yöresel mutfak bakımından zengin bir mirasa sahiptir. İlçedeki yemek kültürü hem Karadeniz mutfağının genel özelliklerini hem göçmenlerin yemek kültürünü hem de Ayancık'a özgü unsurları yansıtmaktadır. İlçenin yemekleri, doğal malzemelerle yapılan, sağlıklı ve geleneksel lezzetlerle öne çıkmaktadır.

Ayancık ve köylerinde yaşayan Çerkesler, 1864 Büyük Çerkez Sürgünü ve 1877-1878 Osmanlı-Rus Savaşı sonrasında (Karkın, 2021) bölgeye yerleşmişler ve yörenin yemek kültüründe önemli izler bırakmışlardır. Bu dönemde Anadolu'ya gönderilen Çerkeslerin büyük bir kısmı, Karadeniz bölgesinde Trabzon, Samsun ve Sinop limanlarına bırakılmış, Çerkesler bu şehirlerin farklı bölgelerinde ikamet ettirilmiştir (Atasoy, 2014). Bu dönemde Ayancık ve çevresine yaklaşık 50-60 hane Çerkes yerleştirilmiştir. 1864-1867 yılları arasında bölgeye gelen 30 hane önce Kastamonu Devrekani Belovacıklı köyünde kısa bir süre yaşamış, ardından Ayancık ve çevresine taşınmıştır. 1877-78 Osmanlı-Rus Savaşı (93 Harbi) sırasında gelen 15 hane de bölgeye yerleştirilmiştir. Çerkeslerin yerleştirildiği alanlar arasında Armutluyazı, Ömerdüz, Büyükdüz, Yenice köyleri ve Ayancık ilçe merkezi bulunmaktadır. 1867'de gelen yaklaşık 50 hanelik Abhaz topluluğu da bu bölgeye yerleşmiştir. Ancak zaman içinde bu nüfus azalmış ve günümüzde yaklaşık 10 haneye düşmüştür. Ayrıca 93 Harbi sırasında Acara bölgesinden göç eden Gürcüler, Soğucaksu, Çamyayla (Lefken), Mestan ve Yenikonak köylerine yerleştirilmiştir (Ayyıldız ve Türker, 2024). Halihazırda Ömerdüz, Büyükdüz gibi köylerde yaşayan Çerkes nüfus geleneksel yemek kültürünü devam ettirmektedir.

Bu kültürel zenginlik Ayancık mutfağını etkilese de Karadeniz mutfağında yaygın olarak tüketilen mısır ve mısırdan yapılan yemekler Ayancık mutfağında da önemli bir yer tutmaktadır. Mısır, ekmekten çorbalara, dolmalara kadar pek çok yemeğin yapımında kullanılmaktadır (Gürsoy,

2018; Ayyıldız ve Türker, 2024). Özellikle mısır keşkeği yöresel yemekler arasında önemli bir yere sahiptir (Genç ve Seçim, 2019). Lahana da Ayancık mutfağının temel ürünlerinden biri olup lahana çorbası ve dolması yöreye özgü bir lezzettir (Sinop İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2022).

Karadeniz genelinde olduğu gibi Ayancık'ta da hamsi başta olmak üzere balık yemekleri mutfağın vazgeçilmezleridir (Özkan, 2020). Karadeniz'in geleneksel balıkçılık festivallerinde hamsi yemekleri ön plana çıkmaktadır (Ayancık Belediyesi, 2023). Ayancık mutfağında hamur işleri de yaygındır (Karadeniz Mutfak Vakfı, 2019). Tatlı ya da tuzlu olarak hazırlanan nokul, bir çeşit mantı olan haluj ve çok çeşitli iç malzemeler kullanılarak yapılan börekler mutfağın öne çıkan hamur işleridir. Bu haliyle zengin coğrafyası, çok kültürlü sosyal yapısı ve tarımsal üretim çeşitliliği göz önüne alındığında Ayancık, Türk mutfak kültürünün önemli bir örneğini temsil etmektedir.

2. YÖNTEM

Bu çalışmanın temel amacı, Sinop iline bağlı Ayancık ilçesinin gastronomi kültürünün incelenmesi, yöresel yemeklerinin tespit edilerek reçetelendirilmesi ve yazılı olarak kayıt altına alınmasıdır. Bu kapsamda çalışmada birincil ve ikincil kaynaklar kullanılmıştır. Birincil kaynaklar, Sinop'un Ayancık ilçesinde araştırmacılar tarafından yapılan görüşme, gözlem ve bizzat uygulama (yöresel yemekleri pişirme) gibi yöntemler kullanılarak elde edilmiştir. İkincil kaynaklar ise yöresel kültüre ait dokümanların (çok kısıtlı olmakla birlikte tez, makale vb.) ve çeşitli kurumlara ait istatistiki verilerin incelenmesini içermektedir.

2.1. Araştırmanın deseni

Ayancık ilçesinin mutfak kültürüne ilişkin ayrıntılı bilgilere ulaşılabilmek için çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın deseni, durum çalışması olarak belirlenmiştir. Durum çalışması, "nasıl" ve "niçin" sorularına odaklanan, araştırmacının durumlar üzerinde kontrolünün olmadığı, olayları veya olguları bizzat doğal yaşam alanında incelediği, olay ve gerçek yaşam arasındaki ilişkinin yeterince açık olmadığı durumlarda kullanılan bir araştırma yöntemidir (Subaşı ve Okumuş, 2017).

2.2. Araştırmanın katılımcıları ve veri toplama süreci

Araştırmanın katılımcıları Ayancık merkez ilçede ve köylerinde yaşayan kişilerdir. Katılımcıların seçilmesinde amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu bağlamda Ayancık Belediye başkanı ve Ayancık Belediyesi Kültür Müdürlüğü ile görüşmeler yapılmış, yerel yönetimlerin katkısı ile yöresel yemekler konusunda bilgisi olan kişilere ulaşılmıştır. Görüşme yapılacak olan kişilerin belirlenmesindeki en önemli ölçüt Ayancık mutfak kültürüne hâkim olması ve yemek üretim faaliyetlerinde (düğün yemekleri, ritüel yemekleri, toplu yemek üretimi vb.) bulunmasıdır. Araştırma, 6-9 Eylül 2023 tarihleri arasında Ayancık ilçe merkezi ile Ömerdüz, Büyükdüz ve Armutluyazı köylerinde gerçekleştirilmiştir. Bu köylerde Çerkez nüfus ağırlıklı olup yemek kültüründe Çerkes mutfağı belirgindir. Araştırmanın verileri, belirlenen köylerde yaşayan 25 kişi ile yüz yüze görüşme yapılarak toplanmıştır. Veriler tekrar etmeye başladığı için araştırma 25 kişi ile sınırlandırılmıştır. Görüşmeler ortalama 20-40 dakika sürmüştür. Yapılan ampirik araştırmadan elde edilen yemek reçeteleri kayıt altına alınmış, bu yemekler görüşme yapılan kişiler ya da araştırmacılar tarafından pişirilerek fotoğraflanmıştır.

Çalışmanın soruları araştırmacılar tarafından hazırlanmış, ancak Gastronomi ve Mutfak sanatları alanında çalışan 2 uzmanın da görüşüne başvurulmuştur. Soruların bu uzmanlar tarafından uygun bulunması ile yarı yapısal bir görüşme formu oluşturulmuş ve bu form Ayancık şehir merkezi ve köylerinde veri toplamak amacıyla kullanılmıştır. Araştırmada "Ayancık mutfak kültüründe yer alan gastronomik unsurlar, yemek malzemeleri, yemekler ve mutfak ritüelleri nelerdir?" sorusuna cevap aranmıştır. Katılımcılara demografik özelliklerinin yanı sıra aşağıdaki sorular yöneltilmiştir;

- Ayancık'ta pişirilen et yemekleri hakkında bilgi verir misiniz? Bunları nasıl (hangi malzemeleri kullanarak, hangi yöntemlerle) hazırlıyorsunuz?
- Ayancık'ta pişirilen hamur işleri/yemekleri ve unlu mamuller (hangi malzemeleri kullanarak, hangi yöntemlerle) hakkında bilgi verir misiniz?
- Süt ve süt ürünleri hakkında bilgi verir misiniz? Bunları nasıl (hangi malzemeleri kullanarak, hangi yöntemlerle) hazırlıyorsunuz?
- Ayancık'ta pişirilen sebze ve ot yemekleri hakkında bilgi verir misiniz? Bunları nasıl (hangi malzemeleri kullanarak, hangi yöntemlerle) hazırlıyorsunuz?
- Ayancık'ta pişirilen tatlılar hakkında bilgi verir misiniz? Bunları nasıl (hangi malzemeleri kullanarak, hangi yöntemlerle) hazırlıyorsunuz?
- İçecekler hakkında bilgi verir misiniz? Bunları nasıl hazırlıyorsunuz?
- Ayancık'ta yapılan kış hazırlıkları hakkında bilgi verir misiniz?
- Ayancık'ta pişirilen tören yemekleri (düğün, nişan, hıdırellez, bayram, vb.) hakkında bilgi verir misiniz?
- Ayancık mutfağında eskiden yapılan ama günümüzde yapılmayan yemekler var mı?

2.3. Araştırmanın veri analizleri

Yapılan görüşmeler katılımcının izni alınarak ses kayıt cihazı ile kaydedilmiş, elde edilen veriler Word belgesine aktararak metin haline getirilmiştir. Daha sonra veriler yazarlar tarafından içerik analizi ile analiz edilmiştir. İçerik analizinde Strauss ve Corbin'in (1990) kodlama, kategorileri belirleme, kategorileri isimlendirme ve bu kategorilerin özelliklerinin tanımlanmasını içeren analiz modeli kullanılmıştır. Elde edilen veriler için tema ve kod şemaları oluşturularak kodlama yapılmıştır. Araştırmadan elde edilen tema ve kodlar Tablo 1'de verilmektedir.

Tablo 1. Araştırmanın ana temaları ve kodları

Temalar	Kodlar
1. Ayancık yemekleri	Hayvansal gıdalar Et ve et yemekleri Balık ve balık yemekleri Süt ve süt ürünleri Bitkisel temelli gıdalar Sebze yemekleri Kuru baklagil ve tahıl ürünleri Unlu mamuller Tatlılar
2. Ayancık ritüel yemekleri	Düğün ve nişan yemekleri Bayram yemekleri Hıdırellez yemekleri
3. Ayancık mutfağında unutulmaya yüz tutmuş gastronomik unsurlar	Unutulmaya yüz tutmuş yiyecekler Unutulmaya yüz tutmuş içecekler

2.4. Araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliği

Bu araştırmada geçerlilik ve güvenilirliği sağlamak amacıyla bazı çalışmalar yapılmıştır. İç geçerlilik bağlamında; yapılan görüşmeler kaydedilmiş, elde edilen temalar katılımcı ifadeleri kullanılarak doğrudan alıntılarla desteklenmiştir. Dış geçerlilik bağlamında ise benzer araştırmalarda bulguların aktarılabilirliğini mümkün kılmak için katılımcıların özellikleri, araştırma alanı ve veri toplama süreci ayrıntılı bir şekilde açıklanmıştır.

Güvenirliği sağlamak için veriler iki farklı araştırmacı tarafından bağımsız şekilde kodlanmıştır. Daha sonra bu iki kodlama karşılaştırılarak ortak bir görüşe varılmıştır. Bununla birlikte; araştırmanın geçerliliğini artırmak için araştırmadan elde edilen bulgularla ilgili olarak bu alanda uzman iki akademisyenin görüş ve önerileri alınmış, elde edilen geri bildirimler dikkate alınarak gerekli düzeltmeler yapılmıştır.

Araştırmanın veri toplama ve analiz süreçlerine ilişkin tüm dokümanlar kayıt altına alınarak denetime açık hale getirilmiştir. Bulguların güvenilirliğini artırmak amacıyla, araştırmacılar önyargılarından bağımsız olarak katılımcıların bilgi ve deneyimlerine yer vermişlerdir.

Son olarak bu çalışma için Karabük Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kurulunun E-322817 sayılı kararı ile etik kurul onayı alınmıştır. Görüşme öncesi tüm katılımcılara ön bilgilendirme yapılmış, görüşmeler tamamen gönüllülük esasına uygun bir şekilde gerçekleştirilmiştir.

3. BULGULAR

Araştırmaya katılanların özellikleri Tablo 2’de verilmiştir. Buna göre katılımcıların 5’i erkek 20’si ise kadındır. Yaş aralığı 52-75 arasında değişmekte olup katılımcıların 1’i üniversite, 3’ü lise, 21’i ise ilkokul mezunudur. Katılımcıların çoğunluğu (15 tanesi) ev hanımıdır. Dördü ise emeklidir. Katılımcıların dokuz tanesi ilçe merkezinde, yedisi Armutluyazı Köyünde, beşi Büyükdüz Köyünde ve dördü ise Ömerdüz Köyünde yaşamaktadır. Katılımcılar ile yapılan görüşmeler ortalama 30 dakikadır.

Tablo 2. Katılımcıların tanımlayıcı bilgileri. Ayancık ilçe merkezi ile Ömerdüz, Büyükdüz ve Armutluyazı

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Eğitim durumu	Meslek	Yaşadığı Yer/Köy	Görüşme tarihi	Görüşme süresi
K1	Kadın	46	Lise	Ev Hanımı	İlçe Merkezi	7 Eylül 2023	22 dakika
K2	Kadın	63	İlkokul	Ev Hanımı	Ömerdüz	7 Eylül 2023	30 dakika
K3	Kadın	75	İlkokul	Ev Hanımı	İlçe Merkezi	7 Eylül 2023	38 dakika
K4	Kadın	53	İlkokul	İşçi	Armutluyazı	7 Eylül 2023	40 dakika
K5	Kadın	54	İlkokul	Ev Hanımı	Büyükdüz	7 Eylül 2023	27 dakika
K6	Erkek	69	Üniversite	Emekli	Büyükdüz	7 Eylül 2023	40 dakika
K7	Kadın	65	İlkokul	Ev Hanımı	Büyükdüz	7 Eylül 2023	36 dakika
K8	Kadın	56	İlkokul	Ev Hanımı	İlçe Merkezi	7 Eylül 2023	30 dakika
K9	Kadın	54	İlkokul	Esnaf	Armutluyazı	7 Eylül 2023	21 dakika
K10	Kadın	56	İlkokul	Ev Hanımı	İlçe Merkezi	7 Eylül 2023	28 dakika
K11	Kadın	63	İlkokul	Ev Hanımı	Ömerdüz	7 Eylül 2023	30 dakika
K12	Kadın	71	İlkokul	Ev Hanımı	Armutluyazı	8 Eylül 2023	36 dakika
K13	Kadın	52	İlkokul	Ev Hanımı	Ömerdüz	8 Eylül 2023	18 dakika
K14	Kadın	61	İlkokul	Ev Hanımı	İlçe Merkezi	8 Eylül 2023	27 dakika
K15	Erkek	67	Lise	Emekli	Armutluyazı	8 Eylül 2023	30 dakika
K16	Kadın	62	İlkokul	Ev Hanımı	İlçe Merkezi	8 Eylül 2023	31 dakika
K17	Kadın	55	İlkokul	İşçi	Armutluyazı	8 Eylül 2023	31 dakika

K18	Kadın	56	İlkokul	Ev Hanımı	İlçe Merkezi	8 Eylül 2023	35 dakika
K19	Kadın	54	İlkokul	İşçi	Armutluyazı	8 Eylül 2023	31 dakika
K20	Kadın	71	İlkokul	Ev Hanımı	Armutluyazı	8 Eylül 2023	36 dakika
K21	Kadın	55	Lise	Şef	İlçe Merkezi	8 Eylül 2023	28 dakika
K22	Erkek	70	İlkokul	Pazarcı	Büyükdüz	8 Eylül 2023	23 dakika
K23	Erkek	68	İlkokul	Emekli	Büyükdüz	8 Eylül 2023	27 dakika
K24	Erkek	63	İlkokul	Emekli	Ömerdüz	8 Eylül 2023	29 dakika
K25	Kadın	58	İlkokul	Ev Hanımı	İlçe Merkezi	8 Eylül 2023	27 dakika

Ayancık'ta yapılan ampirik çalışmadan elde edilen verilere dayanarak araştırmada (1) Ayancık Yemekleri, (2) Ayancık ritüel yemekleri ve (3) Ayancık mutfağında unutulmaya yüz tutmuş gastronomik unsurlar olmak üzere üç ana tema ile yedi kod belirlenmiştir.

3.1. Tema 1: Ayancık Yemekleri

3.1.1. Hayvansal gıdalar

Bu tema kapsamında et ve et yemekleri, balık ve balık yemekleri ile süt ve süt ürünleri incelenmiştir.

Et ve et yemekleri

Çoğunlukla büyükbaş hayvanların etinin tercih edildiği Ayancık mutfağında etler çoğunlukla kuzine üzerinde, 3 ayaklı ocaklarda ve güveçlerde pişirilmektedir. Et yemeği olarak özellikle kemikli et yemeği yapılmaktadır. Bu yemekten elde edilen etli kısım ile tirit (ıslama) hazırlanmaktadır. Bununla birlikte bölgeye ait diğer et yemekleri; güveç, et sote, sac tava, kuzu fırın (kuzu kavrulup fırına verilir) ve kuyu kebabıdır. Bölgede kuyu kebabı Kastamonu ve Safranbolu mutfaklarındaki gibi özel kuyularda (Ayyıldız vd., 2023) değil, köy fırınlarında yapılmaktadır. Ayrıca, köy tavuğundan soğuk bir yemek olan çerkez tavuğu hazırlanmaktadır. Çerkez tavuğu Ayancık'ta diğer mutfaklardan farkı olarak fırında kurutulmuş mısır unu ile yapılmaktadır. Ayancık mutfağında öne çıkan et yemeği kemikli ettir. Bu yemeğin reçetesi aşağıda verilmektedir (Reçete 1).

K1'in yemek yapımı ile ilgili verdiği bilgiler şöyledir.

"Yemeklerimizi güveçte ve 3 ayaklı ocaklarda yapıyoruz. Et yemeği olarak özellikle kemikli et yemeği geleneksel yemeğimizdir. Bunun dışında güveç, et sote ve sac tava gibi et yemekleri de yapılmaktadır. Kuyu kebabı ise köy fırınlarında yapılmaktadır." (K19)

Reçete 1. Kemikli Et ve Tirit

<u>Malzemeler</u>	<u>Miktarı</u>		
Yağlı kemikli et	2 kg		
Kuru soğan	2 baş		
Sarımsak	1 diş		
Biber salçası	1/2 çorba kaşığı		
Su	1-1,5 litre		
Acı kırmızı pul biber			
Sıvı yağ ya da tereyağı, Tuz			
		Foto 1. Kemikli Et	Foto 2. Tirit

Yapılışı

2 kg yağlı kemikli et tencereye konur, su koymadan kendi suyuyla kavrulur. 2 baş kuru soğan kuşbaşı doğranarak istenilen bir yağ ile kavurmaya devam edilir. Bir diş sarımsak, yarım çorba kaşığı biber salçası soğanla biraz daha kavrulur ve etin üzerine çıkacak kadar su (yaklaşık 1 litre) eklenir. Eğer pişirilen kemikli et tirit için kullanılacaksa daha fazla su konulur (yaklaşık 1,5 litre kadar) ve pul biber eklenir. Yemek güveçte ortalama bir saatte, tencerede ise bir saat 15 dakikada pişmektedir. Eğer kemikli et tirit için hazırlanmışsa kemikli etin suyu fırınlanmış tirit ekmeklerinin üzerine gezdirilir, etler kemiklerinden ayrılarak didilir ve ıslatılmış ekmeklerin üzerine serilir, üzerine bolca ceviz serpilir.

Balık ve balık yemekleri

Ayancık'ta kışın balık tüketimi oldukça fazladır. Bölgede mevsime göre en çok tüketilen balıklar; iskorpit (çarpan), hamsi, istavrit, çinekop ve çarpan balığıdır. İlçe merkezinden (sahilden) temin edilen balıklar, balıklardan yapılan yemekler ve balıkların pişirilmesinde kullanılan yöntemler Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Ayancık'ta tüketilen balıklar ve pişirme yöntemleri

Balık cinsi	Yemek adı	Kullanılan pişirme yöntemi
Hamsi	Hamsi tava, hamsi pilaki, hamsili ekmek	Kızartma, ızgara, fırında (kuzine) pişirme ve pilaki
Mezgit	Mezgit tava	Kızartma
Palamut	Fırında palamut, Palamut pilaki, Palamut tava, lakerda	Fırında pişirme, kızartma ve pilaki, balık tuzlama
Uskumru	Uskumru dolması	Fırında (kuzine soba) dolma şeklinde pişirme
Çinekop	Çinekop ızgara	Izgara
İskorpit (Çarpan)	Çarpan çorbası, çarpan pilaki	Haşlama, pilaki
Kırlangıç	Kırlangıç çorbası	Haşlama
Kefal	Papaz pilakisi	Pilaki
Kalkan	Kalkan tandır, papaz pilakisi	Açık közde pişirme (Tandır), buharda pişirme ve pilaki

Tablo 3'te görüldüğü üzere Ayancık'ta balık yemeklerinde kullanılan pişirme yöntemleri genellikle kızartma, fırınlama (kuzine), pilaki, ızgara, haşlama, buharda pişirme, açık közde pişirmedir. Ayancık'ta balık yemeği denildiğinde ilk akla gelen özellikle çarpan (iskorpit balığı) balığı ve kırlangıç gibi beyaz balıklardan yapılan çorbalardır. Hamsi kızartması, iç pilavlı hamsi yemeği ile kefal ve kalkan balığından yapılan papaz pilakisi Ayancık'ta sevilerek tüketilen önemli balık yemekleridir. Ayancık ilçesinde balıktan yapılan bir diğer balık yemeği kalkan tandırıdır. Kalkan tandır şöyle hazırlanır; kalkanın içi temizlenir, balık tuz ve tereyağı ile lezzetlendirilir. Bir fırın kabına yerleştirilen balık metal bir kapak ile üzeri örtülerek köze gömülür. Balık bu sayede kendi suyunda pişer. Bölgede iri palamuttan yapılan balık tuzlaması (lakerda) tüketilmektedir. Ayancık'ta sıklıkla yapılan fırında palamut yemeğinin reçetesi aşağıda verilmiştir.

K17 ve K21'in balık yemekleri ilgili görüşleri aşağıda verilmektedir.

"Çarpan çorbası çok sevilerek tüketilir, ama çarpan balıkçıya temizletilir mutlaka. Kıyıya daha yakın olanlar daha çok tüketir, çünkü erişebilirliği daha kolay." (K17).

"Bölgede kızartılan hamsi balığı sevilerek tüketilmektedir. Bununla birlikte "İç Pilavlı Hamsi" Ayancık'ta pişirilen lezzetli bir balık yemeğidir. İç pilav bol kuru soğan, kuş üzümü, çam fıstığı, taze dereotu ve nane, yenibahar ve karabiber ile hazırlanır. ...Ayancık'ta balıktan yapılan diğer bir popüler yemek Kalkan Tandır'dır." (K21)

Reçete 2. Çarpan (İskorpit) çorbası

<u>Malzemeler</u>	<u>Miktarı</u>
Çarpan balığı	2 adet
Havuç	1 adet
Kereviz sapı	2 dal
Sarımsak	2 diş
Kuru soğan	1 adet
Tereyağı	1 yemek kaşığı
Buğday unu	1 yemek kaşığı tepeleme
Arzuya göre 1 yemek kaşığı tel veya arpa şehriye veya pirinç kullanılabilir.	
<u>Yapılışı</u> Balığın filetosu çıkarılır ve küp küp doğranır. Balıktan geriye kalan kılçık, balığın kafası, kuru soğan, sarımsak, havuç, kereviz sapı ve su ile stok (balık suyu) hazırlanır. Daha sonra ince kıyılmış kuru soğan, sarımsak, tereyağı ve un ile bir miyane (roux) hazırlanır. Miyanenin içerisine küp küp doğranmış balıklar ilave edilir, içine 1 lt su (balık suyu) konularak pişirilir.	

Reçete 3. Fırında palamut

<u>Malzemeler</u>	<u>Miktarı</u>
İri palamut	2 adet
Kuru soğan	2 adet büyük
Yeşil biber	5 adet
Domates	2 adet
Limon	Yarım
Tereyağı	50 g
Sıvıyağ	50 g
Maydanoz	10-12 dal
Nane	1 tatlı kaşığı
Domates salçası	1 yemek kaşığı
Pul biber	1 tatlı kaşığı
Karabiber	1 tatlı kaşığı



Foto 3. Fırında Palamut

Yapılışı
Soğan piyazlık doğranıp sıvıyağda kavrulur. Hafif kavurulduktan sonra yeşil biber ilave edilerek biraz daha kavrulur. Daha sonra pul biber, nane, salça ilave edilerek salçanın kokusu çıkana kadar kavrulur. En son domates eklenerek bir harç yapılır. Bu harcın yarısı tepsiye dökülür üzerine balıklar dizilir, kalan harç balıkların üzerine konulur, dilimlenmiş limon eklenerek fırına verilir. Yemeğin çıkmasına yakın üzerine tereyağı ve maydanoz eklenir. Sıcak fırında takriben 4-5 dakika bekletilir.

Süt ve süt ürünleri

Ayancık'ta büyükbaş hayvanlardan elde edilen süt ile geçmişten günümüze dek çerkes peyniri yapılmaktadır. Bu peynir kahvaltıda, dilim dilim kızartılarak veya böreğe konularak tüketilmektedir. Çerkes peynirinin (köy peyniri) yapılışı şöyledir; 2 kg süt kaynatılır, üzerine süt kesilene kadar ayran dökülür. Oluşan tortular süzgeçten süzülerek bir tepsiye alınır. Daha sonra peynire bir tatlı kaşığı tuz eklenerek lezzetlendirilir. Peynir süzgeçli sepete koyularak üzerine ağırlık konulur ve peynir dinlendirilir.

3.1.2. Bitkisel temelli gıdalar

Bu tema çerçevesinde sebze yemekleri, kuru baklagil ve tahıl yemekleri ile unlu mamuller incelenmiştir.

Sebze yemekleri

Kara lahana yemeği Ayancık'ta yapılan en önemli sebze yemeklerindendir. Karalahana genel olarak kavurma, çorba, dolma ve bulgurlu yemeklerin yapımında kullanılmaktadır. Bölgede en çok tüketilen sebze yemeği karalahanadan yapılan Gürcü mancarıdır. Gürcüler ile yerel halk arasında Gürcü mancarının yapımında kullanılan malzeme bakımından farklılık bulunmakta olup Gürcüler mısır unu yerine haşlanmış mısır bulguru kullanmaktadırlar. Ayrıca diğer Karadeniz şehirlerinden farklı olarak Ayancık halkı karalahana yemeğinin üzerine kıyılmış ceviz ya da kestane serpmektedir.

Taze fasulye (cevizli yemeği ve turşusundan kavurma yapılıyor), yoğurtlu pırasa yemeği, pırasa kavurması (pırasa yoğurtlusu-meze) ve patlıcan salatası bölgede tüketilen önemli sebze yemekleridir. Ayancık'ta taze fasulye, bamya, patlıcan, biber ve domates gibi sebzeler kurutulularak kış için hazırlanır. Bu sebzelerin kışlık hazırlıkları şu şekilde yapılır: Öncelikle sebzeler, kaynar suda blanch edilerek (20-30 saniye kaynayan suya sokup çıkararak soğuk suda şoklama) sebzelerin acısı alınır. Sonrasında keten iplere dizilen sebzeler asılarak kurutulur. Bölgenin nemli olması nedeniyle iyi kurumama ihtimaline karşın sebzeler taş fırında kurutulabilir. Kurutulmuş sebzeler içine defne yaprağı konmuş bir bez torbada yenileceği zamana kadar muhafaza edilir. Kışın tüketmeden önce bu sebze kuruları kaynayan suda 10-15 dakika yumuşatılır. Yumuşayan bu sebzeler 2-3 baş soğan ve salça ile kavurularak tüketilir. Ayrıca bölgede taze fasulye, beyaz lahana, havuç gibi sebzelerden karışık turşu yapılmaktadır. Kışın bu turşu kuru soğan ile kavrularak ve üzerine bolca ceviz eklenerek tüketilmektedir. Bölgenin diğer kış hazırlıkları ise; kış armudundan yapılan uyusuk pekmezi içeceği, tarhana ve makarna (erişte) yapımıdır.

Bölgede çok sayıda doğal mantar yetişmekte, bu mantarlar yerel halk tarafından toplanmakta ve farklı pişirme yöntemleri ile hazırlanarak tüketilmektedir. Bu mantarlar arasında dilburan (dilbıran) mantarı, fesleğen mantarı, kanlıca mantarı, balkadın (ebişke) yumurta (sezar) mantarı, çiğyenen mantarı (çiğ yenir ve böreği yapılır), söbelek mantarı, kadı kavuğu, kuzu kulağı mantarı, kuzu göbeği, çarık mantarı, içi kızıl mantarı, sarı mantar, köstence mantarı, guguk mantarı ve gürgen mantarı bulunmaktadır. Bu mantarlar daha çok kavrularak, fırında kurutulularak, konserve ve turşu yapılarak tüketilmektedir. Bu mantarların nasıl tüketildiği Tablo 4'te verilmiştir.

Yörede yapılan sebze yemekleri ile ilgili olarak K5, K7 ve K14 aşağıdaki bilgileri vermişlerdir;

"Mancar (karalahana) yemeği, Karalahana turşusu, Yumurtalı mantar yemekleri olmazsa olmazımız." (K5)

"Taze fasulye, kasike (diken ucu, kadirik otu, ispit otu (zılbit otu) olarak geçiyor), pazı, labada ıspanak gibi sebze ve otlar pişirilir içerisine pirinç veya bulgur ilave edilir." (K7)

"Biz Abazhayız. Bizde ot kültürü çoktur. Haşıl (rezene, pazı ve ısırgan otu kavurması), diken ucu ve kazayak otu yeriz." (K14)

Tablo 4. Ayancık'ta yetişen mantarlar ve kullanma biçimleri

Mantarın adı	Kullanma biçimi
Kanlıca mantarı	Fırın yemeği yapılır (K2).
Fesleğen mantarı	Kızartılarak tüketilir (K6, K9). Ayrıca mevsiminde kurutulur, kışın bulgur ile birlikte yemeği yapılarak tüketilir (K6, K11). Çiğ mantara buğday bulguru eklenerek yemeği yapılır (K9).
Balkadın mantarı (Ebişke)	Kuru soğan ile kavrularak tüketilir (K6).
Dilburan (Dilbıran)	Dilburan mantarı bütün halinde mısır ununa bulanarak tavada kızartılır (K2, K3). Sacda veya ocakta kızartılarak tüketilir (K6, K11), haşlanıp kızartılarak da tüketilebilir (K9). Izgarası yapılır (K22). Mevsiminde konservesi yapılmaktadır. Dilburan mantarı kuşbaşı doğranır. Elle ovalanarak acısı alınır. Şişelere konserve gibi konularak mantarın üzeri

	geçene kadar suyla doldurulur ve şişenin kapağı sıkıca kapatılır. Bu konserve mantar kavurularak tüketilmektedir (Bkz. Dilburan Mantar Kavurması). Dilburan mantarı haşlanarak kışın tüketmek üzere derin dondurucuya da konulmaktadır.
Çarık mantarı	Turşusu yapılı, kuru soğan ve baharatlar ile kavurularak tüketilir (K6, K22). Ayrıca bulgur pilavına konularak tüketilir (K22)
İçi kızıl mantarı	Kuru soğan ile sotelenerek tüketilir (K6). Kuru soğan ile kavrulan mantarın üzerine yumurta kırılır (K9, K11).
Sarı mantar	Çok kıymetli bir mantardır. İlaç yapımında kullanılır. Ayrıca bölgede turşusu yapılarak, kuru soğan ile kavurması yapılarak tüketilir. Soğan ile birlikte kavrulan mantarın üzerine yumurta kırılarak kahvaltıda tüketilir (K11, K24).
Yumurta mantarı	Bamya gibi salyalı bir mantardır, soğan ile kavrulur (K6), kızartılarak da tüketilir (K9, K11).
Gürcü mantarı	İlkbaharda çıkar, böreği yapılı.
Çiğ yiyen mantarı	Çiğ yenir veya kuru soğan, yeşil biber ve domates ile kavurularak yumurtalı omleti yapılır.
Guguklu mantarı	Guguklu mantarı özellikle ilkbaharda (Nisan) toplanır, tirit yapılarak tüketilir. Soğan ile kavrulduktan sonra üzerine yumurta kırılarak kahvaltıda tüketilir. (K6, K11) Tirit yapımında ve börek içi malzemesi olarak kullanılır. (K22)
Kanlıca mantarı	Çoğunlukla çalılıklarda olur. Soğan ile kavrulur ya da ızgarası yapılır (K3).
Et mantarı (Çanak mantarı)	Et mantarı; kiren ve kestane ağaçlarının kütüğünde yetişir, ıspanak ile pişirilir veya kavurularak üzerine yumurta kırılır (K24). Soğan ile kavurularak üzerine yumurta kırılır ve kahvaltıda tüketilir (K9, K22).
Köstence Mantarı	Sote yapılarak tüketilir (K11).
Gürgen Mantarı	Tirit ve böreği yapılır (K22)

Katılımcılardan elde edilen bilgilere göre oluşturulan örnek bir mantar yemeği aşağıda verilmektedir.

Reçete 4. Dilburan mantar kavurması

Malzemeler Dilburan mantarı Kuru soğan Süt Sıvıyağ ve Tuz	Miktarı 500 gr 1 adet büyük 1 çay bardağı		
Foto 4. Dilburan Turşu			
Foto 5. Dilburan Kavurması			
Yapılışı 1 adet kuru soğan yemeklik doğranarak kavrulur. Cam kavanozdan çıkarılan mantarlar sıkılarak suyundan arındırılır, mantarlar kavrulan soğanların içerisine katılır, üzerine lezzetlendirmek ve yumuşatmak için bir çay bardağı süt eklenir. Süt kıvam aldıktan sonra ocak kapatılır. İstenirse yumurta kırılarak da tüketilebilir.			

Ayancık mutfak kültüründe doğada yetişen otlarla çeşitli yemekler yapılmaktadır. Özellikle pazı, ısıt (zılbıt) otu, ısırgan otu, diken ucu (kasige), kazayağı (gaziyağı) otu, labada ve rezene otunun (yalnız Abhazlar kullanmaktadır) kavrularak (yumurtalı), yoğurtlu meze olarak, pirinç veya bulgur ile pişirilerek tüketildiği belirlenmiştir. Ayrıca ısıt otundan bir çeşit krep olan *İstet* pişirilmektedir. Ayancık'ta bulunan Abhazlar otlardan *Harşıl* denen bir çeşit yemek yapmaktadır. Bu yemek pazı, ısırgan otu veya rezene otlarından herhangi biri ile yapılmaktadır. Bu yemeğin yapılışı; otlar haşlanır (orijinali rezene otuyla yapılandır). Haşlanan otlar bırırcığa (kendi ürettikleri biber tuzu) ile ezilir. İçine sarımsak ve yoğurt ilave edilerek meze kıvamına getirilir. Taze kişniş (ahuska) ve taze soğan ince ince kıyılarak içine konulur.

Kuru baklagil ve tahıl ürünleri

Bölgede kuru baklagil çeşidinin oldukça az olduğu belirlenmiştir. Yemeklerde çoğunlukla kuru fasulye ve barbunya kullanılmakta, keşkek içine veya ezilerek macun kıvamına (meze gibi) getirilerek tüketilmektedir. Bölgedeki Çerkeslerin *Geçivubu* (fasulye ezmesi) yemeği, haşlanmış fasulyenin ağaç havanlarda hamur gibi olana kadar dövülmesi ile hazırlanır. Daha sonra içerisine ezilmiş sarımsak, yağ (evde ne varsa), kırmızı biber, tuz ve nane ilave edilerek ekmek veya Çerkez pastası ile tüketilir.

Bölgedeki Abhazların *Agudurşu* (fasulye ezmesi) yemeği, bahçede kendi halinde kuruyan sarı fasulye (Abhaz fasulyesi) ile yapılmaktadır. Fasulyeler püre kıvamına gelene kadar haşlanır. İçine bırırcığa (kendi ürettikleri biber tuzu) eklenir, macun şekline getirilerek birbirine karıştırılır. Üzerine ince kıyılmış yeşil soğan ve taze ahuska (kişniş) konulur. Son olarak üzerine tereyağı eritilerek dökülür ve mısır pastası ile tüketilir.

Ayancık mutfağında buğday ve buğday unu kullanımı azdır. Buğday ununun genellikle formülasyon ürünü (mısır unu ile karıştırmak için) olarak kullanıldığı, buğday yerine kavrulmuş mısır bulgurunun kullanıldığı görülmektedir. Günümüzde Ayancık mutfağında bulgur tüketimi çok azdır, pirinç ise yemeklerde kullanılmaktadır. Bölgede en fazla kullanılan tahıl mısırdır. Mısır tarladan toplandıktan sonra fırınlarda kurutulur. Sonrasında ise çeşitli büyüklüklerde öğütülerek yemeklerde kullanılır.

Yapılan görüşmeler, Çerkeslerin aşure yapımında nohut kullandığına dair bilgi sunsa da nohut kullanımı ile ilgili başka bir veriye rastlanmamıştır. Çerkes aşuresinde mısır (bütün halde) bir gece suda bekletilir, ertesi gün tek tek kabukları soyulur, kuru fasulye, nohut, kuru peynir, tuz ve acı biber ile kazanda pişirilir. Piştikten sonra ekonomik durumu daha iyi olanlar içerisine füme et ilave ederler. Ayrıca atık çıkarmamak için kuru ekmeklerin değerlendirildiği yemekler de bulunmaktadır. Bunlar; Papara yemeği, ekmek tatlısı ve yumurtalı mısır ekmeğidir.

K17 ve K21'in baklagil ve tahıl yemekleri ile ilgili görüşleri aşağıda yer almaktadır.

"Çerkesler mısır ununu çok kullanır. Çerkez pastası ve Mamalinga kültürümüzün önemli yemekleridir." (K6)

"Kuru ekmekleri atılmaz, mutlaka değerlendirilir. Örneğin; yoğurtla ıslanan ekmekler kıymayla birleştirilerek papara yemeği yapılır. Ekmek tatlısı ve mısır ekmeği ile yumurtadan da çok sık tüketilen yumurtalı mısır ekmeği yapılır." (K12).

Unlu mamuller

Bölgede unlu mamuller denildiğinde özellikle börekler akla gelmektedir. Bu börekler daha çok ritüel yemekleri olarak tüketilmektedir. Ayancık'ta düğün ve bayramlarda pirinç böreği (köylerde açık ateşte sac üzerinde veya gazlı saclarda pişirilir), yine bayramlarda cevizli ve üzümli nokul ve haluj ile Hıdırellez'de balkabağı veya kestaneden yapılan çıkırım böreği pişirilmektedir.



Foto 6. Cevizli Pekmezli Börek



Foto 7. Palaz Böreği

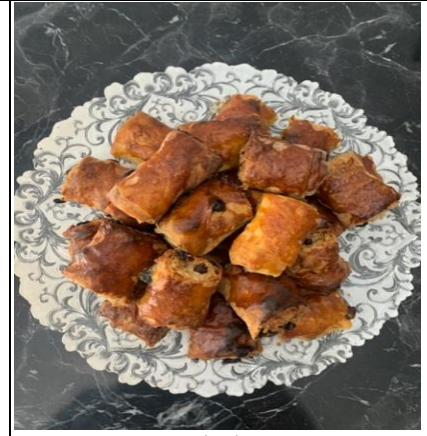


Foto 8. Nokul

Fotoğraf 1. Ayancık mutfağından bazı unlu mamuller

Bölgede tüketilen diğer bir börek ise pekmezli cevizli börektir. Bu böreği civar mutfaklardan ayıran en önemli özellikler; Ayancık'ta böreğin yapımında fırıncık armudu pekmezinin ve Ayancık cevizinin kullanılmasıdır. Pişirme tekniği bakımından diğer börekler ile aynı olan bu böreğin iç malzemesi haşlanmış kestane ve balkabağından oluşur. Bu börek ortalama 10 kat yufka ile yapılmaktadır. Her bir yufka katına iç harcı (ceviz, pekmez, pirinç veya kestane) ile süt, sıvı yağ ve su ile hazırlanan bir sıvı karışım dökülmektedir.

Unlu mamuller olarak kıvrım böreği (kestaneli ve pekmezli cevizli), ısırgan otlı çarşaf böreği, patatesli gül böreği, palaz böreği ve değirmen çöreği (kül çöreği- köz üzerinde pişirilir) Ayancık mutfağının önemli lezzetleri arasında yer alır. Palaz böreği (kavrulmuş kuru soğan ve ceviz koyulur), rulo halinde (gül böreği gibi) yapıldıktan sonra tekrar oklava ile servis tabağı boyutunda açılan ve üzerine yağ sürülerek sacda pişirilen bir börektir. Aşağıda börek yapım aşamaları gösterilmektedir.



Foto 9. Cevizli Börek



Foto 10. Pirinç Böreği



Foto 11. Pekmezli Cevizli Börek

Fotoğraf 2. Ayancık mutfağında börek yapımı

Ayancık'ta önemli bir unlu mamul de Ayancık mantısıdır. Bu mantıyı Sinop mantısından ayıran en önemli özellik Ayancık mantısının bol kıymalı olmasıdır. Matez, erişte, mantı, kıymalı mantı (eski adı kulak) mutfaklarda pişirilen diğer mantı türleridir.

Son olarak Ayancık mutfak kültüründe yer alan unlu mamuller arasında ekmekler de bulunmaktadır. Önemli ekmekler arasında bayram ekmeği (bayramda yapılır), külçe ekmeği (düğünlerde yapılır), hamsili ekmek, pırasalı mısır ekmeği ve ekmek güdesi (mısır unu, buğday unu ve ekşi maya ile yapılır) yer almaktadır.

Tatlılar

Ayancık'ta yapılan tatlılar çoğunlukla kocakarı gerdanı (bir çeşit baklava), baklava, sütlaç, muhallebi, su muhallebisi (çalmaç), sıkmık (lokma), yufka tatlısı, aşure (tuzlu ve tatlı), ekmek tatlısı, un helvası, uyusuk pekmezi (bir çeşit kış armudu) ile yapılan pekmezli helva ve dökme nişasta

helvasıdır. Ayancık mutfak kültüründe sıklıkla tüketilen kocakarı gerdanının reçetesi aşağıda verilmektedir.

Reçete 5. Kocakarı gerdanı (1 tepsi)

<u>Malzemeler</u> Hamur malzemeleri 2 yumurta 1 çay bardağı süt 1 çay bardağı yoğurt 1 çay bardağı karbonat Aldığı kadar un İç malzemeleri 500 gr ceviz Sadeyağ Şerbet malzemeleri 3 su bardağı toz şeker 3 su bardağı su		
Foto 12. Kocakarı gerdanı		
<u>Yapılışı</u> Yumurta, süt, yoğurt, karbonat ve un ile kulak memesi kıvamında bir hamur elde edilerek dinlendirilir. Bezelere ayrıldıktan sonra çok ince bir şekilde açılır. İçerisine yağ gezdirilir ve ceviz döşenir (serpilir). Yufka oklavaya sarılarak büzülür, dilim dilim kesilir ve pişirmek için fırına verilir. 3 su bardağı şeker ve 3 su bardağı su ile şerbet hazırlanır. Ilık hale gelen şerbet sıcak tatlının üzerine dökülür.		

3.2. Tema 2: Ayancık ritüel yemekleri

Ayancık'ta düğün, nişan, kına, bayram ve Hıdırellez gibi özel günlerde yapılan yemekler aşağıda verilmiştir.

3.2.1. Düğün ve nişan yemekleri

Ayancık'ta kına törenleri için yapılan ekşi mayalı *külçe ekmeği* gelin evine götürülmektedir. Ayancık'ta düğünlerde keşkek ve üzerine konmak üzere bölgenin neredeyse en önemli et yemeği olan kemikli et pişirilmektedir. Ayrıca düğünlerde tepsi tepsi yapılan pirinç böreği düğün sahibinin prestijini göstermektedir. Düğünlerde erkek tarafı tepsideki pirinç böreğinin ortasını açarak (yuvarlak bir yer açar) içerisine patates yoğurtlaması koyar. Patates yoğurtlaması; patatesin tuzlu suda haşlanması, dilimlenerek üzerine sarımsaklı yoğurt ilave edilmesiyle yapılır. Düğün yemekleri arasında kuşbaşı et kavurması ve sıklıkla tatlısı da yer almaktadır.

Konu ile ilgili olarak K16'nın görüşleri aşağıda verilmektedir.

"Bizde düğünler lezzetlidir. Yemeksiz düğün olmaz. Keşkek üzerine kemikli et ile pirinç böreği ve yaprak sarması en önemli düğün yemeklerimizdir." (K16)

3.2.2. Bayram yemekleri

Bayram ekmeği bayram günü için yapılan bir ritüel ekmeğidir. Bayram ekmeği, buğday unundan hazırlanan hamurun altına defne yaprağı veya lahana yaprağı konularak pişirilir. Ayrıca, bayramlarda ceviz, kestane veya peynir iç dolgusuyla yapılan Haluj (pişi veya çiğ böreğe benzer) bölgenin önemli unlu mamullerinden biridir. Halujun geçmişten günümüze gelen özgün hali şeker ve cevizle üretilendir. Bayram günleri için yapılan diğer yemekler, karalahana sarması, asma yaprağı sarması, pirinç böreği, üzümlü nokul, kabak yoğurtlama ve biber yoğurtlamadır.

K7 ekmek yapımını şöyle anlatmaktadır;

"Maya ile buğday unu birlikte yoğurulur, hamur yapılır, hamurun altına defne veya lahana yaprağı konularak pişirilir. Bu bizim bayramlarda mutlaka yaptığımız bir ekmektir." (K7)

3.2.3. Hıdırellez yemekleri

Ayancık'ta Hıdırellez gününde neredeyse bölgenin tek et yemeği olan kemikli et yemeği yapılmaktadır. Pişirilen et keşkek yemeğinin üzerine döşenir. Hıdırellez günü yapılan diğer önemli yemekler; çıkarım böreği (balkabağı veya kestane böreği), kestane kebabı ve yumurta haşlamasıdır.

3.3. Tema 3: Ayancık mutfağında unutulmaya yüz tutmuş gastronomik unsurlar

3.3.1. Unutulmaya yüz tutmuş yiyecekler

Ayancık mutfak kültüründe bazı lezzetlerin geçmişten günümüze ulaşamadığı belirlenmiştir. Örneğin, soğan mıhlaması eskiden önemli bir düğün yemeği iken günümüzde unutulmaya yüz tutmuş yemekler arasında yer almaktadır. Soğan mıhlaması, soğanların oldukça iri parçalar halinde piyaz şeklinde doğranıp tereyağında kavrulması ile yapılır. Daha sonra soğanlar farklı bakır tabaklara alınır ve bir baş soğana bir yumurta olacak şekilde soğanların üzerine yumurta kırılır, tuz ve pul biber ilave edilerek pişirilir.

Eski zamanlarda etler parçalara ayrılır, taş ocaktaki çengelli zincire asılarak füme edilir ve kurutulurdu. Bu ete *Ligojağ* denirdi. Çerkez peyniri de benzer şekilde füme edilirdi. Ekmek olarak mamalinganın (mısır unu, tuz, su, dövülmüş ceviz ve tereyağı ile yapılan koyu kıvamlı bir yemektir) ortasına *Ligojağ* denilen bu füme et veya füme Çerkez peyniri konulurdu.

Ayancık'ta eskiden şeker pancarı yetiştirilir ve şeker pancarı bulgur ile pişirilerek tüketilirdi. Ancak günümüzde bu yemek yapılmamaktadır. Yapılan literatür taramasında Ayancık ve civardaki kıyı yerleşimlerinin yemek kültüründe şeker pancarı ile ilgili bir yemeğe rastlanmamıştır.

Pirinç böreği unutulmaya yüz tutmuş olan bulgur böreğinin yerine yapılan bir yemektir. Eskiden pirinç tahılına ulaşmak çok zor olduğundan bu börek bulgur ile yapılmaktaydı. Ayrıca, su böreği de Ayancık mutfak kültüründe unutulmaya yüz tutan yiyecekler arasında yer almaktadır.

Yeşil domatesten yapılan turşu kavurması da günümüzde önemini kaybetmiştir. Eskiden yeşil domatesler yıkanır, taş ile kırılır ve tuz ve sirke eklenerek küplere basılırdı. Bu turşu kullanılacağı zaman yıkanarak tuzundan arındırılır, soğanla ve sade yağ ile kavrulur ve üzerine bolca ceviz serpilirdi. Günümüzde ise bu turşu kavurmasının yerini fasulye turşusu veya beyaz lahanalı karışık turşular almıştır. Ayancık mutfağında taze veya kuru erik ile ayvadan yemek yapılırdı. Erik veya ayva çok az su ile pişirilerek yumuşatılır ve bir tabağa dizilirdi. Bol kuru soğan bol tereyağında kavrulur ve meyvelerin üzerine sos olarak dökülürdü.

3.3.2. Unutulmaya yüz tutmuş içecekler

Yapılan görüşmelerde eskiden bayramlar için hazırlanan ve bir içecek olan Fötenin de unutulmaya yüz tuttuğu belirlenmiştir. Föte; fırınlanmış mısırdan elde edilen mısır unu, su ve tuz ile yoğurularak hazırlanırdı. Topak topak yapılan hamur kaynayan tuzlu suda haşlanırdı. Daha sonra hamur teknesinde bir kez daha yoğurulur ve mayalanması için 10-15 gün beklenirdi. Daha sonra küplerin dibine darı konulur, bu boza kıvamındaki cıvık karışım küpe doldurularak mayalanmaya bırakılır ve boza olarak içilirdi.

Tablo 3. Katılımcılara göre Ayancık'ta yapılan Yemekler

Katılımcı	Kemikli et	Tirit	Mısır keşkeği	Çarpan çorbası	Fırında palamut	Gürcü mancarı (Karalahana yemeği)	Pirinç böreği	Pekmezli ceviz böreği	Kestane böreği	Isırgan otu yemeği	Mantar kavurması	Sinop mantısı	Mamalıka	Kocakarı gerdanı	Turşu kavurması	Çerkez Peyniri	Çerkez Tavuğu (Şipsi)
K1	X					X	X	X					X				
K2	X	X	X			X			X	X							
K3	X		X			X	X		X		X	X					
K4							X	X	X		X	X			X		
K5		X				X		X		X	X			X	X	X	X
K6		X						X	X	X	X		X			X	X
K7			X					X	X		X					X	X
K8	X		X	X	X							X		X	X		
K9	X	X									X				X		
K10						X	X	X	X					X			
K11		X						X		X	X				X	X	X
K12		X	X			X			X				X				X
K13											X			X		X	X
K14										X	X						X
K15						X		X					X				X
K16		X	X	X	X		X	X	X				X		X		
K17	X	X	X	X	X							X					
K18						X	X	X	X	X	X			X	X		
K19				X	X	X							X	X			
K20	X	X	X	X	X									X			
K21	X	X	X	X	X								X	X			
K22	X	X	X				X	X	X	X	X				X	X	X
K23	X	X	X				X	X	X		X		X			X	X
K24									X	X	X			X		X	X
K25	X	X	X	X	X		X	X	X		X		X	X	X		
TOPLAM	11	13	12	7	7	9	9	13	13	8	14	4	9	10	9	8	11

Kaynak: Görüşmelerden elde edilen verilerden yararlanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo incelendiğinde; katılımcıların en sık mantar kavurması (14 kişi), tirit (13 kişi), pekmezli ceviz böreği (13 kişi) ve kestane böreğinden (13 kişi) bahsettikleri görülmektedir. Bu durum bölgede mantar kültürünün oldukça yaygın olduğunu, ayrıca Ayancık mutfağında tahıl ürünlerinden yapılan yiyeceklerin ağırlıklı olarak tüketildiğini göstermektedir. Sonrasında ise en çok bahsi geçen yemekler mısır keşkeği (12 kişi), kemikli et (11 kişi) ve Çerkez tavuğu diğer bir adıyla Şipsidir (11 kişi). Özellikle ilçe merkezinde et yemeklerinin tüketimi fazladır. Öte yandan, kocakarı gerdanı da (10 kişi) sıklıkla tüketilen bir tatlıdır.

4. SONUÇ

Sinop'un Ayancık ilçesi yemek kültürü üzerine odaklanan bu çalışmada Ayancık yemekleri ve mutfak kültürü belirlenmiş, elde edilen yemekler reçetelendirilmiş, pişirilmiş ve fotoğraflanarak sunulmuştur. Araştırmanın Ayancık üzerine odaklanmasının temel nedeni; Ayancık yemek kültürü ile ilgili literatür eksikliğinin olması, Ayancık Belediyesi'nin araştırmacılara bu konudaki desteği ve bölgede turizmin gelişmesi yönündeki çabasıdır. Ayancık günümüzde önemli bir ekonomik gelişme

kaydetmemiş olsa da ilçe, 1940'lı yıllarda bölgeden elde edilen orman ürünleri nedeniyle yerel ekonominin gelişmiş olduğu bir yerdir. 2021 yılında yaşanan sel felaketi şehirde büyük yaralar açmıştır. Yol ve köprü yapım ve onarım çalışmaları halen devam etmektedir. Karadeniz kıyısında bulunan Ayancık'ta turizm sektörü de çok az gelişme göstermiştir. Bunun kıyı turizmi bağlamındaki en önemli nedeni bölgede deniz mevsiminin kısa olmasıdır. Bölgenin güneşlenme süresinin de kısa, denizin ise sıklıkla dalgalı olması kıyı turizminin gelişmesini engellemektedir. Ancak, Ayancık sahip olduğu doğal güzellikler, özgün ve lezzetli mutfağı nedeniyle doğa turizmi, kırsal turizm, gastronomi turizmi gibi turizm türlerinin gelişmesine elverişli kaynaklara sahiptir.

Pek çok yörede olduğu gibi Sinop ilinde de mutfak kültürü ve tüketilen yemekler oldukça benzerdir. Bununla birlikte; il merkezi, ilçeler ve köy bazında küçük farklılıklar da bulunmaktadır. Örneğin; Sinop kent merkezinde mantı ve balık öne çıkarken, Çerkes köylerinde yemek kültürü et yemekleri özelinde değişmektedir. Kıyı kesimlerde balık yemekleri ağırlıklı iken Boyabat gibi ilçelerde et yemekleri, pirinç yetiştirilen Boyabat ve Durağan'da ise pirinç yemekleri daha yaygındır.

Bu araştırma, Ayancık ilçesi ve köylerindeki gastronomik kültürün oldukça zengin, çeşitlilik arz eden ve farklı kültürel unsurların etkileşimiyle şekillenen bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır. İlçenin yemekleri, doğal malzemelerle yapılan, sağlıklı ve geleneksel lezzetlerle öne çıkmaktadır. Sonuçlar, Ayancık mutfağında kemikli et ve tirit gibi et yemeklerinin, çarpan çorbası, kalkan tandır ve hamsili pilav gibi balık yemeklerinin, Çerkes peyniri gibi süt ürünlerinin, karalahana ve Gürcü mancarı gibi sebze yemeklerinin, Agudurşu ve Geçivubu gibi baklagil temelli lezzetlerin, pirinç böreği, palaz böreği, nokul gibi unlu mamullerin ve kocakarı gerdanı gibi tatlıların öne çıktığını göstermektedir. Bu mutfak kültüründeki çeşitlilik hem Karadeniz'in doğal kaynaklarının hem de Çerkes ve Abhaz gibi Kafkas kökenli toplulukların bölgeye kazandırdığı mutfak mirasının etkisini açıkça yansıtmaktadır.

Yapılan literatür çalışmasında da Ayancık mutfağının, Karadeniz'in eşsiz doğası ve Kafkas göçmenlerinden (özellikle Çerkesler) kaynaklanan kültürel çeşitliliğiyle zengin bir mutfak mirasına sahip olduğu görülmektedir. Ayancık ve köylerinde yaşayan Çerkesler, 1864 Büyük Çerkez Sürgünü ve 1877-1878 Osmanlı-Rus Savaşı sonrasında (Karkın, 2021) bölgeye yerleşmişler ve yörenin yemek kültüründe önemli izler bırakmışlardır. Bu dönemde Anadolu'ya gönderilen Çerkeslerin büyük bir kısmı, Karadeniz bölgesinde Trabzon, Samsun ve Sinop limanlarına bırakılmış, Çerkesler bu şehirlerin farklı bölgelerinde ikamet ettirilmiştir (Atasoy, 2014). Dolayısıyla ilçedeki yemek kültürü Karadeniz mutfağının genel özelliklerini, göçmenlerin yemek kültürünü ve Ayancık'a özgü unsurları oldukça iyi yansıtmaktadır. Bu durum ise gastronomi turizmi bakımından değer taşımaktadır. Mutfaktaki etnik çeşitlilik gastronomi değer zinciri bakımından avantaj yaratmaktadır.

Karadeniz kıyısında yer alan Ayancık'ta, özellikle kış aylarında zengin balık tüketimi belirgindir. Çarpan (iskorpit) çorbası, kalkan tandır ve hamsili yemekler bölge mutfağının simgesel deniz ürünleridir. Deniz mahsullerindeki bu çeşitlilik hem coğrafi konumun hem de mevsimsel üretimin mutfak kültürüne etkisini ortaya koymaktadır. Bölgede taze fasulye, pırasa ve patlıcan gibi sebzelerin kurutulularak ya da turşu yapılarak kışa hazırlanması, mutfağın sürdürülebilirlik ve saklama yöntemleri bakımından güçlü olduğunu göstermektedir. Çerkes peyniri, bölgenin en karakteristik süt ürünüdür. Bu peynirin halen köylerde geleneksel yöntemlerle yapılması, gastronomik mirasın canlılığını göstermektedir.

Pirinç böreği, palaz böreği, nokul ve haluj gibi unlu mamul yemekleri ritüel ve gündelik yaşamda önemli bir yere sahiptir. Düğünlerde yapılan pirinç böreği, bayramlarda hazırlanan haluj ve bayram ekmeği, Hıdırellez'de pişirilen çıkarım böreği ve kestane kebabı gibi ritüel yemekler toplumsal bellekte özel bir yer tutmaktadır. Bununla birlikte; böreklerde Ayancık cevizi ve fırıncık armudu pekmezinin kullanılması, yerel ürünlerin mutfakta değer kazanmasına katkıda bulunmaktadır.

Bölge mutfağında kuru fasulye ve barbunya kullanımının yoğunluğu dikkati çekmektedir. Çerkeslerin Geçivubu, Abhazların Agudurşu yemekleri, bölge mutfağında kültürel çeşitliliği

yansıtmaktadır. Bölgenin temel tahılı mısır olup, mamalinga gibi yemekler bu durumun en belirgin göstergesidir. Ayyıldız ve Türker'in (2024) yaptığı araştırmada, mısır ununun Ayancık'ta Sinop'un diğer bölgelerden farklı olarak kavru olarak kullanıldığı ve bu uygulamanın bölge mutfağının ayırt edici özelliklerinden biri olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu, yemek alışkanlıklarının yalnızca toplumdan topluma değil, aynı toplum içerisinde dahi zaman zaman farklılık gösterebileceğini ortaya koymaktadır (Yıkılmış vd., 2024).

Yapılan çalışmada soğan mıhlaması, bulgur böreği ve föte gibi bazı geleneksel yiyecek ve içeceklerin neredeyse unutulduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu, yerel gastronomik mirasın sürdürülebilirliği için koruma ve yeniden canlandırma çalışmalarının gerekliliğini ortaya koymaktadır. Ayancık mutfağının eşsiz lezzetleri, bölgenin ekonomik kalkınmasına ve turistik çekiciliğine katkıda bulunabilecek güçlü bir miras olarak değerlendirilmektedir. Ayancık, yerel mutfacı ve doğal güzellikleriyle kırsal turizm, gastronomi turizmi gibi turizm türleri açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Ancak, unutulmaya yüz tutmuş yemeklerin ve geleneklerin yeniden canlandırılması ve tanıtılması gereklidir. Bu tür çabalar, sadece bölgenin kültürel birikiminin korunması ile kalmayacak, aynı zamanda bölgenin ulusal ve uluslararası düzeyde tanınmasına katkı sağlayacak ve bölgenin ekonomik kalkınmasını ve turizmini de destekleyecektir.

Bu çalışma alanyazına teorik katkılar sunmaktadır. Bu araştırma, Ayancık mutfağının sadece bir yemek listesi olmadığını, aynı zamanda bölgenin tarihi, kültürel etkileşimleri, geleneksel yaşam biçimi ve sürdürülebilir yaklaşımların bir yansıması olduğunu ortaya koymaktadır. Diğer yörelerde olduğu gibi Ayancık mutfak kültüründe de coğrafya belirleyici bir rol oynamaktadır. Nitekim Türker ve Ayyıldız'a (2023:196) göre "*ne yediğimizi yaşadığımız coğrafya belirlemektedir.*" Bir yörede yetişen ürünler beslenme alışkanlıklarını büyük ölçüde etkilemektedir. Örneğin; Karadeniz iklimi mantar, kestane, fındık gibi ürünlerin yetişmesine imkân sağlarken; Ayancık'ın Karadeniz kıyısında bulunması ise balıkçılık ve deniz ürünlerinin (hamsi, kalkan, iskorpit vb.) mutfaktaki yerini ve önemini açıklamaktadır.

Aynı coğrafyada yaşayan farklı kültürel topluluklar yörenin yemek kültürünü etkilemekte, zenginleştirmekte ve özgün bir kimlik yaratmaktadır. Pratt'a (2007) göre yiyecek ve içecek bir yörenin kültürü ve kimliği ile ilişkilidir ve yöresel yiyecekler bir bölgenin sahip olduğu kimliğin bir göstergesidir. Yemeği kültürel kimlik ile ilişkilendiren Uğurkan ve Alyakut (2020) farklı etnik kültürlerin ulusal mutfakların şekillenmesindeki önemini vurgulamıştır. Ayancık'ta uzun yıllardır bir arada yaşayan Çerkes, Abhaz ve Gürcü toplulukları ile kırsal halkın yemek kültürleri birbirini etkilemiştir. Kafkas kökenli halklar, mutfaca belirgin bir etnik çeşitlilik katmıştır. Öte yandan tüm Karadeniz mutfağında olduğu gibi Ayancık mutfağında da mısır merkezi bir konumdadır (Kabacık, 2016; Şahingöz, Öztürk ve Keskin, 2019; Şimşek ve Şen, 2020).

Yemekler, sadece bir beslenme aracı değildir. Yöresel yemekler aynı zamanda düğün, Hıdırellez gibi ritüel ve özel gün kutlamalarının vazgeçilmez bir parçasıdır. Bakkaloğlu, Türker ve Dağ (2024) da Safranbolu'da yapmış oldukları çalışmada benzer sonuçlara ulaşmış ve özel günlerde, dini bayramlarda ve sosyal etkinliklerde yemeğin önemine dikkati çekmişlerdir. Bu durum, bu özel günlerde topluca yenilen yemeklerin toplumsal bellekteki ve kültürel pratiklerdeki derin yerini göstermektedir.

Yöresel yemeklerin unutulması kültürel mirasın kaybolması anlamına gelmektedir. Nitekim Şat (2024) da Anadolu'ya özgü yöresel yemeklerin yapımının unutulmaması gerektiğini, bunun Türk mutfak geleneklerinin korunması açısından büyük öneme sahip olduğunu vurgulamaktadır. Dolayısı ile bu çalışma, Ayancık mutfağındaki yemekleri reçetelendirerek, pişirerek ve fotoğraflayarak bu mirasın kayıt altına alınması ve gelecek nesillere aktarılması için somut bir adım atmıştır. Çekal ve Doğan (2022) bölgelere özgü yemeklerin toplum yapısında yaşanan ekonomik, kültürel ve teknolojik değişimler nedeniyle zamanla değiştiğinin ya da yok olarak unutulmaya başlandığının altını çizmektedir. Soy ve Şengül (2024) yemek kültürünün sürdürülebilirliği için yemek tariflerinin kayıt altına alınarak standart reçetelerin oluşturulması gerektiğini belirtmektedir.

Şenel ve Karabulut (2024) da geleneksel yemeklerin unutulmaması ve kültürel mirasın korunması için bu yemeklerin evlerde pişirilmeye devam etmesi gerektiğini ifade etmektedir.

Yemeklerde kullanılan yöreye özgü ürünler, yemeğe lezzet bakımından büyük katkı sağlamaktadır. Bu nedenle coğrafyaya özgü ürünlerin kullanılması yemeğin lezzetini doğrudan etkilemektedir. Bu, coğrafi işaretli ürünlerin önemini de ortaya koymaktadır. Çünkü coğrafi işaretli ürünler yöresel bir yemeğin sağlıklı, kaliteli, lezzetli ve güvenilir olmasının garantisidir. Nitekim Çolak ve Başaran Alagöz (2022) de Çorum ilinin coğrafi işaretli ürünleri üzerine yapmış oldukları araştırmada yemekte kullanılan coğrafi işaretli ürünlerin yemeğin lezzetinde ana unsur olduğunu belirtmişlerdir.

4.1. Öneriler

Bu araştırma Ayancık'ın zengin mutfak mirasını ortaya koyarak, bölgenin kültürel kimliğini güçlendirme, yerel ekonomiyi canlandırma ve sürdürülebilir kalkınmayı destekleme konusunda uygulayıcılara değerli bir yol haritası sunmaktadır. Elde edilen sonuçlar ışığında, Ayancık'ta gastronomi başta olmak üzere farklı turizm türlerinin geliştirilmesi, Ayancık mutfağının sürdürülebilirliği için öneriler geliştirilmiş olup aşağıda sunulmaktadır;

- Ayancık yemek kültürünün tanıtılması, yöre mutfağı ile ilgili farkındalık yaratılması amacıyla yerel şefler ve üreticilerle birlikte yemek atölyeleri ve tadım etkinlikleri düzenlenebilir. Bu bağlamda düzenlenecek olan mutfak atölyeleri, yemek kursları ve eğitim programlarında bu çalışmadan elde edilen bilgiler; yöresel yemeklerin hazırlanışı ve kültürel bağamlarından yararlanılabilir. Bu etkinliklere tanınmış, ulusal ve uluslararası bilinirliği olan şefler de davet edilebilir. Bu, Ayancık mutfağının ulusal/uluslararası olarak tanıtımına imkân sağlayacak geleneksel yemeklerin ve tariflerin kaybolmasını da engelleyecektir.
- Ayancık köylerinde özellikle Çerkeslerin yerleşmiş olduğu köylerde Çerkes kültürü öne çıkmaktadır. Bu bağlamda kırsal turizmin geliştirilmesi amacıyla köy gezileri düzenlenebilir. Köylerde konaklama, yemek etkinlikleri ve doğa yürüyüşleri organize edilerek ziyaretçilerin köy yaşamını deneyimlemeleri sağlanabilir. Ayrıca, doğal mantar ve ot çeşitliliğinin değerlendirilmesiyle doğa yürüyüşleri ve yemek atölyeleri bütünleştirilerek Ayancık'ın gastronomi turizmi açısından cazibesi artırılabilir.
- Ayancık'ın coğrafi işaretli bir yiyeceği yoktur. Çerkes peyniri, kestane balı ve fırıncık armudu pekmezi gibi yerel ürünler için coğrafi işaret başvuruları yapılarak hem gastronomik mirasın korunması sağlanmalı hem de yerel ekonomiye katkısı arttırılmalıdır.
- Ayancık mutfağının temel bileşenleri olan lahana, mısır, buğday, kuru fasulye gibi yerel tarım ürünlerinin üretimi teşvik edilmeli, yerel çiftçilere destek olunmalı ve sürdürülebilir üretim modelleri gelişmelidir.
- Ayancık'ta her ne kadar deniz turizmi mevsimi kısa olsa da doğa ve deniz turizmi entegre edilerek daha çekici bir destinasyon yaratılabilir. Kırsal ve deniz turizmi birleştirilerek, doğa yürüyüşleri, balıkçılık ve kamp imkanları sunulabilir. Bu, yerel gastronominin gelişmesi ve sürdürülebilirliğine de katkı sağlayacaktır.
- Bu çalışma Ayancık'ın mutfak kültürüne dair detaylı ve sistematik bilgiler sunmaktadır. Bu bilgiler, yerel yönetimler tarafından bölgenin tanıtım broşürleri, web siteleri ve sosyal medya kampanyaları gibi pazarlama materyallerinde kullanılarak Ayancık'ın gastronomi destinasyonu olarak öne çıkması sağlanabilir.
- Ayancık yemek kültürünün sürdürülebilirliği bağlamında ise çalışmada kayıt altına alınan yöresel yemeklerin standart reçeteleri ilgili kurumlar tarafından yazılı ve dijital ortamlarda yayımlanmalıdır. Böylece elde edilen bilgiler hem akademik literatüre hem de halkın erişimine sunulmuş olacaktır.

- Bu çalışmadaki katılımcıların büyük çoğunluğunu kadınların oluşturması, yöresel mutfak bilgisinin kuşaktan kuşağa aktarılmasında kadınların temel rol üstlendiğini göstermektedir. Bu bağlamda kadın kooperatiflerinin desteklenmesi, yöresel yemeklerin üretim ve satışında kadın girişimciliğinin teşvik edilmesi büyük önem taşımaktadır. Kadınlar için yöresel ürünleri paketlenip satışını yapma gibi yeni girişimcilik fırsatları yaratabilir. Örneğin, yöresel kuru fasulye veya mısır unu bazlı ürünlerin markalaşması sağlanabilir.
- Ayancık'ta yöresel yemeklerin yapıldığı yiyecek-içecek tesislerinin bulunmaması büyük bir eksikliktir. Bu bakımdan, kentte geleneksel yemeklerin sunulduğu otantik restoranlar açılmalıdır. Bu restoranlar finansal açıdan desteklenen kadın girişimlerce açılabilir. Bu sayede ilçede yöresel yemeklerin turistlere özgün bir deneyim sunması sağlanacak hem de bölgenin ekonomik kalkınmasına kadın eliyle doğrudan katkıda bulunulacaktır. Bu araştırmanın sonuçları turistik işletmelerin yeni menüler ve konseptler geliştirmelerine katkı sağlayabilir.
- Unutulmaya yüz tutmuş yemeklerin geri kazanılması için acil koruma ve yeniden canlandırma çalışmaları yapılmalıdır. Bu amaçla yerel festivaller, atölye çalışmaları ve kültürel etkinlikler düzenlenebilir.
- Ayancık'ta Sinop üniversitesine bağlı bir meslek yüksekokulu bulunmaktadır. Bu meslek yüksekokulunda aşçılık ve gastronomi bölümleri açılarak bölge gastronomisinin gelişimi, sürdürülebilirliği ve tanıtımı sağlanabilir. Ayrıca, halk eğitim merkezinde yöresel yemeklerin yapımına yönelik ders ve kurslar açılarak kültürel aktarımın kurumsal düzeyde güvence altına alınması sağlanabilir.
- Yerel yönetimler bu araştırmadan elde edilen sonuçları, Ayancık'ın kültürel ve ekonomik kalkınma stratejilerine entegre edebilirler. Gastronomi turizmi altyapısının geliştirilmesi, yerel ürünlerin korunması ve mutfak geleneklerinin sürdürülebilirliği konularında somut adımlar atılabilir.
- Ayancık'taki yerel yönetimler özellikle Ayancık Belediyesi, bölgedeki doğal ve geleneksel ürünleri (bal, mantar, kestane vb.) öne çıkaran festivaller, köy şenlikleri ve açık pazarlar düzenleyebilir. Bu bağlamda turizm fuarları da etkin olarak kullanılabilir.

Ayancık'ın mutfak kültürünün sürdürülebilirliğinin sağlanması hem kültürel miras açısından hem de gastronomi turizmi bakımından stratejik bir değer taşımaktadır. Bu bağlamda yöresel yemeklerin kayıt altına alınması, koruma amaçlı coğrafi işaretleme ve patent süreçlerinin hızlandırılması ve gastronomi turizmine yönelik altyapının (yöresel restoranların açılması gibi) geliştirilmesi temel anahtarlar olacaktır.

Bundan sonraki araştırmalarda, yöresel yemeklerin unutulmaması ve kültürel mirasın sürdürülebilirliği için henüz üzerinde çalışılmamış yörelerin (Örneğin; Sinop ilinde Durağan, Dikmen, Erfelek, gibi) yemeklerinin kayıt altına alınmasına ve reçetelerinin hazırlanmasına önem verilmelidir.

Kaynakça

- Atasoy, İ. (2014). Türkiye Çerkezlerinin Siyasi Tarihi ve Sosyo-Kültürel Yapısı. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı, Isparta.
- Ayancık Belediyesi Kültür ve Sanat Etkinlikleri Programı (2023). <https://www.ayancik.bel.tr/>
- Ayyıldız, S. ve Türker, N. (2024). Sinop Ayancık mutfağında mısır ve mısırdan yapılan yemekler. *Karadeniz İncelemeleri Dergisi*, 18(37), 275-302.
- Ayyıldız, S., Türker, N. ve Pınaroğlu, B. (2023). Safranbolu'dan Taşköprü'ye kuyu kebabı: bir gastronomi rotası önerisi, *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6(1), 365-376.
- Bakkaloğlu, M., Türker, N. ve Dağ, T. (2024). Safranbolu'nun Tören Yemekleri ve Tören Yemek Kültürünün İncelenmesi. *Journal of Academic Tourism Studies*, 5(1): 27-45.

- Cumhuriyet Gazetesi (2024). Köylülerin geçim kaynağı 'mantar' 26 Ağustos 2024 tarihli haber. <https://www.cumhuriyet.com.tr/turkiye/koylulerin-gecim-kaynagi-mantar-2241282>
- Çekal, N., Doğan, E. (2022). Sürdürülebilir gastronomide standart reçete ve coğrafi işaretlerin önemi. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 4(1), 49-60.
- Çolak, M. & Alagöz, S. B. (2022). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Önemi ve Çorum İlindeki Coğrafi İşaretli Ürünler, *Five Zero*, 2(2), 111-126.
- Erdem, Y., Özdemir, S., Özsandıkçı, U. ve Büyükdeveci, F. (2018). Sinop İli Balıkçılık Altyapıları. *Turkish Journal of Maritime and Marine Sciences*, 4(1), 20-32
- Gürsoy, B. (2018). *Karadeniz Mutfak Kültürü ve Yerel Tarifler*. Trabzon Üniversitesi Yayınları.
- Gürsoy, B. (2020). *Karadeniz Bölgesi Tarımsal Üretim Raporu*. Trabzon Üniversitesi Yayınları.
- Gürsoy, B. ve Küçükaslan, N. (2016). *Türk Mutfağı ve Kültürel Kimlik*. İstanbul: Gastronomi Akademisi Yayınları.
- Kabacık, M. (2016). Karadeniz Bölgesi'nin Yöresel Mutfağı, *Yöresel Mutfaklar*, Ed. Ebru Zencir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, ss.139-161.
- Karadeniz Mutfak Vakfı (2019). *Karadeniz Yöresel Tatları*.
- Karadeniz Tarımsal Araştırma Enstitüsü (2022). *Yerel Sebze Üretim Verileri*.
- Karkın, V. (2021). 1877-1878 Osmanlı-Rus Savaşı Sonrası Anadolu'ya Göç Eden Çerkezlerin Yerli Unsurlarla İlişkileri Artvin Çoruh Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tarih Anabilim Dalı, Artvin
- Özgülven, B. (2019). *Karadeniz Bölgesi Bitkisel Çeşitliliği*. Ankara: Tarım Bakanlığı Yayınları.
- Özkan, F. (2020). *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar*. İstanbul: Yemek Kültürü Derneği Yayınları.
- Pratt, J. (2007). Food values: The local and the authentic. *Critique of Anthropology*, 27(3), 285-300.
- Sinop İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2022). *Sinop Yemek Kültürü*.
- Sinop İl Tarım ve Orman Müdürlüğü (2021). Koordinasyon ve Tarımsal Veriler Şube Müdürlüğü raporu.
- Sinop İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, (2020). Sinop İli Ürün Deseni Listesi. <https://sinop.tarimorman.gov.tr/Duyuru/221/Sinop-Ili-Urun-Deseni-Listesi>.
- Soy, M. ve Şengül, S. (2024). Türkiye Selçuklu Mutfağına Özgü Yiyecek ve İçecek Sunan İşletmeler Üzerine Bir Değerlendirme. *Aydın Gastronomy*, 8(2), 307 - 324.
- Strauss, A. ve Corbin, J. M. (1990). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. Sage Publications.
- Subaşı, M. ve Okumuş, K. (2017). Bir araştırma yöntemi olarak durum çalışması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(2), 419-426.
- Şahingöz, Akar, S., Öztürk, B., Keskin, H. (2019). Karadeniz Mutfak Kültüründe Mısır: İstanbul'da Karadeniz'i Yaşamak, *Eurasian Education & Literature Journal*, Özel Sayı, ss. 20 - 31.
- Şat, R. (2024). Kültürel miras açısından yöresel yemeklerin incelenmesi. *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 4(2), 279-302.
- Şenel, P. ve Karabulut, A. S. (2024). Sürdürülebilir mutfak kültürü: Adana'nın unutulmaya yüz tutmuş yerel yemekleri üzerine bir çalışma. *Aydın Gastronomy*, 8 (2), 351-36.
- Şimşek, M. ve Şen, M. A. (2020). *LAZUT Yenidünyadan Karadeniz'e Mısırın Öyküsü*, Detay Yayıncılık, Ankara 2020.
- Türker, N., Ayyıldız, S. (2023). Kuzey Kuşağı (içinde Oğuz Diker, Nuray Türker, Faruk Alaeddinoğlu, Duran Cankül, Rahman Temizkan) *Gastro Coğrafya*. Ankara: Detay Yayıncılık, s. 196-213
- Uğurkan, E. ve Alyakut, Ö. (2020). Kültürel Çeşitliliğin Mısır Unu Kullanımına Etkisi: Kartepe Örneğinde Mısır Ununun Kimliksel Dönüşümü. *Folklor / Edebiyat Dergisi*, 26(1), ss.55-72.
- Yıkmuş, S., Türkol, M., Abdi, G., İmre, M., Alkan, G., Aslan, S. T., ... & Aadil, R. M. (2024). Culinary trends in future gastronomy: A review. *Journal of Agriculture and Food Research*, 18, 101363.

Kültürel Miras Alanlarında Sürdürülebilir Destinasyon Yönetimi Model Önerisi: Van Gölü Havzası Örneği

Proposed Model for Sustainable Destination Management in Cultural Heritage Areas: The Case of Lake Van Basin

Sinan GÖÇ^a 

^a Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir, Türkiye. ORCID: 0000-0002-5820-8571

Özet

Bu çalışma, kültürel miras alanlarında sürdürülebilir turizm hedefleri doğrultusunda yönetim temelli bir destinasyon yönetim modeli geliştirmeyi amaçlamaktadır. Van Gölü Havzası örneğinden hareketle çok aktörlü, kapsayıcı ve ağ temelli bir örgütlenme yapısı önerilmektedir. Araştırma, literatür temelli analiz ve doküman incelemesi yaklaşımıyla tasarlanmış; ulusal ve uluslararası politika belgeleri, UNESCO ve ICOMOS raporları, kalkınma ajansı stratejileri ve akademik çalışmalar temel veri kaynakları olarak değerlendirilmiştir. Önerilen model; Van Gölü Havzası Destinasyon Konseyi'ni merkezine alarak, stratejik planlama, kriz yönetimi, ürün çeşitlendirme, tanıtım, altyapı geliştirme ve insan kaynakları gibi işlevsel alanları bütüncül bir yapıda ele almaktadır. Model, yerel halkın katılımını önceleyen, kurumsal kapasiteyi artıran ve kültürel mirasın korunmasını teşvik eden yönetim ilkelerine dayanmaktadır. Çalışma, önerdiği yönetim modeliyle kültürel miras alanlarında sürdürülebilir turizmi kurumsallaştıracak, yerel katılımı güçlendirecek ve stratejik yönetim ilkelerini uygulamaya taşıyacak somut bir model önerisi sunmuştur. Çalışma sonunda; modelin pilot düzeyde uygulanması, yerel paydaşların kurumsal kapasitesinin güçlendirilmesi ve yönetim mekanizmalarının mevzuatla desteklenmesi önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Van Gölü Havzası, Sürdürülebilirlik, Destinasyon Yönetimi, Yönetişim, Birlikte Yönetim, Kültürel Miras

Makale Bilgisi

Geliş Tarihi 18.07.2025
Kabul Tarihi 05.12.2025

Sayı Editörü

Hacer ARSLAN KALAY

Abstract

This study aims to develop a governance-based destination management model in line with sustainable tourism goals in the field of cultural heritage. In the study, based on the example of the Lake Van Basin, a multi-actor, inclusive, and network-based organizational structure has been proposed. In the study conducted based on qualitative research methods, literature review, regional analyses, and stakeholder-based evaluations were the main focus. The proposed model, centered around the Lake Van Basin Destination Council, addresses functional areas such as strategic planning, crisis management, product diversification, promotion, infrastructure development, and human resources in a holistic manner. The model is based on governance principles that prioritize local community participation, enhance institutional capacity, and promote the preservation of cultural heritage. As a result of the study, it was evaluated that the proposed structure offers a viable and scalable solution for sustainable destination management and would be effective in creating a strategic governance framework in multi-layered regions such as the Lake Van Basin.

Keywords: Lake Van Basin, Sustainability, Destination Management, Governance, Co-Management, Cultural Heritage

Sorumlu Yazar

Sinan GÖÇ
sinangoc@nevsehir.edu.tr

Önerilen Atıf:

Göç, S., (2025). Kültürel Miras Alanlarında Sürdürülebilir Destinasyon Yönetimi Model Önerisi: Van Gölü Havzası Örneği. *Journal of Academic Tourism Studies*, 6(2): 194-216.

1. GİRİŞ

Günümüzde turizm, yalnızca ekonomik kalkınmanın bir aracı olarak değil; aynı zamanda kültürel mirasın korunması, yerel halkın güçlendirilmesi ve çevrenin korunması açısından da stratejik bir sektör olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle, turizmin çok boyutlu yapısı ve sürdürülebilir gelişimini sağlama zorunluluğu, destinasyon yönetimi kavramını hem teorik hem de uygulamalı düzeyde giderek daha önemli hâle getirmiştir. Çünkü özellikle kültürel miras alanları ve koruma altındaki doğal-kültürel peyzajlar gibi hassas bölgelerde yürütülen turizm faaliyetleri, planlı, bütüncül ve sürdürülebilir bir yönetsel bakış açısı gerektirmektedir (Timothy, 2011). Bu açıdan sürdürülebilir destinasyon yönetim örgütleri, paydaş temelli yönetim anlayışıyla, hem miras alanlarının korunmasını hem de bu alanlardan toplumsal fayda elde edilmesini mümkün kılan bir organizasyonel çerçeve sunmaktadır (Bornhorst, vd., 2010). Geleneksel turizm modellerinin çoğunlukla ekonomik verimlilik odaklı olması, koruma-kullanma dengesini gözetmeyen yaklaşımlar üretmesine neden olmuş; bu da birçok destinasyonda kültürel mirasın tahribine, yerel kimliğin zayıflamasına ve çevresel bozulmalara yol açmıştır (UNESCO, 2025). Bu olumsuzlukların önüne geçmek ve katılım esaslı bir turizm modeli oluşturmak adına, yönetim yapılarında yeni yaklaşımların entegre edilmesi gerekmektedir.

Destinasyon yönetim örgütleri (DMO'lar), bir destinasyonun stratejik planlamasını yürütmek, paydaşlar arası iletişimi sağlamak, markalaşma süreçlerini koordine etmek, ziyaretçi deneyimini iyileştirmek ve sürdürülebilirlik kriterlerini uygulamak gibi kritik roller üstlenmektedir (Eagles, vd.,2002). Ancak bu örgütlerin etkili çalışabilmesi için bölgesel dinamiklere duyarlı, yerel katılımı ve koruma ilkelerini ön planda tutan bir yapı ile tasarlanması gerekmektedir. Özellikle kültürel miras alanlarında faaliyet gösterecek destinasyon yönetim örgütlerinin, mirasın evrensel ve yerel değerlerini birlikte gözetken bir anlayışla hareket etmesi zorunludur (Tabak ve Özdemir, 2020). Bu çerçevede, Türkiye'nin en önemli kültürel ve doğal değerlerinden biri olan Van Gölü Havzası, sürdürülebilir destinasyon yönetimi açısından önemli bir araştırma alanı sunmaktadır. Van Gölü Havzası, sadece fiziki coğrafya unsurlarıyla değil, aynı zamanda barındırdığı çok katmanlı tarihî miras, inanç yapıları, geleneksel yaşam biçimleri ve ekolojik çeşitliliğiyle dikkat çekmektedir (Eriçok, 2019). Bölge, Urartu medeniyetinden Osmanlı dönemine kadar uzanan zengin bir kültürel dokuya sahip olmasına rağmen, bu potansiyelini sürdürülebilir turizm bağlamında yeterince değerlendirememektedir. Mevcut turizm faaliyetleri genellikle yaz sezonuna sıkışmakta, yerel halkın katılımı sınırlı kalmakta ve yönetim yapıları arasında koordinasyon eksiklikleri görülmektedir. Ayrıca bölgedeki tanıtım faaliyetlerinin zayıf olması ve altyapı sorunlarının devam etmesi, Van Gölü Havzası'nın turizmden elde edeceği sosyal ve ekonomik katkının sınırlı kalmasına neden olmaktadır (Yılmaz ve Günay, 2021).

Etkin bir destinasyon yönetimi sisteminin kurulamamış olması bu sorunların temelinde yatan önemli nedenlerinden biridir. Bu nedenle, Van Gölü Havzası için önerilecek bir destinasyon yönetim örgütü modeli, sadece bir organizasyonel yapıdan ibaret olmamalı; aynı zamanda bölgesel değerleri, paydaş ilişkilerini, kültürel mirasın korunmasını ve ekonomik kalkınmayı bütüncül bir yaklaşımla ele alan stratejik bir yönetim çerçevesi sunmalıdır. Bu çalışmanın temel amacı, Van Gölü Havzası gibi hassas ekolojik ve kültürel değerlere sahip bir bölgede, sürdürülebilir destinasyon yönetimi için uygun bir organizasyon modeli önermek ve bu modeli hem literatür verileri hem de bölgesel ihtiyaçlar çerçevesinde temellendirmektir. Bu amaçla, çalışmada öncelikle destinasyon yönetiminin teorik altyapısı, sürdürülebilirlik ve yönetim kavramları ile ilişkilendirilmiş; ardından kültürel miras alanlarında uygulanan iyi yönetim örnekleri incelenmiş ve Van Gölü Havzası'na özgü stratejik öneriler geliştirilmiştir. Çalışma, aynı zamanda kültürel mirasın korunması ile bölgesel kalkınmanın uyumlu hâle getirilebileceğini savunmakta ve bu yönde paydaş katılımı odaklı bir turizm politikası önermektedir.

Araştırma, nitel bir yaklaşımla tasarlanmış olup, literatür taraması, bölgesel analiz ve mevcut aktörlerin rol tanımlarına ilişkin değerlendirmelerden oluşmaktadır. Özellikle UNESCO tarafından tanımlanan kültürel miras alanlarında yönetim ilkeleri ile ICOMOS'un koruma kriterleri, modelin

teorik dayanaklarını oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra, destinasyon yönetimi alanında yapılan güncel çalışmalar model önerisine yön vermiştir.

2. LİTERATÜR

Kültürel miras alanlarında destinasyon yönetimi, turizmin hızla gelişen bir sektöre dönüşmesiyle birlikte, geçmişten günümüze sürekli bir değişim ve dönüşüm geçirmiştir. İlk olarak, kültürel mirasın korunması ile turizm faaliyetlerinin birlikte yürütülmesi gerekliliği, 20. yüzyılın ortalarından itibaren tartışılmaya başlanmıştır. UNESCO'nun 1972 tarihli Dünya Kültürel ve Doğal Mirası Koruma Sözleşmesi, kültürel mirasın korunmasına yönelik uluslararası normların belirlenmesinde önemli bir dönüm noktası olmuştur (UNESCO, 1972). Bu ilkeler, özellikle turizm sektörünün kültürel ve doğal alanları nasıl etkileyeceğine dair önemli bir temel oluşturmuştur (Edwards ve Griffin, 2013). Zamanla literatürde, kültürel miras alanlarının yönetiminde karşılaşılan zorluklar ve bu zorlukların aşılmasına yönelik çeşitli yönetim yaklaşımları öne çıkmıştır (Crouch ve Ritchie, 1999; Rodríguez, Parra-López, ve Yanes-Estévez, 2008; Bornhorst, Ritchie, ve Sheehan; Pike ve Page, 2014). Özellikle sürdürülebilir turizm ve çok paydaşlı yönetim yaklaşımlarının ön plana çıkmasıyla, kültürel miras alanlarında destinasyon yönetimi anlayışı daha bütüncül bir hale gelmiştir (TGA, 2019). Destinasyon yönetimi, turizm destinasyonlarının çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel sürdürülebilirliğini uzun vadeli bir perspektifle koruma ve geliştirme anlayışı üzerine temellenmiştir (Doğan ve Gümüş, 2014). Kavramın kökeni, 1980'lerin sonlarında çevresel duyarlılığın küresel ölçekte artmasıyla birlikte şekillenmeye başlamıştır (Demir ve Çevirgen, 2006). Bu süreçte en önemli mihenk taşı, Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun 1987 yılında yayımladığı Brundtland Raporu olmuştur. Bu raporda sürdürülebilir kalkınma, "gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneğini tehlikeye atmadan bugünün ihtiyaçlarını karşılayabilen kalkınma" olarak tanımlanmış ve tüm sektörlerle olduğu gibi turizme de doğrudan etkisi olmuştur (WCED, 1987). 1990'lı yıllar, sürdürülebilir turizm anlayışının şekillenmeye başladığı, kavramın ilk kez akademik literatürde sıkça yer almaya başladığı dönemdir. Bu dönemde yapılan çalışmalar, turizmin çevre üzerindeki etkilerini azaltma, yerel halkın refahını artırma ve uzun vadeli ekonomik faydalar sağlama gibi amaçlara odaklanmıştır (Hunter, 1997). Aynı zamanda, turizmin yönetsel bir perspektifle ele alınması gerektiği vurgulanarak "destinasyon yönetimi" kavramı ile "sürdürülebilirlik" arasında ilişki kurulmaya başlanmıştır (Haid, vd., 2021). Günümüzde sürdürülebilirlik kavramı destinasyonların yönetimi ve pazarlamasında, tüketicilerin karar alma ve deneyim süreçlerinde önemli bir bileşen ve destinasyonlar açısından bir başarı faktörü ve rekabet avantajı haline gelmiştir (Pike ve Page, 2014; Sharmin vd., 2021). Tablo 1'de destinasyonlar, korunan alanlar ve kültürel miras alanlarında sürdürülebilirlik ile ilgili yapılan çalışmalardan örnekler verilmiştir.

Tablo 1. İlgili Çalışmalar

Yazarlar ve Yıl	Çalışmanın Başlığı	Kavramlar	Sonuçlar
(Karapınar ve Barakazı, 2017)	Kültürel Miras Turizminin Sürdürülebilir Turizm Açısından Değerlendirilmesi: Göbeklitepe Ören Yeri	Sürdürülebilir Turizm, Kültürel Miras	Stratejik Planlamanın kültürel miras yönetiminde önemli olduğu, yerel halkın katılımının başarıyı etkilediği sonucuna varılmıştır.
(Dağlı, 2018)	Sürdürülebilir Turizmin Gelişimine Yönelik Yerel Halkın Tutumlarını İncelemeye İlişkin Bir Araştırma: Akçakoca Destinasyonu	Sürdürülebilir Turizm, Yerel Halkın Tutumları, Akçakoca	Destinasyonlarda sürdürülebilirlik için çevresel koruma, planlama ve halkın katılımının önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
(Mrđa ve Carić, 2019)	Models of Heritage Tourism Sustainable Planning	Kültürel miras turizmi, Kültürel peyzajlar, Sürdürülebilir planlama,	Sürdürülebilir kültürel miras turizmi yönetimi için entegre bir model geliştirilmiştir. Modelde planlamanın ve katılımın önemine dikkat çekilmiştir.

(Varol, 2020)	Sürdürülebilir Kültürel Miras Yönetimi: Turizm Paydaşlarına Yönelik Bir Araştırma	Kültürel miras, sürdürülebilirlik, sürdürülebilir kültürel miras yönetimi, turizm paydaşları	Kültürel miras alanlarında katılımın önemli olduğu ve katılım ve taşıma kapasitesi ve kültürel miras alanlarının koruması arasında anlamlı farklılıklar olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
(Uz ve Öger, 2021)	Uzak doğu ülkelerinde kültürel miras ve sürdürülebilir turizm yaklaşımları	Kültürel Miras, Kültür Ekonomisi, Miras Yönetimi, Sürdürülebilir Turizm, Uzak Doğu	Yerel halkın kültürel miras yönetiminde önemine ve kültürel miras yönetiminde profesyonel yaklaşımların gerekli olduğuna vurgu yapılmıştır.
(Akyol, 2021)	Sürdürülebilir Turizm Anlayışı Kapsamında Bir Destinasyon Yönetim Modeli Önerisi	Sürdürülebilir Destinasyon Yönetimi, Artvin, Model Önerisi	Sürdürülebilir destinasyon yönetim örgütlerinin kurulmasında katılımın önemine değinilmiştir
(Hanafiah, vd., 2021)	Local community support, attitude and perceived benefits in the UNESCO World Heritage Site	Support, Attitude, Benefit, Local community, UNESCO World Heritage Site	Topluluk katılımının sürdürülebilir destinasyon yönetimleri oluşturmadaki önemine vurgu yapılmıştır.
(Haid, vd., 2021)	Sustainability implementation in destination management	Tourism development, Destination development, Destination management organization	Sürdürülebilir Destinasyonlar için paydaşlar arası iletişim ve katılımın önemli olduğu sonucuna varılmıştır.
(Gümüş, vd., 2021)	Comparison Of Heavy Metal Absorption Of Some Algae Isolated From Altınapa Dam Lake (Konya)	Sürdürülebilirlik, Yönetişim	Kültürel miras alanlarında sürdürülebilir turizm uygulamalarının, etkili yönetimle daha başarılı olduğu bulunmuştur.

Sürdürülebilir destinasyon yönetimi literatürü incelendiğinde, kavramın yıllar içinde gelişerek sadece çevresel sürdürülebilirlikle sınırlı kalmadığı; sosyal, ekonomik, kültürel ve yönetişimsel boyutlarla genişleyerek çok katmanlı bir yapıya evrildiği görülmektedir. 1990'larda yapılan ilk dönem çalışmalarında, sürdürülebilirlik büyük oranda çevresel etkilerin azaltılması ve doğal kaynakların korunması perspektifiyle ele alınırken (Bramwell ve Lane,1993; Hunter, 1997). Zamanla özellikle kamu-özel sektör iş birlikleri, yerel halkın karar alma süreçlerine katılımı ve uzun vadeli planlama vurgusu ön plana çıkmıştır (Swarbrooke, 1999; Ritchie ve Crouch, 2003). UNWTO gibi küresel aktörlerin yayımladığı politika belgeleri, sürdürülebilir destinasyon yönetiminin yalnızca teorik bir kavram değil, aynı zamanda operasyonel uygulamalara dönüştürülmesi gerektiğini göstermiştir (UNWTO, 2005). Literatürdeki dikkat çekici ortak noktalardan biri de paydaşlar arası iş birliğinin, SDY'nin başarısı açısından kritik öneme sahip olduğudur. McCool ve Moisey (2001) gibi araştırmacılar, yerel halk, kamu kurumları, turizm işletmeleri ve ziyaretçiler arasında dengeli bir katılım mekanizmasının oluşturulması gerektiğini vurgulamaktadır (McCool ve Moisey, 2001). Özellikle birlikte yönetim yaklaşımları, bu paydaşlar arasındaki iletişimi kurumsallaştıran modeller sunmuş ve turizm yönetiminin demokratikleşmesini sağlamıştır (Dredge ve Jenkins, 2011; Hall,2011). Son yıllarda ise SDY literatürü iklim değişikliği, kriz yönetimi ve toplumsal dirençlilik temaları ile daha fazla ilişkilendirilmiştir. Özellikle COVID-19 pandemisi sonrasında literatürde "dayanıklı destinasyonlar" kavramı önem kazanmış, kriz sonrası toparlanmanın sürdürülebilir ilkeler çerçevesinde yürütülmesi gerektiği savunulmuştur (Gössling, vd., 2021). Aynı zamanda karbon ayak izi azaltımı, döngüsel ekonomi, yeşil altyapı ve alternatif ulaşım sistemleri gibi uygulamalar da SDY çalışmalarının odak noktalarından biri haline gelmiştir (Becken, 2017). Genel olarak değerlendirildiğinde, literatürdeki çalışmalar sürdürülebilir destinasyon yönetimini sadece bir planlama aracı olarak değil, aynı zamanda paydaş katılımlı bir yönetim sistemi, kriz önleme stratejisi ve toplumsal kalkınma aracı olarak konumlandırmaktadır. Kavramın bu denli çok boyutlu ele alınması, destinasyon yönetiminde bütüncül ve disiplinlerarası yaklaşımların gerekliliğini de ortaya koymaktadır.

3. YÖNTEM

Bu çalışma, Van Gölü Havzası özelinde sürdürülebilir destinasyon yönetimine yönelik bir model geliştirmeyi amaçlamakta olup, yöntemsel olarak ikincil veriye dayalı doküman analizi yaklaşımını benimsemiştir. Doküman analizi, yazılı belgelerin sistematik biçimde incelenmesi, sınıflandırılması ve içeriklerinden anlamlı sonuçların çıkarılmasına imkân tanıyan nitel bir araştırma tekniğidir (Bowen, 2009). Bu yöntem, özellikle saha temelli veri toplama imkânlarının sınırlı olduğu çalışmalarda, araştırma probleminin kavramsal düzeyde tartışılmasına katkı sağlamaktadır (Merriam ve Tisdell, 2016).

Araştırmanın veri seti dört ana kaynaktan elde edilmiştir. İlk olarak UNESCO (1972) Dünya Kültürel ve Doğal Miras Sözleşmesi, ICOMOS koruma kriterleri ve UNWTO'nun sürdürülebilir turizm politika belgeleri gibi uluslararası normatif belgeler incelenmiştir. İkinci olarak, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yayımlanan ulusal turizm stratejileri, Van ve Bitlis İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri raporları ve Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı (DAKA) stratejik planları gibi ulusal ve bölgesel belgeler analiz edilmiştir. Üçüncü grubu, 2000-2024 yılları arasında yayımlanmış ve sürdürülebilir turizm, destinasyon yönetimi, yönetim ve kültürel miras yönetimi konularına odaklanan akademik makaleler oluşturmuştur. Bu makaleler, Web of Science, Scopus, Google Scholar ve TR Dizin veri tabanlarında yürütülen sistematik bir tarama sonucunda belirlenmiştir. Arama sürecinde "sustainable destination management", "cultural heritage governance", "destination governance", "tourism governance", "stakeholder participation in tourism", "sürdürülebilir turizm", "kültürel miras yönetimi", "destinasyon yönetim örgütleri" anahtar kavramlar kullanılmıştır. İnceleme sonucunda ulaşılan makalelerden çalışma konusuna uygun toplam 58 akademik makale okuma ve incelemeye tabi tutulmuştur. Dördüncü olarak ise, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verileri, kalkınma ajanslarının sektörel raporları ve yerel sivil toplum kuruluşlarının değerlendirme raporları gibi bölgesel analiz belgeleri kullanılmıştır. Tüm veri grupları bir araya getirildiğinde, çalışma kapsamında toplam 126 belge değerlendirilmiştir.

Analiz süreci üç aşamada gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada, toplanan belgeler araştırmanın amacıyla ilişkili olup olmadığına göre ön elemeye tabi tutulmuş ve yalnızca sürdürülebilir turizm, destinasyon yönetimi ve kültürel miras yönetimiyle doğrudan bağlantılı olan belgeler seçilmiştir (Hodder, 2000). İkinci aşamada, seçilen belgeler içerik analizi mantığıyla incelenmiş ve stratejik planlama, paydaş katılımı, yönetim ilkeleri, kriz yönetimi, ürün çeşitlendirme, altyapı geliştirme ve insan kaynakları yönetimi gibi temalar doğrultusunda kodlama yapılmıştır (Bowen, 2009). Üçüncü aşamada ise ortaya çıkan temalar yorumlanarak (Yıldırım ve Şimşek, 2016), Van Gölü Havzası bağlamında yeniden yorumlanmış ve bölgenin ihtiyaçlarına uygun bir "Sürdürülebilir Destinasyon Yönetim Örgütü Modeli" oluşturulmuştur.

4. VAN GÖLÜ HAVZASI'DA DMO KURULMASINI GEREKLİ KILAN ŞARTLARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Van Gölü Havzası, sahip olduğu turizm potansiyeliyle Türkiye'nin en stratejik destinasyon alanlarından biridir. Ancak bu potansiyelin sürdürülebilir kalkınma ilkeleri çerçevesinde değerlendirilebilmesi, çok aktörlü, esnek, kapsayıcı ve profesyonel bir yönetim mekanizmasının varlığını zorunlu kılmaktadır. Bu nedenle bölgenin doğal ve kültürel kaynaklarının etkin bir şekilde korunması, turizmle uyumlu geliştirilmesi ve krizlere karşı dirençli hale getirilmesi amacıyla kurumsallaşmış bir Destinasyon Yönetim Örgütü (DMÖ) ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Literatürde de vurgulandığı üzere, destinasyonların uzun vadeli başarısı ancak stratejik planlama, yerel katılım, yönetim ilkeleri ve işlevsel koordinasyonla sağlanabilmektedir (Hunter, 1997; Ritchie ve Crouch, 2003; Hall, 2011). Van Gölü Havzası gibi kültürel miras açısından özgün ve ekolojik olarak hassas bölgelerde, destinasyon yönetiminin rastlantısal değil, kurumsal ve sistematik bir yapıya oturtulması sürdürülebilir turizmin temel koşuludur. Bu aşamada Van Gölü Havzasında destinasyon yönetim örgütünün kurulması ihtiyacını ortaya çıkartan bileşenler sıralanmıştır.

4.1. Turistik Değer Yoğunluğu ve Çeşitliliği

Van Gölü Havzası, endüstrileşmenin olumsuz etkilerinin fazla görülmediği, turizm performansı açısından yeterince kullanılmamasına rağmen, doğal ve kültürel kaynaklar bakımından potansiyeli yüksek olan, Türkiye'nin en özgün destinasyonları arasında yer almaktadır (DAKA, 2019). Bölge; Akdamar Adası ve üzerindeki Surp Haç Kilisesi gibi tarihî yapılarla birlikte, Van Kalesi, Hoşap Kalesi ve Urartu kalıntıları gibi önemli arkeolojik alanları barındırmaktadır. Aynı zamanda Van Gölü'nün etrafında gelişen yerel yaşam biçimi, el sanatları (Van kilimleri, gümüş işlemeciliği), gastronomik unsurlar (otlu peynir, Van kahvaltısı) ve doğa turizmine uygun alanlar (Nemrut Krater Gölü, Muradiye Şelalesi) turistik çeşitliliği artırmaktadır (Meriç, vd. 2021). Bu kültürel ve doğal çeşitlilik, havzayı tematik turizm açısından da zenginleştirmekte, bölgenin farklı hedef kitlelere yönelik turizm ürünleri sunmasına imkân tanımaktadır. Ancak bu çeşitliliğin etkili bir şekilde yönetilebilmesi ve sürdürülebilir biçimde pazarlanabilmesi için destinasyon düzeyinde profesyonel bir organizasyona ihtiyaç duyulmaktadır (Buhalis, 2000; Timothy ve Boyd, 2003).

4.2. Ziyaretçi Yoğunluğu ve Turizm Baskısı

Van Gölü Havzası, özellikle yaz aylarında ve bayram tatillerinde artan ziyaretçi trafiğiyle taşıma kapasitesini aşan dönemler yaşamaktadır (Elmastaş ve Adıgüzel, 2024). Akdamar Adası'na yapılan günübirlik tekne seferleri, çevre köylerdeki konaklama olanaklarının kısıtlı olması ve altyapı yetersizlikleri, bu baskının yönetilememesine yol açmaktadır. Bu durum, hem çevresel tahribata hem de ziyaretçi memnuniyetinin düşmesine neden olmaktadır (Alaeddinoğlu, vd.,2011). Taşıma kapasitesi kavramı, sadece fiziksel alanla sınırlı değildir; sosyal ve psikolojik etkiler de dikkate alınmalıdır (McCool ve Lime, 2001). Ziyaretçi sayısının aşırı artması yerel halkta olumsuz tutumlara yol açabilir (Doxey, 1975). Bu nedenle ziyaretçi yoğunluğunu yönetmek, sezona yaymak ve turistik alanlara yönlendirmeyi stratejik şekilde gerçekleştirmek amacıyla bölgesel düzeyde bir DMO'nun varlığı gereklidir.

4.3. Çevresel Tehditler ve Koruma İhtiyacı

Van Gölü, Türkiye'nin en büyük sodalı gölü olarak özgün bir ekosisteme sahiptir. Göl çevresindeki biyolojik çeşitlilik, başta kuş türleri olmak üzere birçok nadir canlının yaşam alanıdır. Ancak göl çevresinde giderek artan yapılaşma, tarımsal atıklar, endüstriyel kirlilik ve katı atık yönetimi sorunları bölgenin ekolojik dengesini tehdit etmektedir. Bu tehditler, gölün hem doğal kimliğini hem de turistik değerini riske atmaktadır (Atıcı, vd., 2021). Sürdürülebilir turizm ilkeleri çerçevesinde çevreye duyarlı yönetim modelleri geliştirmek büyük önem taşımaktadır (Hunter, 1997). DMO yapıları, çevresel sürdürülebilirliği merkeze alan stratejik kararlar alarak, turizm faaliyetlerini doğa koruma ilkeleriyle uyumlu hale getirebilir (Eagles, vd., 2002). Bu yapıların aynı zamanda ekoturizm ve doğa temelli turizm gibi alternatif turizm türlerini desteklemesi, yerel farkındalığı artırması ve çevre dostu sertifikasyon sistemleri uygulaması önerilmektedir (Weaver, 2006).

4.4. Kurumsal ve Yönetimsel Dağınıklık

Van Gölü Havzası'ndaki turizm faaliyetleri, çok sayıda kurumun müdahil olduğu dağınık bir yapıya sahiptir. Valilik, il ve ilçe belediyeleri, Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı (DAKA), Kültür ve Turizm Bakanlığı il müdürlükleri, STK'lar ve özel sektör temsilcileri arasında etkin bir koordinasyon mekanizması bulunmamaktadır. Bu durum, planlama süreçlerinde çatışmaların, kaynak israfının ve uygulama sorunlarının ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Hall, 2011). Oysa destinasyon yönetimi, çok paydaşlı ve eşgüdümlü bir yaklaşım gerektirir. DMO yapısı, bu tür karmaşık yapıların sadeleştirilmesini, görev tanımlarının netleştirilmesini ve işbirliğini kurumsallaştırmayı sağlar (Bramwell ve Lane, 2011). Van Gölü Havzası gibi büyük coğrafi ve kültürel çeşitliliğe sahip bölgelerde DMO'ların kurulması, bölgesel ölçekte kapsayıcı bir yönetim modelinin işlerlik kazanmasına katkı sunar (Paskaleva-Shapira, 2007).

4.5. Bölgesel Kalkınma Hedefleri

Van ve Bitlis illeri, sosyo-ekonomik göstergeler açısından Türkiye ortalamasının altında yer almaktadır. İşsizlik oranları yüksektir ve genç nüfusun büyük bir kısmı bölge dışında istihdam arayışına girmektedir (Tunç, vd. 2020). Bu durum bölgede turizmin gelişimini hem istihdam yaratma hem de yerel ekonomiyi çeşitlendirme açısından stratejik bir sektör olarak öne çıkarmaktadır. Ancak bu potansiyelin sürdürülebilir ve kapsayıcı kalkınmaya dönüşebilmesi için planlı bir yönetim yapısı gereklidir (Sharpley, 2002). DMO'lar, turizmin bölgesel kalkınma politikalarıyla entegrasyonunu sağlar; mikro düzeyde esnafı ve KOBİ'leri desteklerken makro düzeyde bölge markası oluşturur (Presenza vd., 2005). Van Gölü Havzası'nda kurulacak bir DMO, sadece turizmde değil, genel kalkınmada da katalizör rolü üstlenebilecektir.

4.6. Tanıtım ve Marka Eksikliği

Van Gölü Havzası, sahip olduğu değerlerle güçlü bir destinasyon kimliği oluşturabilecek potansiyele sahiptir. Ancak bölgenin tanıtımı bugüne kadar ağırlıklı olarak lokal ölçekte, bireysel veya dönemsel kampanyalarla yapılmıştır. Uluslararası pazarda çok güçlü bir görünürlüğü yoktur ve marka kimliği net değildir (Halis, vd., 2009). Günümüzde destinasyon pazarlaması, sadece tanıtım değil, aynı zamanda stratejik konumlandırma, dijital medya yönetimi ve hikâye anlatımı gerektirmektedir (Morgan, vd., 2011). DMO'lar bu konuda profesyonel stratejiler geliştirerek destinasyonun algısını yönetebilir, hedef pazarlara uygun ürün paketleri oluşturabilir. Van Gölü gibi coğrafi olarak güçlü bir simgeye sahip olan bölgelerde, bu doğal kimlikten beslenen bir destinasyon markası oluşturmak, ziyaretçi sadakatini ve destinasyonun tanınmasına katkı sağlayabilecektir (Kavaratzis, 2004).

4.7. Kriz Riski

Van Gölü çevresi, aktif fay hatları üzerinde bulunması nedeniyle yüksek deprem riski taşımaktadır (Alkan, vd. 2023). Ayrıca iklim değişikliğiyle birlikte göl seviyesinde meydana gelen dalgalanmalar, hem altyapıyı hem de kıyı turizmini tehdit etmektedir (Van Valiliği, 2024). Pandemi süreci de bölgedeki turizm faaliyetlerinin ne kadar kırılgan olduğunu ortaya koymuştur. 2019 yılında sadece Van iline gelen yabancı turist sayısı 328 Bin 326 Kişi iken, bu sayı Türkiye'de pandemiden dolayı kısıtlamaların başladığı 2020 yılında 19 Bin 652 Kişi olmuştur (Vantso, 2021). Bu nedenle destinasyon düzeyinde risk analizi, kriz yönetimi planları ve dayanıklılık stratejileri oluşturulmalıdır (Ritchie ve Hudson, 2009). DMO'lar bu bağlamda, destinasyonun hem kriz öncesi hazırlıklarını yapar hem de kriz sonrası toparlanma süreçlerini koordine eder. Örneğin 2011 yılında Van İlinde meydana gelen depremde hasar gören ve Urartu Uygarlığına ait en önemli cazibe merkezlerinden biri olan Van Urartu Müzesinin depremden sonra 9 yıl gibi uzun bir sürede anca restore edilmesi, kriz zamanlarındaki yönetim yeteneğinin önemini ortaya koymaktadır (DAKA, 2019). Van Gölü Havzası için önerilecek bir DMO, yerel yönetimlerin kapasitelerini artırarak afet dayanıklılığını artırabilir ve kriz sonrası imaj yönetimini profesyonelce sürdürebilir (Faulkner, 2001).

5. DESTİNASYON YÖNETİM ÖRGÜTÜ KURULUŞ SÜRECİ ÖNERİSİ

Van Gölü Havzası, gibi paydaş profili ve turizm potansiyeli yüksek destinasyonlar bir model önerisi için özgün bir örnek olma potansiyeline sahiptir. Bu çeşitliliğe sahip destinasyonlar, hem yönetim süreçlerinde hem de karar alma mekanizmalarında çok boyutlu bir bakış açısına duyulan ihtiyacı artırmaktadır (Aas, vd., 2005). Dolayısıyla önerilecek modelin yalnızca kurumsal bir yapı değil, aynı zamanda bu çok katmanlı ilişkileri yönetecek esnekliğe ve kapsayıcılığa sahip olması gerekmektedir. Bu noktada, hazırlık süreci, tüm yönetim modelinin omurgasını oluşturması açısından hayati bir önem taşımaktadır (Eryiğit, 2013). Stratejik planlamayla başlayan bu süreçte yapılacak durum analizleri, mevcut kaynakların ve sorunların doğru tanımlanmasını sağlarken, paydaş haritalaması karar alma süreçlerinde kapsayıcılığı mümkün kılar (Reed, 2008). Hazırlık süreci sadece bir ön aşama değil, kurumsal kapasitenin oluşumu, toplumsal meşruiyetin sağlanması

ve gelecekteki uygulamaların başarı şansının artırılması açısından belirleyici bir temel olarak değerlendirilmelidir (Graci, 2012). Bu çerçevede, stratejik hedeflerin belirlenmesi, paydaşların süreçlere aktif katılımı, bilgilendirme ve istişare mekanizmalarının kurulması, kültürel miras alanlarına özgü bir organizasyon modelinin başarısının ön koşulları olarak öne çıkmaktadır. Başarılı örneklerde görüldüğü gibi, hazırlık aşamasında yapılan eksiklikler, ilerleyen safhalarda geri dönüşü zor olan yönetim sorunlarına yol açmaktadır (Hall, 2008). Özellikle stratejik planlama, paydaş analizi, ortak vizyon oluşturma ve kamu politikalarının şekillendirilmesi gibi adımları içeren kademeli ve bütünleşik bir süreç, örgütün hem meşruiyetini hem de işlevselliğini pekiştirecektir (UNTWO, 2013).



Şekil 1. Van Gölü Havzası Destinasyon Yönetim Örgütü Model Önerisi

Kaynak: Çalışmacı tarafından geliştirilmiştir.

5.1. Stratejik Planlama

Stratejik planlama, destinasyon yönetim örgütünün temel aşamasıdır ve bölgenin potansiyellerini, tehditlerini, kalkınma hedeflerini ve paydaş yapılarını sistematik biçimde analiz ederek uzun vadeli bir vizyon ortaya koyar (Hall, 2008). Özellikle kültürel miras alanlarında stratejik planlama, turizm gelişimiyle birlikte mirasın korunması, toplumsal katılım ve çevresel sürdürülebilirlik ilkelerini kapsamalıdır (Dredge ve Jamal, 2015). Etkin bir stratejik planlama süreci; öncelikle bölgenin sosyo-ekonomik, kültürel ve çevresel profilinin analizini içerir. Bu analiz, destinasyonun güçlü ve zayıf yönlerinin yanı sıra, fırsat ve tehditlerinin de (GZFT) değerlendirilmesini kapsar. Ardından, paydaş haritalaması yapılarak kamu kurumları, yerel yönetimler, özel sektör temsilcileri, akademik çevreler, yerel halk ve sivil toplum kuruluşlarının sürece aktif katılımı sağlanmalıdır (Reed, 2008; Graci, 2013; (Bramwell ve Lane, 2011).

Stratejik planlamanın ilk adımı olarak bölgedeki kültürel miras envanterinin güncel ve bilimsel yöntemlerle ortaya konulması gerekir (Haid, vd., 2021). Ardından, bölgeye özgü sorunlar (örneğin altyapı eksiklikleri, çevresel kirlilik, göl ekosisteminin korunması gibi) tanımlanmalı ve bu sorunlara yönelik somut hedefler belirlenmelidir. Van Gölü Havzası için yapılacak stratejik planlama; mirasın korunması, kırsal kalkınmanın desteklenmesi, yerel halkın katılımının artırılması ve turizm faaliyetlerinin dört mevsime yayılması gibi tematik öncelikleri içermelidir. Ayrıca plan, bölgeye özgü kültürel hassasiyetleri ve çok kültürlü toplumsal yapıyı gözetmeli; yerel aktörlerle sürekli iletişim ve geri bildirim esasına dayalı katılımcı bir yapı kurmalıdır (Timothy, 2011).

5.2. Paydaş Analizi

Kültürel miras alanlarında sürdürülebilir bir destinasyon yönetim örgütü kurulumunda en kritik aşamalardan biri paydaş analizidir. Bu aşama, yalnızca ilgili tarafların kimler olduğunu tanımlamakla sınırlı kalmamakta; aynı zamanda bu paydaşların süreç içerisindeki rolleri, etkileri, beklentileri ve etkileşim biçimlerini de kapsamlı biçimde değerlendirmeyi içermektedir (Reed vd., 2009). Paydaş analizi sürecinde ilk adım, tüm aktörlerin sistematik bir biçimde tanımlanmasıdır. Van Gölü Havzası gibi paydaş profili geniş destinasyonlarda, bu aktörlerin çoğu hem farklı hem de kesişen çıkarlar doğrultusunda hareket etmektedir. Bu nedenle paydaşların etkisi ve ilgisi

doğrultusunda sınıflandırılması, stratejik planlamada önceliklerin belirlenmesinde yardımcı olacaktır (Mitchell, vd., 1997).

Paydaşların tanımlanmasının ardından ikinci adım, belirlenen gruplara yönelik kapsamlı bir bilgilendirme sürecidir. Bu bilgilendirme, kurulacak olan destinasyon yönetim örgütünün amacı, hedefleri, yapısı ve işleyişi hakkında şeffaf bir şekilde bilgi aktarımını kapsamalıdır. Bilgilendirme süreci, paydaşların farkındalığını artırmakla kalmaz; aynı zamanda onları sürece dâhil etmek için gerekli meşruiyet zeminini de oluşturur (Graci, 2013). Bilgilendirme aşamasından sonra, tüm paydaşlarla açık istişare süreçleri yürütülmelidir. Bu istişareler, yalnızca bilgi alışverişi değil; aynı zamanda bilgi üretimini hedeflemelidir. Paydaşların görüş, öneri ve eleştirileri, sadece sosyal bir katılım göstergesi olarak değil, aynı zamanda karar alma süreçlerinin doğrudan girdisi olarak değerlendirilmelidir (Aas, vd., 2005). Bu nedenle planlama süreci sadece teknik bir süreç değil, aynı zamanda sosyal müzakerelerin yürütüldüğü dinamik bir yapı olarak ele alınmalıdır. İstişare süreci sonucunda elde edilen bilgi ve değerlendirmeler, doğrudan stratejik planlama sürecine geri besleme olarak aktarılmalıdır. Bu geri bildirim mekanizması, stratejik planın sadece yukarıdan aşağıya bir anlayışla değil, yerelden gelen bilgiyle şekillenen esnek ve adaptif bir yapıda olmasını sağlar (Dredge ve Jamal, 2015).

5.3. Paylaşılan Vizyon Oluşturma

Stratejik planlama ve paydaş analizini takip eden en kritik aşamalardan biri, paydaşların ortak değer ve hedefler etrafında birleşmesini sağlayacak olan “paylaşılan vizyon oluşturma” sürecidir. Bu süreç, yalnızca bir hedefin tanımlanmasından ibaret olmayıp, farklı paydaş gruplarının beklentileri, çıkarları ve toplumsal değerlerinin uyumlu hale getirilmesini amaçlayan katılımcı bir yönetim sürecidir (Jamal ve Getz, 1995). Özellikle kültürel miras alanlarında yürütülen destinasyon yönetim modellerinde, paydaşlar arası ortak bir vizyon geliştirilmeden sürdürülebilir ve kapsayıcı bir yapının kurulması mümkün değildir (Dredge ve Jamal, 2015). Paylaşılan vizyon oluşturma süreci, temelde üç temel bileşene dayanır: temsil, müzakere ve uzlaş. Bu sürecin başlangıcında, daha önce yürütülen paydaş analizinden elde edilen bilgiler doğrultusunda tüm aktörler sürece dâhil edilir. Bu dâhil olma, sadece fiziksel katılım anlamına gelmemekte; aynı zamanda temsil edilen görüşlerin eşit düzeyde değerlendirilmesini ve karar süreçlerine etkili biçimde yansımaları da içermektedir (Reed vd., 2009).

5.4. Kamu Politikalarının Oluşturulması

Kültürel miras alanlarında sürdürülebilir bir destinasyon yönetim örgütü kurulurken kamu politikalarının bilimsel, katılımcı ve uygulanabilir bir zemine oturtulması kritik bir gerekliliktir. Kamu politikası sürecinin ilk adımı, çözüm üretilecek temel sorunun tanımlanmasıdır. Bu aşama, hem mevcut durumu hem de sorunun nedenlerini, boyutlarını ve etkilerini kapsamlı biçimde analiz etmeyi gerektirir (Çetin,2021). Sorun tanımı, bilimsel veriler, paydaş görüşleri ve saha analizleri ile desteklenerek yapılmalıdır (Salman vd. 2020). Bu adım, hangi politika araçlarının kullanılacağına ilişkin temel çerçeveyi şekillendirecektir. Belirlenen sorun çerçevesinde, önceden oluşturulmuş stratejik planlama dokümanlarındaki amaç ve vizyonun yeniden gözden geçirilmesi gerekir. Bu aşama, politika ile stratejik yön arasındaki tutarlılığı kontrol etmeye hizmet eder. Uyumlu bir politika geliştirme süreci, yalnızca tepki veren değil; proaktif ve yönlendirici bir yapıda olmalıdır (Sezgin ve Karaman,2008). Amaç-vizyon uyumu sağlandıktan sonra, bu hedeflere ulaşmak için kullanılabilecek politika seçeneklerinin geliştirilmesi gerekir. Bu süreç, farklı senaryoların karşılaştırmalı olarak ele alınmasını ve her bir alternatifin maliyet, uygulanabilirlik, sosyal kabul ve çevresel etkiler açısından değerlendirilmesini içerir. Bu adım, hem teknik analiz hem de paydaş katılımı ile desteklenmelidir (Graci, 2013).

Alternatifler arasından belirli bir politikanın seçilmesi süreci, hem teknik etkinlik hem de siyasi meşruiyet açısından dengeli bir karar almayı gerektirir. Bu noktada seçilecek politikanın sadece kısa vadeli değil, aynı zamanda uzun vadeli sürdürülebilirlik ilkesine de hizmet etmesi beklenir (Çetin,2021). Belirlenen kamu politikasının uygulama aşaması, tüm sürecin görünür hale

geldiği ve performansın test edildiği evredir. Bu aşamada uygulamaya ilişkin mekanizmaların oluşturulması, kurumsal yapıların tanımlanması, finansal kaynakların planlanması ve izleme-değerlendirme sistemlerinin kurulması gerekir (Timothy, 2011). Uygulama, belirlenen vizyon ve amaçlara uygun olarak yürütülmeli; aynı zamanda esnek ve adaptif olmalı, gerektiğinde geri bildirimler doğrultusunda revize edilebilmelidir (Meriç, vd., 2021).

5.5. Geri Bildirim

Geri bildirim süreci, yönetimin esnekliği ve öğrenme kapasitesini destekleyen kritik bir ilkedir. Bu aşamada paydaşların dâhil edildiği bir süreçte performans göstergeleri doğrultusunda uygulama sonuçları değerlendirilir. Veriler anketler, toplantılar ve raporlarla sistemli biçimde toplanarak, nitel ve nicel analiz yapılır. Elde edilen geri bildirimler ışığında planlar revize edilerek yönetimin adaptifliği sağlanır (Eriksson, 2021). Son olarak, geri bildirim kurumsal düzeyde sistemleştirilmesi gereklidir. Kurulacak olan destinasyon yönetim örgütü içinde geri bildirim dayalı karar alma mekanizmalarının kurumsal hafızaya dönüşmesi, örgütün sürekliliğini ve meşruiyetini artıracaktır (Bendz, 2015). Bu amaçla, değerlendirme sonuçlarının belirli aralıklarla kamuoyuyla paylaşılması ve bu sonuçlara dayanarak alınan kararların belgelenmesi büyük önem taşır. Bu çerçevede, geri bildirim yalnızca değerlendirme değil; aynı zamanda katılım, saydamlık, hesap verebilirlik ve öğrenme ilkeleri doğrultusunda gelişen bir yönetim kültürünün ana bileşenidir (Campbell, 2011). Van Gölü Havzası gibi hassas alanlarda bu süreç doğru işletildiğinde, destinasyon yönetimi uygulamalarının sahada karşılık bulması ve yerel kabul düzeyinin artması sağlanabilir.

6. VAN GÖLÜ HAVZASI DESTİNASYON YÖNETİM ÖRGÜTÜ MODEL ÖNERİSİ

Van Gölü Havzası, sahip olduğu çekicilikler, doğal peyzaj, eşsiz jeolojik oluşumlar ve köklü tarihsel dokusuyla Türkiye'nin en önemli potansiyel turizm destinasyonlarından biridir (DAKA, 2019). Böyle güçlü potansiyele ve geniş paydaş profiline sahip destinasyonların sürdürülebilirlik ilkeleri çerçevesinde etkin bir şekilde yönetilmesi, çok paydaşlı, katılımcı ve bütüncül bir organizasyon modeli gerektirmektedir (Morrison, vd., 2020). Bu gereklilikten yola çıkarak önerilen "Van Gölü Havzası Sürdürülebilir Destinasyon Yönetim Modeli", yukarıdan aşağıya örgütlenmiş katmanlı bir yapı sunmaktadır. Modelin çatı yapısı olan Van Gölü Havzası Destinasyon Konseyi ile başlayan bu yapı, danışma kurulları, merkezi yönetim örgütü ve işlevsel alt birimlerle birlikte esnek, kapsayıcı ve sürdürülebilir bir yönetim perspektifiyle kurgulanmıştır.



Şekil 2. Van Gölü Havzası Destinasyon Yönetim Örgütü Model Önerisi Diyagramı

Kaynak: Çalışmacı tarafından geliştirilmiştir

6.1. Van Gölü Havzası Destinasyon Konseyi

Van Gölü Havzası Destinasyon Yönetim Modeli'nin üst düzey karar organı olan Van Gölü Havzası Destinasyon Konseyi, bölge genelinde kültürel miras temelli sürdürülebilir turizm gelişiminin çok aktörlü, katılımcı ve stratejik bir yönetim anlayışı ile yürütülmesini amaçlayan çatı yapısıdır. Konsey, destinasyon yönetimi ile ilgili tüm kararların eşgüdüm içinde alınmasını sağlayan, farklı düzeylerdeki kamu ve özel sektör aktörlerini, akademiye ve sivil toplumu bir araya getiren bir platform olarak kurgulanmıştır. Bu yapı, destinasyonun yönetimsel kapasitesini kurumsallaştırmakta ve uzun vadeli stratejik uyumu tesis etmesini sağlayacak şekilde kurgulanmış ve önerilmiştir.

Konseyin en önemli özelliği, temsil eşitliği ve katılımcılık ilkesi olmalıdır. Karar alma süreçlerinde hem merkezi yönetim hem de yerel düzeydeki aktörlerin dengeli bir biçimde temsil edilmesi, güce uzak paydaşların temsili sağlanmalıdır. Bu kapsamda konseyi oluşturan üyelerin aşağıdaki paydaşlardan oluşması önerilmektedir.

- **Merkezi Yönetim Temsilcileri:** Kültür ve Turizm Bakanlığı, Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, Tarım ve Orman Bakanlığı, İç İşleri Bakanlığı temsilcileri,
- **Yerel Yönetimler:** Van ve Bitlis Valileri, Büyükşehir, şehir ve ilçe belediye başkanları.
- **İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri:** İl düzeyinde kültürel miras, turizm planlaması ve uygulama konularında yetkili birimler
- **Üniversiteler:** Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi ve Bitlis Eren Üniversitesi'nden turizm, arkeoloji, şehir ve bölge planlama gibi alanlarda uzman akademisyenler.
- **Sivil Toplum Kuruluşları:** Bölgedeki ekoturizm dernekleri, yerel kültür dernekleri, kadın kooperatifleri, çevre örgütleri.
- **Turizm Sektörü Temsilcileri:** Otelciler, seyahat acenteleri, tur operatörleri, rehberler odası temsilcileri.
- **Yerel Halk Temsilcileri:** Mahalle muhtarları, kanaat önderleri, köy ve kooperatif temsilcileri
- **Ulusal ve Uluslararası Gözlemciler:** UNESCO Türkiye Komisyonu, UNDP Türkiye ofisi, Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı.

Bu çok katmanlı temsil yapısı sayesinde Van Gölü Havzası'nda turizm ile doğrudan ya da dolaylı ilişkili olan tüm paydaşlar sürece aktif olarak katılır ve alınan kararlarda söz sahibi olur. Böylece, komisyonun sadece teknik açıdan değil, aynı zamanda sosyo-kültürel bakımdan da güçlenmesine ve kapsayıcı bir yapıya bürünmesi sağlanabilir (Richards, 2001). Van Gölü Havzası Destinasyon Konseyinin, lider olma özelliğinin yanı sıra, yönlendiricilikten ziyade stratejik karar üretici bir işlev görmesi önerilmektedir. Başlıca görevleri aşağıdaki şekilde kurgulanmıştır.

- **Ortak Vizyon ve Strateji Belirleme:** Bölgedeki tüm paydaşların mutabakatıyla kültürel mirasa dayalı sürdürülebilir turizm vizyonunu oluşturmak.
- **Politika ve Plan Onayı:** Destinasyon yönetim örgütleri tarafından geliştirilen yıllık stratejik planlar, bütçeler, tanıtım programları ve sürdürülebilirlik politikalarını değerlendirmek ve onaylamak.
- **Koordinasyon ve Eşgüdüm:** Bitlis ve Van il danışma kurulları ile Van Gölü Havzası Destinasyon Yönetim Örgütü arasında koordinasyonu sağlamak, kararların uyum içinde yürütülmesini izlemek.
- **Katılımcılığı Teşvik Etmek:** Yerel halkın süreçlere aktif katılımını sağlayacak mekanizmaları geliştirmek, şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkelerini uygulamak.
- **Kriz Dönemlerinde Rehberlik ve Liderlik:** Pandemi, çevresel felaketler veya toplumsal olaylar gibi durumlarda bölge genelinde ortak hareket planları oluşturmak.

- **Sürdürülebilirlik Performansını İzlemek:** Turizm faaliyetlerinin çevresel, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirliğe etkisini izlemek, performans göstergeleri çerçevesinde raporlama süreçlerini denetlemek.

Konsej, yılda en az dört kez olağan olarak toplanmalı ve doğal afet, kriz, pandemi gibi olağanüstü durumlarda hızlı karar alabilecek şekilde esnek toplantı prosedürlerine sahip olmalıdır. Her toplantıdan önce teknik hazırlık komiteleri aracılığıyla gündem belirlenmeli, alınan kararlar şeffaflık ilkesi çerçevesinde kamuoyu ile paylaşılmalıdır. Gündem konuları başvuru sırasına göre sıralanmalı, kriterler belirlenerek olağanüstü durumlarda gündem değiştirilebilmeli, ancak gerekçelendirilmeli ve ilan edilmelidir. Her temsil grubunun oy hakkı, temsil ettiği nüfus ve sektörel etki düzeyine göre belirlenebilmelidir. Bu yapının sağlanması yolu ile hem yatay hem dikey yönetişimin sağlıklı biçimde işlemesine imkân tanıyabilecek bir organizasyon kurgulanmıştır.

6.2. Bitlis ve Van Destinasyon Danışma Kurulları

Van Gölü Havzası Destinasyon Konseyi'nin koordinasyon çerçevesinde faaliyet gösteren Bitlis ve Van Destinasyon Danışma Kurulları, il düzeyinde yerel bilgi, deneyim ve aktör katkılarının yönetim modeline entegrasyonunu sağlayan, uygulama odaklı ve temsil temelli alt kurullar olarak kurgulanmıştır. Sürdürülebilir destinasyon yönetimi modellerinde yerel düzeyde örgütlenen danışma yapıları, çok aktörlü yönetim anlayışının merkezden yerele doğru yayılımını sağlarken; karar alma süreçlerine yerinden katkı sunarak sosyal bütünleşmeyi güçlendirir (Dinç, vd. 2021; Akyol, 2021).

Bu kurullar, hem Van hem de Bitlis illerinin kendine özgü sosyo-kültürel yapılarının, doğal değerlerinin ve turizm potansiyelinin sürdürülebilir şekilde değerlendirilmesine katkı sağlayabilecektir. Aynı zamanda, yerel paydaşların bölge turizmine ilişkin ihtiyaç, talep ve beklentilerini kurumsal düzeye taşıyarak üst kurul olan Van Gölü Havzası Destinasyon Konseyi'nin daha sağlıklı kararlar almasına zemin hazırlayacaktır. Kurulların katılımcı, şeffaf ve çok sektörlü bir yapıda kurgulanması, temsil adaletinin sağlanması açısından önemlidir. Her ilin danışma kurulu aşağıdaki paydaş gruplarını içermelidir:

- **İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri:** Kurulun sekreteryasını yürüterek; il genelinde turizm stratejilerini belirler.
- **İl Valiliği Temsilcileri:** Karar alma süreçlerinde devlet iradesini temsil eder.
- **İl Özel İdareleri:** Özellikle kırsal alanlardaki altyapı projelerinde destek sağlar.
- **Belediye Başkanlıkları** (il ve ilçe düzeyinde): Yerel hizmetlerin sürdürülebilir turizmle uyumunu gözetir.
- **Üniversitelerden Akademisyenler:** Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi ve Bitlis Eren Üniversitesi'nden turizm, mimarlık, şehir planlama ve antropoloji gibi alanlarında uzman akademik temsilciler
- **Ticaret ve Sanayi Odaları:** Yerel iş dünyasının katkılarını temsil eder; turizm ekonomisinin geliştirilmesine destek olur.
- **Turizm İşletmeleri ve Meslek Odaları:** Otelciler, seyahat acentaları, restoran işletmecileri ve rehberler birliği temsilcileri
- **Sivil Toplum Kuruluşları:** Çevre örgütleri, kadın kooperatifleri, gençlik inisiyatifleri, kültürel dernekler.
- **Kültürel Miras Temsilcileri:** Vakıflar Bölge Müdürlükleri, koruma kurulları, arkeologlar
- **Yerel Halk Temsilcileri:** Mahalle muhtarları, kanaat önderleri, köy birlikleri
- **Medya Temsilcileri:** Bölgesel basın ve yayın kuruluşları

Bu temsil yapısı sayesinde kurul, yalnızca teknik bir danışma organı değil; aynı zamanda yerel düzeyde karar alma, öneri geliştirme ve kamuoyu oluşturma gücüne sahip katılımcı bir platforma dönüşecektir. Bitlis ve Van Danışma Kurulları, hem stratejik hem de operasyonel düzeyde işlevsel roller üstlenmelidir. Başlıca görevleri şu şekilde kurgulanmıştır:

- **Yerel Sorunları Tespit Etme:** Turizm altyapısı, çevresel tehditler, kültürel miras alanlarındaki sorunlar gibi yerel düzeyde karşılaşılan problemlerin belirlenmesi
- **Geliştirme Önerileri Sunma:** Yerel halkın beklentileri, girişimcilerin talepleri ve turizm potansiyelinin verimli kullanımı için stratejik öneriler geliştirme
- **Uygulama Takibi:** Konsey tarafından alınan kararların il düzeyinde ne ölçüde hayata geçirildiğini izleme ve raporlama
- **Katılımı Artırma:** Yerel halkın turizm politikalarına katılımını teşvik edecek sosyal iletişim faaliyetleri düzenleme
- **Eğitim ve Bilinçlendirme Faaliyetleri:** Sürdürülebilirlik, miras koruma, ziyaretçi yönetimi gibi alanlarda kamuoyunu bilgilendirme
- **İnovatif Projeleri Destekleme:** Kültür rotaları, tematik turlar, yerel ürün markalaşması gibi yaratıcı girişimlere destek sunma
- **Üst Kurula Veri Sağlama:** İl düzeyindeki gelişmelerin ve performans göstergelerinin Van Gölü Havzası Destinasyon Konseyi ile paylaşılması

Bu yapı sayesinde, Van ve Bitlis illerinde yerel bilgi ve kültürel miras ile şekillenen sürdürülebilir turizm politikaları oluşturulabilecek ve bölgeye özgü uygulamalarla merkezi stratejilerin etkisi artırılabilir. Bitlis ve Van Danışma Kurulları, Van Gölü Havzası ölçeğinde sürdürülebilir turizmin hayata geçirilmesi için oluşturulacak örgütün en önemli ikinci bileşeni olarak önerilmiştir.

6.3. Van Gölü Havzası Ağ Temelli Destinasyon Yönetim Örgütü

Van Gölü Havzası kültürel miras yoğunluğu yüksek, çok aktörlü ve coğrafi olarak dağılmış bir destinasyondur (Baytar ve Bozkoyun,2021). Bu tür destinasyonlarda geleneksel hiyerarşik yönetim yapılarının yerini ağ temelli (network-based) ve esnek yapılanmalara bırakması destinasyon yönetim örgütünün başarısına katkı sağlayacaktır. (Saxena, 2005; Beritelli, 2011). Bu noktada önerilen destinasyon yönetim örgütü, merkezileşmeden uzak, bağlantısallığı ve yatay iş birliğini esas alan bir “destinasyon yönetim ağı modeli” olarak kurgulanmıştır Ağ modeli, paydaşlar arası karşılıklı bağımlılığı esas alır ve farklı kurumların özgün roller üstlenerek kolektif fayda üretmesini hedefler. Bu tür bir yapı, özellikle kültürel miras alanlarında hem koruma-kullanım dengesi hem de kapsayıcı kalkınma açısından büyük avantajlar sunmaktadır (Dredge, 2006; Scott vd., 2009).

Van Gölü Havzası Destinasyon Yönetim Örgütü için oluşturulan model, merkezi koordinasyon, işlevsel dağılım, ağ odaklı ortaklıklar ve veri temelli yönetim ilkeleri esas alınarak yapılandırılmıştır. Kurumsal yapı modeli aşağıdaki çekirdek birimler üzerine kurgulanmıştır.

- **Genel Sekreterlik ve Koordinasyon Birimi:** Merkezde yer alır. Ağ içindeki tüm işlevsel birimlerin eşgüdümünü sağlar, stratejik planların uygulanmasını koordine eder, Van Gölü Havzası Destinasyon Konseyi’ne düzenli olarak rapor sunar.
- **Strateji ve Bilgi Yönetimi Birimi:** Bölgeye dair verileri toplar, analiz eder, performans göstergeleri geliştirir ve karar destek sistemleri üretir. Bu birim, veri temelli yönetim ilkesi doğrultusunda ağın bilgi merkezidir (Baggio ve Cooper, 2010).
- **Kurumsal İlişkiler ve Paydaş Entegrasyon Birimi:** Yerel, bölgesel ve ulusal düzeydeki tüm kamu kurumları, özel sektör temsilcileri ve STK’larla ilişkileri yönetir. Danışma kurulları, üniversiteler, kalkınma ajansları ve dış fon sağlayıcılarla ağ kurma işlevi üstlenir.

- **Hukuk, Mevzuat ve Etik Yönetişim Birimi:** Destinasyon üzerindeki planlamaların yasal uyumluluğunu denetler; etik ilkeleri uygular, sözleşmeler ve katılım protokolleri düzenler.

Önerilen bu yapılar arasında hiyerarşik bir üst-alt ilişki yerine görev bazlı ağ ilişkileri ve karşılıklı iş birliği esas olmalı ve işlevsel farklılıklar korunmakla birlikte, bilgi paylaşımı ve stratejik uyum yüksek düzeyde oluşturulmalıdır. (Dredge ve Jenkins, 2011). Ağ Temelli Destinasyon yönetim örgütü, sabit bir komuta merkezinden değil; çoklu düğümlerden (nodes) oluşan ve bu düğümler arasında sürekli veri, karar ve kaynak akışı olan bir ağ sistemi olarak kurgulanmıştır. Bu yapı, özellikle kültürel miras gibi hassas alanlarda, yerel gerçekliklere hızlı tepki verilmesini ve katılımcı uyumun sağlanmasını kolaylaştırabilecektir (Saraniemi ve Kylänen, 2011).

6.3.1. Destinasyon Yönetim Örgütü

Van Gölü Havzası destinasyonunun sürdürülebilir bir biçimde yönetilebilmesi için önerilen üçlü ağ yapısının ilk bileşeni olan Destinasyon Yönetim Örgütü (DYO), sürdürülebilirlik politikaları, stratejik yönetim, kriz yönetimi ve finansal koordinasyon gibi temel fonksiyonları yerine getiren merkezi bir yapı olarak önerilmiştir. Bu örgüt, destinasyonun uzun vadeli geleceğini planlayan, çok aktörlü katılımı koordine eden ve yönetim ilkesini pratikte işleten bir çekirdek yapı olarak konumlandırılmıştır. Örgütün görevleri aşağıdaki şekilde kurgulanmıştır.

- **Sürdürülebilirlik:** Destinasyon yönetiminde çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel boyutları gözetken, uzun vadeli kalkınmayı hedefleyen temel ilkedir (Genç, 2021). Van Gölü Havzası gibi doğal kaynakları ve kültürel mirası yüksek hassasiyet taşıyan bölgelerde, sürdürülebilirlik yalnızca bir çevre koruma politikası değil, aynı zamanda sosyal adaletin ve yerel sahiplenmenin de garantisidir. Sürdürülebilir turizm yalnızca “zararı azaltmak” olarak değil, “yararı maksimize etmek” şeklinde tanımlamakta ve yerel paydaşlarla sürekli etkileşimi bir gereklilik olarak görmektedir (UNWTO (2013)).
- **Finansman:** Destinasyon yönetiminin işlevselliğini sürdürebilmesi için kritik bir unsurdur. Özellikle kamu kaynaklarının sınırlı olduğu bölgelerde, sürdürülebilir ve çeşitlendirilmiş finansman modelleri hayati önem taşır. Van Gölü Havzası Destinasyon Yönetim Örgütü, finansman kaynaklarını ve mekanizmalarını yönetecek birimi oluşturmalı ve sadece kaynakları yönetmekle yetinmeyip, kurumun kaynaklarını şeffaf, hesap verebilir ve sürdürülebilir bir şekilde harcamakla yükümlü olmalıdır (Sharpley ve Telfer, 2014).
- **Ürün Çeşitlendirme:** Turizm destinasyonlarının rekabet gücünü artırmak için ürün çeşitlendirmesi gereklidir. Van Gölü Havzası, tarihî yerleşim alanları, geleneksel el sanatları, gastronomik değerler, doğa turizmi ve inanç turizmi gibi çeşitli turistik ürünlere sahiptir. Yeni tematik turizm ürünleri geliştirmek (Urartu Kültür Rotaları, Van Kedisi Ekoturu, Ahlat Mezar Taşları Estetik Yolu vd.), mevsimsel dalgalanmayı azaltacak ürünleri planlamak, yerel üreticilerle işbirliği yaparak otantik ürünleri turizmle entegre etmek, kültürel anlatım tekniklerini (storytelling) kullanarak deneyim temelli ürünler sunmak bu yapının görevleri olarak tanımlanmıştır.
- **Kriz Yönetimi:** Kriz yönetimi, beklenmeyen durumlar karşısında destinasyonun reflekslerini planlamak, tepki sürelerini hızlandırmak ve uzun vadeli direnç geliştirmek anlamına gelir (Kliykov, 2025). Van Gölü Havzası gibi jeopolitik, çevresel ve sosyal hassasiyeti yüksek bölgelerde bu yapı kritik önemdedir (Koyuncu ve Karakılçık, 2019). Önerilen modelde oluşturulacak yapı, krizlerin önceden tahmin edilerek gerekli senaryoların hazırlanmasını ve gerekli tedbirlerin alınmasını sağlayabilecektir (Wut, vd., 2021).
- **Stratejik Planlama:** Destinasyonun geleceğe dair yönünü belirleyen ve kaynakların etkin kullanımını sağlayan en temel yönetsel süreçtir (Demir ve Yılmaz, 2010). Van Gölü Havzası için yapılacak planlamalar, doğal ve kültürel mirasın korunması, yerel kalkınma, pazarlama stratejileri ve yönetim mekanizmalarının uyum içinde çalışmasını gerektirir. Modelde

oluşturulacak yapı ile uzun vadeli vizyon ve misyon belirleme, dönemsel stratejik planlar ve yıllık eylem planları hazırlama, hedef kitle analizi, SWOT analizi, paydaş haritalama gibi planlama araçlarını kullanma, planların uygulanabilirliğini izlemek için performans göstergeleri oluşturma fonksiyonları yerine getirilebilecektir (Ritchie ve Crouch 2003).

6.3.2. Destinasyon Pazarlama Örgütü (DPÖ)

Van Gölü Havzası'nın sahip olduğu kültürel miras, doğal peyzaj ve tematik zenginliklerin ulusal ve uluslararası düzeyde etkili biçimde tanıtılması, bölgenin turizmde rekabet gücünü artırmak ve sürdürülebilir bir ziyaretçi profili oluşturmak için hayati öneme sahiptir. Bu nedenle Destinasyon Pazarlama Örgütü (DPÖ), destinasyonun bütünsel pazarlama faaliyetlerini planlayan, koordine eden ve uygulayan birim olarak Van Gölü Havzası Destinasyon Yönetim Ağı'nın önemli bir parçası olarak önerilmiştir. Örgütün fonksiyonları aşağıdaki şekilde modellenmiştir.

- **Tanıtım:** Tanıtım, destinasyonun sahip olduğu değerlerin doğru ve etkili bir şekilde hedef kitlelere aktarılması sürecidir (Çetinel, 2001). Bu amaçla modelde tanıtım görevi üstlenecek yapının ulusal ve uluslararası tanıtım kampanyaları yapması, fuarlara katılım, medya iş birlikleri organize etmesi gibi faaliyetleri yerine getirmesi önerilmiştir.
- **Pazar Geliştirme:** Pazar geliştirme, destinasyonun farklı hedef kitlelere açılmasını, turist çeşitliliğinin artırılmasını ve mevsimsel dengesizliklerin azaltılmasını hedefler (Sofronov, 2019). Van Gölü Havzası potansiyeli yüksek olan ancak bu potansiyelin performansla dönüştürülmediği bir destinasyondur (DAKA, 2019). Benzer bölgeler için bu görev kritik önemdedir. Pazar çeşitliliği yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda çevresel sürdürülebilirlik açısından da önemlidir ve taşıma kapasitesinin yıl geneline dengeli dağıtılmasını sağlayabilir (Middleton ve Clarke 2001).
- **Dağıtım Kanalları:** Dağıtım kanalları, tanıtılan turistik ürünlerin ve hizmetlerin hedef kitleye erişmesini sağlayan altyapısal araçlardır. Bu araçlar yalnızca satış değil, aynı zamanda bilgilendirme, yönlendirme ve etkileşim işlevi de görür (Camilleri, 2017). Dağıtım kanallarının sağlıklı oluşturulması hem destinasyonun kendi içinde hem de diğer destinasyonlar ve turistler için ürünlere ulaşımı kolaylaştırabilir (Buhalis 2000).
- **İşbirliği Geliştirme:** Destinasyon pazarlamasının başarısı, farklı düzeydeki kurum ve aktörler arasında kurulacak iş birliklerine bağlıdır (Tuna, vd., 2022). Van Gölü Havzası özelinde, pazarlama faaliyetlerinin etkili ve kapsayıcı olabilmesi için kamu, özel sektör, STK'lar ve akademi arasında dinamik ilişkiler kurulmalıdır. Modelde işbirliğini sağlamak amacıyla oluşturulacak yapı, destinasyonunun tanıtımı ve pazarlaması için diğer paydaş kuruluşlar ile işbirliği olanaklarını artıracaktır. Çünkü pazarlama sadece tanıtım değil, aynı zamanda bir ilişki kurma sanatıdır ve destinasyon imajı paydaş iş birliğiyle inşa edilebilen bir unsurdur (Pike ve Page, 2014).

6.3.3. Destinasyon Geliştirme Örgütü (DGÖ)

Destinasyon Geliştirme Örgütü (DGÖ), Van Gölü Havzası'nın doğal ve kültürel kaynaklarının sürdürülebilirlik ilkelerine uygun olarak yönetilmesi, gerekli fiziksel ve kurumsal altyapıların oluşturulması ve insan kaynağının etkin şekilde değerlendirilmesini amaçlayan işlevsel bir yapıdır (Volgger, vd., 2021). Diğer iki örgüt ile olan yönetim ve pazarlama örgütleri ile entegre çalışarak, destinasyonun somut gelişim süreçlerini yönlendirecek şekilde planlanmıştır. Geliştirme örgütünün ana hedefi, Van Gölü Havzası'nı yaşanabilir, erişilebilir ve sürdürülebilir bir turizm destinasyonuna dönüştürmektir. Bu doğrultuda geliştirme örgütünün fonksiyonları aşağıdaki şekilde kurgulanmıştır.

- **Planlama:** Planlama, destinasyonun fiziksel gelişimini düzenleyen, turizm alanlarını optimize eden ve koruma-kullanım dengesini sağlayan yönetsel araçtır (Türkay, 2014). Van Gölü Havzası gibi kültürel peyzaj alanlarında planlama, yalnızca mekânsal düzenleme değil, aynı zamanda tarihsel sürekliliğin korunması anlamına gelir. UNESCO (2011), kültürel

miras alanlarının sürdürülebilir kullanımı için çok katmanlı planlama süreçlerinin zorunlu olduğunu belirtir. Bu bağlamda DGÖ, planlama süreçlerini hem disiplinlerarası hem de çok aktörlü yürütmelidir.

- **Yönetişim:** Yönetişim, yerel halkın, kamu kurumlarının, özel sektörün ve sivil toplumun karar alma süreçlerine katılımını sağlayan, şeffaf ve hesap verebilir bir yönetim biçimidir. DGÖ'nün yönetim işlevi, toplumsal katılımı kurumsallaştırmak ve karar alma süreçlerine demokratik meşruiyet kazandırmak üzerine kuruludur. Pierre ve Peters (2000), yönetişimin yalnızca idari bir kavram değil, aynı zamanda toplumsal uzlaşının ve kaynakların etkin kullanımının da aracı olduğunu vurgular. Bu nedenle, DGÖ'nün yönetim fonksiyonu, katılımcı süreçlerle desteklenmeli ve yerinden yönetimle bütünleştirilmelidir.
- **Altyapı Geliştirme:** Altyapı, bir destinasyonun işleyişini, ziyaretçi deneyimini ve yerel yaşam kalitesini doğrudan etkileyen somut unsurlar bütünüdür. DGÖ, bölgedeki altyapının hem turistik işlevselliğe hem de sürdürülebilir kalkınma hedeflerine uygun biçimde geliştirilmesinden sorumludur. Inskeep (1991), altyapının yalnızca fiziksel değil; aynı zamanda toplumsal kabul gören, estetik ve kültürel bütünlüğü destekleyen şekilde tasarlanması gerektiğini belirtir (Munir, vd.,2025). Van Gölü Havzası gibi özgün bir coğrafyada, altyapı geliştirme faaliyetleri mutlaka önemsenmeli ve kültürel mirasa duyarlı olmalıdır.
- **İnsan Kaynakları Yönetimi (İKY):** Turizmde kalite, deneyim ve sürdürülebilirlik, büyük ölçüde insan kaynağının niteliğine bağlıdır (Pelit ve Çetin,2020). Bu nedenle DGÖ, bölgedeki turizm iş gücünün geliştirilmesi, eğitilmesi ve yönlendirilmesi süreçlerini yürütmekle sorumludur. Cooper vd. (2008), turizmde yerel istihdamın artırılmasının hem ekonomik katkı hem de kültürel uyum açısından vazgeçilmez olduğunu belirtmektedir. Van Gölü Havzası gibi çok katmanlı kültürel yapılara sahip bölgelerde, yerel bilgi birikiminin profesyonel hizmete dönüştürülmesi İKY'nin temel stratejisidir.

6.4. İzleme ve Geri Bildirim Yönetimi

Van Gölü Havzası Destinasyon Yönetim Modeli'nin stratejik yönetim döngüsünü tamamlayan, sistemin öğrenen ve uyum sağlayan bir organizmaya dönüşmesini sağlayan temel denetleyici mekanizması oluşturulacak izleme ve geri bildirim yönetimidir. Bu yapı, alınan kararların sahada nasıl karşılandığını, uygulamaların ne ölçüde hedeflere ulaştığını ve paydaşların memnuniyet düzeylerini düzenli olarak izleyerek üst yönetime veri sağlayacak şekilde planlanmıştır. Bu birimin fonksiyonları aşağıdaki şekilde kurgulanmıştır.

- **Performans Göstergelerinin Geliştirilmesi ve Takibi:** Turist sayısı, geceleme süresi, yerel gelir artışı, ziyaretçi memnuniyeti, miras alanlarının korunma düzeyi gibi göstergeler oluşturulur ve düzenli olarak izlenir.
- **Saha İzleme ve Yerel Gözlem Raporları:** Bitlis ve Van Danışma Kurulları ile iş birliği içinde bölgedeki uygulamaların etkileri analiz edilir, saha temelli gözlem raporları hazırlanır. Bu sayede yerel düzeydeki gelişmeler modele geri beslenir.
- **Ziyaretçi ve Paydaş Geri Bildirimi:** Anketler, odak grup toplantıları, dijital geribildirim formları gibi araçlarla turistlerin ve yerel halkın görüşleri alınır. Özellikle sürdürülebilirlik, hizmet kalitesi ve deneyim gibi konular öncelikli olarak değerlendirilir (Bramwell ve Lane, 2011).
- **Politika ve Plan Revizyonu:** İzleme sonuçlarına göre stratejik planlar, tanıtım kampanyaları veya altyapı projeleri gerektiğinde güncellenir. Böylece model statik bir yapı olmaktan çıkar.
- **Şeffaflık ve Hesap Verebilirlik Raporlaması:** Yıllık performans değerlendirme raporları kamuoyuyla paylaşılır. Hangi hedeflere ulaşıldığı, ne tür iyileştirmelerin gerektiği net biçimde ortaya konur. Bu sayede yerel halkla ve kamu otoriteleriyle güven ilişkisi kurulur.

- **Coğrafi Bilgi Sistemleri (GIS):** Turist hareketliliği, alan kullanımı ve ziyaretçi yoğunluğu haritalanarak kapasite planlamasına destek verilir.
- **Dijital Geri Bildirim Platformlarının oluşturulması:** Mobil uygulamalar ve QR kodlarla erişilebilen hızlı anket sistemleriyle ziyaretçilerden anlık veri toplanır.

7. SONUÇ

Bu çalışma, kültürel miras alanlarının sürdürülebilir biçimde yönetilmesine yönelik kurumsal yapıların geliştirilmesi ihtiyacından hareketle, Van Gölü Havzası özelinde önerilen destinasyon yönetim örgütü modelini tartışmaya açmaktadır. Van Gölü Havzası, yalnızca doğal peyzajı ve biyolojik çeşitliliğiyle değil, aynı zamanda sahip olduğu derin tarihsel birikim, kültürel miras alanları ve çok kimlikli sosyal dokusuyla da Türkiye'nin en önemli turizm potansiyeline sahip bölgelerinden biridir (Akdoğan,1992; Baytar ve Bozkoyun,2021; Türk ve Kurtaslan,2022). Ancak sahip olunan bu potansiyelin bölgenin turizmden elde edeceği muhtemel faydanın sağlanmasında kullanılma düzeyi düşüktür (DAKA, 2019). Bu potansiyelin sağlıklı biçimde değerlendirilmesi, destinasyon yönetiminin dağıtık aktörlerden merkezi ve koordine bir yapıya kavuşturulmasını zorunlu kılmaktadır.

Bu kapsamda önerilen model, çok aktörlü yönetim ilkeleri çerçevesinde yapılandırılmış; stratejik planlama, sürdürülebilirlik, kriz yönetimi, ürün çeşitlendirme, tanıtım, pazar geliştirme, altyapı planlaması ve insan kaynağı yönetimi gibi temel işlevsel alanlara odaklanmıştır. Modelin merkezinde, çatıyı oluşturan Van Gölü Havzası Destinasyon Konseyi ve buna bağlı danışma kurulları yer almaktadır. Bu yapı, hem Van hem de Bitlis illerini kapsayan bölgesel bir bakış açısı sunmakta ve merkezden yerele uzanan bütüncül bir yönetim yapısını teşvik etmektedir.

Son yıllarda kültürel miras alanlarının yönetiminde kapsayıcı, katılımcı ve çok düzlemli yönetim modellerine yönelim artmaktadır (Bertacchini ve Donatella, 2011). Bu açıdan değerlendirildiğinde, destinasyon yönetimi yalnızca turistik arzın düzenlenmesinden ibaret bir işlev değil; aynı zamanda sosyal bütünleşme, kimlik koruma ve sürdürülebilir kalkınma gibi daha geniş toplumsal hedeflere hizmet eden çok boyutlu bir sistem olarak ele alınmalıdır. Van Gölü Havzası'nın özgün coğrafi ve kültürel yapısı, bu tür bir sistemin pilot olarak uygulanmasına elverişli bir bağlam sunmaktadır.

Önerilen model, özellikle Avrupa'daki kültürel miras bölgelerinde yaygın olarak kullanılan "network governance", "collaborative destination management" ve "distributed leadership" kavramları ile örtüşmektedir. Literatürde de birçok çalışma ile benzer öneriler sunulmuştur. Örneğin Beritelli (2011), destinasyonlarda karar alma süreçlerinin merkezi değil, aktörler arası iş birliğine dayalı yatay ağ yapılarıyla daha başarılı yürütüldüğünü vurgulamaktadır. Aynı şekilde (Baggioa ve Cooper, 2010) destinasyon yönetiminin karmaşık adaptif sistemler olarak ele alınması gerektiğini ve bu sistemlerin bilgi odaklı ağlar yoluyla daha verimli işlediğini ortaya koymuştur.

Çalışmanın önemli katkılarından biri, yönetim modeli bileşenlerinin somut görev tanımlarıyla birlikte sunulmuş olmasıdır. Sürdürülebilirlik, finansman ve kriz yönetimi gibi alanlarda görevli birimlerin ayrıntılı tanımlanması, yönetişimin kurumsallaşmasını sağlamaya yönelik önemli bir adımdır. Hall (2011), sürdürülebilir destinasyon yönetiminin yalnızca planlama dokümanlarında değil, kurumsal yapılanmada da karşılığını bulması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu nedenle modelin öngördüğü üçlü yapı (Yönetim, Pazarlama, Geliştirme) bölgesel ölçekte somut organizasyon şemalarına dönüşebilecek esnekliktedir.

Ayrıca model, yalnızca kamu otoritelerine değil; özel sektör, sivil toplum kuruluşları ve yerel halk gibi aktörlere de aktif roller tanımlamakta, böylece yönetişimin çok aktörlü yapısını güçlendirmektedir. Buhalis (2000), destinasyon yönetiminin başarısının, ilgili tüm paydaşların ortak hedefler etrafında iş birliği yapabilmesine bağlı olduğunu belirtmektedir. Van Gölü Havzası'nda bu iş birliğini sağlayabilecek sosyal ve kurumsal altyapılar mevcuttur; modelin hayata geçirilmesiyle bu yapıların daha etkin işlenmesi beklenmektedir.

Destinasyon yönetim örgütünün alt görevlerinden biri olan İzleme ve Geri Bildirim Yönetimi, modelin en yenilikçi bileşenlerinden biridir. Bu birim, uygulanan stratejilerin başarısını ölçme, sahadan gelen verilerle politikaları revize etme ve katılımcı denetimi sağlama açısından kritik bir rol oynamaktadır. Ruhanen vd. (2010), izleme ve değerlendirme mekanizmalarının stratejik yönetim döngüsünün vazgeçilmez unsurları olduğunu ve öğrenen organizasyon yapısının kurulmasına katkı sunduğunu ifade etmektedir.

Özellikle kültürel miras alanlarında gerçekleştirilecek turizm faaliyetlerinin taşıma kapasitesine duyarlı şekilde yürütülmesi, bölge halkının kültürel değerlerine saygılı olunması ve ziyaretçilerin davranışlarının sürdürülebilirlik ilkelerine göre yönlendirilmesi modelin başarısı açısından belirleyicidir (Timothy ve Boyd, 2003). Bu bağlamda önerilen model, koruma-kullanma dengesini gözetmekte ve kültürel peyzajların ticari metaya dönüşmeden yaşatılmasını hedeflemektedir.

Çalışmada ayrıca destinasyon pazarlama ve geliştirme işlevlerine özgü görevlerin ayrıştırılmış olması, bölgedeki turizm değer zincirinin her aşamasına özel stratejiler geliştirilmesini kolaylaştıracaktır. Cooper vd. (2008), turizmde başarı için destinasyonların kendi iç dinamiklerine uygun esnek, çok katmanlı ve görev odaklı örgütlenmelere sahip olmaları gerektiğini vurgulamaktadır.

Ancak bu modelin uygulanabilirliği, yalnızca yapısal önerilerin doğruluğuna değil, aynı zamanda politik iradenin, kaynak tahsisinin ve yerel paydaşların sürece ne ölçüde dâhil edileceğine de bağlıdır. Bu nedenle gelecekteki araştırmalar, modelin Van Gölü Havzası dışında benzer kültürel destinasyonlarda pilot uygulamalarla test edilmesini, sosyal etki analizlerinin yapılmasını ve yönetim kapasitesinin ölçülmesini içermelidir.

Sonuç olarak, bu çalışma yalnızca bir örgüt önerisi değil, aynı zamanda sürdürülebilir turizm ve kültürel miras yönetiminin birleştiği yeni bir yönetim paradigması ortaya koymaktadır. Van Gölü Havzası bu paradigma için hem teorik hem de uygulama düzeyinde önemli bir örnek teşkil etmektedir. Önerilen modelin hayata geçirilmesi, yalnızca bölgesel kalkınmaya değil; aynı zamanda Türkiye'nin kültürel miras alanlarında ulusal ölçekte sürdürülebilir yönetim politikaları üretmesine de katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

- Aas, C., Ladkin, A., ve Fletcher, J. (2005). Stakeholder collaboration and heritage management. *Annals of Tourism Research*, 32, 28-48. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.04.005>
- Akdoğan, S. (1992). Van Gölü ve Çevresinde Turizm Gelişme Potansiyeli. *Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.
- Akyol, C. (2021). Sürdürülebilir Turizm Anlayışı Kapsamında Bir Destinasyon Yönetim Modeli Önerisi. *İmgelem*, 5(9), 507-540. doi:10.53791/imgelem.979911
- Alaeddinoğlu, F., Can, A. S., ve Yılmaz, E., (2011). *Van Gölü Havzası Batı Kesiminde Ekoturizm Potansiyel Kaynakların Derecelendirilmesi ve Turist Profilinin Belirlenmesi*. Ankara: Elvan Yayınları.
- Alkan, H., Toker, M., ve Akkaya, İ. (2023). Van Gölü Havzası ve Civarının Depremselliğine Genel Bir Bakış. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 28(1), 317-333. <https://doi.org/10.53433/yyufbed.1138320>
- Atıcı, A. A., Sepil, A., ve Şen, F. (2021). Van Gölü Havzası Tuzlu Sularının Su Kalitesi Özellikleri ve Ağır Metal Kirlilik İndeksinin Belirlenmesi. *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 58(2), 285-294. <https://doi.org/10.20289/zfdergi.750813>
- Baggioa, R., ve Cooper, C. (2010). Knowledge transfer in a tourism destination: the effects of a network structure. *The Service Industries Journal*, 30(10), 1-15. doi:10.1080/02642060903580649
- Baytar, İ., ve Bozkoyun, M. (2021). Van Gölü Kıyısında Yer Alan Turizm Kaynakları ve Rotaları. S. Koday, ve C. Sevindi içinde, *Atatürk Üniversitesi Coğrafya Araştırmaları Serisi 2021* (s. 291-302). Gazi Üniversitesi Yayınları.

- Becken (2017). *Tourism Planning in Natural World Heritage Sites*: Griffith Institute for Tourism, Griffith University.
- Bendz, Anna. 2015. "Paying Attention to Politics: Public Responsiveness and Welfare Policy Change." *Policy Studies Journal* 43(3):309-32.
- Beritelli, P. (2011). Cooperation among prominent actors in a tourist destination. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 607-629. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.11.015>
- Bertacchini, E., ve Donatella, S. (2011). Toward a Political Economy of World Heritage. *Journal of Cultural Economics*, 36(4). <https://doi.org/10.2139/ssrn.1757864>
- Bornhorst, T., Ritchie, J. B., ve Sheehan, L. (2010). Determinants of tourism success for DMOs ve destinations: An empirical examination of stakeholders' perspectives. *Tourism Management*, 31(5), 572-589. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.06.008>
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Bramwell, B., ve Lane, B. (1993). Sustainable Tourism: An Evolving Global Approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-25.
- Bramwell, B., ve Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability Introduction. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 411-421. doi:10.1080/09669582.2011.580586
- Buhalis, D. (2000) Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*, 21, 97-116. [http://dx.doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](http://dx.doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)
- Camilleri, M. A. (2017). *Tourism Distribution Channels*. M. A. Camilleri içinde, *Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product: An Introduction to Theory and Practice*. Milano/Italy: Springer. doi:10.1007/978-3-319-49849-2_6
- Campbell, Andrea Louise. 2011. "Policy Feedbacks and the Impact of Policy Designs on Public Opinion." *Journal of Health Politics, Policy and Law*, 36(6), 961-73
- Cooper, C., Katona, C., Livingston G. (2008) Validity and Reliability of the Brief COPE in Carers of People with Dementia: The LASER-AD Study. *The Journal of Nervous and Mental Disease*, 196, 838-843. <https://doi.org/10.1097/NMD.0b013e31818b504c>
- Crouch, G. I., ve Ritchie, J. (1999). Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137-157. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00196-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00196-3)
- Çetin, F. G. (2021). Türkiye’de Kamu Politikası Oluşturma Sürecinde Gündem Belirleme: Sağlıkta Dönüşüm Programına Yönelik Bir İnceleme. *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 11(2), 667-682. DOI: <https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.801838>
- Çetinel, F. G. (2001). Turizmde Tanıtım ve Reklam Faaliyetlerinin Önemi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, (12), 151-161.
- Dağlı, Z. (2018). Sürdürülebilir Turizmin Gelişimine Yönelik Yerel Halkın Tutumlarını İncelemeye İlişkin Bir Araştırma: Akçakoca Destinasyonu. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(3), 603-619.
- DAKA. (2019). Van-Bitlis Odaklı Tanıtım ve Markalaşma Eylem Planı. Van: Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı .
- Demir, C., ve Çevirgen, A. (2006). *Turizm ve Çevre Yönetimi, Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı*. Ankara: Nobel.
- Demir, C., ve Yılmaz, M. K. (2010). Stratejik Planlama Süreci ve Örgütler Açısından Önemi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(1), 69-88.
- Dinç, Y., Kömür, T., ve İlban, M. O. (2021). Sürdürülebilir Destinasyon Yönetimi İçin Bir Model Önerisi: Ayvalık Örneği. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 17(37), 4376-4399. <https://doi.org/10.26466/opus.896321>
- Doğan, M., ve Gümüş, M. (2014). Sürdürülebilir Destinasyon Yönetimi, Sürdürülebilir Bozcaada: Bir Model Önerisi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(3), 6-25.

- Doxey, G.V. (1975) A Causation Theory of Visitor-Resident Irritants: Methodology and Research Inferences. 6th Annual Conference Proceedings of the Travel Research Association, San Diego, 8-11 September 1975, 195-198.
- Dredge, D., ve Jamal, T. (2015). Progress in tourism planning and policy: A post-structural perspective on knowledge production. *Tourism Management*, 51(2). doi:10.1016/j.tourman.2015.06.002
- Dredge, D. (2006). Networks, conflict and collaborative communities. *Journal of Sustainable Tourism*, 14, 562-581. <https://doi.org/10.2167/jost567.0>
- Dredge, D., ve Jenkins, J. M. (2011). Stories of practice: Tourism policy and planning. Ashgate Publishing.
- Eagles, P. F., F., S., McCool ve Haynes, C. D. (2002). Sustainable Tourism in Protected Areas Guidelines for Planning and Management. IUCN – The World Conservation Union.
- Edwards, D., ve Griffin, T. (2013). Understanding tourists' spatial behaviour: GPS tracking as an aid to sustainable destination management. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(4), 580-595. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.776063>
- Elmastaş, N., ve Adıgüzel, F. (2024). Bitlis İli Turizminin Mevcut Durumu Ve Ziyaretçi Projeksiyonları. N. Elmasatış içinde, *Bitlis Turizm Araştırmaları* (s. 1-13). Bitlis: Bitlis Eren Üniversitesi.
- Eriçok, A. K. (2019). Van Gölü Havzasında Kültür Rotası Önerisi. *Van Yüzyüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 45(Autumn), 173-199.
- Eriksson, R. (2021). Policy Feedback and Public Opinion The impact of Swedish welfare reforms on public attitudes to privatisation. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Uppsala University.
- Eryiğit, B. H. (2013). Stratejik Planlama, Stratejik Planlamaya İlişkin Alternatif Yaklaşımlar ve Stratejik Yönetim Okulları. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 4(9), 152-177.
- Faulkner, B. (2001) Towards a Framework for Tourism Disaster Management. *Tourism Management*, 22, 135-147. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00048-0](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00048-0)
- Genç, K. (2021). Toplum katılımı Öncelikli DestinasyonYönetim Örgütü Düşüncesi Üzerine Bir Değerlendirme. *Destinasyon Konulu Güncel Araştırmalar I* (s. 336-349). içinde Çizgi Kitabevi.
- 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>
- Graci, S. (2012). Collaboration and Partnership Development for Sustainable Tourism. *Tourism Geographies*, 15(1), 1-18. doi:10.1080/14616688.2012.675513
- Gümüş, N. E., Aşıkutlu, B., Kesinkaya, H. B., ve Akköz, C. (2021). Comparison Of Heavy Metal Absorption Of Some Algae Isolated From Altınapa Dam Lake (Konya). *Journal of Anatolian Environmental and Animal Sciences*, 6(1), 50-56. <https://doi.org/10.35229/jaes.809876>
- Haid, M., Albrecht, J. N., ve Finkler, W. (2021). Sustainability implementation in destination management. *Journal of Cleaner Production*, (312), 127718. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127718>
- Halis, M., Karagöz, Y., ve Savgın, E. C. (2009). Bitlis İli Turistik Arz Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 6(3), 30-43.
- Hall, C.M. (2008) Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships. Pearson Education, London.
- Hall, C. M. (2011). A typology of governance and its implications for tourism policy analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 437-457. doi:10.1080/09669582.2011.570346
- Hanafiah, M. H., Jamaluddin, M. R., ve Riyad, A. (2021). Local community support, attitude and perceived benefits in the UNESCO World Heritage Site. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 11(1), 95-108. doi:10.1108/JCHMSD-03-2020-0034
- Hodder, I. (2000). The Interpretation of Documents and Material Culture. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Edts.) Handbook of qualitative research, Thousand Oaks: Sage.
- Hunter, C. (1997). Sustainable tourism as an adaptive paradigm. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 850-867. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00036-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00036-4)

- Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. John Wiley ve Sons.
- Karapınar, E., ve Barakazı, M. (2017). Kültürel Miras Turizminin Sürdürülebilir Turizm Açısından Değerlendirilmesi; Göbeklitepe Ören Yeri. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 5-18.
- Kavaratzis, M. (2004). From City Marketing to City Branding: Towards a Theoretical Framework for Developing City Brands. *Place Branding*, 1, 58-73. <https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.5990005>
- Klykov, A. (2025, Temmuz 06). Crisis Management in Tourism. *unwto-tourismacademy*.
- Koyuncu, B., ve Karakılıçık, Y. (2019). Van Gölü Havzasının Yönetmel Sorunları Üzerine Teorik Bir İnceleme. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(27), 170-187. doi:10.20875/makusobed.515600
- McCool, S. ve Lime, D. (2001) Tourism Carrying Capacity: Tempting Fantasy or Useful Reality? *Journal of Sustain Tourism*, 9, 372-388. <http://dx.doi.org/10.1080/09669580108667409>
- McCool, S. F., ve Moisey, R. N. (2001). *Tourism, recreation and sustainability: linking culture and the environment*. CABI Publishing.
- Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2016). *Qualitative research: A guide to design and implementation* (4th ed.). Jossey-Bass
- Meriç, S., Subaşı, A., ve Şahin, S. (2021). Van Gölü Havzasının Glamping Turizmi Potansiyeli. *Yüzyüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (53), 401. <https://doi.org/10.53568/yyusbed.1003697>
- Middleton, V. and Clarke, J. (2001) *Marketing in Travel and Tourism*. 3rd Edition, Elsevier, Oxford
- Morgan, N., Pritchard, A., ve Pride, R. (2011). *Destination Brands*. London: Routledge.
- Morrison, A. M., Gowreesunkar, V. G., ve Seraphin, H. (2020). Destination marketing organizations: Roles and challenges. Routledge. doi:10.4324/9781315101163-3
- Mrđa, A., ve Carić, H. (2019). Models of Heritage Tourism Sustainable Planning. *Cultural Urban Heritage* (s. 165). içinde Springer. doi:10.1007/978-3-030-10612-6
- Munir, S., Haq, I. u., Cheema, A. N., Almanjahie, I. M., ve Khan, D. (2025). The Role of Tourists, Infrastructure and Institutions in Sustainable Tourism: A Structural Equation Modeling Approach. *Sustainability*, 17(7), 2841. <https://doi.org/10.3390/su17072841>
- Paskaleva-Shapira, K. (2007). "New paradigms in city tourism management: Redefining destination promotion", *Journal of Travel Research*, Vol. 46, No.1, pp. 108-114
- Pelit, E. ve Çetin, A. (2020). Turizm işletmelerinde insan kaynakları yönetimi işlevi olarak insan kaynakları planlaması ve sorunlar üzerine bir değerlendirme. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(2), 1268-1287
- Pierre, J., ve Peters, G. (2000). *Governance, Politics and the State*. Basingstoke: Macmillan.
- Pike, S., ve Page, S. J. (2014). Destination Marketing Organizations and destination marketing: A narrative analysis of the literature. *Tourism Management* (41), 202-227. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.09.009>
- Presenza, A., Sheehan, L. and Ritchie, J.R.B. (2005) Towards a Model of the Roles and Activities of Destination Management Organizations. http://www.academia.edu/1009194/Towards_a_model_of_the_roles_and_activities_of_destination_management_organizations
- Reed, M. S. (2008). Stakeholder Participation for Environmental Management: A Literature Review. *Biological Conservation*, 141, 2417-2431. <http://dx.doi.org/10.1016/j.biocon.2008.07.014>
- Reed, M. S., Graves, A., Dandy, N., Posthumus, H., Hubacek, K., Morris, J., . . . Stringer, L. C. (2009). Who's in and why? A typology of stakeholder analysis methods for natural resource management. *Journal of Environmental Management*, 90(5), 1933-1949. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2009.01.001>
- Richards, J. C. (2001). *Curriculum Development in Language Teaching*. Cambridge: Cambridge University Press. <http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511667220>

- Ritchie, J. R., ve Crouch, G. I. (2003). The competitive destination: a sustainable tourism perspective. CABI Publishing. <https://doi.org/10.1079/9780851996646.0000>
- Ritchie, J. R., ve Hudson, S. (2009). Understanding and meeting the challenges of consumer/tourist experience research. *International Journal of Tourism Research*, 11(2), 111-126. <https://doi.org/10.1002/jtr.721>
- Rodríguez, J. R., Parra-López, E., ve Yanes-Estévez, V. (2008). The sustainability of island destinations: Tourism area life cycle and teleological perspectives. The case of Tenerife. *Tourism Management*, 29(1), 53-65. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.04.007>
- Ruhanen, Lisa, Scott, Noel, Ritchie, Brent, Tkaczynski, Aaron. (2010). Governance: A review and synthesis of the literature. *Tourism Review*. 65. 4-16. <https://doi.org/10.1108/16605371011093836>.
- Salman, A; Jaafar, M., ve Mohammad, D. (2020). Endeavours: Exploring the significance of stakeholder management in ecotourism implementation, GATR Global J. Bus. Soc. Sci. Review, 8(4): 236 - 245. [https://doi.org/10.35609/gjbssr.2020.8.4\(5\)](https://doi.org/10.35609/gjbssr.2020.8.4(5))
- Saraniemi, S., ve Kylänen, M. (2010). Problematising the Concept of Tourism Destination: An Analysis of Different Theoretical Approaches. *Journal of Travel Research*, 50(2), 133-143. <https://doi.org/10.1177/0047287510362775> (Original work published 2011)
- Saxena, K.B.C. (2005) Towards Excellence in E-Governance. *International Journal of Public Sector Management*, 18, 498-513. <http://dx.doi.org/10.1108/09513550510616733>
- Sezgin, M., ve Karaman, A. (2008). Turistik Destinasyon Çerçevesinde Sürdürülebilir Turizm Yönetimi ve Pazarlaması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (19), 429-438.
- Scott, N., Baggio, R., ve Cooper, C. (2009). Network Analysis and Tourism From Theory to Practice. Clevedon • Buffalo • Toronto: CHANNEL VIEW PUBLICATIONS.
- Sharmin, F., Sultan, M. T., Badulescu, D., ve Badulescu, A. (2021). Sustainable Destination Marketing Ecosystem through Smartphone-Based Social Media: The Consumers' Acceptance Perspective. *Sustainability*, 13(4), 2308. doi:10.3390/su13042308
- Sharpley, R. (2002). Rural Tourism and the Challenge of Tourism Diversification: The Case of Cyprus. *Tourism Management*, 23, 233-244. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00078-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00078-4)
- Sofronov, B. (2019). The development of Marketing in Tourism. *Annals of Spiru Haret University Economic Series*, 1(1), 117-127. doi:10.26458/1917
- Swarbrooke, J. (1999). Sustainable Tourism Management. CABI Publishing.
- Tabak, G., ve Özdemir, E. G. (2020). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Sosyal Taşıma Kapasitesi: Nevşehir Örneği. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, Special Issue (4), 287-303. doi:DOI: 10.21325/jotags.2020.686
- TGA. (2019). Sustainable Destination Management: Transformation of Tourism Industry and Destinations. Ankara: Republic of Türkiye Ministry of Culture and Tourism.
- Timothy, D. J., ve Boyd, S. W. (2003). Heritage Tourism. Harlow: Prentice Hall.
- Timothy, D. J. (2011). Cultural Heritage and Tourism: An Introduction. Bristol: Channel View Publications.
- Tuna, M., Ozyurt, B., Dugler, A. S., Turkmen, F. ve Uyamk, N., (2022). A Qualitative Research on the Cooperation-Based Development of Tourism in the Turkic World Countries. *BILIG*, no.100, 137-176.
- Tunç, Volkan ve Pınar, Mehmet (2020), "Çok Partili Dönemde Van Gölü Havzası'nda Tarım Alanında Yapılan Kamu Yatırımları ve Harcamaları (1946- 1960)", *Türk Kültürü ve Medeniyeti Araştırmaları Dergisi - Journal of Turkish Culture and Civilization Researches*, 1 (1), (Ocak - January), 231-254.
- Türk, F. N., ve Kurtaslan, B. Ö. (2022). Van Gölü Çevresinin Turizm Ve Rekreasyonel Kullanım Açısından İncelenmesi. *International Conference on Sustainable Cities and Urban Landscapes (ICSULA 2022)*, (s. 455-476). Konya.
- E, O. (2014). Destinasyon Yönetimi: Yönetimbilim Bakış Açısıyla İşlevler, Yaklaşımlar ve Araçlar. Ankara: Detay Yayıncılık.
- UNESCO. (1972). Recommendation concerning the Protection at National Level, of the Cultural and Natural Heritage. Madrid: UNESCO.

- UNESCO. (2025, HAZİRAN 22). Policy Document for the Integration of a Sustainable Development Perspective into the Processes of the World Heritage Convention. UNESCO: [https://whc.unesco.org/adresinden alındı](https://whc.unesco.org/adresinden%20alindi)
- UNWTO. (2005). Making tourism more sustainable: A guide for policy makers. United Nations Environment Programme and World Tourism Organization. <https://doi.org/10.18111/9789284408214>
- UNTWO. (2013). UNTWO Tourism Highlight. Madrid: UNTWO.
- Uz, E., ve Öger, A. (2021). Uzak doğu ülkelerinde kültürel miras ve sürdürülebilir turizm yaklaşımları. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, 1(1), 22-29.
- Vantso. (2021). *Turizm Sektör Raporu 2020*. Van: Van Ticaret ve Sanayi Odası.
- Van Valiliği,(2024). *Van İli 2023 Yılı Çevre Durum Raporu*. Van: Van Valiliği Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği İl Müdürlüğü.
- Varol, F. (2020). Sürdürülebilir Kültürel Miras Yönetimi: Turizm Paydaşlarına. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(4), 1140-1156.
- Volgger, M., Erschbamer, G., ve Pechlaner, H. (2021). Destination design: New perspectives for tourism destination development. *Journal of Destination Marketing ve Management* (19). <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100561>
- WCED. (1987). Our common future. Oxford University Press.
- Weaver, D. (2006). Sustainable Tourism: Theory and Practice. London: Butterworth-Heinemann
- Wut, T. M., Xu, J. ve Wong, S. (2021). Crisis management research (1985–2020) in the hospitality and tourism industry: A review and research agenda. *Tourism Management* (85). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104307>
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Ankara: Seçkin.
- Yılmaz, V., ve Günay, M. C. (2021). Van Gölü'nün Korunmasına Yönelik Yapılan Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi: Adilcevaz, Ahlat ve Tatvan Belediyeleri Örneği. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 4(3), 574-583. <https://doi.org/10.33712/mana.1031371>

Exploring Students' Perceptions of Virtual Reality in Tourism Education Through the Technology Acceptance Model

Teknoloji Kabul Modeli Aracılığıyla Turizm Eğitiminde Öğrencilerin Sanal Gerçeklik Algılarının İncelenmesi

Okay COŞKUN^a  and Emek YURT^b 

^a Research Assistant, Yaşar University, School of Applied Sciences, Department of Tourism Guidance, İzmir, Türkiye. ORCID: 0000-0001-9663-1285

^b Ph.D. candidate, Dokuz Eylül University, Institute of Social Sciences, İzmir, Türkiye. ORCID: 0000-0003-3745-1633

Abstract

This study investigated the usability of virtual reality applications in tourism education in the context of a virtual reality headset (VR headset). Qualitative research methods were used in this study, with the Technology Acceptance Model (TAM) providing the theoretical infrastructure. Data collected from 25 students using a semi-structured questionnaire were analysed using content analysis. The results of the study show that the use of the VR headset as a supporting tool in tourism courses has a positive impact on learning styles, provides experiential and visual learning opportunities, and offers advantages in terms of flexibility and accessibility. In addition, students are very satisfied with the use of the VR headset in their courses and find it easy to use. In conclusion, VR headsets have the potential to contribute to the academic success of tourism students.

Keywords: Technology, Virtual reality, Tourism, Tourism education, Student

Article History

Geliş Tarihi 18.09.2025
Kabul Tarihi 18.12.2025

Associate Editor

Hacer ARSLAN KALAY

Özet

Bu çalışma sanal gerçeklik uygulamalarının turizm eğitiminde kullanılabilirliğini bir sanal gerçeklik gözlüğü (VR gözlük) ile deneyimsel olarak test etmektedir. Çalışmada nitel araştırma yöntemleri kullanılmıştır ve Teknoloji Kabul Modeli (TAM) teorik altyapıyı sağlamıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak 25 öğrenciden toplanan veriler içerik analizi ile analiz edilmiştir. Çalışmanın bulguları VR gözlüğün turizm derslerinde destekleyici bir araç olarak kullanılmasının öğrenme stilleri üzerinde olumlu bir etkisi olabileceğini, deneyimsel ve görsel öğrenme fırsatları sağlama potansiyelinin olduğunu, esneklik ve erişilebilirlik açısından avantajlar sunduğunu göstermektedir. Ayrıca öğrenciler derslerde VR gözlüğün kullanımını kolay bulmaktadır. Son olarak VR başlıklar turizm öğrencilerinin akademik başarılarına katkıda bulunma potansiyeline sahiptir.

Anahtar Kelimeler: Teknoloji, Sanal gerçeklik, Turizm, Turizm eğitimi, Öğrenci

Corresponding Author

Okay COŞKUN
okay.coskun@yasar.edu.tr

Citation:

Coşkun, O. & Yurt, E. (2025). Exploring Students' Perceptions of Virtual Reality in Tourism Education Through the Technology Acceptance Model. *Journal of Academic Tourism Studies*, 6(2): 217-231.

1. INTRODUCTION

The use of technology makes lectures more enjoyable, easier to understand, and faster and easier to access information (Chang et al., 2015; Shin et al., 2019). Technology is used as a strategic tool to encourage student attendance, improve instruction, reduce costs, and ensure efficient learning (Ratliff et al., 2021). Virtual reality applications in particular have the potential to transform and enhance education (Blascovich and Bailenson, 2011).

Innovations such as virtual reality have gained importance in recent years with the development of technology (Ye et al., 2020). Virtual reality applications are rapidly developing with artificial intelligence and changing daily life. Virtual reality is defined as an environment in which users experience an event or phenomenon that exists in reality or in the imagination in three dimensions in a simulated world with virtual reality clothing such as headset, wired clothing, and gloves (Sherman and Craig, 2018). Virtual reality technologies are designed as a computerized three-dimensional experience in which the user's senses are stimulated and guided in real time (Guttentag, 2010; Moro et al., 2018). One of the most commonly used devices as virtual reality technologies are virtual reality headset (VR headset). These devices are worn like normal glasses and reflect visual effects directly to the human eye. In this way, wherever the user looks, they can see the visuals and their position in space without interruption. VR headset give the user a sense of presence in the virtual world and create the opportunity to be present and interact with other users (Slater and Sanchez-Vives, 2016).

Although studies on the use of virtual reality technologies in education began about 35 years ago (Wickens, 1992; Loftin et al., 1993; Moore, 1995), research on the integration of technological innovations such as virtual reality in education has increased in recent years (Hincapie et al., 2018; Rojas-Sánchez et al., 2022). The use of these innovations has been adopted by both students and teachers, highlighting their positive effects (Lampropoulos et al., 2022; Radianti et al., 2020). Especially in the last 15 years, virtual reality applications have crossed borders and can be used in almost all types of education and training (Jensen and Konradsen, 2018). On the other hand technology-enhanced learning styles are becoming more popular as they have the potential to be a very important component of education in the 21st century (Alexander et al., 2019). In recent years, technology applications have been increasingly integrated into education and training plans to meet the diverse learning needs of students (DiLullo et al., 2011). In addition to enriching the traditional education system, technological innovations can improve the quality of education by providing convenience to educators and meeting the demands of the changing education system (López-Belmonte et al., 2022). Educational institutions around the world are working on new educational systems to prepare students for technological developments in the field of education and the sector (Adukaite et al., 2016). One of these educational systems is the integration of virtual reality technologies into traditional education. Education and training are being reshaped with innovative teaching methods and technological developments for both students and teachers (Freitas and Veletsianos, 2010). In recent years, smartphones and smartboards have replaced books and whiteboards, and students have moved from passive positions of listening and watching to active positions of experiencing and interacting (Freina and Ott, 2015).

Technological innovations such as virtual reality and augmented reality have been used in recent years in different areas of the tourism sector such as planning, management, marketing, entertainment and education (Guttentag, 2010). Therefore, educational institutions should integrate these technological innovations into their courses in order to train human resources that can respond to the technological needs of the sector. On the other hand, the tourism sector is extremely important for many countries. Given that tourism is a labor-intensive sector, people are key to the success of the sector, and these people need to be well educated to ensure and sustain success (Baum 2007; Lee-Ross and Pryce, 2010). With modern tourism education that embraces technology, the skilled workforce that the sector needs can be trained. Especially considering Generation Z's close relationship with technology, virtual reality technologies can be an important factor in improving

the quality of tourism education. For these reasons, it is valuable to study the acceptance processes of the use of virtual reality technologies in tourism courses by students. In order to examine this process, the Technology Acceptance Model (TAM) developed by Davis (1989), one of the most widely used models in the literature, was used in this study.

The interview questions are as follows:

Should VR headset be used as a supportive tool in courses? Why?

Do you think you will be satisfied with the use of VR headset? How?

Does VR headset affect your academic achievement? How?

Does VR headset affect your motivation for the courses? How?

Is it difficult to use virtual reality headset?

2. LITERATURE

In the literature some studies have demonstrated the positive effects of virtual reality technologies on learning outcomes. For instance, Lee and Wong (2014), Lau and Lee (2015), and Lim et al. (2018) have proposed that knowledge obtained via VR headsets is more lasting than knowledge obtained through traditional methods. Huang et al. (2024) stated that VR provides students with multidimensional experiences by activating kinesthetic, visual, auditory, and tactile channels. However, these studies are based on small samples, which limits the generalizability of the findings. Additionally, while some studies emphasize the motivational impact of VR (Lampropoulos et al., 2022; Makransky & Petersen, 2021), others indicate that excessive sensory stimulation may increase cognitive load and hinder learning (Slater, 2016). Whether students' heightened sense of "being there" (Makransky et al., 2019) is directly related to learning success is debatable. From an institutional perspective, although VR is argued to bring innovation to lesson planning (Estapa & Nadolny, 2015), its high cost, lack of technical infrastructure, and inadequate teaching staff are seen as significant limitations. Therefore, although Kaleci et al. (2017) emphasize students' satisfaction with VR headsets overall, the extent to which this satisfaction translates into long-term learning outcomes and sustainability is debatable.

In the literature on tourism education, virtual reality (VR) stands out for offering accessible, realistic, and motivating learning opportunities (Patiar et al., 2017; Huang et al., 2010; Hsu, 2012). VR has been reported to enhance problem-solving and teamwork as a supportive tool (Penfold, 2009), provide flexibility in terms of time and cost (Huang et al., 2013), and increase student motivation (Tseng, 2015). VR has also been suggested to support skill development by reducing cognitive load (Bower et al., 2014). Schott (2021) and Lee et al. (2016) have emphasized VR's advantages in terms of flexibility, personalized learning, and visualization. Chiao et al. (2018) and Alizadeh and Hawkinson (2021) have found that VR increases students' cultural and environmental awareness. However, it is unclear to what extent these experiences are retained in professional practice. Okul (2022), Papachristos et al. (2018), and Kumlu (2021) found that students preferred VR to traditional tools for attention, motivation, and long-term learning. However, these findings may be limited to a short-term novelty effect. On the other hand, applied studies demonstrate the usability of VR in tourism education. For example, Chen and Mo (2014) developed three-dimensional destination simulations for tourist guide training, and Lee et al. (2017) showed students 3D videos using Google Cardboard. They reported that the students were satisfied with the experience. Tormey (2019) found that students at Gonzaga University enjoyed VR-supported courses, but emphasized that the relationship between engagement and long-term learning is not necessarily linear. In the field of food and beverage education, Patiar et al. (2017) organized virtual field trips using VR headsets and found that student satisfaction levels were high. However, these studies generally rely on subjective assessments, such as satisfaction, and long-term, empirical evidence regarding learning outcomes is limited.

More recent studies reveal a wide range of findings regarding the applicability of virtual reality (VR) in education. Vaishnavi and Ajit (2024) found that 360° VR videos increased student engagement, though the long-term effects remain uncertain. Ismail et al. (2024) found that, while gamification with VR offered educational benefits in front-office simulations, costs and difficulties in scenario design posed significant challenges. Lui and Goel (2022) found no significant difference in learning outcomes between VR and real-world training, demonstrating that assuming VR is always superior is risky. Figueroa and Jung (2025) revealed that the implementability of student-centered, low-budget VR/AR content depends on content quality, user interface, and pedagogical alignment. In their systematic review, Calisto et al. (2024) emphasized that VR is mostly limited to simulation and virtual tour applications, highlighting the lack of regular and scaled case studies. Elsayed (2023) found that, while students find VR attractive and innovative, high costs and a lack of teacher support create significant barriers to implementation.

In general, the literature suggests that VR has significant potential in tourism education. However, to implement this effectively and sustainably, long-term and cross-cultural research, standardized criteria, pedagogical adaptation, and infrastructure and instructor support must be evaluated together.

3. METHODOLOGY

Qualitative research methods are used in this study. Qualitative research is research that seeks to understand and uncover social reality and the reasons for the behaviour of individuals or groups, and uses data collection techniques such as observation, interview and document analysis (Creswell and Creswell, 2017).

The study is situated within an interpretive philosophy (Saunders et al., 2019), based on the assumption that knowledge generation is possible through the interpretation of participants' experiences. The research approach, while deductive in nature based on the Technology Acceptance Model, also encompasses an inductive dimension due to the qualitative findings collected through semi-structured interviews. Strategically, the study qualifies as a case study because it focuses on examining tourism students' experiences with VR headsets in a specific learning environment. Furthermore, the research is cross-sectional in nature because the data were collected during a single implementation process. This layered methodological structure allows for a stronger interpretation of the findings from both theoretical and practical perspectives. Therefore, this preferred methodological approach supports the reliability and validity of the study.

3.1. Data Collection

In this study, the interview technique was preferred due to the comprehensive nature of the topic and its suitability for systematic data collection. The data collection tool used was the semi-structured interview technique, which is often used in qualitative research and allows the researcher to be flexible and obtain in-depth information as the interview progresses (Tisdell and Merriam, 2025). In order to ensure the validity and reliability of the study, as suggested by Boyce and Neale (2006), the researchers adopted a neutral attitude during the data collection and avoided any behaviour that might cause confusion among the participants. On the other hand, as emphasised by Yıldırım and Şimşek (2018), after the completion of the data collection process, the findings were reconciled with the participants, the results were consulted with researchers working in a similar field and expert opinions were sought.

According to the purpose of the study, the purposive sampling technique, which is widely used in qualitative research (Marshall and Rossman, 2014), was used to determine the participants of this study. Purposive sampling is the quickest and easiest way for the researcher to reach the right samples that fit the purpose and subject of the research (Neuman, 2007). In this context, the sample of the study consists of the first, second, third and fourth year students of the Tourism Management Department of Dokuz Eylül University. The data of the study were collected from these students between 05.05.2023-10.05.2023 through face-to-face semi-structured interviews.

In studies conducted using qualitative research methods, data collection can be terminated at the point where data reaches a certain level and responses begin to repeat (Silverman and Patterson, 2021). In this context, although the saturation point was considered to be reached at the 20th participant, the data collection process was terminated when 5 more participants were interviewed, reaching 25 participants. The duration of the interviews varied between 25-40 minutes, depending on the participants' knowledge and interest in the topic. During the data collection process, the students were asked to visit places with 360-degree views such as mosques, cities, ancient cities, and monuments in the physical structures courses with VR headset and then interpret the experience. Before experiencing the virtual reality headset, questions were asked about ease of use and expectations. After the experience, data was collected by asking broader questions.

No ethics committee approval was obtained for this study. The research aims to collect perception and evaluation data from university students who experienced the use of virtual reality (VR) headsets, based on voluntary participation. All data were collected anonymously and did not include any personal or identifiable information. Since the study does not involve any clinical intervention, experimental medical procedures, or sensitive personal data, it is considered to fall within the scope of research that does not require ethics committee approval, in line with internationally accepted ethical guidelines for social science and educational research (World Medical Association, 2013; Race and Vidal-Hall, 2019).

3.2. Data Analysis

The audio recordings obtained were transferred to the computer environment and transcribed separately by the two researchers, before being combined into a single file and made suitable for analysis. In this way, the two researchers created an initial template by first recognising the data and then pre-coding and clustering the coding process. Face-to-face data were audio-recorded, transcribed separately, and read three times by both researchers. Participants were labelled P1, P2, P3...P25 according to the order of the interviews. As content analysis is one of the most appropriate methods for analysing qualitative data (Kitzinger and Farquhar, 1999), content analysis was used to analyse the data collected at the end of the interviews. During the analysis, the data were coded and grouped according to their similarities according to Strauss and Corbin (1990)'s coding and categorisation model, and the results were interpreted in a way that readers could understand. According to Creswell and Creswell (2017), one of the ways to ensure validity and reliability in qualitative research is the consistency of themes and codes in the data set. In this context, themes and codes were developed separately by two participants at different times, and consensus was reached on common themes and codes. These are all clearly stated in the study.

4. FINDINGS

The perceived usefulness, attitude towards use, perceived ease of use, behavioural intention to use and external variables dimensions of TAM (Davis 1989; Yang and Yoo, 2004; Cheng et al., 2006) are the main themes of the study. The main themes of the courses, the main themes of the TAM and the sub-themes are presented in the Table 1.

Table 1. Main and sub-themes

Main themes	Sub-themes	f
Perceived Usefulness	Impact on the Course	55
	Learning Styles	42
	Experience	24
	Flexibility	17
	Accessibility	9
Attitude Toward Using	Feelings	47
	Satisfaction	25

Perceived Ease of Use	Convenience	24
	Challenge	1
External Variables	Problems and Suggestions	7
Courses	Applied Courses	32
	Theoretical Courses	14

4.1. Perceived Benefit

The Perceived Benefit main theme, one of the dimensions of the TAM, chosen as a main theme as a result of analysis. Under this main theme, a total of 5 sub-theme were formed as "Impact on the Course, Learning Styles, Experience, Flexibility, Accessibility".

Participants were asked what the effects of using VR headset in some courses would be. The participants responded that the use of VR headset would increase retention of the subject matter, help students focus on the course, provide motivation, have a positive effect on academic performance, increase participation in the course, and increase efficiency.

One participant had this to say about the permanence of the courses learned;

"It's more permanent than a photo, sound or video because you feel like you experienced it in real life."
P14

Participants felt that VR headset would increase focus on some courses and expressed this in a striking way.

"I was able to focus on the places because it's 360 degrees, it's three-dimensional, and the headset doesn't show you anything about the real world. That maximizes the level of focus." P12.

A participant who emphasized the compatibility of the VR headset with the tourism study and mentioned that it would increase motivation to learn expressed this idea as follows;

"I think it will definitely increase my motivation to learn because our profession is tourism and this is a job based on seeing and traveling." P12

The participant who thought that VR headset would increase academic performance expressed this situation as follows;

"Since it motivates the courses more, even the courses that are boring can more fun. In this way would be more interested in the course, the subjects will stay longer in our minds and this will affect our academic success positively." P7

On the other hand, because the VR headset are an attractive element, some participants said they could have a positive effect on class participation.

"I think it can even increase class participation because we like new technologies and new products because we are curious about them. With this, our curiosity can increase and we can devote more time to the course and school." P8

Another participant's idea of efficiency is as follows;

"I am sure it will be efficient because I have a good visual memory. For a person with a good visual memory, it will be an educational system both in the exam and in the course." P18

Another participant made the following suggestion;

"I also think it will be more efficient if technologies like VR headset are combined with face-to-face teaching." P7

A participant's opinion about the importance of VR headset in tourism and tourism education is as follows

"Tourism students should travel and see. Information is very important to him. The more he sees, the more information he gets. Therefore, VR headset are very important for tourism students." P22

A participant who thinks that experience is very important in tourism education and that VR headset can provide this experience expresses this idea as follows;

"Some courses don't stay in my mind because I don't experience them, but if I experience them, they will be more permanent. For example, in history class, in revolution class, no matter how much the teacher tells me about the places I may forget them after a while, but if I see and experience the places, I will never forget them. P13"

One of the participants, who believes that VR headset are an innovative tool and suitable for the new generation, said the following

"I think we can come to class in a happier way. Innovation is important because we are all young." P19

One of the participants who thinks that only theoretical courses are not enough for learning mentions that VR headset will also help learning by traveling;

"VR headset have a high level of experience. By seeing, traveling, getting preliminary information about where you are sitting. So you sit in the classroom, in a simple course, you can go to the other side of the world and get information. This is definitely a big advantage of." P12

The statement of the participants who think that virtual reality headset provide interaction in the classroom is as follows

"We can focus better on the course because there is interaction, there is mutual interaction here." P22

The participants who thought that the use of virtual reality headset in some courses would provide the advantage of travel flexibility expressed this issue as follows

"Anyway, tourism is about exploring a place, it's about people traveling and you do it for free with VR headset. I think it is a great advantage." P25

The participants who mentioned that the use of VR headset in some courses will have many advantages for them also think that VR headset will be extremely useful for students with physical disabilities. The statements of a participant on this subject is as follows;

"Disabled friends can experience this realism in the same way. It can be useful for physically disabled friends to participate in classes". P2

Participants discussed the potential of VR headsets in the classroom and how they could significantly contribute to the learning process. They emphasized that VR headsets increase information retention, support focus and motivation, positively impact academic performance, and encourage classroom participation. They also noted that VR provides advantages for tourism education by supporting visual, experiential, innovative, and mobile learning styles; making information more accessible; and providing flexibility in travel. These findings are consistent with Makransky and Petersen's (2021) work, which highlights the motivational effects of VR. The findings also suggest that VR could be an accessible educational tool for students with physical disabilities, a topic rarely addressed in the literature. However, the extent to which these advantages can be applied in practice is debatable, considering infrastructure and cost.

4.2. Attitude Towards Use

"Attitude Toward Use, one of the dimensions of the TAM, is another theme of the study. Under this main theme, there are the sub-themes of "Feelings" and "Satisfaction".

The participants who felt that the use of virtual reality headset in some courses would have a positive effect on the courses were as follows;

"Our motivation increases, the courses are no longer boring, they can be more fun. When we come to school, we come with excitement because there is this training today and we are going to visit this place." P4

Some participants also thought that using VR headset in class would make the class more attractive. Some opinions on this subject are as follows;

"Since it is vivid and fluid, we do not get bored when we constantly go to a different atmosphere. Classes become more interesting in such different environments. I think it will also increase participation in class." P9

During the data collection, the participants who visited the historical and touristic places they had previously seen in the courses with the VR headset expressed their feelings on this topic as follows;

"It was like I was really there. You know how in the first country you visit you stare in a daze, I really got that feeling. It felt very real to me, emotionally, like I said, I felt like a tourist." P11

Participants who visited historical and tourist sites with VR headset were asked if their expectations were met. While there were no participants who did not meet their expectations, 17 participants' expectations were met and 8 participants' expectations were exceeded. The statements were as follows;

"I was very satisfied. It was much more than I expected. The atmosphere was very lively, I felt like I was there." P9

Participants stated that using VR headsets made lessons more enjoyable and engaging, increased their motivation, and positively impacted the learning process. While all participants were satisfied with their VR headset experience, some said their expectations were exceeded. They emphasized that the strong sense of reality provided by the headsets increased their interest in the lessons and that the opportunity to learn in different environments excited them. These findings are consistent with previous studies on the effects of VR on learning motivation (Makransky & Petersen, 2021; Tseng, 2015). However, Slater (2016) notes that the intense sense of "presence" offered by VR may not always directly relate to learning success and may increase cognitive load in some cases. Therefore, while the positive findings in this study support the existing literature, the extent to which students' satisfaction and excitement translate into long-term learning outcomes is unclear.

4.3. Perceived Ease of Use

When asked about the ease of use before using the VR headset, 21 participants said it would be easy and 4 participants said it would be difficult. In the same question asked after use, the opinion of 3 participants changed positively. Accordingly, almost all of the participants (24 participants) stated that the VR headset were quite easy to use, while only 1 participant stated that it was difficult. Considering that most of the 25 participants (18 participants) were using VR headset for the first time, it can be said that they are indeed easy to use.

Here are some of the statements by participants who found it easy to use the VR headset

"I had no problems, it was very easy to use." P2

"Although it was my first experience, it was still easier than I thought." P14

Before using the VR headset, most participants thought it would be easy to use, while a few indicated it might be difficult. After using it, however, almost all participants found the headset quite easy to use. Those who had never tried it before said it was more practical than they had expected. Some participants also mentioned that getting used to the buttons on the controller could be challenging at first. These results support studies emphasizing that "perceived ease of use" is one of the most important determinants of positive attitudes and intentions toward technology within the technology acceptance model (Davis, 1989; Venkatesh & Bala, 2008). Similarly, Makransky and Petersen (2021) suggested that the short adoption time of VR technologies could increase motivation. Conversely, Slater et al. (2016) note that cognitive load may increase when becoming accustomed to control mechanisms, particularly for new users. Therefore, although the findings clearly demonstrate the ease of use of the VR headset, differences in experience among user groups should be considered.

4.4. External Variables

Participants mentioned problems after the experience, mostly involving technical issues such as the internet. Suggestions were made by the participants for these problems.

"I think the Internet is not very good. It was a bit stiff because of the Internet, I think some things were blurred." P23

"A little training can be given for 10 minutes. Other than that, I don't think you need much else." P18

"VR headset can be a disadvantage for those who wear large glasses, so there must be a solution for them." P15

Participants reported experiencing drawbacks while using the VR headset, including technical issues and eye strain. During the experience, the most prominent suggestions included improving the quality of the internet connection, providing short orientation training sessions, and developing more practical solutions for the equipment. These findings align with limitations previously expressed in the literature regarding VR use. For instance, Radianti et al. (2020) assert that, although VR offers significant learning advantages, technical infrastructure, cost, and ergonomic issues commonly pose barriers. Similarly, Makransky and Petersen (2021) emphasize VR's motivational effects but also draw attention to possible side effects, such as eye strain and distraction, during prolonged use. Therefore, the recommendations obtained in this study indicate that, for VR to be effectively used in education, the focus must be on not only content design, but also infrastructure, user health, and technical support.

4.5. Courses

Participants' opinions on the use of VR headsets in courses highlighted two main themes: practical and theoretical courses. Students indicated that VR could be used in application-oriented courses, such as Food and Beverage Management, Hospitality Management, Travel Management, and Automation, to develop practical skills. Students also stated that VR could be useful in theoretical courses, such as Turkish Tourism History, Cultural Heritage, History of Civilization, and Intercultural Communication, to make abstract concepts more concrete and visual. These findings demonstrate the versatility of VR in education and align with similar approaches in the literature. For instance, Yung and Khoo-Lattimore (2019) argued that VR has advantages for tourism education in terms of experiential learning and conceptual understanding. However, Radianti et al. (2020) acknowledged that VR can make abstract topics more understandable but pointed out that overreliance on technology in theoretical courses may overshadow students' critical thinking skills. Therefore, while this finding reveals that VR can contribute to both practical and theoretical courses, achieving the desired learning outcomes may be debatable if pedagogical balance and content alignment are not ensured.

4.6. Behavioral Intention to Use

Before trying the VR headset, participants were asked about their expectations and opinions regarding ease of use. A comparison was made between their pre- and post-experience views. Before trying it, the vast majority of participants believed that the headset would be easy to use and could be a useful learning tool, and these views were reinforced after the experience. Some initially undecided or negative participants also stated that they found the VR headset easier and more impressive than expected. These results demonstrate that virtual reality experiences can contribute to students developing positive attitudes toward technology by breaking down their preconceptions. Similarly, Makransky and Petersen (2021) found that VR increased perceived ease of use and motivation following initial use. While this study's findings show that VR positively contributes to the learning process by increasing perceived ease of use, the extent to which this technology offers lasting benefits to different user groups remains debatable.

5. CONCLUSION

In tourism, which is a labor-intensive sector, success at micro and macro levels is only possible with well-trained and qualified personnel. Therefore, quality and modern education should be provided to students of tourism departments, especially in universities. In this sense, the use of advanced technological tools such as VR headset in tourism education will provide the sector with qualified personnel.

The use of VR headset as a teaching tool in tourism courses is expected to have some positive effects on students. One of these effects is that the use of VR headset as a tool in the classroom can make the subject learned more permanent in the minds of the students than the subjects learned through traditional methods. In addition, this tool has the potential to increase motivation in the classroom and focus on the course material. It is also perceived as an encouraging innovation for students in terms of class participation. VR headset increase the efficiency of tourism education and promise to improve students' overall academic performance. On the other hand, in terms of learning styles of courses and subjects, VR headset can be beneficial for students in terms of supporting learning styles such as visual-based learning, experiential learning, innovative learning, and travel learning. It can make a difference to classes and subjects, especially by being realistic, fluid, and allowing interaction. In addition, the flexibility of travel and mobility for students and teachers is another advantage of using VR headset as a supportive tool in tourism education. Furthermore, it has the potential to be an extremely useful tool in the classroom, especially for students with physical disabilities, as it provides accessibility.

It is seen that students who experienced VR headset in relation to the content of tourism courses developed positive attitudes towards the use of VR headset after this experience. In fact, the use of VR headset is fun, interesting, enthusiastic and exciting for students. In the study, 17 out of 25 students reported that the virtual reality experience met their expectations and 8 students reported that it exceeded their expectations. This situation indicates that they were/will be satisfied with the use of VR headset as a supportive tool in appropriate courses on an ongoing basis.

It can be seen that tourism students have no difficulty in using VR headset. In this sense, especially considering the fact that Generation Z lives intertwined with technology, VR headset can be easily used by tourism students. In fact, almost all of the students who thought they would have difficulties before using them changed their opinion positively after using them.

The use of VR headset as a supporting tool in tourism education is considered appropriate for courses where physical structures should be seen and for practical courses. In Cultural Heritage, Civilization History, History and Archaeology courses, the use of VR headset within the framework of subjects that require seeing physical structures such as ancient cities, buildings, sculptures, museums and city centers will not only save time and money for students and faculty members, but also increase the efficiency of these courses. In addition, its use in practical courses such as hospitality management, travel, automation, and front office courses has the potential to contribute to sustainability as well as saving time and money. In addition, the fact that students learn by trial and error, that it allows them to make mistakes, and that the cost of those mistakes is almost zero, are the positive aspects of using VR headset in applied courses.

It promises to be a much more effective learning method than lectures with computers and slides. VR headset, which are an innovative technology and offer different experiences, attract students and increase their interest in the class. In addition, VR headset, which promise to be a powerful learning method, give students the opportunity to put theoretical knowledge into practice before much time has passed. In this respect, VR headset can be a powerful resource that can aid teaching by providing an environment that allows students to experience scenarios and situations rather than imagine them. In addition, VR headset have the potential to provide quick and easy access to the information needed in the classroom. It can have a positive impact on students' academic performance with benefits such as reducing students' cognitive load, making courses fun and interesting, and making subjects more concrete with experiential learning opportunities. VR

headset, which promise effective and efficient education, also stand out as an important tool for universities that want to reach world standards in education.

The positive change in participants' perceived ease of use aligns with international literature findings indicating that this variable plays a central role in VR acceptance decisions (Fussell et al., 2022; Wang et al., 2024). Participants' perception of VR as more practical than expected after the experience is similar to the phenomenon referred to in the literature as the "novelty effect" (Miguel-Alonso et al., 2024) and is consistent with previous studies suggesting that VR's novelty can trigger learning behaviors (Lampropoulos & Sidiropoulos, 2024). However, the literature frequently emphasizes that VR applications face barriers such as technical infrastructure, cost, hardware, and user readiness (Calisto & Sarkar, 2024), which aligns with the technical issues raised by participants in this study. Additionally, the international literature indicates that a direct relationship between "interest" and "learning success" cannot be established. While VR can increase motivation, it can also increase cognitive load, making learning more difficult (Slater, 2016). Similarly, Lin et al. (2024) emphasize that the process should be based on pedagogical alignment rather than technology alone. In tourism education, VR is commonly used for destination promotion, virtual tours, and cultural heritage simulations. In conclusion, this study supports the technology acceptance models and innovation effects approaches accepted in the international literature. It also highlights the technical, ergonomic, and pedagogical limitations of VR. Furthermore, it offers a unique contribution that emphasizes the context-dependence of applications in tourism education.

The study recommends providing the materials that may be necessary to use VR headset as a supporting tool in tourism courses, making tourism courses compatible with VR headset by experts, and/or preparing content accordingly. On the other hand, it is considered important to program VR headset in a cyber-secure way. Teachers should be provided with the necessary technical and theoretical training to adapt to this innovation. In addition, the gradual adoption of this innovation should be encouraged. Although the use of VR headset brings many benefits, it can also cause relatively minor problems and technical disruptions. One such problem is eye fatigue. In addition, some type of assistive device or lens may be required for students who wear glasses to comfortably use VR headset. In addition, short training sessions can be provided for students who are unfamiliar with the technology. Finally, the Internet infrastructure should be strong for the use of VR headset in schools.

5.1. Limitations

This study has some limitations. The data were collected only from the students who are studying in the Tourism Management Department of Dokuz Eylül University, Faculty of Tourism. In this sense, a study can be conducted by collecting data from students studying in other tourism departments in more universities. In addition, since the study was conducted using a qualitative interview technique, it does not allow generalization and it is recommended that a similar study be conducted quantitatively with a larger sample group.

References

- Adukaite, A., van Zyl, I., & Cantoni, L. (2016). The role of digital technology in tourism education: A case study of South African secondary schools. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 19, 54-65.
- Alexander, B., Ashford-Rowe, K., Barajas-Murph, N., Dobbin, G., Knott, J., McCormack, M., ... & Weber, N. (2019). *Horizon report 2019 higher education edition* (pp. 3-41). EDU19.
- Alizadeh, M., & Hawkinson, E. (2021). Case study 10, Japan: Smartphone virtual reality for tourism education – A case study. *Language learning with technology: Perspectives from Asia*, 211-222.
- Baum, T. (2007). Human resources in tourism: Still waiting for change. *Tourism management*, 28(6), 1383-1399.
- Blascovich, J., & Bailenson, J. (2011). *Infinite reality: Avatars, eternal life, new worlds, and the dawn of the virtual revolution*. William Morrow & Co.

- Bower, M., Howe, C., McCredie, N., Robinson, A., & Grover, D. (2014). Augmented Reality in education—cases, places and potentials. *Educational Media International*, 51(1), 1-15.
- Boyce, C., & Neale, P. (2006). *Conducting in-depth interviews: A guide for designing and conducting in-depth interviews for evaluation input* (Vol. 2). Watertown, MA: Pathfinder international.
- Calisto, F., Melo, M., & Nisi, V. (2024). Virtual reality in tourism and hospitality education: A systematic review. *Tourism Management Perspectives*, 47, 101-118.
- Chang, H. Y., Wang, C. Y., Lee, M. H., Wu, H. K., Liang, J. C., Lee, S. W. Y., ... & Tsai, C. C. (2015). A review of features of technology-supported learning environments based on participants' perceptions. *Computers in human behavior*, 53, 223-237.
- Chen, Y. F., & Mo, H. E. (2014). Users' perspectives on tour-guide training courses using 3D tourist sites. *Australasian Journal of Educational Technology*, 30(1).
- Cheng, J. M. S., Sheen, G. J., & Lou, G. C. (2006). Consumer acceptance of the internet as a channel of distribution in Taiwan—a channel function perspective. *Technovation*, 26(7), 856-864.
- Chiao, H. M., Chen, Y. L., & Huang, W. H. (2018). Examining the usability of an online virtual tour-guiding platform for cultural tourism education. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 23, 29-38.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319-340.
- De Freitas, S., & Veletsianos, G. (2010). Crossing boundaries: Learning and teaching in virtual worlds. *British Journal of Educational Technology*, 41(1).
- de Lurdes Calisto, M., & Sarkar, S. (2024). A systematic review of virtual reality in tourism and hospitality: The known and the paths to follow. *International Journal of Hospitality Management*, 116, 103623.
- Deale, C. S. (2013). Incorporating second life into online hospitality and tourism education: A case study. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 13, 154-160.
- DiLullo, C., McGee, P., & Kriebel, R. M. (2011). Demystifying the Millennial student: A reassessment in measures of character and engagement in professional education. *Anatomical sciences education*, 4(4), 214-226.
- Estapa, A., & Nadolny, L. (2015). The effect of an augmented reality enhanced mathematics lesson on student achievement and motivation. *Journal of STEM education*, 16(3).
- Freina, L., & Ott, M. (2015, April). A literature review on immersive virtual reality in education: state of the art and perspectives. In *The international scientific conference elearning and software for education* (Vol. 1, No. 133, pp. 10-1007).
- Fussell, S. G., & Truong, D. (2022). Using virtual reality for dynamic learning: an extended technology acceptance model. *Virtual Reality*, 26(1), 249-267.
- Guttentag, D. A. (2010). Virtual reality: Applications and implications for tourism. *Tourism management*, 31(5), 637-651.
- Hincapie, M., Diaz, C., Valencia, A., Contero, M., & Güemes-Castorena, D. (2021). Educational applications of augmented reality: A bibliometric study. *Computers & Electrical Engineering*, 93, 107289.
- Hsu, L. (2012). Web 3D simulation-based application in tourism education: A case study with Second Life. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 11(2), 113-124.
- Huang, Y. C., Backman, S. J., & Backman, K. F. (2010). Student attitude toward virtual learning in second life: A flow theory approach. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 10(4), 312-334.
- Huang, Y. C., Backman, S. J., Chang, L. L., Backman, K. F., & McGuire, F. A. (2013). Experiencing student learning and tourism training in a 3D virtual world: An exploratory study. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 13, 190-201.

- Huang, Y. M., Wang, W. S., Lee, H. Y., Lin, C. J., & Wu, T. T. (2024). Empowering virtual reality with feedback and reflection in hands-on learning: Effect of learning engagement and higher-order thinking. *Journal of Computer Assisted Learning*, 40(4), 1413-1427.
- Jensen, L., & Konradsen, F. (2018). A review of the use of virtual reality head-mounted displays in education and training. *Education and Information Technologies*, 23, 1515-1529.
- Kaleci, D., Tepe, T., & Tüzün, H. (2017). Üç boyutlu sanal gerçeklik ortamlarındaki deneyimlere ilişkin kullanıcı görüşleri. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 21(3), 669-689.
- Kitzinger, J., & Farquhar, C. (1999). The analytical potential of 'sensitive moments' in focus group discussions.
- Kumlu, S. T. (2021). *Turizm eğitiminde sanal gerçeklik kullanımının öğrenme motivasyonuna etkisi* (Master's thesis, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Lampropoulos, G., Keramopoulos, E., Diamantaras, K., & Evangelidis, G. (2022). Augmented reality and virtual reality in education: Public perspectives, sentiments, attitudes, and discourses. *Education Sciences*, 12(11), 798.
- Lau, K. W., & Lee, P. Y. (2015). The use of virtual reality for creating unusual environmental stimulation to motivate students to explore creative ideas. *Interactive Learning Environments*, 23(1), 3-18.
- Lee, E. A. L., & Wong, K. W. (2014). Learning with desktop virtual reality: Low spatial ability learners are more positively affected. *Computers & Education*, 79, 49-58.
- Lee, P. C., Sun, S., Law, R., & Lee, A. H. (2016). Educational technology in hospitality management programs: Adoption and expectations. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 16(2), 116-142.
- Lee, S. H., Sergueeva, K., Catangui, M., & Kandaurova, M. (2017). Assessing Google Cardboard virtual reality as a content delivery system in business classrooms. *Journal of Education for Business*, 92(4), 153-160.
- Lee-Ross, D., & Pryce, J. (2010). *Human resources and tourism: Skills, culture and industry*. Multilingual Matters.
- Lim, T., Lee, S., & Ke, F. (2018). Integrating music into math in a virtual reality game: learning fractions. In *Virtual and Augmented Reality: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications* (pp. 1122-1141). IGI Global.
- Lin, X. P., Li, B. B., Yao, Z. N., Yang, Z., & Zhang, M. (2024). The impact of virtual reality on student engagement in the classroom—a critical review of the literature. *Frontiers in Psychology*, 15, 1360574.
- Loftin, R. B., Engleberg, M., & Benedetti, R. (1993, October). Applying virtual reality in education: A prototypical virtual physics laboratory. In *Proceedings of 1993 IEEE research properties in virtual reality symposium* (pp. 67-74). IEEE.
- López-Belmonte, J., Moreno-Guerrero, A. J., Marín-Marín, J. A., & Lampropoulos, G. (2022). The impact of gender on the use of augmented reality and virtual reality in students with ASD. *Education in the Knowledge Society (EKS)*, 23.
- Makransky, G., & Petersen, G. B. (2021). The cognitive affective model of immersive learning (CAMIL): A theoretical research-based model of learning in immersive virtual reality. *Educational psychology review*, 33(3), 937-958.
- Makransky, G., Terkildsen, T. S., & Mayer, R. E. (2019). Adding immersive virtual reality to a science lab simulation causes more presence but less learning. *Learning and instruction*, 60, 225-236.
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (2014). *Designing qualitative research*. Sage publications.
- Miguel-Alonso, I., Checa, D., Guillen-Sanz, H., & Bustillo, A. (2024). Evaluation of the novelty effect in immersive virtual reality learning experiences. *Virtual Reality*, 28(1), 27.
- Moore, P. (1995). Learning and teaching in virtual worlds: Implications of virtual reality for education. *Australasian Journal of Educational Technology*, 11(2).
- Moro, S., Rita, P., Ramos, P., & Esmerado, J. (2019). Analysing recent augmented and virtual reality developments in tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(4), 571-586.
- Neuman, L. W. (2007). *Social research methods*, 6/E. Pearson Education India.

- Okul, T. (2022). Turizm Rehberliği Eğitiminde Sanal Gerçeklik Uygulamaları Kullanımının Akademik Başarı ve Kalıcılığa Etkisi. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Aydın.
- Papachristos, N. M., Ntalakas, G., Vrellis, I., & Mikropoulos, T. A. (2018). A virtual environment for training in culinary education: Immersion and user experience. *Research on e-Learning and ICT in education: Technological, pedagogical and instructional perspectives*, 367-380.
- Patiar, A., Kensbock, S., Ma, E., & Cox, R. (2017). Information and communication technology-Enabled innovation: Application of the virtual field trip in hospitality education. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 29(3), 129-140.
- Penfold, P. (2009). Learning through the world of second life – A hospitality and tourism experience. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 8(2-3), 139-160.
- Race, R., & Vidal-Hall, C. (2019). The BERA/SAGE handbook of educational research–Volumes 1 and 2.
- Radianti, J., Majchrzak, T. A., Fromm, J., & Wohlgenannt, I. (2020). A systematic review of immersive virtual reality applications for higher education: Design elements, courses learned, and research agenda. *Computers & education*, 147, 103778.
- Ratliff, M., & de la Mora Velasco, E. (2021). Analyzing your context to administer and improve distance learning. In *A guide to administering distance learning* (pp. 104-140). Brill.
- Rojas-Sánchez, M. A., Palos-Sánchez, P. R., & Folgado-Fernández, J. A. (2023). Systematic literature review and bibliometric analysis on virtual reality and education. *Education and Information Technologies*, 28(1), 155-192.
- Schaffer, V. (2017). Enhancing learning to diverse cohorts via immersive visualization. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 21, 46-54.
- Schott, C., & Marshall, S. (2021). Virtual reality for experiential education: a user experience exploration. *Australasian Journal of Educational Technology*, 37(1), 96-110.
- Shen, S., Xu, K., Sotiriadis, M., & Wang, Y. (2022). Exploring the factors influencing the adoption and usage of Augmented Reality and Virtual Reality applications in tourism education within the context of COVID-19 pandemic. *Journal of hospitality, leisure, sport & tourism education*, 30, 100373.
- Sherman, W. R., & Craig, A. B. (2018). *Understanding virtual reality: Interface, application, and design*. Morgan Kaufmann.
- Shin, S., Brush, T. A., & Saye, J. W. (2019). Using technology-enhanced cases in teacher education: An exploratory study in a social studies methods course. *Teaching and Teacher Education*, 78, 151-164.
- Silverman, R. M., & Patterson, K. (2021). *Qualitative research methods for community development*. Routledge.
- Slater, M., & Sanchez-Vives, M. V. (2016). Enhancing our lives with immersive virtual reality. *Frontiers in Robotics and AI*, 3, 74.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research* (Vol. 15). Newbury Park, CA: sage.
- Tisdell, E. J., Merriam, S. B., & Stuckey-Peyrot, H. L. (2025). *Qualitative research: A guide to design and implementation*. John Wiley & Sons.
- Tormey, D. (2019). New approaches to communication and education through geoheritage. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 7(4), 192-198.
- Tseng, S. P., Huang, M. W., Liu, H. J., Chung, C. C., & Chiu, C. M. (2015). A virtual reality based training system for cultural tourism. In *Advances in Web-Based Learning–ICWL 2013 Workshops: USL 2013, IWSLL 2013, KMEL 2013, IWCWL 2013, WIL 2013, and IWEEL 2013, Kenting, Taiwan, October 6-9, 2013, Revised Selected Papers 12* (pp. 272-277). Springer Berlin Heidelberg.
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision sciences*, 39(2), 273-315.
- Wang, Y. M., Chiu, W. C., Lin, H. H., Wang, Y. S., Wang, Y. Y., & Chen, I. F. (2024). Determinants of students' adoption of virtual reality-based learning systems: An individual difference perspective. *Innovations in Education and Teaching International*, 61(1), 143-153.

- Wickens, C. D. (1992, October). Virtual reality and education. In *[Proceedings] 1992 IEEE International Conference on Systems, Man, and Cybernetics* (pp. 842-847). IEEE.
- World Medical Association. (2013). World Medical Association Declaration of Helsinki: ethical principles for medical research involving human subjects. *Jama*, 310(20), 2191-2194.
- Yang, H. D., & Yoo, Y. (2004). It's all about attitude: revisiting the technology acceptance model. *Decision support systems*, 38(1), 19-31.
- Ye, H. B., Ye, H., & Law, R. (2020). Systematic review of smart tourism research. *Sustainability*, 12(8), 3401. <https://doi.org/10.3390/su12083401>
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2021). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (8. baskı)[Qualitative research methods in the social sciences]. Seçkin Yayıncılık, Ankara. *Eurasian Journal of Educational Research*, 91, 83-104.
- Yung, R., & Khoo-Lattimore, C. (2019). New realities: a systematic literature review on virtual reality and augmented reality in tourism research. *Current issues in tourism*, 22(17), 2056-2081.

Sosyal Medya Bağımlılığının Phubbing Üzerindeki Etkisi: Turizm Ön Lisans ve Lisans Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma

The Effect of Social Media Addiction on Phubbing: A Research Targeting Tourism Associate Degree and Bachelor's Degree Students

Lütfullah Sadi TOPRAK^a ve Caner GÜÇLÜ^b

^a Dr. Öğr. Üyesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Gevaş Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta Ve İkram Hizmetleri Bölümü, Van, Türkiye. ORCID: 0000-0002-3079-920X

^b Dr. Öğr. Üyesi, Bitlis Eren Üniversitesi, Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Bitlis, Türkiye. ORCID: 0000-0002-3977-3815

Özet

Dijitalleşmenin hızla artmasıyla akıllı telefonlar ve sosyal medya platformlarının yoğun kullanımı, bireylerin yüz yüze iletişimde dikkatlerini mobil cihazlara yöneltmelerine neden olan phubbing (tele hiçleme) davranışını yaygınlaştırmıştır. Bu durum, özellikle insan etkileşiminin yoğun olduğu turizm sektörüne yönelik eğitim alan öğrenciler açısından hem kişilerarası iletişim hem de mesleki yeterlilikler bakımından önem taşımaktadır. Bu araştırmanın amacı, turizm ön lisans ve lisans programlarında öğrenim gören öğrencilerde sosyal medya bağımlılığının phubbing davranışı üzerindeki etkisini incelemektir. Nicel araştırma yöntemi tercih edilen bu çalışmada 382 öğrenciden çevrimiçi anket yoluyla veri toplanmıştır. Anket Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Genel Phubbing Ölçeği ile demografik sorulardan oluşmaktadır. Veriler faktör analizi, korelasyon ve basit doğrusal regresyon analizleri ile incelenmiştir. Analizlerin sonucu, sosyal medya bağımlılığının phubbing davranışının alt boyutları olan *nomofobi*, *kişilerarası çatışma*, *izolasyon* ve *problem kabulü* üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı etkiler olduğunu göstermektedir. Araştırma, turizm eğitimi alan öğrencilerde dijital alışkanlıkların ne düzeyde olduğunu ortaya koyarak, sektör ve eğitim kurumları için teknoloji kullanımına yönelik öneriler sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya Bağımlılığı, Phubbing, Turizm Öğrencileri

Makale Bilgisi

Geliş Tarihi 27.09.2025
Kabul Tarihi 03.11.2025

Sayı Editörü

Hacer ARSLAN KALAY

Abstract

The swift ascent of digitization and the pervasive use of smartphones and social media platforms have normalized phubbing (phone ignoring) behavior, leading individuals to divert their attention to mobile devices during in-person interactions. This scenario is especially significant for students pursuing tourism, a field marked by substantial human interaction, encompassing both interpersonal communication and professional skills. The aim of this study is to examine the effect of social media addiction on phubbing behavior among students enrolled in tourism associate and bachelor's degree programs. In this study, which employed a quantitative research method, data were collected from 382 students via an online survey. The survey consisted of the Social Media Addiction Scale, the General Phubbing Scale, and demographic questions. The data were analyzed using factor analysis, correlation, and simple linear regression analyses. The results of the analyses show that social media addiction has statistically significant effects on the sub-dimensions of phubbing behavior, namely *nomophobia*, *interpersonal conflict*, *isolation*, and *problem acceptance*. The research reveals the level of digital habits among students studying tourism and offers recommendations for technology use to the sector and educational institutions.

Keywords: Social Media Addiction, Phubbing, Tourism Students

Sorumlu Yazar

Lütfullah Sadi TOPRAK
lutfullahsaditoprak@yyu.edu.tr

Önerilen Atf:

Toprak, L. S. ve Güçlü, C., (2025). Sosyal Medya Bağımlılığının Phubbing Üzerindeki Etkisi: Turizm Ön Lisans ve Lisans Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Academic Tourism Studies*, 6(2): 232-247.

1. GİRİŞ

Son yıllarda dijitalleşmenin hızlı yayılması ve aşırı kullanımı bireysel ve toplumsal düzeyde sosyal ilişkileri ve iletişim normlarını yeniden şekillendirmektedir. Teknolojik gelişmelerin sosyal hayatın her alanına yansması ile birlikte bu değişime hızla uyum sağlayamaya çalışan üniversite öğrencilerinin de iletişim araçları değişmektedir. Hiç şüphesiz bu iletişim araçlarının başında cep telefonları gelmektedir. Günlük hayatta çok fonksiyonlu olarak yoğun kullanılan telefonlara sosyal medya faktörünün de eklenmesi telefon bağımlılığın ötesinde sosyal medya bağımlılığını gündeme getirmiştir. Gerek sosyal medya bağımlılığının gerekse phubbing (tele hiçleme/görmezden gelme) olgusunun üniversite öğrencilerinin tutum, davranış ve akademik başarıları üzerinde etkileri olduğu söylenebilir (Sönmez Sarı, vd., 2023, s. 210).

Akıllı telefonların modern yaşamı daha verimli ve ilgi çekici hâle getirdiği kabul edilmekle birlikte bu araçların bireylerarası iletişim üzerindeki olumsuz etkileri giderek daha fazla dikkat çekmektedir (Chotpitayasunondh ve Douglas, 2016, s. 9-10). Söz konusu olumsuz etkilerden biri olan phubbing, bireylerin sosyal bir ortamda yüz yüze iletişim kurmak yerine dikkatlerini akıllı telefonlarına yönelterek karşılarındaki kişileri görmezden gelmeleriyle ortaya çıkan bir sosyal etkileşim problemidir. Bu davranış biçimi, birden fazla kişinin yer aldığı sosyal ortamlarda, bireylerin akıllı telefonlarıyla meşgul olmaları sonucunda diğer bireylerin varlığının göz ardı edilmesi şeklinde kendini göstermektedir (Karadağ vd., 2015; Santos, Torres, dos Santos ve Martins, 2023). Bu yönüyle phubbing, hem sosyal ilişkilerin niteliğini zayıflatan hem de kişilerarası iletişimi olumsuz etkileyen bir davranış biçimi olarak değerlendirilmektedir (Roberts ve David, 2016, s. 135-136). Öte yandan sosyal medya bağımlılığı ise söz konusu platformlarda aşırı zaman harcayarak sosyal medyanın sürekli kontrol edilmesi ile ilgilidir. Dolayısıyla phubbing davranışı sosyal medya bağımlılığı ile yakından ilişkilidir (Franchina vd., 2018, s. 2).

Turizm literatüründe phubbing ve sosyal medya bağımlılığı farklı açılardan ele alınmış (Nazir, 2017; Rachman, 2021; Allahverdi, 2023) ancak insan ilişkilerinin yoğun olduğu turizm sektörüne yönelik eğitim alan üniversite önlisans ve lisans turizm öğrencilerine yönelik bir çalışmaya rastlanılmamıştır. İnsan ilişkilerinin yoğun yaşandığı turizm sektöründe gelecekte çalışacak bireyler olarak turizm ön lisans ve lisans öğrencilerinin dijital alışkanlıklarının anlaşılması çalışmanın önemini ortaya koymaktadır. Araştırmanın, emek-yoğun niteliği ile insan etkileşiminin merkezde olduğu turizm sektörüne yönelik eğitim alan öğrenciler üzerinde gerçekleştirilmesi alana özgü bir katkı sunmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmanın amacı turizm ön lisans ve lisans programlarında öğrenim gören öğrencilerin bakış açısıyla, sosyal medya bağımlılığının phubbing üzerindeki etkisini incelemektir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Araştırmanın bu bölümünde sosyal medya kavramı ve bağımlılığı ile phubbing konularına yönelik literatür taraması yer almaktadır.

2.1. Sosyal Medya Bağımlılığı

Akıllı telefonların internet teknolojisi ile birleşmesi bireylerin sosyal medya platformlarında sürekli çevrimiçi ve sürekli bağlantılı bir yaşam biçimine geçmesine neden olmuştur (Chi, Tang ve Tang, 2022, s. 1114). Sosyal medya, coğrafi mesafe sınırlaması olmadan bireylerin bilgi, görüntü, ses ve fikir alışverişi yapabildiği sanal platformlar olarak tanımlanmaktadır (Gupta ve Saha, 2020, s. 114). Günümüzde bu platformların en yaygın olanlarından YouTube, Instagram, TikTok, LinkedIn, Facebook, Twitter, Snapchat, WhatsApp ve Google+ gibi platformlar, bireyler için hem kişisel hem de sosyal hayatın değişmez unsurları haline gelmiştir. Bu platformların akıllı telefonlara indirilmesi ve akıllı telefonların bilinçsiz ve aşırı kullanımı, insanların sosyal etkileşimleri üzerinde olumsuz etkileri olan kavramların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu kavramlar başlangıçta bilgisayar bağımlılığı ve oyun bağımlılığı olarak bilinirken, günümüzde özellikle sosyal medya bağımlılığı gibi türleri de ortaya çıkmıştır (Talan, Doğan ve Kalinkara, 2023, s. 4).

Sosyal medya bağımlılığı, öz denetim eksikliği nedeniyle sosyal medyanın aşırı ve kontrolsüz kullanılması durumudur (Franchina vd., 2018, s. 2). Bu bağımlılık yalnızca bilgi edinme amacıyla sınırlı kalmaz; oyun oynama, arkadaşlık kurma, etkinlik takip etme, fotoğraf/video paylaşma gibi çok sayıda faaliyeti kapsar (Talan, Doğan ve Kalinkara, 2023, s. 4). Turel ve arkadaşları (2019) bu durumu “dijitalleşmenin karanlık tarafı” olarak adlandırmış ve sosyal, kişisel ve profesyonel yaşam sınırlarının belirsizleştiğini vurgulamıştır. Sosyal medyanın aşırı kullanımı, bireylerin psikolojik durumlarını, davranış kalıplarını ve duygusal tepkilerini olumsuz etkileyerek eğitim, iş ve özel yaşamda sorunlara yol açabilmektedir (Salehan ve Negahban, 2013). Özellikle genç bireylerde bağımlılık eğilimi, diğer yaş gruplarına göre daha belirgin olarak görülmektedir (Davey vd., 2018). Öyle ki günümüzün öğrencileri olan genç nesiller sosyal çevreleriyle doğrudan etkileşim kurmak yerine akıllı telefonlar veya tabletler ile daha fazla zaman geçirme eğilimindedir (Rachman, 2021).

Turizm sektörü, insan etkileşiminin en yoğun yaşandığı alanlardan biridir. Sektörde hizmet kalitesini belirleyen unsurların başında yüz yüze iletişim, empati ve dikkat gelmektedir (Uğur ve Koç, 2015a). Ancak dijitalleşmenin hızla yayılması, bu iletişim biçimlerini dönüştürmektedir. Özellikle üniversite çağındaki turizm öğrencileri, hem eğitim sürecinde hem de gelecekteki profesyonel yaşamlarında dijital araçları yoğun biçimde kullanmaktadır. Bu durum, eğitim ortamında grup çalışmalarına katılım, ders içi dikkat ve mesleki uygulamalarda müşteri ilişkilerinin niteliği üzerinde doğrudan etkili olabilmektedir. Aşırı ve kontrolsüz dijital araç kullanımı, öğrencilerin sosyal etkileşimlerinde dikkat dağınıklığı, empati azalması ve sosyal bağların zayıflaması gibi olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir (Roberts ve David, 2016, s. 136). Bu kapsamda yapılan çalışmalardan Güneş ve Ekmekçi (2023) turizm alanında yükseköğrenim gören öğrenciler arasında FOMO (Fear of Missing Out) ile depresyon arasındaki ilişkide SMB (Sosyal Medya Bağımlılığı) ve anksiyetenin kümülatif aracılık etkisini incelemişlerdir. Yazarlar genç bireylerde FOMO seviyesinin artmasının, SMB ve anksiyete düzeylerini arttırdığını, bunun da depresyonu yükselttiği sonucuna ulaşmışlardır. Guzel Sahin ve Sengün (2015) ise üniversite öğrencilerine yönelik çalışmalarında turizm pazarlamasında sosyal medyanın önemini araştırmışlar ve sosyal medyanın turizm sektörünü hem olumlu hem de olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Son olarak Uysal (2022) çalışmasında Türkiye'deki yükseköğretim turizm rehberliği lisans öğrencilerinin depresyon düzeyleri (CES-D) üzerinde “ruh hali değişikliği”, “nüksetme”, ‘çatışma’ ve “meslek” olmak üzere dört faktör altında sosyal medya bağımlılığının (SMB) etkisini incelemiştir. Çalışma sonucunda SMB'nin alt ölçeklerinden “Çatışma” alt ölçeğinin katılımcıların depresyon düzeyleriyle pozitif korelasyon gösterdiği, “Ruh Hali Değişikliği” alt ölçeğinin ise katılımcıların depresyon düzeyleriyle negatif korelasyon gösterdiği sonucuna ulaşmıştır. ‘Nüksetme’ ve “Meşguliyet” alt ölçeklerinin ise katılımcıların depresyon düzeyleriyle anlamlı bir korelasyon göstermediğini belirlemiştir.

2.2. Phubbing Davranışı

Phubbing alan yazında yeni bir konu olmasına rağmen son yıllarda araştırmacılar (Chi, Tang ve Tang, 2022; Santos vd., 2023) tarafından yoğun bir şekilde incelenmektedir ve akıllı telefon teknolojisinin başlangıcıyla alan yazına giren bir kronolojisi vardır (Chotpitayasunondh ve Douglas, 2016). 20. yüzyılda ortaya çıkan akıllı telefonların kullanımı şüphesiz çok sayıda fayda sağlamıştır ancak yaygın kullanımın beraberinde getirdiği en önemli sorunlardan biri bireyin sosyal ortamda diğer bireylerle konuşmalar yapmak yerine akıllı telefonunu takıntılı bir şekilde kullanması anlamına gelen phubbing olgusudur (Chi, Tang ve Tang, 2022, s. 1112). Phubbing, “phone” (telefon) ve “snubbing” (yok sayma) kelimelerinin birleşiminden türeyen ve bireyin sosyal ortamda karşısındaki kişiyi görmezden gelerek dikkatini telefonuna yöneltmesi olarak tanımlanan bir sosyal etkileşim problemidir (Chotpitayasunondh ve Douglas, 2016, s. 10). Phubber olarak adlandırılan kişiler, sosyal medya kullanımı, mesajlaşma veya bildirim kontrolü gibi nedenlerle cihazlarını sürekli kontrol eder (Rachman, 2021). Phubbing, hem kişilerarası ilişkilerin niteliğini zayıflatır (Davey vd., 2018) hem de iletişim doyumunu düşürür (Roberts ve David, 2016). Akademik ortamlarda bu davranış, derslere katılımı azaltarak akademik performansı olumsuz etkiler (Chotpitayasunondh ve Douglas, 2018). Phubbing'in yaygın olarak gençler ve üniversite öğrencileri

arasında görülmesi (Rachman, 2021), bu davranışın eğitim süreçleri açısından önemini artırmaktadır. Araştırmalar, bu davranışın öğrencilerin not ortalamalarını düşürdüğünü (Rupert ve Hawi, 2016; Parmaksız, 2023) ve sosyal ilişkilerine zarar verdiğini ortaya koymaktadır.

Phubbing davranışı internet, dijital oyunlar ve cep telefonu bağımlılığı gibi çeşitli teknolojik bağımlılık türleriyle benzerlikler göstermekte ve özellikle sosyal medya bağımlılığının etkisiyle çok boyutlu bir sorun olmaktadır (Davey vd., 2018). Phubbing davranışı çeşitli teknolojik bağımlılıkların (örneğin internet, sosyal medya, dijital oyunlar ve cep telefonlarına bağımlılık) kesişim noktasındadır ve bu tür bağımlılıkların bir araya gelmesinin sonucu olarak algılanabilir (Santos vd., 2023, s. 2). Öyle ki Salehan ve Negahban (2013) kişilerarası ilişkilerin bozulmasına da neden olan phubbing davranışının yaygınlaşmasında sosyal medyanın aşırı kullanımına vurgu yapmışlardır (Chotpitayasunondh ve Douglas, 2016; Blanca ve Bendayan, 2018; Davey vd., 2018). Rachman (2021) çalışmasında sosyal medya bağımlılığı ile phubbing davranışı arasında pozitif bir ilişki olduğunu tespit etmiştir. Buna göre sosyal medya bağımlılığı arttıkça, phubbing davranışı da artmaktadır.

2.2.1. Phubbing Davranışının Boyutları

Araştırma kapsamında phubbing (tele hiçleme) davranışını ölçmek için kullanılan, Chotpitayasunondh ve Douglas (2018) tarafından geliştirilen ve Ergün, Göksu ve Sakız (2019) tarafından Türkçe'ye uyarlanan 15 maddelik "Genel Phubbing Ölçeği (GPÖ)" dört alt faktörden oluşmaktadır: Bunlar; "Nomofobi", "Kişilerarası Çatışma", "Kendini İzolasyon" ve "Sorun Kabulü" şeklindedir.

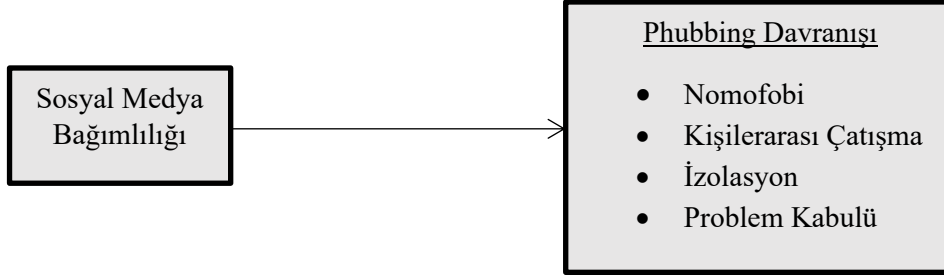
Literatürde "Mobil telefon korkusu" olarak adlandırılan phubbing alt boyutlarından "nomofobi" aynı kelimenin kısaltılmasıyla ortaya çıkmıştır (Yıldırım ve Correia, 2015, s. 131). Esasında bireylerin iletişimi sağlayan teknolojilerden uzaklaştıklarında veya bu teknolojileri kaybettiklerinde duydukları endişe ve kaygıları ifade etmektedir (Bragazzi ve Del Puente, 2014, s. 156). Nomofobi Yıldırım ve Correia (2015) tarafından dört boyutla ölçülmüştür: Bunlar; (1) *İletişim Kuramama*, bir bireyin cep telefonları aracılığıyla başkalarıyla bağlantı kuramadığında ortaya çıkan korkuyu yansıtır, (2) *Bağlantıyı Kaybetme*, bilgiye erişimi ve çevrimiçi ağlara bağlantıyı kaybetme korkusuyla ilgilidir, (3) *Cep Telefonu Aracılığıyla Mevcut Bilgilere Ulaşamama Korkusu* ve son olarak (4) *Rahatlıktan Vazgeçme*, cep telefonlarının sağladığı rahatlıktan vazgeçme duygusu olarak değerlendirilmektedir. Kişiler arası çatışmalar; aynı ya da farklı hiyerarşik düzeylerde ve birimlerde yer alan iki veya daha fazla örgüt üyesi arasında ortaya çıkan, kızgınlık, güvensizlik, korku ve dışlanma gibi olumsuz duygulara yol açan anlaşmazlık ve uyumsuzluk durumlarıdır. Bu çatışmalar, bireyler arasındaki ilişkilerde öfke yaratan, birbirleriyle örtüşmeyen politika, amaç, ilke ve kurallardan kaynaklanmaktadır (Rahim, 2001, s. 23). İzolasyon kavramı bireyin normal duyusal ve sosyal girdi düzeyinde azalma yaşadığı ve fiziksel alan veya hareket üzerinde olası istemsiz sınırlamalar olduğu durum olarak tanımlanmaktadır (Gilmartin, Grota ve Sousa, 2013, s. 56-57). Son olarak problem kabulü ise herhangi bir olay, kriz veya sorun ile karşı karşıya gelindiğinde gelişen olay, kriz veya sorunla yüzleşip bunu kabullenme durumu olarak ifade edilmektedir (Jonkman, 2006).

Phubbing davranışının hayatın çeşitli yönlerinde ve meslek gruplarında yansımaları vardır. Özellikle akademik ortamlarda ve okullarda çalışma zamanını aksatır ve akademik performansı ve başarıyı olumsuz etkiler (Chotpitayasunondh ve Douglas, 2018). Her yaş grubunda görülen phubbing olayının daha çok genç nesiller ve öğrenciler arasında yaygın olduğu belirtilmektedir (Rachman, 2021). Okullarda ve öğrenciler arasında sıklıkla görülen söz konusu phubbing davranışının öğrencilerin başarısına (GANO), sosyal ve bireyler arası ilişkilerine zarar verdiği vurgulanmaktadır. Telefonu gereksiz yere açıp kapamak veya bildirimleri kontrol etmek bile bir phubbing davranışı olarak kabul edilir (Talan, Doğan ve Kalinkara, 2023, s. 3). Phubbing davranışının nedenlerini anlamak için araştırmacılar (Erzen vd., 2021; Ivanova vd., 2020; Karadağ vd., 2015) psikolojik öncülleri incelemiş, beş büyük kişilik özelliği ile phubbing davranışı arasındaki ilişkiyi araştırmış nevrotiklik ve vicdanlılığın phubbing davranışını önemli ölçüde etkilediği sonucuna varmışlardır. Özellikle psikolojik faktörlerden yaşam doyumu, kaygı ve olumsuz benlik

gibi unsurların phubbing davranışını etkilediği vurgulanmaktadır (Ergün, Göksu ve Sakız, 2019). Ayrıca, phubbing eğiliminin kadınlarda erkeklere göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir (Santos vd., 2023).

2.3. Araştırma Hipotezlerinin Geliştirilmesi

Bu çalışmada nicel araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Araştırma modelinde sosyal medya bağımlılığı bağımsız değişken phubbing bağımlı değişken olarak yer almaktadır. Bu çerçevede araştırma modeli Şekil 1’de gösterilmektedir.



Şekil 1. Araştırmanın Kavramsal Modeli

Alanyazında sosyal medya bağımlılığı ve phubbing arasındaki ilişkiye yönelik birçok araştırma (Karadağ vd., 2015; Franchina vd., 2018) yapılmıştır. Bu kapsamda yapılan çalışmalarda sosyal medya bağımlılığı ile phubbing davranışı arasında anlamlı ilişki olduğu vurgulanmaktadır (Ratnasari ve Oktaviani, 2020; Rachman, 2021; Franchina vd., 2018; Putri ve Sa'id, 2024; Gupta ve Sekhar, 2024). Phubbing alt boyutlarından nomofobi yaşayan öğrenciler genellikle zamanın önemli bir kısmını mobil cihazla geçirme, sürekli şarj cihazı taşıma motivasyonu ile hareket etmektedir. Telefonlarını kaybetme düşüncesi belirlediğinde huzursuzluk hissetme, akıllı telefon kullanımının kısıtlandığı durumlarda telefon ekranına sık sık bakma gibi eğilimlerde bulunmaktadır (Ali, Abdelraof, El-Gilany ve Awad, 2024). Almusa ve arkadaşları (2019) üniversite öğrencilerine yönelik araştırmalarında öğrenciler arasında %85.3'lük bir nomofobi yaygınlığına vurgu yapmış, bunun %22.1'inin şiddetli semptomlar sergilediğini ve %63.2'sinin hafif semptomlar gösterdiğini tespit etmişlerdir. Benzer şekilde Türen ve arkadaşları (2017) ile Kaur ve arkadaşları (2021) tarafından yapılan çalışmalarda ise gençlerin veya öğrencilerin çoğunun nomofobik olduğu sonucuna varılmıştır. Üniversite öğrencileri arasında sosyal medya kullanımının ve nomofobinin yaygın olduğu dikkate alınır sosyal medya bağımlılığı ile nomofobi arasındaki ilişkinin pozitif olması beklenmektedir.

H1. Sosyal medya bağımlılığı nomofobi üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Çatışma, insanoğlunun yaşadığı çevrede kaçınılmaz bir olgudur. Kişilerarası çatışma güçlü bir iletişim kaynağı olabileceği gibi, daha büyük bir öz farkındalık kaynağı da olabilir. Sosyal medya bağımlılığı, kişisel ve kişiler arası çatışmalar üzerinde etki yapmaktadır. Bozuk uyku düzenleri, azalan akademik başarı, depresyon, stres, kaygı, yalnızlık ve özsaygı, sosyal medya bağımlılığının neden olduğu çatışma nedenleri olarak değerlendirilmektedir (Weixel-Dixon, 2017). Ahmed (2023) araştırmasında sosyal medyanın aşırı kullanımının yüz yüze etkileşimlerin ihmal edilmesine ve yanlış anlamalara neden olduğunu bunun da çatışma ve iletişim sorunlarına yol açtığını vurgulamaktadır. Buna göre üniversite öğrencileri arasında sosyal medya kullanımının uyku düzensizliği, depresyon, stres, kaygı ve özsaygı gibi farklı sorunlara neden olduğu dikkate alınır sosyal medya bağımlılığı ile kişilerarası çatışma arasında pozitif ilişki olması beklenmektedir.

H2. Sosyal medya bağımlılığı kişilerarası çatışma üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Yalnızlık hissi sadece yalnız olan ve başkalarıyla iletişim kurmayan veya etkileşime girmeyen kişileri ifade etmez; aynı zamanda dijital dünyaya bağlı oldukları için gerçek hayatta başkalarıyla etkileşime girmeyi bırakan kişileri ve bunun sosyal dışlanma etkisini de ifade eder (Zaka vd., 2023). Sosyal medya bağımlılığının, kişilerarası ilişkileri etkileyerek artan yalnızlık ve azalan ilişki tatmini

ile sonuçlandığı vurgulanmaktadır (Ahmed, 2023). Dolayısıyla üniversite öğrencileri arasında sosyal medya bağımlılığının izolasyona yol açtığı söylenebilir.

H3. Sosyal medya bağımlılığı izolasyon üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Sosyal medya bağımlılığı ile phubbing alt boyutu problem kabulü (kabullenme) arasında anlamlı bir ilişki olduğu ifade edilmektedir (Franchina vd., 2018). Sosyal medya bağımlılığı yükseldikçe, bireyler phubbing davranışına daha sık başvurur ve dolayısıyla bir problem olduğunu fark etme veya kabullenme düzeyleri de artmaktadır (Ratnasari ve Oktaviani, 2020; Putri ve Sa'id, 2024). Bu doğrultuda sosyal medya bağımlılığı ile problem kabulü boyutu arasında pozitif ilişki olması beklenmektedir.

H4. Sosyal medya bağımlılığı problem kabulü üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Emek-yoğun yapısıyla dikkat çeken ve insan etkileşiminin belirleyici olduğu turizm sektörüne yönelik eğitim alan öğrenciler üzerinde gerçekleştirilmesi araştırmanın özgünlüğünü oluşturmaktadır. Turizm önlisans ve lisans programlarında öğrenim gören öğrencilerin gelecekte doğrudan insan ilişkileriyle iç içe olacak mesleklerde görev alacak olmaları dijital medya alışkanlıklarının kişilerarası iletişim üzerindeki olası etkilerini anlamayı daha da önemli kılmaktadır.

3. YÖNTEM

Bu araştırmada, turizm önlisans ve lisans programlarında öğrenim gören öğrencilerin bakış açısıyla sosyal medya bağımlılığının phubbing davranışı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Nicel araştırma yöntemi tercih edilen bu çalışmada 382 öğrenciden çevrimiçi anket yoluyla veri toplanmıştır. Anket Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Genel Phubbing Ölçeği ile demografik sorulardan oluşmaktadır. Elde edilen veriler faktör analizi, korelasyon ve basit doğrusal regresyon analizleri ile değerlendirilmiştir. Bu açıdan çalışmanın turizm literatüründeki ilgili boşluğa katkı yapması ve turizm sektöründeki paydaşlara fikir vermesi beklenmektedir. Araştırma 25 Mayıs-10 Haziran 2025 tarihleri arasında çevrimiçi olarak gerçekleştirilmiştir. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimleri Yayın Etik Kurulu'nun 13/05/2025 tarihli toplantı ve 2025/10 oturum sayısı ile araştırma için etik kurul onayı alınmıştır.

3.1. Evren ve Örneklem

Araştırma kapsamında evren, Türkiye'de yükseköğretim kurumlarında turizm eğitimi almakta olan önlisans ve lisans düzeyindeki öğrenciler olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda hazırlanan çevrimiçi anket yedi coğrafi bölgeden farklı üniversitelerin turizm fakülte/yüksekokul ve meslek yüksek okullarına gönderilmiştir. 50.000-100.000 arası evren büyüklüklerinde 381 örneklem sayısının yeterli olduğu ifade edilmektedir (Ural ve Kılıç, 2018, s. 43). 2024/2025 akademik yılı itibarıyla Türkiye'de turizm eğitimi veren fakülte/ yüksekokul ve meslek yüksekokulu toplam öğrenci sayısı yaklaşık 86.000 (Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi, 2025) dikkate alındığında gerekli olan 381 örneklem sayısına ulaşıldığı görülmektedir. Anket uygulaması 25 Mayıs-10 Haziran 2025 tarihleri arasında çevrimiçi olarak gerçekleştirilmiştir. Kolayda örneklem yönteminin tercih edildiği çalışmada toplamda öğrencilerden çevrimiçi aracılığıyla 382 anket toplanmış ve yeterli örneklem sayısına ulaşılmıştır.

3.2. Veri Toplama Araçları

Araştırmada nicel araştırma yöntemi tercih edilmiş ve veri toplama aracı olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Çalışmada anket çevrimiçi ortamda uygulanmış ve veriler bu yöntemle elde edilmiştir. Araştırmada kullanılan anket formu 20 soruluk demografik özelliklere yönelik maddelerden, 7 soruluk sosyal medya bağımlılığı ölçeği ve 15 soruluk phubbing (tele hiçleme) ölçeği olmak üzere 3 bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümü katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 20 sorudan oluşmaktadır.

Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği

Anketin ikinci bölümünde sosyal medya bağımlılığı için Günüş (2009) tarafından internet bağımlılığı olarak geliştirilen ve Çömlekçi ve Başol (2019) tarafından sosyal medya bağımlılığı şeklinde revize edilen 7 soruluk ölçek kullanılmıştır. Çömlekçi ve Başol (2019) sosyal medya bağımlılığı ölçeğini internet bağımlılığı ölçeğinin alt boyutu olan “işlevsellikte bozulma” boyutundan revize etmiştir. Araştırmacılar yapılan revizyon sonrasında ölçeğe doğrulayıcı faktör analizi uygulamış; elde edilen standartlaştırılmış yüklerin 0.52 ile 0.86 aralığında değiştiğini ve tüm değerlerin istatistiksel açıdan anlamlı olduğunu ($t > 1.96$) ortaya koymuşlardır. Analiz neticesinde sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısı 0.85 olarak bulunmuş ve ölçeğin güvenilir ve geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Phubbing Ölçeği

Anketin üçüncü bölümünde ise phubbing (tele hiçleme) davranışını ölçmek için Chotpitayasunondh ve Douglas (2018) tarafından geliştirilen ve Ergün, Göksu ve Sakız (2019) tarafından Türkçe'ye uyarlanan 15 maddelik “Genel Phubbing Ölçeği (GPÖ)” kullanılmıştır. Chotpitayasunondh ve Douglas (2018) tarafından geliştirilen ölçek yedili likert şeklinde (1: Asla, 7: Her zaman) puanlanmaktadır. Ölçek dört alt faktörden oluşmaktadır, bunlar; “Nomofobi”, “Kişilerarası Çatışma”, “Kendini İzolasyon” ve “Sorun Kabulü” şeklindedir. Ölçeğin güvenirlik katsayıları ise 0,85 ila 0,92 değerleri arasında olup iç güvenirlik ve yakınsak geçerliliği sağlamaktadır.

4. BULGULAR

Araştırmanın bu kısmında verilerin analizi sonucunda elde edilmiş bulgulara sırasıyla yer verilmektedir.

4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcıların demografik özelliklerine bakıldığında yaş grubunda katılımcıların büyük bir kısmının 18-22 yaş arasında olduğu (%64,4, 246 kişi), ardından 23-27 yaş grubunun (%26,4, 101 kişi) geldiği, 33 yaş ve üzeri katılımcıların ise daha düşük bir orana sahip olduğu (%9,2, 35 kişi) görülmektedir. Katılımcıların eğitim gördükleri bölümlere bakıldığında %52,1'inin Turizm İşletmeciliği bölümünde, %14,4'ünün Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünde, %9,2'sinin Rekreasyon Yönetimi ve Seyahat İşletmeciliği bölümlerinde yer aldığı, %15,2'sinin ise Aşçılık bölümünde eğitim aldığı görülmektedir. Katılımcıların en sık kullandığı sosyal medya hesapları incelendiğinde ise %50,1'inin Instagram kullandığı, %31,8'inin ise WhatsApp tercih ettiği görülmektedir. TikTok %10,1 ile üçüncü sırada yer alırken, Twitter %6,9, Facebook ise %1,0 oranı ile daha düşük bir kullanım oranına sahiptir. Telegram ise yalnızca %0,2 oranında tercih edilmektedir.

Analiz sürecine başlamadan önce, verilerin doğru girilip girilmediği ve olası hatalı veri girişlerinin bulunup bulunmadığı kontrol edilmiştir. Ardından, veriler üzerinde uygulanacak analiz türlerini belirleyebilmek amacıyla basıklık ile çarpıklık katsayıları incelenmiştir. Can (2018: 85)'in belirttiği üzere, basıklık ve çarpıklık katsayılarının $\pm 1,96$ aralığında yer alması normal dağılımın sağlandığına ilişkin kabul edilebilir sınırlardır. Bu doğrultuda, ölçek maddelerine ilişkin çarpıklık katsayılarının -1,09 ile +1,2 arasında değiştiği görülmüştür. Elde edilen değerlerin kabul edilebilir aralıkta olması, verilerin normallik varsayımını karşıladığını göstermektedir. Benzer şekilde, basıklık katsayılarının -1,049 ile +0,432 arasında değiştiği tespit edilmiştir. Bu sonuç da basıklık açısından verilerin normal dağılıma uygun olduğunu ortaya koymaktadır. Dolayısıyla, normallik varsayımının sağlanması nedeniyle veri analizinde parametrik testler kullanılmıştır.

4.2. Ölçeklere Yönelik Açıklayıcı Faktör Analizleri

Tablo 1. Phubbing Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Madde	Faktör Yüğü	C.Alfa	A. Varyans	Özdeğer
Nomofobi	NOM2	.844	.846	19.124	2.869
	NOM3	.794			
	NOM1	.772			
	NOM4	.753			
Kişilerarası Çatışma	KÇ7	.785	.875	20.921	3.138
	KÇ6	.772			
	KÇ5	.751			
	KÇ8	.741			
İzolasyon	İZO11	.819	.896	21.396	3.209
	İZO12	.814			
	İZO10	.779			
	İZO9	.665			
Problem Kabulü	PK14	.796	.773	11.919	1.788
	PK15	.680			
	PK13	.593			
Değerlendirme Kriterleri		KMO		.918	
		Approx. Chi-Square		3458.317	
		Bartlett's Test of Sphericity		.000	
		Faktör Çıkarma Yöntemi		Temel Bileşenler Analizi	
		Toplam Açıklanan Varyans		73.360	

Phubbing ölçeğine ilişkin açıklayıcı faktör analizi bulguları Tablo 1’de verilmiş olup, ölçeğin dört faktörlü bir yapıya sahip olduğu belirlenmiştir. Ölçeğin faktör analizine uygunluğunu değerlendirmek için gerçekleştirilen analiz sonucunda, KMO değerinin .918 olduğu ve Bartlett testi bulgularının ($\chi^2=3458.317$, $p<.001$) anlamlılık düzeyinde bulunduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğunu ortaya koymaktadır. Tabachnick ve Fidell (2007) 0,6’nın üzerindeki KMO değerinin faktör analizi yapabilmek için yeterli olduğunu belirtmektedir. Ayrıca Bartlett Küresellik Testi ($\chi^2=3458.317$, $p<.001$) anlamlı çıkmış ve değişkenler arasında faktör analizine uygun düzeyde korelasyon bulunduğu belirlenmiştir. Sosyal bilimlerde tüm faktörlerin toplam varyansın en az 0,5’ini açıklamaları yeterli kabul edilmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2016). Buna göre dört faktörlü yapının toplam varyansın %73.360’ını açıkladığı görülmektedir. Birinci faktör Nomofobi, varyansın %19.124’ünü açıklarken faktör yükleri .844 ile .753 arasında yoğunlaşmıştır. İkinci faktör olan Kişilerarası Çatışma, varyansın %20.921’ini açıklamakta ve .785 ile .741 arasında değişen yük değerlerine sahiptir. Üçüncü faktör olan **İzolasyon**, toplam varyansın %21.396’sını açıklamakta olup .819 ile .665 arasında değişen faktör yüklerine sahiptir. Son faktör olan Problem Kabulü ise varyansın %11.919’unu açıklamakta ve .796 ile .593 arasında değişen yük değerleri ile ölçeğe katkı sağlamaktadır. Tüm faktör yüklerinin .593’ün üzerinde olması, ölçek maddelerinin ilgili faktörlere güçlü şekilde yüklendiğini ve yapının güvenilir olduğunu göstermektedir (Tabachnick ve Fidell, 2007; Hair, Black, Babin ve Anderson, 2014). Güvenilirlik analizi sonucunda ise ölçek boyutlarının Cronbach Alfa (α) katsayısı değerleri sırası ile Nomofobi(.846), Kişilerarası Çatışma(.875), İzolasyon(.896) ve Problem Kabulü(.773) olarak tespit edilmiştir. Ölçeklerde güvenilirliğin sağlanabilmesi için katsayının en az 0.70 olması gerektiği ifade edilmektedir (Altunışık vd., 2015, s. 126).

Tablo 2. Sosyal Medya Bağımlılığı (SMB) Ölçeği Açımlayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Madde	Faktör Yüğü	C.Alfa	A. Varyans	Özdeğer
Sosyal Medya Bağımlılığı	SMB4	.837	.872	57.170	4.002
	SMB5	.828			
	SMB3	.821			
	SMB6	.792			
	SMB2	.738			
	SMB1	.682			
	SMB7	.552			
Değerlendirme Kriterleri		KMO:	.871		
		Approx. Chi-Square:	1248.224		
		Bartlett’s Test of Sphericity:	.000		
		Faktör Çıkarma Yöntemi:	Temel Bileşenler Analizi		
		Toplam Açıklanan Varyans:	57.170		

Tablo 2’de yer alan açıklayıcı faktör analizi bulguları, Sosyal Medya Bağımlılığı ölçeğinin tek boyutlu bir yapıda olduğunu göstermektedir. Ölçeğin faktör analizine uygunluğunu belirlemek üzere gerçekleştirilen analiz sonucunda KMO katsayısının .871 olduğu, Bartlett testi değerlerinin ise ($\chi^2=1248.224$, $p<.001$) anlamlı düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Tabachnick ve Fidell (2007) 0,6’nın üzerindeki KMO değerinin faktör analizi yapabilmek için yeterli olduğunu belirtmektedir. Faktör analizi sonucunda elde edilen tek boyutun toplam varyansın %57.170’ini açıkladığı belirlenmiştir. Sosyal bilimlerde tek boyutlu faktör yapılarında açıklanan varyansın 0,30 ve daha yüksek olması yeterli olarak değerlendirilmektedir (Büyüköztürk, 2015). Dolayısıyla tek faktör altında açıklanan varyans oranının (%57.170) yeterli düzeyde olduğu söylenebilir. Maddelere ilişkin **faktör** yükleri .552 ile .837 arasında değişmektedir. Literatürde .40 ve üzerindeki faktör yükleri kabul edilebilir düzeyde görülmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2007). Bu doğrultuda tüm maddelerin ölçeğe katkı sağladığı, özellikle SMB4 (.837), SMB5 (.828) ve SMB3 (.821) maddelerinin en güçlü katkısı sunduğu görülmektedir. SMB7 (.552) ise görece daha düşük bir faktör yüküne sahip olmakla birlikte, kabul edilebilir sınırın üzerinde yer almaktadır (Hair vd., 2014). Güvenilirlik analizi sonucunda SMB ölçeğinin Cronbach Alfa (α) katsayısı değeri ise .872 olarak tespit edilmiştir. Ölçeklerde güvenilirliğin sağlanabilmesi için katsayının en az 0.70 olması gerektiği ifade edilmektedir (Altunışık vd., 2015, s. 126).

4.3. Korelasyon ve Regresyon Analizleri

Tablo 3. Sosyal Medya Bağımlılığı (SMB) ve Phubbing Alt Boyutlarına Yönelik Korelasyon Analizi Tablosu

Değişkenler	Ort.	S.S.	1.	2.	3.	4.	5.
SMB	2.23	1.19	1				
Nomofobi	3.74	1.66	.355**	1			
Kişilerarası Çatışma	2.09	1.33	.689**	.410**	1		
İzolasyon	2.36	1.46	.618**	.402**	.687**	1	
Problem Kabulü	2.99	1.56	.641**	.511**	.591**	.630**	1

Tablo 3’ te sosyal medya bağımlılığı ile phubbing boyutları arasındaki korelasyon sonuçları verilmiştir. Gürbüz ve Şahin (2016)’ e göre değişkenler arasında korelasyon katsayısının $0.3 < r \leq 0.7$ aralığında olması ilişkinin orta düzeyde ve pozitif yönlü ilişkili olduğunu göstermektedir. Buna göre, Phubbing’in tüm alt boyutları (nomofobi, kişilerarası çatışma, izolasyon, problem kabulü) ile sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif ve anlamlı ilişkiler bulunmuştur. SMB(Sosyal Medya Bağımlılığı) ile Nomofobi arasında orta düzeyde pozitif bir ilişki bulunmaktadır($r = .355$, $p < .001$). SMB ile Kişilerarası Çatışma boyutu arasında($r = .689$, $p < .001$), SMB ile İzolasyon boyutu arasında($r = .618$, $p < .01$) ve SMB ile Problem Kabulü boyutu arasında($r = .641$, $p < .01$) pozitif ve anlamlı

ilişkiler saptanmıştır. Genel olarak phubbing boyutlarının da birbirleriyle pozitif yönde ve anlamlı düzeyde ilişkili olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4. Sosyal Medya Bağımlılığının (SMB) Nomofobi Boyutuna Yönelik Regresyon Analizi Tablosu

Değişkenler	B	Std. Hata	β	t	p	Tol.	VIF
Sabit	2.643	.169	-	15.612	.000	-	-
SMB	.495	.067	.355	7.409	.000	1.000	1.000
Bağımlı Değişken: Nomofobi							
R: .355	R ² : .124	F: 54.889	p: .000	Durbin Watson: 1.837			

Tablo 4' e göre bağımsız değişken olan sosyal medya bağımlılığı bağımlı değişken olan phubbing in alt boyutu nomofobinin ($R^2=.124$) %12'lik kısmını açıkladığı ortaya çıkmıştır. Diğer bir ifade ile phubbing in alt boyutu nomofobi üzerindeki değişimlerin %12'si öğrencilerin sosyal medya bağımlılıkları ile açıklanmaktadır. Buna göre bağımlı değişken olarak ele alınan phubbing in alt boyutu olan nomofobi ile bağımsız değişken olarak ele alınan sosyal medya bağımlılığı arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu belirlenmiştir ($F=54.889$, $p < .001$). Katsayılarla ilişkin t değerleri değerlendirildiğinde, sosyal medya bağımlılığının nomofobi düzeyini anlamlı biçimde etkilediği ($\beta = .355$, $t = 7.409$, $p < .001$) tespit edilmiştir. Bu sonuç, bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeyi arttıkça nomofobi düzeylerinin de anlamlı biçimde yükseldiğini göstermektedir. Buna göre araştırmanın amacı doğrultusunda ileri sürülen "*H1: Sosyal medya bağımlılığı nomofobi üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir*" hipotezi kabul edilmiş olup sosyal medya bağımlılığının nomofobi üzerinde üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu anlaşılmıştır.

Tablo 5. Sosyal Medya Bağımlılığının (SMB) Kişilerarası Çatışma Boyutuna Yönelik Regresyon Analizi Tablosu

Değişkenler	B	Std. Hata	β	t	p	Tol.	VIF
Sabit	.387	.105	-	3.697	.000	-	-
SMB	.765	.041	.689	18.530	.000	1.000	1.000
Bağımlı Değişken: Kişilerarası Çatışma							
R: .689	R ² : .473	F: 343.368	p: .000	Durbin Watson: 1.714			

Tablo 5' e göre sosyal medya bağımlılığı bağımlı değişken olan phubbing'in alt boyutu kişilerarası çatışmanın ($R^2=.473$) %47'lik kısmını açıklamaktadır. Diğer bir ifade ile phubbing'in alt boyutu kişilerarası çatışma üzerindeki değişimlerin %47'si öğrencilerin sosyal medya bağımlılıkları ile açıklanmaktadır. Buna göre kişilerarası çatışma ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu belirlenmiştir ($F=343.368$, $p < .001$). Modeldeki katsayıların t değerleri incelendiğinde ise sosyal medya bağımlılığının kişilerarası çatışmayı ($\beta = .689$, $t = 18.530$, $p < .001$) düzeyinde etkilediği görülmektedir. Başka bir deyişle, bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri arttıkça kişilerarası çatışma düzeyleri de anlamlı biçimde yükselmektedir. Bu kapsamda araştırmanın amacı doğrultusunda ileri sürülen "*H2: Sosyal medya bağımlılığı kişilerarası çatışma üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir*" hipotezi kabul edilmiş olup sosyal medya bağımlılığının kişilerarası çatışma üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu anlaşılmıştır.

Tablo 6. Sosyal Medya Bağımlılığının (SMB) İzolasyon Boyutuna Yönelik Regresyon Analizi Tablosu

Değişkenler	B	Std. Hata	β	t	p	Tol.	VIF
Sabit	.675	.125	-	5.390	.000	-	-
SMB	.757	.049	.618	15.318	.000	1.000	1.000
Bağımlı Değişken: İzolasyon							
R: .618	R ² : .380	F: 234.640	p: .000	Durbin Watson: 1.758			

Tablo 6'ya göre model, izolasyondaki toplam varyansın %38'ini açıklamaktadır ($R^2 = .380$). Buna göre izolasyon ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu belirlenmiştir ($F=234.640$, $p < .001$). Modeldeki katsayıların t değerleri incelendiğinde ise sosyal medya bağımlılığının izolasyonu ($\beta = .618$, $t = 15.318$, $p < .001$) düzeyinde etkilediği görülmektedir.

Bu durum, bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeyi arttıkça izolasyon düzeylerinin de anlamlı biçimde yükseldiğini ortaya koymaktadır. Bu kapsamda araştırmanın amacı doğrultusunda ileri sürülen “H3: Sosyal Medya Bağımlılığı izolasyon üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 7. Sosyal Medya Bağımlılığının (SMB) Problem Kabulü Boyutuna Yönelik Regresyon Analizi Tablosu

Değişkenler	B	Std. Hata	β	t	p	Tol.	VIF
Sabit	1.122	.131	-	8.594	.000	-	-
SMB	.839	.051	.641	16.295	.000	1.000	1.000
Bağımlı Değişken: Problem Kabulü							
R: .641		R²: .410	F: 265.529	p: .000	Durbin Watson: 1.772		

Tablo 7’ye göre model, problem kabulündeki toplam varyansın %41’ini açıklamaktadır ($R^2 = .410$). Buna göre problem kabulü ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu belirlenmiştir ($F=265.529$, $p<.001$). Modeldeki katsayıların t değerleri incelendiğinde ise sosyal medya bağımlılığının problem kabulünü ($\beta = .641$, $t = 16.295$, $p < .001$) düzeyinde etkilediği görülmektedir. Bu durum, bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeyi arttıkça problem kabulünün de anlamlı biçimde yükseldiğini ortaya koymaktadır. Bu kapsamda araştırmanın amacı doğrultusunda ileri sürülen “H4: Sosyal Medya Bağımlılığı problem kabulü üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir” hipotezi kabul edilmiş olup sosyal medya bağımlılığının problem kabulü üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu anlaşılmıştır.

5. SONUÇ, TARTIŞMA ve ÖNERİLER

Üniversite öğrencileri bilgiyi araştırmak, oyun oynamak ve iletişim kurmak için zamanlarının çoğunu teknolojik cihazlarla geçirmektedir (Ayar, Gerçeker, Özdemir ve Bektaş, 2018). Bu kapsamda bu araştırmada turizm önlisans ve lisans programlarında öğrenim gören öğrencilerin bakış açısıyla sosyal medya bağımlılığının phubbing davranışı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Elde edilen bulgular, sosyal medya bağımlılığının turizm önlisans ve lisans öğrencilerinin phubbing davranışlarını anlamlı ve pozitif yönde etkilediğini göstermektedir. Bununla birlikte, korelasyon analizi sonuçları tüm değişkenler arasında pozitif ve anlamlı ilişkiler olduğunu ortaya koymuştur. Dolayısıyla turizm önlisans ve lisans öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı arttıkça phubbing boyutları olan nomofobi, kişilerarası çatışma, izolasyon ve problem kabul etme düzeyleri de artmaktadır.

Araştırma sonucuna göre sosyal medya bağımlılığı arttıkça nomofobi düzeyinin yükseldiği görülmektedir. Sosyal medya bağımlılığının akıllı telefona erişim kaygısı ve kopukluk korkusu gibi nomofobi belirtilerini artırdığını ortaya koymaktadır. Aynı zamanda bu bulgu, sosyal medya kullanımına yönelik bağımlılığın bireyler arası ilişkilerde sorun ve gerilimleri artırabileceğini göstermektedir. Ayar ve arkadaşları (2018) çalışmalarında nomofobi seviyeleri ile sosyal medya bağımlılığı arasında güçlü, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Bu sonuç çalışmanın bulguları ile benzerlik göstermektedir. Diğer taraftan Güzel ve Mutlu (2024) çalışmalarında sosyal medya bağımlılığı ve nomofobinin öğrencilerin çevrimiçi alışveriş bağımlılığını anlamlı etkilediğini belirlemişlerdir.

Sosyal medya bağımlılığının kişilerarası çatışma üzerinde pozitif ve güçlü bir etkisinin bulunduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda, sosyal medya bağımlılığı yalnızca bireysel düzeyde psikolojik sorunlara yol açmamakta, aynı zamanda kişilerarası ilişkilerde de olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Mercan ve Uysal (2023) “sosyal medya bağımlılığının kişilik özellikleri ve kişilerarası problem çözme ile ilişkisini” incelemek amacıyla üniversite öğrencilerine yönelik yaptıkları çalışmada, sosyal medya bağımlılığı arttıkça sorunlara olumsuz yaklaşma, sorumluluk almama ve özgüven eksikliği düzeylerinin de arttığını belirlemişlerdir. Bu sonuç araştırma bulgularını desteklemektedir. Tufail ve arkadaşları (2025) ise çalışmalarında sosyal medya bağımlılığının üniversite öğrencileri arasındaki kişilerarası ilişkilere etkisini incelemişler ve sosyal medya bağımlılığının öğrenciler arasında duygusal kopukluğu ve iletişim bozukluklarını arttırdığı

sonucuna ulaşmışlardır. Dolayısıyla sosyal medya bağımlılık düzeyi arttıkça kişilerarası uyum ve yapıcı problem çözme düzeylerinin azaldığı ve bunun da çatışmalara yol açtığı söylenebilir.

Bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeyi arttıkça izolasyon düzeylerinin anlamlı biçimde yükseldiği görülmektedir. Buna göre sosyal medyaya bağımlı hale gelen bireyler, çevrelerinden uzaklaşma, yalnızlık hissetme ve sosyal ilişkilerde kopukluk yaşama eğilimi gösterebilirler. Öyle ki regresyon katsayısının yüksek ve pozitif olması, sosyal medya bağımlılığının izolasyon üzerinde güçlü bir etkisinin bulunduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, sosyal medya bağımlılığının yalnızca bireysel düzeyde psikolojik etkiler yaratmadığı, aynı zamanda sosyal bütünleşmeyi zayıflatarak bireyleri toplumsal yaşamdan uzaklaştırabileceği söylenebilir. Bu sonucu destekler nitelikte Ahmad ve arkadaşları (2022)'nin sosyal medya kullanımının, yalnızlık ve sosyal izolasyona etkisini belirlemek için üniversite öğrencilerine yönelik araştırmalarında, sosyal medyayı aşırı kullanan gençlerin yalnızlık ve sosyal izolasyon sorunu yaşadığını ortaya koymuşlardır. Son olarak sosyal medya bağımlılığı arttıkça problem kabulü(kabullenme) düzeyinin de arttığı dikkat çekmektedir. Sosyal medya bağımlılığı yükseldikçe bireyler phubbing davranışına daha sık başvurmakta ve dolayısıyla bir problem olduğunu fark etme veya kabullenme düzeyleri de artmaktadır (Ratnasari ve Oktaviani, 2020; Putri ve Sa'id, 2024).

Bu sonuçların önceki araştırma sonuçları ile benzerlik gösterdiği anlaşılmaktadır. Karadağ ve arkadaşları (2016), yalnızlık hissi arttığında akıllı telefon kullanımının da arttığını; Rachman (2021) ise yüksek sosyal medya kullanımının phubbing davranışını tetiklediğini vurgulamıştır. Benzer şekilde Talan, Doğan ve Kalinkara (2023) da sosyal medya bağımlılığının phubbing'i anlamlı biçimde etkilediğini ortaya koymuştur. Jacobsen ve Forste (2011) araştırmalarında üniversite öğrencilerinin sosyal ağlarda videolar izleyerek ve oyun oynayarak zamanlarını yoğun şekilde harcadıklarını ve eğitim-öğretim sorumluluklarını aksattıklarını vurgulamaktadırlar. Bu sonuçlardan hareketle farklı paydaşlara yönelik geliştirilen bazı öneriler aşağıda verilmektedir:

Eğitim kurumlarına yönelik öneriler

Öğrencilere sosyal medya bağımlılığının ve genel olarak dijital bağımlılığın psikolojik, sosyal ve akademik etkileri konusunda bilgilendirmeler yapılabilir, seminerler verilebilir. Bu doğrultuda nomofobi, izolasyon ve kişilerarası çatışma gibi konular açıklanıp riskleri tartışılabilir. Kampüs alanlarında yüz yüze sosyal aktiviteler ve etkinlikler daha fazla teşvik edilerek öğrencilerin sosyal medyadan uzaklaşmaları sağlanabilir. Sosyal medya bağımlılığı ile başa çıkmakta zorlanan öğrenciler için rehberlik ve danışmanlık hizmetleri verilebilir.

Sektöre yönelik öneriler

Turizm sektörü, müşteri ile anlık ve kaliteli iletişim gerektiren hizmet kalitesinin büyük ölçüde çalışanların kişilerarası becerilerine dayandığı bir alandır. Bu doğrultuda çalışanlara çevrimdışı iletişim becerilerini geliştirme bağlamında eğitimler verilebilir. Özellikle telefon kullanımını sınırlayan düzenlemeler iş yerlerinde yapılan toplantılarda uygulanabilir. Sosyal medya kullanımının çalışma saatleri içinde nasıl sınırlandırılacağına dair kılavuzlar oluşturulabilir.

Kolayda örnekleme yöntemi kullanılması nedeniyle elde edilen bulguların tüm turizm öğrencilerine genellenememesi araştırmanın sınırlılıkları arasında yer almaktadır. Gelecek araştırmalarda araştırmacılara dijital alışkanlıkların uzun vadeli etkilerinin incelenmesi ve farklı üniversitelerden ve kültürel bağlamlardan örneklemelerin karşılaştırıldığı çalışmalar önerilebilir.

Kaynakça

- Aagaard, J. (2020). Digital Akasia: A Qualitative Study of Phubbing. *A1 & Society*, 35(1), 237-244.
- Abramova, O., Baumann, A., Krasnova, H., ve Lessmann, S. (2017). To Phub or not to Phub: Understanding Off-Task Smartphone Usage and Its Consequences in The Academic Environment. *In ECIS*, p. 127.
- Ahmad, S., Farid, S., Shahid, F., ve Ahmed, S. (2022). Social Media Usage (Smu), Loneliness and Social Isolation: A Relational Study of University Students. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 13(1), 1684-1691.

- Ahmed, M. (2023). Psychological Impact of Social Media Addiction on Interpersonal Relationships in Pakistan. *International Journal of Psychology*, 8(4).
- Ali, S. A., Abdelraof, A. İ., El-Gilany, A., ve Awad, S. (2024). Effect of a Psycho-Educational Program on Mitigating Nomophobia and Social Media Addiction among Undergraduate Nursing Students. *Trends in Nursing and Health Care Journal*, 8(1), 1-24.
- Allahverdi, F. Z., (2023). Relationship Between Self Esteem, Area of Study, Phubbing, and Perceived Social Media Addiction Among University Students. *OPUS- Journal of Society Research*, 20 (53), 340-353
- Almusa, H. M., Al-Qahtani F. S., Bhatı R. K., Assırı A. S., Assırı A. A., Alfaifi S. H.M. ve Mostafa, O. (2019). 'Prevalence and Determinants of - No-Mobile Phobia (Nomophobia) among University Students', *The Medical Journal of Cairo University*, 87(June), 2581-2586.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*. Sakarya Yayıncılık.
- Ayar, D., Gerçek, G. Ö., Özdemir, E. Z., ve Bektaş, M. (2018). The Effect of Problematic Internet Use, Social Appearance Anxiety, and Social Media Use on Nursing Students' Nomophobia Levels. *CIN: Computers, Informatics, Nursing*, 36(12), 589-595.
- Blachnio, A., ve Przepiorka, A. (2019). Be Aware! If You Start Using Facebook Problematically You Will Feel Lonely: Phubbing, and Face Book Intrusion. A cross-sectional study. *Social Science Computer Review*, 37(2), 270-278.
- Blanca, M. J., ve Bendayan, R. (2018). Spanish Version of The Phubbing Scale: Internet Addiction, Facebook Intrusion, and Fear of Missing Out As Correlates. *Psicothema*, 30(4), 449-454.
- Bragazzi, N. L., ve Del Puente, G. (2014). A proposal for including Nomophobia in the new DSM-V. Bragazzi, N., ve Del Puente, G. (2014). A proposal for including nomophobia in the new DSM-V. *Psychology Research and Behavior Management*, 4(7), 155-160.
- Büyüköztürk, Ş. (2015). *Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı*. (21. Baskı). Ankara: Pegem Yayınları.
- Can, A. (2018). *SPSS ile bilimsel araştırma sürecinde nicel veri analizi*. (6. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Chi, L. C., Tang, T. C., ve Tang, E. (2022). The Phubbing Phenomenon: A Cross-Sectional Study on The Relationships Among Social Media Addiction, Fear Of Missing Out, Personality Traits, and Phubbing Behavior, *Current Psychology*, 41: 1112-1123.
- Chotpitayasunondh, V. ve Douglas, K. M. (2018). The Effects of "Phubbing" on Social Interaction. *Journal of Applied Social Psychology*, 48, (6), 304-316.
- Chotpitayasunondh, V., ve Douglas, K. M. (2016). How "Phubbing" Becomes the Norm: The Antecedents and Consequences of Snub Bing via Smartphone. *Computers in Human Behavior*, 63, 9-18.
- Çömlekçi, M. F. & Başol, O. (2019). Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi, *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17 (4); 173-188.
- Davey, A., Raghav, S. K., Singh, J. V., Singh, N., Blanchio, A., ve Przepiorka, A. (2018). Predictors and Consequences of "Phubbing" Among Adolescents and Youth in India: An Impact Evaluation Study. *Journal of Family and Community Medicine*, 25(1), 35-42.
- Ergün, N., Göksu, İ., ve Sakız, H. (2019). Effects of Phubbing: Relationships with Psychodemographic Variables. *Psychological Reports*, 123(5), 1578-1613.
- Erzen, E., Odacı, H., ve Yeniçeri, İ. (2021). Phubbing: Which Personality Traits are Prone to Phubbing? *Social Science Computer Review*, 39(1), 56-69.
- Franchina, V., Vanden Abeele, M., Van Rooij, A. J., Lo Coco, G., ve De Marez, L. (2018). Fear of Missing out as a Predictor of Problematic Social Media Use and Phubbing Behavior Among Flemish Adolescents. *International Journal Environment Research and Public Health*, 15(10), 2319.
- Gilmartin, H. M., Grotta, P. G., ve Sousa, K. (2013). Isolation: a Concept Analysis. *In Nursing Forum*, 48, 1, 54-60.
- Gupta, N. D. & Saha, S. (2020). A Study on Social Media Addiction and Phubbing among Health Trainees National, *Journal of Professional Social Work*, 21, (1).

- Gupta, P. & Sekhar, A.P. M. (2024). Fear of Missing Out, Social Media Addiction and Phubbing Behavior among Young Adults, *Inspa Journal Of Applied And School Psychology, Special Issue*, 114 – 119.
- Guzel Sahin, G., ve Sengün, G. (2015). The Effects of Social Media on Tourism Marketing: A Study among University Students, *Management and Administrative Sciences Review*. 4, 5, 772-786.
- Güneş, E., ve Ekmekçi, Z. (2024). The Relationship between Fear of Missing out and Depression among Tourism Students: A Serial Mediating Roles of Social Media Addiction and Anxiety. *Yükseköğretim Dergisi*, 14(3), 161-173.
- Günüç, S. (2009). *İnternet Bağımlılık Ölçeğinin Geliştirilmesi ve Bazı Demografik Değişkenler ile İnternet Bağımlılığı Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van.
- Gürbüz, S., ve Şahin, F. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Güzel, D., ve Mutlu, M. (2024). The Effect of Social Media Addiction, Nomophobia, and Netlessphobia on Students' Online Shopping Addictions During The Covid-19 Pandemic. *Journal of Mehmet Akif Ersoy University Economics and Administrative Sciences Faculty*, 11(2), 457-478.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., ve Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*, Pearson Education Limited, 8th Edition.
- Ivanova, A., Gorbaniuk, O., Błachnio, A., Przepiórka, A., Mraka, N., Polishchuk, V., ve Gorbaniuk, J. (2020). Mobile Phone Addiction, Phubbing, and Depression Among Men and Women: A Moderated Mediation Analysis. *Psychiatric Quarterly*, 91(3), 655-668.
- Jacobsen, W., ve Forste, R. (2011). The Wired Generation: Academic and Social Outcomes of Electronic Media Use Among University Student. *Cyber psychology, Behavior, & Social Networking*, 14(5), 275-280.
- Jonkman, N. (2006). *Management of Conflict by Principals in Selected Soshanguve Secondary Schools*. Department of Educational Studies Faculty of Education Tshwane University of Technology.
- Jouty, S. A., Molla, M. I., ve Othman, S. H. B. (2024). Evaluating Phubbing Risk Among University Students Through a Cyberpsychology Model Approach, *2024 7th International Conference on Internet Applications, Protocols, and Services (NETAPPS)*.
- Karadağ, E., Tosuntaş, Ş. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Şahin, B. M., ve Babadağ, B. (2016). The Virtual World's Current Addiction: Phubbing. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 3(2), 250-269.
- Karadağ, E., Tosuntaş, Ş. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Şahin, B., Çulha, I., ve Babadağ, B. (2015). Determinants of Phubbing, Which is The Sum of Many Virtual Addictions: A Structural Equation Model. *Journal of Behavioral Addictions*, 4(2), 60-74.
- Kaur, A., Ani, A., Sharma, A., ve Kumari, V. (2021). Nomophobia and Social Interaction Anxiety Among University Students. *International Journal of Africa Nursing Sciences*, (15), 100352.
- Khawar, Butt. A., ve Arshad, T. (2021). The Relationship Between Basic Psychological Needs and Phubbing: Fear of Missing out As The Mediator, *PsyCh journal*, 10(6), 916-925.
- Levine, L. E., Waite, B. M., ve Bowman, L. L. (2007). Electronic Media Use, Reading, and Academic Distractibility in College Youth. *CyberPsychology & Behavior*, 10(4), 560-566.
- Marciano, L., Ostroumova, M., Schulz, P.J., ve Camerini, A.L. (2021). Digital Media Use and Adolescents' Mental Health During The Covid 19 Pandemic: A Systematic Review and Meta Analysis. *Frontiers in public health*, 1 9, 793868.
- Mercan, N., ve Uysal, B. (2023). The Relationship of Social Media Addiction with İnterpersonal Problem-Solving and Personality Traits İn University Students, *Archives of Psychiatric Nursing*, 43, 50-56.
- Nazir, T. (2017). Attitude and Emotional Response Among University Students of Ankara Towards Phubbing. *International Journal of Multidisciplinary Educational Research*, 6(11), 143-152.
- Nazir, T. (2020). Impact of Classroom Phubbing on Teachers who Face Phubbing During Lectures. *Psychology Research on Education and Social Sciences*, 1(1), 41-47.
- Parmaksız, İ. (2023). The Effect of Phubbing, A Behavioral Problem, On Academic Procrastination: The Mediating and Moderating Role of Academic Self-Efficacy. *Psychology in the Schools*, 60(1), 105-121.

- Putri, C. A., ve Sa'id, M. (2024). The Effect of Fomo and Social Media Addiction on Phubbing Behavior in Adolescent K-Pop Fans, *Nusantara Journal of Behavioral and Social Science*, 3(4), 161-170.
- Rachman, A. (2021). The Effect of Social Media Addiction on Student Phubbing Behavior, *International Journal of Arts and Social Science*, 4 3, 113-117.
- Rahim, M. A. (2001). *Managing Conflict in Organizations*. (3rd ed). London: Greenwood Publishing Group.
- Ratnasari, E., ve Oktaviani, F. D. (2020). Perilaku Phubbing pada Generasi Muda (Hubungan antara Kecanduan Ponsel dan Media Sosial terhadap Perilaku Phubbing). *Metakom: Jurnal Kajian Komunikasi*, 4(1), 89-104.
- Roberts, J. A., ve David M. E. (2016). My Life Has Become a Major Distraction from My Cell Phone: Partner Phubbing and Relationship Satisfaction among Romantic Partners. *Computers in Human Behavior*, 54, 134-141.
- Rupert, S. M. ve Hawi, N. S. (2016). Relationships among smartphone addiction, stress, academic performance, and satisfaction with life. *Computers in Human Behavior*, 57: 321-5.
- Salehan, M., ve Negahban, A. (2013). Social Networking on Smart Phones: When Mobile Phones Become Addictive. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 2632-2639.
- Sandjaja, S. S., ve Syahputra, Y. (2019). Has a Fear of Missing Out Contributed to Phubbing Among Students? *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 5, 6, 219-230.
- Santos, A. d. A., Torres, M. d. S., dos Santos, L. F. N., ve Martins, H. d. A. (2023). Cultural adaptation and psychometric evidence of the Phubbing Scale. *Paidéia*, 33, Article e3332.
- Sönmez, Sarı. E., Kırbaz, Z. Ö., Güneş, H., Akeren, Z., ve Semerci, V. (2023). Üniversite Öğrencilerinin Sosyotelizme Maruz Kalma ve Sosyotelist Olma Durumlarının İncelenmesi, *Mersin Univ Sağlık Bilim Dergisi*, 16(2): 209-218.
- Tabachnick, B. G., ve Fidell, L. S. (2007). *Using Multivariate Statistics*. (5th. Edition), Pearson International Edition, Boston.
- Talan, T., Doğan, Y. ve Kalinkara, Y. (2023). Effects of Smartphone Addiction, Social Media Addiction and Fear of Missing Out on University Students' Phubbing: A Structural Equation Model, *Deviant Behavior*, 45(1), 1-14.
- Tindell, D., ve Bohlander, R. (2012). The Use and Abuse of Cell Phones and Text Messaging in The Classroom: A Survey of College Students. *College Teaching*, 60(1), 1-9.
- Tufail, M., Yaqoob, M., Shafqat, S., Tufail, M. S., ve Khan, M, U. (2025). The İmpact of Social Media and Smartphone Addiction on The Quality of İnterpersonal Relationships among University Students. *Social Sciences Spectrum*, 4(2), 478-486.
- Turel, O., Matt, C., Cheung, C. M. K., D'Arcy, J., Qahri-Saremni, H., ve Tarafdar, M. (2019). Panel Report: The Dark Side of the Digitization of the İndividual. *Internet research*, 29(2), 274-288.
- Türen, U., Erdem, H., ve Kalkın, G. (2017). Mobil Telefon Yoksunluğu Korkusu (Nomofobi) Yayılımı: Türkiye'den Üniversite Öğrencileri ve Kamu Çalışanları Örnekleme. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 10(1), 1.
- Uğur, N. G., ve Koç, T. (2015a). Time for Digital Detox: Misuse of Mobile Technology and Phubbing. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 1022-1031.
- Uğur, N. G., ve Koç, T. (2015b). Mobile Phones as Distracting Tools in The Class Room: College Students Perspective. *Alphanumeric J*. 3(2):57-64.
- Ural, A., ve Kılıç, İ. (2018). *Bilimsel Araştırma Süreci ve Spss ile Veri Analizi*. (5. Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uysal, D. (2022). Investigation of the Effect of Social Media Addiction on the Depression Levels of Tourist Guidance Undergraduates in Turkey. *Turizm Akademik Dergisi*, 9(2), 567-580.
- Vorderer, P., Krömer, N., ve Schneider, F. M. (2016). Permanently Online – Permanently Connected: Explorations into University Students' Use of Social Media and Mobile Smart Devices. *Computers in Human Behavior*, 63, 694-703.
- Weixel-Dixon K. (2017). *Interpersonal conflict: An Existential Psychotherapeutic and Practical Model*, (1st Edition), New York: Routledge.

- Yildirim, C., ve Correia, A. P. (2015). Exploring the Dimensions of Nomophobia: Development and Validation of A Self-Reported Questionnaire. *Computers in Human Behavior*, 49, 130-137.
- Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi, Erişim Adresi: <https://istatistik.yok.gov.tr/> 2024-2025 Öğretim Yılı Yükseköğretim İstatistikleri/Erişim Tarihi: 15.08.2025.
- Zaka, S., Latif, A., Ali, A., ve Ahmad, H. M. (2023). The Impact of Social Media Addiction on Exacerbating Loneliness among Youth. *Bulletin of Business and Economics (BBE)*, 12(4), 419-424.

Sürdürülebilir Turizmde Bir Niş Alan Olarak Yayla Turizmi: Artvin Yaylaları Örneği

Highland Tourism as a Niche Form of Sustainable Tourism: The Example of Artvin Highlands

Dilara AYTEKİN^a ve Alev SÖKMEN^b

^a Öğr. Gör. Artvin Çoruh Üniversitesi; Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği EABD Doktora Öğrencisi, Artvin, Türkiye. ORCID: 0009-0000-3844-0114

^b Doç. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Ankara, Türkiye. ORCID: 0000-0002-2143-839X

Özet

Bu çalışma, sürdürülebilir turizm anlayışı çerçevesinde bir niş turizm türü olan yayla turizmini, Artvin ili özelinde ele almaktadır. Küresel ısınma, kitle turizminin çevre üzerindeki olumsuz etkileri, pandemi sonrası değişen turist profilleri ve yerel kalkınma arayışları, alternatif turizm türlerinin önemini artırmıştır. Bu bağlamda, ekolojik dengeye zarar vermeyen, yerel halkın ekonomik katılımını sağlayan ve kültürel değerleri yaşatan yayla turizmi, sürdürülebilir kalkınmanın bir aracı olarak değerlendirilmektedir. Araştırmada alan çalışması yöntemi benimsenmiş, Artvin'in farklı ilçelerinde yer alan yaylalar (Bilbilan, Arsiyan, Cancir, Duganala, Klaskur, Heba, Salıkvan, Demirkapı vb.) yerinde gözlemlenmiş ve turizm potansiyelleri analiz edilmiştir. Bulgular, Artvin yaylalarının doğal güzellikleri, özgün mimarileri, geleneksel şenlikleri ve boğa güreşleri gibi kültürel unsurlarıyla sürdürülebilir turizm açısından güçlü bir potansiyele sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Makale kapsamında yapılan GZFT analizi, Artvin yaylalarının zengin doğal ve kültürel yapısına rağmen ulaşım, altyapı, tanıtım ve mevsimsellik gibi zayıf yönler dikkat çekmektedir. Buna karşın, doğa turizmine yönelik artan küresel ilgi, devlet teşvikleri ve "Yeşil Yol Projesi" gibi bölgesel kalkınma girişimleri önemli fırsatlar olarak öne çıkmaktadır. Plansız yapılaşma, ekolojik tahribat ve aşırı turizm ise potansiyel tehditler arasında değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, Artvin'in yayla turizmi potansiyelinin sürdürülebilir bir çerçevede değerlendirilmesi; yerel halkın sürece aktif katılımı, çevre dostu altyapı yatırımları ve uzun vadeli planlamalarla mümkün olacaktır. Bu tür uygulamalar, bölgenin hem ekonomik kalkınmasına hem de kültürel mirasın korunmasına katkı sağlayarak Artvin'i Türkiye'nin sürdürülebilir turizm vizyonunda önemli bir konuma taşıyabilir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Turizm, Niş Turizm, Yayla Turizmi, Artvin, Kültürel Miras

Abstract

This study examines highland tourism as a niche form of sustainable tourism, focusing on the highlands of Artvin Province, Türkiye. Global warming, the negative environmental impacts of mass tourism, changing tourist profiles after the pandemic, and the increasing importance of local development have all heightened interest in alternative forms of tourism. In this context, highland tourism—an ecologically sensitive form of tourism that supports local participation and preserves cultural values—is considered a key driver of sustainable development. Using a field research approach, the study observed and evaluated various highlands across Artvin, including Bilbilan, Arsiyan, Cancir, Duganala, Klaskur, Heba, Salıkvan, and Demirkapı. Findings reveal that these highlands, with their unique natural landscapes, traditional architecture, local festivals, and cultural practices such as bullfighting, possess strong potential for sustainable tourism development. The SWOT analysis conducted within the study highlights Artvin's rich natural and cultural assets as strengths, while limited accessibility, insufficient infrastructure, and seasonality are identified as weaknesses. Opportunities include the global rise in interest toward nature-based tourism, government incentives, and regional initiatives such as the "Green Road Project." However, unplanned construction, environmental degradation, and overtourism are potential threats to sustainability. In conclusion, realizing the sustainable tourism potential of Artvin's highlands requires holistic planning, active community involvement, eco-friendly infrastructure investments, and long-term strategies. Implemented properly, such practices can foster economic development while preserving the region's cultural and environmental heritage, positioning Artvin as a key example of sustainable niche tourism in Türkiye.

Keywords: Sustainable Tourism, Niche Tourism, Highland Tourism, Artvin, Cultural Heritage

Önerilen Atıf:

Aytekin, D. ve Sökmen, A., (2025). Sürdürülebilir Turizmde Bir Niş Alan Olarak Yayla Turizmi: Artvin Yaylaları Örneği. *Journal of Academic Tourism Studies*, 6(2): 248-267.

Makale Bilgisi

Geliş Tarihi 24.10.2025
Kabul Tarihi 24.11.2025

Sayı Editörü

Hacer ARSLAN KALAY

Sorumlu Yazar

Dilara AYTEKİN
dilaraaytekin@artvin.edu.tr

1. GİRİŞ

Sürdürülebilir turizm anlayışı, doğal ve kültürel kaynakların korunmasını merkeze alan, bölge halkının ve yerel üreticinin de pastadan pay almasına olanak tanıyan turizm çeşitlerinin ön plana çıkmasını sağlamaktadır. Kitle turizminin çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel olumsuzluklar ortaya çıkarması, alternatif turizm türlerine olan ilgiyi artırmış ve doğa ile uyumlu turizm türlerini ön plana çıkarmıştır (Triarchi ve Karamanis, 2017). Bu açıdan yayla turizmi, sahip olduğu ekolojik özelliklerle, bölgesel kalkınmaya katkı sunan ve sürdürülebilir turizm ilkeleriyle örtüşen yapısıyla bir niş turizm türü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Türkiye, sahip olduğu yaylalar, dağlar, mağaralar, yer altı ve yer üstü zenginliklerinden dolayı turizm açısından zengin bir ülke konumundadır (Çelenk, 2020). Özellikle Doğu Karadeniz Bölgesi, el değmemiş doğal güzellikleri, zengin biyoçeşitliliği ve geleneksel yaylacılık faaliyetleri ile sürdürülebilir turizm açısından önemli bir potansiyel barındırmaktadır. Artvin ilinin gelenekselleşen Boğa Güreşi Festivalleri ve yaylaya çıkış ritüelleri, kültürel olarak iç içe geçmiş birbirini destekler geleneklerdir. Bu bağlamda Artvin yaylaları gerek doğası gerekse kültürel özellikleri ile yayla ve festival turizmi adına önemli bir örnek olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu çalışma, sürdürülebilir turizm çerçevesinde, bir niş turizm türü olan yayla turizminin önemine vurgu yaparak, Artvin yaylalarının yayla turizmi açısından potansiyelini incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmada, yayla turizminin bölgesel kalkınmaya etkileri, çevresel sürdürülebilirlik boyutu ve yerel halk üzerindeki ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri ele alınmıştır. Böylece, Artvin yaylalarında sürdürülebilir bir yayla turizmi modelinin nasıl oluşturulabileceğine dair öneriler sunulmuştur.

2. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM

İlk olarak 1987 yılında Brundtland Raporu olarak da bilinen Ortak Geleceğimiz isimli raporda Gro Harlem Brundtland'ın tanımlamasıyla ortaya çıkan sürdürülebilir kalkınma kavramı; gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneğini tehlikeye atmadan bugünün ihtiyaçlarını karşılayan bir kalkınma anlayışıdır (Brundtland, 1987). Temelleri bu raporla atılan çevre ve sürdürülebilirlik temelli yaklaşımları, bir dizi konferans, bildiri ve sözleşme takip etmiştir. Sürdürülebilirlik; doğa, toplum ve ekonomi arasında denge kurmayı amaçlamaktadır (Seghezzo, 2009).

Sürdürülebilirlik kavramı, birçok sektörü ilgilendiren ve bu sektörler üzerinde geniş etkileri bulunan genel bir kavramdır. Çevre sorunlarının artışı ile sektörler kendi üzerine düşen görevleri yerine getirmek adına çözümler üretmeye başlamışlardır. Brundtland Raporu'nda sürdürülebilir turizm kavramından bahsedilmemekle birlikte, turizm sektörü Gündem 21 belgesinin önerilerini ilk uygulayan sektörlerden olmuştur ve kavramın literatürde kullanılmaya başlanması 1990'lara tekabül etmektedir (Tankuş, Sökmen ve Güzel Şahin, 2023). Turizm sektörü, ekonomik büyüme açısından önemli bir potansiyel barındırmakla birlikte, plansız gelişmesi durumunda çevresel bozulma ve toplumsal dengesizlikler gibi olumsuz etkilere de sebep olabilecek bir sektördür. Turizm ve çevre, karşılıklı etkileşim içinde bulunan iki aktördür ve çevre turizmin hammaddesi olarak kabul edilirken turizmin en önemli etkileri de çevre üzerinde oluşmaktadır (Atabey, 2019). Sanayi Devrimi sonrasında başlayan ve 90'lı yıllara kadar etkisini devam ettiren kitle turizmi de hem çevresel tahribata hem de turizmin belirli bölgelere ve belirli bir sezona sıkışmasına neden olmuştur. Zamanla tüketici tercihlerinde meydana gelen değişiklikler ve artan çevre bilinci nedeniyle sürdürülebilirlik anlayışına uygun alternatif turizm türleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu noktadan hareketle, sürdürülebilir turizm kavramı ortaya çıkmıştır. 20. yy'ın sonlarında ortaya çıkan sürdürülebilirlik kavramı zamanla ülkelerin turizm politikalarında önem verdikleri bir konu haline gelmiştir (Tanrısever, 2019).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO, 2025), sürdürülebilir turizmi; gelen ziyaretçilerin ve bölge halkının ihtiyaçlarını karşılarken gelecek nesillerin ihtiyaçlarını göz ardı

etmeden gerçekleştirilen turizm anlayışı şeklinde tanımlamaktadır. Sürdürülebilir turizm sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır (Erdoğan, 2024):

- Sosyo-kültürel sürdürülebilirlik, yerel halkın kültürel değerlerini koruyarak turizmden faydalanmasını,
- Ekonomik sürdürülebilirlik, turizmin uzun vadede kalkınmaya katkı sağlamasını,
- Çevresel sürdürülebilirlik ise, ekolojik dengenin bozulmamasını ve doğal kaynakların korunmasını amaçlamaktadır (Hunter, 1997).

Bu bağlamda, sürdürülebilir turizmin hem çevresel duyarlılıkla hem de ekonomik ve toplumsal denge gözetilerek planlanması gerekmektedir (Sharpley, 2009; Angelevska-Najdeska ve Rakicevik, 2012). Sürdürülebilir turizm anlayışı içerisinde; ekoturizm, kırsal turizm, yayla turizmi, kültürel miras turizmi, tarım turizmi, sağlık turizmi, gönüllü turizm, sakin şehir turizmi, kamp ve karavan turizmi sayılabilmektedir.

Sürdürülebilir turizmden bahsederken bu turizm anlayışının karşılaşılabileceği sorunlara da değinmek gerekmektedir. Karşılaşılabilecek en önemli problem alt yapı eksiklikleridir. Burada alt yapıdan kasıt şehirlerde beklenen düzeyde alt yapı hizmetlerinden ziyade ekolojik altyapı, atık yönetimi ve bilinçli turizm politikalarıdır (Dodds ve Butler, 2010). Yerel halkın sürece dahil edilememesi de sürdürülebilir turizmde karşılaşılabilecek sorunlardan biridir (Liu, 2003). İyi yönetilemeyen bir sürdürülebilir turizm sürecinde, bölge halkının turizmden ekonomik ya da sosyolojik bir fayda görememesi halk ve yatırımcı ya da halk ve turist arasında çatışmalara sebep olabilecektir. Burada hem sürdürülebilirlik boyutlarından sosyo-kültürel sürdürülebilirlik hem de ekonomik sürdürülebilirlik zarar görecektir. Son olarak, turistik bölgelerde aşırı ziyaretçi yoğunluğundan kaynaklı, doğal kaynakların tükenmesine ve kültürel mirasın zarar görmesine yol açan aşırı turizm de (Goodwin, 2019), sürdürülebilir turizm anlayışı açısından önemli bir problem oluşturmaktadır. Burada da çevresel sürdürülebilirlik boyutu açısından bir tehlikeden söz etmek mümkün olacaktır. Bayram, Bulut ve Yaylı (2020) Doğu Karadeniz Bölgesi'nin sosyal taşıma kapasitesini araştırdıkları çalışmalarında, sürdürülebilir bir turizm anlayışından bahsetmek için taşıma kapasitelerinin, özellikle de "turistlere karşı bölge halkının hoşgörü düzeylerini anlatan sosyal taşıma kapasitesi"nin gerekliliğinden bahsetmektedir.

2.1. Niş Turizm

Turizm sektörü yakın geçmişte büyük bir dönüşüm geçirmiş ve doğaya, kültürel mirasa ve yerel halka olumsuz etkileri olan geleneksel kitle turizmi anlayışı yerini daha kişiselleştirilmiş turist deneyimleri sunan alternatif turizm anlayışlarına bırakmıştır. Niş turizm de turistlerin farklı deneyim arayışları ve alternatif destinasyonlara olan ilgilerinin artması ile ortaya çıkmış bir turizm türüdür (Farmaki, Singh ve Hassan, 2025). Kitle turizminin aksine heterojen ve farklılaştırılmış ürün ve hizmetler sunmaktadır (Çallak, 2024). Niş turizm terimi, büyük ölçüde niş pazarlama teriminden etkilenmiştir ve bu terim niş kavramını yakın zamanda ortaya çıkan ekoloji disiplininin almıştır (Robinson ve Novelli, 2005). Aşırı rekabetçi turizm pazarında ülkeler, yeni niş pazarlarla turizm çeşitliliği sağlayarak turizm hareketliliğinin meydana getirdiği sermayeden kendi paylarını almak istemektedir (Katırcıoğlu, Boyraz, Çetin ve Soybalı, 2019).

Niş pazarlar, büyük işletmelerin girmeyi tercih etmediği, belli özelliklere sahip ve bu özelliklerle ilgili ihtisaslaşmış küçük girişimcilerin yer aldığı pazarlardır ve bu işletmelerin turizm sektöründeki rekabet ortamında niş pazarlarla varlıklarını sürdürebileceği tahmin edilmektedir (Arslan, 2006). Bununla birlikte niş pazarlar sadece küçük işletmelerin yer aldığı pazarlar değildir. Büyük işletmelerin de uzmanlaştığı niş pazarlar bulunmaktadır (Ercan, 2007).

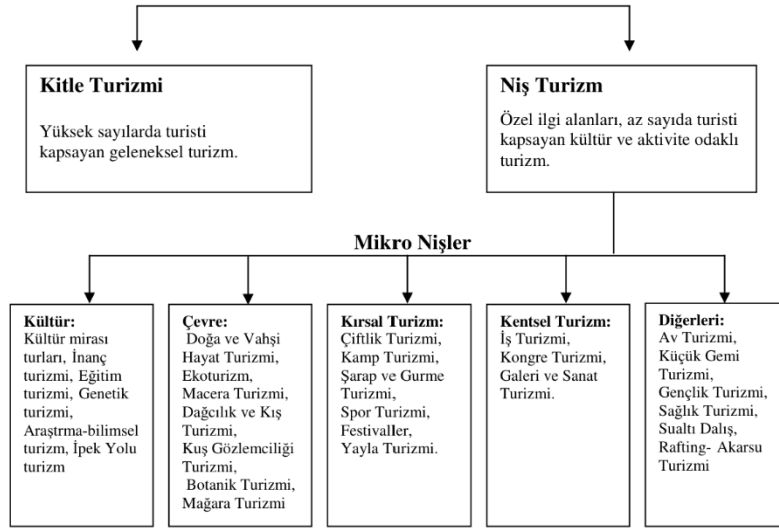
Kitlesel pazarların aksine niş pazarlarda az sayıda tüketici için yüksek düzeyde tatmin düzeyi hedeflenmektedir. Niş pazarlar piyasadaki açıkları fark ederek o açığı doldurmayı hedeflemektedir. Bu noktada, sürdürülebilir turizm aşırı turizmden kaynaklı yıpranmaları önlemek için tercih edilebilecek bir pazarlama türüdür (Garda ve Temizel, 2016). Sürdürülebilir turizme uygun pazar nişlerine Tablo 1'de yer verilmektedir.

Tablo 1. Sürdürülebilir Turizm Nişleri

Turistik Faaliyetler	Sürdürülebilir Niş Turizm Çeşitleri
Fiziksel çaba gerektiren faaliyetler	Etkinlik Turizmi
Doğa ile bağlantılı faaliyetler	Ekoturizm Doğa Turizmi Macera turizmi
Değişik kültürlerle bağlantılı faaliyetler	Kültür Turizmi
Ulaştırma teknolojisine bağlı seyahatler	Keşif Turizmi

Kaynak: (Garda ve Temizel, 2016).

Bu kapsamda yayla turizmini de niş turizm çerçevesinde değerlendirmek mümkündür. Niş pazarlamanın uygulandığı turizm çeşitlerine Şekil 1’de yer verilmiştir.

**Şekil 1.** Turizm Aktiviteleri

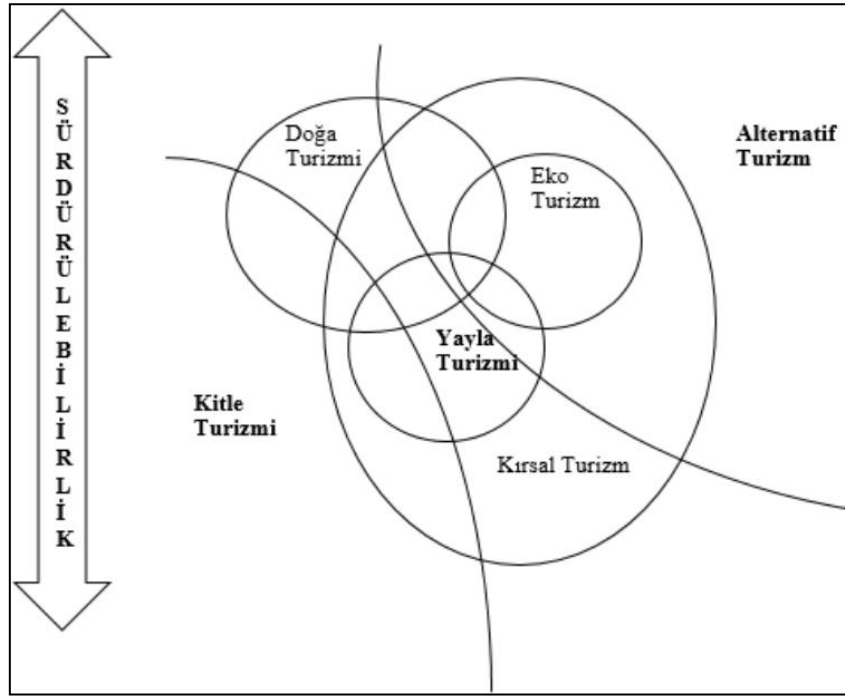
Kaynak: (Robinson ve Novelli’den akt. Ercan, 2007)

2.2. Yayla Turizmi

Yayla sözcüğü, yükseklerdeki yazlık ikametgâh, yazlık mera ya da yazın çıkılan yer anlamlarına gelmektedir (Atmış, 1994). Yaylalar kış aylarında karla kaplı olduğu için sadece yazın kullanılan alanlardır. Yaylacılar genellikle Haziran-Temmuz aylarında yaylaya çıkmakta ve hayvanlarını zengin otlaklarda otlatma ve burada elde edilen hayvansal ürünlerle ekonomik kazanç elde etmektedirler.

Yayla turizmi ise, yüksek rakımlı, doğal güzellikleri korunmuş yaylalarda, yaz aylarında gerçekleştirilen doğa temelli bir turizm türüdür. Yaylacılık kültürünü yaşatmak, doğayla uyumlu turizm geliştirmek, yerel ekonomiye katkı sağlamak temel amaçlarıdır (Gülpınar Sekman, Bekar ve Acar, 2018).

Aytuğ (2016) yayla turizmini, yaylalarda yapılan kırsal turizm olarak değerlendirmektedir. Bununla birlikte yayla turizminin turizm sınıflandırmasında bulunduğu noktayı Şekil 2’deki gibi tanımlamıştır.



Şekil 2. Yayla Turizminin Turizm Sınıflandırması İçindeki Konumu

Kaynak: (Aytuğ, 2016).

Aytuğ (2016), yayla turizmini, kırsal turizm içerisinde değerlendirirken, eko turizm ve doğa turizminin de bir parçası olarak görmüştür. Bununla birlikte alternatif bir turizm türü olarak kabul edilse de zamanla altyapı çalışmalarının gelişmesi, tesis büyüklüklerinin artması gibi nedenlerle kitle turizmine de evrilebileceğini öngörmektedir.



Harita 1. Yurt Geneli Yayla Envanteri Döküm Haritası

Kaynak: (T.C. İçişleri Bakanlığı, 2017)

Brundtland Raporu (1987), sürdürülebilir kalkınmanın küresel bir hedef olarak görülmesi gerektiğini söylemekle birlikte, ekonomik ve sosyal sistemlerin ülkeler arasında farklılıklar gösterdiğinden, her ülkenin sürdürülebilirlik politikalarının da farklılık göstereceğinden bahsetmektedir. Bu noktadan hareketle sürdürülebilir turizm açısından bir çıkarım yapmak gerekirse, yaylalarıyla meşhur Karadeniz Bölgesinde yayla turizmi çalışmaları gerçekleştirmenin sürdürülebilir kalkınma misyonuna uygun bir girişim olduğu düşünülmektedir.

Bununla birlikte, gelişmekte olan ülkelerde turizm sektörünün döviz getirici etkisinden ve yeni iş imkanları oluşturma gücünden de faydalanılmaktadır. 2000'li yılların başlarından itibaren

Türkiye'ye gelen turistlerin geliş amaçlarına yönelik yapılan çalışmalarda deniz, güneş, kum turizmine olan ilginin azaldığı gözlemlenmiştir (Şahinkoç ve Yüksel, 2020). Bu noktada, özellikle Artvin gibi küçük ölçekli şehirlerde alternatif turizm türleri ön plana çıkmaktadır. Yayla turizmi de Doğu Karadeniz Bölgesi için alternatif turizm türleri açısından büyük önem taşıyan bir turizm türüdür (Bilici ve Işık, 2018).

3. YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, Artvin ili ve ilçelerinin yayla turizmi potansiyelinin mevcut durumunu ortaya koymak ve yeni girişimler için önerilerde bulunmaktır. Bölgede yapılan, Artvin ili ve ilçelerini kapsayan geniş bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle çalışma, Doğu Karadeniz Bölgesi ve özellikle Artvin ile ilgili yayla turizmi adına yapılan çalışmalara sunacağı katkılar açısından önem arz etmektedir. T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Bakanlığı'nın hazırladığı On İkinci Kalkınma Planı (2024-2028)'nda, plan öncesi dönemde küresel eğilimlerde, özellikle pandemi sonrası dönemde, ekonomilerin korumacılık eğilimleri gösterdiğinden bahsedilmektedir. Bu yaklaşım, kendine yeten ekonomik yaklaşımlara vurgu yapmaktadır. Salgın süreci sonrasında olası küresel şoklara ve iklim değişikliği etkilerine karşı güçlü olmak adına yeşil dönüşümün önemine vurgu yapılmıştır (On İkinci Kalkınma Planı (2024-2028), 2023). Turizm sektöründe de salgın sonrası dönemde, turistlerin yakın mesafelere yöneldiği, yerel kültüre ve deneyimlere ilgi duymaya başladığı, kalabalık gruplar yerine bireysel olarak turizm faaliyetlerine katılım sağlandığı tespit edilmiştir. Bu da sürdürülebilir ve niş turizm türlerinin daha çok tercih edilmesine sebep olmuştur. Artvin de bu yeni anlayışı karşılayacak coğrafi ve kültürel alt yapıya sahiptir. Türkiye Turizm Stratejisi 2023 belgesi ile temelleri atılan turizm koridorlarından yola çıkarak başlatılan yayla koridoru ve sonrasında devreye giren "Yeşil Yol Projesi" ile belirlenen rotaya uygun yaylaların da içerisinde yer aldığı çalışmanın, Artvin'in yayla turizmi potansiyelini ortaya çıkarma noktasında verimli bir akademik çalışma olduğu düşünülmektedir.

Çalışma, Artvin ili ve ilçelerinin yayla turizmi açısından ön plana çıkabilecek yaylalarının gözlemlenmesi neticesinde yapılan değerlendirmelerden meydana gelmektedir. Bunun yanı sıra bölgedeki yayla şenliklerinin, boğa güreşi festivallerinin ve bu kültürel faaliyetlerin tarih içerisinde ortaya çıkış şekillerinin ve günümüzde nasıl bir yapıya dönüştüklerinin incelenmesi ve açıklanmasıyla ortaya çıkmış bir alan araştırmasıdır. Değerlendirmeye alınan yaylaların seçiminde amaçlı örneklem yöntemi kullanılmıştır. Yapılan saha çalışmaları neticesinde, Artvin yaylalarının yayla turizmi potansiyeli olarak öne çıkan yaylalar önerilmiş, bu yaylalarla ilgili mevcut bilgiler paylaşılmış ve yayla turizmi adına önerilerde bulunulmuştur. Araştırmanın yalnızca yaz mevsiminde yapılan gözlemlerle sınırlı olması araştırmanın en temel sınırlılığıdır.

4. BULGULAR

Artvin, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde bulunan, Karadeniz'e kıyısı olan ve Gürcistan'a sınırı olan bir ildir. Doğusunda Ardahan, güneyinde Erzurum, batısında ise Rize illeri bulunmaktadır. TÜİK (2024) verilerine göre, Artvin il nüfusu 2023 yılında 172.356 iken 2024 yılında 169.943'e düşmüştür. Bununla birlikte belde/köy nüfusu ise 2023'te 67.687 iken 2024'te 60.455'e düşmüştür. Artvin, ana ulaşım bağlantılarına uzak bir sınır kentidir. İl arazisinin %90'ından fazlası engebeli ve dağlıktır (DOKA, 2016). İlde irili ufaklı, aktif kullanılan ya da artık düzenli olarak ziyaret edilmeyen birçok yayla bulunmaktadır. Çalışmada öncelikle literatürden yararlanılarak Artvin'de bulunan yaylaların geneline yer verilmiştir. Daha sonra yerinde gözlemlenen yaylaların mevcut durumları, şehre uzaklıkları, halihazırda yapılan yayla faaliyetleri, şenlikleri ve barındırdığı potansiyellerle ilgili bilgiler detaylandırılmıştır.

4.1. Artvin İlinde Bulunan Yaylalar

2017 yılında yapılan "Türkiye Geneli Yayla Envanteri"nden elde edilen verilere göre Artvin ilinde bulunan yaylalarla ilgili bilgilere Tablo 2'de yer verilmiştir.

Tablo 2. Artvin İli Yayla Envanteri Döküm Çizelgesi

İLİ	İLÇESİ	İLÇE SAYISI	YAYLA SAYISI	TOPLAM YAYLA SAYISI
ARTVİN	ARHAVİ	7	51	260
	BORÇKA		14	
	MURGUL		11	
	MERKEZ		19	
	YUSUFELİ		103	
	ARDANUÇ		7	
	ŞAVŞAT		55	

Kaynak: (T.C. İçişleri Bakanlığı, 2017).

Envanterde Artvin yaylalarıyla ilgili genel olarak verilen yol bilgileri, yolların stabilize olduğu ve 15 Nisan-15 Eylül tarihleri arasında açık, diğer zamanlarda kapalı olduğu yönündedir. Bitki örtüsü olarak otlakların mevcut olduğu ve yerleşim durumu olarak 15 Nisan-15 Eylül tarihleri arasında hayvancılık yapmak için dönemsel olarak yerleşime açık olduğu bilgilerine yer verilmiştir (T.C. İçişleri Bakanlığı, 2017).

4.2. Öne Çıkan Yaylalar ve Turizm Potansiyelleri

4.2.1. Bilbilan Yaylası

Artvin ili Ardanoç ilçesine 51 km uzaklıkta olup tarihi Batum- Ardahan güzergahında yer almaktadır. 2700 ile 2900 m rakımları arasında olan yayla alanı, Karanlık Meşe ve Yalnızçam Dağları ile kaplı olup Ardahan ili hududunda bulunmaktadır. Bu yayla geçmişte, Ardahanlı, Hopalı (Hemşinliler), Murgullu, Borçkalı, Şavşatlı ve Ardanoçlu köylüler tarafından kullanılmıştır. Günümüzde ise, Ardahanlıların yanı sıra Ardanoçlu, Hopalı Hemşinliler ile az da olsa Artvin Merkez ilçesinden koyun ve sığır hayvancılığı yapan vatandaşlarca kullanılmaya devam edilmektedir.

Bilbilan Yaylasını diğer yaylalardan ayıran en önemli özelliklerinden biri, iki ilin ortak kullanımında olması ve yaz aylarında her cumartesi hayvansal gıdalar ile canlı hayvan satımının yapılmasıdır. Özellikle buradaki hayvancılığın 1980'li yıllardan başlayarak günden güne eski önemini kaybettiği bilinmektedir.

Buradaki evlerin tipolojisinin ise, yığma taş duvar örgüden oluşan toprak dam örtüye sahip oldukları görülmektedir. Günümüzde damlar, çadır bezler ile koruma altına alınmıştır.

Yaz aylarında hayvancılık için kullanılan Bilbilan Yaylası, geniş otlakları ve doğal güzellikleri ile dikkat çekmektedir.



Fotoğraf 1. Bilbilan Yaylaları-Ardanoç (Aytekin-2022)



Fotoğraf 2. Bilbilan Yaylaları-Ardanuç (Aytekin-2022)

4.2.2. Arsiyan Yaylası

Artvin ili Şavşat ilçe merkezine 36 km olan Arsiyan Yaylası, Artvin ilinin Şavşat ilçesine ait yaylalarından biridir. Gürcistan ile sınırı bulunmaktadır. Rakımı 2600 ile 3500 m arasında değişmektedir. Yayla yerleşmesi çevresinde yirmi göl ve on iki yüzen ada yer almaktadır. Bu göllerden Boğa Gölü, Yüzen Adalar Gölü, Kulaklı Göl ve Kız Gölü öne çıkan göllerdendir. Yayla yerleşmesi, Şavşat'ın Cevizli, Yaşar, Saylıca ve Kayadibi Köyleri tarafından ortak olarak kullanılmaktadır. Yayla evleri genellikle ahşap olup, altı ahır üstü yaşam yeri olarak tasarlanmıştır. Geçmişte çatılarının da ahşapla kaplı olduğu bilinmektedir. Günümüzde sac örtüye dönüştürülmüştür.



Fotoğraf 3. Arsiyan Yaylası Gölleleri-Şavşat (Aytekin-2017)

4.2.3. Cancir Yaylası

Artvin ili Şavşat ilçesi Maden Köyü'ne ait bir yayla olup Şavşat'a uzaklığı 43 km'dir. 2150 m rakımda olan yayla, Karçal Dağları'nın doğu uzantısını teşkil eden eğimli vadiye yer almaktadır. Geleneksel özelliklerini Artvin bölgesindeki geleneksel yaşamı en canlı sürdüren ve Gürcü toplum özelliklerini yansıtan folklorik değerlere sahip en önemli yaylalardan biridir. Geleneksel yaylacılık faaliyetlerini gerçekleştirmek üzere temmuz ayı başında Cancir Yaylası'na göç başlamaktadır. Yaylada ağustos ayı içerisinde, Gürcü dilinde "Marioba" olarak adlandırılan geleneksel yayla şenlikleri gerçekleştirilmektedir. Geçmişte yaylacıların yorgunluklarını atması ve aralarındaki bağları kuvvetlendirmesi, günümüzde ise gelenek ve göreneklerin yaşatılması, göç etmiş olanların köyleriyle bağlarını korumaları için düzenlenen şenliktir (Orhan, 2015).



Fotoğraf 4. Cancir Yaylası-Şavşat (Aytekin-2018)

4.2.4. Ortaköy (Berta) Duganala Yaylası

Artvin ili Merkez ilçesine 74 km uzaklıkta olan Duganala Yaylası, Karçal Dağları'nın doğu yönündeki yükseltilerinde yer almaktadır. Rakımı 2080-2461 metre arasındadır. Artvin Merkez köyleri içerisinde geleneksel yaylacılığı sürdüren yaylalardan biridir. Temmuz ayı içerisinde "Yarıdağ" olarak adlandırılan şenlikler yapılmaktadır. Şavşat yaylalarından farklı olarak burada, davul zurna eşliğinde yöresel horonlar sergilenmektedir. Buradaki yayla evleri de altı ahır üstü yaşam alanı olmak üzere, ahşap malzeme ile oluşturulmuş, basit işçilikli mimariye sahiptir.



Fotoğraf 5. DüganalaYaylası-Merkez (Y. E. Aytekin-2019)

4.2.5. Klaskur Yaylası

Klaskur Yaylası, Artvin ili Borçka ilçesi Aralık Köyü'ne ait bir yayla olup Borçka ilçe merkezine uzaklığı 32 km'dir. Rakımı 1489 ile 2250 metre arasında yer almaktadır. Yaylada, kardelenler görsel bir şölen sunmaktadır.



Fotoğraf 6. Klaskur Yaylası-Borçka (Aytekin-2022)

4.2.6. Heba Yaylası

Artvin ili Borçka ilçesi Karşıköye ait yaylalardan biridir. Artvin Merkez'e 35 km uzaklıkta olup 2100 rakımda yer almaktadır. Yayla evleri basit ahşap işçilikli ve sac örtüye sahiptir. Özellikle Eylül ayının ortalarında yörede Lifos olarak adlandırılan Likarba/Likaba (Yaban mersini) yayla yerleşkesi çevresinde bolca bulunmaktadır.

4.2.7. Salikvan Yaylası

Artvin ili Yusufeli ilçesinin yaylalarından biri olup Yusufeli Arhavi arasındaki "Yeşil Yol Güzergahı"nda bulunan, Arhavi Sırt Yaylası'na komşudur. Yusufeli ilçesinin Yüksekoba Köyüne (Kobak) ait yaylalardan biridir. Yaylada 1992 yılından beri her yıl ağustos ayının ilk haftasında "Salikvan Yaylası Şenliği" düzenlenmektedir. Şenliğe, Yüksekoba köyünün yanı sıra, Arhavi'nin bazı köylerinden de katılım sağlanmaktadır.



Fotoğraf 7. Salikvan Yaylası (Aytekin-2025)

4.2.8. Demirkapı (Nekna) Yaylası

Artvin ili Arhavi ilçesine 27 km uzaklıkta, Arılı Köyü sınırları içerisinde olup denizden 2200 metre yükseklikte bulunmaktadır. Arhavi'den başlayıp Yusufeli'ye doğru devam eden "Yeşil Yol Projesi" güzergahında bulunan yaylada Namazgah adı verilen mevkide çok sayıda petroglif bulunmaktadır.



Fotoğraf 8. Demirkapı Yaylası-Arhavi (Aytekin-2017)

4.3. Artvin’de Yayla Şenlikleri ve Kültürel Etkinlikler

Artvin, zengin kültürel mirası ve geleneksel yaylacılık faaliyetleri ile Türkiye’de yayla turizmi konusunda önemli potansiyel barındıran illerden biridir. Bölgedeki yaylacılık kültürü, geleneksel üretim yöntemleriyle ekonomik bir faaliyet olmasının yanı sıra kültürel kimliği besleyen bir yaşam tarzını da yansıtmaktadır. Yaylalara çıkış süreci, boğa güreşleri, boğaların lider seçimi ve yayla şenlikleri, Artvin ilinin önemli kültürel özelliklerindendir. Bu süreç, yalnızca hayvanların otlatılması amacıyla değil toplumsal dayanışmanın güçlenmesi açısından da önemli bir sosyal etkinlik olarak kabul görmektedir.

Artvin’de yaylacılık hem kültürel hem ekonomik bir faaliyettir. Baharın gelmesiyle birlikte uygun hava şartları sağlandığında, bölge halkı hayvanlarını otlatmak ve yaylalardaki doğal kaynaklardan yararlanmak amacıyla yaylalara göç etmeye başlamaktadır.

Günümüzde yaylacılık kültürü varlığını kısmen sürdürmektedir. Yaylacılık, özellikle 1970’li yıllardan sonra, bölge halkının memuriyete yönelmesiyle ve köylerde genç nüfusun düşmesiyle azalmaya başlamıştır. İl dışında yaşayan Artvinlilerin, yaz aylarında köylerine gelerek yayla kültürünü festivallerle sürdürmeye çalıştıkları gözlemlenmektedir. Bu nedenle yaz aylarında il nüfusunda gözle görülür bir artış meydana gelmektedir. Her yıl düzenlenen Artvin yayla şenlikleri, yayla yaşamının bir parçası olmakla birlikte sosyal etkileşimi artırmakta ve kültürel mirasın aktarımını sağlamaktadır.

Şavşat Sahara Kültür ve Sanat Festivali: Artvin’in Şavşat ilçesinde, Sahara Milli Parkı’nda her yıl temmuz ayında düzenlenen köklü bir kültürel etkinliktir. Bu yıl otuz ikincisi düzenlenen festivalde yöresel halk oyunları, konserler, el sanatları sergileri, spor etkinlikleri ve geleneksel yarışmalar yer almaktadır. Yerel halk ile ziyaretçileri buluşturan bu festival, Şavşat’ın kültürel kimliğini yaşatmak ve yayla turizmini canlandırmak açısından önemli bir rol oynamaktadır.

Marioba Şenliği: Artvin’in Şavşat ilçesine bağlı Maden (Bazgiret) köyü de bu eski tarihsel süreci ve kültürü içerisinde barındırmakta olup bu kültürel öğelerden biri de Marioba şenliğidir. Marioba şenliği; yaylaya çıkış zamanlarında ekin hasadına bağlı bolluk ve bereketin çok olması ile doğacak hayvan sayısının çokluğu ve doğaya teşekkür amacıyla yapılan köy şenliğidir. Şenlik, içerisinde birçok etkinlik barındırmakla birlikte bunlardan en dikkat çekici olanı kökenleri ritüellere dayanan bir köy halk tiyatrosu olan Berobana oyunudur.

Şuvamtoba Şenliği: Artvin ili Şavşat ilçesi Meydancık ve çevresindeki köylerin katılımı ile gerçekleştirilen şenlik, yüz yıllardır aksatılmadan sürdürülmektedir. 800 rakımlı alanda düzenlenen bu şenlik, Mısırlı köyünün şenliğidir. Temmuz ayı içerisinde Papart’ta yapılmaktadır.

Yarıdağ Şenliği: Artvin Merkez Ortaköy ve civar köylerde yapılmaktadır. Bayrak yarışması, en güzel dana yarışması, en güzel peynir yarışması, ayakça yarışması, bilek güreşi yarışması, halat çekme yarışması gibi eğlencelere ev sahipliği yapmaktadır. Temmuz ayının sonlarında yapılan şenlikte, yayla meydanında davul zurna eşliğinde yöresel oyunlar oynanmakta ve halaylar çekilmektedir.

Macahel Saf Kafkas Arı ve Bal Festivali: Her yıl ağustos ayı içerisinde Macahel’de düzenlenen festival, geleneksel el sanatlarının sergilendiği ve yerel halkın ekonomik olarak desteklendiği etkinliklerdir. Artvin’in Borçka ilçesinde, UNESCO Biyosfer Rezervi ilan edilen Macahel bölgesinde düzenlenmektedir. Şenliklerde doğa yürüyüşleri, yerel müzik dinletileri ve kültürel sunumlar yer almakta, bölgenin zengin ekosistemi ve Gürcü kökenli kültürel mirası ön plana çıkmaktadır.

Kutul ve Bilbilan Yayla Şenlikleri: Temmuz veya ağustos aylarında, geniş otlaklarıyla bilinen Bilbilan Yaylası’nda yapılır. Bu şenlikte yöresel oyunlar, halk müziği gösterileri, geleneksel yemekler ve yayla yaşamını yansıtan etkinlikler öne çıkmaktadır.

Koçoğlu Festivali: Yusufeli Yüncüler Köyü Ada Yaylası’nda gerçekleştirilen ve iki asırdır devam eden festivalde, köy halkı afetlere karşı dualar eşliğinde kurbanlar kesmektedir. Genç nüfusun yoğun olduğu zamanlarda bu gelenek, her yıl yenidoğan çocukların ailelerden koç parası toplanması şeklinde gerçekleşmektedir. Festivalde doğan çocuklara hediyeler takdim edilmekte ve toplanan paralar köyün diğer işlerinde kullanılmaktadır. Genç nüfus azaldığı için festival günümüzde köy halkının ve yazlıkçıların katılımı ve bağışlarıyla yaşatılmaya çalışılmaktadır.

4.4. Artvin’de Boğa Güreşleri ve Lider Boğa Seçimi

Boğa güreşleri, Artvin’de yaylacılıkla iç içe geçmiş en önemli geleneklerden biridir. Boğa güreşlerinin ortaya çıkış amacı, yaylacıların yaylaya çıkışları ile eş değerdir. Her yıl yaylaya çıkacak olan boğalar, Mezra adı verilen ve köy ile yayla arasında bulunan, ekilen yer anlamına gelen yerleşim yeri civarında güreşe tabi tutulmaktadır. Buradaki temel amaç, sürünün liderinin belirlenmesi ve Artvin gibi zorlu bir coğrafyada yolculuk boyunca hayvanlar arasında çıkabilecek anlaşmazlıkların ortadan kaldırılmasıdır. Bu güreşlerin doğası gereği boğalar birbirlerine zarar vermeden rekabet etmektedir. Sonuç olarak güçlü olan lider boğa seçilmekte ve sürünün geri kalanı lider boğaya biat etmektedir.

Bölgede yaylacılık ve boğa güreşleri kültürünün yaşatılması ve gelecek nesillere aktarılması adına, 1981 yılında başlayan ve sonrasında gelenekselleşen “Kafkasör Kültür, Turizm ve Sanat Festivali” her yıl haziran- temmuz aylarında kutlanmaktadır. Beş gün süren ve uluslararası ölçekte gerçekleştirilen festival, Gürcistan gibi komşu ülkeler, yerli ve yabancı turistlerin katılımıyla gerçekleşmektedir. Festivalde boğa güreşlerinin önemli bir yeri bulunmaktadır. Bu güreşler, bölge halkı arasındaki sosyal dayanışmayı artırırken yerel ekonomiye katkı sağlayan turistik bir etkinlik olarak da önem arz etmektedir. Bununla birlikte festival, yalnızca bir güreş etkinliği değil; aynı zamanda halk oyunları, yöresel müzikler ve kültürel buluşmalarla zenginleşen bir şenlik olarak gerçekleştirilmektedir. Festivaller, Artvin’in kültürel mirasını yaşatmak ve Artvin’in turistik tanıtımına katkı sağlamak açısından büyük önem taşımaktadır.

Kafkasör’ün yanı sıra Ardanuç, Murgul ve Yusufeli ilçelerinde de boğa güreşi festivalleri düzenlenmektedir. Boğa güreşlerinin ortaya çıkışındaki temel özellikler şunlardır;

Doğal Rekabet: Boğalar, güreşler sırasında sürü liderinin belirlenmesi amacıyla doğal bir rekabet gerçekleştirmektedir. Bu rekabet sırasında boğalar birbirlerine zarar vermeyecek şekilde mücadele etmektedir.

Kazanan Boğanın Statüsü: Güreşleri kazanan boğa, sürünün lideri olarak kabul edilmekte ve yaylada otlatma sürecine öncülük etmektedir.

Kategorilere Göre Sınıflandırma: Boğalar, yaş ve kilo kriterlerine göre deste, ayak, küçük orta, büyük orta, başaltı ve baş adı verilen kategorilere ayrılmaktadır. Bu sınıflandırma gelenekselleşen boğa güreşi yarışmalarında karşımıza çıkmaktadır.

4.5. Artvin'in Yayla Turizmi Potansiyeline İlişkin GZFT Analizi

Artvin'de yayla turizminin, yerel halk için önemli bir gelir kaynağı olabileceği düşünülmektedir. Yaylalarda pansiyon, bungalov ev ve kamp/karavan alanları geliştirilebileceği gibi mevcutta hizmet veren tesislerin tanınırlığını artırmak da yayla turizmi açısından faydalı olacaktır. Bal, peynir, süt ürünleri, organik tarım ürünleri ve el sanatları gibi yöresel ürün satışları ile trekking, off-road ve fotoğrafçılık gibi doğa faaliyetleri de hem daha çok turist tarafından tercih edilmesine hem de yerel halk için yeni iş imkânlarının oluşmasına vesile olacaktır.

DOKA (2016) turizmin çeşitlendirilmesine yönelik yapılabilecek faaliyetlere örnek olarak yayla turizmi ve festival turizmi başlıklarına yer verilmiştir. Akyol (2015) da Artvin ilinin niş turizm potansiyelini değerlendirdiği çalışmasında, yayla turizmi ve festival turizmne değinmiştir. Türkiye Turizm Stratejisi vizyonunda, “yöreye özgü turizm türlerinin birbirine entegrasyonunun sağlanmasıyla” çok çeşitli turizm imkanlarının ön plana çıkarılıp alternatif turizm odaklı turizm kentlerinin oluşmasına yardımcı olacağı belirtilmiştir (Türkiye Turizm Stratejisi (2023), 2007). Yayla turizmi ve festival turizminin de Artvin'de halihazırda birbiriyle entegre olmuş ve gelenekselleşmiş turizm türleri olarak kenti yayla ve festival turizmi adına ön plana çıkaracağı öngörülmektedir.

Doğu Karadeniz Turizm Master Planı (Giresun-Gümüşhane-Ordu-Rize-Trabzon)'nda (2016), geleneksel olarak yürütülen yayla şenliklerinin genelde turist çekmediği, bölgesel düzeyde kaldığı ve altyapısı olmayan yaylalarda yapılan şenliklerin çevre tahribatına sebebiyet verdiği belirtilmiştir. Yayla turizminin ön plana çıkmasıyla birlikte çeşitli olumsuzlukların da meydana gelmesi kaçınılmaz olabilecektir. Yayla turizminin karşılaşılabileceği sorunlar şu şekilde sıralanabilmektedir;

Altyapı Eksikliği: Yaylalara ulaşımı sağlayan yolların çoğu yetersizdir. Altyapı olanaklarının geliştirilmesi gerekmektedir. Fakat burada dikkat edilmesi gereken önemli noktalardan biri yayla yollarının ulaşımı geliştirilirken stabilize yapılarının korunması gerekliliğidir. Bilici ve Işık (2018) da yolların mevcut durumuyla korunması, asfalt ve kolay ulaşılabilir yollardan kaçınılması gerekliliğine değinmiştir.

Çevresel Tahribat: Kontrolsüz yapılaşma ve aşırı turist yükü, doğaya zarar verebilmektedir. Yayla turizmi destinasyonları planlanırken özgün yayla evi ve yaşamı modellerinin terk edilmemesi gerekmektedir. Bununla birlikte, sadece turizm geliri odaklı yaklaşımlardan kaçınılmalı ve aşırı turizm yanılıgısına düşülmemelidir. Bu noktada, Doğu Karadeniz'deki diğer illerde, geleneksel tek katlı ahşap yayla evleri yerine 4-5 katlı betonarme konutların yapıldığı, düzensiz yapılaşmanın olduğu yaylaların varlığı gözlemlenmekte ve bu turizm faaliyetleri sürdürülebilir bulunmamaktadır (Kızılırmak, Çifçi ve Kaya, 2015). Türkiye Turizm Stratejisi vizyonunda, “Yöresel mimari değerlerin korunarak turizm hizmetine sunulduğu sıra dışı konaklama ünitelerinin desteklenmesi” maddesi çevresel tahribatın önlenmesi açısından önem arz etmektedir (Türkiye Turizm Stratejisi (2023), 2007).

Mevsimsellik Sorunu: Yaylalar yaz turizmi açısından cazip olsa da kış aylarında turizmin devamlılığı sağlanamamaktadır. Gelecekte yaylaların kış turizmi için de cazibe merkezleri olacağı öngörüler arasındadır (Bilici ve Işık, 2018). Böylelikle yaylaların yıl boyu turizme katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Aytuğ (2016), yayla turizmi çalışmaları neticesinde alt yapının güçlenmesi, yolların iyileştirilmesi ve tesislerin kapasitesinin artması ile alternatif bir tür olarak kabul edilen yayla turizminin zamanla kitle turizmne dönüşebileceğini öngörmüştür. Bu noktada yukarıda da bahsedildiği gibi, yayla yolları ile ilgili çalışmalar yürütülürken, yolların mevcut yapılarının korunması önem arz etmektedir. Bununla birlikte, yalnızca kar odaklı bir yaklaşımdan kaçınılmalı, yöresel mimariden ve kültürel özelliklerden ödün vermeden, ahşap mimarinin korunduğu doğal tesislerin tercih edilmesi ve çevresel tahribata neden olacak aşırı turizmden kaçınılması, iyi planlanmış bir atık kontrolü sisteminin uygulanması gereklidir.

Kızılırmak (1995) çalışmasında, yayla turizminin gelişebilmesi için çeşitli önerilerde bulunmuştur. Bunlar;

“1. Şu anda yayla turizmine yönelik olarak var olan iç turizm talebinin yanı sıra yapılacak olan etkin tanıtım ve pazarlama çalışmalarıyla dış turizm talebinin de oluşturulması sağlanmalıdır.

2. Altyapı tesislerindeki yetersizliğin bir an önce tamamlanarak, yaylaların turizm faaliyetlerine açılması gerekmektedir. Altyapı yatırımları içerisinde en önemlisini oluşturan, ulaşımı kolaylaştıracak yol çalışmalarının bir an önce bitirilmesi gerekmektedir.

3. Yaylalarda ortaya çıkacak konaklama ihtiyacı için mevcut evlerin yöre mimarisine uygun olarak restore edilmesinin teşvik edilmesi ve maddi gücü yetersiz yöre halkına uygun kredilerin sağlanması gerekmektedir.

4. Yayla turizminin gelişmeye başlamasıyla birlikte, yörede betonlaşmaya dayalı çok katlı ikinci ev yapımının hızla arttığı söylenebilir. Yerel yönetimler tarafından alınacak kararlarla bu yapılaşmaya izin verilmemelidir.

5. Yaylalarda mülkiyet sorunlarının bir an önce çözüme kavuşturulabilmesi için ilgili bakanlıklar arasında koordinasyonun, sağlanması gerekmektedir.

6. Yöre halkının ekonomik gelir düzeyinin yükselmesine, aynı zamanda gelecek olan turistlerin çeşitli ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik tesislerin yapımının özendirilmesi ve kredi verilmesi gerekmektedir.

7. Turizm hareketlerinin gelişmeye başlamasıyla birlikte, doğa ve çevre kirliliği ile ilgili önlemlerin alınması gerekmektedir.

8. Yöre halkının turizm konusundaki bilgilerinin arttırılabilmesi amacıyla eğitim ile ilgili çeşitli faaliyetlerin oluşturulması gerekmektedir.

9. Yayla turizmine yönelik çalışmalarda yöre halkıyla iş birliğine önem verilmesi gerekmektedir.”

Buna paralel olarak sürdürülebilir yayla turizmi için şu önlemler alınabilir:

- Turistik alanlara yönelik taşıma kapasitesi analizleri yapılmalı ve sürdürülebilir turizm stratejileri belirlenmelidir (Ünlü Yücel, 2004).

- Yayla turizminin de içerisinde bulunduğu doğa dostu turizm modelleri desteklenmelidir (Buckley, 2009).

- Bölge halkının turizm sürecine aktif olarak dahil edilmesi için eğitim programları teşvik edilmelidir (Scheyvens ve Van der Watt, 2021). Bardakoğlu (2020), yerel halkın desteklenmediği bir turizm gelişiminden söz etmenin mümkün olmadığını söylemektedir.

- Yayla turizmi açısından sürdürülebilirlik sadece çevresel boyutlarıyla değil sosyo-kültürel boyutlarda da ele alınmalıdır. Bir turizm bölgesine ait kültür varlıklarının korunması, bölgenin toplumsal kimliğinin de korunması anlamına gelmekte, bu da turizmin uzun vadede ekonomik büyümeye katkı sağlamasına olanak tanımaktadır (Yılmaz, 2020).

Türkiye Turizm Stratejisi’nde, “yapılan araştırmaların çözümlenmesi ve yorumlanması sonrasında pazardaki güçlü veya zayıf yanlar, fırsat ya da riskler ve tehditler de tespit edilecektir” stratejisi çalışma yapılan bölgelerle ilgili yapılacak GZFT analizlerinin önemini ortaya koymaktadır. Bu noktada, Artvin’in yayla turizmi potansiyeline yönelik yapılan GZFT analizine Tablo 3’te yer verilmiştir.

Tablo 3. Artvin'in Yayla Turizmi Potansiyeline İlişkin GZFT Analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
* Zengin doğal güzellikler ve biyolojik çeşitlilik * Geleneksel yayla kültürünün korunmuş olması * Alternatif turizm türlerine uygunluk * Yerel halkın turizme ilgisi ve misafirperverliği * Yayla şenlikleri ve festivallerin turizme entegre edilmiş olması	* Ulaşım alt yapısındaki eksiklikler ve bazı yaylalara erişim zorlukları * Turistik tesislerin ve konaklama seçeneklerinin yetersizliği/yokluğu * Mevsimsel kısıtlamalar * Tanıtım ve pazarlama eksiklikleri
Fırsatlar	Tehditler
* Doğa turizmine olan küresel ilginin artması * Sürdürülebilir turizm politikaları ile bölgenin geliştirilme potansiyelinin yüksek olması * Devlet destekleri ve teşvikler * Uluslararası turizm pazarına açılma fırsatı * Coğrafi olarak yayla turizmi açısından uygun olması * Salgın sonrası turist davranışlarının doğa ile bütünleşmesi ve izole tatil anlayışında meydana gelen artış * Deprem ve yaz sıcaklarında meydana gelen orman yangınları gibi doğal afet riskinin düşük olması	* Plansız ve aşırı turizm nedeniyle doğal dokunun bozulması * Ekolojik dengenin bozulması * Yerel halk ve turistler arasında sosyal ve kültürel uyum sorunları * Alternatif destinasyonlarla rekabet * Kontrolsüz yapılaşma * Kitle turizmine evrilme ihtimali * Mevcut yaylacılık kültürünün yüksek turizm geliri baskısıyla bozulma riski * Sel, heyelan gibi doğal afet riskinin yüksek olması

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

4.6. Tartışma

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2007 yılında yayınlamış olduğu Türkiye Turizm Stratejisi-2023 çalışması Dokuzuncu Kalkınma Planında yer alan "turizm sektörünün uzun vadeli ve sağlıklı gelişmesini sağlamak üzere Turizm Sektörü Ana Planı" hazırlanacaktır ifadesinden yola çıkarak hazırlanmıştır (Türkiye Turizm Stratejisi (2023), 2007). Türkiye'nin kıyı turizminin yanı sıra alternatif turizm türleri ile de ön plana çıkması için potansiyelinin ön plana çıkarılması gerekliliği, kalkınma planında turizm başlığı olarak üzerinde durulan en önemli konulardandır. 2023 strateji belgesinde, turizmin çeşitlendirilmesi adına öncelikle geliştirilmesi planlanan turizm türleri olarak; sağlık ve termal turizm, kış turizmi, golf turizmi, deniz turizmi, eko-turizm ve yayla turizmi, kongre ve fuar turizmi ele alınmıştır (Soyak, 2013). Bu yaklaşımla, dokuz turizm gelişim bölgesi, yedi tematik koridor, on turizm kenti ve beş ekoturizm bölgesi önerilerek alternatif turizm türlerinin ulusal ve bölgesel ölçekte nasıl, nerelerde ve hangi ölçülerde geliştirileceği konularına yönelik yol haritaları belirlenmiştir.

Türkiye Turizm Stratejisi (2023) belgesinde (2007), "Alternatif turizm türlerinden öncelikli olarak sağlık turizmi ve termal turizm, kış turizmi, golf turizmi, deniz turizmi, ekoturizm ve yayla turizmi, kongre ve fuar turizminin geliştirilmesi" stratejisinden yola çıkarak 2023 eko turizm hedeflerinde aşağıdaki maddelere yer verilmiştir;

- Ülkemizde eko-turizm ve yayla turizmi gibi doğa amaçlı turizm türlerinin geliştirilmesi için bu amaca yönelik turizm altyapısı geliştirilecek ve niteliğinin arttırılacaktır.
- Doğa amaçlı turizmin yapılacağı yörelerde belli, senaryolar çerçevesinde, ana tur güzergahları, varış noktaları, ara istasyon ve alt istasyon noktaları belirlenerek planlama çalışmaları yönlendirilecektir.
- Yaylaların yoğunlaştığı alanlarda spot merkezler veya aks olarak öncelikli turizm gelişme/eylem bölgeleri belirlenecektir.
- Kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları iş birliği ile agro-turizm, macera turizmi, mağara turizmi, spor turizmi faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi için eylem planları hazırlanacaktır.

Turizmin çeşitlendirilerek on iki aya yayılması amacıyla alternatif turizm türlerinin tanıtım çalışmalarının artması, dünya pazarlarının ve üst gelir gruplarının hedef alınması (On İkinci Kalkınma Planı (2024-2028), 2023) yayla turizmi gibi turizm türlerini geleceğin trendleri arasına almaktadır.

On İkinci Kalkınma Planı'nda (2024-2028), (2023) turizm başlığı altında yer alan politika ve tedbirlerden yayla turizmi adına değerlendirmeye alınabilecek olan maddeler aşağıdaki gibidir;

- *Turizm sektörünün sürdürülebilirlik ilkeleri çerçevesinde doğal, tarihi ve sosyal çevreyi koruyucu ve geliştirici bir yaklaşım içinde olması sağlanacak ve sektörde yeşil dönüşüm hızlandırılacaktır.*
- *Turizm faaliyetlerinin çevre üzerinde olabilecek olumsuz etkileri su ve atık yönetimi ile enerji verimliliği dikkate alınarak en aza indirilecektir.*
- *Turizm sektörünün iklim değişikliğine uyum kapasitesi artırılacaktır.*
- *"Sürdürülebilir Turizm Programı" kapsamında turizmde yeşil dönüşümün sağlanması için çalışmalar yürütülecektir.*
- *Yeşil dönüşümün sağlanması amacıyla turizm sektörüne yönelik yenilikçi finansman modelleri geliştirilecektir.*
- *Ekosistemin korunmasını ve sürdürülebilir kullanımını sağlamaya yönelik planlama ve uygulamalarla korunan alanların etkin yönetimi gerçekleştirilecektir.*
- *Yerel ekonomilerin desteklenmesi sağlanarak kapsayıcı bir turizm sektörü oluşturulacaktır.*
- *Turizmin çevreye, sosyal ve kültürel dokuya karşı oluşturabileceği olumsuz etkilerinin en aza indirilmesi amacıyla ziyaretçilerin "sorumlu turizm anlayışı"na sahip olmaları için bilinçlendirme faaliyetleri yürütülecektir.*
- *Tutarlı ve bütüncül turizm gelişimini sağlamak, varış noktalarının özgün kimliklerini oluşturmak ve yerel ekonomik döngüyü güçlendirmek üzere varış noktası yönetim örgütleri hayata geçirilecektir.*
- *Turizm yatırımlarının sürdürülebilir bir anlayışla gerçekleştirilmesine yönelik planlama ve arazi tahsis çalışmalarına devam edilecek, turizm altyapı yatırımları gerçekleştirilecektir.*

Doğu Karadeniz Bölgesi, doğal kaynakların zenginliği, kültürel varlıkları ve sosyal yapısı ile yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekmektedir (DOKAP, 2020). Bölge ve özellikle Artvin ili yaylalar açısından oldukça zengin bir bölgedir. Planlanan politika ve hedefler de yayla turizmi gibi sürdürülebilir turizm türlerinin önemini gözler önüne sermektedir. Bu konuda yapılacak doğru planlama ve yatırımların gerek bölge ekonomisine gerekse ülke ekonomisine olumlu katkılar sunacağı öngörülmektedir.

Turizm, bölgenin önemli sektörlerinden biridir. Bu nedenle turizm potansiyelinin artırılabilmesi için çeşitli alt yapı ve üst yapı yatırımlarına ihtiyaç duyulmaktadır. Bunlar, yabancı turist potansiyeline cevap vermek adına yetişmiş personel ihtiyacı ve bir sezona sıkışmış turizm faaliyetlerini tüm yıla yaymak için gerekli kış turizmi gibi yatırımlardır. 2019 TÜİK verilerine göre, DOKAP Bölgesinde en az göç alan il 8.403 kişi ile Artvin olarak tespit edilmiştir (DOKAP, 2020). Yayla turizmi, doğal kaynakların korunması, kültürel değerlerin devamlılığı, meydana getireceği tersine göç etkisi ve yerel halkın sürece katılımı açısından sürdürülebilir turizm adına ön plana çıkan bir niş turizm türüdür. Turizm tercihlerinin uzun zamandır kitle turizminden alternatif turizm türlerine yöneldiği bilinen bir gerçektir. Turistlerin deneyim ve keşfedilmemiş mekanları keşfetme arzusu bu tür turizm anlayışlarını gelecekte de ön planda tutacak gibi görünmektedir. Bu noktada, yaylaları birbirine bağlayacak olan yeşil yol projesi ile Artvin yaylaları potansiyelinin turizm gelirinde bir katma değer yaratacağı öngörülmektedir (Artvin Yatırım Destek Ofisi, 2018).

DOKA (2025), "Artvin'de turizm altyapısını geliştirmeye yönelik çalışmalar ve yatırımlar, etkin tanıtım faaliyetleri sonucu bölgeye gelen turist sayısındaki artışa paralel olarak özellikle son dönemlerde yoğunluk kazanmıştır. İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü verilerine göre 2007-2015 yılları arasında konaklama tesisleri sayısı 95'ten 121'e; yatak kapasiteleri de 3889'dan 4903'e çıkmıştır." bilgisine rastlanmaktadır. Yine DOKA web sayfasında, "2024 yılı Artvin'de Turizm Bakanlığı turizm işletme belgeli tesis sayısı 18, basit konaklama belgeli tesis sayısı 114, yatırım belgeli tesis sayısı 5 olmak üzere toplam 137 adet tesis bulunmaktadır. Toplam oda sayısı 2.790, toplam yatak kapasitesi ise 5.605" olarak paylaşılmıştır (DOKA,

2025). Samsun'dan Hopa'ya uzanan bir yayla ve doğa turizmi koridorunu anlatan "Yayla Koridoru" Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013 (2007) tanımlamasıyla başlayan ve "Yeşil Yol Projesi"nin ana fikri olan bu koridor ile (DOKAP, 2016);

- *Yayla Yollarını Birbirine Bağlamak*
- *Ulaşım Kalitesini Artırmak ve Kolaylaştırmak*
- *Turizm Potansiyelini Ziyaretçilerle Buluşturmak*
- *Fiziki Altyapıyı İyileştirmek*
- *Bölge İnsanın Gelir Düzeyini Artırmak amaçlanmaktadır.*

Yeşil Yol Projesi kapsamında Artvin'de hayata geçirilen "Yusufeli Sarıgöl-Bıçakçılar-Yüksekoba ile Arhavi Sırt Yayla-Arılı Köyü Bağlantı Yolu" projesi ile yayla yollarının birbirine bağlanması, turizm potansiyelinin ve ekonominin artırılması ve böylelikle yerel kalkınmaya destek sağlanması hedeflenmektedir (DOKAP, 2025).

Araştırmanın bulguları Doğu Karadeniz yayla turizmine yönelik Bilici ve Işık (2018) ve Aytuğ (2016) tarafından ortaya konan sonuçlarla uyumludur. Ayrıca sosyal taşıma kapasitesi tartışmaları Bayram et al. (2020) ile paralellik göstermektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Literatürde niş turizmin, sürdürülebilir turizm ilkeleriyle büyük ölçüde örtüştüğü vurgulanmaktadır. Doğa, kültür ve yerel ekonomiyi destekleyen bu turizm türü, kitle turizminin yarattığı çevresel ve sosyal baskıyı azaltarak, daha özgün ve kaliteli turistik deneyimler sunmaktadır. Türkiye gibi doğal ve kültürel çeşitliliğe sahip ülkelerde, niş turizmin geliştirilmesi bölgesel kalkınma açısından önemli fırsatlar sunmaktadır. Özellikle Artvin gibi ekoturizm ve yayla turizmi açısından güçlü bir potansiyele sahip bölgelerde, sürdürülebilir niş turizm uygulamaları hem yerel halkın ekonomik kalkınmasına katkı sağlayabilmekte hem de kültürel mirasın korunmasına yardımcı olabilmektedir.

Yayla turizmi, doğayla uyumlu yapısı, kültürel değerleri yansıtan ve sürdürülebilir kalkınmayı destekleyen bir turizm türüdür. Bu potansiyelin etkili bir şekilde değerlendirilebilmesi için bütüncül planlamalar, yerel halkın katılımı, çevresel duyarlılık ve yerel yönetimlerin uzun vadeli stratejileri büyük önem taşımaktadır. Böylelikle yayla turizmi hem kırsal kalkınmaya katkı sağlayacak hem de Türkiye'nin alternatif turizm potansiyelini güçlendirecektir.

Tüm bunların yanı sıra, aşırı turizm, çevresel tahribat ve yerel halkın süreçlere yeterince entegre edilememesi gibi sorunlar yayla turizminin uygulanabilirliğinin zorlaştırmaktadır.

Artvin'de yaylacılık kültürü ekonomik bir faaliyet olmanın yanı sıra toplumsal birlikteliği, geleneksel üretim biçimlerini ve kültürel değerleri yaşatan bir yaşam şeklini sergilemektedir. Bu kültürel değerler, Artvin ilinin sürdürülebilir turizm potansiyeline katkı sağlayabilecek önemli değerler arasında yer almaktadır. Geleneksel yayla şenlikleri ve festivaller, bölgenin turistik cazibesini artırırken aynı zamanda yerel halkın ekonomik kalkınmasına da katkıda bulunmaktadır. Ancak, bu geleneklerin devam ettirilebilmesi için çevresel duyarlılıkla hareket edilmesi, aşırı turizm baskısının önlenmesi ve yerel halkın sürece aktif olarak katılımının sağlanması büyük önem taşımaktadır.

Artvin, yayla turizmi açısından yüksek bir potansiyele sahip olup bu potansiyelin etkin ve sürdürülebilir bir şekilde değerlendirilmesi için stratejik planlamalar gerekmektedir. Doğa turizmi ile kültürel mirasın birleştiği bu bölgede, altyapı geliştirme, çevresel koruma ve yerel kalkınma politikalarının dengeli bir şekilde yürütülmesi, yayla turizminin sürdürülebilir bir gelir kaynağı haline gelmesini sağlayabilecektir. Özellikle ekoturizm ve doğa dostu turizm uygulamalarıyla bölgedeki yayla turizmi, Türkiye'nin sürdürülebilir turizm hedefleri doğrultusunda önemli bir örnek teşkil edebilecektir.

Bu çalışma, Artvin'in yayla turizmi potansiyelini ortaya koyarak, bölgenin doğal ve kültürel değerlerinin turizmle bütünleşmesi için öneriler sunmuştur. Artvin'in sürdürülebilir turizm stratejileri doğrultusunda planlanması halinde, yayla turizmi bölge için önemli bir ekonomik ve ekolojik fırsat yaratabilecektir. Gelecekte yapılacak çalışmalar, özellikle bölge halkının turizme adaptasyonu ve turizmin çevresel etkileri üzerine odaklanmalıdır. Bununla birlikte, boğa güreşleri ve yaylaya çıkış ritüellerinin birbiri içine geçmiş yapısı, gelecek çalışmalarda birlikte ele alınmaları açısından bir fikir olarak değerlendirilebilir.

Türkiye turizminde markalaşma adına atılan birçok adımda, oluşturulan eylem planlarında ve master planlarda vurgu yapılan en önemli noktalar; sürdürülebilir turizm temelli, bölge halkının da dahil olduğu, çevresel tahribata sebep olmayan, kültürel mimariye zarar vermeyen, planlı bir şekilde yönetilen turizm girişimleridir. Katırcıoğlu vd. (2019) de Türkiye'deki turizm master planlarını karşılaştırdıkları çalışmalarında, planlama olmadan yalnızca gelir odaklı geliştirilen turizm ürünlerinin destinasyonlarda çeşitli sorunlara yol açtığından bahsetmektedir. Artvin ili için gelecekte yapılan çalışmalarda sürdürülebilirliğin boyutları ele alınabilir. Yayla turizmi, Artvin ilinin turizm potansiyelinde önemli bir yere sahip olup gelecek çalışmalarda çokça üzerinde durulması gereken bir turizm türüdür.

Yerel Yönetimler İçin Politika Önerileri: Taşıma kapasitesi analizlerinin zorunlu hale getirilmesi, stabilize yolların korunması, yöresel mimariye uygun konaklama teşvikleri ve atık yönetim sistemlerinin kurulması gerekmektedir.

Gelecek Araştırmalar İçin Öneriler: Ekolojik etki analizleri, yerel halkın turizm algısına yönelik nicel çalışmalar ve yayla kültürü-turizm etkileşimine yönelik etnografik araştırmalar önerilmektedir.

Kaynakça

- Akyol, C. (2015). Artvin İli Mevcut Turizm Potansiyeli ve Niş Pazarlamanın Uygulanabilirliği. *Uluslararası Karadeniz Havzası Halk Bilimi Araştırmaları Dergisi*, 1(2), s. 144-172.
- Angelevska-Najdeska, K. ve Rakicevik, G. (2012). Planning of Sustainable Tourism Development. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 44, s. 210-220.
- Arslan, O. (2006). Turizmde Niş Pazarlama Stratejileri ve Uygulamaları. İstanbul: Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Artvin Yatırım Destek Ofisi. (2018). *Yatırım Destek & Tanıtım Stratejisi Artvin*. DOKA.
- Atabey, S. (2019). Turizmin Doğal Çevre Üzerinde Yarattığı Sorunlar. A. Türker ve G. Özaltın Türker (Dü) içinde, *Güncel Turizm Sorunları* (s. 25-30). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Atmış, E. (1994). Türkiye'de Yayla Turizminde Altyapı Sorunları. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Orman Mühendisliği Anabilim Dalı (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Aytuğ, K. (2016). Avrupa Birliği Turizm ve Çevre Politikaları Bağlamında Doğu Karadeniz Yeşil Yol Yayla Turizminin Değerlendirilmesi. *Karadeniz Araştırmaları*, 13(52), s. 52-159.
- Bakanlığı, T. K. (2023). *2024-2028 Stratejik Planı*.
- Bardakoğlu, Ö. (2020). Sürdürülebilir Turizm ve Planlama. M. Kozak (Dü.) içinde, *Sürdürülebilir Turizm Kavramlar-Uygulamalar* (s. 107-123). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bayram, M., Bulut, Z. ve Yaylı, A. (2020). Sosyal Taşıma Kapasitesi: Doğu Karadeniz Bölgesi Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, (4), s. 347-365.
- Bilici, N. ve Işık, Z. (2018). Bölgesel Kalkınmada Yayla Turizmi: Rize İli Örneği. *Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), s. 1-21.
- Brundtland, G. H. (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. United Nations. Temmuz 24, 2025 tarihinde <https://www.brundtland.co.za/other-publication/brundtland-report-1987-our-common-future/> adresinden alındı

- Buckley, P. J. (2009). Internalisation thinking: From the multinational enterprise to the global factory. *International Business Review*, 18(3), s. 224-235.
- Çallak, E. (2024). Niş Pazar Kapsamında Gönüllü Turizm Aktivitelerinin Kent Kimliği Oluşturulmasında Etkisi: Kuşadası Örneği. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Çelenk, H. K. (2020, Ocak). Kırsal Kalkınma Bağlamında Yayla Turizminin Gelişimine Yerel Yönetimlerin Etkisi: Ordu İlinde Bir Uygulama. Trabzon: Avrasya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı İşletme Bilim Dalı (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Dodds, R. ve Butler, R. (2010). Barriers to Implementing Sustainable Tourism Policy in Mass Tourism Destinations. *Tourism: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 5(1), s. 35-53.
- (2016). *Doğu Karadeniz Turizm Master Planı (Giresun-Gümüşhane-Ordu-Rize-Trabzon)*. Barlas İmar Planlama Müşavirlik Ltd. Şti.
- DOKA. (2016). Artvin İli Yatırım Destek ve Tanıtım Stratejisi. 05 12, 2025 tarihinde <https://www.doka.org.tr/dosyalar/editor/files/artvin-ili-yatirim-destek-ve-tanitim-stratejisi.pdf> adresinden alındı
- DOKA. (2025). Temmuz 15, 2025 tarihinde https://www.doka.org.tr/bolgemiz_Artvin-TR.html adresinden alındı
- DOKAP. (2016, Aralık 15). Temmuz 13, 2025 tarihinde Yeşil Yol Projesi: <https://www.dokap.gov.tr/projeler/yesil-yol-projesi/1/Detay> adresinden alındı
- DOKAP. (2020). Temmuz 13, 2025 tarihinde Doğu Karadeniz Projesi (DOKAP) Bölge Kalkınma Programı 2021-2023: [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.dokap.gov.tr/Upload/Genel/dokap-bolge-kalkinma-programi-2021-2023-pdf-574599-rd_6.pdf](https://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.dokap.gov.tr/Upload/Genel/dokap-bolge-kalkinma-programi-2021-2023-pdf-574599-rd_6.pdf) adresinden alındı
- DOKAP. (2025, Ağustos 18). Ağustos 20, 2025 tarihinde Artin İlinde Hayata Geçirilen Projenin Açılış Töreni Gerçekleştirildi: <https://www.dokap.gov.tr/haberler/artvin-ilinde-hayata-gecirilen-projenin-acilis-toreni-gerceklestirildi/571/Detay> adresinden alındı
- Ercan, G. B. (2007). Niş Pazarlama Stratejilerinin Turizm Sektöründe A Grubu Seyahat Acentalarında Uygulanması: ETS Tur Örneği. Edirne: Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Erdoğan, H. (2024). Sürdürülebilir Turizm Yaklaşımı ile Bursa Turizminin Değerlendirilmesi. Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı (Yayımlanmamış Doktora Tezi).
- Farmaki, A., Singh, P. ve Hassan, V. (Dü). (2025). *Niche Tourism and Sustainability: Perspectives, Practices and Prospects*. London: CABI.
- Garda, B. ve Temizel, M. (2016). Sürdürülebilir Turizm Çeşitleri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, (12), s. 83-103.
- Goodwin, v. H. (2019, April). Overtourism: Causes, Symptoms and Treatment. *Tourismus Wissen*, s. 110-114.
- Gülpınar Sekman, D. Ü., Bekar, M. ve Acar, C. (2018). Trabzon İlinin Yayla Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi ve Farkındalık Yönünden İncelenmesi. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 3(1), s. 349-361.
- Hunter, C. (1997, October). Sustainable tourism as an adaptive paradigm. *Annals of Tourism Research*, 24(4), s. 850-867.
- Katırcıoğlu, E., Boyraz, M., Çetin, A. ve Soybalı, H. H. (2019). Turizm Master Planlarının Karşılaştırılması: Türkiye Örneği. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), s. 189-215.
- Kızıllırmak, İ. (1995). Alternatif Bir Turizm: Türkiye'de Yayla Turizmi ve Karadeniz Yaylaları. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(3), s. 63-65.
- Kızıllırmak, İ., Çifçi, İ. ve Kaya, F. (2015). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Alternatif Konaklama İşletmelerinin Kullanılması: Yayla Evleri Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(14), s. 99-109.

- Liu, Z. (2003). Sustainable Tourism Development: A Critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6), s. 459-475.
- (2023). *On İkinci Kalkınma Planı (2024-2028)*. Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı.
- Orhan, F. (2015). Kırsal Turizm Çekicilikleri Yönünden Maden Köyü ve Yaylası (Şavşat). *Doğu Coğrafya Dergisi*, 19(32), s. 101-122.
- Robinson, M. ve Novelli, M. (2005). Niche tourism: an introduction. M. Novelli (Dü.) içinde, *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases* (s. 1-11). Routledge.
- Scheyvens, R. ve Van der Watt, H. K. (2021). Tourism, Empowerment and Sustainable Development: A New Framework for Analysis. *Sustainability*, 13(22).
- Seghezzo, L. (2009). The five dimensions of sustainability. *Environmental Politics*, 18(4), s. 539-556.
- Sharpley, R. (2009). *Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability?* London: Routledge.
- Soyak, M. (2013). Uluslararası Turizmde Son Eğilimler ve Türkiye'de Turizm Politikalarının Evrimi. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (4).
- Şahinkoç, E. M. ve Yüksel, Ö. (2020). Türkiye'de Turizm Çeşitlendirmesi Gerekliliği ve Küresel Salgın Sürecinde Gerçekleştirilebilecek Alternatif Turizm Türleri. S. Çeçen, Z. Karacagil, A. O. Tiro, Ö. Kahya ve Ş. Bozgun (Dü.) içinde, *Current Debates on Social Sciences* 5 (s. 147-160). Ankara: Bilgin Kültür Sanat Yayınları.
- T.C. İçişleri Bakanlığı. (2017). 05 11, 2025 tarihinde http://www.strateji.gov.tr/kurumlar/strateji.gov.tr/deneme/YAYINLAR/%C4%B0%C3%87ER%C4%B0K/cilt_1_baski_finall.pdf adresinden alındı
- Tankuş, E., Sökmen, A. ve Güzel Şahin, N. G. (2023). Sürdürülebilir Turizm Ekseninde Birleşmiş Milletler 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerinin Bibliyometrik Analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(3), s. 2238-2263.
- Tanrısever, C. (2019). Uluslararası Turizm Standartları/Sürdürülebilir Turizm Sorunları ve Çözüm Önerileri. A. Türker ve G. Özaltın Türker (Dü.) içinde, *Turizmde Güncel Sorunlar ve Çözüm Önerileri* (s. 305-333). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Triarchi, E. ve Karamanis, K. (2017). Alternative Tourism Development: A Theoretical Background. *World Journal of Business and Management*, 3(1), s. 35-54.
- TÜİK. (2024). 05 11, 2025 tarihinde İstatistiksel Tablolar: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuclari-2024-53783> adresinden alındı
- (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi (2023)*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013*. Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- UNWTO. (2025, January). International tourist arrivals recover pre-pandemic levels in 2024. *World Tourism Barometer*, 23(1). Haziran 20, 2025 tarihinde chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://pre-webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2025-01/UNWTO_Barom25_01_January_EXCERPT_v3.pdf?VersionId=AzILN6U4VW.RbM2oMF2DBpGQr eisL4Xa adresinden alındı
- Ünlü Yücel, S. (2004). *Yayla Turizmi*. 01 28, 2025 tarihinde https://www.tursab.org.tr/dosya/1017/may04yayla_1017_1683015.pdf adresinden alındı
- Yılmaz, Ö. D. (2020). Sürdürülebilir Turizm ve Destinasyon Yönetimi. M. Kozak (Dü.) içinde, *Sürdürülebilir Turizm Kavramlar-Uygulamalar* (s. 257-271). Ankara: Detay Yayıncılık.

Kastamonu'nun Av Turizmi Potansiyeli

The Hunting Tourism Potential of Kastamonu

Oğuz ÇAM^a 

^a Bilim Uzmanı, Kastamonu Üniversitesi, Kastamonu, Türkiye. ORCID: 0000-0003-3222-3367

Özet

Bu araştırmanın yapılmasındaki amaç, Kastamonu'nun av turizmi potansiyelini tespit etmektir. Kastamonu'da pek çok hayvan türü yaşamaktadır. Bu hayvan türlerinin içerisinde de azımsanmayacak derecede av turizmi kapsamında değerlendirilebilecek hayvan türünün ve sayısının olduğu tahmin edilmektedir. Bundan dolayı da Kastamonu'nun av turizmi potansiyelinin yüksek olduğu ve belirlenmesinin gerektiği düşünülmektedir. Araştırmada yöntem olarak nitel araştırma yönteminin, veri toplama aracı olarak literatür ve doküman incelemesi tekniklerinin, veri analiz tekniği olarak da içerik analizi tekniğinin kullanıldığını belirtmek mümkündür. Sonuç olarak, Kastamonu'nun gerek coğrafi yapı gerek hayvan varlığı gerekse de altyapı olanakları bakımından av turizmi yönünden önemli potansiyele sahip olduğu görülmektedir. Söz konusu potansiyelin daha da yükseltilmesi noktasında yerli ve yabancı avcı turistlerin sayısının özellikle de yabancı avcı turistlerin uyruk türünün çeşitlendirilmesi ve sayısının artırılması, Kastamonu'nun av turizminin gelişimi ve geleceği açısından yüksek derecede önem arz etmektedir. Bu araştırma turizm literatürüne zenginlik katmakta ve Kastamonu'nun av turizmi potansiyeliyle ilgili bilgilerin insanlara ulaştırılmasına yardımcı olmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Av, Avcı, Avlanma, Av Turizmi, Kastamonu

Makale Bilgisi

Geliş Tarihi 02.11.2025
Kabul Tarihi 19.12.2025

Sayı Editörü

Hacer ARSLAN KALAY

Abstract

The aim of this research is to determine the hunting tourism potential of Kastamonu. Many animal species live in Kastamonu. It is estimated that a significant number of these species could be considered suitable for hunting tourism. Therefore, it is believed that Kastamonu has high hunting tourism potential and that this potential needs to be determined. The research employs qualitative research methods, literature and document review techniques for data collection, and content analysis as the data analysis technique. In conclusion, Kastamonu has significant potential for hunting tourism in terms of its geographical structure, livestock, and infrastructure. Increasing the number of domestic and foreign hunting tourists, especially diversifying the nationalities of foreign hunting tourists, is crucial for the development and future of hunting tourism in Kastamonu. This research enriches the tourism literature and helps disseminate information about Kastamonu's hunting tourism potential.

Keywords: The Hunt, Hunter, Hunting, Hunting Tourism, Kastamonu

Sorumlu Yazar

Oğuz ÇAM
oguzcam911@gmail.com

Önerilen Atf:

Çam, O., (2025). Kastamonu'nun Av Turizmi Potansiyeli. *Journal of Academic Tourism Studies*, 6(2): 268-290.

1. GİRİŞ

Ulaşım imkânlarının zaman içerisinde gelişim göstermesiyle birlikte insanların turistik hareketleri artış göstermiş ve turizm sektörü yeryüzünün ekonomisi açısından en önemli sektörlerden biri haline gelmiştir (İlgaz Yıldırım ve Şahin, 2018; Kara vd., 2012; Samırkaş ve Samırkaş, 2014; Unur, 2002). Turizmin, yerkürenin en büyük sektörü ve iktisadî etkinliği olduğu yönünde bir görüş bulunmaktadır (Soykan, 1999). Turizm sektörü, günümüzde dünyanın gayri safi hasılasının kayda değer bir kısmını ortaya çıkaran ve yerküre içerisinde en hızlı gelişen sektörlerin başında bulunmaktadır (Dilber, 2007). Hızlı gelişim gösteren turizm sektörü hem sermaye yatırımlarına hem de istihdama olan katkısı açısından ulusal ekonomilerin ilk sırada gelen sektörlerinden bir tanesi konumunda yer almaktadır (Yamak vd., 2012). Turizm mevcut sektörlerin kayda değer olanları arasında bulunmaktadır. Yeryüzünde ve Türkiye’de turizm sayesinde yüksek oranlarda gelirler elde edilmektedir. Ülkeler kendi turizm potansiyelini etkin biçimde değerlendirerek ve bu çerçevede kayda değer gelişimler sağlamayı isteyip ekonomisinde hareketlilik oluşturmaya amaç edinmektedir. Buna ilave olarak ise ülkeler aynı zamanda tarihsel, kültürel, sosyal, turistik etkileşimler yaşamak istemektedir. Bundan dolayı da turizm uluslararası ve ulusal ölçekte birden fazla yönden önem taşımaktadır (Çam ve Çelik, 2022).

Turizm, turist odaklı bir sektördür. Dolayısıyla turistik plan ve politikalar oluşturulurken turistlerin istek ve gereksinimleri ile turistik kaynak kullanım durumları azami seviyede göz önünde bulundurulmaya çalışılmaktadır. Bu doğrultuda ise turistik hareketlerin yönünün saptanması sağlanmaktadır (Batuhan, 2020; Büyüksalvarcı vd., 2016; Tuncel, 2019).

Turizm sektörünün pek çok alt alanı vardır. Bunlardan biri av turizmidir. Ülkeler av turizmi sayesinde kayda değer ekonomik kazançlar sağlamaktadır. Ayrıca av turizmine katılım gösteren av turistlerinin gelir seviyelerinin genellikle yüksek olduğu bilinmektedir. Bu durum da av turizmi çeşidinin önemine işaret etmekte ve bu turizm çeşidinin potansiyelinin de etkili şekilde değerlendirilmesi hususunda da dikkatleri üzerine çekmektedir (Çam ve Çılinoğlu, 2024a; Olcay vd., 2019; Özer, 2020). Av turizminin rekreasyonel arz ve talep, ekonomik gelir ve tanınırlık oluşturma ile doğal kaynakların sürdürülebilirliğini sağlama özellikleri bulunmaktadır (Akgün, 2003; Metin ve Ören, 2023; Özer, 2020). Söz konusu özellikler de av turizminin genel turizm çatısı altında çekicilik elde etmesine ve önem taşımasına yardımcıdır. Konuya ilişkin olarak, hâlihazırda avcılık, kişileri turistik gezilere yönlendiren etkenlerin ilk sırasında yerini almaktadır. Avlanma ve avcılık hazzını yaşamak amacıyla uzak yerlere seyahat eden binlerce avcı turist bulunmaktadır (Sezgin, 2001; Sezgin ve Ünüvar, 2009). Bugün birden fazla ülkenin ekonomik imkânları yüksek avcıları, farklı yaban hayvanı çeşitlerini görmek ve macera yaşamak için kendi ülkelerinin dışında avlanmayı seçmektedirler (Kılıç vd., 2019; Ünal, 2018; Yavuz, 2011). Yine birden fazla ülke yabancıların isteklerini yerine getirmek ve döviz geliri sağlamak için avlaklarını yabancı ve yerli avcılara açmaktadır (Kılıç vd., 2019: 89; Ünal, 2018; Yavuz, 2011). Avcılar av turizmi etkinlikleriyle yaban hayvanlarının post, dişi, boynuz ve benzeri anı değeri arz eden bölümlerine sahip olmakla beraber farklı kültürleri tecrübe etme ve çeşitli coğrafyaları görme imkânlarını da sağlamaktadırlar (Çakır, 2018; Ukav, 2012). Afrika ve Asya’da step, saharalar, balta girmemiş ormanlar yeryüzü avcılarını kendine çekmektedir. Amerika ve Avrupa’daki seyahat acenteleri Afrika’nın avcılık ile tanınan yörelerine yönelik özel av partileri organize etmektedir (Sezgin, 2001; Sezgin ve Ünüvar, 2009). Türkiye coğrafi niteliklerinden dolayı av turizmi bakımından olabildiğince uygun konumu sahip olmakta ve burada birden fazla av turizmi etkinliği gerçekleştirilmektedir (Şengül ve Çılinoğlu, 2022: 1342). Hâlihazırda birden fazla ülke av turizmi aracılığı ile azımsanmayacak derecelerde döviz sağlarken birtakım ülkeler de ekonomilerindeki önemli açıkları av turizmi gelirleriyle ortadan kaldırmaktadır (Geray ve Akesen, 2001; Şafak, 2003; Torun, 2015).

Verilen bilgilerden hareket edip bir araştırma ortaya konmaktadır. Bu araştırmanın konusu, Kastamonu’nun av turizmi potansiyelinin araştırılması üzerinedir. Kastamonu’nun, yer aldığı coğrafya itibarıyla av turizmi konusunda önemli bir potansiyele sahip olduğu düşünülmektedir.

Literatürde av turizmini ve Kastamonu'yu tek çatı altında bir araya getiren üç önemli araştırmaya (Akkuş ve Akkuş, 2019; Çam ve Çılgınoğlu, 2020; Şengül ve Çılgınoğlu, 2022) rastlanmaktadır. Bu araştırmalar da Kastamonu'nun av turizmi potansiyelinin bulunduğunu işaret etmektedir. Bundan dolayı araştırma kapsamında ele alınan konu üzerinde yoğunlaşmak uygun görülmektedir.

Yukarıda yer alan bilgilerden yola çıkarak önce Kastamonu, sonra av turizmi, daha sonra da araştırmanın metodolojisi ile ilgili konular üzerinde durulmaktadır. Araştırmanın temeline yönelik bilgiler de çoğunlukla araştırmanın metodolojisi kısmında ele alınmaktadır.

2. KASTAMONU

Kastamonu, Karadeniz Bölgesi'nin batı bölümünde yer almaktadır. Kastamonu; Sinop, Karabük, Çankırı, Bartın ve Çorum'la komşudur. Kastamonu ilinin; Abana, Ağlı, Araç, Azdavay, Bozkurt, Cide, Çatalzeytin, Daday, Devrekâni, Doğanyurt, Hanönü, İhsangazi, İnebolu, Küre, Merkez, Pınarbaşı, Seydiler, Şenpazar, Taşköprü ve Tosya olmak üzere toplam yirmi ilçesi vardır (Çam ve Çılgınoğlu, 2021a; Milliyet, 2021). Kastamonu'nun kuzeyinde Karadeniz yer almakta olup bu ilin 135 kilometrelik sahil şeridinde sahip olduğu bilinmektedir. Toprak genişliği açısından komşu illerin en büyüğüdür. Şehrin toprak genişliği 13108 km²'dir (Gürel vd., 2019; İbret, 2000). Kastamonu topraklarının %28,03'ü tarıma uygundur. Kastamonu topraklarının yeryüzü şekillerinin %74,6'sı dağlardan, %21,6'sı platolardan ve %3,8'i de ovalardan meydana gelmektedir (Çam ve Çılgınoğlu, 2021b; Yaman, 2001). Kastamonu ili çoğunlukla engebeli arazilerden meydana gelmektedir. Kastamonu, Kızılırmak'ın belli başlı kollarından olan Gökırmak ile bir araya gelmek üzere Ilgaz Dağı'nın kuzey yamaçlarından inen Kastamonu suyu ya da Karaçomak ismini alan bir akarsuyun vadisi boyunca, deniz seviyesinden 790 metre yüksekliğe sahip olan tekne biçiminde bir düzlükte bulunmaktadır (Baydil ve İbret, 1999). Kastamonu ilinin güney tarafında ise Ilgaz Dağları, kuzeyinde ise Küre Dağları yer almaktadır. Kastamonu ili, güneyden İç Anadolu, kuzeyden de Karadeniz karasal iklimleri arasında kalan bir geçiş iklimine sahiptir (İbret, 2000). Merkez ilçede senelik sıcaklık ortalaması 9,7°C'dir. En sıcak geçen aylar temmuz ve ağustos, en soğuk geçen aylar da ocak ve şubattır. Kastamonu ilinde yağışın aylara dağılımı olabildiğince düzenlidir. Kış zamanındaki yağışlar senelik yağışın %18'ini, yaz zamanındaki yağışlar ise senelik yağışın %27'sini meydana getirmektedir. Yağışların yüksek bir kısmı ise bahar aylarında görülmektedir. Kastamonu ili bitki örtüsü açısından olabildiğince zengindir. Ilgaz ve Küre dağları millî parkları Türkiye'nin gür ormanlık alanlarındandır. Bu ormanlarda ilk sırada kayın olmak üzere kestane, akçaağaç, sarıçam, göknar, karaçam ve karaağaç gibi ağaç çeşitleri vardır. Genelde Karadeniz kıyısı boyunca büyük yapraklı gür ormanlar yer almaktayken, iç kısımlarda da yaprağını dökmeyen ormanlar yer almaktadır (Baydil ve İbret, 1999; Gürel vd., 2019).

Kastamonu Romalılar, Doğu Romalılar, Persler, Pontuslular, Kimmerler, Frigler, Hititler ve Lidyalılar tarafından yönetilmiştir (Şenol, 2008). Kastamonu kenti tarihi süresince birden fazla uygarlığa ev sahibi olmasından dolayı bu uygarlıklara ait pek çok yapıtı da yapısında içermektedir. Kastamonu, Evliyalar Şehri olarak da anılmaktadır. Kastamonu kentinde pek fazla evliyanın ve âlimin mezarları ve türbeleri de bulunmaktadır (Çılgınoğlu ve Çam, 2021; İbret vd., 2015; Yaman, 2003).

Kastamonu'nun önemli turizm potansiyeline sahip olduğu literatürde yer almaktadır (Avcı, 1990; Çam ve Çılgınoğlu, 2020). Bu görüşe ilave olarak da Kastamonu'nun, henüz keşfedilmemiş, tanınmamış ya da yeni turizm türleri açısından da kayda değer bir oranda kaynak teşkil edebileceği düşünülmektedir.

Kastamonu birden fazla turizm çeşidine ev sahipliği etmekte, manevi iklimi, doğal dokusu ve mimarisi sayesinde insanları etkisi altına almakta, zengin bir kültürel kaynağa sahip olmakta ve böylelikle dikkat çekmektedir (Çılgınoğlu ve Çam, 2021). Kastamonu ili, tarihsel ve doğal yapısı ile turizm açısından dikkatleri üzerine çeken bir yöredir (Avcı, 1990; Çam ve Avcı, 2020a). Pek fazla tarihi ve kültürel olanak ile turizm olanağına sahip olan Kastamonu açık hava müzesi olma niteliği

taşımaktadır. Bölge içerisinde birden fazla türbe, cami, medrese, köprü, tümülüs, kale, kaya mezarı ve höyük vardır. Bu yönden şehir merkezi ve ilçeler turizm arzını oluşturmaktadır (Baldıran ve Ulubay, 2008; Çam ve Avcı, 2021). Kastamonu'nun Batı Karadeniz coğrafyasında eşsiz ormanları, yüksek derecede zengin kültürel mirası ile yeterince keşfedilmemiş turizm potansiyeline sahip olduğu hususunda büyük uzlaşının bulunması söz konusudur (Aydoğdu, 2012; Ciliv, 2008; Çam ve Avcı, 2020b; Gürbüz, 2005; İbret vd., 2015).

3. AV TURİZMİ

Av turizmine ilişkin yapılan çeşitli tanımlar mevcuttur. Bu tanımlardan bazılarını aşağıda maddeler halinde yer verilmektedir:

- Av turizmi, yüksek oranda maddi harcama gerektirmesi sebebiyle gelir seviyesi fazla olan insanların katılım gösterdiği bir turizm tipidir (Aboumarsi, t.y.).
- Av turizmi, av ve yaban yaşamı kaynaklarının kontrol altında olmak üzere yabancı ve yerli avcılarının kullanımlarına sunumunun yapılmasını, bu kaynakların turistik ve rekreasyonel açılardan değerlendirilip ülkelerin turizmine ve ekonomisine katkı yapmasını amaç edinen faaliyetlerdir (Çakır, 2018; Özdönmez vd., 1996).
- Av turizmi, çeşitli yaban hayvanlarıyla karşılaşmak ve buna yönelik macera yaşamak için gerçekleştirilen av etkinlikleridir (Kaya ve Yıldırım, 2020; Şafak, 2003).
- Av turizmi, belirlenen ve izin alınan alanlarda, elverişli avlaklarda yaşamını devam ettiren av hayvanlarının avlanılmasına yönelik gerçekleştirilen bir faaliyet çeşididir (Erdoğan, 2003; Korkmaz ve Yavaş, 2020).
- İç ve dış turizmin kayda değer kaynaklarından biri olan av turizmi, çoğunlukla yüksek gelir seviyesine sahip turistlerin tercih ettikleri, bilinçli ve kurallara uygun gerçekleştirildiğinde her açıdan etkileri olan bir turizm çeşidi, doğa ile iç içe olma, dinlenme ve kişinin kendini yenileme aracıdır (Gürdoğan ve Tetik, 2016; Özkan, 2005).
- Av turizmi, avlanmak amacıyla yolculuk yapan kişilere yönelik hizmetler sunan rekreasyon amaçlı bir turizm çeşidi olmasının yanı sıra kişilere hem doğanın en derin köklerinde bulunan iç güdülerinden bir tanesini tatmin etme hem de doğanın temiz havasından faydalanma imkanı sağlamaktadır (Öztaş ve Karabulut, 2007; Yurcu ve Kasalak, 2016).
- Av turizmi, turizmin farklı bir uygulama biçimi olup avcı olma özelliğine sahip insanların avlanma amaçlarını yerine getirmek üzere belirlenen ilkeler ile gerçekleştirdikleri faaliyetlerdir (Çakır, 2018; Ukav, 2012).
- Av turizmi, yabancı ve yerli avcılarının kendi ülkelerinde ve ülkelerinin dışında başka coğrafyalarda yer almak, bu noktalarda av-yaban hayvanlarını seyretmek ve onları psikolojik tatmin duygusu ile avlamak amacıyla gerçekleştirdikleri etkinliklerdir (Çakır, 2018).

Kişilerin doğal ortam içerisinde çeşitli tecrübeler elde etmelerini sağlayan avcılık, safari, sportif olta balıkçılığı ve kuş gözlemciliği av turizmi kapsamındadır (Çakır, 2018). Av turizmi çerçevesinde av ve avlak işletmeleri, acenteler ve benzeri tarafından av meraklıları için türlü zamanlarda av odaklı çeşitli programlar organize edilmektedir (Çakır, 2018; Kaya ve Yıldırım, 2020: 131; Şafak, 2003). Av turizmi sayesinde boş araziler ve otlaklar kamping yeri ve karavan olarak değerlendirilebilmektedir (Kılıç vd., 2019; Ünal, 2018; Yavuz, 2011).

Av turizmi sezonu, avlanılacak hayvanın çeşidine göre değişim göstermekle beraber çoğunlukla ağustos ayından mart ayına dek devam etmektedir. Av turizmi sezonunun, kitle turizminin sona erdiği devre rastlaması, turizmin bütün seneye yayılımı hususunda kayda değer bir avantaj sağlamaktadır. Hatta av turizmiyle sahanın korunması doğrultusunda adımlar atılıp kaçak avcılığın önüne geçilmesi söz konusudur (Akova, 2000; Orhan ve Gömüç, 2021).

Literatüre bakıldığında av turizmi ile ilgili çalışmaların varlığına rastlanmaktadır. Söz konusu çalışmaların bazılarının kısa bilgilerine aşağıda paragraflar hâlinde değinilmektedir.

Başkaya ve diğerlerine (2012: 5637) göre; Türkiye’de av turizmi ve orman koruma arasında yakın ilişki gözlemlenmektedir.

Çam ve Çılgınoğlu’na (2024a) göre; av turizmi ve tabiat turizmi arasında önemli ilişki ve etkileşim bulunmaktadır.

Gaćić ve diğerlerine (2015: 45) göre; avcılık eylemi çeşitli riskler (yaralanma, ölüm gibi) barındırmakta ve Sırbistan’da neredeyse her sene av esnasında av silâhlarından kaynaklı olan bir ölüm vakası yaşanmaktadır.

Matejević ve diğerlerine (2022: 681) göre; avcı olunması, daha yüksek eğitim düzeyine sahip olunması, doğada sıklıkla açık hava faaliyetlerine katılım gösterilmesi, avcılığa ve av turizmine rağbet gösterilmesi ve et yoğunluklu beslenme tarzına sahip olunması avcılık turizmine karşı daha olumlu tutumda bulunulmasına yardımcıdır.

Olçay ve diğerlerine (2019: 285) göre; av turizmine çeşitli nedenlerden dolayı katılım gösterilmektedir. Bu kapsamda sağlıklı yaşama ve rahatlama istekleri söz konusu nedenler arasında önemli konuma sahiptir.

Özer’e (2020: 71) göre; Türkiye flora ve fauna ve zenginliğinden dolayı av yönünden çok elverişli avlakilara sahip olmakla birlikte av turizmi yönünden de fırsat meydana getirmektedir. Ayrıca Türkiye’de av etkinlikleri için gerçekleştirilen harcamalar, turizm gelirlerinin yaklaşık olarak %7’sine karşılık gelmektedir.

Özer’e (2025: 975) göre; av köşkleri, avcılarının barındıkları, dinlendikleri, sosyalleştikleri, beslendikleri ve av plânları gerçekleştirdikleri alanlar olmakta ve bu alanlar Bulgaristan’da av turizmine önemli katkı sağlamaktadır. Bu kapsamda sağlanan gelir ile ilk olarak doğa, av ve yaban yaşamının muhafaza edilmesi ve ormancılık etkinlikleri için finans aktarılmakta, bununla birlikte de yöresel rehberlere, işçilere ve çiftçilere istihdam oluşturularak kırsal kalkınmaya destek olunmaktadır.

Prentović ve diğerlerine (2016: 71) göre; sahip olunan yeterli kaynaklar dikkate alındığında, avcılık turizminin, Sırbistan’ın doğusunda, Zagubica Belediyesi’nin sınırları içerisinde bulunan Homolje’nin kırsal kalkınmasına katkı sağlama noktasında önemli bir etken olabileceği düşünülmektedir.

Ristić ve diğerlerine (2013: 205) göre; Macaristan’da ve Çek Cumhuriyeti’nde yapılan avcılığın, bütün Avrupa’da en organize şekilde gerçekleştirilen avcılıktır. Bununla beraber başka birden fazla gelişmiş ülke gibi Macaristan ve Çek Cumhuriyeti de belli av hayvanı çeşitlerinin sayısının azalması problemleriyle karşılaşmaktadır.

Ulusoy’a (2015) göre; av turizmi, kırsal turizm kapsamında önem taşımakta ve kırsal kalkınmaya olumlu etkiler sağlamaktadır.

4. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

4.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, Kastamonu’nun av turizmi potansiyelini tespit etmektir.

4.2. Araştırmanın Önemi

Kastamonu’da pek çok hayvan türü yaşamaktadır. Bu hayvan türlerinin içerisinde de azımsanmayacak derecede av turizmi kapsamında değerlendirilebilecek hayvan türünün ve sayısının olduğu tahmin edilmektedir. Bundan dolayı da Kastamonu’nun av turizmi potansiyelinin yüksek olduğu ve belirlenmesinin gerektiği düşünülmektedir. Ayrıca turizm yelpazesi geniş olan illerden biri konumunda bulunan Kastamonu’nun av turizmi konusunda ön plâna çıkarılması

sayesinde turistik yönden olası taleplere kapı aralanması ihtimaller dâhilindedir. Bütün bu fikirler de söz konusu araştırmanın önem kazanmasına yardımcıdır.

4.3. Araştırmanın Özgünlüğü

Araştırma özgünlük noktasında değer arz etmektedir. Araştırmanın yöre (Kastamonu) bazlı olmak üzere yoğunlaştırılması sayesinde ilgili yörenin av turizmi piyasasının genel turizm piyasası içerisinde önemli olduğunun altı çizilmektedir. Böylelikle söz konusu yörenin av turizmine ilişkin değerlerinin bilinmesi ve tanınırlık sağlaması açısından kolaylık edilmektedir. Tüm bunlar söz konusu araştırmanın özgünlük değerinin coğrafi konum bağlamında yoğunlaştığını göstermektedir. Buna ek olarak, araştırmanın farklı materyallerin kullanımıyla zenginleştirilmesi ve geliştirilmesi sayesinde teorik bilgilerin desteklenmesine katkı sunulmaktadır. Bu durum da araştırmanın inandırıcılığını ve kalitesini artırmaktadır. Bu sayede araştırmanın özgünlüğünün de artması söz konusudur.

4.4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada yöntem olarak nitel araştırma yönteminin kullanımına başvurulmaktadır.

4.5. Araştırmanın Veri Toplama Aracı

Araştırma kapsamında veri toplama aracı olarak literatür ve doküman incelemesi teknikleri değerlendirilmektedir.

4.6. Araştırmanın Veri Analiz Tekniği

Araştırmanın verileri analiz edilirken içerik analizi tekniği kullanılmaktadır.

4.7. Araştırma Konusunun Sınırlandırılması

Araştırmanın konusu Kastamonu iliyle sınırlandırılmış, diğer iller araştırmanın konusuna dâhil edilmemiştir. Buna ek olarak, araştırma kapsamında belirtilen bilgiler literatürden sağlanan teorik bilgilerle ve T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Küre Doğa Koruma ve Millî Parklar yetkililerine telefon araması yapılarak bu yetkililerden e-posta aracılığıyla elde edilen, Kastamonu'nun av turizmi potansiyeliyle ilgili nitel ve nicel bilgiler içeren bir excel dosyasıyla sınırlıdır. Literatürden sağlanan bilgiler Kastamonu'nun av turizmi potansiyeline yöneliktir. T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Küre Doğa Koruma ve Millî Parklar yetkililerinden elde edilen bilgiler de Kastamonu'nun 2021-2022 yılı av dönemine aittir.

4.8. Araştırma Konusuna İlişkin Önemli Görülen Materyallerin Ekler Kısımında Sunulması

Bir harita, iki grafik ve üç tablo, bulgular kısmının destekleyici bilgileri olup bilgi akışının sektöre uğramaması adına ekler kısmında sunulmaktadır.

4.9. Araştırmanın Literatüre ve Uygulamaya Katkısı

Turizm literatürünün genel turizm genelinde, av turizmi özelinde geliştirilmesi ve zenginleştirilmesi, dağlık ve engebeli bir bölgede (Batı Karadeniz Bölgesi) yer alan Kastamonu'nun av turizmi genel görünümü hakkında bilgi edinilmesi, bundan dolayı da söz konusu bölgenin av turizmi değerlerinin kısmi olarak (il bazında) yansıtılması söz konusu araştırmanın literatüre katkı yaptığını göz önüne sermektedir. Kastamonu'nun av turizmi potansiyeli bulunduğunun göz önüne serilmesi ve turizm paydaşlarının dikkatinin bu yöne doğru çekilmesi, yöresel ölçekli av turizmi çalışmalarına ağırlık kazandırılması gerektiğinin düşündürölmesi, Kastamonu'nun avcı turistler tarafınca av turizmi konusunda değerlendirebilecek alternatif alanlardan biri hâline getirilmesi noktasında niteliksel ve niceliksel bazlı verilerin dikkate alınmasının ve buna uygun turistik hareketlenmeler gerçekleştirilmesinin yararlı olduğunun zihinlerde canlandırılması ilgili araştırmanın uygulamaya katkısının bulunduğunu göstermektedir.

5. BULGULAR

Kastamonu'da av turizminin kent bazında yapıldığı bilinmekle beraber ilçe bazında da Abana, Cide, Azdavay, Araç, Çatalzeytin, Bozkurt, Daday, Küre, İnebolu, Devrekâni, Tosya, Taşköprü ve Şenpazar ilçelerinde av turizminin yapıldığı öne sürülmektedir (Akkuş ve Akkuş, 2019; Aydoğdu ve Duman, 2017; Çam ve Çılgınoğlu, 2020; Çetinkaya, 2019; Çılgınoğlu ve Çam, 2021; Oktay vd., 2016; Zengin vd., 2019). Kastamonu ilinde kişileri turizme katılmaya sevk eden arz yönlü veriler temel olarak ele alındığında turizm türlerinden biri olan av turizminin kayda değer bir potansiyele sahip olduğu görülmektedir (Aydoğdu ve Duman, 2017). Kastamonu'da av turizmi potansiyelinin yüksek olmasından dolayı şehir kapsamında ön plana çıkarılması gerektiği düşünülmektedir (Zengin vd., 2019). Av turizmi, Kastamonu ilinin doğasının uygun olmasıyla değerlendirilen bir turizm biçimidir (Çetinkaya, 2019). Kastamonu'da dört adet yaban hayatı geliştirme sahası bulunmaktadır Bu yaban hayatı geliştirme sahaları; Azdavay Kartdağı Yaban Hayatı Geliştirme Sahası, Ilgazdağı Yaban Hayatı Geliştirme Sahası, Taşköprü Elekdağı Yaban Hayatı Geliştirme Sahası ve Tosya Gavurdağı Yaban Hayatı Geliştirme Sahası'dır Kastamonu şehri, mevcut yaban hayatı geliştirme sahalarıyla av turizmi açısından olabildiğince uygun bir alan olup, bu turizm türünden de yüksek oranda gelirler sağlamaktadır (Şen ve Erkan Buğday, 2015; Şengül ve Çılgınoğlu, 2022; T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, t.y.).

Kastamonu ilinde 42 tane avlak vardır. Bu avlakların tümü devlet avlaklarından meydana gelmektedir (Av Yönetimi Bilgi Sistemi, t.y.; Resmi Gazete, 2022; Şengül ve Çılgınoğlu, 2022: 1338). Kastamonu'da bir veya birden fazla tercih edilen avlaklar olduğu gibi hiç tercih edilmeyen avlaklar da vardır. Bu hâlin nedeni olarak da ulaşım basitliği ve avlanmak istenen yaban hayvanının o alandaki varlığı gibi faktörler gösterilmektedir (Şengül ve Çılgınoğlu, 2022; Yavuz, 2018).

Kastamonu'da fazla ormanlık bölge vardır. Kastamonu'da ormanlık bölgelerin fazla oluşu, çok sayıda av ve yaban hayvan türlerinin yaşaması için elverişli ortam sağlamaktadır. Türkiye'de varlığı bilinen 132 memeli çeşidinin 40'ına Kastamonu'da rastlanmaktadır. Kastamonu'da yaban domuzu, karaca, geyik, tilki, kurt, ayı, tavşan, çakal, su samuru ve yırtıcı ya da ötücü kuşlar gibi av ve yaban hayvanları yaşam sürmektedir. Bu hayvanların bazılarının türlerinin nesilleri de tükenmekle karşı karşıyadır. Ayrıca Kastamonu ve etrafında 129 kuş çeşidi yaşamakta, bunların da 46'sının soyunun tükenme tehlikesiyle karşı karşıya kaldığı bilinmektedir (Aydoğdu ve Duman, 2017; Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, t.y.; Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı, 2011; Şengül ve Çılgınoğlu, 2022).

Kişilerin bilinçsiz bir biçimde avlanmaları, Kastamonu'yu doğa turizmi açısından tehdit etmektedir (Zengin vd., 2019). Bu tehdidin ortadan kaldırılması veya etkisinin azaltılması bağlamında da Kastamonu'da bilinçsiz şekilde avlanmaların önlenmesi ve/veya azaltılması noktasında yapılan çalışmalara ağırlık verilmesi gerekmektedir. Buna ilave olarak da bilinçsiz şekilde avlanmaların yanı sıra zamansız ve düzensiz şekilde avlanmaların da Kastamonu'nun turizm potansiyelini negatif yönlü olarak etkileyeceği düşünülmektedir. Dolayısıyla da bu bağlamda uygun ve etkili çalışmaların yürütülmesi ya da bunların kalite ve sayısının artırılmasında kayda değer bir yarar vardır.

Av turizminin geliştirilebilmesi adına ilk olarak yöre halkının bu durumu benimsemesi ve desteklemesi gerekmektedir (Demir ve Caner, 2012). Bu doğrultuda ise Kastamonu yöre halkının av turizmini benimsemesinden ve desteklemesinden dolayı kentte av turizminin geliştirilebilmesi noktasında önemli ilerlemelerin kaydedilmesi söz konusudur. Bu noktadan hareketle de burada yaşayan (Kastamonu) yöresel halkın söz konusu durumla ilgili olumlu davranış ve tutumları, Kastamonu'nun av turizmi potansiyelinin geliştirilmesi açısından yüksek derecede önem taşımaktadır.

Şengül ve Çılgınoğlu (2022: 1343), Kastamonu'nun av turizmi hususuna ilişkin şu önerilerin yapılmasının önemli olduğu görüşündedirler:

- Kastamonu ilindeki av turizmi cazibelerinin hem uluslararası hem de ulusal platformlarda lansmanının sağlanarak daha çok sayıda potansiyel turiste erişimelidir.
- Kastamonu ilini ziyaret eden avcı turistler ile görüşülerek avlaklardaki problemler ya da geliştirilmesi icap eden noktalar saptanmalı ve bu noktalar çözüme kavuşturularak devamlılık temin edilmelidir.
- Kastamonu'daki avlakların tümünün değerlendirilebilmesi amaçlı gereken çalışmaların yapılması, avcı turistlerin de bu avlaklara yönlendirilmesi gerekmektedir.
- Kastamonu'yu ziyaret eden avcıların konaklama yapabilecekleri ve/veya dinlenebilecekleri işletmeler inşa edilmeli ya da sayıları artırılmalıdır.
- Kastamonu'daki avlaklarda kontroller artırılmalı ve bilinçli avcılık politikası saptanarak gerek yaban hayvanlarının gerekse bu hayvanların hayatını devam ettirdiği alanların güvenliği temin edilmelidir.

Bu noktadan sonra Kastamonu'nun 2021-2022 yılı av dönemine ilişkin bilgiler değerlendirilmektedir. Bu değerlendirmeler T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Küre Doğa Koruma ve Millî Parklar yetkililerinden sağlanan excel dosyasının ilgili verilerinin yorumlanmasına yöneliktir.

Avcıların 93'ü Türk (yerli), 23'ü ise yabancı uyrukludur. Yabancı uyrukluların ise 1'i Belçikalı, 2'si Rus, 1'i Avusturyalı, 4'ü Alman, 4'ü İspanyol, 5'i Fransız, 1'i Amerikan, 2'si İtalyan, 3'ü de İrlandalıdır. Yerli avcı turistlerin avlanma izni için KDV dâhil ödedikleri ücretin toplam tutarı 25245 TL'dir. Yabancı avcı turistlerin avlanma izni için KDV dâhil ödedikleri ücretin toplam tutarı 3190 TL'dir. Yerli ve yabancı avcı turistlerin avlanma izni için KDV dâhil ödedikleri ücretin toplam tutarı ise 28435 TL'dir. Yerli avcı turistlerin avlama ücreti / ihale bedeli için KDV dâhil ödedikleri toplam tutar 166911 TL'dir. Yabancı avcı turistlerin avlama ücreti / ihale bedeli için KDV dâhil ödedikleri toplam tutar 33276 TL'dir. Yerli ve yabancı avcı turistlerin avlama ücreti / ihale bedeli için KDV dâhil ödedikleri toplam tutar ise 200187 TL'dir. Yabancı avcı turistler tarafından KDV hariç ödenen katılım payının toplam tutarı 16920 TL'dir. Yerli avcı turistler tarafından KDV hariç ödenen katılım payının toplam tutarı 84870 TL'dir. Yerli ve yabancı avcı turistler tarafından KDV hariç ödenen katılım payının toplam tutarı ise 101790 TL'dir. Yerli avcılar; yaban domuzu, kızıl geyik ve karaca olmak üzere toplam 121 hayvan avlamışlardır. Yabancı avcılar; yaban domuzu ve karaca olmak üzere toplam 78 hayvan avlamışlardır. Yerli ve yabancı avcılar toplamda ise 199 hayvan avlamışlardır. İlçe belediyesi / belde belediyesi / köy tüzel kişiliği isimleri ve sayısı excel dosyası üzerinde detaylı olarak görülmektedir. Bu isim ve sayıların çeşitlilik gösterdiği görülmekle birlikte belirtilmediği durumlar da göze çarpmaktadır. Yerli ve yabancı avcı turistlerinin toplam ava katılma gün sayısı ile ilgili bilgilerin varlığı dikkat çekmektedir. Yabancı avcılar toplam ava katılım gün sayısı 109 (%25,1), yerli avcılar ise toplam ava katılım gün sayısı 325'tir (%74,9). 1 Belçikalı toplam 5 gün (%4,6), 2 Rus toplam 10 gün (%9,2), 1 Avusturyalı toplam 5 gün (%4,6), 4 Alman toplam 16 gün (%14,7), 4 İspanyol toplam 17 gün (%15,6), 5 Fransız toplam 28 gün (%25,7), 1 Amerikan toplam 4 gün (%3,7), 2 İtalyan toplam 6 gün (%5,5), 3 İrlandalı da toplam 18 gün (%16,5) ava katılmıştır. Genel olarak yerli ve yabancı avcı turistlerin ava katılım gün sayıları ne kadar yüksek olursa av turizmi açısından o kadar iyidir. Bu doğrultuda ise Kastamonu'daki yabancı avcı turistlerin uyruk türünün çeşitlendirilmesi ve sayısının artırılması önem arz etmektedir. Çünkü bu noktada bir geliştirmenin ve iyileştirmenin yapılması gerekmektedir. Bu noktada ise Kastamonu'nun uluslararası av turizmi talebine yönelik çeşitli çalışmaların oluşturulmasına ve / veya geliştirilmesine ağırlık vermesinde kayda değer bir fayda vardır. Bu faydanın da Kastamonu'nun av turizmi çeşidinden elde edeceği ekonomik kazancın artmasında pozitif bir etki ortaya koyması beklenmektedir.

2021-2022 Av Yılı Av Turizmi İzleme ve Bilgi Cetveli'ne göre; 2021-2022 kotasının %51,04'ünü acente kotası, %48,96'sını da yerli kotası oluşturmaktadır. Acente kotasının tamamı (%100) karacaya yöneliktir. Yerli kotasının ise %17,02'si kızıl geyiğe, %82,98'i de karacaya yöneliktir. 2021-2022 kotası kapsamında toplamda %8,33'lük bir payla kızıl geyik, %91,67'lik bir payla da karaca ön plana

çıkılmaktadır. 2021-2022 av yılı av turizmi kapsamında açılan davalar sonucu avlatılamayan kotalar yoktur. Av turizmine katılan avcılarının %80,17'si yerli avcı, %19,83'ü de yabancı avcıdır. Yerli avcılar toplam avların %60,80'ini vururken yabancı avcılar da toplam avların %39,20'sini vurmuşlardır. Yerli avcılarının %30,10'u yaban domuzu, %9,68'si kızıl geyik, %60,22'si de karaca hayvan türü alanında avlanmaktadır. Yerli avcılar tarafından avlanan hayvanların %73,56'sı yaban domuzu, %3,30'u kızıl geyik, %23,14'ü de karacadır. Yabancı avcılarının %86,96'sı yaban domuzu, %13,04'ü de karaca hayvan türü alanında avlanmaktadır. Yabancı avcılar tarafından avlanan hayvanların %98,72'si yaban domuzu, %1,28'i de karacadır. Hayvan türlerinden toplamda sadece 4 kızıl geyik (%2,01), 29 karaca (%14,57) ve 166 yaban domuzu (%83,42) yerli ve yabancı avcılar tarafından avlanılmıştır. Çalışmanın bulguları analiz edilirken ön plana çıkan bir husus vardır. Bu da kısıtlı sayıda hayvan türünün avlanmasıdır. Yerli avcılarının yalnızca yaban domuzu, kızıl geyik ve karaca türündeki hayvanları avlarken yabancı avcılarının da sadece yaban domuzu ve karaca türündeki hayvanları avlamaları dikkat çekmektedir. Ayrıca hayvan türlerinden ÇBDK, yaban keçisi, YB dişi, YB HB-Ş, melez yaban keçisi, Anadolu yaban koyunu ve ceylanın avcısının ya da avcılarının olduğuna ve vurulduğuna dair herhangi bir bilgiye rastlanmamaktadır.

6. SONUÇ VE TARTIŞMA

Av turizmi, turizm tiplerinden biridir ve bu turizm tipiyle ilgilenen ülkelerin ekonomilerini canlandırıcı bir etki oluşturmaktadır. Kastamonu da önemli bir av turizmi destinasyonudur. Kastamonu'nun gerek coğrafi yapısı (Karadeniz bölgesinin batısında bulunması, ormanlık alanlara sahip olması gibi) gerek av ve yaban hayvanı varlığı gerekse altyapı olanakları olanakları (yaban hayatı geliştirme sahalarının ve avlaklarının bulunması vb.) bakımından av turizmi kapsamında yüksek potansiyele ve öneme sahip olduğu görülmektedir. Literatürde bulunan bir çalışma (Kaya ve Yıldırım, 2020) da av turizminde yüksek potansiyel ve önem elde etme noktasında gerek coğrafi yapının gerek altyapı imkânlarının gerekse av ve yaban hayvanı varlığının önem taşıdığının altını çizmektedir. Buna ek olarak, Kastamonu'nun söz konusu potansiyelinin ve öneminin daha da artırılması noktasında yerli ve yabancı avcı turistlerin sayısının özellikle de yabancı avcı turistlerin uyruk türünün çeşitlendirilmesi ve sayısının artırılması, Kastamonu'nun av turizminin gelişimi ve geleceği açısından yüksek derecede önem taşımaktadır.

Kastamonu yerli ve yabancı avcı turistlerden yüksek miktarlarda kazançlar elde etmektedir. Bu kazançların artması için de gerek tabiat turizmine gerekse de av turizmine il genelinde daha fazla önem gösterilmesi, uygun kararların saptanıp bu noktada atılması gereken adımların hemen atılması gerekmektedir.

Kastamonu'nun av turizmi sayesinde birçok yönden (ekonomik gelir artışı temin etme, doğal dengeyi koruma ve bu çerçevede süreklilik sağlama, hayvan nesillerinin tükenmesini önleme gibi) olumlu etki sağlaması söz konusudur. Gerçekten literatürde av turizminin birçok açıdan olumlu etki sağlayıp ilgili destinasyonun genel durumuna ve gelişimine katkıda bulunduğu gözler önüne serilmektedir (Çam ve Çılgınoğlu, 2024b; Osmonalieva, 2007; Şengül ve Çılgınoğlu, 2022).

Literatürde yer alan bir çalışmada (Çam ve Çılgınoğlu, 2020: 84, 86) av turizmi, Kastamonu'da az bilinen turizm tiplerinden biri olarak görülmektedir. Av turizmini ve Kastamonu'yu bir araya getiren çalışmaların ortaya konmasıyla söz konusu bilinirlik durumunun artırılması ihtimaller dâhilindedir. Bu çalışma da ilgili yönde söz konusu alana mevcut veya olası avantajlar ve olumlu etkiler sağlama adına güçlü destek olmaktadır.

Çalışma kapsamında belirtilen öneriler şöyledir:

- İllerin av turizmi potansiyeline yönelik yapılan ya da yapılacak olan gerek teorik gerekse de uygulama çalışmalarında yöre halklarının av turizmine yönelik düşünce, duygu, davranış ve tutumlarının iyi bir şekilde saptanması, bu doğrultuda da uygun ve etkili adımların atılması önemlidir.

- Kastamonu'nun av turizmi potansiyelinin geliştirilmesi noktasında yöresel halkın devlet yetkililerince bilgilendirilmesinde önemli bir fayda vardır.
- Türkiye'deki illerin av turizmi potansiyellerini ortaya koyan araştırmaların sayısının artırılması tavsiye edilmektedir.
- Yerli ve yabancı av turistlerinin av turizmi destinasyonlarını tercih etme sebeplerinin araştırılması önerilmektedir.
- Dünyada ve Türkiye'de av turizmi kapsamında ön plana çıkan destinasyonların araştırılması önerilmektedir.
- İnsanları av turizmine katılmaya yönlendiren fiziki ve psikolojik unsurlar saptanabilir ve bu durum da av turizmi arzı ve talebi kapsamında genel turistik perspektiften değerlendirilebilir.
- Karadeniz Bölgesi av turizmi potansiyelinin saptanması, illere göre bölümlendirilmesi, nicel bilgiler ağırlıklı olmak üzere karşılaştırmalı analizler yapılması önerilmektedir.
- Av turizminin doğaya, tabiata ve canlılara özellikle de hayvanlara etkileri araştırılabilir.
- Av turizmi talebinin artması noktasında uygun çalışma ve girişimler daha fazla sağlanabilir. Bu noktada ise yerli ve yabancı turistlerin taleplerini artırmak için uygun fiyat politikaları ve kolaylıklar sağlanabilir.
- Yabancı avcı turistlerin daha fazla ilgilerinin çekilmesi ve av turizmi destinasyonlarına seyahat etme isteklerinin artırılması önemlidir. Bu noktada ise av turizmi potansiyellerinin daha cezbedici şekilde sunulması, bunu yaparken de ücret konusunda daha makul olunmasında büyük ölçüde fayda vardır.
- Av turizminin gelişimini sekteye uğratan (kaçak, düzensiz ve zamansız avlanma vb. gibi) durumların tespit edilmesi ve bu konuda alınan önlemlerin, yapılan yaptırımların ne(ler) olduğu ortaya çıkarılabilir.
- Ülkelerin av turizmi alanında yetki sahibi birimleri ve bu birimlerin yetkilerinin neler olduğu konusuna açıklık getirilebilir. Ayrıca çalışma kapsamında bu birimlerin, av turizmi pazarının ulusal ve uluslararası açıdan gelişimi üzerindeki etkileri ve rolü de derinlemesine ele alınabilir.
- Genel olarak av turizmine yönelik olumlu ve olumsuz görüşler odak grup görüşmesi kapsamında tartışılabilir. Bu odak grup görüşmelerinin sayısı ve türü üç olarak belirlenebilir. Bu kapsamda da turizm eğitimi veren akademisyenlerden, turizm eğitimi veren öğretmenlerden ve turizm eğitimi alan öğrencilerden yararlanılması tavsiye edilmektedir.
- Av turizminin çarpan çoğaltan etkisi ekonomistler tarafından değerlendirilebilir. Zira av turizmi pazarından önemli ekonomik kazanımların elde edildiği göz ardı edilmemelidir. Ayrıca av turizmine genellikle gelir seviyesi yüksek olan kişilerin katılım gösterdikleri unutulmamalıdır.

Destek ve Teşekkür Beyanı

T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Küre Doğa Koruma ve Millî Parklar yetkililerine katkılarından dolayı teşekkür ederim.

Kaynakça

Aboumaria, H.Y. (t.y.). Orman Ekolojisinin Kırsal Alan Kalkınma Üzerindeki Etkileri. Erişim Adresi: https://www.researchgate.net/publication/288000194_ORMAN_EKOLOJISININ_KIRSAL_ALAN_KALKINMA_UZERINDEKI_ETKILERI Erişim Tarihi: 07.10.2022.

Akgün, B.T. (2003). Antalya Orman Bölge Müdürlüğü'nde Av Turizminin Rekreatif Arz-Talep Yönünden İncelenmesi. *Journal of the Faculty of Forestry Istanbul University*, 55(1), 139-160.

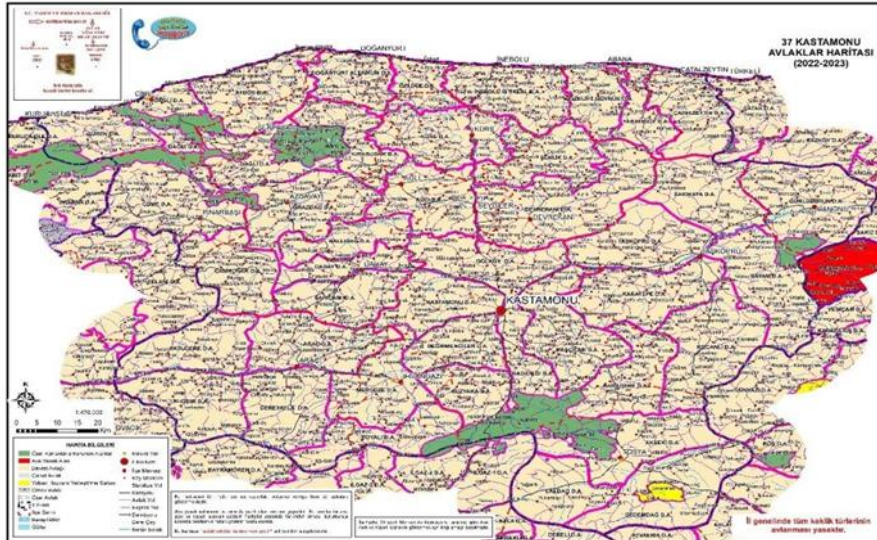
- Akkuş, G. ve Akkuş, Ç. (2019). Kastamonu İlçeleri Temel Turistik Arz Kaynakları Envanteri: Tabiat Turizmi Alt Türleri ve Doğa Sporları. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 146-164.
- Akova, İ. (2000). Alternatif Turizm Olanaklarımız. *Coğrafya Dergisi*, (8), 71-84.
- Av Yönetimi Bilgi Sistemi. (t.y.). Avlak Haritaları. Erişim Adresi: <https://avlakharitalari.tarimorman.gov.tr/> Erişim Tarihi: 22.07.2022.
- Avcı, M. (1990). Kastamonu'nun Turizm Potansiyeli (*Basilmamış Yüksek Lisans Tezi*). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aydoğdu, A. (2012). Kastamonu'nun Doğal Zenginliklerinin Turistik Ürün Bakış Açısıyla İrdelenmesi. *Kastamonu'nun Doğal Zenginlikleri Sempozyumu*, 16-17 Ekim 2012, Kastamonu, 161-185.
- Aydoğdu, A. ve Duman, S. (2017). Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi: Kastamonu Örneği. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 6(1), 4-23.
- Baldıran, Ş. ve Ulubay, A. (2008). *Turizm Coğrafyası*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Başkaya, Ş., Başkaya, E. ve Arpacık, A. (2012). Relationship Between Forest Protection and Hunting Tourism in Turkey. *African Journal of Agricultural Research*, 7(42), 5637-5643.
- Batuhan, T. (2020). On Birinci Kalkınma Planında Turizm Politikaları. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 77-84.
- Baydil, E. ve İbret, B. Ü. (1999). Kastamonu Şehrini Tarihi Gelişimi ve 1924/1925 Şehir Planı Üzerine Bir Değerlendirme. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 7(1), 3-18.
- Büyüksalvarcı, A., Şapcılar, M.C. ve Bayrakçı, S. (2016). Kalkınma Planları Kapsamında Turizm Endüstrisinin Değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, (11), 186-201.
- Ciliv, V. (2008). *İller İçin Gelişme Stratejileri: Kastamonu*. TEB Gelişim Akademisi Kastamonu İçin Sonuç Raporu. İstanbul: Graphis Yayıncılık.
- Çakır, R.A. (2018). Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkileri: Ayder Turizm Bölgesi Örneği (*Basilmamış Yüksek Lisans Tezi*). Rize: Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çam, O. ve Avcı, M. (2020a). İnanç Turizmi Faaliyetlerine Yönelik Olumsuz Etki Eden Faktörlerin Araştırılması: Kastamonu Örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 259-270.
- Çam, O. ve Avcı, M. (2020b). Kastamonu İlinin 2018 Türk Dünyası Kültür Başkenti Olmasının, İldeki Etkinliklerin, Festivallerin Değerlendirilerek Halkın Bakış Açısının İrdelenmesi. 6. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu Bildiri Kitabı*, 01 Ekim 2020, Denizli, 142-156.
- Çam, O. ve Avcı, M. (2021). Kastamonu İlinin 2018 Türk Dünyası Kültür Başkenti Olması ve Etkilerine İlişkin Halkın Bakış Açısı. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(2), 1247-1263.
- Çam, O. ve Çelik, C. (2022). Evaluation of Bocuk Night within the Framework of Faith Tourism Events. *Journal of Applied Tourism Research*, 3(1), 37-56.
- Çam, O. ve Çılgınoğlu, H. (2020). Kastamonu İli Turizm Potansiyeli ve İnanç Turizminin Şehirdeki Yeri ve Önemi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 76-90.
- Çam, O. ve Çılgınoğlu, H. (2021a). Tosya İlçesinin Turizm Potansiyeli. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 156-175.
- Çam, O. ve Çılgınoğlu, H. (2021b). Kastamonu İlinin Tıbbi Aromatik Bitki Potansiyelinin Araştırılması. *Göbeklitepe International Journal of Health Sciences*, 4(4), 92-102.
- Çam, O. ve Çılgınoğlu, H. (2024a). Av Turizmi ve Tabiat Turizmi İlişkisi. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 262-277.
- Çam, O. ve Çılgınoğlu, H. (2024b). Av Turizminin İktisadi Etkisinin Tespit Edilmesi: Balıkesir İli Örneği. *Journal of Applied Tourism Research*, 5(1), 28-39.
- Çetinkaya, Y. (2019). İnanç Turizmi Destinasyonu Olarak Kastamonu Hz. Pir Şeyh Şaban-ı Veli Örneği (*Basilmamış Yüksek Lisans Tezi*). Kastamonu: Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Çılınçoğlu, H. ve Çam, O. (2021). Turizm Potansiyelinin Geliştirilmesinde Yerel Yönetimlerin Rolü ve Etkisi: Kastamonu Örneği. O.K. Yılmaz (Ed.). *Belediyelerin Genişleyen Ekosistemleri Üzerine Disiplinlerarası Çalışmalar* (ss. 47-76). Ankara: Nobel Bilimsel Eserler.
- Demir, M. ve Caner, A.M. (2012). Alternatif Turizm Kapsamında Av Turizminin Erzincan İli Turizmine Etkisi. *Batı Akdeniz Ormancilık Araştırma Enstitüsü Dergisi*, 2(66), 17-35.
- Dilber, İ. (2007). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkisinin Girdi-Çıktı Tablosu Yardımıyla Değerlendirilmesi. *Yönetim ve Ekonomi*, 14(2), 205-220.
- Erdoğan, N. (2003). *Çevre ve (Eko) Turizm*. Ankara: Erk Yayınları.
- Gačić, D.P., Prentović, R., Pilipović, V. ve Ostojić, M. (2015). Hunting Tourism and Safety Aspects of Hunting Fauna Use in Serbia. *Glasnik Sumarskog Fakulteta*, (Suppl.), 45-54.
- Geray, U. ve Akesen, A. (2001). *Av ve Yaban Hayatı Kaynaklarının Sürdürülebilir Yönetimi*. Orman Bakanlığı Milli Parklar, Av-Yaban Hayatı Genel Müdürlüğü. Ankara: Eğitim Yayınları: 1.
- Gürbüz, A. (2005). Kastamonu'ya Gelen Yerli Turist Profilini Belirlemeye Yönelik Bir Uygulama. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2), 75-92.
- Gürdoğan, A. ve Tetik, S. (2016). Salihli'nin Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 6(1), 59-68.
- Gürel, F., Tengiz, Z.M. ve İnan, O. (2019). Kırsal Turizm Alanında Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK) Destekleri: Kastamonu Örneği. *International Conference on Eurasian Economies*, 423-429.
- İlgaz Yıldırım, B. ve Şahin, D. (2018). Akdeniz Ülkelerinde Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bootstrap Panel Nedensellik Testi. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(16), 73-83.
- İbret, B.Ü. (2000). Küre'de Bakır Cevheri Üretimi ve Bakır Madenciliğinin Küre Ekonomisindeki Yeri. *Birinci Kastamonu Kültür Sempozyumu* (ss. 433-450), 21-23 Mayıs 2000, Ankara.
- İbret, B.Ü., Aydınöz, D. ve Uğurlu, M. (2015). Kastamonu Şehrinde Kültür ve İnanç Turizmi. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 32, 239-269.
- Kara, O., Çömlekçi, İ. ve Kaya, V. (2012). Turizm Gelirlerinin Çeşitli Makro Ekonomik Göstergeler ile İlişkisi: Türkiye Örneği (1992-2011). *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 75-100.
- Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (t.y.). Milli Parklar ve Korunan Alanlar. Erişim Adresi: <https://kastamonu.ktb.gov.tr/tr-63883/milli-parklar-ve-korunan-alanlar.html> Erişim Tarihi: 22.07.2022.
- Kaya, F. ve Yıldırım, G. (2020). Ekoturizm Potansiyeli Açısından Doğu Karadeniz Bölgesi'nin Değerlendirilmesi. *Tourism and Recreation*, 2(1) 125-133.
- Kılıç, D.D., Güler, D., Babacan, A. ve Kılıç, M. (2019). Amasya'nın Ekoturizm Potansiyelinin Belirlenmesi Üzerine Bir Derleme. *Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 77-106.
- Korkmaz, H. ve Yavaş, B. (2020). Çanakkale İli Eceabat İlçesinin Ekoturizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Journal of Global Tourism and Technology Research (JGTTTR)*, 1(1), 12-33.
- Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı. (2011). Turizm Eylem Planı, Kuzey Anadolu Turizmde Geleceğini Arıyor. Kastamonu.
- Matejević, M., Jovanović, T., Ponjiger, I., Ristić, Z., Marković, V. ve Kovačević, M. (2022). The Residents' Attitudes about the Development of Hunting Tourism in Vojvodina (Serbia). *Economic of Agriculture*, 69(3), 681-695. <https://doi.org/10.5937/ekoPolj2203681M>.
- Metin, A.E. ve Ören, V.E. (2023). Sürdürülebilirlik Kapsamında Uşak İli Av Turizmi Potansiyelinin Araştırılması. *Euroasia Matematik, Mühendislik, Doğa ve Tıp Bilimleri Dergisi Medical Sciences*, 10(28), 110-120. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8235139>.
- Milliyet. (2021). Kastamonu Haritası: Kastamonu İlçeleri Nelerdir? Kastamonu İlının Nüfusu Kaçtır, Kaç İlçesi Vardır? Erişim Adresi: <https://www.milliyet.com.tr/egitim/haritalar/kastamonu-haritasi-kastamonu-ilceleri-nelerdir-kastamonu-ilinin-nufusu-kactir-kac-ilcesi-vardir-6310001> Erişim Tarihi: 04.03.2021.

- Oktay, K., İşlek, E. ve Yaşar, U. (2016). Kastamonu'da Doğa Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 9(2), 47-54.
- Olçay, A., Dağlıoğlu, T. ve Sürme, M. (2019). Turistleri Av Turizmine Yönelten Nedenlerin Belirlenmesine Yönelik Araştırma. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 6(3), 285-293.
- Orhan, F. ve Gömüç, M. (2021). Alternatif Turizm Potansiyeli Açısından Doğa ile Tarihin Buluştuğu Bir Yer İncelemesi: Arapgir (Malatya). S. Koday ve C. Sevindi (Ed.). *Beşeri Coğrafya* (ss. 185-227). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Osmonalieva, B. (2007). Bir Turistik Ürün Çeşidi Olarak Av Turizmi ve Kırgızistan'da Av Turizmi (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özdönmez, M., İstanbullu, T., Akesen, A. ve Ekizoğlu, A. (1996). *Ormancılık Politikası*. İstanbul: İ.Ü. Orman Fakültesi Yayını. Yayın No: 435.
- Özer, O. (2020). Türkiye'nin Av Turizmi Potansiyeli Konusunda Bir Değerlendirme. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 3(1), 71-86.
- Özer, O. (2025). Av Köşkerinin Av Turizmindeki Yeri; Bulgaristan Örneği. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(3), 975-1005.
- Özkan, A.H. (2005). Ekolojik Mimarlık Çerçevesinde Alanya'daki Turizm Olgusunun İncelenmesi (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Öztaş, K. ve Karabulut, T. (2007). Turistik Destinasyon Oluşturma Potansiyeli Açısından Göller Yöresinin Önemi. *Selçuk Üniversitesi Karaman, İ.İ.B.F Dergisi*, 12, 22-38.
- Prentović, R., Živković, B. ve Cvijanović, D. (2016). Hunting Tourism in the Function of Rural Development of Homolje. *Економика пољопривреде*, LXIII(1), 71-87.
- Resmi Gazete. (2022, 27 Mayıs). 2022-2023 Av Dönemi Merkez Av Komisyonu Kararı. Sayı: 31848 (Mükerrer). 06 Ağustos 2023 tarihinde <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2022/05/20220527M1-1.pdf> adresinden erişildi.
- Ristić, Z., Sajko, G., Simat, K. ve Matejević, M. (2013). Comparative Review of Hunting Tourism in the Czech Republic and Hungary. *Researches Reviews of the Department of Geography, Tourism and Hotel Management*, 42(2013), 205-220.
- Samırkaş, M. ve Samırkaş, M.C. (2014). Turizm Sektörünün Ekonomik Büyümeye Etkisi: Türkiye Örneği. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 15(1), 63-76.
- Sezgin, M. ve Ünüvar, Ş. (2009). Kùltürler Arası İletişimde Turizmin Önemi, Alternatif Turizm ve Pazar Olgusu. *Journal of Azerbaijani Studies*, 12(1-2), 392-404.
- Sezgin, O.M. (2001). *Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Soykan, F. (1999). Doğal Çevre ve Kırsal Kùltürle Bütünleşen Bir Turizm Türü: Kırsal Turizm. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 67-75.
- Şafak, İ. (2003). Türkiye'deki Av Turizmi Uygulamalarının Özel Avlak İşletmelerine Etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 2, 133-148.
- Şen, G. ve Erkan Buğday, S. (2015). Kastamonu İlinde Çeşitli Statülerde Koruma ve Kullanma Amaçlı Belirlenmiş Alanlar. *Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 15(2), 214-230.
- Şengül, A. ve Çılgınoğlu, H. (2022). Av Turizminin Ekonomik Etkisinin Belirlenmesi: Kastamonu Örneği. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(3), 1333-1345. DOI: 10.11616/asbi.1160537.
- Şenol, F. (2008). *Turizm Coğrafyası*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı. (2022). *2021-2022 Av Yılı Av Turizmi İzleme ve Bilgi Cetveli*.
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı. (t.y.). Yaban Hayatı Geliştirme Sahaları. Erişim Adresi: <https://www.tarimorman.gov.tr/DKMP/Belgeler/Korunan%20Alanlar%20Listesi/6-%20YHGS.pdf> Erişim Tarihi: 06.08.2023.
- Torun, C. (2015). Elazığ İlinin Kırsal Turizm Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Tuncel, V. (2019). Kalkınma Planlarının Turizm Politikaları Perspektifinde Değerlendirilmesi. *Tourism and Recreation*, 1(2), 58-66.
- Ukav, İ. (2012). Adıyaman'da Av Turizmi. *II. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi*, Adıyaman.
- Ulusoy, H. (2015). Av Turizminin Kırsal Turizm Açısından Kırsal Kalkınma Üzerindeki Etkisinin İrdelenmesi. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 8(2), 74-80.
- Unur, K. (2002). Türkiye'nin Ekonomik Etkilerini Ölçmede Kullanılan Yöntemler ve Türkiye'nin Aktif Dış Turizm Gelirlerinin Ölçümü İçin Bir Model Önerisi (Basılmamış Doktora Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ünal, O. (2018). Konya İli, Yeryüzü Şekillerinin Ekoturizm Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Yamak, N., Tanrıöver, B. ve Güneysu, F. (2012). Turizm-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Sektör Bazında Bir İnceleme. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26(2), 205-220.
- Yaman, K. (2001). Kastamonu İlinde Doğal Olarak Yetişen Başlıca Tıbbi ve Aromatik Bitkilerin Toplama, İşleme ve Pazarlama Maliyetleri ve Söz Konusu Ürünlerin İl Ekonomisine Katkıları (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Yaman, Z. (2003). *Kastamonu 2003 Turizm Envanteri Gezi Rehberi*. Kastamonu.
- Yavuz, E. (2018). Giresun İlinde Avcı Profiline Belirlenmesi ve Yaban Hayatı İnsan Çatışması (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Bartın: Bartın Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Yavuz, M. (2011). Afyonkarahisar-Sandıklı İlçesi Akdağ Tabiat Parkı'nın Ekoturizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Afyonkarahisar: Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yurcu, G. ve Kasalak, M.A. (2016). Ekoturizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirmesi: Aydın İli Sultanhisar İlçesi Örneği. *Turkish Journal of Life Sciences*, 1(1), 46-51.
- Zengin, B., Ulama, Ş. ve Koç, D.E. (2019). Kastamonu İlinin Doğa Turizmi Potansiyelinin Alternatif Turizm Kapsamında Değerlendirilmesi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 251-274.

Ekler



Harita 1. Kastamonu Avlaklar Haritası

Kaynak: (Av Yönetimi Bilgi Sistemi, t.y.; Şengül & Çılgınoğlu, 2022: 1337)

Tablo 1. Kastamonu'daki Avlaklar

KASTAMONU'DAKİ AVLAKLAR
Ağlı Devlet Avlağı
Akseki Devlet Avlağı
Aksudere Devlet Avlağı
Araç Devlet Avlağı
Aydos Devlet Avlağı
Ballıdağ Mevkii Devlet Avlağı
Bayam Devlet Avlağı
Boyalı Devlet Avlağı
Bozkurt Göynük Devlet Avlağı
Çaldağ Devlet Avlağı
Çamkonak Devlet Avlağı
Çatalzeytin Devlet Avlağı
Çöme Devlet Avlağı
Daday Devlet Avlağı
Dağlı Devlet Avlağı
Dedemdağı Devlet Avlağı
Değirmenciler Devlet Avlağı
Dereyayla Devlet Avlağı
Devrekani Devlet Avlağı
Doğanyurt Altinkum Devlet Avlağı
Gölköy Devlet Avlağı
Günlüburun Devlet Avlağı
Güren Devlet Avlağı
İğdir Devlet Avlağı
İnebolu İstiklal Devlet Avlağı
Kadıdağı Devlet Avlağı
Karadere Devlet Avlağı
Karatepe Devlet Avlağı
Kaşçılar Devlet Avlağı
Kastamonu Devlet Avlağı
Kirazdağı Devlet Avlağı
Kırkbudak Devlet Avlağı
Koçanlı Devlet Avlağı
Küre Devlet Avlağı
Kuzyaka Devlet Avlağı
Mergüze Devlet Avlağı
Özlüce Devlet Avlağı
Sarıçam Devlet Avlağı
Sarıkaya Devlet Avlağı
Şenlik Devlet Avlağı
Taşköprü Devlet Avlağı
Yaralığöz Devlet Avlağı

Kaynak: (Av Yönetimi Bilgi Sistemi, t.y.; Şengül & Çılınnoğlu, 2022: 1337).

Tablo 2. 2021-2022 Av Yılı Av Turizmi Kapsamındaki Av Organizasyonlarına İlişkin Av Turizmi İzleme ve Bilgi Cetveli

Avcının Uyuşu	Avlanma Durumu		Ücretlendirme					Toplam Ava Katılım Gün Sayısı
	Avlanan Sayı	Avlanan Tür	Avlanma İzin Ücreti (KDV Dâhil)	Avlama Ücreti / İhale Bedeli (KDV Dâhil)	Ödenmiş Katılım Payı (KDV Hariç)	İlçe Bel./ Tüzel Kişiliği	Belde Bel./ Köy Tüzel Kişiliği	
Belçika	0	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Kızınsini Köyü Kavakyayla Köyü Tunuslar Köyü	3	5
Rusya	0	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Oyma Ağaç Söku Köyü Paşa Köyü	2	5
Rusya	0	Yaban Domuzu	110 TL	1416 TL	720 TL	Oyma Ağaç Söku Köyü Paşa Köyü	2	5
Avusturya	5	Yaban Domuzu	110 TL	1416 TL	720 TL	Oyma Ağaç Söku Köyü Paşa Köyü	2	5
Almanya	0	Yaban Domuzu	110 TL	1416 TL	720 TL	Çevlik Köyü	1	2
İspanya	6	Yaban Domuzu	110 TL	1416 TL	720 TL	-	-	5
İspanya	5	Yaban Domuzu	110 TL	1416 TL	720 TL	Kayabağı Köyü Üyükören Köyü	2	4
İspanya	0	Yaban Domuzu	110 TL	1416 TL	720 TL	-	-	4
İspanya	4	Yaban Domuzu	110 TL	1416 TL	720 TL	Kızılsaray Köyü Tatlıca Köyü	2	4
Fransa	4	Yaban Domuzu	110 TL	1416 TL	720 TL	Çifter Köyü Çepni Köyü Kayaönü Köyü	3	7
Fransa	3	Yaban Domuzu	110 TL	1416 TL	720 TL	Çevlik Köyü	1	3
Fransa	4	Yaban Domuzu	110 TL	1416 TL	720 TL	-	0	7
Amerika Birleşik Devletleri	1	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Gecen Köyü	1	4
İtalya	0	Yaban Domuzu	110 TL	1416 TL	720 TL	Özboyu Köyü	1	3
İtalya	2	Yaban Domuzu	110 TL	1416 TL	720 TL	Çevlik Köyü	1	3
İrlanda	4	Yaban Domuzu	110 TL	1416 TL	720 TL	Çevlik Köyü	1	6
İrlanda	5	Yaban Domuzu	110 TL	1416 TL	720 TL	Çifter Köyü Çepni Köyü Kayaönü Köyü	3	6
İrlanda	3	Yaban Domuzu	110 TL	1416 TL	720 TL	Özboyu Köyü	1	6
Almanya	6	Yaban Domuzu	110 TL	1416 TL	720 TL	Çaybaşı Köyü Hocavakıf Köyü Halkbükü Köyü Bağdere Köyü Yeni Köy Gökbelen Köyü Aşağı Çakır Köyü Akçasu Köyü Gökçeagaç Köyü	9	5

Almanya	8	Yaban Domuzu	110 TL	1416 TL	720 TL	-	-	6
Fransa	9	Yaban Domuzu	110 TL	1416 TL	720 TL	Çevlik Köyü	1	6
Fransa	4	Yaban Domuzu	110 TL	1416 TL	720 TL	Çifter Köyü Çepni Köyü Kayaönü Köyü	3	5
Almanya	5	Yaban Domuzu	110 TL	1416 TL	720 TL	Çaybaşı Köyü Hocavakıf Köyü Halkbükü Köyü Bağdere Köyü Yeni Köy Gökbelen Köyü Aşağı Çakır Köyü Akçasu Köyü Gökçeğaç Köyü	9	3
Türkiye	3	Yaban Domuzu	110 TL	1416 TL	720 TL	Bakırcı Köyü Dereyücek Köyü Gecen Köyü Yumacık Köyü	4	2
Türkiye	4	Yaban Domuzu	110 TL	1416 TL	720 TL	Gecen Köyü	1	4
Türkiye	4	Yaban Domuzu	110 TL	1416 TL	720 TL	Bakırcı Köyü Dereyücek Köyü Gecen Köyü Yumacık Köyü	4	3
Türkiye	4	Yaban Domuzu	110 TL	1416 TL	720 TL	Gecen Köyü	1	4
Türkiye	2	Yaban Domuzu	55 TL	1416 TL	720 TL	Konukça Köyü Örencik Köyü	2	5
Türkiye	0	Yaban Domuzu	55 TL	1416 TL	720 TL	Camili Köyü	1	5
Türkiye	10	Yaban Domuzu	55 TL	1416 TL	720 TL	Derelitekke Köyü Hıdırlar Köyü Kozluören Köyü Maksut Köyü Mehmetçelebi Köyü Kayabaşı Köyü Yumacık Köyü	7	5
Türkiye	4	Yaban Domuzu	55 TL	1416 TL	720 TL	Kayabaşı Köyü Üyükören Köyü	2	5
Türkiye	2	Yaban Domuzu	55 TL	1416 TL	720 TL	Ilıca Köyü Karafasıl Köyü	2	4
Türkiye	0	Yaban Domuzu	55 TL	1416 TL	720 TL	Örencik Köyü	1	5
Türkiye	1	Yaban Domuzu	55 TL	1416 TL	720 TL	Çatalçam Köyü Kızılkese Köyü Elmayakası Köyü	3	5
Türkiye	0	Yaban Domuzu	55 TL	1416 TL	720 TL	Çaybaşı Köyü Hocavakıf Köyü Halkbükü Köyü Bağdere Köyü Yeni Köy Gökbelen Köyü Aşağı Çakır Köyü Akçasu Köyü Gökçeğaç Köyü	9	4
Türkiye	3	Yaban Domuzu	55 TL	1416 TL	720 TL	Belovacık Köyü	1	3
Türkiye	2	Yaban Domuzu	55 TL	1416 TL	720 TL	Oluközü Köyü	1	2

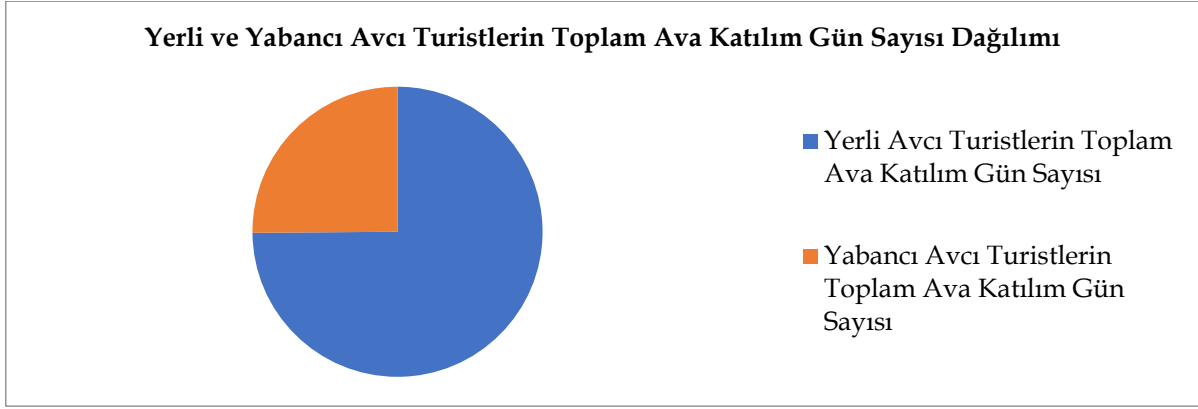
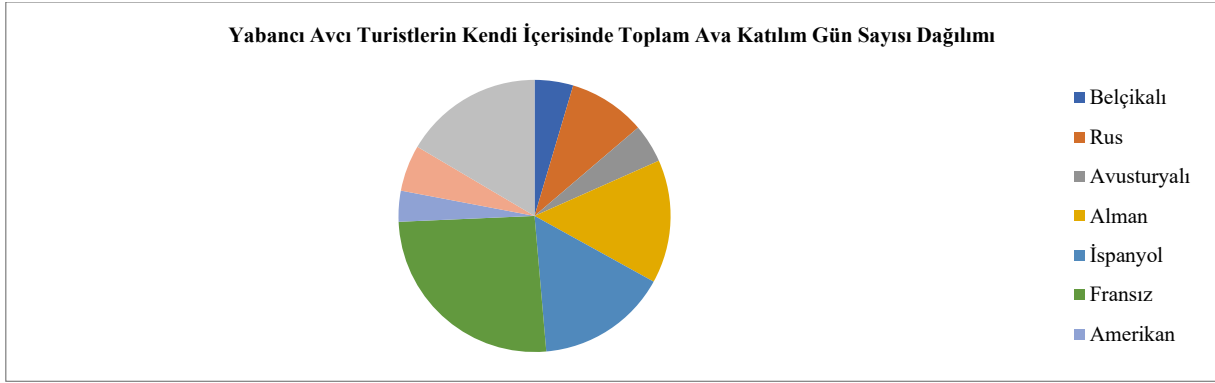
Türkiye	2	Yaban Domuzu	55 TL	1416 TL	720 TL	Dereyücek Köyü Gecen Köyü Bakırcı Köyü Yumacık Köyü	4	3
Türkiye	3	Yaban Domuzu	110 TL	1416 TL	720 TL	Belovacık Köyü	1	3
Türkiye	2	Yaban Domuzu	55 TL	1416 TL	720 TL	Aslanbey Köyü	1	4
Türkiye	3	Yaban Domuzu	55 TL	1416 TL	720 TL	Ilıca Köyü Karafasıl Köyü	2	4
Türkiye	3	Yaban Domuzu	55 TL	1416 TL	720 TL	Akpınar Köyü Gökören Köyü	2	2
Türkiye	10	Yaban Domuzu	55 TL	1416 TL	720 TL	-	-	5
Türkiye	3	Yaban Domuzu	55 TL	1416 TL	720 TL	Akpınar Köyü Gökören Köyü	2	5
Türkiye	0	Yaban Domuzu	55 TL	1416 TL	720 TL	Oluközü Köyü	1	4
Türkiye	0	Yaban Domuzu	55 TL	1416 TL	720 TL	Belovacık Köyü	1	4
Türkiye	5	Yaban Domuzu	55 TL	1416 TL	720 TL	Kızırsini Köyü Kavakyayla Köyü Tunuslar Köyü	3	4
Türkiye	0	Yaban Domuzu	55 TL	1416 TL	720 TL	Akpınar Köyü Gökören Köyü	2	3
Türkiye	9	Yaban Domuzu	55 TL	1416 TL	720 TL	Çepni Köyü Çifter Köyü Kayaönü Köyü	3	4
Türkiye	4	Yaban Domuzu	55 TL	1416 TL	720 TL	Çepni Köyü Çifter Köyü Kayaönü Köyü	3	3
Türkiye	6	Yaban Domuzu	55 TL	1416 TL	720 TL	Çevlik Köyü	1	3
Türkiye	0	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Çiçekyayla Köyü Mamatlar Köyü	2	3
Türkiye	0	Karaca	330 TL	-	-	Çiçekyayla Köyü Mamatlar Köyü	2	3
Türkiye	1	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Belovacık Köyü	1	3
Türkiye	0	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Aslanbey Köyü	1	5
Türkiye	0	Karaca	330 TL	-	-	Aslanbey Köyü	1	3
Türkiye	0	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Oluközü Köyü	1	5
Türkiye	1	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Demirci Köyü Kavakyayla Köyü Kızırsini Köyü Hasanağa Köyü Elmayazı Köyü	5	5
Türkiye	1	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Tellikoz Köyü Hanözü Köyü Gökçesu Köyü Doğanpınar Köyü İğdir Merkez Köyü	5	4
Türkiye	1	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Kayabağı Köyü Üyükören Köyü	2	2

Türkiye	1	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Örencik Köyü	1	5
Türkiye	1	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Oluközü Köyü	1	2
Türkiye	1	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Dereyücek Köyü Gecen Köyü Bakırcı Köyü Yumacık Köyü	4	3
Türkiye	1	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Dereköy Köyü	1	5
Türkiye	0	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Kızılkese Köyü Çatalçam Köyü Elmayakası Köyü	3	3
Türkiye	1	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Kızılkese Köyü Çatalçam Köyü Elmayakası Köyü	3	2
Türkiye	1	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Ilıca Köyü Karafasıl Köyü	2	3
Türkiye	0	Karaca	330 TL	826 TL	420 TL	İğdir Merkez Köyü	1	3
Türkiye	1	Karaca	330 TL	826 TL	420 TL	İğdir Merkez Köyü	1	2
Türkiye	0	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Belovacık Köyü	1	3
Türkiye	1	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Gecen Köyü	1	3
Türkiye	1	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Aslanbey Köyü	1	3
Türkiye	1	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Kızılsaray Köyü Tatlıca Köyü	2	1
Türkiye	0	Karaca	330 TL	826 TL	420 TL	Dereköy Köyü	1	3
Türkiye	1	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Çiçekyayla Köyü Mamatlar Köyü	2	2
Türkiye	0	Karaca	330 TL	826 TL	420 TL	-	-	2
Türkiye	0	Karaca	330 TL	826 TL	420 TL	Dereberçin Köyü Sulusökö Köyü İbrahimli Köyü Kirenli Köyü	4	3
Türkiye	0	Karaca	330 TL	826 TL	420 TL	Tellikoz Köyü Hanözü Köyü Gökçesu Köyü Doğanpınar Köyü İğdir Merkez Köyü	5	5
Türkiye	1	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Çatalçam Köyü Elmayakası Köyü Kızılkese Köyü	3	2
Türkiye	0	Karaca	330 TL	826 TL	420 TL	Çaybaşı Köyü Hocavakıf Köyü Halkbükü Köyü Bağdere Köyü Yeni Köy Gökbelen Köyü Aşağı Çakır Köyü Akçasu Köyü Gökçeagaç Köyü	9	4
Türkiye	0	Karaca	330 TL	826 TL	420 TL	-	-	4

Türkiye	0	Karaca	330 TL	826 TL	420 TL	-	-	4
Türkiye	1	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Demirci Köyü Kavakyayla Köyü Kızınsini Köyü Hasanağa Köyü Elmayazı Köyü	5	5
Türkiye	1	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	-	-	4
Türkiye	1	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Ilıca Köyü Karafasıl Köyü	2	2
Türkiye	1	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Örencik Köyü Konukçu Köyü	2	4
Türkiye	1	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Çepni Köyü Çifter Köyü Kayaönü Köyü	3	3
Türkiye	1	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Şeyhoğlu Köyü	1	2
Türkiye	1	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Camili Köyü	1	1
Türkiye	1	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Örencik Köyü Konukçu Köyü	2	5
Türkiye	1	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Kızınsini Köyü Kavakyayla Köyü Tunuslar Köyü	3	3
Türkiye	0	Karaca	330 TL	826 TL	420 TL	Dereyücek Köyü Gecen Köyü Bakırcı Köyü Yumacık Köyü	4	3
Türkiye	0	Karaca	330 TL	826 TL	420 TL	Çepni Köyü Çifter Köyü Kayaönü Köyü	3	2
Türkiye	0	Karaca	330 TL	826 TL	420 TL	Kızıl Saray Köyü Tatlıca Köyü	2	4
Türkiye	1	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Gökören Köyü Akınar Köyü	2	5
Türkiye	0	Karaca	330 TL	826 TL	420 TL	Kızınsini Köyü Kavakyayla Köyü Tunuslar Köyü	3	4
Türkiye	0	Karaca	330 TL	826 TL	420 TL	Oluközü Köyü	1	4
Türkiye	0	Karaca	330 TL	0 TL	0 TL	Örencik Köyü	1	5
Türkiye	1	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	-	-	1
Türkiye	0	Karaca	330 TL	-	-	-	-	5
Türkiye	0	Karaca	330 TL	-	-	-	-	5
Türkiye	0	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Akınar Köyü Gökören Köyü	2	3
Türkiye	0	Karaca	330 TL	0 TL	0 TL	-	-	3
Türkiye	0	Karaca	330 TL	826 TL	420 TL	Kızıllar Köyü Sarıpınar Köyü	2	4

Türkiye	1	Karaca	330 TL	1652 TL	840 TL	Yukarıoba Köyü Fındıklı Köyü Kirazlı Köyü Tavşanlı Köyü Çavuş Köyü Kavak Köyü Aşağıyazı Köyü Sıragözü Köyü Gölcük Köyü	9	5
Türkiye	0	Karaca	330 TL	826 TL	420 TL	Kızıllar Köyü Sarıpınar Köyü	2	3
Türkiye	0	Karaca	330 TL	826 TL	420 TL	Oyma Ağaç Söğü Köyü Paşa Köyü	2	-
Türkiye	0	Kızıl Geyik	550 TL	5015 TL	2550 TL	Çaybaşı Köyü Hocavakıf Köyü Halkbükü Köyü Bağdere Köyü Yeni Köy Gökbelen Köyü Aşağı Çakır Köyü Akçasu Köyü Gökçeada Köyü	9	5
Türkiye	0	Kızıl Geyik	550 TL	5015 TL	2550 TL	Kızıllar Köyü Sarıpınar Köyü	2	3
Türkiye	1	Kızıl Geyik	550 TL	13570 TL	6900 TL	Dereberçin Köyü Sulusöğü Köyü İbrahimli Köyü Kirenli Köyü	4	5
Türkiye	0	Kızıl Geyik	550 TL	5015 TL	2550 TL	Ilıca Köyü Karafasıl Köyü	2	5
Türkiye	0	Kızıl Geyik	550 TL	5015 TL	2550 TL	Oyma Ağaç Söğü Köyü Paşa Köyü	2	3
Türkiye	1	Kızıl Geyik	550 TL	10030 TL	5100 TL	Çepni Köyü Çiftler Köyü Kayaönü Köyü	3	2
Türkiye	1	Kızıl Geyik	550 TL	5015 TL	2550 TL	Kızıllar Köyü Sarıpınar Köyü	2	2
Türkiye	1	Kızıl Geyik	550 TL	5015 TL	2550 TL	Çaybaşı Köyü Hocavakıf Köyü Halkbükü Köyü Bağdere Köyü Yeni Köy Gökbelen Köyü Aşağı Çakır Köyü Akçasu Köyü Gökçeada Köyü	9	3
Türkiye	0	Kızıl Geyik	550 TL	5015 TL	2550 TL	Kayabaşı Köyü Üyükören Köyü	2	5

Kaynak: Şengül ve Çılgınoğlu (2022), T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı (2022) kaynaklarından uyarlanmıştır.

**Grafik 1.** Yerli ve Yabancı Avcı Turistlerin Toplam Ava Katılım Gün Sayısı Dağılımı**Kaynak:** Şengül ve Çılgınoğlu (2022), T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı (2022) kaynaklarından uyarlanmıştır.**Grafik 2.** Yabancı Avcı Turistlerin Kendi İçerisinde Toplam Ava Katılım Gün Sayısı Dağılımı**Kaynak:** Şengül ve Çılgınoğlu (2022), T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı (2022) kaynaklarından uyarlanmıştır.**Tablo 3.** 2021-2022 Av Yılı Av Turizmi İzleme ve Bilgi Cetveli

Tür	2021-2022 Kotası				2021-2022 Av Yılı Av Turizmi Kapsamında Açılan Davalar Sonucu Avlatılmayan Kotalar	2021-2022 Gelen Avcı / Vurulan Hayvan Sayısı					
	Acente	Yerli	Diplomat	Toplam		Yerli Avcı Sayısı	Yerli Avcı Tarafından Avlanan Hayvan Sayısı	Yabancı Avcı Sayısı	Yabancı Avcı Tarafından Avlanan Hayvan Sayısı	Toplam Avcı Sayısı	Toplam Avlanan Hayvan Sayısı
Yaban Domuzu	-	-	-	0	-	28	89	20	77	48	166
ÇBDK	-	-	-	0	-	-	-	-	-	-	-
Yaban Keçisi	-	-	-	0	-	-	-	-	-	-	-
YB Dişi	-	-	-	0	-	-	-	-	-	-	-
YB HB-Ş	-	-	-	0	-	-	-	-	-	-	-

Melez Yaban Keçisi	-	-	-	0	-	-	-	-	-	-	-
Anadolu Yaban Koyunu	-	-	-	0	-	-	-	-	-	-	-
Kızıl Geyik	-	8	-	8	-	9	4	-	-	9	4
Ceylan	-	-	-	0	-	-	-	-	-	-	-
Karaca	49	39	-	88	-	56	28	3	1	59	29
Toplam	49	47	0	96	-	93	121	23	78	116	199

Kaynak: Şengül ve Çılğinoğlu (2022), T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı (2022) kaynaklarından uyarlanmıştır.

Turizm Pazarlaması Alanındaki Akademik Eğilimler ve Bilgi Yapısı: 1984–2025 Dönemine İlişkin Bibliyometrik Bir Analiz

Academic Trends and Knowledge Structure in Tourism Marketing: A Bibliometric Analysis of the Period 1984–2025

İlker VURAL^a  ve Ali KOSAT^b 

^a Öğr. Gör., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Domaniç Hayme Ana Meslek Yüksekokulu, Bilgisayar Kullanımı Bölümü, Kütahya, Türkiye. ORCID: 0000-0002-3357-7725

^b Dr. Öğr. Üyesi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Domaniç Hayme Ana Meslek Yüksekokulu, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü, Kütahya, Türkiye. ORCID: 0000-0002-8192-5712

Özet

Bu çalışma, turizm pazarlaması alanındaki akademik yayınların eğilimlerini ve bilgi yapısını bibliyometrik analiz yöntemiyle incelemeyi amaçlamaktadır. Web of Science veri tabanında 1984–2025 yılları arasında yayımlanan 2436 makale analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, turizm pazarlaması alanında yayın sayısında son yıllarda belirgin bir artış olduğu, en fazla yayının Çin, ABD ve Güney Kore tarafından üretildiği görülmüştür. Lotka Yasası analizine göre yazarların büyük oranda tek çalışma yaptığı ortaya çıkmıştır. Bibliyometrik ağ haritaları, “müşteri memnuniyeti”, “sadakat”, “güven” ve “çevrim içi pazarlama” kavramlarının öne çıkan temalar olduğunu göstermektedir. Ayrıca Journal of Travel & Tourism Marketing dergisi, turizm pazarlaması araştırmalarında en etkili ve üretken yayın organı olarak belirlenmiştir. Bulgular, turizm pazarlaması araştırmalarında dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve destinasyon imajı gibi temaların giderek önem kazandığını ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Turizm pazarlaması, Bibliyometrik analiz, Dijital pazarlama, Akademik eğilimler

Makale Bilgisi

Geliş Tarihi 03.11.2025
Kabul Tarihi 05.12.2025

Sayı Editörü

Hacer ARSLAN KALAY

Abstract

This study aims to examine the trends and knowledge structure of academic publications in the field of tourism marketing using bibliometric analysis methods. A total of 2,436 articles published between 1984 and 2025 in the Web of Science database were analyzed. Findings indicate a significant increase in the number of publications in tourism marketing in recent years, with China, the US, and South Korea producing the highest number of publications. Lotka Law analysis revealed that authors largely produced only one study. Bibliometric network maps show that the concepts of “customer satisfaction,” “loyalty,” “trust,” and “online marketing” are prominent themes. Furthermore, the Journal of Travel & Tourism Marketing has been identified as the most influential and productive publication in tourism marketing research. The findings reveal that themes such as digitalization, sustainability, and destination image are becoming increasingly important in tourism marketing research.

Keywords: Tourism marketing, Bibliometric analysis, Digital marketing, Research trends

Sorumlu Yazar

İlker VURAL
ilker.vural@dpu.edu.tr

Önerilen Atıf:

Vural, İ. ve Kosat, A., (2025). Turizm Pazarlaması Alanındaki Akademik Eğilimler ve Bilgi Yapısı: 1984–2025 Dönemine İlişkin Bibliyometrik Bir Analiz. *Journal of Academic Tourism Studies*, 6(2): 291-313.

1. GİRİŞ

Turizm sektöründe pazarlamanın, şehirlerin ve turistik bölgelerin daha geniş kitlelere tanıtılmasına katkı sağlayarak yerli ve yabancı ziyaretçilerin ilgisinin artmasına yardımcı olabileceği düşünülmektedir. Bu bağlamda turizm pazarlamasının, ziyaretçi sayısındaki artış ve buna bağlı olarak ulusal ile bölgesel düzeyde gelir oluşumuna destek sunabileceği değerlendirilmektedir. Ayrıca turizm pazarlaması uygulamalarının, destinasyon imajının geliştirilmesi yoluyla daha fazla turist çekilmesine, konaklama sürelerinin uzamasına ve destinasyon içi harcama düzeylerinin yükselmesine katkıda bulunmayı amaçladığı ifade edilebilir.

Turizm pazarlaması, destinasyon ekonomik planlamasıyla bütünleşerek, çevresel güvenliği sağlayarak ve toplumsal kalkınmayı teşvik ederek bir ülkenin kalkınmasına katkıda bulunur (Belosluttceva ve Fesenko, 2019). Turistik yerlerde unutulmaz deneyimler sunarak, ziyaretçilerle olumlu ilişkiler kurup tavsiyelerde bulunarak ve seyahat sırasında turistlerin ihtiyaçlarını karşılayarak tüketiciler için değer oluşturur (Prayogo, 2018). Bu nedenle turizm pazarlaması, ekonomik planlamayla uyumlu hâle getirilerek, çevresel sürdürülebilirliği sağlayarak, toplumsal kalkınmayı teşvik ederek, değer oluşturmayı, olumlu deneyimleri ön planda tutarak ve turistlerin güvenlik ve konfor ihtiyaçlarını karşılayarak ulusal kalkınmada hayati bir rol oynamaktadır.

Turizmde pazarlama stratejisi, arz ve talep arasında önemli bir bağdır. Turistlerin çeşitli deneyimlere veya seyahatlere yönelik gerçekleştirdikleri harcamaların, turizm sektöründeki ekonomik süreçlerle birlikte ele alındığında pazarlama stratejilerinin etkinliğiyle ilişkilendirilebileceği ifade edilmektedir. Bu doğrultuda turizm pazarlama stratejisi oluşturmak, merkezi ve yerel yönetimler, turizm yönetim acenteleri ve turizm sektöründeki paydaşlar tarafından aranan vazgeçilmez bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Bu strateji, turizm gelirlerini etkileyen çeşitli yaklaşımlarla turizm gelişiminin gerçekleştirilmesinde büyük önem taşımaktadır (Benghadbane ve Khreis, 2019). İşletmeler için bir turizm pazarlama stratejisi, sürdürülebilir markalar geliştirmek ve sektördeki değişikliklere uyum sağlamak için pazarlama araçlarından yararlanmak açısından vazgeçilmezdir (Font ve McCabe, 2017; Supryadi vd., 2022; Seshadri vd., 2023). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), turistlerin ihtiyaçlarını karşılamaya odaklanması nedeniyle kaliteli turizmin en etkili pazarlama araçlarından biri olduğunu vurgulamaktadır. Hem kaliteyi hem de niceliği kapsayan hedeflerle, turizm sektörünün ve meydana gelen ekonominin ekonomik dayanıklılığa katkısının artırılması beklenmektedir.

Bu boşlukları sistematik olarak ele almak için bu çalışma, akademik katkıları sentezlemek için yapılandırılmış ve nicel bir yaklaşım sunan bibliyometrik analizi kullanmaktadır. Geleneksel literatür incelemelerinin aksine, bibliyometrik analiz, turizm pazarlamasındaki bilgi gelişiminin şeffaf ve veri odaklı bir incelemesini sağlayarak, özellikle keşfedilmemiş alanları belirlemede ve yeni araştırma yörüngelerini ortaya çıkarmada etkilidir (Donthu vd., 2020). Bibliyometrik analiz, alandaki bilginin gelişimi, araştırma kümeleri, etkili katılımcılar ve tematik eğilimleri belirlemede değerli içgörüler sağlar.

Mevcut literatüre dayanarak, bu çalışma sosyal medya pazarlama araştırmasının entelektüel yapısını haritalamakta ve gelecekteki araştırmalar için kritik alanları vurgulamaktadır. Web of Science (WoS) veri tabanındaki küresel katkıları analiz ederek, alanı şekillendiren araştırma yörüngelerini, disiplinler arası bağlantıları ve geliştirilen teorik çerçeveleri ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca, akademik kapsayıcılığın, yeterince temsil edilmeyen bölgelerin ele alınmasının ve küresel pazarlama trendlerinin daha adil bir şekilde anlaşılmasının önemini vurgulamaktadır. Bu çalışma, alan yazına katkı sağlamanın yanı sıra, turizm pazarlamasının evriminin daha kapsamlı bir şekilde ifade edilmesine olanak sağlayarak çeşitli ekonomik ve teknolojik ortamlarda gelecekteki araştırmalar ve pratik uygulamalar için bir temel sunmaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Turizm Pazarlaması

Turizm pazarlaması, belirli bir bölge veya konumdaki turizm destinasyonlarını tanıtmak, gezginleri çekmek ve turizm sektörünün büyümesini desteklemek için kullanılan pazarlama stratejileri ve taktiklerini ifade eder (Avraham, 2020). Turizm pazarlamasının temel amacı turist çekmek, ziyaretçi sayısını artırmak ve nihayetinde turizm yoluyla gelir elde etmektir (Dolnicar, 2022; Gim vd., 2023). Benzer şekilde, turizm pazarlaması da destinasyonları tanıtmak ve ziyaretçi çekmede önemli bir disiplindir (Yeh vd., 2019). Dolayısıyla, küreselleşmiş bir dünyada, turizm destinasyonları arasındaki rekabet şiddetlidir ve bu da öne çıkmak ve turist çekmek için turizm pazarlaması uygulamalarına odaklanılmasını gerektirmektedir (Casais vd., 2020).

Pazarlama stratejileri aracılığıyla destinasyonlar, gezginleri bir sonraki destinasyonları olarak kendilerini seçmeye ikna etmek için benzersiz cazibe merkezlerini, kültürlerini, mutfaklarını ve aktivitelerini öne çıkarabilirler (Tsai, 2020). Ayrıca, turizm pazarlamasının temel bir parçası da hedef kitlenin belirlenmesidir. Her destinasyonun, belirli turist grupları için daha çekici olabilecek özellikleri ve cazibe merkezleri vardır (Sigalat-Signes vd., 2020). Bu nedenle, ideal ziyaretçi profilini belirlemek ve pazarlama stratejilerini onların ihtiyaç ve isteklerine göre uyarlamak önemlidir. Bu; sosyal medya kampanyaları, çevrim içi reklamlar, bilgilendirici broşürler ve hedef kitleye ulaşmak için diğer araçları içerebilir (Bu vd., 2021).

Teknoloji ve dijital medyanın kullanımı, turizm pazarlamasında giderek artan bir trenddir (Femenia-Serra ve Gretzel, 2020). Sosyal ağlar, etkileşimli web siteleri ve mobil uygulamalar, destinasyon tanıtımında önemli bir rol oynamaktadır (Lim vd., 2021). Dolayısıyla, gezginler çevrim içi bilgi arar, deneyimlerini paylaşır ve yorumlara ve önerilere dayanarak kararlar alır (Mkwizu, 2019). Bu nedenle, turizm destinasyonları aktif bir çevrim içi varlık sürdürmeli ve gezginlerle etkileşim kurmak ve dikkatlerini çekmek için dijital pazarlama stratejileri kullanmalıdır (Labanauskaitė vd., 2020). Bununla birlikte, sürdürülebilirlik de turizm pazarlamasının önemli bir unsuru hâline gelmiştir. Modern gezginler, sorumlu seyahat etmenin ve çevreyi korumanın öneminin giderek daha fazla farkındadır (Ketter ve Avraham, 2021). Pazarlama faaliyetleri aracılığıyla sürdürülebilir ve çevre dostu uygulamaları teşvik eden destinasyonlar, yalnızca ekolojik olarak ilgili belirli bir turist kesimini çekmekle kalmaz, aynı zamanda doğal ve kültürel kaynaklarının uzun vadeli korunmasına da katkıda bulunur (Cham vd., 2021).

Turizm pazarlaması önemli bir araştırma konusu hâline gelmiş ve ülke ekonomisinde ve sektörün büyümesinde hayati bir yere sahiptir. Turizm, doğrudan ve dolaylı olarak istihdam meydana getirmesi, dış ticaret gelirlerini artırması ve yerel ekonomilerin büyümesine katkıda bulunması nedeniyle birçok ülke için önemli bir gelir kaynağıdır (Geng vd., 2024). Ürünlerinin somut olmayan ve deneyime dayalı yapısı nedeniyle diğer pazarlama biçimlerinden farklı olan turizm pazarlaması, yalnızca hizmetleri tanıtmayı değil, aynı zamanda destinasyonların çekiciliğini de artırmayı amaçlayan stratejileri içerir. Bu stratejiler, hedef kitlelerin beklenti ve ihtiyaçlarıyla uyumlu, ziyaretçiler için benzersiz ve unutulmaz deneyimler meydana getirmeye odaklanır. Geleneksel pazarlamanın aksine, turizm pazarlaması, destinasyona özgü kültürel, doğal ve tarihi varlıkları vurgulayarak karmaşık karar alma süreçlerini ele alır ve iletişim ve tanıtım stratejilerine nüanslı bir yaklaşım gerektirir (Chakraborty vd., 2023). Ayrıca, onu diğer hizmet sektörü pazarlama çalışmalarından ayıran somut olmayan ve deneyime dayalı ürünlerin tanıtımını da kapsar (Gretzel vd., 2015).

Turizm pazarlaması, sektördeki ürün veya hizmetlerin yalnızca tanıtımının ötesinde bir olgudur. Destinasyon çekiciliğini artırmak ve ziyaretçilere daha iyi deneyimler sunmak için stratejiler geliştirmeyi içerir (Buhalis, 2000). Kozak'a (2014) göre turizm pazarlaması, bir destinasyonu veya turistik ürünü hedef kitlenin ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda sunarak süreç boyunca değer oluşturmayı içerir.

Turizm sektörünün pazarlama sistemi çeşitli temel bileşenleri bir araya getirir. Bunlar arasında satış promosyonları, fiyat analizi, reklam planlaması, müşteri gelirinin tahmini, tüketici ihtiyaçlarının anlaşılması ve geniş bir ürün yelpazesi sunulması yer alır. Turizm sektöründe rekabet gücünü artırmak ve misafir memnuniyetini sağlamak için bu unsurların tutarlı bir şekilde yönetilmesi gerekir (Kozak, 2014). Teknolojik gelişmeler, turizmle ilgili bilgilerin tanıtımı ve tüketimi için yeni çerçeveler oluşturarak bu alanı yeniden şekillendirmiştir.

Dijitalleşmenin turizm pazarlamasına entegrasyonu, rekabeti yoğunlaştırmakla kalmamış, aynı zamanda geleneksel uygulamaları da dönüştürmüştür. Dijital araçları etkin bir şekilde kullanan işletmeler, operasyonel verimliliği ve müşteri memnuniyetini artırabilir ve rekabetçi konumlarını güçlendirebilir (İmtiaz ve Kim, 2019). İnternet teknolojileri, rezervasyon, satın alma ve ürün tanıtımı gibi pazarlama faaliyetlerinde vazgeçilmez hâle gelmiştir. Turizm işletmeleri, gelecekte daha da büyümesi beklenen bir trend olan internet tabanlı pazarlama stratejilerini yoğun bir şekilde kullanmaktadır (Law vd., 2007).

2.2. Turizm Pazarlamasında Bibliyometrik Analiz

Bibliyometrik yaklaşım kullanan sistematik literatür taraması, önceki araştırmaların meta verilerine dayalı olarak araştırma sonuçlarının istatistiksel tabanlı analizi olarak bilinir (Nusair, 2019; Suban vd., 2023). Ancak, nicel ve nitel olarak şeffaf bir şekilde yürütülen bibliyometrik analiz, bilginin yayılmasını destekler (Handoko, 2020). Bu çalışmada araştırmacılar, mevcut literatürü kapsamlı bir şekilde anlamak için bibliyometrik (nicel) ve içerik (nitel) yaklaşımları kullanmışlardır (Secinaro ve Calandra, 2020). Bibliyometri, bibliyografik üretimin nicel çalışmasına ve zaman içindeki evrimine odaklanan ve bilimsel araştırmalardaki kalıpları ve eğilimleri analiz eden bir disiplindir. İletişim ve turizm bağlamında bibliyometri, bu disiplinler arası alanların evrimini anlamak için paha biçilmez bir araç hâline gelir. Bibliyometri, en alakalı araştırma eğilimlerini, en çok araştırılan konuları belirlememizi sağlar. Bibliyometri, bibliyografik üretimin nicel çalışmasına ve zaman içindeki evrimine odaklanan ve bilimsel araştırmalardaki kalıpları ve eğilimleri analiz eden bir disiplindir (Mora Forero ve Nieto, 2023).

Çok sayıda yazılım aracı bibliyometrik analizleri desteklemektedir. Ancak bunların çoğu akademisyenlere eksiksiz bir iş akışında yardımcı olmamaktadır. Bibliyometrik çalışmalarda CitNetExplorer (van Eck ve Waltman, 2014), VOSviewer (van Eck ve Waltman, 2010), SciMAT (Cobo vd., 2012), BibExcel (Persson vd., 2009), Science of Science (Sci2) Tool (Team, 2009), CiteSpace (Chen, 2006) ve VantagePoint genellikle kullanılan donanım araçlarıdır.

CitNetExplorer ve VOSviewer, onaylanmış koleksiyonların atıf ağlarını analiz etmek ve görselleştirmek için van Eck ve Waltman tarafından tasarlanan iki ücretsiz Java uygulamasıdır. CitNetExplorer, araştırmacıların (i) bir araştırma raporunun zaman gelişimini analiz ederek, (ii) bir araştırma konusuyla ilgili temel literatürü belirlemesine ve (iii) bir araştırmacının yayın bilgilerini ve diğer araştırmacıların yayınları üzerindeki lisans incelemesine olanak tanır. VOSviewer, bibliyometrik haritaların grafiksel gösterimini ele alır ve özellikle büyük bibliyometrik haritaların kolay yorumlanabilir bir şekilde görüntülenmesi için kullanışlıdır.

SciMAT, uzunlamasına bir çerçeve altında bilimsel haritalama analizi çalışmaları için geliştirilmiş açık kaynaklı bir yazılım aracıdır. SciMAT'ın (i) bir bilgi tabanının ve birimlerinin yönetimi; (ii) bilimsel haritalama analizi ve (iii) elde edilen sonuçların görselleştirilmesi olmak üzere üç farklı modülü bulunmaktadır.

BibExcel, bir araştırmacının bibliyografik verileri veya benzer şekilde biçimlendirilmiş metinsel nitelikteki herhangi bir veriyi analiz etmesine yardımcı olacak şekilde tasarlanmıştır. Daha fazla işlem için Excel'e veya sekmeli veri kayıtlarını kabul eden herhangi bir programa aktarılabilen veri dosyaları oluşturulur. Ancak BibExcel, herhangi bir modül içermesi için sonuçları görselleştirir ve haritalandırır.

Sci2 (Bilim Bilimi) Aracı, bibliyografik koleksiyonun zamansal, konusal ve ağ analizini ve görselleştirilmesini destekleyen ücretsiz bir yazılımdır.

CiteSpace, yasal literatürdeki değişiklikleri ve kalıpları görselleştirmek ve analiz etmek için ücretsiz bir Java uygulamasıdır. Bir alan veya bölgedeki kritik noktalar, özellikle de bölgesel noktalarını ve dönüm noktalarını belirlemeye odaklanmaktadır.

VantagePoint, tescilli haritalama analizi için ticari bir yazılımdır. En büyük güç, neredeyse tüm kullanılabilen metin içeriklerini okuyabilme yeteneğidir. 190'dan fazla farklı dâhilî transfer filtresini kullanabilme. Ayrıca VantagePoint, temel bibliyometrik haritaları görselleştirmek için bir araç içerir (Aria ve Cuccurullo, 2017).

Bibliometrix R-paketi, bibliyometri ve scientometride niceliksel araştırmalar için bir dizi araç sağlar. Açık kaynaklı bir ortam ve ekosistem olan R dilinde yazılmıştır. Önemli ve etkili istatistiksel algoritmaların varlığı, yüksek kaliteli sayısal rutinlere erişim ve entegre veri görselleştirme araçları, bilimsel hesaplamalar için R'yi diğer dillere tercih etmenin belki de en güçlü özellikleridir.

Bibliyometrik analiz ilk olarak araştırmacıların atıflara, anahtar kelimelere veya yazarlara dayanarak araştırma ağını belirlemelerine ve anlamalarına yardımcı olmak için ortaya atılmıştır (Kumar vd., 2020; Rusydiana vd., 2021).

Analizin ilk adımı olarak araştırmacılar anahtar kelime seçimine odaklanır. Anahtar kelime seçimi, geniş arama yollarından genel çalışmalara ve konulara kadar uzanan makro (yukarıdan aşağıya) bir yaklaşımla yapılabilir (Pahlevi, 2023). Bu nedenle, önceki araştırmalardaki boşluklar ve turizm pazarlaması ele alan sınırlı çalışmalar göz önünde bulundurularak, bu çalışma turizm pazarlamasını makale başlığı, özet ve anahtar kelimeler bölümünde referans olarak içermektedir.

Araştırma analizi, araştırmacıların kendi bilim alanlarına göre çeşitli bilgiler edinmelerine yardımcı olan WoS veri tabanından alınan araştırma meta verileri kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada WoS veri tabanı kullanılmıştır çünkü WoS dünya çapında birçok araştırmacı için temel referans olan kapsamlı ve güvenilir bir veri tabanıdır. WoS, yalnızca en saygın yayıncılardan gelen içerikleri indeksleyerek, WoS'daki içeriğin titiz kontrollerden geçerek ve bağımsız bir inceleme kurulu tarafından seçilerek en yüksek kalitede olmasını sağlar. Ayrıca, WoS veri tabanı araştırmacılar tarafından literatür taraması yapmak, uzmanları belirlemek ve araştırma eğilimlerini izlemek gibi çeşitli araştırma amaçları için kullanılır.

Araştırmada ayrıca, toplanan her kaynağın başlıklarını, anahtar kelimelerini ve özetlerini analiz etmek için bibliyometrik bir yaklaşım kullanılacaktır. Bu bibliyometrik analiz, araştırmacılar için oldukça faydalıdır ve bu araştırma alanı için atıflar, yayın ülkeleri ve başyazarlar ile doğru çalışmaları destekler. Son olarak, araştırmacılara yardımcı olmak ve toplanan meta verilerin araştırma sonuçlarını analiz etmek için Bibliometrix R-paketi yazılımı kullanılmıştır.

3. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu çalışmanın amacı, turizm pazarlaması konusunda yapılan çalışmaların evrimini ve bilgi yapısını bibliyometrik analiz yöntemiyle incelemektir. Bu amaç doğrultusunda çalışmada, "Turizm pazarlaması konulu çalışmaların performans yapısı nasıldır?", "Turizm pazarlaması ile ilgili alan yazınının entelektüel ve yapısal bağlantıları nasıldır?" sorularına cevap aranmaktadır.

4. YÖNTEM

Bu çalışmada, turizm pazarlaması kavramına yönelik araştırma makalelerinin bilgi yapısının belirlenen parametreler kapsamında incelenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada betimsel araştırma modeli kullanılmıştır. Betimsel araştırmalar, var olan bir durumu olduğu gibi tanımlamayı amaçlayan, olayların ve olguların mevcut koşullar altında betimlenmesine dayanan araştırmalardır (Karasar, 1982).

5. VERİLERİN TOPLANMASI VE ANALİZİ

Araştırma verileri WoS veri tabanı kullanılarak 10.10.2025 tarihinde elde edilmiştir. Veriler, veri tabanında "tüm alanlar" kısmı seçilerek ve "tourism marketing" anahtar kelimesi kullanılarak

filtrelenmiştir. Analiz için R Studio paket programı kullanıldığı için filtrelenen veriler BibTex formatında indirilmiş ve analiz yapılabilmesi için birleştirilmiştir. Filtreleme sonucunda WoS veri tabanında 2926 tane dokümana ulaşılmıştır. Elde edilen verilerden doküman türü “makale” olarak belirlenmiş ve 2436 makaleye ulaşılmıştır. Elde edilen 2436 makalenin bibliyometrik analizinin yapılabilmesi için R tabanlı biblioshiny açık kaynak kodlu paket programına aktarılmıştır ve analiz gerçekleştirilmiştir.

6. BULGULAR

Araştırmada 1984-2025 yılları arasında araştırmanın yapıldığı tarihe kadar olan sürede yayınlanan 2436 makale tespit edilmiştir. WoS veri tabanından elde edilen verilere ilişkin ana veriler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Araştırmaya ait Ana Veriler

Ana Kategoriler	Alt Kategoriler	Sonuçlar
Ana Bilgiler	Zaman aralığı	1984:2025
	Kaynaklar	392
	Makale sayısı	2436
	Yıl başına düşen ortalama makale sayısı	7.46
	Makale başına düşen ortalama atıf	31.81
	Referanslar	94246
Belge İçeriği	Anahtar kelimeler	2796
	Yazarın anahtar kelimeleri	7662
Yazarlar	Yazar sayısı	4617
	Tek yazarlı makale sayısı	350
	Çok yazarlı makale sayısı	2086

Kaynak: Yazarlar tarafından derlenmiştir.

Veri tabanında elde edilen 2436 makalede makale başına düşen ortalama atıf sayısı 31.81, makalelerde kullanılan anahtar kelime sayısı 7662 ve yazar sayısı 4617 olarak tespit edilmiştir. Bu makalelerin 350 tanesi tek yazarlı kalan 2086 makale ise çok yazarlıdır. Tablo 1’deki veriler, turizm pazarlaması araştırmalarında yayın sayısının yıllar içinde istikrarlı biçimde arttığını, alanın olgunlaşma sürecine girdiğini göstermektedir. Makale başına düşen ortalama 31.81 atıf, turizm pazarlamasının disiplinler arası çekiciliğini ve alanın bilimsel görünürlüğünün yüksek olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, anahtar kelime çeşitliliğinin fazla olması, kavramsal bir dağınıklığa da işaret edebilir. Bu durum, alandaki araştırmacıların farklı teorik yaklaşımları benimsediğini göstermektedir.

6.1. En Üretken Yazar

Turizm pazarlaması ile ilgili makaleler incelendiğinde en üretken 10 yazar bilgisi Tablo 2’de verilmiştir. Tablo 2’ye göre 77 makale ile en üretken yazar Han Heesup olmuştur. Law Rob, Avraham Eli turizm pazarlaması kavramına sırasıyla 61 ve 22 makale ile katkıda bulunmuştur. Han Heesup, Law Rob ve Avraham Eli gibi yazarların yüksek üretkenliği, turizm pazarlamasının

özellikle Asya merkezli bir araştırma odağı kazandığını göstermektedir. Bu yazarların çalışmalarının ağırlıklı olarak *destination branding* ve *digital marketing* konularına odaklanması, alanın dijitalleşme yönelimini de yansıtmaktadır. Ayrıca, ilk 10 yazarın çoğunun akademik olarak birbirine atıf yapan ağlar oluşturduğu, literatürde belirli bir entelektüel çekirdek grubun bulunduğunu düşündürmektedir.

Tablo 2. En Üretken İlk On Yazar

Yazarlar	Makale Sayısı
Han Heesup	77
Law Rob	61
Avraham Eli	22
Hyun Sunghyup Sean	20
Hwang Jinsoo	18
Lee Choong-Ki	17
Ketter Eran	15
Lee Jin-Soo	15
Wang Youcheng	15
Chua Bee-Lia	14

Kaynak: Yazarlar tarafından derlenmiştir.

6.2. Lotka Yasası Analizi

Lotka Yasası, özellikle bibliyometri (yayınların istatistiksel analizi) alanında kullanılan, yazarların bilimsel verimliliğini (yayın sayılarının dağılımını) tanımlayan temel bir yasadır. Lotka'ya göre (1926: 323), belli bir alanda iki yazı yazanın sayısı, bir yazı yazanın yaklaşık $1/4$ 'ü; üç yazı yazanın sayısı, bir yazı yazanın $1/9$ 'u; n sayıda yazı yazanın sayısı ise bir yazı yazanın yaklaşık $1/n^2$ 'si kadardır ve yazı yazarlar içinde bir yazı yazanın oranı, yaklaşık %60'tır. Lotka yasası, bibliyometri alanında yazar üretkenliği üzerine yapılan analizlerin temel taşlarından biri olup, üretkenlik desenlerini değerlendiren önemli bir kuram olarak kabul edilmektedir (Demiröz, 2024).

Lotka Yasası'na göre makaleler incelendiğinde Tablo 3'te turizm pazarlaması kavramı üzerine tek makale çalışması olan 3704 yazar bulunmaktadır. Turizm pazarlaması üzerine iki çalışması olan 490, üç çalışması bulunan 169 yazar tespit edilmiştir. Lotka Yasası sonuçlarına göre, turizm pazarlaması alanında üretkenlik dağılımı klasik bilimsel üretim modellerinden sapmaktadır. Tek yazarlı çalışmaların %80'in üzerinde olması, alanın iş birliğine açık ancak hâlâ bireysel araştırma ağırlıklı olduğunu göstermektedir. Bu durum, özellikle uluslararası ortaklıkların ve çok disiplinli çalışmaların artırılması gerektiğini işaret etmektedir. Ayrıca, bu dağılımın yüksek rekabet ve düşük ağ etkisi oluşturduğu da söylenebilir.

Tablo 3. Lotka Yasasına Göre Makale Sayısı - Yazar Yüzde Oranları

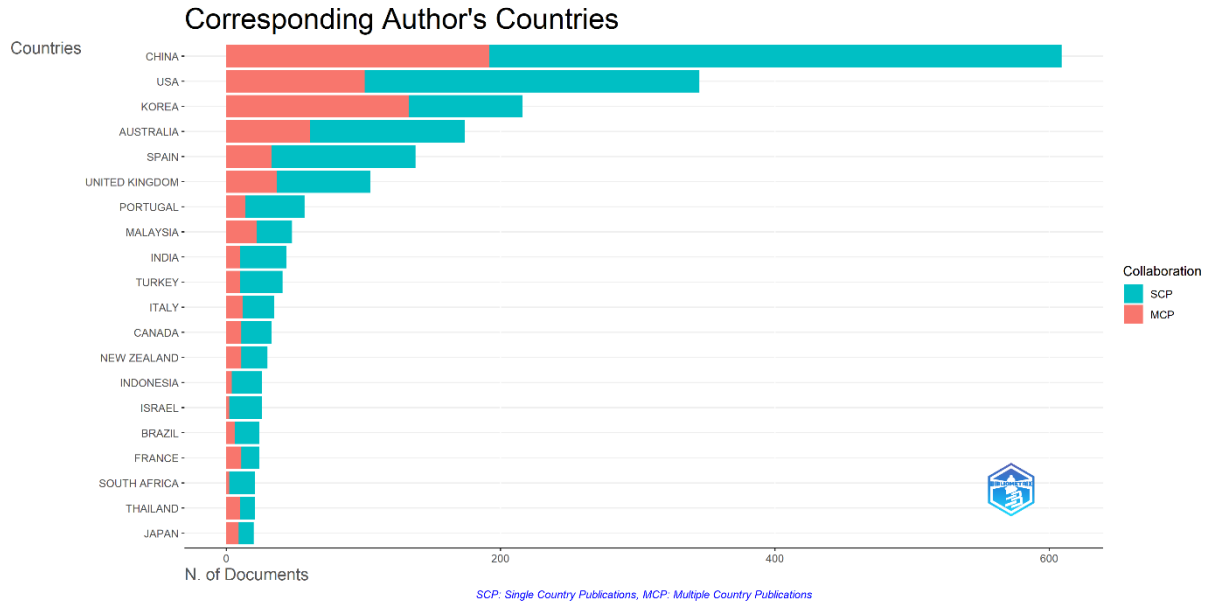
Makale Sayısı	Yazar Sayısı	Yazar Yüzdesi	Makale Sayısı	Yazar Sayısı	Yazar Yüzdesi
1	3704	80.23%	14	7	0.15%
2	490	10.61%	15	5	0.11%
3	169	3.66%	16	4	0.09%
4	85	1.84%	17	1	0.02%
5	45	0.97%	18	2	0.04%
6	31	0.67%	20	1	0.02%
7	23	0.50%	21	1	0.02%
8	11	0.24%	22	1	0.02%
9	11	0.24%	23	1	0.02%
10	10	0.22%	32	1	0.02%
11	7	0.15%	61	1	0.02%
12	3	0.06%	80	1	0.02%
13	2	0.04%			

Kaynak: Yazarlar tarafından derlenmiştir.

Elde edilen veriler Lotka Yasası ile uyumlu değildir. Lotka yasasına göre, Turizm pazarlaması konusu ile ilgili yazar ve makaleler incelendiğinde; %80,23'lük kısmın bir makale ile katkıda bulunan yazarlardan oluştuğu, %10,61'inin iki ve %3,66'sının ise üç makale ile katkıda bulunan yazarlardan oluştuğu belirlenmiştir.

6.3. Sorumlu Yazarların Ülkeleri ve Makale Sayıları

Şekil 1'de ülkesine göre en çok yayın yapan ilk 20 sorumlu yazarın yazdığı makale sayıları verilmiştir. Şekil 1'e göre, SCP (Single Country Publications) aynı ülkedeki, MCP (Multiple Country Publications) ise farklı ülkelerdeki yazarların birlikte yaptıkları yayın sayılarını göstermektedir.



Şekil 1. Sorumlu Yazarların Ülkeleri ve Makale Sayıları

Tablo 4 incelendiğinde en çok yayın yapan ülke Çin olarak tespit edilmiştir. Çin'i, ABD ve Güney Kore takip etmektedir. Türkiye ise sıralamada 10. sırada yer almaktadır. Tablo 4'e göre ilk 20 ülke içinde sadece Güney Kore'de oransal olarak farklı ülkelerde bulunan yazarların makale sayısı fazla iken diğer ülkelerde aynı ülkede bulunan yazarların makale sayısı daha fazladır. Bu durum araştırmacıların çoğunlukla kendi ülkelerinde yer alan meslektaşları ile yayın yaptığını göstermektedir. Türkiye'de ise yayınların %75,6'sının ülke içindeki yazarlar ile yapıldığı, %24,4'ünün ise farklı ülkelerden yazarlar ile yapıldığı tespit edilmiştir. Çin, ABD ve Güney Kore'nin turizm pazarlaması kavramı üzerine yazılan yayınlarda açık biçimde lider olduğu görülmektedir. Bu durum, hem bu ülkelerin turizm ekonomisindeki büyüklüğü hem de araştırma fon sistemlerinin güçlü olmasından kaynaklanabilir. Türkiye'nin 10. sırada yer alması, bölgesel düzeyde kayda değer bir üretkenliği yansıtmaktadır. Ancak, Türkiye'deki çalışmaların çoğunlukla ulusal düzeyde (SCP) yürütülmesi, uluslararası iş birliği potansiyelinin yeterince kullanılmadığını göstermektedir.

Tablo 4. Sorumlu Yazarların Ülkeleri ve Makale Sayıları

Ülke	Makale Sayısı	Makale Sayısı (%)	SCP	MCP	MCP %
Çin	609	25	417	192	31.5
Amerika	345	14.2	244	101	29.3
Güney Kore	216	8.9	83	133	61.6
Avustralya	174	7.1	113	61	35.1
İspanya	138	5.7	105	33	23.9
Birleşik Krallık	105	4.3	68	37	35.2
Portekiz	57	2.3	43	14	24.6
Malezya	48	2	26	22	45.8
Hindistan	44	1.8	34	10	22.7

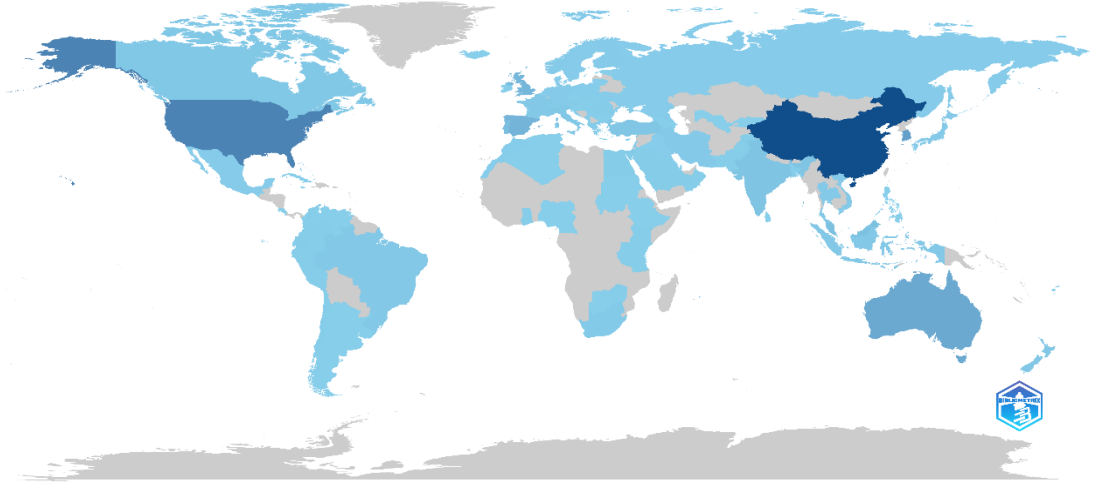
Türkiye	41	1.7	31	10	24.4
İtalya	35	1.4	23	12	34.3
Kanada	33	1.4	22	11	33.3
Yeni Zelanda	30	1.2	19	11	36.7
Endonezya	26	1.1	22	4	15.4
İsrail	26	1.1	24	2	7.7
Brezilya	24	1	18	6	25
Fransa	24	1	13	11	45.8
Güney Afrika	21	0.9	19	2	9.5
Tayland	21	0.9	11	10	47.6
Japonya	20	0.8	11	9	45

Kaynak: Yazarlar tarafından derlenmiştir.

6.4. Ülkelerin Bilimsel Üretkenliği

Şekil 2’de turizm pazarlamasına yönelik ülkelerin bilimsel üretkenliklerine ilişkin bir harita paylaşılmıştır. Haritada yer alan gri alanlar çalışma yapılmadığını, mavi alanlar ise açık renkten koyu renge doğru üretkenliğin arttığını göstermektedir.

Country Scientific Production



Şekil 2. Ülkelerin Bilimsel Üretkenliği

Tablo 5’te üretkenliği en çok olan 20 ülkenin toplam makale sayıları ve toplam atıf sayısının, toplam makale sayısına oranının sayısal verileri verilmiştir. Tabloya göre en üretken ülke 2012 makale ile Çin olurken Türkiye 119 makale ile 10. sırada yer almıştır. Toplam atıf sayısının, toplam makale sayısına oranına bakıldığında ise ilk sırada %23,3 ile Kanada yer almaktadır. Aynı zamanda makale sayısında Çin önde olmasına rağmen, Türkiye’nin (12.74%) Çin’e (8.44%) göre performansının daha iyi olduğunu söyleyebiliriz.

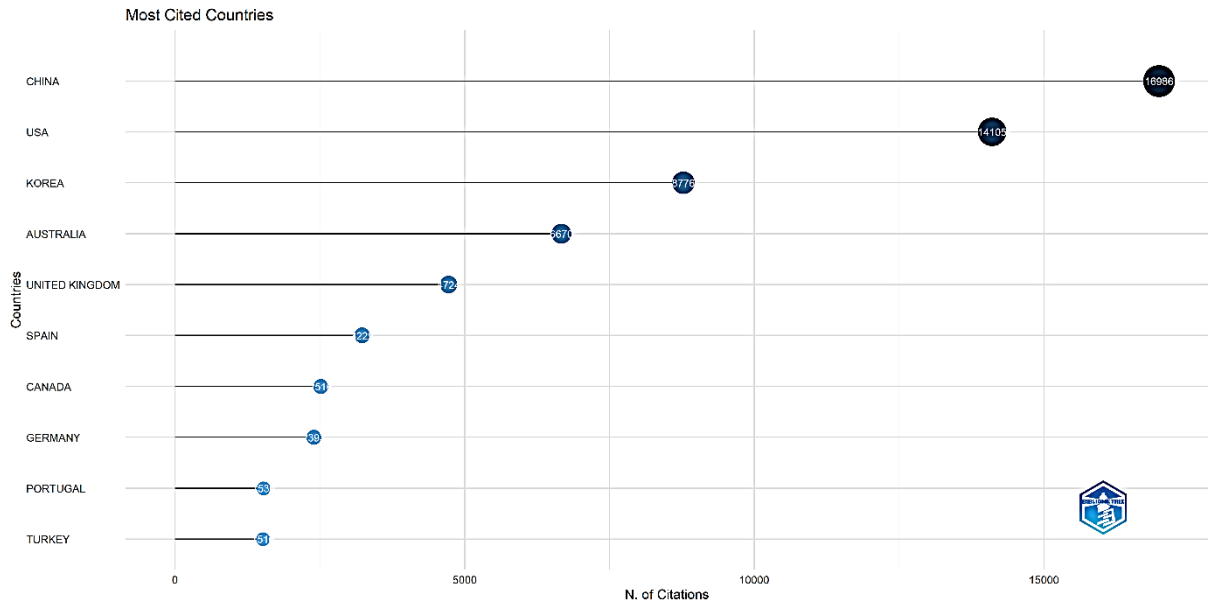
Tablo 5. Ülkelere Göre Toplam Makale Sayıları ve Toplam Atıf Sayısının Toplam Makale Sayısına Oranları

Sıra	Ülke	Makale Sayısı	Toplam Atıf Sayısı/Toplam Makale Sayısı	Sıra	Ülke	Makale Sayısı	Toplam Atıf Sayısı/Toplam Makale Sayısı
1	Çin	2012	8.44%	11	Kanada	108	23.30%
2	Amerika	1140	12.37%	12	İtalya	108	8.65%
3	Güney Kore	697	12.59%	13	Yeni Zelanda	105	9.99%
4	Avustralya	550	12.13%	14	Endonezya	85	4.09%
5	İspanya	383	8.43%	15	Fransa	84	9.25%
6	Birleşik Krallık	344	13.73%	16	Brezilya	83	2.47%
7	Portekiz	230	6.65%	17	İsrail	73	12.67%
8	Malezya	198	6.89%	18	Güney Afrika	70	6.17%
9	Hindistan	140	10.11%	19	Japonya	68	7.22%
10	Türkiye	119	12.74%	20	Tayland	68	5.04%

Kaynak: Yazarlar tarafından derlenmiştir.

6.5. Atıflara İlişkin Bulgular

Şekil 3'te en çok atıf yapılan ilk 10 ülke verilmiştir. Şekil 3'e göre en çok atıf alan ülke 16986 atıf ile Çin'dir. Çin'i sırasıyla 14105 atıf ile ABD, 8776 atıf ile Güney Kore takip etmektedir. Türkiye ise 1516 atıf ile 10. sırada yer almaktadır.

**Şekil 3.** En çok Atıf Yapılan İlk 10 Ülke ve Atıf Sayıları

Turizm pazarlaması alanında atıf alan tüm ülkelere ilişkin bilgiler Tablo 6’da gösterilmiştir. Tabloya göre Bahreyn, Bulgaristan, Estonya, Etiyopya ve Sudan’da yazılan makalelere hiç atıf yapılmamıştır.

Tablo 6. Ülkelerin Atıf Sayıları

Sıra	Ülke	Toplam Atıf Sayısı	Sıra	Ülke	Toplam Atıf Sayısı
1	Çin	16986	45	Cezayir	91
2	Amerika	14105	46	İsveç	86
3	Güney Kore	8776	47	Macaristan	81
4	Avustralya	6670	48	Kıbrıs	79
5	Birleşik Krallık	4724	49	Fiji	70
6	İspanya	3229	50	Gana	70
7	Kanada	2516	51	Tanzanya	57
8	Almanya	2393	52	Meksika	48
9	Portekiz	1530	53	Morityus	47
10	Türkiye	1516	54	Lübnan	41
11	Hindistan	1415	55	Çek Cumhuriyeti	27
12	Malezya	1364	56	Filipinler	27
13	Yeni Zelanda	1049	57	İzlanda	19
14	İtalya	934	58	Arnavutluk	16
15	İsrail	925	59	Slovenya	16
16	Fransa	777	60	Ekvador	14
17	Finlandiya	725	61	Kenya	13
18	Japonya	491	62	Ermenistan	12
19	Romanya	449	63	Ürdün	12
20	Güney Afrika	432	64	Fas	11
21	Norveç	393	65	Pakistan	10
22	Avusturya	375	66	Ukrayna	10
23	Endonezya	348	67	Bangladeş	9

24	Tayland	343	68	Botsvana	9
25	Hollanda	338	69	Azerbaycan	8
26	Yunanistan	337	70	Rusya	8
27	Belçika	228	71	Malta	6
28	Umman	220	72	Tunus	6
29	İran	217	73	Küba	4
30	Brezilya	205	74	Zimbabve	4
31	İsviçre	205	75	Kolombiya	3
32	Danimarka	202	76	Nijerya	3
33	Singapur	193	77	Arjantin	2
34	Polonya	189	78	Irak	2
35	Suudi Arabistan	183	79	Peru	2
36	Vietnam	159	80	Venezuela	2
37	İrlanda	154	81	Jamaika	1
38	Şili	149	82	Slovakya	1
39	Hırvatistan	143	83	Bahreyn	0
40	Barbados	141	84	Bulgaristan	0
41	Sırbistan	121	85	Estonya	0
42	Birleşik Arap Emirlikleri	120	86	Etiyopya	0
43	Mısır	113	87	Sudan	0
44	Litvanya	97			

Kaynak: Yazarlar tarafından derlenmiştir.

Tablo 7’de yıllara göre makale sayısı, makale başına ve yıllık makale başına ortalama atıf sayıları verilmiştir. En çok makale 2025 yılında en az makale ise 1984 ve 1993 yıllarında yazılmıştır. Makale başına ortalama atıf sayısı 357.33 atıf ile en çok 2004 yılında, en az ise 1.48 atıf ile 2025 yılındadır.

Tablo 7. Yıllara Göre Makale Sayısı, Makale Başına Ortalama Atıf ve Yıllık Atıf Sayısı

Yıllar	Makale Sayısı	Makale Başına Ortalama Atıf Sayısı	Yıllık Makale Başına Ortalama Atıf Sayısı	Yıllar	Makale Sayısı	Makale Başına Ortalama Atıf Sayısı	Yıllık Makale Başına Ortalama Atıf Sayısı
1984	1	76.00	1.81	2010	93	48.58	3.04
1993	1	179.00	5.42	2011	84	49.88	3.33
1994	3	187.00	5.84	2012	95	40.60	2.90
1995	2	102.00	3.29	2013	92	59.70	4.59
1996	7	83.43	2.78	2014	123	22.11	1.84
1997	2	83.00	2.86	2015	117	32.88	2.99
1998	4	83.25	2.97	2016	137	28.46	2.85
1999	3	55.67	2.06	2017	147	35.56	3.95
2000	2	138.00	5.31	2018	144	43.22	5.40
2002	2	250.00	10.42	2019	175	55.37	7.91
2003	4	95.50	4.15	2020	130	28.30	4.72
2004	3	357.33	16.24	2021	157	29.43	5.89
2005	8	9.62	0.46	2022	129	25.62	6.40
2006	14	43.00	2.15	2023	141	13.04	4.35
2007	12	18.75	0.99	2024	203	9.74	4.87
2008	77	47.66	2.65	2025*	244	1.48	1.48
2009	78	37.72	2.22				

Kaynak: Yazarlar tarafından derlenmiştir. * 2025 yılı için veriler 10.10.2025 tarihine kadar olan verileri içermektedir.

Tablo 6 ve Tablo 7'ye göre en fazla atfın Çin, ABD ve Güney Kore kaynaklı yayınlarda yoğunlaşması, bu ülkelerin turizm araştırmalarında bilgi üretiminde merkezi rol oynadığını göstermektedir. Türkiye'nin 10. sıradaki konumu, alanın bölgesel etki gücüne işaret ederken, atıf sayısının düşük kalması çalışmaların uluslararası görünürlüğünü artırma gereğini ortaya koymaktadır. Buna rağmen, Tablo 5' te verilen değerler dikkate alındığında Türkiye'de ki (%12.74) makale başına ortalama atıf oranının Çin (%8.44), ABD (%12.37) ve Güney Kore' den (%12.59) yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu durum yapılan çalışmaların performansının ve makale başına etkinin daha fazla olduğunu ortaya koymaktadır. 2002, 2004 ve 2019 yıllarındaki yüksek atıf ortalamaları, turizm pazarlamasında teorik modellemelerin ve dijitalleşme temalı çalışmaların öne çıktığı dönemleri temsil etmektedir. 2025 yılına ait düşük atıf ortalaması ise yayınların yeni olmasından kaynaklanmaktadır.

Tablo 8’de en çok alıntı yapılan global kaynaklara ilişkin bilgiler verilmiştir.

Tablo 8. En Çok Alıntı Yapılan Global Kaynaklar

Sıra	Makale	Toplam Atıf Sayısı	Yıl Başına Toplam Atıf Sayısı
1	Shmueli G, 2019, Eur J Market	2217	316.71
2	Leung D, 2013, J Travel Tour Mark	880	67.69
3	Tussyadiah Ip, 2018, Tourism Manage	708	88.50
4	Beerli A, 2004, Tourism Manage	594	27.00
5	Heller M, 2010, Annu Rev Anthropol	537	33.56
6	Wen J, 2021, Tour Rev	509	101.80
7	Fodness D, 1994, Ann Touris Res	498	15.56
8	Schuckert M, 2015, J Travel Tour Mark	402	36.55
9	Buhalis D, 2019, J Travel Tour Mark	391	55.86
10	Pop Ra, 2022, Curr Issues Tour	364	91.00

Kaynak: Yazarlar tarafından derlenmiştir.

Tablo 8’e göre globalde en çok atıf 2217 atıf ile 2019 yılında Shmueli, Galit vd. tarafından *European Journal of Marketing* dergisinde yazılan makale olmuştur. Makalede PLSpredict prosedürünün bir turizm pazarlama modeliyle kullanımı gösterilmekte ve sonuçların yorumlanması ele alınmaktadır.

Globalde en çok atıf alan yayınlara ilişkin veriler çok fazla olduğu için tüm veriler sunulamamıştır. Elde edilen veriler incelendiğinde 295 yayının hiç atıf almadığı tespit edilmiştir. Atıf almayan makalelerin tarih aralığı 2005-2025 yılları arasındadır. 135 yayın 2025 yılında yayınlandığı için atıf almaması normal bir durum olarak değerlendirilebilir.

Tablo 9’da turizm pazarlaması kavramı ile ilgili dergilerin etki değerleri gösterilmiştir. Tabloda konuya ilişkin en çok makale yayınlayan ilk 20 dergi ve bu dergilere ait bazı endeks bilgileri, toplam atıf sayıları ve kavramın ilgili dergide ilk kez kullanıldığı yıl hakkında bilgiler verilmiştir. Tabloya göre en çok yayın yapılan dergi 1093 makale ile *Journal of Travel & Tourism Marketing* dergisidir. Dergide turizm pazarlaması kavramı ilk kez 2008 yılında kullanılmış ve 42736 atıf yapılmıştır. Derginin h endeksi 92, g endeksi 138 ve m endeksi de 5,1 dir. İkinci sırada ise *Asia Pacific Journal of Tourism Research* dergisi yer almaktadır. Dergide 85 makale yayınlanmış ve 1155 atıf yapılmıştır. Turizm pazarlaması kavramı ilk kez 1984 yılında *Annals of Tourism Research* dergisinde kullanılmış ve derginin yayın sayısı 26, toplam atıf sayısı 2753, h enkesi 21, g endeksi 26 ve m endeksi 0,5 tir. Dergi yayın sayısına göre 9. sırada, h endeksine göre 5. sırada yer almaktadır.

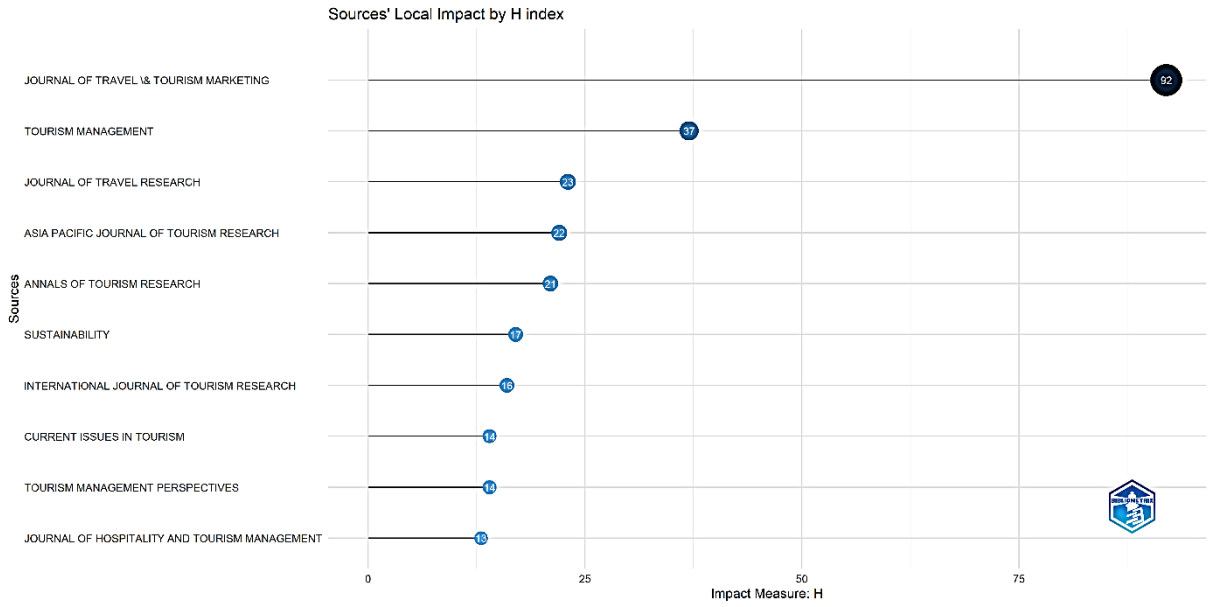
Tablo 9. Dergilerin Etki Değerleri, Yayın Sayısı ve Toplam Atıf Sayısı

Dergi Adı	h_index	g_index	m_index	Toplam Atıf	Yayın Sayısı	Kavramın İlk Kez Kullanıldığı Tarih
Journal of Travel \& Tourism Marketing	92	138	5.111	42736	1093	2008
Tourism Management	37	57	1.156	6753	57	1994
Journal of Travel Research	23	43	1.278	2234	43	2008
Asia Pacific Journal Of Tourism Research	22	33	1.294	1355	85	2009
Annals of Tourism Research	21	26	0.5	2753	26	1984
Sustainability	17	27	1.889	849	51	2017
International Journal of Tourism Research	16	26	0.889	1570	26	2008
Current Issues In Tourism	14	34	0.875	1218	34	2010
Tourism Management Perspectives	14	15	1	668	15	2012
Journal of Hospitality And Tourism Management	13	20	0.65	537	20	2006
Journal of Vacation Marketing	13	22	1.083	520	31	2014
Tourism Review	13	18	0.65	900	18	2006
Journal of Sustainable Tourism	12	14	0.8	811	14	2011
Service Industries Journal	10	10	0.588	742	10	2009
Journal of Destination Marketing \& Management	9	15	0.9	459	15	2016
Journal of Hospitality Marketing \& Management	9	9	0.529	328	9	2009
Anatolia-International Journal of Tourism And Hospitality Research	8	13	0.4	308	13	2006
International Journal of Culture Tourism And Hospitality Research	8	13	0.421	342	13	2007
Tourism Economics	8	12	0.471	176	12	2009
Journal of Retailing and Consumer Services	7	9	1	603	9	2019

Kaynak: Yazarlar tarafından derlenmiştir.

Tablo 8 ve Tablo 9'a göre en fazla atıf alan Shmueli vd. (2019) ve Leung vd. (2013) gibi çalışmaların metodolojik yönü güçlüdür; bu durum turizm pazarlamasında metodolojik yeniliklerin (örneğin PLS modelleri, ağ analizleri) literatürde yankı bulduğunu gösterir. Dergi bazında bakıldığında *Journal of Travel & Tourism Marketing* açık ara önde olup, bu derginin turizm pazarlaması alanında “çekirdek dergi” konumuna ulaştığı söylenebilir. Dergilerin etki endeksleri (h ve g index) incelendiğinde, alanın olgunlaşma evresine ulaştığı ve yayın kalitesinin yüksek düzeyde olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca, *Sustainability* dergisinin 2017 sonrası hızlı yükselişi, sürdürülebilirlik temasının turizm pazarlaması ile bütünleşmeye başladığını göstermektedir.

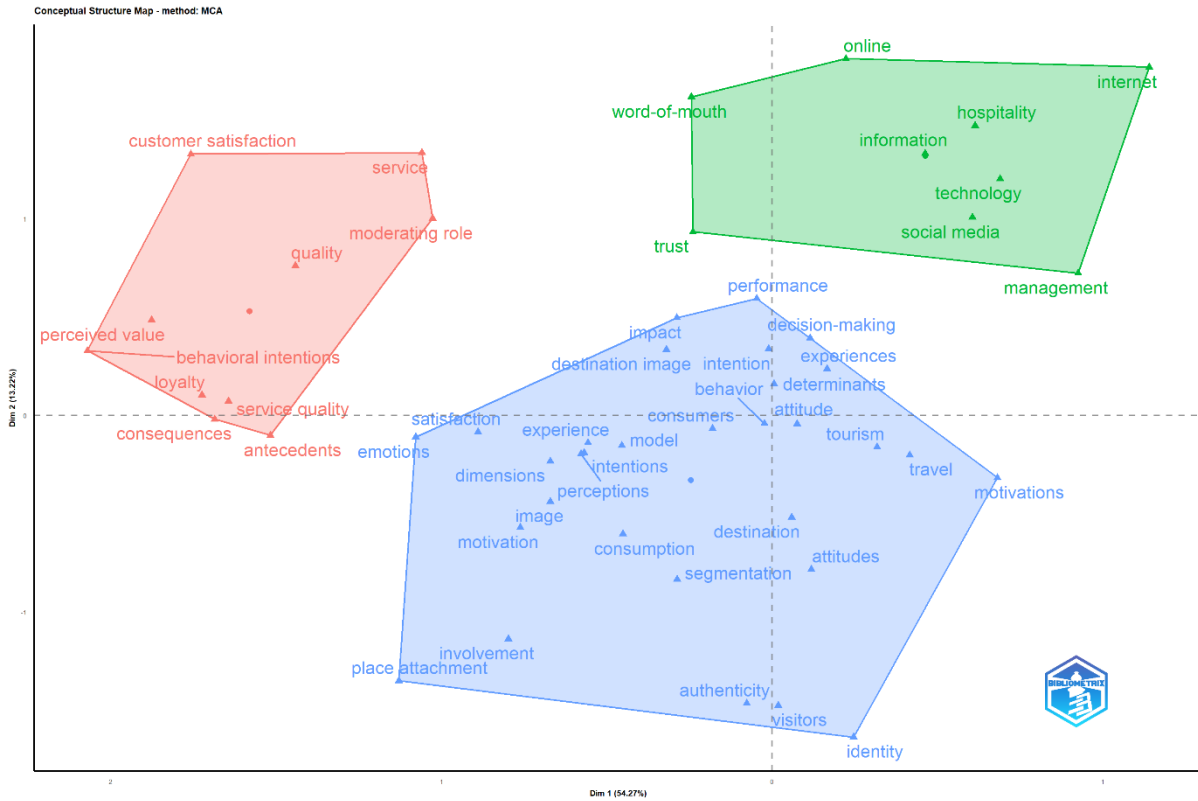
Şekil 4'te h endekse göre en çok yayın yapılan dergiler gösterilmektedir. Şekil 4 incelendiğinde h endeks etkisine göre ilk sırada yer alan dergi *Journal of Travel & Tourism Marketing* dergisidir.



Şekil 4. H Endeksine Göre En Çok Yayın Yapılan Dergiler

6.6. Kelime Analizine İlişkin Bulgular

Yapılan çalışmanın kavramsal yapısını ortaya koymak için Bibliometrix programı üzerinden çoklu uygunluk analizi (MCA) gerçekleştirilmiştir. Çoklu uygunluk analizi (MCA), iki veya daha fazla kategorik değişkenden oluşan veri setlerinde değişkenler arasındaki ilişkileri özetleyen ve bu ilişkileri düşük boyutlu bir geometrik uzayda gösteren bir veri analiz yöntemidir (Greenacre ve Blasius, 2006). Burada en çok kullanılan kelimelerin oluşturduğu üç farklı kümeyle yoğunluklar belirlenmiş ve kavramsal bir harita oluşturulması amaçlanmıştır.



Şekil 5. En Çok Kullanılan Kelimelerin Kavramsal Analizi

Şekil 5'e göre yapılan analiz sonucunda kırmızı, mavi ve yeşil olmak üzere kelimelerin üç grup etrafında kümelandığı görülmektedir. Şekil 5'e göre "müşteri memnuniyeti", "servis", "yönetici rolü", "öncüller" ve "davranışsal niyetler" kelimelerinin birbiri ile bağlantılı, "performans", "karar verme", "motivasyon", "tanımlamak", "bağlantı yeri", "duygular" ve "etki" kelimelerinin birbiri ile bağlantılı, "çevrim içi", "internet", "yönetim", "güven" ve "ağızdan ağıza" kelimelerinin birbiri ile bağlantılı olduğu görülmektedir.

Şekil 6 ve Şekil 7’de analize ilişkin Kelime Bulutu (World Cloud) ve Kelime Ağaç Haritası (World TreeMap) verilmiştir. Kelime bulutu en çok kullanılan kelimeleri göstermektedir. Kelimenin boyutu büyüdükçe çalışmalarda daha sık kullanıldığı anlamına gelmektedir. Kelime ağaç haritasında ise kelimelerin çalışmalarda hangi oranda ve kaç kez geçtiğini göstermektedir.



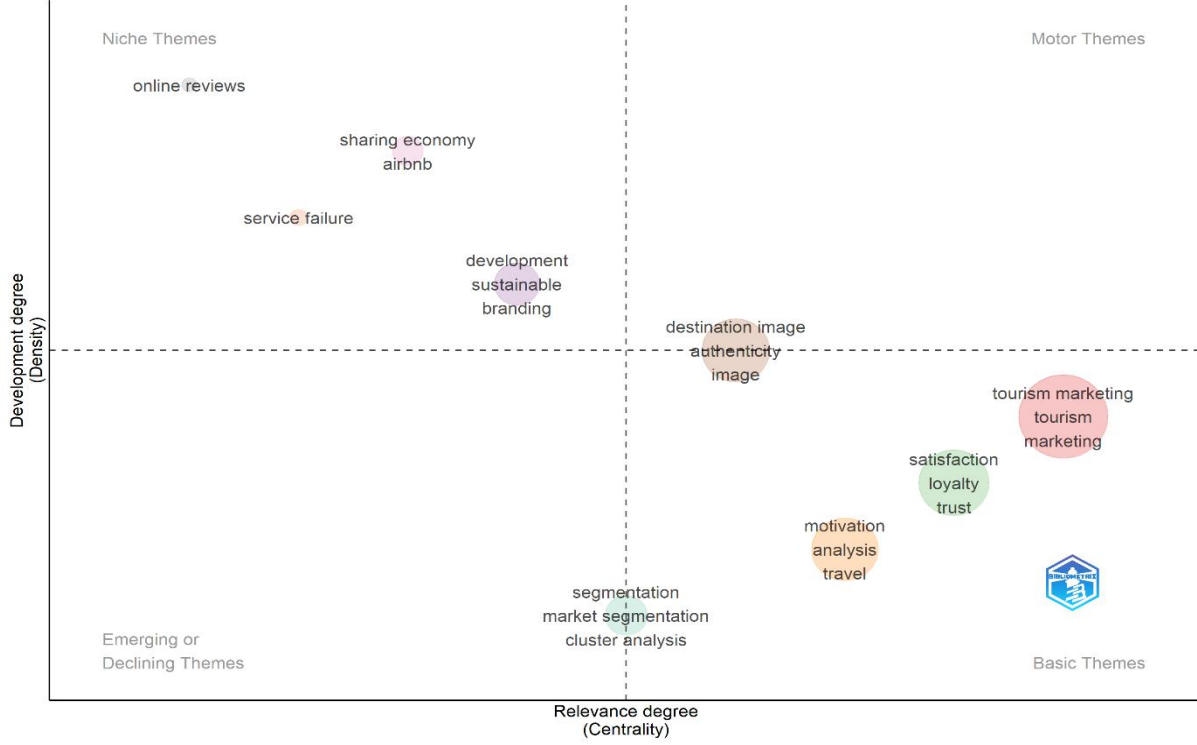
Şekil 6. Kelime Bulutu



Şekil 7. TreeMAp

Şekil 6 ve Şekil 7’de görüldüğü üzere “tourism” kelimesi 568 (%8) çalışmada, “satisfaction” kelimesi 454 (%6) çalışmada ve “tourism marketing” kelimesi 424 (%6) çalışmada kullanılmıştır.

Şekil 8’de yazarların anahtar kelimelerinin tematik haritası çıkarılmıştır. Tematik harita aracılığıyla kullanılan anahtar kelimelerin temel, motor, niş ve gerileyen temalarına ilişkin bilgiler sunmaktadır. Tema bölgelerindeki kelimeler ne kadar yukarıda yer alırsa yoğunluklarının da o kadar fazla olduğu anlamına gelmektedir.



Şekil 8. Anahtar Kelimelerin Tematik Haritası

Şekil 8’e göre çalışmalarda kullanılan temel kelimeler “motivasyon”, “analiz”, “seyahat”, “memnuniyet”, “sadakat”, “güven”, “turizm pazarlaması”, “turizm” ve “pazarlama” kelimeleridir. Niş tematik kelimeler “online rezervasyon”, “paylaşım ekonomisi”, “hizmet kesintisi”, “markalama”, “sürdürülebilirlik” ve “gelişme”dir. Gerileyen temalar ise “kümeleme”, “kümeleme analizi”, “pazar bölümlenmesi”dir. Motor temada tam anlamıyla yoğun bir kelime bulunmamakla birlikte merkezi konumda yer alan “destinasyon imajı” bu temaya dâhil edilebilir. Kelime bulutu ve çoklu uygunluk analizinde öne çıkan “tourism”, “satisfaction”, “marketing”, “online”, “trust” kelimeleri, dijital pazarlama ve müşteri memnuniyeti etrafında kümelenen bir araştırma evrenini işaret etmektedir. Tematik harita, motivasyon ve memnuniyetin temel (core) temalar, paylaşım ekonomisi ve markalamanın ise niş temalar olarak geliştiğini göstermektedir. Bu durum, turizm pazarlaması literatürünün dijital dönüşümle birlikte yeniden şekillendiğini ortaya koymaktadır. Gerileyen temalar olan “kümeleme” ve “pazar bölümlenme” konularına araştırmacılar tarafından ilginin kaybolması, klasik pazarlama yaklaşımlarının yerini veri temelli dijital yöntemlere bıraktığını göstermektedir.

7. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, turizm pazarlaması alanında yapılan bilimsel çalışmaların eğilimlerini, yapısal bağlantılarını ve bilgi üretim dinamiklerini ortaya koymak amacıyla WoS veri tabanında yer alan 1984–2025 yılları arasında yayımlanmış olan 2436 makale bibliyometrik analiz yöntemiyle incelenmiştir. Analiz sonuçları, turizm pazarlamasının yalnızca bir alt disiplin olmaktan çıkıp bağımsız bir araştırma alanına dönüştüğünü göstermektedir.

Elde edilen bulgular, turizm pazarlaması literatürünün özellikle son on yılda belirgin bir büyüme eğilimi gösterdiğini ortaya koymaktadır. Çin, ABD ve Güney Kore gibi ülkelerin akademik üretimde öne çıkması, bu ülkelerin turizm ekonomisindeki ağırlığıyla ve bilimsel araştırmalara sağlanan kurumsal destekle açıklanabilir. Türkiye'nin 10. sırada yer alması, alana yönelik artan ilgiyi ve bölgesel düzeyde güçlü bir akademik potansiyelin bulunduğunu göstermektedir. Ancak, Lotka Yasası sonuçlarına göre, yazarların büyük oranda tek çalışma yaptığı ortaya çıkmıştır. Bu durum, turizm pazarlaması araştırmalarında uluslararası ve disiplinler arası iş birliklerinin henüz yeterince gelişmediğini göstermektedir.

Atıf analizleri, *Journal of Travel & Tourism Marketing* dergisinin alandaki en etkili yayın platformu olduğunu, *Tourism Management* ve *Asia Pacific Journal of Tourism Research* dergilerinin ise teorik ve metodolojik katkı açısından öne çıktığını göstermektedir. Ayrıca, en fazla atıf alan çalışmaların PLS modellemeleri, sosyal medya etkileri ve destinasyon imajı üzerine odaklanması, araştırma eğilimlerinin veri analitiği ve dijital dönüşüm temalarına yöneldiğini ortaya koymaktadır.

Anahtar kelime analizi ve çoklu uygunluk (MCA) sonuçları, turizm pazarlaması araştırmalarının üç temel ekseninde yoğunlaştığını göstermektedir:

- **Müşteri memnuniyeti, sadakat ve güven** odaklı çalışmalar (davranışsal niyet temalı araştırmalar),
 - **Dijital pazarlama, çevrim içi rezervasyon ve paylaşım ekonomisi** konuları,
 - **Yönetimsel karar verme, performans ve destinasyon yönetimi** temaları.
- Bu kümelenme, turizm pazarlaması literatürünün hem teorik çeşitliliğe hem de uygulama zenginliğine sahip olduğunu göstermektedir.

Son yıllarda sürdürülebilirlik, dijitalleşme ve deneyim odaklı pazarlama konularının öne çıkması, turizm pazarlamasının yeni bir paradigma dönüşümünden geçtiğini göstermektedir. Bu bulgu, Gretzel vd. (2015) ve Ketter & Avraham (2021)'in dijital dönüşüm ve sosyal medya stratejileri üzerine yaptığı çalışmaları destekler niteliktedir.

Araştırma sonuçları genel olarak, turizm pazarlaması alanında bilimsel üretimin güçlü bir yükseliş eğiliminde olduğunu ve özellikle Asya merkezli bir bilgi ağı oluştuğunu göstermektedir. Atıf analizleri, alanın akademik görünürlüğünün arttığını; ancak yayınların çoğunun hâlâ belirli merkezlerde yoğunlaştığını ortaya koymaktadır. Türkiye'nin küresel ölçekteki sıralaması, ulusal düzeydeki gelişim potansiyelini gösterse de uluslararası iş birliği oranlarının artırılması gerekmektedir.

Bibliyometrik bulgular, alanın metodolojik olarak daha fazla nicel analizlere yöneldiğini; bununla birlikte nitel veya karma yöntemlerin görece az temsil edildiğini göstermektedir. Bu durum, turizm pazarlaması literatürünün hâlâ veri tabanlı ölçümlerle sınırlı kaldığını, kuramsal çerçevelerle bütünleşmiş analizlerin ise geliştirilmeye açık olduğunu göstermektedir.

Bu çalışma bulgularına dayanarak aşağıdaki öneriler sunulmaktadır:

- Çalışmaların çoğu ampirik temelli olup teorik çerçeve bakımından sınırlıdır. Gelecek araştırmalar, hizmet pazarlaması, tüketici davranışı, dijital deneyim ekonomisi ve sürdürülebilirlik kuramlarını birleştiren karma modeller geliştirmelidir. Turizm pazarlaması alanında uluslararası ortak yayın oranı düşüktür. Gelecekte, Asya ve Avrupa üniversiteleri arasında ortak projeler ve kıta aşırı araştırma ağları oluşturularak bu durum geliştirilebilir.

- Yapay zekâ tabanlı destinasyon pazarlaması, sanal gerçeklik (VR) ile turizm deneyimi, metaverse tabanlı marka iletişimi ve veri madenciliği tekniklerinin turizm pazarlamasına uygulanması gelecekteki araştırmalar için öncelikli alanlar olmalıdır.

- Afrika, Orta Doğu ve Latin Amerika ülkelerinde turizm pazarlaması araştırmaları oldukça sınırlıdır. Bu bölgelerde yapılacak saha çalışmaları, literatürdeki coğrafi dengesizliği azaltarak küresel bilgi çeşitliliğini artıracaktır.

- Turizm işletmeleri ve destinasyon yönetim organizasyonları, bibliyometrik analizlerde öne çıkan temalara (örneğin dijital memnuniyet yönetimi, e-WOM, sürdürülebilir markalama) dayalı pazarlama stratejileri geliştirebilir. Bu sayede akademik bilgi ile sektörel uygulama arasındaki köprü güçlenecektir.

- Gelecek araştırmalar, bibliyometrik bulguları destekleyecek nitel analizlerle (örneğin içerik analizi, derinlemesine mülakatlar) zenginleştirilebilir. Böylece, alandaki kavramsal yapılar daha bütüncül biçimde açıklanabilir.

Sonuç olarak, turizm pazarlaması alan yazında hızla gelişen disiplinler arası etkileşimi yüksek bir araştırma alanıdır. Ancak bu büyümenin sürdürülebilir olabilmesi için metodolojik çeşitliliğin, uluslararası ağ iş birliklerinin ve teori-pratik bütünlüğünün güçlendirilmesi gerekmektedir.

Kaynakça

- Aria, M. ve Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959-975.
- Avraham, E. (2020). Nation branding and marketing strategies for combatting tourism crises and stereotypes toward destinations. *Journal of Business Research*, 116(1), 711-720.
- Belosluttceva, L. ve Fesenko, O. (2019). Leadership in tourist destinations' competition and its social and economic impact. In E3S Web of Conferences (Vol. 135, p. 04005). EDP Sciences.
- Benghadbane, F. ve Khreis, S. (2019). The role of tourism marketing in enhancing tourism development: A comparative study between Constantine and Amman cities. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 24(1), 146-160.
- Bu, Y., Parkinson, J. ve Thaichon, P. (2021). Digital content marketing as a catalyst for e-WOM in food tourism. *Australasian Marketing Journal*, 29(2), 142-154.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Casais, B., Fernandes, J. ve Sarmiento, M. (2020). Tourism innovation through relationship marketing and value co-creation: A study on peer-to-peer online platforms for sharing accommodation. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 42(1), 51-57.
- Chakraborty, D., Polisetty, A., Khorana, S. ve Buhalis, D. (2023). Use of metaverse in socializing: Application of the big five personality traits framework. *Psychology & Marketing*, 40(10), 2132-2150.
- Cham, T. H., Lim, Y. M., Sia, B. C., Cheah, J. H. ve Ting, H. (2021). Medical tourism destination image and its relationship with the intention to revisit: A study of Chinese medical tourists in Malaysia. *Journal of China Tourism Research*, 17(2), 163-191.
- Chen, C. (2006). CiteSpace II: Detecting and visualizing emerging trends and transient patterns in scientific literature. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 57(3), 359-377.
- Cobo, M. J., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E. ve Herrera, F. (2012). SciMAT: A new science mapping analysis software tool. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 63(8), 1609-1630.
- Demiröz, B. (2024). Teoriden uygulamaya bibliyometrik analiz. (ss. 60-121), (Ed.) Kayır, G., ve Korkmaz, H., Veriden Kavrama: Eğitimde Ölçme Değerlendirme. BİDGE Yayınları, Ankara.
- Dolnicar, S. (2022). Market segmentation for e-tourism. In Handbook of e-Tourism (pp. 849-863). Cham: Springer International Publishing.
- Donthu, N., Kumar, S., & Pandey, N. (2020) Bibliometric analysis of the marketing field. *J Acad Mark Sci*, 48(5), 798-814.
- Femenia-Serra, F. ve Gretzel, U. (2019, December). Influencer marketing for tourism destinations: Lessons from a mature destination. In Information and Communication Technologies in Tourism 2020: Proceedings of the International Conference in Surrey, United Kingdom, January 08-10, 2020 (pp. 65-78). Cham: Springer International Publishing.

- Font, X. ve McCabe, S. (2017). Sustainability and marketing in tourism: Its contexts, paradoxes, approaches, challenges and potential. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(7), 869-883.
- Geng, Y., Jiang, X., Bai, W., Yan, Y. ve Gao, J. (2024). Research progress of tourism marketing over 30 years: Bibliometrics based on CiteSpace. *Ecological Indicators*, 162, 112059.
- Gim, T. H. T., Lee, J. ve Choi, J. S. (2023). Exploring objective and subjective correlates with the vitality of agro-industrial complex companies in Korea a structural equation model of psychometric survey data. *International Review for Spatial Planning and Sustainable Development*, 11(2), 126-149.
- Greenacre, M. ve Blasius, J. (2006). *Multiple correspondence analysis and related methods*. Chapman and Hall/CRC.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z. ve Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179-188.
- Handoko, L. H. (2020). Bibliometric analysis and visualization of Islamic economics and finance articles indexed in Scopus by Indonesian authors. *Science Editing*, 7(2), 169-176.
- Imtiaz, S. ve Kim, D. J. (2019). Digital transformation: Development of new business models in the tourism industry. *Culinary Science & Hospitality Research*, 25(4), 91-101.
- Karasar, N. (1982). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler* Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Ketter, E. ve Avraham, E. (2021). # StayHome today so we can# TravelTomorrow: tourism destinations' digital marketing strategies during the Covid-19 pandemic. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38(8), 819-832.
- Kozak, N. (2014). *Tourism marketing*. Ankara: Detay Publishing.
- Kumar, S., Spais, G. S., Kumar, D. ve Sureka, R. (2020). A bibliometric history of the journal of promotion management (1992–2019). *Journal of Promotion Management*, 26(1), 97-120.
- Labanauskaitė, D., Fiore, M. ve Stašys, R. (2020). Use of E-marketing tools as communication management in the tourism industry. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100652.
- Law, R., Chan, I. ve Goh, C. (2007). Where to find the lowest hotel room rates on the internet? The case of Hong Kong. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(6), 495-506.
- Lim, W. M., Yap, S. F. ve Makkar, M. (2021). Home sharing in marketing and tourism at a tipping point: What do we know, how do we know, and where should we be heading?. *Journal of Business Research*, 122, 534-566.
- Lotka, A. J. (1926). The frequency distribution of scientific productivity. *Journal of the Washington Academy of Sciences*, 16(12), 317–324.
- Mkwizu, K. H. (2019). Digital marketing and tourism: Opportunities for Africa. *International Hospitality Review*, 34(1), 5-12.
- Mora Forero, J. A. ve Nieto Mejía, A. (2023). Analysis of the solidarity economy in rural tourism. *DYNA*. 90 (228), 74–82.
- Nusair, K. (2019). A bibliometric analysis of social media in hospitality and tourism research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(7), 2691-2719.
- Pahlevi, R. W. (2023). Mapping of Islamic corporate governance research: A bibliometric analysis. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 14(4), 538-553.
- Persson, O., Danell, R. ve Schneider, J. W. (2009). How to use Bibexcel for various types of bibliometric analysis. *Celebrating scholarly communication studies: A Festschrift for Olle Persson at his 60th Birthday*, 5(2009), 9-24.
- Prayogo, R. R., AB, S. ve Si, M. (2018). *Perkembangan pariwisata dalam perspektif pemasaran*. PT Lontar Digital Asia: Bitread Publishing.
- Rusydiana, A. S., Aswad, M., Pratomo, W. A., Hendrayanti, E. ve Sanrego, Y. D. (2021). Halal tourism indicators: a bibliometric study. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*, 5738.

- Secinaro, S. ve Calandra, D. (2020). Halal food: Structured literature review and research agenda. *British Food Journal*, 123(1), 225-243.
- Seshadri, U., Kumar, P., Vij, A. ve Ndlovu, T. (2023). Marketing strategies for the tourism industry in the United Arab Emirates after the COVID-19 era. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 15(2), 169-177.
- Sigalat-Signes, E., Calvo-Palomares, R., Roig-Merino, B. ve García-Adán, I. (2020). Transition towards a tourist innovation model: The smart tourism destination: Reality or territorial marketing?. *Journal of Innovation & Knowledge*, 5(2), 96-104.
- Suban, S. A., Madhan, K. ve Shagirbasha, S. (2023). A bibliometric analysis of Halal and Islamic tourism. *International Hospitality Review*, 37(2), 219-242.
- Supryadi, D. I., Sudiro, A., Rohman, F. ve Sumiati, S. (2022). Post-pandemic tourism marketing strategy towards visiting intentions: The case of Indonesia. *Calitatea*, 23(191), 28-37.
- Team, S. (2009). Science of science (Sci2) tool. *Indiana University and SciTech Strategies*, 379.
- Tsai, S. P. (2020). Augmented reality enhancing place satisfaction for heritage tourism marketing. *Current Issues in Tourism*, 23(9), 1078-1083.
- Van Eck, N. J. ve Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523-538.
- Van Eck, N. J. ve Waltman, L. (2014). CitNetExplorer: A new software tool for analyzing and visualizing citation networks. *Journal of Informetrics*, 8(4), 802-823.
- Yeh, T. M., Chen, S. H. ve Chen, T. F. (2019). The relationships among experiential marketing, service innovation, and customer satisfaction – A case study of tourism factories in Taiwan. *Sustainability*, 11(4), 1041.

Dedikodunun Örgütsel Güven Üzerindeki Etkisi: Otelcilik Sektöründe Bir Araştırma¹

The Impact of Gossip on Organizational Trust: A Study in the Hotel Industry

Neslihan YILDIZ^a ve Elif Tuba TAMER^b

^a Bağımsız Araştırmacı, Tekirdağ, Türkiye. ORCID: 0009-0000-5354-5037

^b Doç. Dr., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Tavşanlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Kütahya, Türkiye. ORCID: 0000-0002-1192-5370

Özet

Turizm sektörü, yapısı gereği çalışanların yoğun etkileşim içinde olduğu bir sektördür. Özellikle otel işletmelerinde bu yoğun etkileşim, dedikoduyu yaygın bir informal iletişim biçimi haline getirmekte ve çalışanların örgütsel güven algılarının şekillenmesinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu doğrultuda bu çalışma, otel işletmelerinde çalışanların dedikoduya ilişkin algılarının örgütsel güven düzeyleri üzerindeki etkisinin tespit edilmesine odaklanmaktadır. Araştırmada nicel araştırma yöntemi benimsenmiş, ilişkisel ve betimsel tarama modelleri kullanılmıştır. Araştırma evrenini, Kütahya’da faaliyet gösteren otel işletmeleri oluşturmaktadır. Araştırma verileri, 15.11.2024–15.01.2025 tarihleri arasında otel işletmelerinde çalışan 205 katılımcıdan anket yöntemiyle toplanmıştır. Verilerin analizi sonucunda, dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığı boyutu ile örgütsel güven düzeyinin tüm boyutları arasında negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca dedikodunun bireysel yararları boyutunun çalışma arkadaşlarına güven ve örgüte güven boyutları üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlar çerçevesinde araştırmacılara ve uygulayıcılara çeşitli öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Dedikodu, Örgütsel Güven, Otelcilik Sektörü

Abstract

The tourism sector is inherently characterized by intensive interaction among employees. Particularly in hotel establishments, this high level of interaction renders gossip a widespread form of informal communication and plays a decisive role in shaping employees’ perceptions of organizational trust. In this context, the present study focuses on identifying the effect of hotel employees’ perceptions of gossip on their levels of organizational trust. A quantitative research approach was adopted, and relational and descriptive survey models were employed. The population of the study consists of hotel establishments operating in Kütahya. The research data were collected from 205 employees working in hotel establishments through a questionnaire administered between 15 November 2024 and 15 January 2025. The analysis of the data revealed a negative and statistically significant relationship between the individual and organizational instrumentality dimension of gossip and all dimensions of organizational trust. In addition, the individual benefits dimension of gossip was found to have a significant and positive effect on trust in coworkers and trust in the organization. Based on the findings obtained, several recommendations are presented for researchers and practitioners.

Keywords: Gossip, Organizational Trust, Hotel Industry

Makale Bilgisi

Geliş Tarihi 06.11.2025
Kabul Tarihi 19.12.2025

Sayı Editörü

Hacer ARSLAN KALAY

Sorumlu Yazar

Elif Tuba TAMER
eliftuba.beydilli@dpu.edu.tr

Önerilen Atıf:

Yıldız, N. ve Tamer, E. T., (2025). Dedikodunun Örgütsel Güven Üzerindeki Etkisi: Otelcilik Sektöründe Bir Araştırma. *Journal of Academic Tourism Studies*, 6(2): 314-327.

¹ Bu çalışma, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı’nda Doç. Dr. Elif Tuba TAMER danışmanlığında, Neslihan YILDIZ tarafından tamamlanan “Dedikodunun Örgütsel Güven Üzerindeki Etkisi: Kütahya’daki Otel İşletmelerinde Bir Araştırma” adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

1. GİRİŞ

Dedikodu, günlük konuşmaların yaklaşık %65'ini oluşturan yaygın bir olgudur (Dunbar, 2004:105; Ye vd., 2019:82) ve çalışanların işletmelerdeki informal ilişkilerini güçlendirmek için kullandıkları ana mekanizmalardan biridir (Ellwardt vd., 2012a:193). Dedikodu, örgüt içinde genellikle birkaç kişi arasında, orada bulunmayan başka bir üye hakkında gerçekleştirilen gayriresmî ve değerlendirmeye dayalı bir konuşma olarak tanımlanmaktadır (Kurland ve Pelled, 2000:429). Dedikodu, bilgi toplamak ve doğrulamak, anlamlandırma sürecini kolaylaştırmak, öğrenmeyi teşvik etmek (Babalola vd., 2019:136) ve iş birliğini geliştirmek (Dores Cruz vd., 2019:1) amacıyla kullanılan sosyal bir araç olarak değerlendirilmektedir. İşyeri dedikodusunda, dedikoduyu yayan, dinleyen ve dedikodunun hedefi olan kişiler yer almaktadır (Dai vd., 2022:2). İşyeri dedikodusu, olumlu dedikodu ve olumsuz dedikodu olarak sınıflandırılabilir (Kurland ve Pelled, 2000:430; Dai vd., 2022:2; Li vd., 2023:1) ve örgütsel bağlamda olumlu ve olumsuz sonuçlar doğurabilir (Michelson ve Mouly, 2004:198; Kuo vd., 2018:96; Wax vd., 2022:453; Hassona vd., 2022:344; Greenslade-Yeats vd., 2025:802). Kurland ve Pelled (2000:431), olumlu dedikodunun dolaylı biçimde “arzu edilen sonuçları dağıtma yeteneği” gösterdiğini ifade etmişlerdir. Dedikodu, dedikodu yapan kişinin iş ortamındaki kişiler hakkında bilgiye sahip olduğunu göstermektedir. Dedikodu yapan kişinin konuya ilişkin bilgi sahibi olduğunu göstermesi, dinleyicinin onu yararlı bir bilgi kaynağı olarak değerlendirmesine yol açmaktadır (Kurland ve Pelled, 2000:432). Ayrıca olumlu dedikoduların, bilgi paylaşımı (Ellwardt vd., 2012a), çalışanların yenilikçi davranışı (Dai vd., 2022), iş stresini azaltma (Babalola vd., 2019; Ye vd., 2019) üzerinde olumlu sonuçları olduğu vurgulanmaktadır. Olumsuz dedikodu ise çalışanların, davranış eğilimlerini ve iş performanslarını etkileyebilir ve işten ayrılma niyeti gibi olumsuz sonuçlara neden olabilir (Vega, 2017; Babalola vd., 2019; Cheng vd., 2023; Li vd., 2022; Doğan, 2024; Kumar ve Vilvanathan, 2024). Ayrıca dedikodu, çalışanların bağlılığı ve örgüte olan güvenlerini etkileme eğilimindedir (Vega, 2017:50; Kuo vd., 2018: 96; Bencsik ve Juhasz, 2020:250; Dai vd., 2022:3). Güven, dedikodunun yayılması için bir ön koşul (Ellwardt vd., 2012b:545; Greenslade-Yeats vd., 2025:832) olarak kabul edilmekle birlikte, sosyal ilişkileri sürdürmenin ve olumlu çalışma tutumlarının geliştirilmesinde de temel bir unsur olarak görülmektedir (Dirks ve Ferrin, 2002:613; Dai vd., 2022:2; Oh, 2022:2).

Literatürde güvenin iş başarısını arttırmadaki önemli rolü sıklıkla vurgulanmaktadır (Dirks ve Ferrin, 2002; Bencsik ve Juhasz, 2020; Oh, 2022; Danish, 2024). Güven, çalışanlar ve yöneticiler arasındaki etkileşimlerden paydaşlarla kurulan hayati ilişkilere kadar bir işletmenin çeşitli yönleri üzerinde etkiye sahiptir (Danish, 2024:2). İşletmelerde karşılıklı güvenin geliştirilmesi, çalışanların işbirliği içinde daha etkili bir şekilde çalışmasını (Mayer vd., 1995: 711; Çetinsöz ve Turan, 2022: 294) ve örgütsel hedeflere ulaşılmasını sağlayan bir mekanizma sağlar (Onyeizugbe vd., 2018: 2035; Danish, 2024:1). Güven, bir kişinin diğerinin kendi çıkarlarına uygun, olumlu veya zararlı olmayacak biçimde davranacağına dair beklenti, varsayım ya da inanç olarak tanımlanabilir (Oh, 2022:4). Örgütsel güven ise çalışanların bir örgütün işleyişi hakkındaki inançlarına ve örgütün çalışanlarına karşı sözleşme ve ahlaki yükümlülüklerini yerine getirip getirmediğine ilişkin değerlendirmelerine dayanmaktadır (Ellwardt vd., 2012b:524). Örgütsel güven, çok boyutlu bir kavram olarak değerlendirilmektedir (Ellwardt vd., 2012b:523; Tokgöz ve Seymen Aytemiz, 2013:62; Özkan, 2023:136). Bu bağlamda örgütsel güven, çalışanların, örgüte, yöneticilere ve çalışma arkadaşlarına karşı geliştirdiği güven duygusunu ifade etmektedir (Tokgöz ve Seymen Aytemiz, 2013:62; Özkan, 2023:136). Çalışanların, güven düzeyi arttıkça örgütsel vatandaşlık davranışı, örgütsel bağlılık, iş performansı ve tatmini artış göstermektedir (Dirks ve Ferrin, 2002: 613; Oh, 2022:2).

Örgütsel güvenin çalışan performansı üzerindeki etkisi düşünüldüğünde konunun otel işletmeleri açısından önemi artmaktadır (Oh, 2022:2). Otel işletmelerinin dinamik yapısı, çalışanların, müşterilerle, diğer çalışanlarla ve yöneticilerle sürekli iletişim içinde olmasını zorunlu kılar. Bu bağlamda otel işletmelerinde çalışanlar arası iletişimin niteliği ve güven ortamı arasındaki ilişkinin incelenmesi önemlidir. Bu doğrultuda araştırma, otel işletmelerinde çalışanların

dedikoduya ilişkin algılarının örgütsel güven düzeyleri üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamaktadır.

2. LİTERATÜR

Turizm sektöründe faaliyette bulunan işletmelerde, çalışanlar arasındaki yoğun etkileşimden dolayı dedikodunun kaçınılmazlığı birçok araştırmada (Babalola vd., 2019; Hassona vd., 2022; Karamustafa vd., 2024) vurgulanmıştır. Bununla birlikte turizm işletmelerinde dedikodu ve dedikodunun örgütsel etkilerini inceleyen çalışmaların oldukça yakın tarihlerde gerçekleştirildiği görülmektedir. Yapılan çalışmaların olumsuz işyeri dedikodusuna odaklandığı ve olumsuz işyeri dedikodusunun, örgütsel vatandaşlık davranışı (Ye vd., 2019), çalışan performansı (Haasona vd., 2022; Khairy ve Elzek, 2024; Kumar ve Vilvanathan, 2024), yenilikçi davranış (Soliman vd., 2024), aile memnuniyeti (Liu vd., 2023), bilgi paylaşımı (Shi vd., 2022; Li vd., 2023) ve kişisel itibar (Cheng vd., 2023) üzerinde olumsuz, işten ayrılma niyeti ve sosyal kaytarma (Khairy ve Elzek, 2024), etik olmayan iş davranışları (Guo vd., 2022) üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Turizm sektörü yapısı gereği çalışanların yoğun etkileşim içinde olduğu bir sektördür ve örgütsel güven örgüt üyelerinin birbirleriyle ilişkilerini etkileyen en önemli faktör olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle örgütsel güven turizm işletmelerinde yaygın olarak incelenen kavramlardan biridir (Hemdi ve Nasurdin, 2006; Chathoth vd., 2007; Yazıcıoğlu, 2009; Chathoth vd., 2011; Chiang ve Wang, 2012; Liu vd., 2013; Akgündüz, 2014; Kim ve Lee, 2015; Yoon vd., 2016; Akmaz ve Erbaşı, 2017; Onyeizughe vd., 2018; Oh, 2022; Eluwole vd., 2022; Awad vd., 2024). Yapılan araştırmalarda örgütsel güvenin, işten ayrılma niyeti (Hemdi ve Nasurdin, 2006; Yazıcıoğlu, 2009), hizmet iklimi ve çalışan memnuniyeti (Chathoth vd., 2007), örgütsel vatandaşlık (Liu vd., 2013; Kim ve Lee, 2015; Oh, 2022), örgütsel sessizlik (Akgündüz, 2014), çalışan performansı (Onyeizughe vd., 2018), ve işe katılım (Awad vd., 2024) üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Literatürde, farklı sektörlerde dedikodu ve örgütsel güven ilişkisine odaklanan sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır (Ellwardt vd., 2012a; Ellwardt vd., 2012b; Bencsik ve Juhasz 2020; Dai vd., 2022; Karasu ve Cömert, 2022; Cheng vd., 2023; Nidhiutai, 2024; Danish, 2024). Ellwardt vd. (2012b), Hollanda'da bir çocuk bakım kuruluşunda gerçekleştirdikleri çalışmada, genelleştirilmiş ve kişilerarası güvenin işyeri dedikodusu üzerindeki etkisini incelemiştir. Çalışma sonucunda, çalışanların düşük güven düzeyine, dostça olmayan ilişkilere ve yöneticilerle seyrek temasa sahip olduklarında yöneticiler hakkında olumsuz dedikodunun arttığı belirlenmiştir. Bencsik ve Juhasz (2020), işyeri dedikodusunun örgütsel güven üzerindeki etkilerini inceledikleri çalışmada, örgütsel güven oluşturma, yüksek kaliteli gerçek mesleki bilgi aktarımı ve paylaşımı ile desteklendiğini, ancak özellikle sahte bilgi içeren işyeri dedikodusunun örgütsel güveni ve dolayısıyla örgütsel performansı olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Dai vd. (2022), işyerindeki olumlu dedikodunun çalışanların yenilikçi davranışları üzerindeki etkisinde örgütsel güvenin aracılık rolünü inceledikleri çalışmada, pozitif işyeri dedikodusunun çalışanların yenilikçi davranışlarını olumlu yönde etkilediği ve bu ilişkide örgütsel güvenin aracılık rolü üstlendiği saptanmıştır. Karasu ve Cömert (2022), öğretmenler üzerinde yaptığı çalışmada, öğretmenlerin örgütsel güven algı düzeyleri ile örgütsel dedikodu algı düzeyleri arasında ters yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Cheng vd. (2023), çalışan farkındalığı ve üste duyulan güven perspektifinden olumsuz işyeri dedikodusunun işe bağlılık üzerindeki etkisini inceledikleri çalışmada, üste duyulan güven ve çalışan farkındalığının olumsuz işyeri dedikodusunun olumsuz etkilerinin yayılmasını önlediği sonucuna ulaşılmıştır. Nidhiutai (2024), örgütsel dedikodu sürecinde çalışanlar arasındaki kişilerarası güven düzeylerini incelediği çalışmada, işle ilgili konularda meslektaşlar arasında yüksek düzeyde kişilerarası güvenin, gündelik dedikodu seansları sırasında kişisel bilgilerin paylaşılması söz konusu olduğunda aynı güven düzeyine eşit olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca çalışmada kişilerarası güven, örgütsel dedikodu ve destekleyici iletişim iklimlerinin birbirleriyle bağlantılı olduğu vurgulanmıştır. Danish (2024), işyerindeki dedikoduların güven ve örgütsel vatandaşlık davranışını şekillendirmedeki rolünü incelediği çalışmada, örgütsel vatandaşlık davranışının örgütsel güven tarafından olumlu yönde etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır.

Ayrıca yüksek örgütsel güvenle karakterize edilen durumlarda bile olumsuz üçüncü taraf dedikodusunun varlığı tespit edilmiştir.

3. YÖNTEM

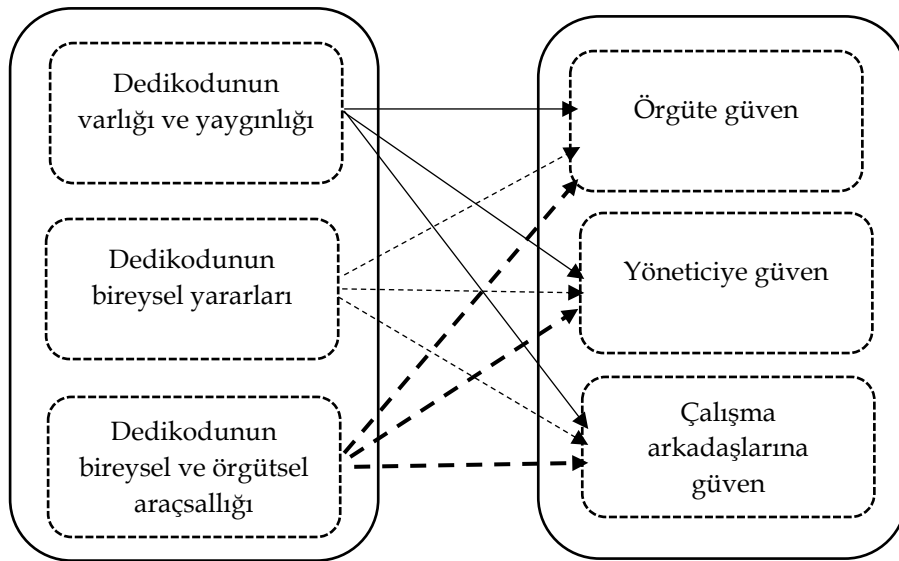
Araştırma, otel işletmelerinde çalışanların dedikoduya ilişkin algılarının örgütsel güven düzeylerine etkisini saptamak amacıyla nicel bir yaklaşımla yürütülmüştür. Araştırma, ilişkisel ve betimsel tarama modelleri temel alınarak tasarlanmıştır. Betimsel tarama yöntemiyle otel çalışanlarının dedikoduya ve örgütsel güvene ilişkin mevcut durumları ortaya konulmuş; ilişkisel tarama yöntemiyle ise bu iki kavram arasındaki etkileşim ve yönü analiz edilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırma, otel işletmelerinde çalışanların dedikoduya yönelik algılarının örgütsel güven düzeyleri üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma çalışan iletişiminin yoğun olduğu otel işletmelerinde örgüt içi sosyal dinamikleri anlamayı hedeflemektedir. Bu kapsamda dedikodunun yalnızca olumsuz bir iletişim biçimi değil aynı zamanda bireysel ve örgütsel araçsallığının örgütsel güven algısı üzerindeki etkilerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda araştırma, dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığı, dedikodunun bireysel yararları ve dedikodunun varlığı ile yaygınlığı gibi alt boyutlarının; çalışanların, örgüte, yöneticilere ve çalışma arkadaşlarına duyduğu güven üzerindeki etkilerini açıklamayı hedeflemektedir.

3.2. Araştırma Modeli ve Hipotezleri

Bu araştırma otel işletmelerinde çalışanların dedikoduya ilişkin algılarının örgütsel güven düzeyleri üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik olarak tasarlanmıştır. Kuramsal çerçeve dedikodunun hem bireysel hem örgütsel düzeyde olumlu ve olumsuz sonuçlar doğurabileceği görüşüne dayanmaktadır (Kurland ve Pelled, 2000; Lebleci vd., 2009; Ellwardt vd., 2012; Öztürk ve Aras, 2021; Dai vd., 2022). Örgütsel güven ise örgüte, yöneticiye ve çalışma arkadaşlarına duyulan güven olmak üzere üç boyutlu bir yapıdadır (Tokgöz ve Aytemiz Seymen, 2013). Bu doğrultuda araştırma modeli, dedikodunun alt boyutlarının (dedikodunun varlığı ve yaygınlığı, dedikodunun bireysel yararları, dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığı) ile örgütsel güvenin alt boyutları (örgüte güven, yöneticiye güven, çalışma arkadaşlarına güven) arasındaki ilişkileri incelemeye yöneliktir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Araştırma hipotezleri aşağıda belirtilmiştir.

H₁: Dedikodunun varlığı ve yaygınlığının, çalışanların örgüte duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H₂: Dedikodunun varlığı ve yaygınlığının, çalışanların yöneticilerine duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H₃: Dedikodunun varlığı ve yaygınlığının, çalışanların çalışma arkadaşlarına duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H₄: Dedikodunun bireysel yararlarının, çalışanların örgüte duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H₅: Dedikodunun bireysel yararlarının, çalışanların yöneticilerine duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H₆: Dedikodunun bireysel yararlarının, çalışanların çalışma arkadaşlarına duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H₇: Dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığının, çalışanların örgüte duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H₈: Dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığının, çalışanların yöneticilerine duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H₉: Dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığının, çalışanların çalışma arkadaşlarına duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

3.3. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni, Kütahya ili ve ilçelerinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde çalışan personelden oluşmaktadır. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın web sayfasında 101 konaklama tesisinin olduğu, bu tesislerden 27 tanesinin turizm işletme ve yatırım belgesine sahip tesis, 74 tanesinin basit konaklama tesisi belgesi olduğu tespit edilmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024). Basit konaklama tesislerinde (pansiyon, apart otel ve otel) çalışan personel sayısının kısıtlı olmasından dolayı araştırmada turizm işletme ve yatırım belgesine sahip 2 yıldızlı (2 tane), 3 yıldızlı (8 tane), 4 yıldızlı (4 tane) olmak üzere toplam 14 otel işletmesinde çalışanlar araştırma kapsamına dahil edilmiştir. Söz konusu 14 otel işletmesi ziyaret edilerek otel yöneticileriyle görüşülmüş; bu işletmelerde çalışan toplam personel sayısının yaklaşık 400 civarında olduğu belirlenmiş ve anket uygulaması için gerekli izinler alınmıştır. Ayrıca Kütahya Dumlupınar Üniversitesi bilimsel araştırma etik ilkeleri gereğince, Üniversite Etik Kurulu'ndan 12.11.2024 tarih ve 495 sayı numarasıyla etik kurul onayı alındıktan sonra 400 anket formu ilgili otel işletmelerine teslim edilmiştir. 15.11.2024 – 15.01.2025 tarihleri arasında gerçekleştirilen anket çalışması sonucunda katılımcılardan 290 anketin geri dönüşü gerçekleşmiştir. Ancak doldurulan anketlere yönelik yapılan incelemede 205 anketin veri analizine uygun olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda veri analizine dâhil edilen 205 geçerli anket, araştırma evreninin yaklaşık %51'ini kapsamakta olup, evreni temsil etme yeterliliğine sahip olduğu değerlendirilmektedir.

3.4. Veri Toplama Araçları

Araştırma verileri, üç bölümden oluşan yapılandırılmış bir anket aracılığıyla elde edilmiştir. Anketin ilk bölümünde, katılımcıların demografik ve tanıtıcı özelliklerini belirlemek amacıyla cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, departman ve çalışma süresine ilişkin sorular bulunmaktadır. İkinci bölüm dedikodu ile ilgili ifadelerden, üçüncü bölüm örgütsel güven ile ilgili ifadelerden oluşmaktadır. Örgütsel dedikoduyu ölçmek için Leblebici, Yıldız ve Karasoy (2009) tarafından geliştirilen örgütsel dedikodu ölçeği kullanılmıştır. Ölçek, örgüt yaşamında çalışanların dedikoduya ilişkin tutumlarını ölçmeyi amaçlayan 19 maddeden oluşan 5'li Likert tipindedir. Ölçekte yer alan ifadeler dedikodunun varlığı ve yaygınlığına, bireysel ve örgütsel araçsallığına ve bireysel yararlarına ilişkin ifadelerdir. Örgütsel güveni ölçmek için Tokgöz ve Aytemiz Seymen (2013) geliştirilen örgütsel güven ölçeği kullanılmıştır. Ölçek, çalışanların örgütsel güven düzeylerini ölçmeyi amaçlayan 27 maddeden oluşmakta, 5'li Likert tipindedir. Ölçekte örgüte güven, yöneticiye güven ve çalışma arkadaşlarına güven boyutlarına ilişkin ifadeler yer almaktadır.

4. BULGULAR

4.1. Katılımcıların Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya otel işletmelerinde çalışan 205 kişi katılım sağlamıştır. Katılımcıların, %52,7'si (n:108) kadın, %47,3'ü (n:97) erkektir. Yaş gruplarına göre katılımcıların %39,5'inin (n:81) 21-30 yaş grubunda, %26,3'ünün (n:54) 41-50 yaş grubunda, %25,9'unun (n:53) 31-40 yaş grubunda, %5,4'ünün (n:11) 51 yaş ve üstü grupta ve %2,9'unun (n:6) 20 yaş ve altındadır. Katılımcıların % 62'si evli (n:127), % 38'i bekârdır (n:78). Eğitim durumuna göre katılımcıların %40,5'i lise (n:83), %30,7'si ilköğretim (n:63), %14,1'i lisans (n:29), %11,7'si ön lisans (n:24), %2,9'u lisansüstü eğitim seviyesine (n:6) sahiptir. Çalıştıkları departmanlara göre katılımcıların, %32,7'sinin (n:67) yiyecek içecek, %23,9'unun (n:49) kat hizmetleri, %15,6'sının (n:32) ön büro, %14,1'inin (n:29) diğer (SPA, Güvenlik ve Halkla İlişkiler, İnsan Kaynakları), %8,8'inin (n:18) muhasebe ve %4,9'unun (n:10) satış pazarlama departmanında çalıştığı anlaşılmaktadır. Katılımcıların işletmede çalışma süreleri incelendiğinde ise % 39'unun (n:80) 1-3 yıl arasında, % 31,7'sinin (n:65) 1 yıldan az, % 12,7'sinin (n:26) 4-6 yıl arası ve %8,3'ünün (n:17) 7-9 yıl arası ve %8,3'ünün (n:17) 10 yıl üstü aynı işletmede çalıştıkları tespit edilmiştir.

4.2. Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri

Araştırmada kullanılan ölçeklerin öncelikle geçerlilik analizleri gerçekleştirilmiştir. Ölçeklerin alt boyutlarını belirlemek amacıyla faktör analizi, örneklemin faktör analizine uygun olup olmadığını ölçmek amacıyla Bartlett Küresellik testi ile örneklem hacminin yeterliliğini ifade eden KMO değerlerine bakılmıştır. Örneklem hacminin yeterliliğini ifade eden KMO değerinin 0.876, varyansların homojenliğini test eden Bartlett Küresellik değerinin 0,000 olduğu tespit edilmiştir. Buradan hareketle otel işletmelerinde çalışanların örgütsel dedikodu algılarının belirlenmesine yönelik kullanılan ölçeğe ilişkin verilerin geçerli olduğu kabul edilmiş ve ölçeğin faktör yükleri ile güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1'de yer alan sonuçlar incelendiğinde örgütsel dedikodu ölçeğinin üç boyutlu bir yapıya sahip olduğu ve ölçeğin varyans açıklama oranının %59,802 olduğu görülmektedir. Örgütsel dedikodu, ölçeğin uyarlandığı Leblebici vd. (2009) tarafından akademik personel üzerinde gerçekleştirilen çalışmada beş boyutlu (dedikodunun varlığı ve yaygınlığı, dedikodunun tanımı, dedikodunun bireysel yararları, dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığı ve dedikodu-hiyerarşi boyutları) değerlendirilmiştir. Ayrıca aynı ölçek Öztürk ve Aras (2021) tarafından yine akademik personele uygulanmış ve iki boyutlu (bireysel yararlar ve örgütsel araçsallık ve dedikodunun varlığı ve yaygınlığı) bir yapı ölçülmüştür.

Mevcut çalışmada alt boyutlardaki farklılaşmanın nedeni sektörün ve çalışan özelliklerinin farklı olmasından kaynaklandığı şeklinde değerlendirilebilir. Örgütsel dedikodu ölçeğinin alt boyutları orijinal boyutların içerikleri de dikkate alınarak "dedikodunun varlığı ve yaygınlığı",

“dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığı” ve “dedikodunun bireysel yararları” şeklinde adlandırılmıştır. Bu doğrultuda örgütsel dedikodu ölçeğinde en yüksek varyans açıklama oranına sahip alt boyut dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığı boyutudur (%39,156). Bu boyutu, dedikodunun varlığı alt boyutu (%14,138) ve dedikodunun bireysel yararları (%6,508) alt boyutu izlemektedir.

Tablo 1’de yer alan bilgilere göre örgütsel dedikodu ölçeğinin güvenilirlik katsayısı (Cronbach’s Alpha) 0,909 olarak bulunmuştur. Örgütsel dedikodu ölçeğinin alt boyutlarına ait katsayılar incelendiğinde üç boyutun da güvenilirlik katsayısının %70’in üzerinde olduğu görülmektedir. En yüksek güvenilirlik katsayısına sahip boyut 0,916 ile dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığı boyutudur. Dedikodunun varlığı ve yaygınlığı alt boyutunun güvenilirlik katsayısı 0.838, dedikodunun bireysel yararları boyutunun güvenilirlik katsayısı ise 0,753 şeklindedir.

Tablo 1. Dedikodu Ölçeğinin Faktör Yükleri

Faktörler	İfadeler	Faktör yükü	Öz değer	Varyans	Kümülatif varyans	Güvenilirlik katsayısı
Dedikodunun varlığı ve yaygınlığı	İşyerinde dedikodu kaçınılmazdır. (D4)	,822	2,686	14,138	53,294	,838
	Herkes dedikodu yapar. (D2)	,790				
	Herkesin bazen dedikodu yaptığını düşünüyorum. (D1)	,783				
	İyi insanlar da dedikodu yapar. (D3)	,768				
	Dedikodu iki kişinin üçüncü kişi hakkında konuşmasıdır. (D8)	,612				
	Dedikodu yaparım ama her konuda değil. (D5)	,544				
Dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığı	Yönetim dedikodu yoluyla kendisini başarılı kılmaya çalışır. (D15)	,867	7,440	39,156	39,156	,916
	Bir kurumda, kuruluşta (veya örgütte) dedikodu gereklidir. (D18)	,804				
	Dedikodu sayesinde rakiplerimin durumu hakkında bilgi alırım. (D11)	,769				
	Yönetim kuralı işlerini dedikodu yoluyla örtbas eder. (D13)	,759				
	Dedikodunun işyerindeki ilişkiler açısından olumlu yönleri de vardır. (D16)	,754				
	İşyerinde dedikodu kariyer yükseltmenin bir yoludur. (D12)	,690				
	Dedikodu yönetimin kuralı işlerini ortaya çıkarır. (D14)	,677				
	Hiyerarşi arttıkça dedikodu artar. (D19)	,647				
	İşyerinde dedikodu sadece yönetimin işine yarar. (D17)	,640				
	Dedikodu bir iletişim biçimidir. (D6)	,594				
Dedikodunun bireysel yararları	Dedikodu insanların psikolojik açıdan rahatlamalarına yardımcı olur. (D9)	,808	1,237	6,508	59,802	,753
	Dedikodu sadece eleştirmektir (D7)	,705				
	Dedikodudan uzaklaştıkça işyerinde olup bitenlerden uzak kaldığımı hissedirim. (D10)	,677				
Ölçek Güvenilirliği (Cronbach's Alpha)						,909

Veri analizine araştırmanın diğer ölçeği olan örgütsel güven ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik testleriyle devam edilmiştir. Örgütsel güven düzeyini ölçmeye yönelik ilk faktör analizi sonucunda örneklem hacminin yeterliliğini ifade eden KMO değerinin 0.939, varyansların homojenliğini test eden Bartlett Küresellik değerinin 0,000 olduğu görülmektedir. Buradan hareketle otel işletmelerinde çalışanların örgütsel güven düzeylerinin belirlenmesine yönelik kullanılan ölçeğe ilişkin verilerin geçerli olduğu kabul edilmiştir. Bununla birlikte ölçeğin 9, 13, 14 ve 15. maddeleri birden fazla faktöre yüklendiğinden dolayı bu maddeler ölçekten çıkarılmış ve faktör analizi tekrarlanmıştır.

İkinci faktör analizi sonucunda KMO değerinin 932, Bartlett Küresellik değerinin ise 0,000 olduğu tespit edilmiştir. Faktör yükleri ile güvenilirlik analizi sonuçları ise Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2’te yer alan sonuçlar incelendiğinde örgütsel güven ölçeğinin üç boyutlu bir yapıya sahip olduğu ve ölçeğin varyans açıklama oranının %74,291 olduğu görülmektedir. Örgütsel güven, ölçeğin uyarlandığı Tokgöz ve Seymen Aytemiz (2013) tarafından hastanede çalışan sağlık çalışanları üzerinde gerçekleştirilen çalışmada olduğu gibi örgüte güven, yöneticiye güven ve çalışma arkadaşlarına güven olarak üç boyutlu bir yapıdadır. Bu doğrultuda örgütsel güven ölçeğinde en yüksek varyans açıklama oranına sahip alt boyut çalışma arkadaşlarına güven boyutudur (%13,77). Bu boyutu, örgüte güven alt boyutu (%9,52) ve yöneticiye güven (%4,88) alt boyutu izlemektedir.

Tablo 2. Örgütsel Güven Ölçeğinin Faktör Yükleri

Faktör	İfadeler	Faktör yükü	Özdeğer	Varyans	Kümülatif varyans	Güvenilirlik katsayısı
Örgüte güven	Çalıştığım otel dürüst ve hakkaniyetli bir işleyişe sahiptir. (ÖG2)	,806				
	Çalıştığım otel bütün çalışanlarına adil davranır. (ÖG1)	,775				
	Çalıştığım otel çalışanlarına ilgili ve saygılıdır. (ÖG5)	,774				
	Çalıştığım otel performans değerlendirmesini objektif olarak yapmaktadır (ÖG4)	,710				
	Çalışanların özlük hakları konusunda adil davranır. (ÖG6)	,709				
	Çalıştığım otel genelde açıklıkla yönetilir. (ÖG3)	,694				
	Çalıştığım otele her zaman güvenirim. (ÖG8)	,674	2,191	9,527	69,409	,946
	Çalıştığım otelde yöneticiler ve çalışanlar arasındaki güven düzeyi çok yüksektir. (ÖG7)	,647				
Yöneticiye güven	Yöneticim astlarının hak ve çıkarlarını korur. (ÖG11)	,733				
	Yöneticim işinde yeterli bilgi ve beceriye sahiptir. (ÖG18)	,726				
	Yöneticim olumlu bir çalışma ortamı yaratır. (ÖG16)	,724				
	Yöneticim aldığı kararlarda çalışanların da katılımını sağlar. (ÖG17)	,714	1,123	4,882	74,291	,938
	Yöneticim verdiği sözleri daima tutar. (ÖG10)	,693				
	Yöneticim çalışanlarımı destekleyicidir. (ÖG12)	,661				
Çalışma arkadaşlarına güven	Çalışma arkadaşlarım işyerindeki kuralları istismar etmezler. (ÖG23)	,842				
	Çalışma arkadaşlarım sorumluluk sahibidirler. (ÖG20)	,825				
	Çalışma arkadaşlarım dürüst ve açıktırlar. (ÖG21)	,822				
	Çalışma arkadaşlarım uyumludurlar. (ÖG22)	,801				
	Çalışma arkadaşlarımın arasındaki güven düzeyi çok yüksektir. (ÖG19)	,746				
	Çalışma arkadaşlarım güvenilirdirler. (ÖG25)	,705	15,058	13,773	59,882	,947
	Çalışma arkadaşlarım mesleki becerileri oldukça yüksektir. (ÖG27)	,699				
	Çalışma arkadaşlarım politik (içten pazarlıklı) davranışlar sergilemezler. (ÖG26)	,671				
	Çalışma arkadaşlarım her türlü zorlukta bana yardım ederler. (ÖG24)	,634				
Ölçek Güvenilirliği (Cronbach’s Alpha)						,969

Tablo 2’de yer alan bilgilere göre örgütsel güven ölçeğinin güvenilirlik katsayısı (Cronbach’s Alpha) 0,969 olarak bulunmuştur. Örgütsel güven ölçeğinin alt boyutlarına ait katsayılar incelendiğinde üç boyutun da güvenilirlik katsayısının %70’in üzerinde olduğu görülmektedir. En yüksek güvenilirlik katsayısına sahip boyut, 0,947 ile çalışma arkadaşlarına güven boyutudur. Örgüte güven alt boyutunun güvenilirlik katsayısı 0,946, yöneticiye güven alt boyutunun güvenilirlik katsayısı ise 0,738 şeklindedir.

Otel işletmelerinde çalışanların dedikoduya ilişkin algıları ile örgütsel güven düzeyleri arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla çift yönlü Pearson korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Korelasyon katsayılarının yorumlanmasında Cohen (1988:78-80) tarafından önerilen ölçütler ($r=,10$: küçük; $r=,30$: orta; $r=,50$: büyük) dikkate alınmıştır.

Tablo 3'te yer alan sonuçlara göre dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığı ile güvenin tüm boyutları arasında bir ilişki bulunmaktadır. Bu sonuca göre dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığı ile çalışma arkadaşlarına güven ($r=-,187$), örgüte güven ($r=-,157$) ve yöneticiye güven ($r=-,195$) arasında negatif yönlü, istatistiksel olarak anlamlı ve zayıf düzeyde ilişkiler olduğu tespit edilmiştir.

Örgütsel dedikodunun varlığı ve yaygınlığı ile dedikodunun bireysel yararları alt boyutlarıyla örgütsel güvenin çalışma arkadaşlarına güven, örgüte güven ve yöneticiye güven alt boyutları arasında anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 3. Dedikodu ve Örgütsel Güven Alt Boyutlarına İlişkin Korelasyon Analizi Sonuçları

	Ortalama	Standart Sapma	Dedikodunun Bireysel ve Örgütsel Araçsallığı	Dedikodunun Varlığı ve Yaygınlığı	Bireysel Yararları	Çalışma Arkadaşlarına Güven	Örgüte Güven	Yöneticiye Güven
Dedikodun Bireysel ve Örgütsel Araçsallığı	2,76	0,92444	1					
Dedikodunun Varlığı ve Yaygınlığı	3,59	0,82907	0,354**	1				
Bireysel Yararları	3,03	1,02963	0,600**	0,325**	1			
Çalışma Arkadaşlarına Güven	3,56	0,98849	-0,187**	0,25	0,105	1		
Örgüte Güven	3,24	1,01662	-0,157*	-0,013	0,031	0,673**	1	
Yöneticiye Güven	3,46	1,00952	-0,195**	-0,028	-0,033	0,721**	0,816**	1

Dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığı alt boyutu ile örgütsel güvenin tüm alt boyutları arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Bu nedenle, dedikodunun örgütsel güven üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla regresyon analizi yapılmıştır.

Tablo 4. Dedikodu Boyutları ile Örgütsel Güven Boyutlarına İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	beta (β)	Sig.
Dedikodunun Bireysel ve Örgütsel Araçsallığı	-0,405	0,000
Dedikodunun Varlığı ve Yaygınlığı	0,062	0,390
Dedikodunun Bireysel Yararları	0,328	0,000
Bağımlı Değişkenler: Çalışma Arkadaşlarına Güven Rsquare=,111 F=8,405		
Bağımsız Değişkenler	beta (β)	Sig.
Dedikodunun Bireysel ve Örgütsel Araçsallığı	-0,281	0,002
Dedikodunun Varlığı ve Yaygınlığı	0,024	0,743
Dedikodunun Bireysel Yararları	0,192	0,028
Bağımlı Değişkenler: Örgüte Güven Güven Rsquare=,050, F=3,521		
Bağımsız Değişkenler	beta (β)	Sig.
Dedikodunun Bireysel ve Örgütsel Araçsallığı	-0,282	0,002
Dedikodunun Varlığı ve Yaygınlığı	0,031	0,676
Dedikodunun Bireysel Yararları	0,126	0,148
Bağımlı Değişkenler: Yöneticiye Güven Rsquare=,050 F=3,465		

Tablo 4'te yer alan sonuçlara göre ilk bağımlı değişken çalışma arkadaşlarına güven üzerinde dedikodu boyutlarının etkilerini incelemek üzere oluşturulan regresyon modelinin analizi, modelin istatistiksel açıdan anlamlı olduğunu ($F= 8,405$, $\text{sig}=0,000$) ve çalışma arkadaşlarına güveni %11,1 oranında açıkladığı saptanmıştır. Dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığının ($\text{sig}=0,000$; $\beta= -$

0,405) etkisinin anlamlı ve negatif yönlü olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca göre dedikodunun bireysel ve örgütsel bir araç olarak kullanılması arttıkça çalışma arkadaşlarına güven azalmaktadır. Buradan hareketle “H₉: Örgütsel dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığının, çalışanların çalışma arkadaşlarına duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır” hipotezi KABUL edilmiştir. Dedikodunun varlığı ve yaygınlığının çalışma arkadaşlarına güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunamamıştır (sig=0,390; β = -0,062). Buradan hareketle “H₃: Örgütsel dedikodunun varlığının, çalışanların çalışma arkadaşlarına duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır” hipotezi REDDEDİLMİŞTİR. Dedikodunun bireysel yararlarının ise çalışma arkadaşlarına güven üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir (sig=0,000; β = 0,328). Bu sonuca göre dedikodunun bireysel yararları algılandığında çalışma arkadaşları arasındaki güven artmaktadır. Bu sonuç ile “H₆: Örgütsel dedikodunun bireysel yararlarının, çalışanların çalışma arkadaşlarına duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır” hipotezi KABUL edilmiştir.

İkinci bağımlı değişken örgüte güven üzerinde dedikodu boyutlarının etkilerini incelemek üzere oluşturulan regresyon modelinin analizinde, modelin anlamlı olduğu (F= 3,521, sig=0,002) ve örgüte güveni %5 oranında açıkladığı saptanmıştır. Dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığının (sig=0,002; β = -0,281) etkisinin anlamlı ve negatif yönlü olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca göre dedikodunun bireysel ve örgütsel bir araç olarak kullanılması arttıkça örgüte duyulan güven azalmaktadır. Bu durumda “H₇: Örgütsel dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığının, çalışanların örgüte duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır” hipotezi KABUL edilmiştir. Dedikodunun varlığının örgüte güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunamamıştır (sig=0,743; β =-0,024). Bu sonuç ile “H₁: Örgütsel dedikodunun varlığı ve yaygınlığının, çalışanların örgüte duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır” hipotezi REDDEDİLMİŞTİR. Dedikodunun bireysel yararlarının ise (sig=0,028; β =0,192) örgüte güven üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisi bulunmuştur. Bu sonuca göre dedikodunun bireysel yararlarının algılanması örgüte güveni arttırmaktadır. Bu durumda “H₄: Örgütsel dedikodunun bireysel yararlarının, çalışanların örgüte duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır” hipotezi KABUL edilmiştir.

Üçüncü bağımlı değişken yöneticiye güven üzerinde dedikodu boyutlarının etkilerini incelemek üzere oluşturulan regresyon modelinin analizinde, modelin anlamlı olduğu (F= 3,465, sig=0,002) ve örgüte güveni %5 oranında açıkladığı saptanmıştır. Dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığının (sig=0,002; β = -0,282) etkisinin anlamlı ve negatif yönlü olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca göre dedikodunun bireysel ve örgütsel araç olarak kullanılması arttıkça yöneticiye duyulan güven azalmaktadır. Bu durumda “H₈: Örgütsel dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığının, çalışanların yöneticilerine duyduğu güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır” hipotezi KABUL edilmiştir. Dedikodunun varlığı ve yaygınlığının (sig=0,676; β =-0,031) ve dedikodunun bireysel yararlarının (sig=0,148; β =-0,126) yöneticiye güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunamamıştır. Bu sonuçlar ile “H₂: Örgütsel dedikodunun varlığı ve yaygınlığının, çalışanların yöneticilerine duyduğu güven üzerinde anlamlı etkisi bulunmaktadır” ve “H₅: Örgütsel dedikodunun bireysel yararlarının, çalışanların yöneticilerine duyduğu güven üzerinde anlamlı ve etkisi bulunmaktadır” hipotezleri REDDEDİLMİŞTİR.

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu araştırma, dedikodunun bireysel ve toplumsal ilişkileri önemli ölçüde etkileyen informal bir iletişim biçimi olmasından hareketle, bu iletişim kanalının özellikle işletmelerde güven olgusu üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgular, işyeri dedikodusunun yalnızca bir iletişim biçimi değil, aynı zamanda örgüt içi güven ilişkilerini şekillendiren önemli bir sosyal olgu olduğunu ortaya koymaktadır.

Otel işletmelerinde çalışanların örgütsel dedikodu algılarının örgütsel güven düzeyleri üzerindeki etkisinin incelendiği çalışmada gerçekleştirilen analiz sonucunda dedikodu ölçeğinin, dedikodunun varlığı ve yaygınlığı, dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığı ile dedikodunun bireysel yararları olarak üç boyutlu bir yapıya sahip olduğu tespit edilmiştir. Örgütsel güven

ölçeğinin ise örgüte güven, yöneticiye güven ve çalışma arkadaşlarına güven olarak üç boyutlu bir yapıya sahip olduğu saptanmıştır. Analizler sonucunda dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığı boyutunun, tüm güven boyutlarında anlamlı ve negatif etkiler gösterdiği tespit edilmiştir. Dedikodunun varlığı ve yaygınlığı boyutunun ise güven boyutları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür. Dedikodunun bireysel yararları boyutu, çalışma arkadaşlarına güven ve örgüte güven boyutları üzerinde anlamlı ve pozitif etkiler göstermiştir, ancak yöneticiye güven üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir.

Araştırmanın sonuçları, dedikodunun işlevine bağlı olarak örgütsel güven üzerinde hem olumsuz hem de olumlu etkiler yaratabileceğini göstermektedir. Özellikle dedikodunun bireysel ve örgütsel araçsallığının güveni azaltması, dedikodunun bilgi manipülasyonu ve çıkar amaçlı kullanımı durumunda çalışanlar arasında şüphe ve güvensizlik duygularının artabileceğini desteklemektedir (Kurland ve Pelled, 2000; Foster, 2004). Bu durum dedikoduya ilişkin olumsuz algı ve/veya olumsuz dedikodularda daha belirgin hale gelmektedir. Literatürde olumsuz işyeri dedikodusunun, çalışanların işe katılımını (Cheng vd., 2023), hizmet performansını (Babalola vd., 2019), örgütsel özdeşleşmeyi ve müşteri odaklı örgütsel vatandaşlık davranışını (Ye vd., 2019), örgütsel özsaygıyı (Song ve Guo, 2022), bilgi paylaşımını (Yao vd., 2020; Li vd., 2023) olumsuz yönde; hizmet sabotaj davranışını (Zhang vd., 2025), işten ayrılma niyeti ve sosyal kaytarma davranışını (Khairy ve Elzek, 2024) olumlu yönde etkilediği vurgulanmaktadır. Buna karşın dedikodunun bireysel yarar sağlaması durumunda, sosyal destek mekanizmalarını güçlendirerek çalışanlar arasında güvenin pekiştirilebileceği bulunmuştur. Bu sonuç, dedikodunun yalnızca olumsuz bir unsur olmadığı, doğru şekilde yönetildiğinde, çalışan sessizliğini azalttığı (Liao, 2022), çalışanların yenilikçi davranış sergilemelerini (Dai vd., 2022), işe katılımı ve işyeri arkadaşlığını (Michelson ve Mouly, 2000; Zong vd., 2021; Waddington, 2021; Ugwu vd., 2022) geliştirdiği dahası işyerinde iyi bir çalışma ortamı yaratmaya teşvik ettiği (Alshehre, 2017) yönündeki çalışmaları desteklemektedir. Araştırma bağlamında elde edilen sonuçlar, çalışanların örgütsel güven düzeyinin yükseltilmesi için örgüt içinde dedikoduya sadece bir problem alanı olarak değil, aynı zamanda yönetilmesi gereken stratejik bir iletişim kanalı olarak yaklaşılması gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Elde edilen bulgular, turizm işletmeleri gibi insan etkileşiminin yoğun olduğu sektörlerde, örgütsel güvenin sürdürülebilirliği açısından iletişim kültürünün yönetiminin kritik öneme sahip olduğunu göstermektedir. Otel işletmeleri, çalışanlar arasındaki güveni korumak için açık iletişimi ve güven temelli örgüt kültürünü teşvik eden stratejiler geliştirmelidir. Yöneticiler, dedikodunun olumsuz biçimlerinin önüne geçmek için adil liderlik uygulamaları benimsemeli, aynı zamanda çalışanlar arası samimi bilgi paylaşımını desteklemelidir.

Bu araştırmanın bulguları, turizm sektöründe sosyal ilişkilerin yönetimine yönelik önemli teorik ve pratik katkılar sunmaktadır. Bununla birlikte, araştırma yalnızca Kütahya ilindeki otel işletmeleri ile sınırlıdır ve kesitsel veriler kullanılmıştır. Bu nedenle, farklı bölgelerde, farklı hizmet türlerine sahip otel işletmelerinde yapılacak karşılaştırmalı ve boyamsal çalışmalar, dedikodunun örgütsel güven üzerindeki dinamik etkilerini daha derinlemesine ortaya koyacaktır. Ayrıca gelecekteki araştırmalar, dedikoduya ilişkin algıların örgütsel bağlılık, iş doyumunu, örgütsel vatandaşlık davranışı ve işten ayrılma niyeti gibi değişkenlerle birlikte değerlendirilmesini sağlayarak turizm işletmelerinde örgütsel iletişimin bütüncül yapısına ışık tutabilir.

Kaynakça

- Akgündüz, Y. (2014). Otel Çalışanlarının Örgütsel Sessizliği Tercih Etmelerinde Örgütsel Güvenlerinin Etkisi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(1), 184-199.
- Akmaz, A. ve Erbaşı, A. (2017). Psikolojik Kontrat İle Örgütsel Bağlılık Ve Örgütsel Güven İlişkisi: Mersin İlindeki 4 ve 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(4), 125-154
- Alshehre, R. A. M. (2017). Positive Effects of Gossiping at Work. *Open Journal of Medical Psychology*, 6(2), 126-132.

- Awad, A. H. I., Elnaggar, M. K., Abd, A. A. E. K. G., Ahmed, M. F. A. E. L., & Wahba, S. A. M. (2024). The Moderating Role of Internal Marketing on the Relationship Between Organizational Trust and Job Engagement: Evidence From Hotels and Travel Agencies. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 53(2), 554-563.
- Babalola, M. T., Ren, S., Kobinah, T., Qu, Y. E., Garba, O. A. and Guo, L. (2019). Negative Workplace Gossip: Its Impact On Customer Service Performance And Moderating Roles Of Trait Mindfulness And Forgiveness. *International Journal of Hospitality Management*, 80, 136-143.
- Bencsik, A. and Juhasz, T. (2020). Impacts of Informal Knowledge Sharing (Workplace Gossip) On Organizational Trust. *Economics & Sociology*, 13(1), 249-270.
- Chathoth, P. K., Mak, B., Jauhari, V., & Manaktola, K. (2007). Employees' Perceptions of Organizational Trust and Service Climate: A Structural Model Combining Their Effects on Employee Satisfaction. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 31(3), 338-357.
- Chathoth, P. K., Mak, B., Sim, J., Jauhari, V., & Manaktola, K. (2011). Assessing Dimensions of Organizational Trust across Cultures: A Comparative Analysis of US and Indian Full Service Hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 233-242.
- Cheng, X., Duan, J., Wu, W. and Lu, L. (2023). From The Dual-Dimensional Perspective of Employee Mindfulness and Superior Trust, Explore The Influence Mechanism of Negative Workplace Gossip on Work Engagement. *Frontiers in Psychiatry*, 14, 1287217.
- Chiang, C. F., & Wang, Y. Y. (2012). The Effects of Transactional and Transformational Leadership on Organizational Commitment in Hotels: The Mediating Effect of Trust. *Journal of Hotel & Business Management*, 1(1), 1-11.
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. 2. Baskı. Lawrence Erlbaum Associates.
- Çetinsöz, B. C. and Turhan, M. (2022). The Impact of The Perceived Organizational Trust on Employee's Self-Efficacy Perception: A Study on All Inclusive Hotels. *Turizm Akademik Dergisi*, 9(1), 293-310.
- Dai, Y., Zhuo, X., Hou, J. and Lyu, B. (2022). Is Not Workplace Gossip Bad? The Effect of Positive Workplace Gossip on Employee Innovative Behavior. *Frontiers in Psychology*, 13, 1017202.
- Danish, F. (2024). Whispers in the Office: Unveiling the Role of Workplace Gossip in Shaping Trust and Employee Citizenship Behavior. *International Journal of Operations and Quantitative Management*, 30(2), 1-19.
- Dirks, K. T. and Ferrin, D. L. (2002). Trust in Leadership: Meta-Analytic Findings and Implications for Research and Practice. *Journal of Applied Psychology*. 87, (4), 611-628.
- Doğan, H. B. (2024). Olumsuz Örgütsel Dedikodu ve Örgütsel İkiyüzlülüğün İşten Ayrılma Niyetine Etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*. 16(3), 1658-1678.
- Dores Cruz T. D., Beersma, B., Dijkstra M. T. M. and Bechtoldt M. N. (2019) The Bright and Dark Side of Gossip for Cooperation in Groups. *Frontiers in Psychology*. 10:1374.
- Dunbar, R. I. (2004). Gossip in Evolutionary Perspective. *Review of General Psychology*, 8(2), 100-110.
- Ellwardt, L., Labianca, G. J., & Wittek, R. (2012a). Who are The Objects of Positive and Negative Gossip at Work?: A Social Network Perspective on Workplace Gossip. *Social Networks*, 34(2), 193-205.
- Ellwardt, L., Wittek, R. and Wielers, R. (2012b). Talking About The Boss: Effects of Generalized And Interpersonal Trust on Workplace Gossip. *Group & Organization Management*, 37(4), 521-549.
- Eluwole, K. K., Karatepe, O. M., & Avci, T. (2022). Ethical Leadership, Trust in Organization and Their Impacts on Critical Hotel Employee Outcomes. *International Journal of Hospitality Management*, 102, 103153.
- Foster, E. K. (2004). Research on gossip: Taxonomy, Methods, and Future Directions. *Review of General Psychology*, 8(2), 78-99.
- Greenslade-Yeats, J., Cooper-Thomas, H., Morrison, R., & Corner, P. D. (2023). How Workplace Gossip Shapes Interpersonal Relationships: A Qualitative Study from The Gossip Recipient'S Perspective. *Group & Organization Management*, 50(3), 799-839.

- Guo, G., Cheng, B., Tian, J., Ma, J. and Gong, C. (2022). Effects of Negative Workplace Gossip on Unethical Work Behavior in The Hospitality Industry: The Roles of Moral Disengagement and Self-Constructual. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 31 (3), 290-310.
- Hassona, H. A., Zaki, M. M. and Batikh, H. A. (2022). Studying the Impact of Workplace Gossip on Employees' Attitudes and Performance in the Egyptian Hotels. *International Journal of Tourism and Hospitality Management*, 5(1), 341-367.
- Hemdi, M. A., & Nasurdin, A. M. (2006). Predicting Turnover Intentions of Hotel Employees: The Influence of Employee Development Human Resource Management Practices and Trust in Organization. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 8(1), 21-42.
- Karamustafa, K., Ülker, P., Ülker, M., & Umur, M. (2024). Employees' Perceptions of Workplace Gossip in The Hospitality Industry. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 9(1), 37-50.
- Karasu, Y. ve Cömert, M. (2022). İlköğretim Kurumlarında Çalışan Öğretmenlerin Örgütsel Dedikodu ve Örgütsel Güven Algıları Arasındaki İlişki. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 12 (3), 2723-2748.
- Khairy, H. A. and Elzek, Y. (2024). The Impact of Nepotism and Workplace Gossip on Job Performance in Travel Agencies and Hotels in Egypt: The Moderating Role of Organizational Justice. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 23(1), 52-75.
- Kim, J. H., & Lee, S. G. (2015). Relationships among Corporate Social Responsibility, Organizational Trust and Organizational Citizenship Behavior in Hotel Industry, *FoodService Industry Journal*, 11(2), 7-16.
- Kumar P, A. and Vilvanathan, L. (2024). When Talk Matters: The Role of Negative Supervisor Gossip and Employee Agreeableness in Feedback Seeking and Job Performance. *Management Research Review*, 47(10), 1501-1519.
- Kuo, C. C., Chang, K., Quinton, S., Lu, C. Y. and Lee, I. (2015). Gossip in The Workplace and The Implications For HR Management: A Study of Gossip and Its Relationship to Employee Cynicism. *The International Journal of Human Resource Management*, 26(18), 2288-2307.
- Kurland, N. B., & Pelled, L. H. (2000). Passing the word: Toward a model of gossip and power in the workplace. *Academy of management review*, 25(2), 428-438.
- Leblebici, D. N., Yıldız, H. H. ve Karasoy, A. (2009). Örgütsel Yaşamda Dedikodunun Algılanışı ve Araçsallığı. *Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 9(18), 561-574.
- Li, P., Huang, Z., Wang, R. and Wang, S. (2023). How Does Perceived Negative Workplace Gossip Influence Employee Knowledge Sharing Behavior? An Explanation From The Perspective of Social Information Processing. *International Journal of Hospitality Management*, 113, 103518.
- Liao, G., Wang, Q., & Li, Y. (2022). Effect of Positive Workplace Gossip on Employee Silence: Psychological Safety as Mediator and Promotion-Focused as Moderator. *International Journal of Mental Health Promotion*, 24(2).
- Liu, C. M., Huang, C. J., Huang, K. P., & Chen, K. J. (2013). Psychological Contract Breach, Organizational Trust and Organizational Citizenship Behavior of Hotel Industry in Taiwan. *Pakistan Journal of Statistics*, 29(5).
- Liu, T., Liu, L., Cafferkey, K. and Jia, Y. (2023). Assessing The Impact of Negative Workplace Gossip on Family Satisfaction: Evidence from Employees in China. *Current Psychology*, 42(24), 21201-21212.
- Mayer, R. C., Davis, J. H. and Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709-734.
- Michelson, G. and Mouly, V. S. (2000). Rumour and Gossip in Organisations: A Conceptual Study. *Management Decision*, 38(5) 339-346.
- Michelson, G., & Suchitra Mouly, V. (2004). Do Loose Lips Sink Ships? The Meaning, Antecedents and Consequences of Rumour and Gossip in Organisations. *Corporate Communications: An International Journal*, 9(3), 189-201.

- Nidhiutai, P. (2024). Organizational Gossip, Interpersonal Trust, and Communication Climates in Business Enterprises. Chulalongkorn University Theses and Dissertations (Chula ETD). 11356. <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/11356>.
- Oh, S. Y. (2022). Effect of Ethical Climate in Hotel Companies on Organizational Trust and Organizational Citizenship Behavior. *Sustainability*, 14(13), 7886.
- Onyeizugbe, C. U., Orogbu, L. O., Mande, S. and Michael, J. E. (2018). Organizational Trust and Employee Performance in Selected Hotels in Edo State of Nigeria. *Journal of Research in Business, Economics and Management (JRBEM)*, 10(4), 234-245.
- Özkan, H. (2023). "Örgütsel Güven" Burcu Yiğit (Ed.). *İş Hayatında Pozitif ve Negatif Davranışlar*, 133-144, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık: Ankara.
- Öztürk, İ., Aras, M. (2021). Mantar Yönetim Tarzı ve Örgütsel Dedikodunun Bilgi Paylaşımına Etkisi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*. 22(2):121-134.
- Shi, Z., Lin, D. R. and Ding, L. (2022). A Study of the Influence of Workplace Negative Gossip on Tacit Knowledge-Sharing Intention of Frontline Employees in The Hotel Industry. *Tourism Tribune*, 37 (3), 108-120.
- Soliman, M., Anasori, E., Ranjan, A. and Obaid, M. A. (2024). Job Crafting and Employees' Innovative Behaviour In Hotels: Exploring The Role of Employees' Psychological State and Workplace Gossip. *Tourism and Hospitality Research*, 14673584241307308.
- Song X. and Guo S. (2022) The Impact of Negative Workplace Gossip on Employees' Organizational Self-Esteem in a Differential Atmosphere. *Frontiers in Psychology*. 13:854520.
- Tan, H. H. and Tan, C. S. F. (2000) Toward the Differentiation of Trust in Supervisor and Trust in Organization. *Genetic, Social, and General Psychology Monographs*. 126, (2), 241-260.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2024). Bakanlık Belgeli ve Bakanlığa Başvurusu olan Tesisler. <https://www.ktb.gov.tr/genel/searchhotelgenel.aspx?lang=tr> (Erişim Tarihi: 10.11.2024).
- Tokgöz, E. ve Seymen Aytemiz (2013). Tokgöz, E., & Seymen, O. A. (2013). Örgütsel Güven, Örgütsel Özdeşleşme ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki: Bir Devlet Hastanesinde Araştırma. *Öneri Dergisi*, 10(39), 61-76.
- Ugwu, F. O., Onyishi, E. I., Anozie, O. O., & Ugwu, L. E. (2022). Customer Incivility and Employee Work Engagement in The Hospitality Industry: Roles of Supervisor Positive Gossip and Workplace Friendship Prevalence. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 5(3), 515-534.
- Vega, A. V. (2017). A Comparison Study of Organizational Rumors and Gossip, Engagement, and Generations in The Working Sector of Puerto Rico. *Revista Interamericana de Psicología Ocupacional*, 36(1), 49-61.
- Waddington, K. (2021). *Gossip, Organization and Work: A Research Overview*. London: Routledge.
- Wax, A., Rodriguez, W. A. and Asencio, R. (2022). Spilling Tea at The Water Cooler: A Meta-Analysis of The Literature on Workplace Gossip. *Organizational Psychology Review*, 12(4), 453-506.
- Yao, Z., Luo, J., & Zhang, X. (2020). Gossip is a Fearful Thing: The Impact of Negative Workplace Gossip on Knowledge Hiding. *Journal of Knowledge Management*, 24(7), 1755-1775.
- Ye, Y., Zhu, H., Deng, X. and Mu, Z. (2019). Negative Workplace Gossip and Service Outcomes: An Explanation from Social Identity Theory. *International Journal of Hospitality Management*, 82, 159-168.
- Yoon, D., Jang, J., & Lee, J. (2016). Environmental Management Strategy and Organizational Citizenship Behaviors in The Hotel Industry: The mediating role of organizational trust and commitment. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(8), 1577-1597.
- Zhang, Y., Liu, Y., Zhang, J., Akhtar, M. N. and Wang, Y. (2025). How and When Negative Workplace Gossip Influences Service Sabotage Behavior? A Study Among Hotel Frontline Employees in China. *Chinese Management Studies*, 19(1), 99-115.
- Zong, B., Zhang, L., Chu, X., & Qu, J. (2021). Does Positive Workplace Gossip Help Socialize Newcomers? A Dual-pathway Model Based on Network Ties. *PsyCh Journal*, 10(5), 767-776.

The Role of Leaders in Knowledge Management: A Study on Hospitality Enterprises¹

Bilgi Yönetiminde Liderlerin Rolü: Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma

Öznur SİDAL^a and Ömür Neczan TİMURCANDAY ÖZMEN^b

^a Assistant Professor, Van Yüzüncü Yıl University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Van, Türkiye. ORCID: 0000-0001-8748-9221

^b Professor, Dokuz Eylül University, Faculty of Business, Department of Business Administration (English), İzmir, Türkiye. ORCID: 0000-0002-3379-317X

Abstract

Knowledge management is a strategic process that governs the creation, dissemination, and utilization of information within an organization. In the context of hotel operations, effective knowledge management practices enable organizations to gain a competitive advantage by providing employees with accurate and comprehensive information regarding customer preferences and service procedures. To fully realize these benefits, it is essential to establish mechanisms that facilitate the flow of knowledge within the organization, enhance performance, and ensure its optimal utilization, supported by leaders who actively promote and manage knowledge effectively.

The primary objective of this study is to investigate the relationship between knowledge management and leadership roles in accommodation enterprises. Specifically, the study examines the interplay between leadership competencies and leadership roles and explores how these roles contribute to the effectiveness of knowledge management practices.

The empirical component of the study focuses on four- and five-star hotels in and around İzmir, analyzing both the approaches to knowledge management and the role of leadership within this process. A quantitative research design was adopted, with data collected through face-to-face surveys administered to hotel employees included in the study sample.

The findings indicate that leaders play a critical role in facilitating knowledge sharing and utilization within organizations. When leaders actively support and sustain knowledge management initiatives, the likelihood of successful implementation increases significantly. Moreover, the study reveals that sustained and well-supported knowledge management practices positively influence both employee performance and overall organizational effectiveness.

Keywords: Knowledge Management, Leadership, Accommodation Businesses, İzmir

Özet

Bilgi yönetimi; örgüt içinde bilginin paylaşılması, yaygınlaştırılması ve kullanılmasını yöneten, bilgiyi oluşturan ve yerleştiren bir süreçtir. Bu bağlamda otel işletmelerinin bilgi yönetimi uygulamaları ile çalışanlar, müşteri tercihleri ve hizmet prosedürleri hakkında doğru ve yeterli bilgiyi sağlamak yoluyla rekabet üstünlüğü elde etmeleri kolaylaşmaktadır. Söz konusu yararın gerçekleşebilmesi için, bilginin örgüt içinde dolaşabileceği ve performansı artırabileceği yolların yaratılması ve bilgidan en etkin şekilde yararlanılmasını sağlayan liderlere ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu araştırmanın temel amacı, konaklama işletmelerinde bilgi yönetimi ile liderlerin rolleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Bu temel amaç doğrultusunda liderlik yetenekleri ile liderlik rolleri arasındaki ilişkiyi ve liderlik rollerinin bilgi yönetimi uygulamalarındaki yararlarını belirlemektir.

Uygulama bölümünde İzmir ve çevresindeki dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde bilgi yönetimine nasıl bakıldığı ve bilgi yönetimi sürecinde liderlik rolleri ele alınmıştır. Nicel araştırma yöntemi tercih edilmiş, veriler yüzyüze görüşmelerle anket yoluyla yapılmıştır. Araştırma örneklem kapsamındaki otel çalışanlarına uygulanmıştır.

Yapılan araştırma sonucunda, liderlerin örgüt içinde bilginin kullanımını ve paylaşımını kolaylaştırdıkları, bilgi yönetiminin sürdürülmesi ve uygulamasını destekledikleri sürece örgütlerde bilgi yönetiminin başarıya ulaşma olasılığının yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca bilgi yönetiminin sürdürülmesi ve desteklenmesinin hem çalışanların performanslarını hem de örgüt performansını olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bilgi Yönetimi, Liderlik, Konaklama İşletmeleri, İzmir

Article History

Geliş Tarihi 11.11.2025
Kabul Tarihi 10.12.2025

Associate Editor

Hacer ARSLAN KALAY

Corresponding Author

Öznur SİDAL
oznuryeksan@yyu.edu.tr

Citation:

Sidal, Ö. & Timurcanday Özmen, Ö. N., (2025). The Role of Leaders in Knowledge Management: A Study on Hospitality Enterprises. *Journal of Academic Tourism Studies*, 6(2): 328-346.

¹ This study is derived from the master's thesis titled 'The Role of Leaders in Knowledge Management: A Study on 4- and 5-Star Hotel Enterprises in İzmir and Its Surroundings.'

1. INTRODUCTION

In today's highly competitive environment, the success of organizations increasingly depends on how effectively they manage knowledge in the marketplace. Knowledge is now regarded as one of the most critical strategic resources for businesses, and its effective management is considered a fundamental condition for achieving competitive advantage (Alavi & Leidner, 2001). In this context, knowledge management has evolved beyond a topic discussed solely in senior management meetings; it has become a strategic approach that lies at the heart of organizational culture and is directly linked to leadership and operational processes.

The primary aim of this study is to examine knowledge management processes in accommodation establishments and to elucidate the role of leaders in these processes. In particular, the study evaluates the integration of knowledge management practices with organizational structure, culture, and processes, as well as the impact of leadership on knowledge sharing, storage, and strategic utilization. The research seeks to understand how leaders support knowledge management and how knowledge leadership approaches contribute to organizational performance.

The significance of this study lies in its examination of the relationship between knowledge management and leadership within the specific context of the hospitality sector. In accommodation establishments, knowledge management practices play a critical role in enhancing service quality, supporting innovation, ensuring customer satisfaction, and improving process efficiency. However, there is a limited body of research in the literature regarding the impact of leadership approaches on these processes. Therefore, this study aims to contribute both to academic literature and to provide guidance for practitioners in the sector.

The necessity of this research arises from the insufficient investigation of knowledge management and leadership practices within the sector. In the increasingly competitive hospitality industry, it is essential for organizations to implement knowledge management processes effectively and for leaders to assume strategic roles in these processes to achieve sustainable success. Accordingly, this study aims to facilitate a better understanding of the relationship between knowledge management and leadership in the sector and to support the development of strategic recommendations for practical application.

2. CONCEPTUAL FRAMEWORK

2.1. Knowledge Management

Knowledge management is an organizational process that aims to maximize the creative power of an organization by combining the data and information processing capacity of information and communication technologies with the innovative and creative capacity of human capital (Çakar et al., 2010: 73). According to Meral (1999), knowledge management is a strategic management process that aims to deepen and expand the organizational knowledge stock by leveraging the leverage effect of human resources and information technologies.

Knowledge management is concerned with the acquisition, sharing, development, and use of productive (value-creating) knowledge. Successful knowledge management is essential for successful processes such as knowledge creation, provision, protection, and distribution. The primary goal of knowledge management is to identify valuable new knowledge, deliver it to relevant units, and continuously update the knowledge base. In other words, it is crucial that every employee in the organization be held responsible for knowledge. The appropriate and accurate use of knowledge, its recording, sharing among employees, and keeping it current constitute the fundamental aspects of knowledge management (Sarihan, 1998: 25). Knowledge management goes beyond simply managing this information; it's about managing this process. This process consists of developing, protecting, using, and sharing knowledge. Theories and practices developed in knowledge management have matured over time, supporting the perspective on knowledge

management from different perspectives. From the creation of knowledge to the creation of artificial intelligence, many new approaches have supported knowledge management.

Knowledge management goals and practices are shown in Table 1 as examples of some organizations' efforts to make knowledge productive.

Table 1. Knowledge Management Objectives and Application Examples of Some Companies

Company	Country	Knowledge Management Objectives	Knowledge Management
3 M	USA	Creating a culture of knowledge sharing.	Managers take continuous learning and feedback in parallel.
McKinsey & Bianco	USA	Capturing, storing and revealing indirect knowledge of individuals.	These two consulting firms have developed a 'knowledge database' that includes experience with each job, the names of team members, and customer reactions.
Ford Motor	USA	Creating a culture of sharing knowledge.	The company has transformed itself through vendor networks that leverage information, technology, and knowledge.
Hewlett-Packard	USA	Creating a culture of sharing knowledge. Creating small circles for indirect knowledge transfer.	A collaborative culture exists throughout the company, encouraging knowledge sharing and risk-taking. HP also supports even those who find useless information.
Outokumppu	Finland	Generating new revenues from existing knowledge.	The knowledge of establishing a factory for mineral refining has been made available to staff, management, and customers worldwide.

Source: http://www.tebd.gazi.edu.tr/arsiv/2006_cilt4sayi_4/351-373.pdf. (Access Date: 03.02.2010)

As seen in Table 1, companies aim to derive a wide range of benefits from knowledge management practices. Establishing a knowledge-sharing culture, storing knowledge, and measuring the knowledge production process can be considered among the main objectives.

Successful organizations are those that continuously generate and disseminate knowledge throughout the organization, and rapidly embody this knowledge in new technologies and products (Nonaka, 1991). Knowledge that is valid today may become obsolete tomorrow. Therefore, knowledge management essentially emerges as a discipline, a culture, a shared belief, and a challenging management process (Naktiyok, 2004:78). Furthermore, knowledge management facilitates decision-making processes within the organization. In a rapidly changing environment, the competitive efforts of most organizations focus on developing and utilizing knowledge (Çakar et al., 2010:74).

2.2. Knowledge Management and Applications in Accommodation Businesses

Knowledge management is an activity that aims to improve organizational performance through the acquisition, sharing, and use of information technologies (Yılmaz, 2009:67). The success of the hospitality industry relies heavily on the collection and analysis of customer information, thereby providing personalized services (Ürü and Yozgat, 2007: 2429). Knowledge management is defined from different perspectives in the literature. For service businesses, knowledge management is the planned and systematic management of the creation, sharing, and use of information to enable a business to deliver its products and services to its customers more quickly and effectively (Uzun, 2007:45). Similarly, for hospitality businesses, knowledge management is the systematic and analytical sharing of best practices to understand competitors, improve customer service, and

achieve financial goals (Lee, 2008:5). Another definition is the use of the knowledge assets of hospitality businesses to create a competitive advantage (Cooper, 2006:51).

Today, most accommodation establishments are forced to compete internationally. Information technologies play a significant role in applications such as online promotion, public relations, advertising, and sales (Halis, 2001:1). One of the most crucial requirements for accommodation establishments to survive in the globalizing world of international competition is the ability to manage a knowledge management process built on an infrastructure built using information technologies, with the aim of improving organizational performance (İlhan, 2000:6). Therefore, the effective management of knowledge, defined as a strategic resource today, can be the most significant input that will provide accommodation establishments with a competitive advantage. It is anticipated that by managing knowledge, organizations can improve their market position, ensure organizational continuity and efficiency, optimize the synergy between product development and marketing, and facilitate more effective and efficient employee learning and communication (Beijerse, 1999:98-99).

While knowledge management practices are not common in accommodation establishments, it is observed that it is more frequently implemented in accommodation chains. Information management provides significant benefits to chain accommodation businesses in achieving a common quality standard. For example, a case study conducted at the Accor Hotel Group, which has 3,500 accommodation establishments and 130,000 employees worldwide, revealed that this group has developed and implemented information management strategies (Yılmaz; 2009: 71). An Accor chain in Germany with 6,000 employees also utilizes information technologies to store information as part of its information management program.

Bahar (2011: 51)'s research examining the information management infrastructure, implementation, and obstacles encountered in 3- and 5-star accommodation businesses in Adana, Hatay, and Mersin found that the benefits of information technologies were clearly evident in the accommodation businesses covered by the study and that the necessary infrastructure had been established. However, deficiencies in knowledge management were identified in terms of human capital, organizational structure, and organizational culture. Yun's (2004) study reveals that accommodation establishments are slowly transitioning to knowledge management strategies due to the comprehensive nature of the concept of knowledge management.

Ürü and Yozgat (2007:2443) examined the relationship between knowledge management practices and knowledge management performance in five-star hotels in Istanbul. The study revealed that all hotels in the study implemented knowledge management practices and utilized information technologies for this purpose. Furthermore, a positive and high-level relationship emerged between knowledge management practices and indicators such as the competence of businesses and employees in knowledge-related activities, their productivity, organizational performance, customer loyalty, and innovation.

At Ritz-Carlton, knowledge management involves sharing best practices within each department and is updated annually. According to Ritz-Carlton management, the most important component of knowledge management is the employees. If employees do not use the information they obtain from knowledge management to achieve organizational goals, the system becomes useless (Lee, 2008:27). Ritz Carlton hotels are trying to increase customer loyalty by recording the special requests of their guests during their first stay and providing them with personalized services during their subsequent stays within the scope of information management (Yang and Wang, 2008: 348).

In the study conducted by Voegeli (2021), the knowledge management (KM) practices of the InterContinental Hotels Group (IHG) were examined. The findings indicate that while IHG employs knowledge management practices, these practices remain at a basic level and are not fully integrated with strategic planning or the overall business strategy. This suggests that many hotel groups adopt a simplified view in which knowledge management is equated solely with software use or data

collection. However, generating genuine value from KM requires the integration of knowledge processes into the organization's strategic framework. In this respect, the IHG case is significant, as it demonstrates that although a major international hotel chain has established knowledge management practices, their full potential has not yet been realized.

2.3. Leadership and Roles in Knowledge Management

According to Skyrme, a knowledge manager is a leader responsible for maximizing the value an organization obtains through its most important asset, knowledge (Barutçugil, 2002: 145). A similar definition defines a knowledge manager as the person who pioneers and leads an organization's knowledge management initiative (Kılıç, 2006: 169). Organizations that will succeed in maintaining their presence in the information age and achieving competitive advantage will differ in many ways from the "traditional organizations" of the industrial age. For these organizations, which will emerge in the new era defined as the "information age," ensuring effectiveness in "knowledge management" is vital to achieving competitive advantage. In this context, "knowledge workers," one of the components of knowledge management, are of key importance in ensuring the effectiveness of knowledge management (Özmen et al., 2004:256-257).

Knowledge management is considered a strategic senior management issue and is the responsibility of a leader equipped with high-level authority. This leader must manage technology and processes while also leading the change in corporate culture (Barutçugil, 2002:147). The duties of the Chief Knowledge Officer (CKO)—or leader—are complex and diverse. The CKO makes arrangements to establish the knowledge-related infrastructure, establishes connections with external environments and ensures access to external knowledge, and takes initiatives at every level to create a knowledge culture within the organization. He or she facilitates the use and sharing of knowledge. It tries to select the most appropriate management throughout the organization to realize all the elements related to knowledge management and to measure knowledge and determines the knowledge strategy (Yüksel, 2007: 95).

2.4. The Role of Leaders in Knowledge Management - Mintzberg's Leadership Roles Model

Leadership in the knowledge management process can be defined as a process in which individual group members are supported in the learning processes required to achieve group or organizational goals (Viitala, 2004:528-529). According to Guns (1998:315-316), the primary role of the knowledge leader is to utilize knowledge by mobilizing the organization's knowledge assets.

According to Mintzberg, the activities of managers do not conform to the classical management functions (planning, organizing, directing, and supervising). Mintzberg identified and classified the different group behaviors of managers known as managerial roles. According to Mintzberg, interpersonal roles include role modeling, leadership, and connection, supported by managerial authority and requiring the development of interpersonal relationships. Relational roles are defined as monitoring, disseminating, and negotiating roles related to information received and communicated. Judicial roles are defined by Mintzberg as entrepreneurial, conflict management, resource allocation, and negotiating.

According to Mintzberg, interpersonal roles encompass role modeling, leadership, and connection, all of which are supported by managerial authority and require the development of interpersonal relationships. Relational roles are defined as monitoring, disseminating, and negotiating roles related to information received and communicated. Judicial roles are defined by Mintzberg as initiating, controlling chaos, allocating resources, and negotiating.

2.5. Leadership in Accommodation Businesses

The multifaceted, complex, and dynamic structure of the tourism sector necessitates that managers working in this sector possess diverse and superior qualifications (Kozak, 1999:27). Considering the various studies conducted on leadership in accommodation establishments, it is

clear that these studies are conducted in two ways: indirect and direct. Indirect studies on leadership in accommodation establishments (Ley 1980; Arnoldo 1981; Shrottt ,1989) are based on Mintzberg's work and recognize that leadership is a management role. In his research, Mintzberg (1973) revealed a wide variety of tasks and ten different roles that managers undertake. He categorized these roles into three main groups: interpersonal roles, information gathering and distribution roles, and decision-making roles (Taşkıran, 2009:172).

When examining the fundamental roles leaders undertake in managing the knowledge management process in organizations, particularly in hospitality establishments, some studies have identified that transformational leadership has a positive impact on this process (Salo, 2009:120-126; Zorlu et al. 2016:210). Bryant (2003: 41) demonstrates that the leadership qualities necessary for the generation, sharing, and dissemination of knowledge in organizations implementing knowledge management processes emerge only through transformational leadership. Studies directly addressing leadership in hospitality establishments have assumed that managers are leaders, and the characteristics, attitudes, and behaviors of these leaders have been emphasized (Pittaway et al., 1998).

Among these studies, Nebel and Stearns' (1977) study revealed that the effectiveness of leadership orientation depends on the structure and conditions of the organization, and the most appropriate leadership orientation for hospitality establishments was leadership. In another study on leadership in hospitality businesses, Workfold (1989) identified the general profiles of 28 managers working in a chain of hospitality businesses in the UK and examined their leadership orientations toward people and tasks. Workfold found that managers tended to be more task-oriented.

Kozak (1997) and Yüksel and Akoğlan (1998) analyzed the managerial behavior of female hospitality managers across two dimensions: people-oriented. The survey, conducted using a questionnaire on 146 female managers in the Marmara region, found that female managers placed equal importance on people-oriented and task-oriented leadership.

3. METHOD

This research is within the scope of research that does not require ethics committee approval because it was conducted before the specified year, in response to the article "With the ULAKBİM decision dated February 25, 2020, ethics committee approval must be obtained separately for clinical and experimental studies on humans and animals that require ethics committee approval for all branches of science."

3.1. Universe and Sample

The research population consisted of managers working in four- and five-star accommodation establishments in and around Izmir. Furthermore, the selection of lower- and middle-level managers for the survey was based on the assumption that these employees are more familiar with leadership behaviors and the information management processes implemented by the accommodation establishment than non-managerial employees.

The research was conducted in four- and five-star accommodation establishments in Izmir and its districts (Çeşme, Selçuk, Balçova, Gümüldür, Foça, Çiğli, and Dikili). Twenty-two of the hotels in this region, including 15 five-star and 24 four-star hotels (Statistics of the Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Turkey), were randomly sampled. The sample consisted of individuals serving in the general manager, deputy general manager, department manager, and deputy general manager positions in 12 five-star and 10 four-star establishments.

3.2. Research Variables and Model

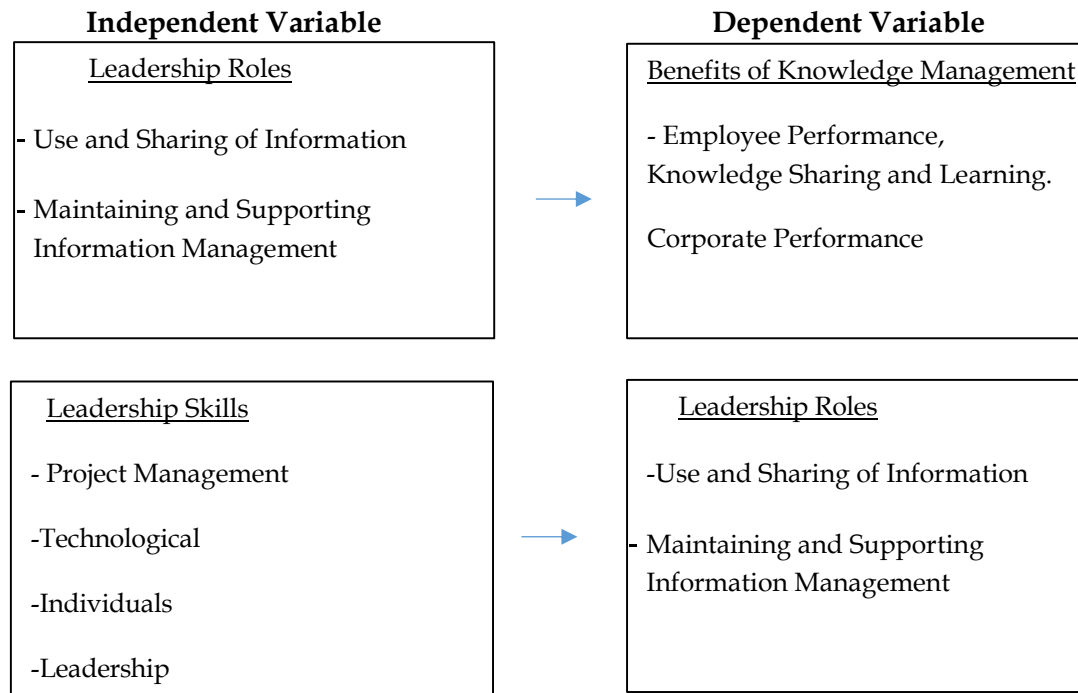


Figure 1. Research Model

In the research model, leadership roles, identified as the independent variables, are defined in two dimensions: "Use and Sharing of Knowledge" and "Sustaining and Supporting Knowledge Management." The dependent variable, "Benefits of Knowledge Management," is defined as "Employee Performance, Knowledge Sharing, and Learning" and "Organizational Performance."

The primary research question concerns whether there is a relationship between leadership roles and the benefits of knowledge management. Within the scope of this fundamental question, the second objective was to investigate whether leadership abilities are a determinant of leadership roles. Therefore, the first stage assessed the impact of leadership roles, which constitute the primary research focus of the study, on the benefits of knowledge management. In the second stage, leadership abilities were considered as the independent variable, and leadership roles as the dependent variable. The extent to which leadership abilities explain leadership roles and whether these characteristics are a determinant of leadership roles was examined.

Of the 351 questionnaires, 216 were administered at four-star and 135 at five-star accommodation establishments. Of the 351 accommodation managers who received questionnaires, 183 were returned, 102 from four-star and 81 from five-star establishments, and 178 were deemed worthy of analysis. The remaining five questionnaires could not be analyzed due to incomplete information and multiple responses to the same question. The response rate for the questionnaires was 50.7%, which is within acceptable limits for representativeness of the sample (Sekaran, 2000: 245).

The questionnaire used in the study consists of four sections, including questions on Leadership Abilities, Leadership Roles in Knowledge Management, Benefits of Knowledge Management to the Business, and Demographic Characteristics of Accommodation Establishments and Employees.

The first section of the questionnaire addressed demographic characteristics. The second section includes the "Leadership Skills Assessment Scale," which includes statements about the business and leadership skills. The third section includes the "Leadership Roles Assessment Scale in Knowledge Management," which includes questions about leadership roles in knowledge management. The final section includes the "Benefits of Knowledge Management to the Business

Assessment Scale," which includes questions about the benefits of knowledge management to the business. The questionnaire scales are designed on a 5-point Likert scale. The three scales used in this study, which include statements regarding leadership skills, the roles of leaders in knowledge management, and the benefits of knowledge management for the organization, were adapted from Kılınç's (2006) master's thesis titled *A Study on the Role of Leaders in Knowledge Management*.

To test the clarity and response time of the questions in the questionnaire, a pilot study was conducted with respondents who had similar characteristics to the target sample before administering the survey. Therefore, before administering the questionnaire, a pilot study was conducted with 35 individuals selected from managers of 4- and 5-star hotels operating in Antalya and Bodrum. Following this study, necessary corrections and simplifications were made, and the survey was brought to a workable stage. The responses from the returned questionnaires were computer-coded and analyzed using SPSS 18 (Statistical Package for Social Sciences).

3.3. Data Analysis

Reliability and validity analyses were conducted for the scales used in the study and are shown in Table 2.

Table 2. Reliability Analysis of Scales

Scales	Cronbach Alfa	P
Leader Abilities	0,923	,011
Leadership Roles in Knowledge Management Practice	0,977	,001
Benefits of Knowledge Management Applications to Businesses	0,973	,001

According to these analyses, the overall Cronbach's alpha value for the Leader Abilities scale is 0.93 ($p=0.011$), the overall Cronbach's alpha value for the leadership roles scale in knowledge management practice is 0.97 ($p<0.001$), and the Cronbach's alpha value for the benefits of knowledge management practice to the business scale is 0.97 ($p<0.001$). Table 5 shows the analysis results of the demographic characteristics of the participants.

Table 3. Demographic Characteristics of the Participants

	(n)	(%)		(n)	(%)
Gender			Field Of Education		
Female	68	38,2	Business- Administration- Economics	41	24,0
Male	110	61,8	Tourism Hotel Management	82	48,0
Total	178	100,0	Engineering	4	2,3
Age			Law	10	5,8
34 years old and under	79	44,4	Education	16	9,4
Between 35-44 years old	76	42,7	Other	18	10,5
45 years old and older	23	12,9	Total	171	100,0
Total	178	100,0	Titles of Managers		
Education			General Manager	21	12,1
High School and below	29	16,5	Asistant of General Mang.	30	17,3
Associate's degree	30	17,0	Manager of Dept.	67	38,7
4 year College	54	30,7	Asistant of Dept. Manager	31	17,9
Faculty	44	25,0	Other	24	13,9
Master's Degree↑	19	10,8	Total	173	100,0
Total	176	100,0	Total Management Experience		
Foreign Language in Good Level			Less than 3 years	20	11,3
Yes	98	59,4	3-6 years	60	33,9
			7-10 years	57	32,2

No	67	40,6	11-14 years	24	13,6
Total	165	100,0	More than 14 years	16	9,0
			Total	177	100,0
Distribution of Managers According to the Functional Area They Work In					
Senior Management	36	20,2	Accounting	6	3,4
Administrative	17	9,6	Marketing/Sales	7	3,9
Production/ Engineering	6	3,4	Purchasing	4	2,2
Quality / Job Development	9	5,1	Research & Development	12	6,7
Strategy /Planning	17	9,6	Guest Relations	9	5,1
Human Resources	18	10,1	Housekeeping	4	2,2
Information systems technology	11	6,2	Banquet Organization	5	2,8
Finance	8	4,5	Other	9	5,0
Total	178	100,0			

The gender frequencies of the survey participants are shown in Table3, 38.2% of the participants were female and 61.8% were male. Of the participating managers, 44.4% were under the age of 34, 42.7% were between the ages of 35 and 44, and 12.9% were 45 or older. Participants with a high school degree or less constituted 16.5%, participants with an associate's degree 17.0%, participants with a four-year college degree 30.7%, participants with a faculty degree 25.0%, and participants with a master's degree or higher constituted 10.8%. Of the participants, 24.0% were studying business and economics, 48.0% were studying tourism and hotel management, 2.3% were studying engineering, 5.8% were studying law, 9.4% were studying education, and 10.5% were studying other fields.

12.1% of the participants are general managers, 17.3% are deputy general managers, 38.7% are department managers, 17.9% are deputy department managers, and 13.9% work in other titles. 11.3% of the participants have less than 3 years of experience, 33.9% have 3-6 years, 32.2% have 7-10 years, 13.6% have 11-14 years, and 9.0% have more than 14 years of experience. 59.4% of the participants know a foreign language at a good level, while 40.6% do not know a foreign language at a good level.

3.3.1. Characteristics of the Managers

A frequency analysis was conducted regarding the business in which the managers participating in the research work, the ownership status of the business, the total operating period of the business and the number of employees in the business.

Table 4. Numerical and Percentage Distribution of the Sample

Duration of Operation of the Business		
	n	%
Less than 5 years	26	14,8
5-9 years	63	35,8
10-14 years	37	21,0
15-20 years	20	11,4
More than 20 years	30	17,0
Total	176	100,0
Number of Employees		
1-20	3	1,7
21-40	9	5,1
41-60	5	2,8
61-80	30	17,0
81-100	64	36,4
101-120	37	21,0
121-140	28	15,9
Total	176	100,0

Ownership Statue		
Personally Owned	88	49,7
Foreign Chain	12	6,8
Local Chain	6	3,4
Partnership	13	7,3
Group	53	29,9
Other	2	1,1
Total	174	100,0

Information about the businesses in which the managers participating in the research work is shown in Table 4. In this respect, it is seen that 49.7% of the businesses are sole proprietorships, 6.8% are foreign chain businesses, 3.4% are domestic chain businesses, 7.3% are partnership businesses, 29.9% are group businesses, and 1.1% are owned by other means. Of the participants, 14.8% stated that the business they work for has been operating for less than 5 years, 35.8% for 5-9 years, 21.0% for 10-14 years, 11.4% for 15-20 years, and 17.0% for more than 20 years.

When the answers given by the participants about the number of employees in the business are examined, it is seen that 1.7% of them work with 1-20 people in the business they work for, 5.1% for 21-40 people, 2.8% for 41-60 people, 17.0% for 61-80 people, 36.4% for 81-100 people, 21.0% for 101-120 people, and 15.9% for 121-140 people.

3.3.2. Distribution of the Skills of the Managers in the Scope of the Research

Table 5 shows the distribution, mean and standard deviations regarding the abilities of the managers within the scope of the research.

Table 5. Distribution of the Skills of the Managers in the Research

Expression	1		2		3		4		5		Average	S.S
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Team building	-	-	-	-	6	3,4	117	65,7	54	30,3	4,28	,531
Low Development	-	-	2	1,1	6	3,4	117	65,7	52	29,2	4,24	,564
Using of Technology	-	-	1	,6	21	11,8	95	53,4	61	34,3	4,21	,663
Verbal expression	-	-	3	1,7	9	5,1	91	51,1	75	42,1	4,34	,654
Project management	-	-	2	1,1	17	9,6	105	59,0	54	30,3	4,19	,642
Creativity	1	,6	1	,6	15	8,4	99	55,6	62	34,8	4,24	,673
Interpersonal relationship	1	,6	1	,6	7	3,9	91	51,1	78	43,8	4,37	,645
Mobilizing people	1	,6	1	,6	11	6,2	90	50,6	75	42,1	4,33	,670
Overcoming obstacles	1	,6	-	-	14	7,9	101	56,7	60	33,7	4,24	,644
Keeping up with innovations	1	,6	-	-	18	10,1	89	50,0	69	38,8	4,27	,687
Having Self-confidence	2	1,1	1	,6	9	5,1	97	54,8	68	38,4	4,29	,692
Having initiative	-	-	4	2,2	10	5,6	96	53,9	68	38,2	4,28	,672
Trusting others	1	,6	3	1,7	11	6,2	95	53,4	67	37,6	4,27	,701
Vision	1	,6	1	,6	14	7,9	99	55,6	63	35,4	4,25	,669
Ability to create a common purpose with employees	-	-	3	1,7	10	5,6	105	59,0	60	33,7	4,25	,634
Ability to think results-oriented	1	,6	1	,6	12	6,8	95	53,7	68	38,4	4,29	,667
Rewarding successful employees	1	,6	2	1,1	13	7,3	106	59,9	55	31,1	4,20	,666
Recognizing your strengths and weaknesses	1	,6	2	1,1	15	8,5	108	61,0	51	28,8	4,16	,667
Developing empathy	1	,6	1	,6	10	5,6	100	56,2	66	37,1	4,29	,648

(1: Very Bad; 2: Bad; 3: Neither Good Nor Bad; 4: Good; 5: Very Good)

When managers' responses were examined, they generally believed they were competent in the areas mentioned in the statements. However, for "interpersonal skills" and "motivating people," they stated that their abilities were "good" and "very good."

3.3.3. Distribution of Managers' Leadership Roles in Knowledge Management Applications

The distribution of leadership roles of the managers within the scope of the research in the application of knowledge management in the enterprise is discussed in Table 6.

Table 6. Distribution of Researched Managers Regarding Leadership Roles in Business Knowledge Management Applications

Expression	1		2		3		4		5		Average	S. S.
	n	%	n	%	N	%	n	%	N	%		
I encourage the creation of a knowledge sharing culture in our business.	37	20,8	66	37,1	5	2,8	56	31,5	14	7,9	2,69	1,320
I develop the Information Management Strategy in our business.	20	11,3	74	41,8	14	7,9	43	24,3	26	14,7	2,89	1,303
I Support Knowledge Sharing Events and Meetings in Our Business.	37	20,9	62	35,0	8	4,5	31	17,5	39	22,0	2,85	1,494
I take the initiative to measure the benefits of knowledge management in our business.	21	11,9	74	42,0	13	7,4	47	26,7	21	11,9	2,85	1,276
I also add information management duties to the job descriptions of newly joined employees	29	16,3	62	34,8	18	10,1	39	21,9	27	15,2	2,85	1,358
I Encourage Our Entire Business to Benefit from Knowledge Management.	28	15,9	71	40,3	12	6,8	40	22,7	25	14,2	2,79	1,342
I don't find it necessary to do research in developing our business's information resources.	30	16,9	54	30,3	16	9,0	40	22,5	38	21,3	3,01	1,438
I Ensure That All Employees Believe in What We Can Achieve by Managing Knowledge	34	19,1	76	42,7	9	5,1	36	20,2	23	12,9	2,65	1,341
I share information with a limited number of employees. I won't share with the entire business.	21	11,9	53	30,1	25	14,2	37	21,0	40	22,7	3,12	1,376
I Compare with Competing Businesses to Understand the Benefits of Knowledge Management for Our Business.	30	16,9	69	38,8	15	8,4	52	29,2	12	6,7	2,70	1,242
I Help Employees Share Information.	35	19,9	67	38,1	8	4,5	48	27,3	18	10,2	2,70	1,333
I Develop a Fair Reward System to Improve Knowledge Management Practice.	30	17,2	60	34,5	22	12,6	36	20,7	26	14,9	2,82	1,347
I apply change management in our business.	17	9,7	55	31,4	32	18,3	47	26,9	24	13,7	3,03	1,236
I support the selection of technologies that contribute to knowledge management practices in our business.	31	17,7	60	34,3	9	5,1	42	24,0	33	18,9	2,92	1,432
I Embed Knowledge Management in Internal Processes.	28	15,9	64	36,4	15	8,5	46	26,1	23	13,1	2,84	1,330
I always support the training of employees.	60	34,1	43	24,4	4	2,3	40	22,7	29	16,5	2,63	1,540

(1: Strongly Disagree; 2: Disagree; 3: No Opinion; 4: Agree; 5: Strongly Agree)

When Table 6 is examined, it is determined that the highest average response was given to the statement "I share information with a limited number of employees. I do not share it with the entire company," and the lowest average response was given to the statement "I always support the training of employees."

3.3.4. Distribution of Managers' Thoughts on the Benefits of Knowledge Management Application

The distribution of managers' opinions on the benefits of knowledge management applications is presented in Table 7.

Table 7. Distribution of Managers' Opinions on the Benefits of Knowledge Management Application

Expression	1		2		3		4		5		Ort.	S. S.
	n	%	N	%	N	%	n	%	n	%		
It has ensured full participation of employees in business decisions.	22	12,4	73	41,0	18	10,1	46	25,8	19	10,7	2,81	1,251
It Did Not Provide an Increase in Employee Job Satisfaction.	10	5,6	43	24,3	45	25,4	31	17,5	48	27,1	3,36	1,268
It has shortened the education-learning period.	19	10,7	67	37,6	28	15,7	46	25,8	18	10,1	2,87	1,207
It has increased the sharing of information within the company.	24	13,5	77	43,3	9	5,1	43	24,2	25	14,0	2,82	1,324
Increased external information sharing has been achieved.	17	9,6	61	34,5	27	15,3	44	24,9	28	15,8	3,03	1,272
It has increased the creation of new products and services.	25	14,0	70	39,3	22	12,4	42	23,6	19	10,7	2,78	1,256
Even if talented employees leave the company, the knowledge and experience gained from them is ensured to last.	28	15,8	75	42,4	19	10,7	34	19,2	21	11,9	2,69	1,279
It did not increase labor productivity.	20	11,3	45	25,4	24	13,6	62	35,0	26	14,7	3,16	1,275
Contributed to Achieving and Sustaining Competitive Advantage.	26	14,6	70	39,3	23	12,9	44	24,7	15	8,4	2,73	1,224
Contributed to establishing and developing one-on-one relationships with customers.	31	17,4	69	38,8	12	6,7	46	25,8	20	11,2	2,75	1,318
It has contributed to the diversification of the field of activity of our business.	32	18,1	63	35,6	18	10,2	40	22,6	24	13,6	2,78	1,345
Contributed to the Improvement of Product and Service Quality.	36	20,3	61	34,5	10	5,6	47	26,6	23	13,0	2,77	1,380

Contributed to the use of new technologies in our business.	32	18,1	65	36,7	11	6,2	42	23,7	27	15,3	2,81	1,383
Ensured the Effective Use of Information Resources.	34	19,2	66	37,3	5	2,8	45	25,4	27	15,3	2,80	1,406
It has increased cooperation among employees.	38	21,6	64	36,4	5	2,8	38	21,6	31	17,6	2,77	1,452
It has contributed to more effective decision making in our business.	37	21,1	67	38,3	11	6,3	29	16,6	31	17,7	2,71	1,426
It did not provide an increase in acquisition of new customers.	19	10,7	52	29,2	29	16,3	38	21,3	40	22,5	3,16	1,348
It has contributed to finding quicker solutions to business problems.	33	18,8	64	36,4	20	11,4	50	28,4	9	5,1	2,65	1,219
It has ensured positive developments in the abilities of employees.	30	17,1	79	45,1	12	6,9	39	22,3	15	8,6	2,60	1,246
Production/Service Efficiency Has Decreased.	31	17,5	49	27,7	14	7,9	61	34,5	22	12,4	2,97	1,352
Increased Business Profitability.	23	12,9	68	38,2	28	15,7	27	15,2	31	17,4	2,86	1,322

It has contributed to greater sharing of experiences within the business.	28	15,8	69	39,0	14	7,9	48	27,1	18	10,2	2,77	1,287
Contributed to the reduction of costs.	25	14,0	57	32,0	33	18,5	40	22,5	23	12,9	2,88	1,272
Contributed to the increase in market share.	23	13,1	56	31,8	34	19,3	45	25,6	18	10,2	2,88	1,225
Contributed to the Obtainment of Qualified Workforce.	29	16,5	67	38,1	16	9,1	35	19,9	29	16,5	2,82	1,369

1: Strongly disagree; 2: Disagree; 3: No opinion; 4: Agree; 5: Strongly agree

When Tables 7 and are examined, it is determined that the average of the responses given by the managers is the highest for the statement “It did not provide an increase in the job satisfaction of the employees” and the average of the responses given to the statement “It provided positive developments in the abilities of the employees” is the lowest.

3.3.5. The Relationship Between Leader Abilities and Leadership Roles

The results of the correlation analysis conducted to test the relationship between leadership abilities and leadership roles are shown in Table 8

Table 8. The Relationship Between Leader Abilities and Leadership Roles

Expressions	Use and Sharing of Knowledge	Maintaining and Supporting Knowledge Management
Team building	-,002	,026
Job Development	,130	,095
Using of Technology	,238**	,173*
Verbal expression	,169*	,105
Project management	,237**	,141
Creativity	,179*	,125
Interpersonal relationship	,041	,055
Mobilizing people	,059	,057
Overcoming obstacles	,187*	,139
Keeping up with innovations	,175*	,105
Having Self-confidence	,080	,088
Having initiative	,207**	,189*
Trusting others	,116	,068
Vision	,209**	,126
Ability to create a common purpose with employees	,273**	,259**
Ability to think results-oriented	,067	,045
Rewarding successful employees	,260**	,196**
Recognizing your strengths and weaknesses	,103	,097
Developing empathy	,014	-,033

*Significant at $p < 0.05$. **Significant at $p < 0.01$.

Analysis, it is not possible to say that there is a significant difference between all leader abilities and leadership roles. It is possible to say that there is a significant and low strength relationship between the expression “Your Ability to Use Technology” and the dimensions “Use and Sharing of

Information" ($r= 0.238$ and $p=0.001$) and "Maintaining and Supporting Knowledge Management" ($r= 0.173$ and $p=0.021$). It is possible to say that there is a significant and low strength relationship between the expression "Your Verbal Expression Ability" and "Use and Sharing of Information" ($r= 0.169$ and $p=0.024$). There is a significant and low strength relationship between the expression "Your Creativity Ability" and "Use and Sharing of Information" ($r= 0.179$ and $p=0.017$).

There is a significant and low-strength relationship between the phrase "Your Ability to Overcome Obstacles" and "Use and Sharing of Information" ($r=0.187$ and $p=0.013$). There is a significant and low-strength relationship between the phrase "Your Ability to Keep Up with Innovation" and "Use and Sharing of Information" ($r=0.175$ and $p=0.020$).

There is a significant and low-strength relationship between the phrase "Your Ability to Take Initiative" and the dimensions "Use and Sharing of Information" ($r=0.207$ and $p=0.006$) and "Sustaining and Supporting Knowledge Management" ($r=0.189$ and $p=0.012$). There is a significant and low-strength relationship between the phrase "Your Vision Ability" and "Use and Sharing of Information" ($r=0.209$ and $p=0.005$). It is possible to say that there is a significant and low-strength relationship between the statement "Your Ability to Create a Common Purpose with Employees" and the dimensions "Use and Sharing of Information" ($r= 0.273$ and $p<0.001$) and "Maintaining and Supporting Information Management" ($r= 0.259$ and $p<0.001$).

3.3.6. The Relationship Between Leadership Roles and the Benefits of Knowledge Management

A third correlation analysis was conducted to determine whether there was a statistically significant relationship between leadership roles and the benefits of knowledge management.

Table 9. The Correlation Analysis Results for Leadership Roles and Benefits of Knowledge Management

		1	2	3	4
1. Use and Sharing of Information	r p	1			
2. Maintaining and Supporting Information Knowledge Management	r p	,698** ,000	1		
3. Employee Performance, Knowledge Sharing, and Learning	r p	,952** ,000	,706** ,000	1	
4. Corporate Performance	r p	,338** ,000	,495** ,000	,336** ,000	1

*Correlation is significant at the 0.05 level. **Correlation is significant at the 0.01 level.

As seen in Table 9, there is a strong positive correlation ($p<0.001$ and $r=0.698$) between the "Use and Sharing of Knowledge" variable and the "Maintaining and Supporting Knowledge Management" variable. There is also a very strong positive correlation ($p<0.001$ and $r=0.952$) between the "Use and Sharing of Knowledge" variable and the "Employee Performance, Knowledge Sharing, and Learning" variable. It is possible to say that the relationship is very strong for these two dimensions, and that participants perceived these two variables as almost identical.

There is a low positive correlation ($p<0.001$ and $r= 0.338$) between the variable "Use and Sharing of Knowledge" and the variable "Corporate Performance." There is a very strong positive correlation ($p<0.001$ and $r= 0.706$) between the variable "Maintaining and Supporting Knowledge Management" and the variable "Employee Performance, Knowledge Sharing, and Learning." There is a moderate positive correlation ($p<0.001$ and $r= 0.495$) between the variable "Maintaining and Supporting Knowledge Management" and the variable "Corporate Performance."

There is a low positive correlation ($p<0.001$ and $r= 0.336$) between the variable "Employee Performance, Knowledge Sharing, and Learning" and the variable "Corporate Performance."

3.3.7. Regression Analysis on Leadership Abilities, Leadership Roles, and Benefits of Knowledge Management

Regression analysis was conducted to examine the impact of leadership abilities on leadership roles and the impact of leadership roles on knowledge management.

Table 10. Regression Analysis of Leadership Roles Affecting the Benefits of Knowledge Management

Variables	<i>B</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
Leadership Roles	,915	30,078	,000
FIX	,424	4,894	,000
R: ,915; R ² ,837; Adjusted R ² ,836; F: 904,689; Sig: ,001			

Table 10 shows the regression analysis results regarding the impact of leadership roles on the benefits of knowledge management. An examination of Table 11 reveals that the F value is 904.689 and the significance level is 0.001. Consequently, $R=0.915$ and $R^2=0.837$. According to the regression analysis results, the effect on the benefits of knowledge management is high ($\beta=0.915$ and $p<0.001$). It is observed that leadership roles explain 83% of the effect on the benefits of knowledge management ($R^2=0.837$).

The strong correlation between leadership roles and the benefits of knowledge management presented in Table 11 can also be said to support the regression analysis results. In this context, there are significant and strong relationships between the two dimensions of leadership roles: the use and sharing of knowledge, and its maintenance and support. It is observed that leadership roles influence the relationships between the benefits of knowledge management on the basis of their dimensions.

Table 11. Regression Analysis of Leader Abilities Affecting Leadership Roles

Variables	β	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
Leader Skills	,572	2,940	,004
FIX	,438	,526	,599
Ps: R: ,216; R ² ,047; Adjusted R ² ,041; F: 8,644; Sig: ,004			

An examination of Table 12 reveals that the F value was 8.644 and the significance level was 0.004. Consequently, $R=0.216$ and $R^2=0.047$. Based on these regression analysis results, it was determined that leader abilities had an impact on leadership roles ($\beta=0.572$ and $p=0.004$), leadership roles at a 5% level ($R^2=0.047$). The weak relationship between leader abilities and leadership roles identified in the correlation analysis presented in Table 11 also supports this finding.

4. CONCLUSION

Based on the findings of this study, several evaluations were made regarding the relationship between knowledge management and leadership roles. Accordingly, the responses to the question “Is there a relationship between the competencies and roles of knowledge leaders?” (Research Question 1) reveal a positive and significant relationship between the ability to reward successful employees and the use, sharing, maintenance, and support of knowledge. This ability is followed by competencies such as utilizing technology, project management, having vision and initiative, and mobilizing people. These competencies positively influence leaders’ roles in the knowledge management process (using, sharing, preserving, and supporting knowledge).

When examining the relationship between leadership abilities and leadership roles, it cannot be stated that all competencies are significantly related to all roles. When evaluated individually:

- A significant relationship was found between leaders’ ability to use technology and the dimensions of knowledge use, sharing, and the preservation-support of knowledge.

- A significant relationship exists between leaders' verbal communication skills and the use and sharing of knowledge. As leaders' verbal expression skills increase, the use of knowledge within the organization and its sharing with employees also increases.
- A significant relationship was observed between leaders' creativity and the use and sharing of knowledge. Leaders with stronger creativity skills tend to use and share knowledge more frequently.
- There is also a significant relationship between leaders' ability to adapt to innovation and the use and sharing of knowledge. As leaders adapt to innovation, the use and dissemination of knowledge become easier.

Leaders must possess skills such as guiding people toward a common purpose, setting shared goals with employees, having a vision that motivates them, expressing themselves clearly, and building trust (Bennis, 1997; Bonner, 2000; Ribiere, 2001). According to Guns (1998), rewarding successful employees and establishing a fair reward system to enhance knowledge management practices constitute important roles of knowledge leaders. In this context, leaders' interpersonal communication abilities, their capacity to plan a knowledge management program (communication, use of technology, etc.), and their ability to develop a knowledge management vision (leadership, business knowledge, influencing skills, etc.) are considered to shape their roles in the knowledge management process.

When the results of the correlation analysis regarding whether there is a relationship between the benefits of knowledge management leadership roles for accommodation establishments (Research Question 2) are examined, it is seen that leaders' roles in the use and sharing of knowledge have strong and positive relationships with employee performance, knowledge sharing, and learning. Additionally, a positive but weak relationship is observed between knowledge use-sharing and "Organizational Performance." In other words, the more effectively leaders use and share knowledge, the more employee performance, knowledge sharing, and learning increase.

When the literature is compared with the research findings, several conclusions emerge: According to Guns (1998: 315-316), the primary role of the knowledge leader is to activate organizational knowledge assets and use them effectively. The results of the present study are consistent with this view. Previous studies have shown that continuously supporting employee training and organizational learning (Dfouni, 2002; Dfouni & Croteau, 2003), encouraging a culture of knowledge sharing, supporting knowledge-sharing meetings (Andre, 2003; Chase, 1997), leading by example in sharing knowledge, building trust, sharing knowledge with employees through knowledge management, and encouraging and rewarding employees positively influence employee performance and, consequently, organizational performance (Viitala, 2004; Faget, 2004; Bonner, 2000).

On the other hand, according to Chase (1997), the most essential organizational benefit of knowledge management is increased efficiency in people and processes. In this research, the finding that "positive improvements in employee skills" received the lowest mean score, combined with Herschel and Nemati's (1999) observation that knowledge leaders are often unaware of their own roles and responsibilities, is noteworthy.

When the results regarding the key information technologies and tools used by leaders in knowledge management are examined, it is seen that the internet is considered highly effective in implementing knowledge management. Managers also view the intranet as an effective tool. However, with the exception of document management systems and artificial intelligence, managers frequently selected the option "Neither Effective Nor Ineffective" for other technologies. Similar findings appear in Kılıç's (2006) research, which notes that knowledge leaders particularly make use of the Internet and intranet, draw on intranet support during knowledge-sharing processes (Beijerse, 2000), and use documentation systems during the evaluation phase (Kalkan & Keskin, 2002). Therefore, the literature and the current research findings are consistent.

According to the research results, as leaders facilitate the use and sharing of knowledge within the organization, the sustainability of knowledge management increases. Furthermore, supporting the use and sharing of knowledge can lead to significant improvements in both employee and organizational performance. Based on the study's findings, several recommendations can be made for the effective implementation of knowledge management in accommodation establishments:

- A leadership role consistent with organizational goals and strategies must be established to effectively implement knowledge management. Large organizations often have positions such as Chief Knowledge Officer (CKO). This leader is responsible for creating, shaping, and implementing the knowledge management program. Therefore, similar positions should be created in accommodation establishments.
- To successfully implement knowledge management, information technologies must be used more effectively.

The findings indicate that technologies other than the Internet and intranet are not being fully utilized.

- Top management support is one of the key success factors in knowledge management. Senior leaders must communicate the strategic importance of knowledge management to employees.
- An environment of trust should be established within the organization, knowledge sharing should be encouraged, and employees should be encouraged to view knowledge as a valuable organizational asset. As employees internalize the value of knowledge, a stronger culture of knowledge sharing and learning will develop.

In short, the role of leaders in implementing a knowledge management plan is vital. Leaders must create a cultural climate that supports knowledge sharing and design systems that facilitate the transfer of knowledge among employees.

References

- Arnaldo, M. J. (1981). Hotel general managers: A profile. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 22(4), 53-56.
- Bahar, E. (2011). Konaklama işletmelerinde bilgi yönetimi: Altyapı, uygulama ve karşılaşılan engeller. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 51-68.
- Barutçugil, İ. (2002). *Bilgi yönetimi*. Kariyer Yayıncılık.
- Beijerse, R. P. uit. (1999). Questions in knowledge management: Defining and conceptualising a phenomenon. *Journal of Knowledge Management*, 3(2), 94-110.
- Bouncken, R. B. (2002). Knowledge management for quality improvements in hotels. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 3(3), 25-59.
- Brownell, J. (2005). Predicting leadership: The assessment center's extended role. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(1), 6-8.
- Bryant, S. E. (2003). The role of transformational and transactional leadership in creating, sharing and exploiting organizational knowledge. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 9(4), 32-44.
- Cooper, C. (2006). Knowledge management and tourism. *Annals of Tourism Research*, 33(1), 47-64.
- Çakar, N. D. (2010). Bilgi yönetimi ve örgütsel etkinlik ilişkisi: Örgüt kültürü ve örgüt yapısının temel etkileri. *Ege Academic Review*, 10(1), 1-13.
- DuBrin, A. J. (1990). *Essentials of management* (2nd ed.). South-Western Publishing.
- Eddystone, C. N., & Ajay, G. (1993). A conceptual framework of the hotel general manager's job. *Hospitality Research Journal*, 16(3), 27-38.
- Fleet, D. V. (1991). *Contemporary management* (2nd ed.). Houghton Mifflin.
- Kılıç, S. (2006). *Bilgi yönetiminde liderliğin rolü üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Kurgun, O. A. (2006). Bilgi yönetim sistemlerinin yapılandırılması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(1), 274–291.
- İpçioğlu, İ. (2004). *İşletmelerde liderlik ve örgüt kültürünün bilgi yönetimine etkilerinin incelenmesine yönelik bir araştırma* (Yayımlanmış doktora tezi). Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Katara, H., & Demerdash, J. (2006). Genel müdürler tarafından benimsenen liderlik tarzları üzerine karşılaştırmalı bir çalışma: Mısır’da bir alan araştırması. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(2), 202–211.
- Kenner, T., & Isaak, A. M. (2004). Effective leadership development in a civil engineering culture: Finding the balance point between experience and experiment. *Leadership and Management in Engineering*, 4(3), 105–108.
- Kozak, A. M. (1999). Konaklama endüstrisinde kadın yöneticiler: Yönetmel davranışları ve etkinlik algılamalarının analizi. *TUGEV – Turizmde Seçme Makaleler*, 1–27.
- Ley, D. A. (1980). The effective manager: Leader or entrepreneur? *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 21(3), 66–67.
- Meral, T. (1999). *Bilgi yönetimi ve şirket bilgi yöneticisinin organizasyondaki yeri* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Mullins, L. J. (1996). *Management and organizational behavior* (4th ed.). Pitman Press.
- Naktiyok, A. (2004). *İç girişimcilik*. Beta Yayıncılık.
- Nebel, E. E., & Stearns, G. K. (1977). Leadership in the hospitality industry. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 18(3), 69–76.
- Nonaka, I. (1991). The knowledge-creating company. *Harvard Business Review*, 69(6), 96–104.
- Özmen, Ö., Özer, P., & Saatçioğlu, Ö. S. (2004). Bilgi yönetimi etkililiğinde kilit bir faktör olan bilgi işçileri ve insan kaynakları yönetiminin farklılaşan özellikleri. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 90–92.
- Pittaway, L., Carmouche, R., & Chell, E. (1998). The way forward: Leadership research in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 17, 407–426.
- Sarıhan, H. İ. (1998). *Teknoloji yönetimi*. Desnet Yayınları.
- Ürü, F. O., & Yozgat, U. (2007). Knowledge management practices for advancing performance improvement in hotels: A quantitative research in five-star hotels in İstanbul. In *6th Knowledge, Economy & Management International Congress* (pp. 2428–2447).
- Schrott, G. (1989). Work activities of hotel managers in Northern Ireland: A Mintzbergian analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 8(2), 121–130.
- Taşkıran, E. (2006). Otel işletmelerinde çalışan yöneticilerin liderlik yönelimleri: İstanbul’daki beş yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(2), 169–183.
- TEBD. (2006). 351–373. http://www.tebd.gazi.edu.tr/arsiv/2006_cilt4sayi_4/351-373.pdf (Erişim tarihi: 03.02.2010)
- Uzun, D. (2007). *Örgüt kültürünün bilgi yönetim sürecine ve örgütsel performansa etkisi: Beş yıldızlı otel işletmelerinde bir uygulama* (Doktora tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Vitala, R. (2004). Towards knowledge leadership. *Leadership & Organization Development Journal*, 25(6), 528–544.
- Voegeli, C. (2021). A case study of knowledge management practices at the InterContinental Hotels Group. *International Journal of Tourism & Hospitality Reviews*, 8(1), 17–29. <https://doi.org/10.18510/ijthr.2021.812>
- Yılmaz, M. (2009). Enformasyon ve bilgi kavramları bağlamında enformasyon yönetimi ve bilgi yönetimi. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 49(1), 95–118.
- Yang, J., & Wan, S. (2008). Job-related knowledge sharing: Comparative case studies. *Journal of Knowledge Management*, 8(3), 118–126.

- Yılmaz, İ. (2009). *Ağırlama işletmeleri yöneticilerinin bilgiye ve bilgi yönetimine yönelik yaklaşımları: Antalya'daki beş yıldızlı otel işletmeleri üzerine bir uygulama* (Yüksek lisans tezi).
- Yüksel, Ö., & Akoğlan, M. (1998). Managerial behaviour and effectiveness perceptions of female managers in the hospitality industry. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 9(1), 19-35.
- Yüksel, E. (2007). *Görev odaklı ve insan ilişkileri odaklı liderlik davranışlarının bilgi yönetimine etkileri: Kütahya'da bir uygulama* (Yüksek lisans tezi).
- Woodsworth, R. H., & King, J. Z. (1999). *Quality leadership and management in the hospitality industry*. Educational Institute of the American Hotel and Motel Association.
- Zorlu, Ö. (2013). *Bilgi yönetimi süreçlerinin gerçekleştirilmesinde dönüştürücü liderlik davranışlarının etkisi: Zincir otel işletmelerinde bir araştırma* (Yayımlanmamış doktora tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Taşa Kazınan Düşünce: Göbeklitepe'nin Sessiz Felsefesi

Thoughts Engraved in Stone: The Silent Philosophy of Göbeklitepe

Ceylan AKCAN^a 

^a Dr., Akdeniz Üniversitesi, Antalya, Türkiye. ORCID: 0000-0002-1922-7411

Özet

Tapınak mı düşünceyi inşa etti, yoksa düşünce mi tapınağı? Bu temel sorular, Göbeklitepe'nin oluşum sürecinde düşüncenin rolünü sorgulamayı gerektirmektedir. Düşünce, felsefenin ve tüm bilimlerin temelini oluşturan en önemli insani yetidir ve insanı diğer canlılardan ayıran en önemli özelliktir. İnsan, bu özellik sayesinde doğayı anlamaya çalışmış, olayları yorumlamış ve pek çok soruya yanıt aramıştır. İnsanlık tarihinin en erken dönemlerinde bile düşüncenin çok daha kritik bir anlam taşıdığı bilinmektedir. Son zamanlarda yapılan kazı çalışmaları sonucunda Göbeklitepe'de bir düşünce sisteminin varlığından söz edebilmek oldukça değerli ve insanlık tarihinin düşünsel gelişimini anlamak açısından çok önemlidir. Felsefenin bir düşünce geleneği olarak görülmesi nedeniyle antik Yunan geleneğinin oluşumundan önce de bir felsefeden söz etmek mümkün olmaktadır. Bu çalışma, gelenek öncesi bir düşüncenin izlerini ortaya koyan Göbeklitepe Antik Kenti bağlamında o dönemde felsefi düşüncenin varlığını ortaya çıkartmayı amaçlamaktadır. Çalışmanın temel amacı Göbeklitepe'de ortaya çıkarılan kült yapılar ve semboller üzerinden felsefi bir düşünce geleneğinin izlerini araştırmak ve düşüncenin ritüel ya da tapınak aracılığıyla somutlaşıp nasıl inşa edildiğini ve böylelikle insanın semboller aracılığıyla anlam üretmeye başladığını göstermektir. Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Göbeklitepe Antik Kenti'nde arkeolojik ve sembolik veriler felsefi bir yorumlama çerçevesinde ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Göbeklitepe Antik Kenti, Felsefe, Felsefi Düşünce, Arkeoloji, Semboller

Abstract

Did the temple shape thought, or did thought shape the temple? These fundamental questions prompt us to question the role of thought in the formation of Göbeklitepe. Thought is the most important human faculty, forming the basis of philosophy and all sciences, and is the most important characteristic that distinguishes humans from other living beings. Thanks to this faculty, humans have sought to understand nature, interpreted events, and searched for answers to many questions. Even in the earliest periods of human history, thought appears to have carried a much more critical meaning. Recent excavations have revealed the existence of a system of thought at Göbeklitepe, which is highly valuable and very important for understanding the intellectual development of human history. Since philosophy is seen as a tradition of thought, it is possible to speak of philosophy even before the formation of the ancient Greek tradition. This study aims to reveal the existence of philosophical thought during that period in the context of the Ancient City of Göbeklitepe, which reveals traces of pre-traditional thought. The main objective of the study is to investigate the traces of a philosophical tradition through the cult structures and symbols uncovered at Göbeklitepe and to demonstrate how thought was concretised and constructed through rituals or temples, thereby showing how humans began to produce meaning through symbols. Due to its nature, a qualitative research method was used in the study. Archaeological and symbolic data from the Göbeklitepe Ancient City have been examined within a philosophical framework.

Keywords: Göbeklitepe Ancient City, Philosophy, Philosophical Thought, Archaeology, Symbols

Makale Bilgisi

Geliş Tarihi 06.12.2025
Kabul Tarihi 22.12.2025

Sayı Editörü

Hacer ARSLAN KALAY

Sorumlu Yazar

Ceylan AKCAN
202152032004@ogr.akdeniz.edu.tr

Önerilen Atıf:

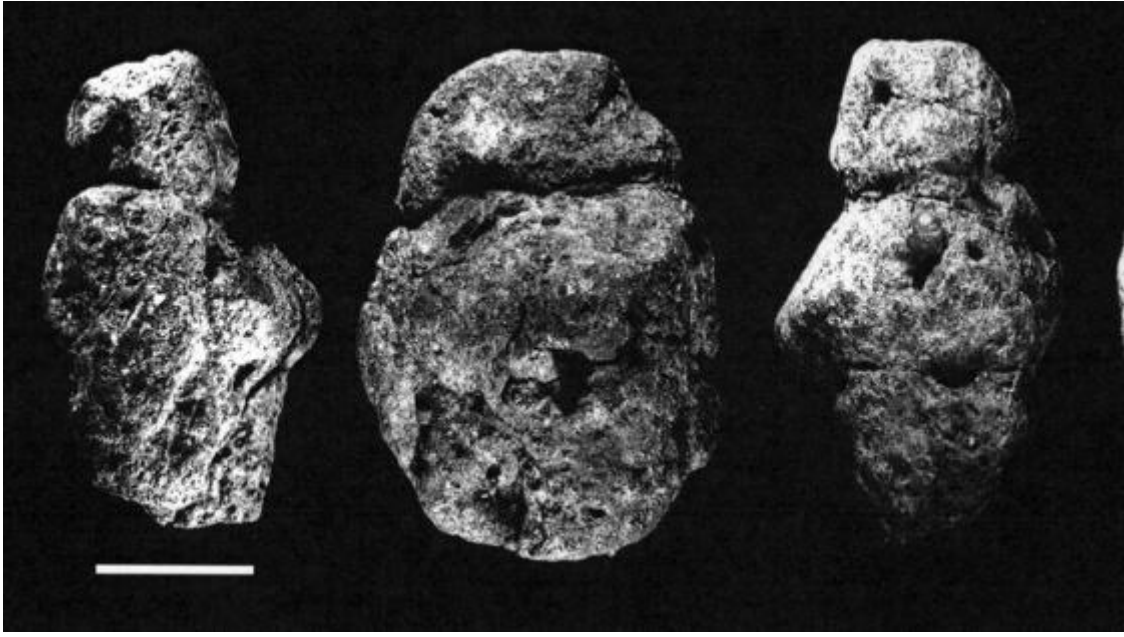
Akcan, C., (2025). Taşa Kazınan Düşünce: Göbeklitepe'nin Sessiz Felsefesi. *Journal of Academic Tourism Studies*, 6(2): 347-365.

1. GİRİŞ

Göbeklitepe, bugüne kadar gün yüzüne çıkartılan arkeoloji dünyasının ve insanlık tarihinin en büyük ve en önemli keşiflerinden biridir. Göbeklitepe, insanlık tarihine dair mevcut kabulleri gözden geçirmeye neden olan, yerleşik tarih anlayışını sorgulatan ve dinler tarihine ilişkin bilgileri tartışmaya açan önemli bir antik kenttir. 1995 yılından bu yana yapılan kazı çalışmaları Şanlıurfa ili Haliliye ilçesine bağlı Örencik köyü sınırları içerisinde sürdürülmektedir. MÖ 9600 – MÖ 8000 tarihlerine dayanan kent, insanlık tarihi açısından çok önemli bilgiler sunmaktadır. 12000 yıl öncesine dayanan yapı kompleksi, şimdiye kadar bilinen en eski ve en büyük ritüel ve toplanma merkezlerinden biri olarak değerlendirilmektedir (Notroff, Dietrich, & Cleare, 2016). Göbeklitepe, İngiltere'deki Stonehenge'den yaklaşık 7000 yıl, Mısır piramitlerinden ise 7500 yıl daha eski bir geçmişe tarihlenmektedir. Bu denli eski bir geçmişe sahip olan bu yapı, bilinen tarih anlayışını yeniden değerlendirmeyi gerektiren çok sayıda bilgi ve bulgu barındırmaktadır. Ayrıca, yerleşik yaşama geçişin simgesi kabul edilen buğdayın atalarına dair bulgular da Göbeklitepe çevresinde tespit edilmiştir. İnşa edildikten yaklaşık bin yıl sonra bilinçli bir şekilde toprakla örtülerek kapatılan bu anıtsal yapılar, günümüzde yapılan kazılarla yeniden gün yüzüne çıkarılmaktadır (Anonim, 2014). Göbeklitepe'nin bütüncül biçimde anlaşılabilmesi ancak belirli bir zaman dilimi içerisinde mümkün olacaktır (Özdoğan, 2024). Zira bölgede yürütülen arkeolojik kazılar hâlâ tamamlanmamış olup, mevcut yorumlar büyük ölçüde elde edilen sınırlı eserler ve bu eserlere ilişkin çıkarımlardan oluşmaktadır. Bu nedenle, bu çalışmada sunulan değerlendirmeler, kesin sonuçlar iddiası taşımadan, mevcut veriler ışığında yapılan yorumlayıcı analizler, varsayımlar ve felsefi bağlantı açısından da bir varsayım olarak ele değerlendirilmelidir. Bu varsayımlar çerçevesinde çalışmada felsefi düşüncenin başlangıç noktası olarak Yunan felsefesinin yaygın olarak kabul edilmesine karşın, Göbeklitepe bulgularından hareketle bu düşüncenin çok daha önceki tarihlere kadar uzandığına ilişkin bir yorum getirilmiştir.

2. İNSAN VE SOYUTLAMA YETİSİ

Göbeklitepe'ye ait bir düşünce sisteminden veya Göbeklitepe'de felsefi bir düşüncenin varlığından söz etmek ancak mevcut verilerin değerlendirilmesi, bu alanda var olan insanların "soyutlama" yani somut olmayanı düşlemesi, düşünmesi, bunu somuta çevirmesi ile başladığı düşünülmektedir. Bu sürecin temelleri Orta Paleolitik dönemin sonlarında görülen ilk tekil "ölü gömme" tekniğiyle ortaya çıkmaktadır. Bu uygulama, insanın ölüm olgusunu yalnızca biyolojik bir son olarak değil, soyut ve sembolik bir anlam düzleminde kavrayabildiğini ve soyutlama yeteneğinin bu dönemde gelişmeye başladığını göstermektedir. Bir başka görüşe göre ise, sembol kullanımının ortaya çıkmasının kökleri, Alt ve Orta Paleolitik döneme kadar uzanan kademeli bir süreç olduğu yönündedir (Errico & Nowell, 2000, s. 123). Bu nedenle soyutlama olgusunu, köken olarak Alt Paleolitik döneme kadar götürmek mümkündür. Bu dönemde insan soyutlama olgusunu, yerdeki amorf bir kayayı gözlemleyip, zihninde doğada var olmayan bir biçimi tasarlayarak ona şekil verme şeklinde ortaya koymuştur.



Resim 1. Berekethat Ram Figürü

Kaynak: <https://derstarih.com/tarihte-kesfedilmis-en-eski-10-sanat-eseri/>, Erişim Tarihi: 04.11.2025.

Resim 1’de görülen Berekethat Ram figürü Alt ve Orta Paleolitik döneme ait olup, dört yönüyle resmedilmiş heykeller arasındadır. Üst Paleolitik döneme gelindiğinde Arkeolojik veriler doğrultusunda ölü gömme uygulamasının, taksonomik farklılıklardan (Neandertaller, Homo sapiens veya Homo erectus gibi insan türleri arasındaki biyolojik farklar) bağımsız biçimde çeşitli insan topluluklarında benzer şekilde görüldüğü anlaşılmaktadır (Zilhão, 2015, s. 29).



Resim 2. Bouffia Boneval’ın cenaze töreni.

Solda: La Chapelle aux Saints’teki Musée de l’homme de Néandertal’da yeniden inşa edildiği haliyle.

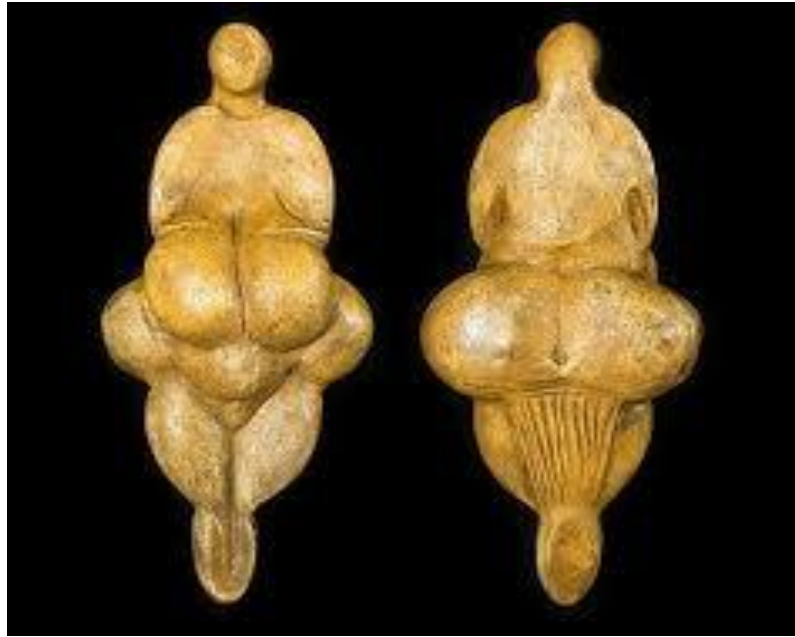
Sağda: Sanatçı Emmanuel Roudier’in canlandırdığı cenaze töreni.

Kaynak: (Zilhão, 2015, s. 27).

Resim 2’de yer alan insan, ölümün ardından oluşan boşluğu doldurmak için çevresindeki insan topluluklarıyla bir anlam yaratma ve bu anlamı somutlaştıracak bir ritüel düzenleme çabasına yöneldikleri görülmektedir. Avrupa ve Batı Asya’da rapor edilen altmış Orta Paleolitik birincil ve

muhtemelen ikincil mezardan en az kırk tanesinin Neandertallere ait olduğu bilinmektedir. Avrupa'da çok sayıda Neandertal mezarı olmasına rağmen nüfusun çoğu birkaç bölgede yoğunlaşmıştır. Bu durum Neandertallerin, Afrika'daki yaşayan modern insanlara benzer, genellikle arkeolojik iz bırakmayan cenaze törenleri düzenlemiş olabileceğini düşündürmektedir. Birçok durumda bu bilginin doğrulanması zor olsa da Fransa'daki La Ferrassie, La Chapelle-aux-Saints ve Le Moustier ile Orta Doğu'daki Amud ve Dederiyeh gibi Neandertal mezarlarında taş aletler, kemik retoucherlar, oyulmuş kemikler ve çukurlarla şekillendirilmiş kaya levhalarının eşlik ettiği gömü buluntuları bulunmuştur. Bu bulgular o dönemde ölümlerin yanına eşya bırakma geleneğinin varlığını açık bir biçimde ortaya koymaktadır (Vanhaeren, 2015, s. 46). Daha sonra, Üst Paleolitik döneme gelindiğinde (yaklaşık 45 000 yıl öncesine doğru) Homo sapiens sapienslerin, soyutlayabilme yetisini geliştirerek bu durumu çeşitlendirdiklerini ve belirginleştirdikleri görülmektedir¹.

30 bin yıl öncesine kadar, Magdalen, Gravett ve Epigravett kültürleri, heykeller, süslemeler ve kutsal alanlara yönelerek sanatsal ve ritüel ifadelerini somut biçimlerde ortaya koymaya başladıklarını göstermektedir. Özellikle bu dönemde ortaya çıkan, "Venüs" adıyla anılan kadın figürleri insanın sembolleştirme gücünün ve soyut düşünme yetisinin belirgin bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Buna en güzel örnek MÖ 26.000-24.000 yılları arasında Fransa'da bulunan Lespugue Venüsü'dür. Bu Venüsler, özellikle Orta ve Doğu Avrupa bölgelerinde, çoğunlukla barınakların içinde, zemine açılmış depolama ya da atık çukurlarında veya ocakların yakın çevresinde bulunmuştur (Bostancı, s. 193).



Resim 3. Lespugue Venüsü

Kaynak: <https://arkeofili.com/paleolitik-donemden-en-etkileyici-10-venus/>, Erişim Tarihi: 31.10.2025.

Lespugue venüsü, insan bedeninin sembolik bir anlatımı olarak dikkat çekmektedir. Heykelciğin boyun ve omuz hatları belirgin olması, geniş kalçaları, ince kolları ve öne çıkan karnıyla çevrelenmiş sarkık ve iri göğüsleri doğurganlığın, bereketin simgesi olduğunu göstermektedir. Arka kısmında yüksek ve dışbükey biçimde betimlenmiş yuvarlak kalçalar ile dizlere doğru yumuşak bir eğimle kıvrılan kalın uyluklar, o dönemdeki Homo sapiens sapiensin sembolleştirme gücünün ve soyut düşünme yetisinin belirgin bir göstergesi olarak kabul edildiğini göstermektedir (Aslan, 2010, s. 19). Düşünce ürünü olmasına rağmen soyut değildir. Tanrılaştırılmış bir yaratıcı düşüncedir aslında (Yıldız, 2019, s. 9).

¹ Sungir'da binlerce boncukla süslenmiş gömüler bulunuşu örnek olarak gösterilebilir.

Karadeniz'in kuzeyindeki Kostenki-Borshchyovo (Rusya) bölgesinde mamut diş ve kemiklerinden yapılan tapınak ya da ritüel alanları bulunmuştur. Bu alanlar yalnızca barınma değil, toplumsal ve ritüel etkinliklerin merkezi olarak işlev gördüğünü, yapılaşma, sembolleşme ve soyut düşünmenin mekânsallaşmasını açıklamaktadır (Pryor, ve diğerleri, 2020, s. 323).

Günümüz dünyasında insanlık tarihinin bilinen en eski yapılarından biri olan Göbeklitepe'nin bir anda ortaya çıkmadığını, şaman benzeri figürler ve sembolik sistemlerle, geleneğinin öncüleri ve üst Paleolitik dönemin önemli merkezleri olan Gravet, Dolnive Vestonice gibi kült yapılarla köklü bir geçmişe dayandığını söylemek mümkündür.

3. GÖBEKLİTEPE ANTİK KENTİ'NİN ORTAYA ÇIKIŞI

Göbeklitepe'nin tarihi 12.000 yıl önceye dayanmaktadır. Bu alanın keşfi bir çiftçinin tarlasını sürdüğü zamanda tesadüfen bulunduğu bir taş Şanlıurfa müzesine götürmesiyle başlamıştır.

"Biz burada daha tarım yapıyorduk. Burası tarlaydı. Burada tarım yapılırken, kutsal bir yer olduğu biliniyordu. Amcam burada çift sürürken, tarlada iki tane eser buldu. O eserleri müzeye verdi. 1986 yılında 4-5 yıl bu eserler müzede kaldı. Daha sonra Alman arkeologlar, amcamın müzeye vermiş olduğu taşları görüyor. Ondan sonra buraya gelip burayı keşif ettiler. 1992 yılında kazı başladı. Şimdiye kadar bu kazı devam ediyor. O zaman burada bulduğumuz taş müzeye götürdüğümüzde müze müdürü, arkeolog olmadığı için tarihi eser taşı kireç taşı olduğunu söyledi. Bunu geri götürülmesini istedi. Amcam da 'Bir defa bu taşı getirdim, bir daha tekrar köye götürmem, yolda çöpe atarım' deyip o taşı zor durumda kaldığı için müze teslim almıştı. Şimdi o taşın değerinin bilinmesi üzerine bölgede çıkan kazı çalışmasıyla dünya tarihine ışık tutan bir yer olarak keşif edildi" (Anonim, 2018).

1995 yılında Şanlıurfa Müzesi'nin ve Alman Arkeoloji Enstitüsü'nün çalışanları tarafından sürdürülen kazı çalışmaları ile Göbeklitepe'nin bilim tarihindeki yerinin ortaya çıkarılması sağlanmıştır. Arkeolog Klaus Schmidt bu taşın bulunduğu yerde başlatmış olduğu kazı ile keşfettiği bu alanın bir tapınak olduğunu ve dini ritüellerin gerçekleştiği bir alan olduğunu belirtmiştir. Göbeklitepe'nin avcı-toplayıcılar tarafından inşa edilmiş bir dağ zirvesi kutsal alanı olarak yorumlanması, kısa sürede uygun bir anlatı ortaya çıkarmıştır. Takvimlerinde ritüel olarak önemli zamanlarda, bu bölgede yaşayan farklı grupların bu doğal simge noktada bir araya gelerek özel binalar inşa ettikleri belirtilmektedir (Clare, 2020, s. 82). Ancak son yapılan kazı çalışmaları sonucunda buranın bir tapınak olmasının yanında, sosyal toplanma alanı olarak da işlev gördüğü tahmin edilmektedir. Lee Clear'e göre yakın zamanda inşa edilen iki koruyucu barınağın sabitleme noktaları için yapılan birkaç derin sondajdan elde edilen yeni bilgiler doğrultusunda, tapınak anlatısının zayıflıklarını ortaya çıkarmaktadır. Bu durum popüler bilimsel görüşün revize edilmesinin artık kaçınılmaz olduğu anlamına gelmektedir. Özellikle, son gözlemler Göbeklitepe'deki evsel yapıların varlığı, yağmur suyunun toplanması ve dağıtımı ile ilgili oluşu iddiaları güçlendirecek niteliktedir (Clare, 2020, s. 83).

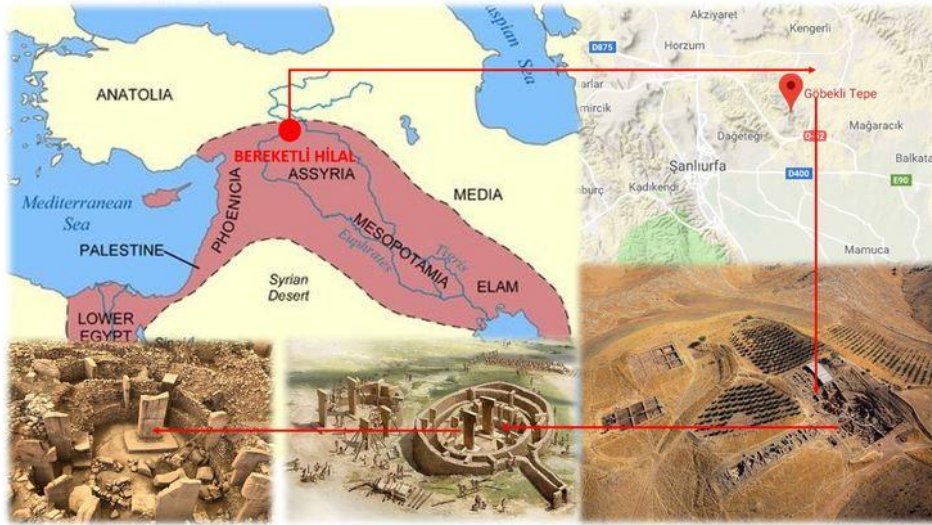
Göbeklitepe, M.Ö. 10.000'e tarihlenen Çanak Çömleksiz Neolitik Dönem'e ait Anadolu'nun en eski inanç ve yerleşim merkezlerinden biridir. Yaklaşık 80 dönümlük alana sahip olan ören yeri, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca 2005 yılında "1. Derece Arkeolojik Sit" alanı ilan edilmiştir (Birinci, Kaymaz, & Camcı, 2018, s. 1357). Bu alan Şanlıurfa'nın kuzeydoğusunda yer almaktadır. Konum olarak Gümüş Sıradağlarının en yüksek tepesinde olup, yüksekliği 800 metredir. Bu alan aynı zamanda Harran Ovası'na hâkim bir konumdadır (Kurt & Göler, 2017, s. 1113).



Resim 4. Bereketli Hilal Bölgesi Haritası

Kaynak: <https://www.kenanyelken.com/bereketli-hilal-cografyasi>, Erişim tarihi: 31.10.2025.

Göbeklitepe, Bereketli Hilal bölgesinde, Yukarı Mezopotamya'da yer almaktadır. Bereketli hilal bölgesi, insanlık tarihinin bilinen en eski yerleşim alanlarından biri olarak öne çıkmaktadır. Yapılan yeni kazılar sonucunda bu alanın ritüel merkezinin yanında esasen yerleşim alanı olarak işlev gördüğü bilinmektedir. Özellikle anıt yapıların alanının konutlardan teras duvarı ile ayrılmış olması bunun kanıtı niteliğindedir. Yaklaşık 200-300 metre yüksekliğindeki kireçtaşı kayalıklar üzerine inşa edilen bu megalitik kompleks, şeklinin bir göbeği andırması nedeniyle "Göbeklitepe" adıyla anıldığı belirtilmektedir (Kurt & Göler, 2017, s. 1111).



Resim 5. Bereketli Hilal Bölgesinde Yer Alan Göbeklitepe'nin Konumu

Kaynak: <https://in.pinterest.com/pin/671177150713469972/>, Erişim Tarihi: 31.20.2025.

Tapınaklar etrafı taş örgülü duvarlarla çevrelenmiş, çapları 10 ile 30 metre arasında değişen dairesel yapılardan oluşmaktadır. Dairesel yapıların içerisinde yer alan taş sütunların kendine has bir temsili mevcuttur. Bu dairesel yapıların merkezinde iki adet büyük taş sembol yer almakta olup, çevresinde daire şeklinde 12 küçük T şeklinde taş sütun bulunmaktadır. Bu alanda yer alan T şeklindeki sütunların üzerinde kabartma şeklinde birçok hayvan figürü bulunmaktadır. Bu alan, etkileyici mimarisi, küçük taş figürlerinden hayvan heykelleri ve megalitler üzerindeki tasvirlerle kadar çok çeşitli hayvan figürleri ile benzersiz bir yapıya sahiptir (Peters & Schmidt, 2004, s. 180). Bu hayvanların o dönem insanı için oldukça önemli bir anlamının olduğu ve bu sembollerin Şamanizm ve mitoloji ile bağlantısının olduğu tahmin edilen görüşler arasındadır. Bu figürlerin bir düşünce veya bireyi temsil ettiği varsayılmaktadır.

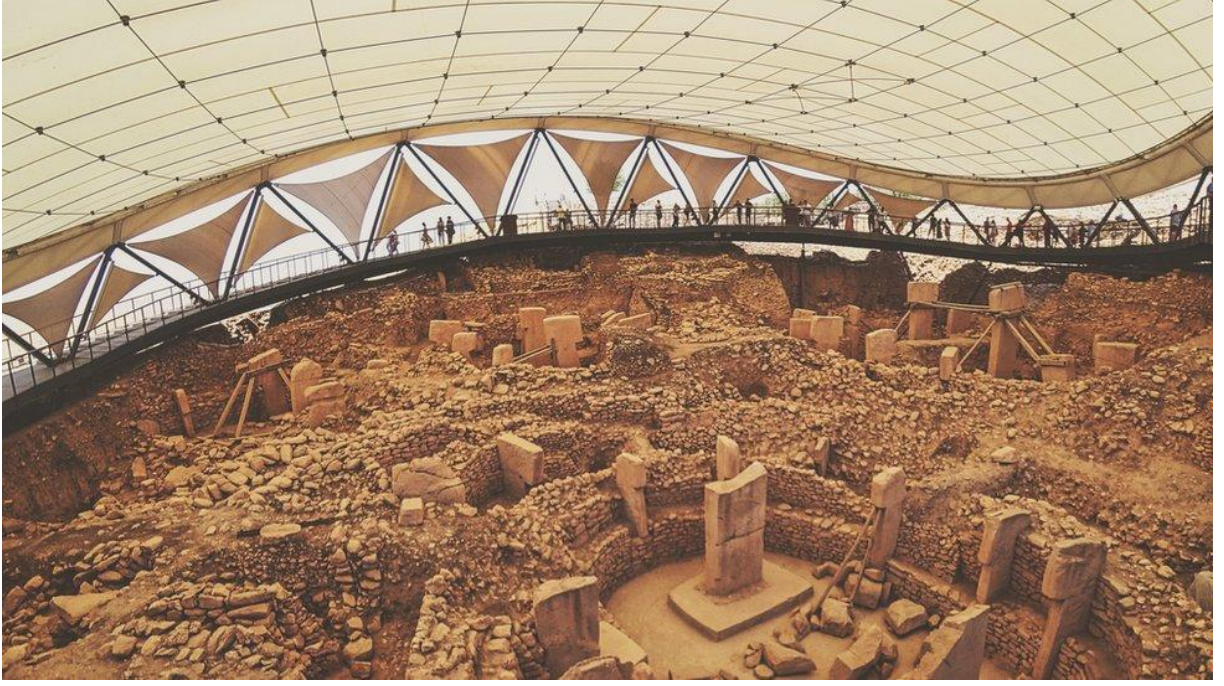


Resim 6. Göbeklitepe Tapınağı

Kaynak: https://www.instagram.com/p/DPi_aczjGpB/ Erişim tarihi: 31.10.2025.

4. FELSEFİ DÜŞÜNCE VE SEMBOLİK YAPILAR

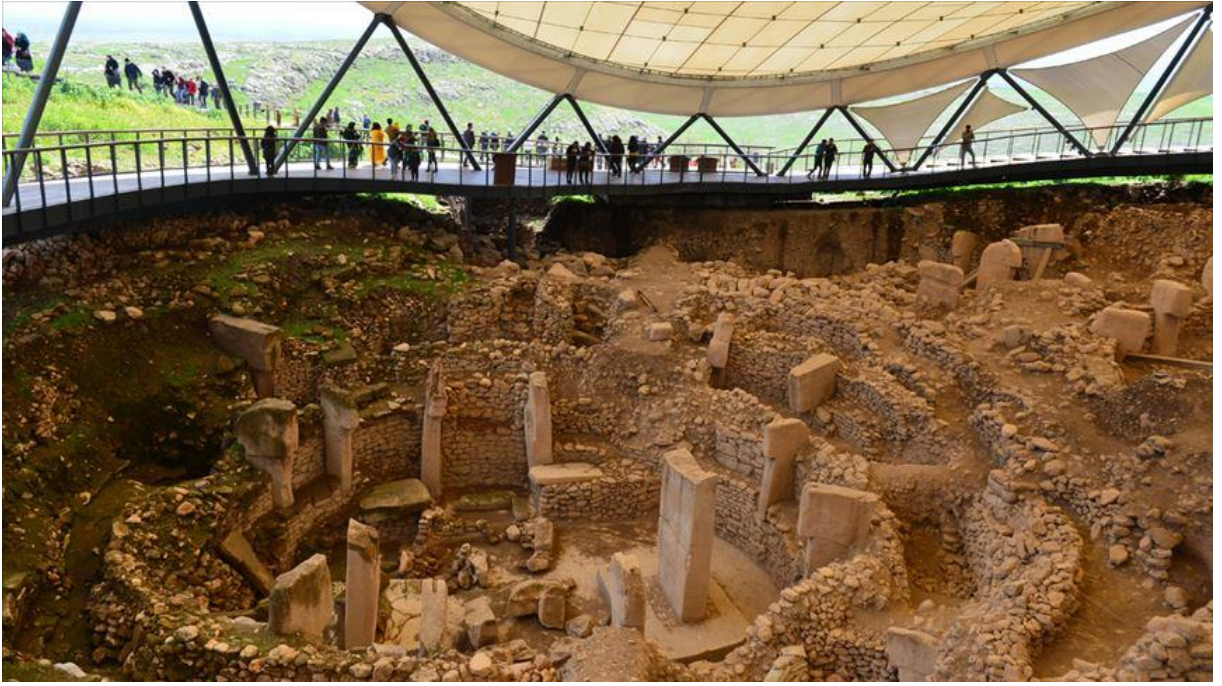
Düşünce, felsefenin ve tüm bilimlerin temelini oluşturan en önemli insani yetidir ve insanı diğer canlılardan ayıran başlıca özelliktir. Felsefe, insan yaşamına konu olan her türlü olay, olgu ve değeri eleştirel bir biçimde sorgulayan ve anlamlandırmaya çalışan bir disiplindir. Yaşam, insana verilmiş geçici bir emanet olup, doğum ile ölüm arasındaki dinamik bir süreçtir. Bu süreçte birey, yaşamının mutlak sahibi değil, yalnızca bu sürecin etkin bir tanığı ve katılımcısıdır. İnsan, kimi zaman bu sürecin anlamını kavrayabilmiş ve yaşantısının belirli kesitlerini başkalarına aktarabilmiştir. Ancak bunu başarabilmenin ön koşulu, yaşamın tam da şimdi ve burada sürekli olarak gerçekleşen bir olgu olduğunun bilincinde olmaktır (Janning, 2015, s. 2). Yaklaşık 12.000 yıl öncesine tarihlenen Göbeklitepe, insanlığın düşünsel gelişiminde yazı ya da dil aracılığıyla değil, doğrudan biçim ve semboller yoluyla ifade bulan bir dönüm noktasını temsil etmektedir. Göbeklitepe o dönemin yaşam şeklini, doğumu, ölümü ve ölümden sonraki yaşamı sözcüklerle değil, oval planlı tapınakları, sembolik anlamlarla bezenmiş dikilitaşları ve devasa taş blokları aracılığıyla anlatmaktadır (Kılıç & Eser, 2019, s. 749).



Resim 7. Göbeklitepe Kazı Alanı

Kaynak: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-58247289>, Erişim tarihi:31.10.2025.

Göbeklitepe, insanın soyutlama yetisinin ve sembolik düşünme becerisinin tarih boyunca olgunlaştığı, köklü bir entelektüel gelenek üzerine inşa edilmiş eşsiz kültürel ve düşünsel zirveyi temsil etmektedir. Göbeklitepe’de ortaya çıkarılan dikilitaşlar, hayvan figürleri ve soyut motifler, dini veya ritüel amacın yanında insanın evreni ve kendi varoluşunu anlamaya yönelik düşünsel çabalarının bir ifadesi olarak değerlendirilmelidir. Şaman benzeri figürlerin toplum içindeki rolü, bu sembolik yapının yönlendirilmesinde belirleyici olmuş ve felsefi bir sorgulama alanı yaratmıştır. Şamanizm, Sibiry’a ve Orta Asya’da bir dini olguyu ifade eden, kendine özgü bir yapıya sahip olan ve açıklığa kavuşturulması gereken bir “tarih” olarak tanımlanmaktadır. Şamanizm’de şaman, bir ruh rehberidir ve aynı zamanda rahip, mistik ve şair de olabilmektedir (Eliade, 1964, s. 4). Şamanizmde yer alan Göbeklitepe’deki sembollerin analizi o dönemde yaşamış insanların, evreni anlamlandırma, soyut kavramları sembolleştirme ve kendi varoluşuna dair bilinç geliştirme kapasitesini bu anıtsal yapılar aracılığıyla göstermektedir. Tarih öncesi toplumların sembolik üretimi, felsefi düşüncenin temel taşlarını oluşturmaktadır. Göbeklitepe’de ortaya çıkarılan taş sütunların çoğunda hayvan figürlerinin yoğunlukta olduğu görülmektedir. Bu hayvanlar, ya insanların hayatta kalmak için bağımlı oldukları başlıca besin türleri oldukları veya insanların, bizim anlayamadığımız veya kanıtlayamadığımız nedenlerle, onlara besin kaynağı olmalarının ötesinde belirli bir değer veya statü attettikleri için büyük ilgi çekmiş olabileceği düşünülmektedir (Peters & Schmidt, 2004, s. 208). Ancak hayvan figürleri bir ruhun, bireyin veya kutsallaştırılmış bir varlığın temsili de olabilir. O dönemdeki insanların anlam yüklediği ve değer gördüğü bir şeyin temsili de olabilir. Tüm bu olasılıklar bizi o dönemde yaşamış insanların, dini, sosyal ve yaşam tarzları hakkında tahminde bulunmamız için önemli araçlardır.



Resim 8. Göbeklitepe Kazı Alanı

Göbeklitepe'de yer alan sütunlar ortalama 3,5 ila 5 m uzunluğundadır ve ortada iki adet bağımsız sütun bulunan yuvarlak veya oval bir alan oluşturacak şekilde düzenlenmiştir. Sütunların genel şekli standartlaştırılmış görünmektedir ve cinsiyetlerine dair herhangi bir işaret bulunmamaktadır. Bu monolitlerin bazılarında kabartma olarak kollar ve eller görülmektedir, bu da onların antropomorfik varlıkları temsil ettiğini düşündürmektedir. Ancak, bu dikili taşların ne tür varlıkları temsil ettiği açık değildir. Antropomorfik tanrılar, şamanlar, atalar, taş ruhlar veya iblisler dahi birçok şeyin temsili olabilecek nitelikte olduğu düşünülmektedir (Peters & Schmidt, 2004, s. 215). T şeklindeki sütunlardaki temsiller esasen kabartma hayvan figürlerini göstermektedir. Genellikle yarı doğal bir tarzda bütün olarak gösterilmektedirler. Bazen boynuzlu hayvan başları veya daha soyut tasvirlerle karşılaşırız (Peters & Schmidt, 2004, s. 183). Tüm bunlar o dönemde yaşamış olan insanlarla hayvanlar arasındaki ilişkinin yoğun ve değerli olduğunu göstermektedir. Bunun yanında T şeklinde sütunların insan ve hayvan arasındaki ayrımın keskin bir şekilde yapılmadığını veya her bir hayvanla simgelenen o taşların, bir totem inancını da gösteriyor olabileceği muhtemeldir.

Göbeklitepe'de taş sütunların üstünde yer alan en yaygın motif yılan motifleridir. Bu motifler yan yana işlenmiş olup bazen iç içe geçtiği de görülmektedir. Bu sürüngenler genel olarak bazı kabartmalarda tek başına, bazılarında ise üç, dört veya beş kişilik küçük gruplar halinde resmedilmiştir. 12 ve daha fazla hayvandan oluşan bu yılan grubu dalga deseni oluşturacak şekilde birbirine paralel olarak tasvir edilmiştir (Peters & Schmidt, 2004, s. 183-184). Tasvir edilen yılanlar, düzleştirilmiş üçgen başlı, kalın ve kısa hayvanlardır. Taş üstünde resmedilen yılan motifleri engerek yılanlarında gözlemlenen şekle karşılık gelmektedir. Urfa bölgesinde birkaç tür çok zehirli engerek yılanının bulunduğu bilinmektedir. En yaygın olanı Levant engereği, *Viperalebetina*'dır. Yılan tasvirleri çoğunlukla sütunların küçük ön yüzünde yer almaktadır. Sadece iki durumda sütunun arka yüzünde yılan tasvirleri bulunmaktadır. Ancak bu monolitlerin yeniden konumlandırılmış olması mümkün gözükmemektedir. Birkaç istisna dışında yılanlar aşağı doğru hareket etmiş halde resmedilmiştir. Uçlarının üçgen şekline bakılırsa, tasvir edilen nesnenin 17 yılan, 8 yukarı doğru ve 9 aşağı doğru yönelen hayvanlardan oluşan bir tür "ağ"ı temsil edildiği düşünülmektedir (Peters & Schmidt, 2004, s. 183-184).



Resim 9. Yılan Motifli Monolitler

Kaynak: <https://www.instagram.com/p/CydwJbGoEP5/>, Erişim tarihi: 31.10.2025.

Dinî metinlerde, mitolojide, tıpta (özellikle antik çağda) ve edebiyatta yılanlar ve sürüngenler sıklıkla doğurganlık veya yaratıcı yaşam enerjisinin simgesi olarak görülmektedir. Bu durum kısmen bu canlıların erkeklik sembolü olarak algılanabilmesinden kaynaklanmaktadır. Ayrıca, birçok yılan türünün su ve toprak içinde yaşaması, onları doğal elementlerle ilişkilendirmektedir. Örneğin, Eski Çin kültüründe yılanlar yaşam verici yağmurla bağdaştırılmaktadır. Benzer şekilde, Avustralya, Hindistan, Kuzey Amerika ve Afrika'daki geleneksel inançlarda yılanlar genellikle yağmur ve bereketi simgeleyen gökkuşağı ile bağlantılı kabul edilmektedir (Myths Encyclopedia: Serpents and Snakes). Felsefi açıdan bakıldığında, yılanlar insanın “varoluşsal düşüncesi” ile ilişkilendirilebilmektedir. Yılanın, toprak altında yaşayan ölü atalarla bir ilişkide olduğu ve onların ruhlarını taşıdığı kabul edildiğinde, çoğunlukla, yeryüzünü ve yeraltını simgelemektedir (Erden, 2016, s. 33). Yukarı yönelen yılanlar ruhsal yükselişi, bilgelik arayışını veya metafizik yönelimleri temsil ederken, aşağı yönelen yılanlar ise dünyevi gerçeklik, ölüm ve doğa yasalarıyla ilişkili bir farkındalığı temsil etmektedir. Şamanizm de yılanın bu rolünü şamanlar üstlenmektedir. Her bir şaman, ruhun bedenini terk edip gökyüzüne yükseldiği veya yeraltı dünyasına indiği inanılan bir transa girme konusunda uzmandırlar (Eliade, 1964, s. 5). Orta Asya ve Sibirya şamanizmi, “ruhlarla” özel ilişkiler, gökyüzüne yükselişler, yeraltı dünyasına inişler gibi belirli teknikleri geçerli kılan bir yapı sunma avantajına sahiptir (Eliade, 1964, s. 6). Göbeklitepe'deki bu yılanların benzer bir anlama sahip olduğu söylenebilir. Özellikle üçgen başlar, yılanın yalnızca somut bir hayvan olmadığını, aynı zamanda sembolik bir yapı olarak “anlam taşıyan nesne” olduğunu göstermektedir. Göbekli Tepe sakinlerinin, yılanların her yıl toprağın içine kaybolup tekrar ortaya çıkmasını, yaşamdan ölüme ve tekrar yaşama dönüş yolculuğu olarak görmüş olabileceği de ihtimaller arasındadır (Verhoeven, 2025, s. 512). Bunun yanında yılan Fallus ve spermanın da bir sembolü olarak da görülmektedir. Döllenme sürecinin mikroskobik düzeyde gerçekleşen hareketleri (spermanın çıplak gözle görülebilmesi nedeniyle) mitolojik anlatımlarda semboller aracılığıyla temsil edilmiştir. Yaşamın kaynağını betimleme çabası içinde spermanın, erken dönemlerde yılan figürüyle özdeşleştirildiği anlaşılmaktadır (Erden, 2016, s. 34). Bu bağlamda, yaşamın ve ölümün simgesi olarak tarih boyunca farklı kültürlerde karşımıza çıkan yılan figürünün, Göbeklitepe'de de benzer biçimde soyut düşüncenin ve varoluşun döngüsellğine dair derin bir felsefi kavrayışın sembolik ifadesi olduğu ileri sürülebilir.

Sibirya, Eskimo ve Kuzey Amerika şamanlarında uçma eylemi çok önemli bir yer edinmektedir. Malekula'da büyücüler (bwili) uçabilen hayvanlara dönüşebilme yeteneklerine de sahiptirler. Çünkü uçma yeteneği onları ruh niteliğine büründürmekteydi. Vg-Veda, “Uçan tüm şeylerin arasında zihin [manas] en hızlıdır” der. Çünkü “uçuş” sadece zekâyı, gizli şeyleri veya

metafizik gerçekleri anlamayı ifade etmek için kullanılmaktaydı. Ölenlerin ruhlarını öteki dünyaya götüren Dyak şamanı da bir kuş biçimine bürünmüştür. Vedic kurban sunucusunun merdivenin tepesine ulaştığında, bir kuşun kanatlarını açtığı gibi kollarını açtığını ve “Cennete geldik” diye bağırıldığını gördüklerine inanmaktadırlar. Benzer ritüel Malekula'da da görülmektedir. Kurban sunucusu, kurban sunumunun doruk noktasında, şahini taklit etmek için kollarını açmakta ve yıldızları onurlandırmak için bir ilahi söylemektedir. Birçok geleneğe göre, uçuş gücü mitolojik çağda tüm insanlara yayılmıştır (Eliade, 1964, s. 478). Göbeklitepe’de uçan kuşların figürlerini temsil eden hayvanlara rastlanmaktadır. Özellikle akbaba, turna veya ördek şaman benzeri figürlerin temsili olabilir. Bu uçan kuşlardan biri, ölümü temsil eden bir hayvan figürü olan Akbabadır. Akbaba, Latince *vultur* terimiyle adlandırılan, ekolojik açıdan nekrofaj bir kuş türünü ifade etmektedir. Temel besin kaynağını ölü veya ölüm sürecindeki hayvanlar oluşturan akbaba’nın, canlı avlanma davranışı oldukça nadirdir. Akbabanın yüksek derecede asidik mide salgıları, çeşitli patojen mikroorganizmaları etkisiz hâle getirerek çevredeki biyolojik bulaşma riskini önemli ölçüde azaltmaktadır. Bu yönüyle akbaba, doğadaki ekolojik dengeyi ve biyolojik döngünün sürekliliğini koruyan önemli bir tür olarak değerlendirilmektedir (Ateş & Duymuş Floriot, 2025, s. 24).



Resim 10. Hayvan Figürlü Monolitler

Kaynak: <https://www.instagram.com/reel/C8jqm2jNiHP/>, Erişim Tarihi: 31.10.2025.

<https://www.kenanyelken.com/gobekli-tepe-ve-doguran-tanrica>, Erişim tarihi:31.10.2025.

Göbeklitepe ile ilgili olarak, akbabalara ait kanıtlar birkaç izole kemik ve güzel oyulmuş bir taş heykelcik ile sınırlıdır (Peters & Schmidt, 2004, s. 214). Sınırlı sayıda kalıntı olmasına rağmen akbaba sembolünün temsil ettiği birçok soyut düşüncenin mevcut olduğu söylenebilmektedir. Şamanların, yeryüzünde ve istedikleri sıklıkta, “bedenden çıkmayı, yani insanlığın geri kalanını ‘kuşlara’ dönüştürme gücüne sahip olan ölümü gerçekleştirebilmeleri, bu sembollerin soyut bir ifadesi olabilir (Eliade, 1964, s. 479). Benzer şekilde Orta Asya kültürlerinde, ölüm sonrası ritüellerin bir parçası olarak, ölen bireylerin bedenleri dağlık bölgelere bırakılmıştır. Ölü bedeninin belirli kutsal alanlara taşınması ve bu alanlarda akbabaların tüketimine bırakılması bu örnek olabilir. Bu uygulama, özellikle Tibet ve çevresinde gözlemlenen “gökyüzü definleri” (skyburial) geleneğiyle paralellik göstermektedir. 20. yüzyılda Tibet’i ziyaret eden Batılı gözlemciler, akbabaların cesetleri parçalayan profesyonel beden işleyicilerin (*ragyapa*) salladığı sapan hareketine veya çıkardıkları belirli seslere koşullu bir tepki göstererek yaklaşmaya başladıklarını kaydetmişlerdir. Neolitik Çatalhöyük’te, akbabalar, başsız insan bedenlerini çevreleyen duvar resimlerinde tasvir edildiklerine bakılırsa, benzer bir rol oynadıkları söylenebilir (Peters & Schmidt, 2004, s. 213). Bu durum Akbaba’nın ölüm ile ilgili veya ölümü temsil eden hayvan olduğunu göstermektedir. Felsefi açıdan değerlendirildiğinde o dönemde insanların, doğum ile ölüm, varlık ile yokluk ve ölümden

sonraki yaşama dair belli bir bilgi seviyesine ulaştıkları söylenebilir. Bu durum neolitik dönemdeki insanların felsefi analiz becerisine sahip olduklarını ve bu alanda sözlü veya yazılı olarak ifade edemediği düşüncelerini semboller aracılığıyla ifade ettiklerini göstermektedir.

Göbeklitepe'de yer alan bir diğer önemli hayvan figürü tilkilerdir. Göbeklitepe'de tilki, sıkça rastlanan bir başka motiftir. Köpekçiller grubunda yer alan tilki, tek başına veya diğer türlerle birlikte tasvir edilmiştir. Örneğin yaban öküzleri ve turnalarla veya yaban öküzleri ve yılanlarla tasvir edilmiştir (Peters & Schmidt, 2004, s. 184).



Resim 11. Aurochs

Kaynak: <https://www.kenanyelken.com/gobekli-tepe-figurler-semboller>, Erişim Tarihi: 31.10.2025.

Resim 11'de görülmekte olan aurochs, tilki ve turna üçlüsü bir sembol dizisini yansıtmaktadır. Aurochs sanki "teslim olmak" için "diz çökmüş" gibi görünmektedir, tilkinin rolü ise belirsizdir (Peters & Schmidt, 2004, s. 184). Tilki saldırı halinde turnalar ise sıra halinde ilerler şeklinde resmedilmiştir. Tilki fiziksel ve zihinsel yetenekleri nedeniyle kurnazlık, sinsilik, hainlik ve hatta kötülüğün vücut bulmuş hali olarak kabul edilmektedir. Bununla birlikte, zeki bir zihin, başkalarına bakmaya ve yardım etmeye hazır olma, çabukluk ve ihtiyat gibi daha olumlu nitelikler ve yetenekler de kabul edilmektedir (Uther, 2006, s. 134). Mezopotamya'da tilki, tanrı Enlil ile ilişkilendirilirdi ve sembolik olarak tanrının ayırt edici amblemi olarak düşünülürdü (Uther, 2006, s. 138). Birçok kültürün yanında Çin kültürü ve Türk kültürü için de tilki kurnazlığın sembolü olarak görülmektedir. Türklerde ise tilki, koruyucu ruhu temsil eden hayvanlardan biri olarak görülmektedir. Türklerle göre bu koruyucu ruh her kahramanın korunmasında görev almaktadır. Bu koruyucu ruhlardan birinin de tilki olduğuna inanılmaktadır (Yıldız & Göde, 2023, s. 76).



Resim 12. Tilki

Kaynak: <https://www.kenanyelken.com/gobekli-tepe-figurler-semboller>, Erişim Tarihi: 31.10.2025.

Göbeklitepe'nin mimari yapısında yer alan bu tilki motifi neolitik dönemde yer alan bireylerin bir temsili olabileceği ve zeki bir zihin, başkalarına bakmaya ve yardım etmeye hazır olma, çabukluk ve ihtiyat gibi daha olumlu nitelikler ve yeteneklere sahip bir temsilin sembolü olabileceğidir. Bu çıkarım o dönemin insanın önem verdiği veya anlatmaya çalıştığı birçok düşüncenin amaç ve anlamın en açık örneğidir.

Göbeklitepe'nin mimari yapısında yer alan en dikkat çekici unsuru, alanın merkezinde yer alan T biçimli dikilitaşlardır. Bu anıtsal taş blokların biçimi, insan bedeninin soyut bir temsili olarak varsayılmaktadır.



Resim 13. İnsan Heykeli Eli

Kaynak: <https://www.kenanyelken.com/gobekli-tepe-figurler-semboller>, Erişim Tarihi: 31.10.2025.

Bazı sütunların üstünde işlenilen bu figürler kemer, eller, giysi ve silah betimlemeleri bu görüşü destekler niteliktedir. Bu detaylar, dikilitaşların yalnızca mimari bir unsur değil, aynı zamanda insanı simgeleyen sembolik varlıklar olduğunu düşündürmektedir (Terkoglu, 2023, s. 64). Bu düşünce o dönemde yaşamış olan insanların, varlık bilincinin olduğunu göstermektedir. Soyut düşüncenin yanı sıra kendi varlıklarının bilincine sahip olduklarını da göstermektedir. Bu sembolleştirme bireyin doğanın bir parçası olmasının yanında, onu anlamlandırma, şekille resmetme ve yeniden ortaya koyma bilinç düzeyine ulaştığını göstermektedir. Sütunlar üzerindeki kemer, el, silah gibi figüratif öğeler de bu düşüncenin uzantısı olarak, insanın kendisini bir özne olarak kavrama sürecini simgelediğini göstermektedir. Bu bağlamda Göbeklitepe, insanın doğa

karşısındaki konumunu ilk kez düşünsel ve sembolik bir düzlemde yeniden tanımladığı bir felsefi kırılma noktası olarak yorumlanabilir. T biçimli sütunlar “insan biçiminde taş” değil, taş biçiminde insan düşüncesidir, yani doğadan kültüre, bedenden bilince uzanan bir geçişin sessiz ama derin tanıklarındır.

Göbeklitepe’de felsefi düşünce açısından bir diğer önemli sembol ardı ardına duran 7 ördek veya akbaba yavrusu olduğu yönündeki görüşü temsil eden semboldür.



Resim 14. Turna

Kaynak: <https://faith.goturkiye.com/tr/insanlik-tarihinin-safagi>, Erişim Tarihi: 31.10.2025.

Bu sembol canlı yaşamının doğumdan ölüme kadarki süreci anlatan en güzel imgelem örneğidir. Bu imge o dönemdeki insanların, canlılar hakkında doğum, büyüme, olgunlaşma ve ölümün var olduğu bilincine sahip olduğunu göstermektedir. Bunun yanında toplumsal olarak hareket etme bilincinin resmedilebilirliğini de göstermektedir. Bu görüşün tam aksini iddia eden farklı görüşler ebedette ki olacaktır. Ancak felsefi açıdan değerlendirildiğinde bu sembolü bu şekilde yorumlamanın yerinde olduğu söylenebilir.

Göbeklitepe’deki bazı figürlerin yoğun olarak etoburlar, yılanlar, yaban domuzları ve yaban öküzleri oldukları görülmektedir. Yani potansiyel olarak tehlikeli türler olduklarını söyleyebiliriz. Eğer ki bu alanda tasvir edilen hayvanlar, doğaüstü varlıkları temsil ediyorlarsa, hepsi güç sahibi ve megalitleri korumak amacıyla orada olduklarını göstermektedir (Peters & Schmidt, 2004, s. 208). Bazı hayvanların hırlayan başları, keskin dişleri, pençeleri ve boynuzları ile aktif ve saldırgan duruşları bu görüşü desteklemektedir. Bu hayvanların bazılarının dik penisleri, bu görüntülerin tehditkâr doğasını daha da güçlendirmektedir. Gerçekten de tasvir edilen hayvanların çoğu tilki, yılan ve akrep gibi yırtıcı hayvanlardır (Verhoeven, 2025, s. 511). Yılanların zehirli olması, aurochs ve kahverengi ayının etkileyici boyutu ve fiziksel gücü, aslanların ve leoparların tehlikeliliği gibi özelliklere sahip olması bu görüşü desteklemektedir.

Tüm bu verilerden yola çıkılarak Göbeklitepe’nin bir anlam dünyası ortaya koyup daha sonra bu alanı dönüştürdüğü gözlemlenmektedir. Bilindiği üzere felsefe tarihi boyunca “İnsan nedir” sorusu gündemde olan temel sorudur. Bu soru felsefe tarihinin her döneminde ve her düşünce ekolünde önemli yer edinmiştir. İnsanlık tarihinin başlangıç dönemindeki bu bulgular

göstermektedir ki insan, sürekli olarak diğer insanlara ihtiyaç duyan, anlam dünyasını somutlaştıran, diğer canlılarla ilişki içerisinde olan ve bilgisini eylemleriyle ortaya koyan bir varlık olarak tanımlanmaktadır. Bu insan, varlığının her anında varoluş koşullarını incelemeye çalışan ve koşulların gereklilikleri doğrultusunda yaşam şeklini oluşturan insanlardır. Göbeklitepe’de bu nedenle yeni bir yerin keşfi olmasının yanında yeni bir düşünce aracının keşfedilmesi bakımından felsefe dünyasında oldukça önemli bir yer edinmektedir (Cassirer, 2021, s. 13). Çünkü burada ortaya çıkan bulgular göstermektedir ki o dönemdeki insanlar döneminin varoluş koşullarını incelemeye çalışmış ve bu koşulların gereklilikleri doğrultusunda yaşam şeklini oluşturmuşlardır. Bu nedenle “insan nedir?” sorusu o dönemde dahi bir cevabı olan ancak gizemliliğini devam ettiren bir sorudur.

Göbeklitepe’de insan nedir sorusu ortaya çıkarılan arkeolojik kazılar sonucunda, anlamı inşa etmeye çalışan, doğumun ve ölümün bilincinde olan, gücünü aşan ancak kollektif bir şekilde yapılar inşa eden ve diğer canlılarla ilişki içinde olan bir varlıktır. Bu varlık, sınırlı bir bilgi yapısına sahip olsa da sanat ve mimari alanında oldukça yetenekli varlıklardır. Buradaki insanlar temel taş aletlerle dairesel tasarımlı taş anıtları inşa etmiştir. Göbeklitepe olarak adlandırılan bu inşa alanı, bugüne kadar keşfedilen en eski sosyal ve sanatsal insan başarılarının örneğidir (Dinç & Ververi Alaca, 2021, s. 1). Bu yapıları inşa eden ve bu alanda yaşayan insanların sosyal ve sanatsal faaliyetlerde aktif rol alması kollektif bir bilinçle hareket ettiklerini göstermektedir. Yapılan kazılar ve ortaya çıkarılan bulgular doğrultusunda hayvan figürlerinin resmedilmesi hayvanlarla olan ilişkilerinde de önemli olduğu görülmektedir. Özellikle bazı kabartmalarda tehlikeli ve yırtıcı hayvanların resmedilmesi, o dönemde yaşamış insanların tehdit, olumsuzluk ve şüphe dolu bir yaşamı deneyimlediklerini göstergesi olabilir. Bu hayvanlar o dönemde yaşamış insanlar için bir düşüncenin, bir ilişkinin ve görünmeyen bir varlığın da temsili olarak yorumlanabilir. Çünkü arkeolojik bulgular göstermektedir ki Göbeklitepenin bir yerleşim yeri olduğu ve T biçimindeki sütunların yer aldığı bölgenin, bir toplanma alanı olduğu ve birden fazla kabile/halkın dâhil olduğu bir merkez olarak bilinmektedir (Kurtkaya, 2020, s. 17). Farklı kabilelerin bir araya gelmesinin temel amacı, o dönemde yaşamış insanların, birbiriyle ekilesim içinde olduklarının göstergesi olabilir. Bu merkezde yer alan insanlar, fiziksel ve kültürel yaşamlarını temsil eden sembollerle, duygularını, eğilimlerini, fikirlerini ve düşüncelerini somut verilere işledikleri görülmektedir. Nasıl ki ipekböceği kozalarını üretiyorsa veya arılar peteklerini inşa ediyorsa insan da her dönemde kendi düşünce sistemini oluşturmuş ve bu düşüncenin yansımaları olarak somut veriler ortaya koymuştur (Cassirer, 2021, s. 20).

Göbeklitepe’de gün yüzüne çıkarılan semboller, o dönemde varlığın nasıl görüldüğü, gerçekliğin nasıl resmedildiği ve insanın dünyayı nasıl anlamlandırdığıyla ilgili olarak varlık felsefesinin temel sorularıyla ilişkilendirilebilir. Semboller her dönemde farklı şekilde değerlendirilmektedir. İlkel toplumlarda sembol, diğer fiziksel özellikler gibi, nesnenin bir özelliği olarak görülmektedir. Mitolojik düşüncede, bir tanrının adı, tanrının doğasının ayrılmaz bir parçası olarak görülmektedir. Mitolojik düşünce de Tanrı doğru isimle çağrılmazsa, büyü veya duanın etkisiz hale gelebileceğine inanılmaktadır. Bu durum sembolik eylemler için de geçerlidir. Bir dini ayin, bir kurban, etkisini gösterebilmesi için her zaman aynı değişmez şekilde ve aynı sırayla gerçekleştirilmelidir (Cassirer, 2021, s. 37). O dönemde var olan nedir? sorusuna karşılık çevresinde gözlemlediği, deneyimlediği ve birlikte bir yaşamı paylaştığı diğer canlılarla olan ilişki cevabı verilebilir. Sütunların üzerinde çok fazla hayvan türü temsil edildiği için, bunların tam olarak ne anlama geldiğini veya neden bu kadar çok canlının bir arada tasvir edildiğini anlamak zordur ve belki de bu, daha büyük amaçlarına dair bir ipucudur (Collins, 2014, s. 55). İnsan var, hayvan var ve bu iki varlığın sembolik düzende birde temsili var. Tüm bunlar var olanlardan hareketle var olmayanları da var olan kategorisinde göstermek istedikleri görülmektedir. Bir ritüel ve toplanma alanı olarak bilinen Göbeklitepe bu yönüyle “varlık nedir?” sorusuna verebileceği daha nice farklı cevabı barındırmaktadır.

Göbeklitepe’de yer alan semboller, insanların toplandığı, ritüellerin ve kutlamaların yapıldığı erkek merkezli bir ritüel mekanı açıkça görülmektedir. Oymalar, insan ve hayvanların cinsel organları gösterildiğinde sadece penisleri sergilenmektedir. Bu, Paleolitik “Venüs”ün kadın

formunu ve vulvayı gösterdiği 30.000-10.000 yıl önceki çok daha eski Avrasya sanatından farklıdır (Kurtkaya, 2020, s. 21). Son yapılan kazılarda çıkarılan heykeller bu görüşü destekler niteliktedir.



Resim 15. Çiftçinin Tarlasını Sürerken Tesadüfen Bulduğu Erekte Halde Olan

Kaynak: <https://www.arti49.com/gobeklitepede-depoda-saklanan-heykelin-sirri-2383560h.htm>, 08.12.2025.

Erişim Tarihi:



Resim 16. Sayburçta Kayaya Kabartma Olarak Bulunan Heykel

Kaynak: https://arkeofili.com/sanliurfa-sayburcta-leoparli-insan-sahnesi-bulundu/#google_vignette, 08.12.2025.

Erişim Tarihi:



Resim 17. Karahantepe'de Bulunan İnsan Heykeli

Kaynak: <https://arkeofili.com/karahantepe-de-bulunan-insan-heykelinin-penisi-nerede/>, Erişim Tarihi: 08.12.2025.

Yukarıdaki görseller sırasıyla Göbeklitepe, Sayburç ve Karahan Tepede ortaya çıkarılan arkeolojik bulgulardır. Bu bulgular ışığında erkek figürünün sürekli erekte olmuş hali bize, bölgenin sosyal yapısı belirgin bir biçimde erkek egemen bir toplum ve bu topluma uygun ayinle ilgili bir düzeni temel aldıklarını göstermektedir. Bu durum, toplumsal örgütlenmenin ve kutsal alanlardaki sembolik temsillerin cinsiyetçi bir hiyerarşi içerisinde inşa edildiğine işaret etmektedir. Bu semboller aynı zamanda o dönemde yaşayan insanların, erkek üreme gücünün, kuvvetliliğinin ve devamlılığının tanımlandığı bir varoluş modeline sahip olduğunu göstermektedir. Bu görüş arkeolojik bulgularla desteklenmektedir. Michel Foucault, *Cinselliğin Tarihi* adlı eserinde cinselliğin varoluş nedenini, kendini yeniden üretmekten ziyade yenilemek, icat etmek, bollaştırmak, eklemek, bedenlere giderek daha ince ayrıntıları kuşatacak biçimde sokulmak ve nüfusları gitgide daha bütünsel biçimde denetleme şeklindedir. Foucault'un bu görüşü modern batı toplumu için geçerliken Göbeklitepe de yaşamış insanlar için kendini yeniden üretmek amacını da kapsamaktadır. Çünkü ilkel kabile olarak tanımlanan o bölge insanı (iktidar erkek) varlığını devam ettirebilmek için kendini yeniden üretme amacı taşıdığını söyleyebiliriz. Ve insan nedir sorusu o dönemde erkek temelli bir güç ve kutsal beden olarak erkeğin üremedeki etkin rolü denilebilir.

Özetle Göbeklitepede ortaya çıkarılan belli başlı arkeolojik verinin felsefi açıdan incelenmesi sonucunda buradaki insanların bir düşünce sistemine sahip olduklarını, bu düşüncelerini anlamlaştıran bir sembolleştirme yeteneğinin olduğu açıkça görülmektedir. Taşlar üzerine işlenmiş her hayvan figürünün bir düşüncenin temsili olduğu ve bu düşüncenin de beslendiği bir duygu durumunun varlığı açıktır. O dönemde ilkel olarak yaşamış insanlar toplu bir halde hareket etmiş, birbiriyle belli bir iletişim halinde ve diğer canlılarla etkileşim içindedir. Günlük ihtiyaçlarını karşılamalarının yanı sıra soyut düşüncelerini somut verilere aktarabilecek bir beceriye de sahip olduklarını görebiliyoruz. Özellikle erkek egemen bir sistem inşa etmeye çalışmaları ve bunları sembollerle ifade etmeleri o dönemin insanının düşünce yapısının bir yansımasıdır. Erilliğin önemli olduğu ve eril bireylerin üreme, güç ve devamlılığın temsilcisi olabileceği düşüncesi o dönemdeki insanların kabul ettiği bir yapıdır.

5. SONUÇ

Göbeklitepe, insanlık tarihinin erken döneminde düşüncenin nasıl somutlaştığını ortaya koyan önemli keşiflerinden biridir. Bu alan ile düşünce tarihi yeniden ele alınmış, yorumlanmış ve yeni değerlendirilmeler yapılmıştır. Göbeklitepe, sütunlar ve hayvan figürleri ile sembolün felsefi temellerini gün yüzüne çıkarmaya çalışarak, düşünce tarihine yeni bir boyut getirmiştir. Çünkü artık insan biyolojik bir varlık olmasının yanında, anlam üreten, soyut düşüncelerini somut şekillere işleyen bir varlık olarak tarihte yerini almıştır. Göbeklitepe arkeolojik kazılar sonucunda bir taş yapı olarak değerlendirilirken, felsefi anlamda soyut düşüncenin somutlaştığı bir alan olarak değerlendirilmektedir. Yapılan kazılar sonucunda elde edilen bulgular, bu alanın bir sosyal yaşam alanı ve ritüel amaçlı toplanma alanı olduğu yönündedir. Bu bulgular doğrultusunda Göbeklitepe'de ortaya çıkarılan heykeller, hayvan figürleri ve taş sütunlar o dönemde ritüel veya sosyal yaşamı temsil eden anlamların sembolleri olarak değerlendirilmelidir. Özellikle taşların üzerinde yer alan hayvan figürleri, dış dünya, doğa, doğum-ölüm, yaşam, inanç, güç ve varoluşa dair ilk anlamlar ortaya konulduğu bir mekân olarak okunmalıdır. Bunun yanında bir bilgiyi öğrenme, koruma ve aktarma konusunda da oldukça önemli bir alan olarak tarihteki yerini almaktadır. Bu yönüyle Göbeklitepe düşünce tarihinin başlangıcına ışık tutmaktadır. Görünenin ötesinde ve zamansız olarak var olanı temellendirme çabası, Göbeklitepe'nin kendini gizleyerek açığa çıkan bir alan özelliği taşımaktadır. Bu alanda insan veya insan topluluğu doğaya tabi olmakla birlikte doğayla iç içe olan bir anlam dünyası (düşünce dünyası) oluşturabilme yetisine de sahiptir. Göbeklitepe, bir düşünce veya düşünme eyleminin doğduğu alan olmasından dolayı felsefi bir değere sahiptir. Dolayısıyla Göbeklitepe, insanın düşünceyle "dünyayı doğurma" girişiminin ilk formudur. Bu verilerden yola çıkarak ortaya koyduğumuz bu çalışma ile Göbeklitepe de yer alan belli başlı semboller üzerinden felsefi düşüncenin mümkün olabileceğini, ilkel bir düşünce sisteminin varlığından söz etmenin mümkün olabileceği ortaya konmuştur. Bunların yanında

Göbeklitepe'de yapılan kazıların halen devam etmesi ve tümünün ortaya çıkarılmaması, var olan değerlendirmelerin sınırlı bir dayanağa sahip olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla ortaya çıkarılan sembollerin bütünsel anlamı ilerleyen zamanlarda bir netlik kazanacaktır.

Tüm bunlara ek olarak Göbeklitepe üzerine yapılacak yeni çalışmaların, arkeolojik, tarihsel ve mimari alanların yanında felsefi düzlemde de değerlendirilmesi gerekmektedir. Çünkü böyle bir alan, o dönemde yaşamış toplulukların düşünce yapısını, bilişsel durumunu ve soyut düşüncüyü nesnelere nasıl aktardığıyla ilgili önemli ipuçları sunmaktadır.

Kaynakça

- Anonim. (2014, 07 22). *Dünyanın İlk Tapınağı Göbeklitepe Hakkında Bilmemiz Gereken 14 Şey*. onedio: <https://onedio.com/haber/dunyanin-ilk-tapinagi-gobeklitepe-hakkinda-bilmemiz-gereken-14-sey-339697> adresinden alındı
- Anonim. (2018, nisan 24). *Göbeklitepe'nin kaşifi: Kalıntıları müzeye götürdük 'taş' diyerek geri çevirdiler*. 10 28, 2025 tarihinde Özel Nar Sanat Eğitim Kursu: <https://www.narsanat.com/gobeklitepenin-kasifi-kalintilari-muzeye-goturduk-tas-diyerek-geri-cevirdiler/> adresinden alındı
- Aslan, A. (2010). *Steatopijik Ana Tanrıça Heykelcikleri ve 20.yy Heykel Sanatına Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Ateş, A., & Duymuş Floriot, H. (2025). Eski Mezopotamya'da Ölüm ve Öteki Dünya Sembolü Olarak Akbaba. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (67), 23-34.
- Birinci, S., Kaymaz, Ç., & Camcı, A. (2018). Göbekli Tepe'nin Arkeolojik Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi (Şanlıurfa). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(3), 1351-1367.
- Bostancı, N. (tarih yok). *Paleolitik Çağ Kadınları*. 191-204. 10 24, 2025 tarihinde https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/33678058/Paleolitik_Cag_Kadinlari-libre.pdf?1399876734=&response-content-disposition=attachment%3B+filename%3DPaleolitik_Cag_Kadinlari.pdf&Expires=1761293888&Signature=OEps-jlCbPZ7w4AjdIFm5Ny7VRn3hcsOHENtRE7AMdBYhU-0 adresinden alındı
- Cassirer, E. (2021). *An Essay on Man*. New Heaven: Yale University Press.
- Clare, L. (2020). Göbekli Tepe, Turkey. A brief summary of research at a new World Heritage Site (2015–2019). *e-Forschungsberichte des DAI*, 81-88. doi:doi:10.34780/efb.v0i2.1012
- Collins, A. (2014). *Göbeklitepe: Genesis of the God*. Toronto: Inner Traditions/Bear & Company.
- Dinç, B. G., & Veryeri Alaca, I. (2021). Göbeklitepe And Ecological Thinking: Human/Nature Entanglement In Firat Yaşa's Graphic Novel, Tepe (The Hill). *Journal of Graphic Novels and Comics*, 1-28. <https://doi.org/10.1080/21504857.2021.1905236> adresinden alındı
- Eliade, M. (1964). *Shamanism: Archaic Techniques of Ecstasy*. (W. R. Trask, Çev.) Princeton University Press.
- Erden, C. (2016). *Dünya mitlerinde yılan*. Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.
- Errico, F., & Nowell, A. (2000). A New Look at the Berekhat Ram Figurine: Implications for the Origins of Symbolism. *Cambridge Archaeological Journal*, 10(1), 123-167.
- Giacobini, G. (2007, Mayıs). Richness and Diversity of Burial Rituals in the Upper Paleolithic. *Diogenes*, 54(2), 19-39.
- Jacobs, K. (2022, December 8). *Paleolithic Cave Art and Creativity*. 10 24, 2025 tarihinde <https://repository.yu.edu/server/api/core/bitstreams/87a16e57-b242-45c7-8fcf-ebc1fccb835b/content> adresinden alındı
- Janning, F. (2015). Philosophy for Everyday Life. *Journal of Philosophy of Life*, 5(1), 1-18.
- Karakoç, M. (2016). Paleolitik Çağda Mezarlar ve Ölüm Kavramı. *Folklor/edebiyat*, 22(87), 173-194.
- Kılıç, Y., & Eser, E. (2019). Göbeklitepe Ne Anlatıyor: Doğum, Ölüm ve Hayat Döngüsü. *International Creation Congress in the Light of Sciences*, (s. 746-766). İğdır.
- Kurt, A. O., & Göler, M. (2017). Anadolu'da İlk Tapınak: Göbeklitepe. *Cumhuriyet İlahiyat Dergisi*, 21(2), 1107-1138.

Kurtkaya, M. (2020). *Who built Göbeklitepe?*

Myths Encyclopedia: Serpents and Snakes. (tarih yok). December 26, 2025 tarihinde Mythencyclopedia.com: <http://www.mythencyclopedia.com/Sa-Sp/Serpents-and-Snakes.html> adresinden alındı

Notroff, J., Dietrich, O., & Cleare, L. (2016, 12 15). The Göbekli Tepe Excavations – Frequently Asked Questions. Berlin, Germany. 08 25, 2025 tarihinde Tepe Telegrams: <http://tepetelegrams.wordpress.com/fag> adresinden alındı

Özdoğan, M. (2024). Acknowledging the Pioneers of the Neolithic Research / The Story of the World Neolithic Congress. *World Neolithic Congress*. Şanlıurfa.

Peters, J., & Schmidt, K. (2004). Animals in the symbolic world of Pre-Pottery Neolithic Göbekli Tepe, south-eastern Turkey: a preliminary assessment. *Anthropozoologica*, 39(1), 179-218.

Pryor, A. J., Beresford-Jones, D., Dudin, A., İkonnikova, E., Hoffecker, J., & Gamble, C. (2020). The chronology and function of a new circular mammoth-bone structure at Kostenki 11. *Antiquity*, 94(374), 323-341.

Sahlins, M. (2022). *The New Science of the Enchanted Universe: An anthropology of most of humanity*. Princeton/Oxford: Princeton University Press.

Terköğlu, E. (2023). *Göbeklitepe kalıntılarının sembolizm ve sanat ile ilişkisi*. Yüksek Lisans Tezi.

Uther, H.-J. (2006). The Fox in World Literature Reflections on a “Fictional Animal”. *Asian Folklore Studies*, 65, 133-160.

Vanhaeren, F. d. (2015). Upper Palaeolithic Mortuary Practices: Reflection of ection of Ethnic Affiliation, Social Complexity, and Cultural Turnover. C. Renfrew, M. Boyd, & I. Morley içinde, *Death Rituals, Social Order and the Archaeology of Immortality in the Ancient World* (s. 45-62). Cambridge University Press.

Verhoeven, M. (2025). Relationality, Immanence, Hierarchy: The Nature and Culture of Being(s) at Göbekli Tepe. *Cambridge Archaeological Journal*, 35, 504–521.

Waldman, K. (2012, October 18). What Can Paleolithic Cave Paintings Teach Us about When Humans Became. *Slate Magazine*. 10 24, 2025 tarihinde https://www.slate.com/articles/health_and_science/human_evolution/2012/10/cave_paintings_and_the_human_brain_how_neuroscience_helps_explain_abstract.html adresinden alındı

Yıldız, L. E., & Göde, H. A. (2023). Anadolu Masallarında Tilki Motif. *Oğuzhan Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 75-85.

Zilhão, J. (2015). Lower and Middle Palaeolithic Mortuary Behaviours and the Origins of Ritual Burial. R. C., B. MJ, & M. I içinde, *Death Rituals, Social Order and the Archaeology of Immortality in the Ancient World: “Death Shall Have No Dominion.”* (s. 27-44). Cambridge University Press.

Assessments on Vocational Foreign Language Courses at Tourism Faculties: The Case of Batman University

Turizm Fakültelerinde Verilen Mesleki Yabancı Dil Derslerine İlişkin Değerlendirmeler: Batman Üniversitesi Örneği

Mehmet Veysi BABAYİĞİT^a and Reşat ARICA^b

^a Associate Professor, Batman University, The School of Foreign Languages, Department of Foreign Languages, Batman, Türkiye. ORCID: 0000-0003-4136-7434

^b Associate Professor, Batman University, Faculty of Tourism, Gastronomy and Culinary Arts, Batman, Türkiye. ORCID: 0000-0003-1238-7313

Abstract

Vocational foreign language education in tourism faculties provides students with a competitive advantage at the international level and contributes significantly to the development of their professional skills. In the current study, it is aimed to examine the perceptions of the instructors working at Batman University, Faculty of Tourism on vocational foreign language courses, the contribution of the courses to professional competences and the difficulties encountered. This study was designed within the qualitative research tradition and structured through the integration of phenomenology, which focuses on understanding individuals' subjective experiences, and case study design, which enables an in-depth and holistic examination of a phenomenon within its specific context. Within the scope of the study, semi-structured interviews were conducted with seven (7) instructors and data were collected. In the study, the participants' perceptions of vocational foreign language courses, the contributions of these courses to professional competences and the difficulties they faced were addressed within the framework of four main questions. Data analysis was carried out by content analysis method, and the data obtained from the interviews were analysed thematically and the opinions of the instructors were defined in depth. The findings indicate that vocational foreign language courses contribute to student competences, but the contents are not sufficiently focused on sectoral requirements, materials and activities increase success, but language proficiency deficiencies and limited resources pose difficulties. As a result, it is highlighted that vocational foreign language course contents should be updated with a focus on sectoral practice and communication skills, teaching strategies should be developed and materials that increase student motivation should be employed, and this study is expected to contribute to similar practices.

Keywords: Vocational Foreign Language, Faculty of Tourism, Course Contents, Instructors, Perceptions

Özet

Turizm Fakültelerinde mesleki yabancı dil eğitimi, öğrencilere uluslararası düzeyde rekabet avantajı sağlamak ve mesleki becerilerinin gelişmesine önemli katkılar sunmaktadır. Bu çalışmada, Batman Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde görevli öğretim elemanlarının mesleki yabancı dil derslerine yönelik görüşleri, derslerin mesleki yeterliliklere katkısı ve karşılaşılan zorlukların değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Araştırma, nitel araştırma geleneği içinde, bireylerin öznel deneyimlerini anlamaya yönelik olgubilim (fenomenoloji) yaklaşımı ile belirli bir olgunun kendi bağlamı içinde bütüncül biçimde incelenmesini sağlayan durum çalışması (case study) deseninin bütünleştirilmesi yoluyla tasarlanmıştır. Çalışma kapsamında, yedi (7) öğretim elemanı ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmış ve veri toplanmıştır. Araştırmada, katılımcıların mesleki yabancı dil derslerini algılamaları, bu derslerin mesleki yeterliliklere katkıları ve karşılaştıkları zorluklar, dört ana soru çerçevesinde ele alınmıştır. Veri analizi, içerik analizi yöntemiyle gerçekleştirilmiş ve görüşmelerden elde edilen veriler tematik olarak incelenerek öğretim elemanlarının görüşleri derinlemesine tanımlanmıştır. Bulgular, mesleki yabancı dil derslerinin öğrenci yeterliliklerine katkı sağladığını ancak içeriklerin sektörel gereksinimlere yeterince odaklanmadığını, materyal ve etkinliklerin başarıyı artırdığını, ancak dil yeterliliği eksiklikleri ve sınırlı kaynakların zorluk oluşturduğunu göstermektedir. Sonuç olarak, mesleki yabancı dil ders içeriklerinin sektörel pratik ve iletişim becerileri odaklı olarak güncellenmesi, öğretim stratejilerinin geliştirilmesi ve öğrenci motivasyonunu artırıcı materyallerin kullanılması gerektiği vurgulanmakta ve bu çalışmanın benzer uygulamalara katkı sağlaması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Mesleki Yabancı Dil, Turizm Fakültesi, Ders İçerikleri, Öğretim Elemanları, Görüşler

Article History

Geliş Tarihi 27.07.2025
Kabul Tarihi 25.12.2025

Associate Editor

Hacer ARSLAN KALAY

Corresponding Author

Mehmet Veysi BABAYİĞİT
m.veysi.babayigit@gmail.com

Citation:

Babayiğit, M. V. & Arica, R., (2025). Assessments on Vocational Foreign Language Courses at Tourism Faculties: The Case of Batman University. *Journal of Academic Tourism Studies*, 6(2): 366-383.

1. INTRODUCTION

The tourism sector is one of the fundamental dynamics of economic development, cultural interaction and social progress. With international tourism reaching pre-pandemic levels in 2024, the sector has evolved beyond its economic dimensions, becoming a multifaceted field that fosters cultural dialogue, mutual understanding, and peacebuilding” (United Nations World Tourism Organization [UNWTO], 2024). In this context, the tourism sector has become a lever for economic growth, employment creation capacity, increased welfare payments, and support for local development in both developed and developing regions (Kavaklı and Karakaş, 2022). However, the service-dominated structure of the sector has placed significant importance on people in terms of development in tourism and has made them one of the indispensable elements of the sector.

The tourism sector is service-oriented by nature and relies on human interaction. In this context, one of the basic requirements for success in the sector is to have effective communication skills and strong foreign language proficiency. The fact that tourism activities mostly take place in multinational and multicultural environments makes it necessary for individuals from different languages and cultural backgrounds to communicate effectively, and it has been claimed that English as a foreign language holds a great deal of significance for learners’ future career in tourism (Pelit and Durgut, 2025). Foreign language skills not only improve individuals' ability to express themselves but also strengthen cross-cultural understanding. The role of language in the transmission, development, and historical continuity of cultures is of vital importance (Balci and Metin, 2019). In this context, foreign language proficiency is not just a preference but a necessity for tourism professionals.

Türkiye is one of the world’s leading tourist destinations thanks to its unique natural beauty, rich historical heritage and cultural diversity (Ministry of Culture and Tourism [MoCT], 2022). However, when the sustainable exploitation of this strong potential is limited to physical infrastructure investments, development cannot be achieved, and it becomes essential to develop comprehensive strategies for training qualified human resources (Emir, 2022). At this point, higher education institutions, particularly tourism faculties, take on the mission of training individuals with the skills required by the sector. Therefore, as emphasised in MÜSİAD's (2023) report, investment in qualified human resources is of vital importance for Türkiye to fully utilise its tourism potential.

Professional foreign language courses, one of the fundamental components of tourism education, are of critical importance for students to play an effective role in the sector. Through these courses, students are taught tourism-specific terminology, communication patterns used in the context of service content, and intercultural communication skills (Demirdağ, 2022). However, in practice, various problems are encountered in terms of the content design, teaching methods, and materials used in these courses. These problems can negatively affect students' motivation in the learning process and pave the way for communication-based problems in their professional lives after graduation (Bulut Yücelen, 2022). Identifying and resolving these issues is essential for improving the quality of tourism education. Based on this, the research aims to assess the views of teaching staff on professional foreign language courses, the contribution of these courses to professional competence, and the challenges encountered.

Since tourism is a strategic sector for economic development, cultural interaction, and social progress, infrastructure investments and qualified human resources are always entailed; therefore, foreign language skills are essential for tourism professionals, as tourism is carried out in multilingual and multicultural contexts. Besides, vocational foreign language courses offered at tourism faculties hold a crucial role in developing students’ competences. However, existing practices often raise questions about the relevance of course content, teaching methods, and instructional materials. Hence, the systematic evaluation of professional foreign language education provided in tourism faculties, the identification of existing shortcomings, and the alignment of this education with the expectations of the sector are of great importance from both an academic and a

sectoral perspective. Such an evaluation process will, on the one hand, contribute to the academic literature in the field of foreign language education and, on the other hand, form the basis for the development of policies and practices aimed at training the qualified workforce needed by the tourism sector.

In line with the objectives of the current study, the following research questions have been formulated and highlighted throughout the study. First, how do instructors evaluate the content of vocational foreign language courses, and in what ways do these courses contribute to the development of students' competences? Second, what are the main challenges encountered in vocational foreign language teaching, and how do activity-based teaching methods and instructional materials influence student achievement and motivation? These questions aim to provide a comprehensive understanding of both the instructional practices and their outcomes in vocational foreign language education.

2. LITERATURE REVIEW

2.1. Basic Elements of Professional Foreign Language Teaching

Although foreign language teaching is generally defined as a process aimed at enabling individuals to communicate effectively in different linguistic and cultural contexts, professional foreign language teaching comes up with more specific objectives and methods. Ainutdinova (2011) argues that foreign language learning operates within a structured system; therefore, intercultural communication and scientific knowledge in foreign language teaching should be closely interconnected. Language teaching conducted in a professional context aims not only to impart linguistic proficiency but also functional proficiency; in this process, the acquisition of terminology, communication styles, and cultural codes specific to the relevant professional field emerges as a fundamental objective (Panicheva and Panicheva, 2020). In this context, considering the Turkish Language Association's (TLA, 2022) definition of "a profession that aims to provide services to people and earn income in return, based on systematic knowledge and skills acquired through specific education," professional foreign language teaching focuses on developing learners' ability to use a specialized subset of language, which encompasses discipline-specific terminology, communicative strategies, and contextualized discourse practices, in order to achieve effective and meaningful interaction within professional domains.

Also, current empirical studies pinpoint this multidimensional nature of professional foreign language teaching as central to students' employability and communicative competence, and in English for Specific Purposes (ESP) contexts, effective instruction is expected to align course content with the communicative demands of real workplace settings through profession-specific discourse and authentic tasks (Dudley-Evans and St John, 1998; Hyland, 2014). The Encyclopaedic Dictionary of Applied Linguistics (Johnson and Johnson, 1998) offers a clear definition of ESP, stating that it "*describes language programs designed for groups of individuals who are learning with an identifiable purpose and clearly specifiable needs*" (p. 105). This definition pinpoints that the integration of an ESP program is the outcome of an intervention in a specific setting where language is required to accomplish a goal (such as working or studying), and in order to evaluate (modify, strengthen, or eliminate) a language program or backbone a newly proposed syllabus, this intervention requires analysing people's contextual demands (Al-Tarawneh, 2019). In other words, the teaching methodology and materials being employed in foreign language education classes in various departments at the faculty of tourism should be well-defined, established and processed; however, sometimes it is possible to come up with some impediments, and thus, the gap between course design and professional language demands, particularly in terms of professional interaction and vocabulary use, while teaching a foreign language should be diminished (Ünlü and Qureshi, 2021). Besides, due to multidimensional process of foreign language teaching, various patterns such as linguistic, pragmatic, intercultural, and occupational competencies should be associated with learners' employability and professional communicative competence (Basturkmen, 2015). Thanks to basic

elements of Professional foreign language teaching, learners are able to find out the real language of the contexts where learners produce and understand English (Davies, 2007; Kachru, 2005; Oktay, 2010; Prodromou, 2006; Richards, 2001). In tourism departments, employing the most functional technique or approach is rather crucial for learners.

Regardless of the rationale, a planned and systematic language teaching process must be grounded in certain theoretical principles. These principles, often conceptualized in the literature under the term “approach,” serve as fundamental building blocks in the historical development of foreign language instruction and remain valid today (Richards and Rodgers, 2014); hence, while teaching a foreign language the selection of teaching methods, instructional techniques, and classroom practices are vital, and it is stated that communicative competence should be well-highlighted within the use of language in communication freely in order to convey and exchange ideas in a variety of contexts while interacting with other participants, applying the system of speech norms, and employing proper materials for an authentic communication situation (Bezkorovaina, 2011). In professional language teaching contexts (e.g. English), these approaches gain additional significance, as professional language constitutes a specialized communication domain, distinguished from general language by its use of field-specific concepts, technical terminology, and unique syntactic and morphological structures (Delibaş, 2025). In this context, structuring professional foreign language courses, particularly those offered within the scope of tourism education, in terms of content and methodology in line with the dynamics of the sector emerges as a critical requirement for training individuals with high communication skills. These definitions more clearly reveal the fundamental characteristics and objectives of professional foreign language teaching that distinguish it from general language teaching.

Loeckinger (2022) emphasises that professional foreign language learning is not limited to memorising technical terms but also requires teaching how and for what purpose the language is used in the relevant professional context. Therefore, professional language education should include not only reading, writing and speaking skills, but also authentic forms of interaction arising in professional environments. While teaching foreign language, the four skills are also highly entailed, and this is particularly important in preparing individuals who will work in applied fields for the sector (Rivers, 2024). When examined in this context, practical applications are as significant as theoretical knowledge in professional foreign language education. Within this framework, it is significant to determine which teaching methods should be preferred to increase the effectiveness of vocational foreign language education, as methods and approaches that make language functional and meaningful in a professional context may contribute to activity-based language teaching. Hence, tasks are also crucial since recent studies emphasise that task-based and scenario-driven instructional designs let learners transfer classroom-based language knowledge more effectively to real professional settings, particularly in service-oriented sectors such as tourism (Jaleniauskiene, 2021). Besides, integrating authentic communicative tasks into vocational language classes are rather efficient in boosting learners’ motivation and professional self-efficacy thanks to active participation and contextualised language use (Sun, 2022).

2.2. Action-Oriented Approach and Activity-Based Teaching

The “action-oriented approach” (*Handlungsorientierter Ansatz*), which has come to the fore in language teaching in recent years, has become a widely accepted method, especially in professional foreign language education (Council of Europe, 2018). This approach aims to use language not only as theoretical knowledge but also as an effective means of communication in everyday life and work environments. Within the framework of the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR) developed in line with it, the individual's ability to use language as a social actor is at the forefront (Council of Europe, 2001). Piccardo (2020) emphasises that this approach involves learners in an active learning process, supports lifelong learning skills, and develops a sense of individual responsibility. According to Navarrete and Bolaños García-Escribano (2022), this method has a positive impact on the attitudes of language learners through the

simulation of real-life situations in classroom tasks. These approaches emphasise the active role of the student and the importance of real-life scenarios in language teaching, making the learning process more meaningful. In this respect, it is possible to claim that the action-oriented approach shares common theoretical ground with task-based language teaching, as both prioritise meaning-focused interaction and the completion of real-world tasks over isolated language forms (Ellis, 2022). Research further may suggest that such approaches are particularly effective in vocational and professional contexts, where learners are expected to perform goal-oriented communicative tasks similar to those encountered in actual workplace settings (Lambert, 2023). Thus, many language teaching based studies being conducted at the faculties of tourism may employ these approaches.

Activity-based teaching is considered a continuation of the action-oriented approach and ensures more effective participation of students in the learning process (Mongar et al., 2023). Batdı (2014) emphasizes that activity-based teaching methods significantly enhance the academic success of university students by fostering their problem-solving, creativity, and critical thinking skills, particularly when the instructional content is designed to align with their interests and motivations. It is also claimed that activity-based language teaching boost foreign language capacity of learners by prioritizing learning through meaningful, goal-oriented tasks and letting teacher act as a facilitator in designing interactive settings where language forms are learnt through the need for communication rather than through explicit, front-loaded instruction, such as roleplays, information-gap exercises, and project-based work (Shafique et al., 2025). Kumaravadivelu (2006) promoted context-sensitive pedagogical techniques in which the teacher assumes a mediating role, facilitating student-generated learning rather than transmitting predetermined knowledge. Authentic materials and application-based tasks used in professional foreign language education contribute to the development of not only students' linguistic proficiency but also their field-specific professional skills (Hudiananingsih et al., 2024). These findings show that activity-based teaching has a positive effect on learning outcomes in professional foreign language education.

2.3. Significance of Professional Foreign Language in the Tourism Sector and the Situation in Türkiye

Professional foreign language proficiency in the tourism sector plays a critical role in both individual career development and the quality of services provided. Akgöz and Gürsoy (2014) emphasise that educational institutions need to develop curricula that can respond to the dynamic and changing needs of the sector to ensure professional foreign language proficiency in tourism. Similarly, Davras and Bulgan (2012) note that the employment rate of personnel with foreign language skills in the sector has increased. On the other hand, individuals working in international tourism are expected to not only have foreign language skills but also the ability to communicate effectively across cultures. Thus, intercultural communicative competence obtained via foreign language education is vital as employees regularly interact with visitors from diverse linguistic and cultural backgrounds (Jackson, 2019). Additionally, some empirical research shows that tourism students who receive interculturally orientated language training exhibit higher levels of customer satisfaction and service quality in professional settings because such training improves their capacity to manage cross-cultural interactions, interpret cultural cues, and appropriately respond to the expectations of foreign visitors (Deardorff and Jones, 2023). Furthermore, in the tourism sector, where service quality is highly dependent on effective interaction with international visitors, professional foreign language competence holds a crucial role in ensuring competitiveness and sustainability; therefore, integrating intercultural dimensions into vocational foreign language curricula is particularly significant for aligning tourism education in Türkiye with the globalised and multicultural structure of the tourism industry, as it is believed that it enhances students' communicative effectiveness, cultural awareness, and employability in international tourism settings (Ho, 2020; Yoo et al., 2025). This situation shows that cultural awareness, as well as language skills, is a decisive factor in professional success. Therefore, it is important that curricula in tourism education are designed in a way that is sensitive to the needs of the sector and that intercultural communication skills are developed.

Studies conducted in Türkiye reveal that vocational foreign language education has not yet reached the desired level. Ertürk (2025) states that students' expectations from foreign language courses are largely unmet. Similarly, İgrek (2020) and Akın (2010) state that the teaching materials used are not up to date and are not sufficiently related to the relevant sector. Özcanlı and İzci (2023) argue that the roles of English teachers in foreign language instruction can have both positive and negative impacts, and they note that if English courses are predominantly teacher-centred, this may negatively affect students' motivation, as learners are expected to be active participants and utilize current technologies in the learning process. Also, a study conducted with tourist guiding students at Balıkesir University highlights the critical role of foreign language education, particularly English, in tourism-related professions in Türkiye, and the findings reveal that while students hold generally positive attitudes toward vocational education, they strongly emphasize the need for more practice-oriented training, diversified course content, and higher-quality foreign language instruction to meet professional and sectoral expectations (Şahin and Erdem, 2021). Furthermore, a large-scale study conducted with 384 actively working tourist guides registered with 13 Chambers of Tourist Guides in Türkiye reveals that foreign language education is generally perceived as insufficient across universities and regions, and while theoretical foreign language instruction is considered relatively adequate during the certification phase, the findings highlight a significant deficiency in practical language training after entering the profession, underscoring the need for region-specific, needs-based foreign language education in tourism guiding programs (Cansu and Tanrısever, 2020). Another study reveals that tourism education in Türkiye, despite its vocational focus, often falls short in addressing the practical and sector-specific needs of the industry, and the findings underline the necessity of revising curricula through collaborative and needs-based approaches involving students, educators, industry representatives, and relevant public institutions (Üzümcü and Alyakut, 2017). However, Hutchinson and Waters (1987) emphasise that specialised foreign language teaching (ESP) should be tailored to students' interests and needs, and that course content should be flexibly planned according to these needs to support the learning process. These studies indicate that approaches focusing on student needs and using up-to-date materials should be adopted to improve professional foreign language education in tourism faculties in Türkiye.

In sum, a review of the literature reveals that professional foreign language teaching is not only aimed at imparting technical terminology related to the field but is also a multidimensional process that aims to equip individuals with communicative competence and intercultural interaction skills. Also, the gap between the actual communicative demands of the tourism labour market and the design of present vocational foreign language courses is highlighted by recent research, indicating the necessity for more adaptable and context-based curriculum. Thus, teaching of professional foreign language courses conducted in tourism faculties is significant in terms of analysing the effectiveness of current teaching practices and meeting academic and practical needs for the development of more functional, goal-oriented teaching strategies.

3. METHODOLOGY

3.1. Research Purpose and Model

The current study aims to examine in depth the current state of vocational foreign language courses from the perspective of faculty members at Batman University, their impact on students' professional competence, and the challenges encountered in the teaching process. Regarding the main purpose of the research, the study seeks to reveal instructors' experiences, perceptions, and evaluations regarding course content, teaching practices, and institutional constraints within a specific educational context.

The research adopts a qualitative approach, combining phenomenology, which seeks to explore the lived experiences and perceptions of faculty members, with a case study design. The case study approach also allows for an in-depth investigation of vocational foreign language courses within their real-life context, providing rich, contextualized insights into the pedagogical practices,

institutional factors, and challenges specific to Batman University. The research, prepared in a qualitative design, is based on an interpretive epistemology (Cohen et al., 2002), since it aims to understand how participants construct meaning based on their subjective experiences rather than to generalise findings statistically. While the perceptions and perspectives of faculty members regarding professional foreign language education, shaped within their own teaching contexts, are examined using a phenomenological approach (Creswell and Poth, 2016), the specific situation at Batman University (professional foreign language education at Faculty of Tourism), where individual experiences take place, is comprehensively addressed through a case study design (Yin, 2018). Semi-structured interviews (Patton, 2015) are used in the data collection process to enable teaching staff to convey their experiences in a rich and in-depth manner. This method was preferred because it allows both comparability across participants and flexibility to explore emerging issues during the interviews. The qualitative data obtained are carefully analysed using content analysis (Braun and Clarke, 2006) to reveal common patterns and fundamental meanings in the experiences. In this context, the aim is to examine the views of teaching staff on professional foreign language education within a clearly defined institutional and regional framework.

To ensure the validity and reliability of the current study, member checking was conducted, allowing participants to review and confirm the accuracy of the data collected (Birt et al., 2016), and this process helped to minimize researcher bias and enhance the credibility of the qualitative findings by ensuring that the interpretations accurately reflected participants' intended meanings. Hence, dependability was strengthened through the assessment of inter-coder reliability, ensuring consistency in the coding process. The coding process was independently conducted by two researchers, and consensus was reached through discussion in cases of disagreement. Also, detailed field notes were conducted throughout the research to enhance both the transparency and methodological rigor of the study. These measures collectively contribute to the overall validity and reliability of the findings.

3.2. Participants

Table 1. Demographic Information about Participants

Variable	Feature	Frequency	%
Gender	Female	4	57,12
	Male	3	42,84
Age	26-30	2	28,57
	31-65	5	71,43
Experience	1-5 years	1	14,28
	6 years and over	6	85,72

The population of the study consisted of instructors teaching vocational foreign language courses at the Faculty of Tourism, Batman University. The sample was determined using purposive sampling, as participants were selected based on their direct involvement in teaching vocational foreign language courses and their professional experience (Campbell, 2020). A total of seven instructors participated in the study, all holding the academic title of Lecturer. Female instructors constituted the majority, with four out of seven participants, while three were male. The age range of the participants varied between 26 and 65, with approximately two-thirds being over the age of 31. Most of the participants' professional experience is more than 10 years, demonstrating a diverse level of expertise in vocational foreign language education. This variation in age and experience allowed the study to capture multiple perspectives shaped by different professional backgrounds.

Including the participants' years of experience addresses prior limitations in reporting their professional backgrounds, thereby providing a more comprehensive understanding of the sample and contextualizing their perspectives on course content, teaching methods, and student competences.

3.3. Data Collection Tools

Semi-structured interviews were used as the primary data collection tool in the study. Within this framework, flexibility was provided with pre-determined main questions, allowing participants to convey their experiences in depth (Glesne, 2016). The interviews were conducted face-to-face, each lasting approximately 30–45 minutes, and were audio-recorded with participants' consent to ensure data accuracy. Additionally, the questions used in the semi-structured interviews were developed based on the objectives of the study and relevant studies in the literature (Çimen, 2024; Özer and Yılmaz, 2017; Suroğlu Sofu and Demirkol, 2024). In accordance with qualitative research principles, the interview questions included different types such as introductory questions, follow-up questions, probing questions, and elaboration questions to obtain rich and detailed data (Roberts, 2020).

The questions used in the semi-structured interviews are as follows:

Table 2. Questions used in the research

<i>Question</i>	<i>Reference</i>
What are the main challenges you encounter in teaching foreign languages, and what strategies do you use to overcome these difficulties?	Çimen, 2024
How would you evaluate the current content of the Vocational Foreign Language Courses at the Faculty of Tourism? Could you share your detailed opinions on the organisation or development of this content?	Özer and Yılmaz, 2017
In your opinion, which topics should be included in the Tourism Faculty's Vocational Foreign Language textbooks to contribute more to students' professional development? Could you share your detailed views on these topics?	Özer and Yılmaz, 2017
How do activity-based language teaching methods and the use of various materials in vocational foreign language courses affect student achievement and motivation? Could you share your experiences and observations on this topic?	Suroğlu Sofu and Demirkol, 2024

3.4. Data Analysis

The data obtained in the study were analysed using content analysis to understand the experiences and opinions of teaching staff regarding professional foreign language education (Braun and Clarke, 2006; Yıldırım and Şimşek, 2021). Data analysis was conducted following the four stages proposed by Yıldırım and Şimşek (2021): data coding, theme identification, organisation of codes and themes, and identification and interpretation of findings. First, the interview transcripts were coded into meaningful segments, and then similar codes were grouped together to form themes. The codes and themes obtained were organised to enable a thorough description of the data, and finally, the findings were interpreted. Throughout the analysis process, an iterative approach was adopted, allowing themes to be refined as new insights emerged from the data. To ensure the consistency of the codes and themes developed, discussions were held with experienced researchers in this field, which contributed to the credibility and trustworthiness of the analytical process.

4. FINDINGS

This section of the study presents the opinions of the participants in the survey, and the qualitative findings obtained about the participants have been coded and organised according to themes, categories and subcategories. The themes created based on the findings obtained in line with the purpose of the research are as follows:

- Main difficulties encountered in language teaching,
- Issues related to the organisation of the content of professional foreign language courses,
- Topics that should be included in foreign language textbooks,
- The impact of activity-based teaching and materials on student success.

The categories and subcategories determined in line with these themes were created based on the participants' responses to the questions and are presented in the tables below.

The responses provided by participants who took part in the survey to the first question of the interview form titled “*Main challenges encountered in language teaching*” which was “*What are the main challenges you encounter in teaching foreign languages, and what strategies do you use to overcome these difficulties?*” were analysed and presented in Table 3.

Table 3. Challenges in language teaching and proposed solutions

Theme	Category	Sub-Category	Coding Frequency
<i>Challenges Encountered</i>	Key factors	Physical	4
		Hardware	7
		Lack of Content	5
		Prejudice	2
		Lack of Motivation	4
		Individual Differences	3
<i>Proposed Solutions</i>	Content- and Individual-Oriented	Simplification of Content	
		Identification of Individuals' Strengths and Weaknesses	3
		Identification of Areas of Interest	3
		Use of Different Methods and Techniques	6
		Use of Technology	5
		Group Work	5

When the data in Table 3 is examined, participants indicated that the main challenges encountered in language teaching were physical inadequacies, hardware inadequacies, prejudices, lack of motivation, content inadequacies, and individual differences. The participants suggested the following solutions to the main difficulties encountered in language teaching: improving and simplifying the content, identifying areas of interest, using different methods and techniques, using technology, knowing the strengths and weaknesses of individuals, and group work.

Some of the participants' answers to the first question of the survey are given below:

P1. *"The inadequacy of the physical equipment in classrooms causes various difficulties in foreign language teaching"* (Female, Age: 32).

P2. *"The low level of motivation of students to learn languages"* (Female, Age: 27).

P5. *"I try to use current content or activities/materials tailored to students' interests (especially their field of study) to increase motivation."* (Male, Age: 40).

P7. *"I organise conversation activities on topics that interest them in their field."* (Male, Age: 38).

When participants' perceptions were examined, it is found that the main challenges they encountered in language teaching were physical and hardware inadequacies, prejudices, lack of motivation, content issues, and individual differences. They offered various solutions to these problems, such as content adjustments, approaches tailored to areas of interest, use of technology, and group work.

Considering the participants' responses to the question *"How would you evaluate the current content of the Professional Foreign Language Courses at the Faculty of Tourism?"* in the interview form, the theme of structuring the content of Professional Foreign Language courses was identified, and the categories of applications and online tools were determined, with subcategories related to these categories. The theme, categories, subcategories, and coding frequencies are presented in Table 4 below:

Table 4. Enhancement Of Vocational Foreign Language Course Content

Theme	Category	Sub-Category	Coding Frequency
<i>Organising the content of vocational foreign language courses</i>	<i>Learning-Oriented Arrangements</i>	Skill-Based Activities	4
		Integration	2
		Reinforcement	3
		Practicality	6
		Organization of Learning Environments	4
		Cooperation with Relevant Institutions	2
		Cultural and Artistic Activities	1

Table 4 shows that participants responded to the category of Learning-Oriented Arrangements under the theme of Organising the content of vocational foreign language courses.

These categories and subcategories are listed below: under the category of Learning-Oriented Arrangements, they used expressions related to skill-based activities, integration reinforcement, practicality, cooperation with institutions regarding the organisation of learning environments, and cultural and artistic activities.

The participants' views on issues related to the organisation of the content of professional foreign language courses are as follows:

P1. *"What I have observed regarding the content of English as professional foreign language courses is that there is very little skill-based content"* (Female, Age: 32).

P6. *“Due to the dynamic and practical nature of the tourism sector, I believe that courses should be more application-oriented, sector-focused, and communication-based” (Male, Age: 40).*

P7. *“A curriculum appropriate to the students’ levels should be prepared” (Male, Age: 38).*

Regarding the participants’ view, they stated that they held a focus on learning-oriented arrangements in the organising of vocational foreign language course content. In this context, they emphasised skill-based activities, integration and reinforcement, practical applications, the organisation of learning environments, and cultural and artistic activities in collaboration with institutions.

In order to reveal the participants’ views regarding the assessments of vocational foreign language courses offered in Tourism Faculties, the themes, categories, and subcategories formed according to their answers to the question, *“In your opinion, which topics should be included in the Tourism Faculty’s Vocational Foreign Language textbooks to contribute more to students’ professional development?”* are presented in Table 5 below.

Table 5. Vocational foreign language textbooks, topics and headings

Theme	Category	Sub-Category	Coding Frequency
Vocational Foreign Language Textbooks	Topics	Etiquette	1
		Sustainability	4
		Digitalisation	5
		Gastronomic Tourism	2
		Historical Cultural Elements	2
		Reservations	1
		Emergency Dialogues	1
		Ceremonies	1

Table 5 shows that a theme, a category, and six subcategories have been determined for subject suggestions for vocational foreign language textbooks. These categories and subcategories are listed below. The suggested subject headings include etiquette, sustainability, digitalisation, gastronomic tourism, reservations, emergency dialogues, ceremonies, and historical and cultural elements.

Participants’ opinions on issues related to the organisation of the content of professional foreign language courses are as follows:

P3. *“The main topics I consider important are etiquette, sustainability in tourism, artificial intelligence technologies and the tourism sector, the globalisation of tourism and, at the same time, glocalisation. These topics should be included in textbooks.” (Female, Age: 27).*

P5. *“Filming local engagement and wedding ceremonies and translating them into foreign languages, as well as comparing them with wedding ceremonies in different cultures, would be interesting and educational.” (Male, Age: 65).*

P6. *“For Tourism Guiding students, the content should include topics such as the ability to describe historical and cultural elements in English, communication with tourists, emergency dialogues, and preparing itineraries.” (Male, Age: 40).*

In line with the participants' views, it may be claimed that an interdisciplinary approach has been adopted through themes, categories and subcategories structured around the content of Vocational Foreign Language textbooks. In this context, it is foreseen that the proposed topics are current and supportive of professional competencies, such as social interaction, sustainable development, digital transformation and cultural awareness.

In order to reveal the participants' views regarding the evaluations of professional foreign language courses offered at tourism faculties, the themes, categories, and subcategories formed according to their answers to the question "How do activity-based language teaching methods and the use of various materials in vocational foreign language courses affect student achievement and motivation?" are presented in Table 6 below.

Table 6. Use of methods and materials in activity-based language teaching

Theme	Category	Sub-Category	Coding Frequency
Activity-Based Teaching	Effects on Foreign Language Learning	Boosts motivation	7
		Permanent learning	4
		Active participation	6
		Improves speaking skills	7
		Provides a democratic environment	2
		Fosters a sense of belonging	1
		Increases success	7

Table 6 shows the themes, categories, and subcategories identified for subject suggestions for vocational foreign language textbooks. These categories and subcategories are listed below. Participants used expressions such as The Effects of Activity-Based Teaching on Foreign Language Learning: Increases Motivation, Promotes Lasting Learning, Encourages Active Participation, Develops Speaking Skills, Provides a Democratic Environment, Fosters a Sense of Belonging, and Increases Success.

The participants' views on activity-based teaching and appropriate materials and their impact on professional foreign language success are as follows:

P1. "I believe that activities both increase student motivation and enhance the permanence of learning." (Female, Age: 32).

P5. "A democratic and reliable classroom environment is created. Students develop a sense of belonging and show a more positive attitude towards the language." (Male, Age: 65)

P6. "The activity-based teaching approach will significantly increase student success, especially in professional foreign language courses. In a communication-focused and application-based field such as tourism, it is clear that language must be learned not only through theoretical knowledge but also through active use." (Male, Age: 40)

P7. "I can say that student success has also increased in the courses." (Male, Age: 38).

Considering the overall views of the participants, they emphasised the contributions of activity-based teaching to foreign language learning in professional foreign language textbooks. In

this context, it is believed that activity-based teaching will have positive effects such as increasing motivation, ensuring lasting learning, encouraging students to actively participate in the process, developing speaking skills, providing a democratic learning environment, instilling a sense of belonging, and improving academic achievement.

5. CONCLUSION AND DISCUSSION

The present study attempts to explore the perceptions of instructors teaching English at the Faculty of Tourism at Batman University regarding vocational foreign language courses, with a particular focus on course content, instructional strategies, the challenges encountered, and their overall contributions to students' professional competencies. Thus, a case study was conducted, and the findings suggest that while vocational foreign language courses are perceived to support students' sectoral readiness and communication skills, the current curriculum is not fully aligned with the dynamic and practice-oriented needs of the tourism industry.

Participants emphasized that course content often lacks sufficient focus on real-life application and intercultural interaction, highlighting the necessity for a shift towards communication-centered and sector-specific content. These findings are also consistent with the literature, which underscores students' primary expectations from vocational English courses, particularly in terms of learning objectives, content, pedagogy, and assessment components since Özer (2019) notes that students generally exhibit positive motivation and attitudes toward these courses, though some moderate levels of anxiety persist. Besides, the results revealed that the challenges such as insufficient physical infrastructure, outdated content, individual learning differences, and student demotivation reflect systemic issues in the delivery of language instruction at the faculty of Tourism, and it was found that participants reported various adaptive strategies, including the use of digital tools, content simplification, group work, and interest-based activities; hence, it is possible to claim that these terms align with the activity-based teaching model, which has been shown to promote student motivation, engagement, and speaking proficiency (Navarrete and Bolaños García-Escribano, 2022). It may be better to design a model including these aspects. Besides, meta-analytic evidence pinpoints that student-centered methods and techniques in English as foreign language teaching positively impact students' academic achievement, with variations observed based on publication type and educational level but not by school type (İlhan and Kayabaşı, 2014). Furthermore, it has been pinpointed that one of the central contributions of this study lies in emphasizing the value of an action-oriented, activity-based approach in vocational foreign language instruction; therefore, almost all of the participant instructors indicated that such methods significantly boost student success and foster meaningful language use through authentic, contextually rich scenarios, particularly vital in a service-driven, multicultural industry like tourism. These findings support Piccardo's (2020) argument that learner engagement through real-world tasks cultivates both linguistic competence and lifelong learning skills.

In addition, the results suggest the need to integrate intercultural competence more explicitly into vocational language curricula. Intercultural communicative competence (ICC) refers to the ability to communicate effectively and appropriately with individuals from diverse cultural backgrounds (Messner and Schäfer, 2012). In this sense, ICC is closely linked to the process of acculturation, which involves learning, adapting to, and internalising the norms, values, and communicative practices of a new cultural environment (Barker, 2016). From the perspective of tourism-oriented foreign language teaching, ICC extends beyond linguistic accuracy to include the ability to interpret cultural cues, manage intercultural encounters, and respond appropriately to the expectations of international tourists. In this context, Ihtiyar and Ahmad (2015) conceptualise competence as a multidimensional capacity encompassing positive thinking, recognition and acceptance of cultural differences, internalisation of diverse cultural contexts, and the development of effective communication with people from different cultures. As Tomić and Čolić (2019) emphasize that intercultural competence is essential for tourism professionals who are expected to navigate diverse cultural interactions, and participants' proposals for incorporating themes such as

sustainability, digital transformation, gastronomic tourism, and local traditions into textbooks reflect a growing recognition of both global and local trends in tourism education. What else, although the present study generally focused on the instructors' perspectives, the literature reveals that there may be notable discrepancies between student and teacher perceptions regarding communicative competence and 21st-century skills (Akbari, 2018). Also, in the tourism industry, professional language proficiency is especially significant since it promotes cross-cultural interactions and international ties, and given the tourism industry's tremendous expansion and significance, having a strong command of the English language has become essential for anyone hoping to excel in this field (Apelt et al., 2023). These dimensions highlight the central role of interculturally informed language instruction in preparing tourism students for authentic professional interactions and enhancing service quality in multicultural tourism settings. Addressing this gap requires more inclusive curriculum development processes that align both pedagogical intentions and learner needs.

Though the current study holds a great deal of valuable insights, it has several limitations. First, it is limited to the context of a single institution, namely Batman University, which constrains the generalizability of the findings. Second, the data were based on exclusively instructors' views, omitting the student perspective. As a result, it is possible to claim that the findings represent a one-sided interpretation of course effectiveness and instructional challenges. Therefore, it is suggested that further studies should aim to include students' perspectives to capture a more comprehensive understanding of vocational foreign language instruction. Also, a mixed-method research design involving both instructors and students may yield a more balanced view of curriculum effectiveness in terms of language teaching as it includes comparative studies across different universities and regional contexts based on institutional variations in course delivery and pedagogical outcomes. Finally, the further studies may include the integration of intercultural communication modules, crisis communication scenarios, and emerging themes like AI and digitalization within vocational English curricula.

References

- Ainutdinova, I. N. (2011). Innovative technologies in foreign language teaching in higher education: integration of professional and foreign language training of a competitive specialist (foreign and Russian experience). Desktop book of a teacher-innovator. Kazan, Russia: Kazan University Press.
- Akbari, S. I. (2018). Tourism vocational high school students' and teachers' perception of foreign languages in communicative competencies and the 21st century skills in Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 8(3), 277-288.
- Al-Tarawneh, M. Q. (2019). *A needs-based evaluation of the English language program offered to tourism and archaeology students in a university context in Jordan* (Doctoral dissertation, Eastern Mediterranean University). Eastern Mediterranean University Institutional Repository. <https://i-rep.emu.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/11129/5964/Al-tarawnehmohammad.pdf>
- Akgöz, E. and Gürsoy, G. (2014). Turizm eğitiminde yabancı dil öğrenme, istek ve kararlılıkları: Selçuk Üniversitesi Beyşehir örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(1), 21-35.
- Akın, G. (2010). Andragojik İlkelere Göre Geliştirilmiş Problem Temelli Mesleki İngilizce Eğitimi Programının Etkililiği (Yayımlanmamış doktora tezi). Ankara Üniversitesi.
- Apelt, H., Zhumbei, M., Pozdniakov, O., Poznansky, R. and Savchuk, N. (2023). The role of intercultural communicative competence formation in teaching foreign languages to students of hospitality and tourism specialties. *Conhecimento & Diversidade*, 15(36), 570-586.
- Balcı, U. and Metin, F. (2019). Turizm lisans öğrencilerine yönelik hazırlanan yabancı dil İngilizce ders kitaplarının hedef kitle açısından uygunluk analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, (47), 57-76.
- Barker, G. G. (2016). Cross-cultural perspectives on intercultural communication competence. *Journal of Intercultural Communication Research*, 45(1), 13-30. <https://doi.org/10.1080/17475759.2015.1104376>

- Basturkmen, H. (2015). Developing courses in English for specific purposes. Springer.
- Batdı, V. (2014). Etkinlik temelli öğretimin öğrencilerin akademik başarıları, tutumları ve üst düzey düşünme becerileri üzerindeki etkisi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 1-14.
- Bezkorovaina, O. V. (2012). Actual aspects of communicative competence of university students. *Scientific notes. Series: Philological*, 25, 142-145.
- Birt, L., Scott, S., Cavers, D., Campbell, C. and Walter, F. (2016). Member checking: a tool to enhance trustworthiness or merely a nod to validation?. *Qualitative health research*, 26(13), 1802-1811.
- Bulut Yücelen, M. (2022). The effect of learned helplessness levels on the academic achievement of tourism faculty students in learning English: The case of Nevşehir Hacı Bektaş Veli University (Master's thesis, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University). Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Electronic Thesis Repository. <https://acikerisim.nevsehir.edu.tr/handle/20.500.11787/7885>.
- Braun, V. and Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Campbell, S., Greenwood, M., Prior, S., Shearer, T., Walkem, K., Young, S. and Walker, K. (2020). Purposive sampling: complex or simple? Research case examples. *Journal of research in Nursing*, 25(8), 652-661.
- Cansu, E. and Tanrıseven, C. (2020). Turist rehberlerinin yabancı dil eğitimleri üzerine bir araştırma: A study on foreign language trainings of tourist guides. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 9(1), 26-44.
- Cohen, L., Manion, L. and Morrison, K. (2002). *Research methods in education*. Routledge.
- Council of Europe. (2001). *Common European framework of reference for languages: Learning, teaching, assessment*. Cambridge University Press. <https://rm.coe.int/1680459f97>
- Council of Europe. (2018). *Common European framework of reference for languages: Learning, teaching, assessment: Companion volume with new descriptors*. Council of Europe. <https://www.coe.int/en/web/common-european-framework-reference-languages>
- Creswell, J. W. and Poth, C. N. (2016). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Çimen, B. A. (2024). Türkiye’de yabancı dil eğitiminde karşılaşılan güçlükler ve yüksek öğretimde çalışan eğitimcilerin bakış açısından muhtemel çözümler. *International Journal of Language Academy*, 5(19), 213-228.
- Davies, A. (2007). *An introduction to applied linguistics: From theory to practice* (2nd ed.). Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Davras, G. M. and Bulgan, G. (2012). Meslek yüksekokulu MYO öğrencilerinin İngilizce hazırlık eğitimine yönelik tutumları: Isparta MYO turizm ve otel işletmeciliği örneği. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 13(2), 227-238.
- Deardorff, D. K. and Jones, E. (2023). Intercultural competence as a core focus in international higher education. In *The handbook of international higher education* (pp. 223-241). Routledge.
- Delibaş, M. (2025). Türkçenin yabancı dil olarak öğretiminde kullanılan yaklaşım ve yöntemler. *Disiplinlerarası Dil ve Kültür Çalışmaları*, 3(1), 97-114.
- Demirdağ, Ş. A. (2022). Sürdürülebilir turizm kapsamında ingilizce eğitiminin yeri ve önemi: Eleştirel bir yaklaşım. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 251-262.
- Dudley-Evans, T. and St John, M. J. (1998). *Developments in English for specific purposes*. Cambridge university press.
- Ellis, R. (2022). Task-based language teaching: Early days, now and into the future. In *Task-based language teaching and assessment: Contemporary reflections from across the world* (pp. 39-61). Singapore: Springer Nature Singapore.
- Emir, O. (2022). Türkiye turizminin sistem dinamikleri yaklaşımı bağlamında değerlendirilmesi ve geleceğe yönelik öneriler (Vol. 1557). Detay Yayıncılık.
- Ertürk, M. (2025). Ortaöğretim kurumlarında yoğunlaştırılmış turizm eğitimi alan öğrencilerin işletmelerde beceri eğitime yönelik beklenti ve algıları. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 13(2), 1253-1274.

- Glesne, C. (2016). *Becoming qualitative researchers: An introduction*. Pearson. One Lake Street, Upper Saddle River, New Jersey 07458.
- Ho, Y. Y. C. (2020). Communicative language teaching and English as a foreign language undergraduates' communicative competence in Tourism English. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 27, 100271.
- Hudiananingsih, P. D., Mandia, I. N., Sukra, I. N., Dewi, D. A. I. C. and Laksana, I. P. Y. (2024, December). Developing Desktop-Based English for Accounting Teaching Materials to Support Computer-Assisted Language Learning (CALL). In *Proceedings of the International Conference on Sustainable Green Tourism Applied Science-Social Applied Science 2024 (ICoSTAS-SAS 2024)* (Vol. 308, p. 417). Springer Nature.
- Hutchinson, T. and Waters, A. (1987). *English for specific purposes: A learning-centred approach*. Cambridge University Press.
- Hyland, K. (2014). English for academic purposes. In *The Routledge companion to English studies* (pp. 392-404). Routledge.
- Igrek, M. (2020). *Books as cultural diplomacy: A case study of the British Foreign Office's Information Research Department (IRD), 1948-1956* (Doctoral dissertation, Goldsmiths, University of London). Goldsmiths Research Online. <https://doi.org/10.25602/GOLD.00030133>.
- Ihtiyar, A., and Ahmad, F. S. (2015). The impact of intercultural communication competence on service quality and customer satisfaction. *Services Marketing Quarterly*, 36(2), 136-152. <https://doi.org/10.1080/15332969.2015.1014238>
- İlhan, E. and Kayabaşı, Y. (2014). Yükseköğretim düzeyindeki özel amaçlı İngilizce derslerinde içerik tabanlı yabancı dil öğretim yaklaşımının öğrencilerin akademik başarılarına etkisi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 12(1), 35-55.
- Jackson, J. (2019). *Introducing language and intercultural communication*. Routledge.
- Jaleniauskiene, E. (2021). Shifting towards the action-oriented approach in Higher Education: language learners' perceptions. *Language Learning in Higher Education*, 11(2), 375-394.
- Johnson, K. and Johnson, H. (Eds.). (1998). *Encyclopedic dictionary of applied linguistics: A handbook for language teaching*. Oxford: Blackwell.
- Kachru, Y. (2005). Teaching and learning of world Englishes. In E. Hinkel (Ed.), *Handbook of research in second language teaching and learning* (pp. 155- 173). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Kavaklı, E. and Karakaş, A. (2022). Turizmin bölgesel kalkınmaya etkisi üzerine bir inceleme. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(25), 37-50.
- Kumaravadivelu, B. (2006). *Understanding language teaching: From method to postmethod*. Routledge.
- Lambert, C. (2023). Practice in task-based language teaching. In *Practice and automatization in second language research* (pp. 144-159). Routledge.
- Loeckinger, G. (2022). Technical communicators' use of and requirements for special language reference tools. *IEEE Transactions on Professional Communication*, 65(2), 294-320.
- Messner, W. and Schäfer, N. (2012). *The ICCA facilitator's manual: Intercultural communication and collaboration appraisal*. GloBus Research.
- Mongar, K., Quinn, F. and Elliott, S. (2023). Action-oriented approaches to teaching environmental science in Bhutanese secondary schools: Stakeholder perceptions. *The Journal of Environmental Education*, 54(2), 132-147.
- Ministry of Culture and Tourism. (2022). *Turkey tourism strategy 2023*. Retrieved October 1, 2025, from <https://www.ktb.gov.tr/TR-96696/turkiye-turizm-stratejisi.html>.
- MÜSİAD. (2023). *Turizm sektör raporu: Sektörel değerlendirme ve öneriler*. Retrieved October 1, 2025, from <https://www.musiad.org.tr/uploads/press-471/turi%CC%87zi%CC%87m.pdf>.
- Navarrete, M. and Bolaños García-Escribano, A. (2022). An action-oriented approach to didactic audio description in foreign language education. *LFE. Revista de Lenguas para Fines Específicos*, 28(2), 151-164. https://discovery.ucl.ac.uk/10166605/1/LFE_SpecialIssue_28-2_NavarreteBolanos.pdf.

- Oktay, Y. B. (2010). *A descriptive case study of the academic English needs of freshman Engineering and Mathematics students from three different perspectives*. Saarbrücken, Germany: Lambert Academic Publishing.
- Özcanlı, N. and İzci, E. (2023). Ortaokul 5. sınıflarda yabancı dil ağırlıklı İngilizce öğretim programına yönelik öğretmen görüşleri. *Hakkari Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(2), 64-89.
- Özer, S. (2019). An investigation of attitude, motivation and anxiety levels of students studying at a faculty of tourism towards vocational English course. *Journal of Language and Linguistic Studies*, 15(2), 560-577.
- Özer, S. and Yılmaz, E. (2017). Mesleki yabancı dil (İngilizce) dersine yönelik nitel bir araştırma. *Uluslararası Eğitim Bilimleri Dergisi*, 11, 339-352.
- Panicheva, E. V. and Panicheva, E. V. (2020). The communicative aspect of teaching a professional foreign language. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*, 97.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods* (4th ed.). SAGE Publications.
- Pelit, O. and Durğut, S. (2025). Turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin yabancı dil öğrenmeye yönelik tutumlarının kariyer beklentilerine etkisi: Afyon Kocatepe Üniversitesi örneği. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 8(1), 47-67.
- Piccardo, E. (2020). The Common European Framework of Reference (CEFR) in language education: Past, present, and future. *TIRF Language Education in Review (LEiR)*. Retrieved October 1, 2025, from <https://www.tirfonline.org/resource/2020-march-the-common-european-framework-of-reference-cefr-in-language-education-past-present-and-future/>.
- Prodromou, L. (2006). A reader responds to J. Jenkins's 'current perspectives on teaching world Englishes and English as a lingua franca'. *TESOL Quarterly*, 41, 409-413.
- Richards, J. C. (2001). *Curriculum development in language teaching*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Richards, J. C. and Rodgers, T. S. (2014). *Approaches and methods in language teaching*. Cambridge University Press.
- Rivers, W. M. (2024). *Teaching foreign language skills*. University of Chicago Press.
- Roberts, R. E. (2020). Qualitative Interview Questions: Guidance for Novice Researchers. *Qualitative report*, 25(9).
- Shafique, N., Bukhari, D. S. A. N., Malik, H. H. and Gull, K. (2025). Beliefs in practice: an exploratory case study of teacher perceptions on activity based language teaching in an ESL context. *Journal of Media Horizon*, 6(6), 880-888.
- Sun, K. (2022). Action-oriented practice and students' vocational competence development in higher vocational education. *J High Educ Res*, 3(6), 438-41.
- Suroğlu Sofu, M. and Demirkol, R. (2024). Türkçeyi yabancı dil olarak öğreten öğretim görevlilerinin etkinlik temelli yaklaşıma yönelik görüşleri. *International Journal of Turkish Literature, Culture, Education*, 13(4).
- Şahin, S. and Erdem, M. (2021). Turist rehberliği öğrencilerinin mesleki eğitime yönelik görüşleri: Balıkesir üniversitesi örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 92-116.
- Tomić, M. and Čolić, D. (2019). The importance of intercultural competence in foreign language teaching, with reference to tourism curricula in higher education. *Tims. Acta: naučni časopis za sport, turizam i velnes*, 13(2).
- Turkish Language Association (TLA). (2022). *Contemporary Turkish Dictionary*. Retrieved May 5, 2025, from <https://sozluk.gov.tr/>.
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2024). *World Tourism Day 2024: Tourism and Peace*. Retrieved October 1, 2025, from <https://www.unwto.org/world-tourism-day-2024>.
- Ünlü, Z. and Qureshi, H. A. (2021). ESP course design and employability: A small-scale exploratory study at the tourism faculties in Turkey. *ELT Research Journal*, 10(1), 83-102.
- Üzümcü, T. P. and Alyakut, Ö. (2017). Eğitimciler, sektör temsilcileri ve öğrenciler perspektifinden mesleki turizm eğitime yönelik yapılan çalışmaların değerlendirilmesi (evaluation of educators, sector representatives and students' perspective professional activities for professional tour. *Anadolu Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 1(2), 67-84.

- Yıldırım, A. and Şimşek, H. (2021). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*.(13. baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications* (6th ed.). SAGE Publications.
- Yoo, K. I., Junek, O., Bisson, A. and Dinh, Z. (2025). Role of cross-cultural competence in career success: bridging the gap for international graduates in tourism and hospitality. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 1-23.

Doğu Anadolu Bölgesinde Kış Turizmi Potansiyelleri ve Yapıları: Erzurum Palandöken ve Van Abalı Örnekleri¹

Potentials and Buildings of Winter Tourism in the Eastern Anatolia Region: The Cases of Erzurum Palandöken and Van Abalı

Burak SUBAŞI^a  ve Güler ÖZYILDIRAN^b 

^a Yüksek Lisans Öğrencisi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Yüksek Lisans Programı, Van, Türkiye. ORCID: 0009-0003-1547-4428

^b Dr. Öğr. Üyesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Mimarlık Bölümü, Van, Türkiye. ORCID: 0000-0002-5656-9306

Özet

Doğu Anadolu Bölgesi, yüksek karlı dağları ve doğal güzellikleri ile kış turizmi için önemli potansiyeller barındırmaktadır. Bu çalışmada, bölgenin en büyük kentlerinden ikisi olan Erzurum ve Van'ın kış turizmi potansiyelleri ve yapılarının mimarlık bakış açısı ile incelenmesi hedeflenmiştir.

Bölgenin en eski ve en gelişmiş kış turizm tesisleri Erzurum'un Palandöken Dağında, Palandöken Kayak Merkezinde bulunmaktadır. 2011 ve 2017 yıllarında düzenlenen uluslararası kış olimpiyatları ile uluslararası tanınırlığı artmıştır. Van'da 2011 yılında Artos Dağına inşa edilen Abalı Kayak Merkezi ile kış turizmi ivme kazanmıştır. Erzurum'dakine kıyasla yeni gelişmekte olan bir merkez olmasına karşılık, Van Gölü manzarasına sahip olması, kar örtülü ama büyük ölçüde güneşli bir kış geçirmesi, ulaşımın kolay olması ile gelişme potansiyelleri yüksek bir alandır.

Çalışmada ilk olarak, Türkiye'deki kış turizminin genel durumu, en önemli kış turizm merkezleri ve planlama ve gelişim süreçleri literatürden araştırılıp analiz edilmiştir. Çalışmada birinci yazar, Erzurum Palandöken örneğini, 2017 Avrupa Gençlik Olimpik Kış Festivali ziyareti ve 2022 yılında kayak deneyimi, Van Abalı örneğini ise 2017'den 2025 yılına kadar kayak deneyimleri sırasında yerinde gözlemlemiştir. Çalışma, bu yerinde gözlem deneyimleri ile haritaların, ilgili kurumların ve tesislerin tanıtım bilgilerinin incelenmesi ve analizine dayanmaktadır. Erzurum ve Van örneklerindeki kış turizmi alanları, kent merkezlerine göre konumları, yerleşkelerinin genel düzenleri, ulaşım, pistler, açık ve kapalı tesisler, oteller ve diğer sosyal alanlar, mimar bakış açısı ile ele alınmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kış Turizmi, Turizm Yapıları, Kayak Merkezleri, Dağ Otelleri, Doğu Anadolu Bölgesi

Abstract

The Eastern Anatolia Region has significant potentials for winter tourism with its high and snowy mountains and natural beauties. In this study, it is aimed to examine the winter tourism potentials and structures of Erzurum and Van, two of the largest cities of the region, from an architectural point of view.

The oldest and most developed winter tourism facility of the region is Palandöken Ski Center in Palandöken Mountain in Erzurum. In 2011, the "Erzurum Palandöken Winter Sports and Tourism Master Plan" was prepared. Moreover, the international recognition of Erzurum Palandöken Ski Center increased with the international winter olympics held in 2011 and 2017. In Van, winter tourism has gained momentum with construction of the Abalı Ski Center on Artos Mountain in 2011. Although it is a newly developing center compared to Erzurum, it is an area with high development potential, as it has easy transportation, a view of Lake Van, has a snow-covered but largely sunny and mild winter.

In the first stage of the study, the general situation of winter tourism in Turkey, the most important winter tourism centers and their planning and development processes were reviewed and analyzed from the literature. The first author observed the case of Erzurum Palandöken during his visit to the 2017 European Youth Olympic Winter Festival, his skiing experience in 2022, and the case of Van Abalı during his skiing experiences from 2017 to 2025. The study is based on site observations and the examination and analysis of maps, promotional information of relevant institutions and facilities. In both cases, the winter tourism areas are analyzed in architectural point of view according to their location relative to the city centers, the general layouts of their campuses, transportation, runways, indoor and outdoor facilities, hotels and other social areas.

Keywords: Winter Tourism, Tourism Structures, Ski Resorts, Mountain Hotels, Eastern Anatolia Region

Önerilen Atıf:

Subaşı, B. ve Özyıldırım, G., (2025). Doğu Anadolu Bölgesinde Kış Turizmi Potansiyelleri ve Yapıları: Erzurum Palandöken ve Van Abalı Örnekleri. *Journal of Academic Tourism Studies*, 6(2): 384-400.

¹ Çalışma, 2025 IWACT (9th International West Asia Congress of Tourism Research) kongresinde aynı başlıkta özet metni yayımlanan sözlü bildiriden geliştirilerek yazılmıştır. Çalışma verileri, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Yüksek Lisans Programında öğrenci Burak Subaşı'nın Dr. Öğr. Üyesi Güler Özyıldırım danışmanlığında yürütmekte olduğu tez araştırmasının bir bölümünden yola çıkılarak hazırlanmıştır.

Makale Bilgisi

Geliş Tarihi 09.08.2025
Kabul Tarihi 25.12.2025

Sayı Editörü

Hacer ARSLAN KALAY

Sorumlu Yazar

Güler ÖZYILDIRAN
gulerozyildiran@hotmail.com

1. GİRİŞ

Doğu Anadolu Bölgesi, dağlık yapısı, yoğun kar yağışı ve uzun kar örtülü gün sayısı ile kış turizmi için önemli potansiyeller barındırmaktadır. Bu kapsamda bölgenin en gelişmiş kentlerinden olan Erzurum ve Van, kış turizminde öne çıkması beklenen kentlerdendir. Ayrıca Gürer ve Eke'nin (2012) çalışmasında dağlık alanlarda kış turizminin ekonomik kalkınmadaki katkısını vurgulamaktadır. Sert iklim koşulları ve ulaşım sorunları nedeniyle dağlık bölgeler, tarım ve sanayi için çok elverişli olmadığından ekonomik gelişmişlik durumu çok kısıtlı kaynaklara dayanmaktadır. Erzurum ve Van için ekonomide hayvancılık ön plana çıkmaktadır. Ancak kış turizmi ekonomik gelişme için önemli bir kaynak sunabilmektedir. Ayrıca turizm, doğayı tahrip etmeden, çevresel ve kültürel sürdürülebilirlik dikkate alınarak planlandığında, bölgenin tanınırlığını artıran, ulaşımdan eğitime farklı alanlarda da gelişmesini destekleyen bir ivme kazandırabilmektedir. Bu kapsamda, bu çalışmada Erzurum ve Van örnekleri kış turizm potansiyelleri ve yapıları ile ele alınmaktadır. Erzurum Palandöken Dağı örneği, Türkiye'nin ilk kış turizm tesislerinden biri olarak, Türkiye'nin dünyaca tanınır gelişmiş önemli merkezlerinden biridir. 2011 ve 2017 yıllarında düzenlenen uluslararası kış olimpiyatları (XXV Winter Universiade 2011 Erzurum ve European Youth Olympic Festival 2017 Erzurum) ile uluslararası tanınırlığı artmıştır. Diğer taraftan Van Artos Dağı örneği ise kış turizmine henüz 2011 yılında başlamış yeni bir örnektir. Bu çalışmada başta Türkiye'nin kış turizmindeki genel durumu ve önemli örneklerinin planlama ve yapılaşma süreci incelenecek, daha sonra aynı bölgede yer alan iki örnek, Erzurum ve Van, detaylı olarak ele alınacaktır. Ayrıca Van örneği için mevcut durumun geliştirilmesine yönelik öneriler de sunulacaktır.

2. YÖNTEM

Çalışmada ilk olarak, Türkiye'deki kış turizminin genel durumu, en önemli kış turizm merkezleri ve planlama ve gelişim süreçleri literatürden araştırılıp analiz edilmiştir. Çalışmada birinci yazar, Erzurum Palandöken örneğini, 2017 Avrupa Gençlik Olimpik Kış Festivali ziyareti ve 2022 yılında kayak deneyimi, Van Abalı örneğini ise 2017'den 2025 yılına kadar kayak deneyimleri sırasında yerinde gözlemlemiştir. Çalışma, bu yerinde gözlem deneyimleri ile haritaların, ilgili kurumların ve tesislerin tanıtım bilgilerinin incelenmesi ve analizine dayanmaktadır. Türkiye'de kış turizmi planlamasının tarihçesi hakkında yapılan literatür taramasının ardından, Erzurum ve Van örneklerindeki kış turizmi alanları, kent merkezlerine göre konumları, yerleşkelerinin genel düzenleri, ulaşım, pistler, açık ve kapalı tesisler, oteller ve diğer sosyal alanlar, mimar bakış açısı ile ele alınmaktadır.

3. KIŞ TURİZMİNİN BAŞLANGICI VE GELİŞİMİ

Kış turizmi, 19. yüzyılın sonlarına doğru Avrupa'da ortaya çıkmış ve dünyaya yayılmaya başlamıştır. Başlangıçta, yazın sağlık amaçlı hizmet vermesi için yapılan dağ otelleri, demiryolu ulaşımının Alp Dağlarına kadar uzanması ile kışın da erişilebilir olmuş, kayak otellerine dönüşmüştür. Kayak sporundaki mekanikleşme ve kış olimpiyatlarının başlaması ile kış sporlarının tanınırlığı artmış ve 20. yüzyılın başında kış turizmi dünyanın en önemli turizm çeşitlerinden birine dönüşmüştür (Evren, 2023).

Kayak, Orta Asya'da dağlık kesimlerde yaşayan toplumlarda binlerce yıl ulaşım ve avcılık amacıyla kullanılmış ancak Anadolu'da 1914 Sarıkamış Harekâtı sonrasında kullanılmaya başlamıştır. Osmanlı Ordusunun karda hareket etme deneyimi ve becerisi olmadığı farkedilmiş ve kayaklı birlik kurulması kararlaştırılmıştır. Bunun için Avusturya'dan dört kayak hocası getirtilmiş ve yanlarına Erzurum'da yedek subaylık yapmakta olan Mimar Arif Hikmet Koyunoğlu ve arkadaşı Cevat Dursunoğlu görevlendirilmiştir. Avusturyalı eğitimci geri döndükten sonra kayakçı birliğinin eğitimi işini asker olarak Mimar Arif Hikmet Koyunoğlu sürdürmüştür (Duran, 2020). Mimarlık tarihimizde 1. ulusal mimarlık akımının önemli isimlerinden olan Koyunoğlu, Türkiye'de fotoğraf sanatına öncülük ettiği gibi kayağın Anadolu'da başlamasında da önemli bir rol üstlendiği

görülmektedir. Şekil 1’de kendi arşivinde yer alan kayak eğitmenliği fotoğraflarından biri gösterilmektedir.



Şekil 1. Erzurum’da yedek subaylığı sırasında kayak eğitmenliği yapan Mimar Arif Hikmet Koyunoğlu (önde) ve kayak birliği, 1914-1919 arası (Cansız, 2025).

Cumhuriyet döneminde askeri olarak kayağın sürdürülmesi için 1927 yılında Isparta Eğridir Dağcılık Talimghahında kayak bölümleri oluşturulmuştur. 1930 yılında Alman beden eğitimi öğretmeni Ridel’in öncülüğünde Gazi Eğitim Enstitüsü ve Ziraat Yüksek Mektebi’nde kayak faaliyetlerine başlanarak, kayak sporu sivilleşmiştir. 1933 yılında Galatasaray Lisesi’nden bir grup öğretmen Uludağ’da kayak sporunu başlatmıştır. Kayak sporunun Anadolu’ya yayılmasında Halkevleri önemli rol üstlenmiştir. 1933 yılında Bursa Halkevi Uludağ’da, Ankara Halkevi Elmadağ’da, Erzurum Halkevi Palandöken’de kayak faaliyetlerini başlatmıştır. 1936 yılında “Dağcılık ve Kış Sporları Federasyonu” kurulmuş ve Türkiye ilk defa kış olimpiyatlarına sporcu göndermiştir (Türkiye Kayak Federasyonu, 2025).

Kış turizmi, 1950-1980 döneminde Türkiye geneline yayılmaya başlamıştır, 1959 yılında Ankara Elmadağ, 1936 yılında Kayseri Erciyes, 1969 yılında Kars Sarıkamış ve Erzurum Palandöken kayak merkezleri açılmıştır. Günümüzde, Türkiye’de 37 ilde 51 kış turizm merkezi bulunmaktadır, 25 ilde de 53 proje/ öneri aşamasında olan merkez vardır (Evren, 2023).

4. KIŞ TURİZMİNİN PLANLAMASI VE YAPILARI

Türkiye’nin ilk kış turizm merkezi Bursa Uludağ’dır. Uludağ’a 1933 tarihinde bir otel ve bir de şose yol yapılması ile kış kayak sporu merkezi oluşmaya başlamıştır. Uludağ 1961 yılında Milli Park ilan edilmiştir ve koruma altına alınmıştır. 1963 Yılında cumhuriyetin 40. yıl kutlamaları kapsamında Türkiye’nin ilk teleferiği Uludağ’da inşa edilmiştir. Doruk noktasında İstanbul ve Marmara Denizi manzarasına sahip olması, eteklerinde sıcak su kaynakları ve kaplıcalar bulunması, dört mevsim faaliyetlere açık olması, Uludağ’ı sadece kış turizmi merkezi olmasının ötesine taşımaktadır. Türkiye’nin en köklü ve en popüler kayak mezkezi olma özelliğini halen sürdürmektedir.

Uludağ Kayak Merkezi’ndeki dağ otellerinden bazı örnekler Şekil 2’de gösterilmektedir. İlk örnekte yoğun kar yağışlı bölgelerde yaygın kullanılan dik çatılı ve çatı katlı bir örnek, ikinci örnekte üst katında havuz yer alan ve havuz çevresinde güneşlenme imkânı sunan cam çatılı bir örnek, üçüncü örnekte biraz daha standart ve sade yapı tasarımına sahip kamuya ait otellere bir örnek görülmektedir. Üçüncü örnekte bina kapısının taşıt yoluna kadar tünel şeklinde uzatılması ve bu tünelinin etrafının binaya kadar insan boyunu aşan yükseklikte karla kaplı olması dikkat çekicidir. Bu giriş tasarımı, yoğun kar yağışlarında yolun araçlarla hızla açılmasından sonra ayrıca bir çalışma olmadan otel girişinin sürekliliğini sağlamaktadır. Bu detay, özel sektöre ait örneklerde yer almazken, daha kısıtlı bütçe ve insan kaynağı ile işletilmekte olan kamu otelinde pratik bir çözüm sunmaktadır.



Şekil 2. Uludağ Kayak Merkezi otellerinden örnekler; a) dik çatılı bir örnek, b) üstünde havuz ve güneşlenme imkânı sunan cam çatılı bir örnek, c) kamuya ait otellerden bir örnek (Fotoğraflayan: G. Özyıldırım, 2002).

Zamanla Uludağ'da ziyaretçi sayısı, alan kullanımı ve yapılaşma artınca, doğal yaşamın korunması gündeme gelmiştir. 1985 Yılında "Uludağ Kayak Merkezi İmar Planı" yapılarak "1. Gelişim Bölgesi" olarak tanımlana oteller mevkiinde yapılaşma dondurulmuştur, "2. Gelişim Bölgesi" olarak belirlenen kesim de 1986 yılında "Turizm Merkezi" ilan edilmiştir. 2008 yılında Çevre Orman Bakanlığı tarafından "Uludağ Milli Parkı I. ve II. Gelişim Bölgeleri Peyzaj Planlama, Kentsel Tasarım ve Mimari Proje Yarışması" düzenlenmiştir. Yarışmanın amacı şu şekilde belirtilmiştir;

- 1) Alanın gerçek sahibi olan canlıların ve yaşama alanlarının sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için ekolojik çözüm,
- 2) Alanın ulusal ve uluslararası çekiciliğinin sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için estetik çizgi,
- 3) Alanın mevcut ve öneri kullanımları ile kullanıcı tatmininin sürdürülebilirliği için işlevsel yaklaşım,
- 4) Mevcut insan faaliyetlerinin sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için ekonomik yaklaşım (Erten & Gündüz, 2011).

2023 Yılında 7432 sayılı "Uludağ Alanı Hakkında Kanun" yayımlanmış ve amacı "doğal ve turistik değerler açısından büyük öneme sahip Uludağ Alanının, doğal sit alanları ve diğer korunan alanlar ile birlikte jeolojik ve biyolojik varlıklar, su ve benzeri kaynak değerlerinin korunması, yaşatılması, geliştirilmesi, tanıtılması, planlanması, yönetilmesi ve denetlenmesi ile alanda yürütülen faaliyetlere ilişkin usul ve esasları düzenlemek" olarak belirtilmiştir. Uludağ'da, bir yandan kış turizminde uluslararası standartlarda gelişimin sürdürülmesi, bir yandan da muhteşem doğanın korunması ve sürdürülmesi halen tartışılmakta olan önemli bir konudur. Geçmişten günümüze Uludağ'daki kullanım ve yapılaşma tecrübesi, Türkiye'de sonraki yeni kayak merkezleri planlama ve tasarımında dikkate alınması gereken önemli veriler sunabilmektedir.

Türkiye'de günümüzdeki kış turizm merkezlerinin mevcut sayısı 51, proje/öneri aşamasındakilerin sayısı da 53 olarak belirtilmektedir (Evren, 2023). Bu merkezlerden 10.000 metre ve üzeri pist uzunluğuna sahip, Türkiye'nin en faal kış turizm merkezleri aşağıdaki Tablo 1'de listelenmiştir. Evren (2023), dünyada kış turizminde öncü olan ülkelerde (Avusturya, İsviçre, Fransa, İtalya, ABD, Kanada vb.) popüler olan kış turizm merkezlerinin yüzlerce km'lik pistleri olduğunu söylemiştir. Bu açıdan Türkiye'deki mevcut kış turizm merkezlerinin uluslararası rekabet gücünün zayıf olduğunu belirtmiş, bunların arasında 100 km üzerinde pistleri ile rekabet gücü en yüksek olan yerin Kayseri Erciyes olduğuna işaret etmiştir.

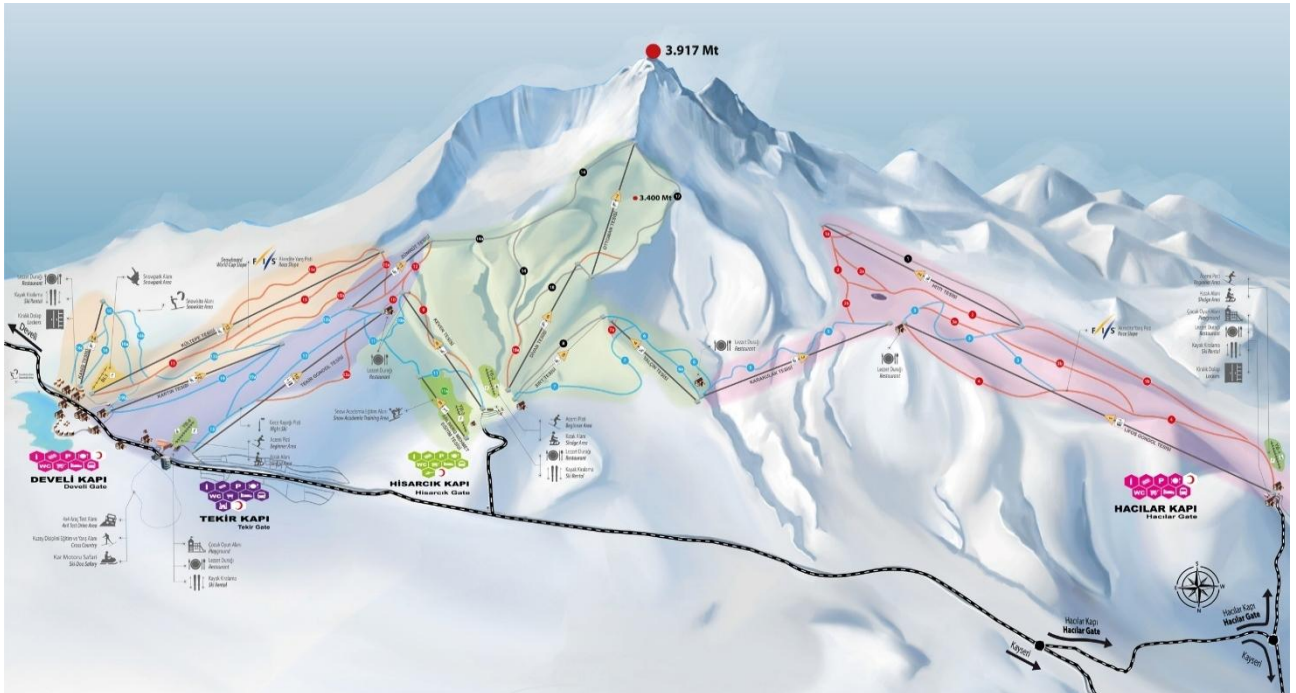
Tablo 1. Türkiye'de 20.000m ve üzeri piste sahip kış turizm merkezleri (Evren, 2023 verileri yazarlar tarafından yeniden tablolaştırılmıştır.)

	Kış Turizmi Merkezleri	Pist sayısı	Uzunluğu
1	Kayseri Erciyes	41 pist	112.000 m
2	Bolu Kartalkaya	25 pist	40.000 m
3	Bursa Uludağ	23 pist	35.000 m
4	Erzurum Konaklı	16 pist	33.100 m
5	Erzurum Palandöken	24 pist	28.000 m
6	Kars Sarıkamış	9 pist	25.000 m
7	Isparta Davraz	12 pist	23.500 m

8	Kocaeli Kartepe	14 pist	17.000 m
9	Denizli Nikfer/Bozdağ	9 pist	13.000 m
10	Sivas Yıldız Dağı	7 pist	12.000 m

Kayseri Erciyes, Türkiye’de kış turizm merkezinin planlı inşasına önemli bir örnektir. Erciyes’teki başlangıç durumunu, Cıngı (2021) şöyle tanımlamaktadır: “Erciyes’te kayak ve kış sporları, ilk dağ evinin yapıldığı 1947 yılından itibaren gelişigüzel ve günübirlik politikalarla ilerlemiş, konaklama, tesisleşme, pazarlama, yönetim gibi unsurlardan uzak, gecekondulaşma şeklinde düzensiz bir yapılaşmayla sadece Kayseri ve bölgedeki belli bir kesim insana hizmet veren bir durumda süregelmiştir”. Kayseri Büyükşehir Belediyesi Erciyes’te dünya standardında bir “Kış Sporları ve Turizm Merkezi” oluşturmak için 2005 yılında “Erciyes Master Planı” çalışması başlatmıştır. Bu çalışmalar (fizibilite çalışmaları, projelendirme ve uygulama), alanında deneyimli olan, Alpler’de birçok kayak merkezi oluşumunda yer almış Avusturyalı danışmanlar ile yürütülmüştür (Cıngı, 2021; ATC Consultants, 2025).

Erciyes Master Planı kapsamında, daha önceden tek bir alana sıkışmış yetersiz eski mekanik tesisler kaldırılmıştır. Erciyes’in eteklerinde dört farklı giriş noktası (Develi Kapı, Tekir Kapı, Hisarcık Kapı ve Hacılar Kapı) oluşturulmuştur (Şekil 3). Birbirine entegre onlarca pist tasarlanarak, dağın her tarafında kayak yapma seçeneği sunan bir planlama yapılmıştır (Cıngı, 2021). Tüm girişlerde, ziyaretçiler için otopark, danışma ofisleri, yeme içme mekanları, dükkanlar, çocuk oyun alanları gibi sosyal alanlar tasarlanmıştır. Erciyes’in kış turizmi ile sınırlı kalmayıp, dört mevsim faaliyet yapması düşünülmüş ve dağcılık, yaz sporları, doğa aktiviteleri gibi faaliyetler de planda yer almıştır. Kayak faaliyetleri için teleferiklerin kurulması, pistlerin yapılması yanında suni karlama sistemi de düşünülmüştür. Ayrıca, turizm bölgesi için gerekli kamulaştırma, yol genişletme ve iyileştirme çalışmaları, temiz ve kirli su, doğal gaz hattı döşenmesi gibi altyapı konuları da plana dahil edilmiştir. Bu planlamalar dahilinde “Erciyes Kayak Merkezi” inşaatlarının ilk etabı 2011 yılında tamamlanmış ve hizmet vermeye başlamıştır. Avusturyalı danışmanlık firmasından alınan hizmet sadece master plan ile sınırlı kalmamış, Alpler’deki dağ yönetim modelinin (DMO, *destination management organisation*) aktarılmasına da destek olmuştur. Bu amaçla Türkiye’deki ilk ve tek dağ yönetim şirketi olan “Kayseri Erciyes A.Ş.” kurulmuştur. Bu modelde, kayak pistlerinin hazırlanması, güvenlik tedbirlerini alınması, suni kar üretimi gibi kayak faaliyetleri yanında, yaz faaliyetleri ve sportif faaliyetler gibi dağdaki tüm faaliyetler tek bir yerden yönetilmektedir (Cıngı, 2021).



Şekil 3. Erciyes kayak haritası (kaynak: <https://www.kayserierciyes.com.tr/kayak-haritasi>).

Erciyes örneğinde, doğaçlama yapılan ve zamanla gelişi güzel büyüyen bir kış turizmi merkezi yerine, en başından işin uzmanları ile uzun bir planlama süreci (fizibilite çalışmaları, doğru yer seçimi, altyapı, yapılaşma, teknik donanım vb.) ve ardından planlamaya uygun etap etap yapım süreci ve en sonunda da yine bu alanda geliştirilmiş yönetim ve işletme süreci uygulandığı görülmektedir. Bu açıdan mevcut dağın en verimli kullanımı, kaynakların ve doğanın korunması, belirsizliklere ve risklere karşı (beklenen kar yağmamasına karşılık suni kar sistemi vb.) tedbirlerin önceden alınması, uygun dağ yönetim modelinin oluşturulması gibi unsurlar, master plan ile en başından planladığı için Erciyes'i, dünya standartlarını yakalama konusunda, Türkiye'deki diğer kış turizm merkezlerinden öne çıkarmaktadır.

5. ERZURUM - PALANDÖKEN

Erzurum, yüksek ve eğimli topoğrafyası, sert karasal iklimi ve yılın yaklaşık beş ayı kar yağışlı olması ile önemli kış kentlerinden biridir. Bu özellikleri ile, şehrin güneyinde yer alan Palandöken Dağı, kış turizmi açısından Türkiye'nin önemli yerlerindendir. Türkiye'de ilk kayak eğitimi faaliyetleri, 1914 Sarıkamış Harekatı için kayaklı birlik kurulması için Erzurum'da başlamıştır. Cumhuriyet döneminde kayak sporlarının sivilleşip Anadolu'da yaygınlaşması halkevlerinin öncülüğünde başlamış, bu kapsamda 1933 yılında Erzurum Halkevi de Palandöken Dağı'nda ilk kayak faaliyetlerini başlatmıştır.

1972 Yılında gelindiğinde, Palandöken Dağı'nda 3300 m uzunluğunda tek oturaklı bir telesiyej tesisi ve inşaatı yarım kalmış bir kayakevi bulunmaktadır. Kayak Federasyonu'nun ve Erzurum Valiliği'nin öncülüğünde kayak evi yaklaşık 40-50 yataklı olarak 1972 yarıyıl tatili döneminde tamamlanıp "Kayak Temel Eğitim Kampı" ile açılmıştır (EJDER3200, 2021). Sonrasında Türkiye'de Palandöken dahil altı önemli dağ (Erzurum Palandöken Dağları, Bursa Uludağ, Bolu Kartalkaya, Kayseri Erciyes Dağı, Kars Sarıkamış ve Isparta Davraz Dağı) öncelikli kayak merkezleri olarak belirlemiş ve Turizm Bakanlığı Planlama ve Yatırım Programı'nda yer almıştır. Bunun üzerine, Turizm Bakanlığı'nda, "Kaplıca ve Dağ Turizmi Planlama Grup Başkanlığı" tarafından 1976 yılında Palandöken Dağları üzerinde çalışmalar başlatılmış, üç yıl süren çalışmalar sonucunda beş ayrı kayak alanı tespit edilmiştir.

Devlet Planlama Teşkilatı 1991 yılında Erzurum'da "Kış Turizm Master Planı" hazırlamıştır. Bu planla, Türkiye'de kış turizm kompleksini master planla projelendirilen ilk şehir Erzurum olmuştur (ETSO, 2023). Bu plan kapsamında, Palandöken dağının, kuzey eteklerinde üç önemli kayak merkezi sahası tespit edilmiştir; Erzurum Boğazı, Konaklı ve Gezi Yaylası. Erzurum Boğazı'nda "Palandöken Kayak Merkezi" inşa edilmiştir. Merkezin, kayak için uygun kaliteli toz kara sahip olduğu, ortalama kar kalınlığı 2 m. olduğu, Kasım ayından Nisan ayına kadar, yılda yaklaşık 150 gün kayak yapma imkânı ile Türkiye'nin en uzun kayak sezonuna sahip merkez olduğu belirtilmektedir (ETSO, 2023).

Erzurum'da sivil havacılık 1993 yılında başlamıştır. Şehir merkezinin kuzeydoğusunda yer alan havalimanı kayak merkezine 10 km mesafededir. Palandöken Kayak merkezi şehir merkezinin 4 km güneyinde yer almaktadır, toplu taşıma ile ulaşılabilir (Şekil 4 ve 5). Bu özelliği ile yurtiçinden ve yurtdışında gelecek turisler için kolay erişilebilirlik sunmaktadır. İklim ve topoğrafya özellikleri yanında, ulaşım kolaylığı, pistleri, konaklama tesisleri ve mekanik donanımları ile günümüzde de Türkiye'nin en önemli kış turizm merkezlerinden biridir (ETSO, 2023).

1993 yılı sonrasında Erzurum Palandöken Dağları "Turizm Merkezi" ilan edilerek, özel kredi ve teşvikler ile desteklenmiş ve turizm yatırımlarında artış başlamıştır (EJDER3200, 2021). Bu aşamadaki öncü ilk yatırımlar şöyledir: Erzurum Valiliği tarafından yaptırılan eski telesiyej tesisi ara istasyonundaki kafeterya ve butik otel, 400 yataklı özel Dedeman Otel'i'ne dönüştürülmüştür. Mevcut pistlere, ikinci el, ithal ve aktarma mekanik tesisler ile yeni telesiyej tesisleri kurulmuştur.

Erzurum'da 2011 yılında, Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi öncülüğünde, Gençlik ve Spor Bakanlığı, Belediye ve Atatürk Üniversitesi ev sahipliğinde, Türkiye Kayak Federasyonu ve Türk

Kayak Vakfının teknik katılım ve yönetimi ile önemli bir uluslararası etkinlik düzenlenmiştir. “Erzurum 2011 Winter Universiade” adıyla düzenlenen bu etkinlik, Dünya Üniversitelerarası Kış Oyunları’nın 25.sidir. 27 Ocak ve 6 Şubat 2011 tarihleri arasında 57 ülkeden 3500 sporcunun katıldığı etkinlik, Erzurum Palandöken kış turizmi açısından önemli bir dönüm noktasıdır. Bu etkinlik hazırlığı için yapılan yatırımlar ve etkinlik ile dünya çapında tanınırlığın artması, Erzurum Palandöken kış turizmine ivme kazandırmıştır.



Şekil 4. Palandöken Kayak Merkezi’nin Kent merkezine göre konumu (Googleearth, 2025, haritası üzerine yazarlar tarafından işaretler eklenmiştir).



Şekil 5. Palandöken Kayak Merkezi’nin Kent merkezine göre konumu (Googleearth, 2025, haritası üzerine yazarlar tarafından işaretler eklenmiştir).

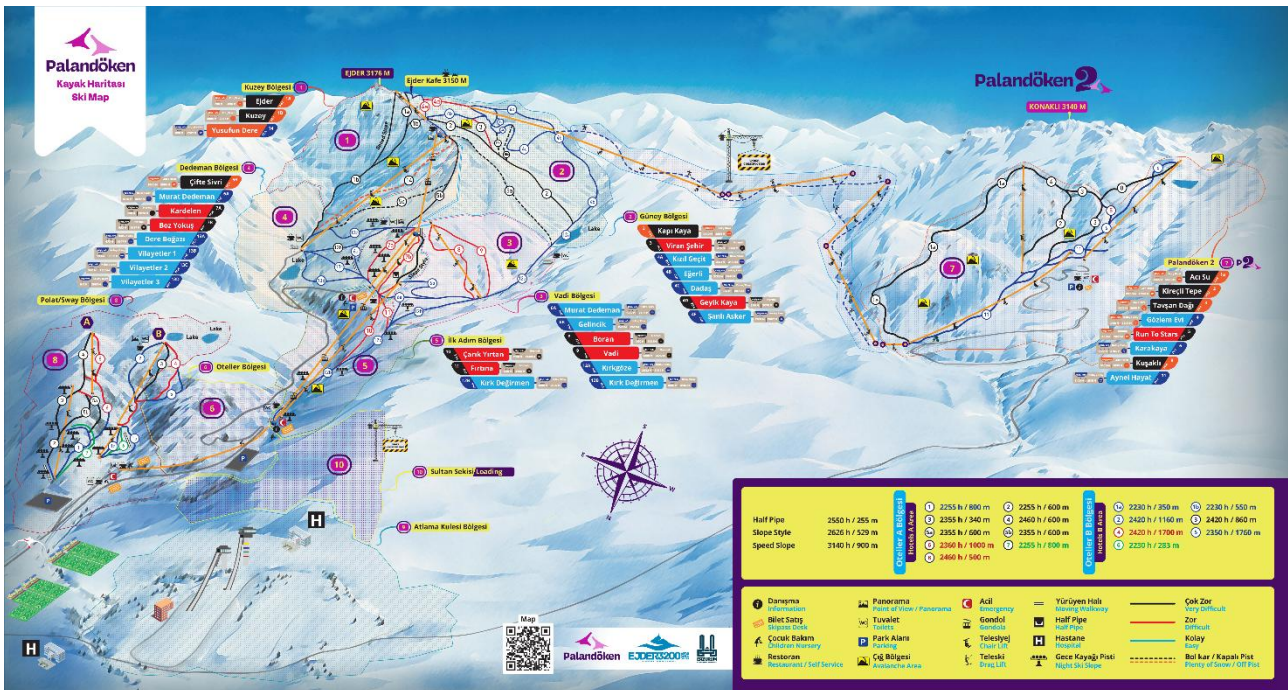
1992 yılındaki “Erzurum Palandöken Kış Sporları ve Turizm Maste Plan Çalışması” doğrultusunda tespit edilen kayak merkezlerinden, uzun yıllar sadece Erzurum (Hınıs) Boğazı mevki olarak adlandırılan Palandöken Kayak Merkezi hizmet vermiştir. “Erzurum 2011 Dünya Üniversitelerarası Kış Oyunları” hazırlık aşamalarında, master plan yeniden gündeme gelmiş,

390

planda yer alan merkezlerden Gez Yaylası ve Konaklı Bölgesi'nin de aktif hale getirilmesi kararlaştırılmıştır, Kandilli'de ve Konaklı'da kayak merkezleri inşa edilmiştir (ETSO, 2023). Palandöken Kayak Merkezinin zirve noktası 3176 m yüksekliğindeki Ejder Tepesidir. Konaklı Kayak Merkezi'nin zirve noktası da 3185 m yüksekliğindeki Konaklı Tepesidir. "Palandöken 2" olarak da adlandırılmaktadır (Şekil 6). Palandöken ve Konaklı Kayak Merkezleri 2016 yılında "EJDER 3200 Dünya Kayak Merkezi" ismi altında birleştirilerek yeniden yapılandırılmıştır.

Palandöken Kayak Merkezi, 2000 - 3176 m arasında konumlanmaktadır. Pistleri, 8 kolay, 8 orta, 2 ileri düzey ve 4 yol pist olmak üzere, toplam 22 adettir. Mekanik donanım olarak, 5 telesiyej, 1 teleski, 2 baby lift ve 1 gondol lift bulunmaktadır. Yılda yaklaşık 5 ay kayak (alp disiplini ve snowboard) yapılabilen merkezde, kayak sezonu dışında da yamaç paraşütü ve dağcılık gibi faaliyetler sürdürülebilmektedir, ayrıca dağ çevresi gezi ve piknik alanları sunmaktadır.

Konaklı Kayak Merkezi, şehir merkezinden 17 km uzaklıktadır, 2200m ve 3140 m arasında konumlanmaktadır. Pist olarak, 6 kolay, 3 orta, 13 ileri düzey olmak üzere toplam 22 piste sahiptir. Mekanik donanım olarak dört sandalyeli telesiyejerden 6 adet bulunmaktadır. Kandilli Kayak Merkezi ise şehir merkezinden 36 km uzaklıktadır ve 1713 - 1767 m arasında konumlanmıştır. Erzurum 2011 Dünya Üniversitelerarası Kış Oyunları'nda biatlon ve kayaklı koşu yarışmaları bu merkezde yapılmıştır. Bunlara ilave olarak Kiremitliktepe'de (Palandöken Kayak Merkezinin kuzeyinde) 125 m'lik atlama kuleleri yapılmış ve bu kuleler Erzurum 2011 Dünya Üniversitelerarası Kış Oyunları'nın sembollerinden olmuştur. Bu etkinlik için 2010 yılında inşa edilen bir tesis de Yakutiye'deki "Curling Arena" olmuştur. 1000 Kişilik izleyici oturma kapasitesine ve 5 curling yarışma alanına sahiptir. Ayrıca Yakutiye'deki Cemal Gürsel Spor Kompleksi içine (kadınlar ve erkekler için ayrı) iki buz hokey salonu yapılmıştır. Yenişehir'de de 6000 m2 üzerine 2000 seyirci kapasiteli Buz Salonu inşa edilmiştir. Palandöken'de ayrıca 2000 m'de inşa edilmiş 10 kulvarlı yüksek irtifa olimpiik yüzme havuzu ve 2000 kişilik buz pateni salonu bulunmaktadır.



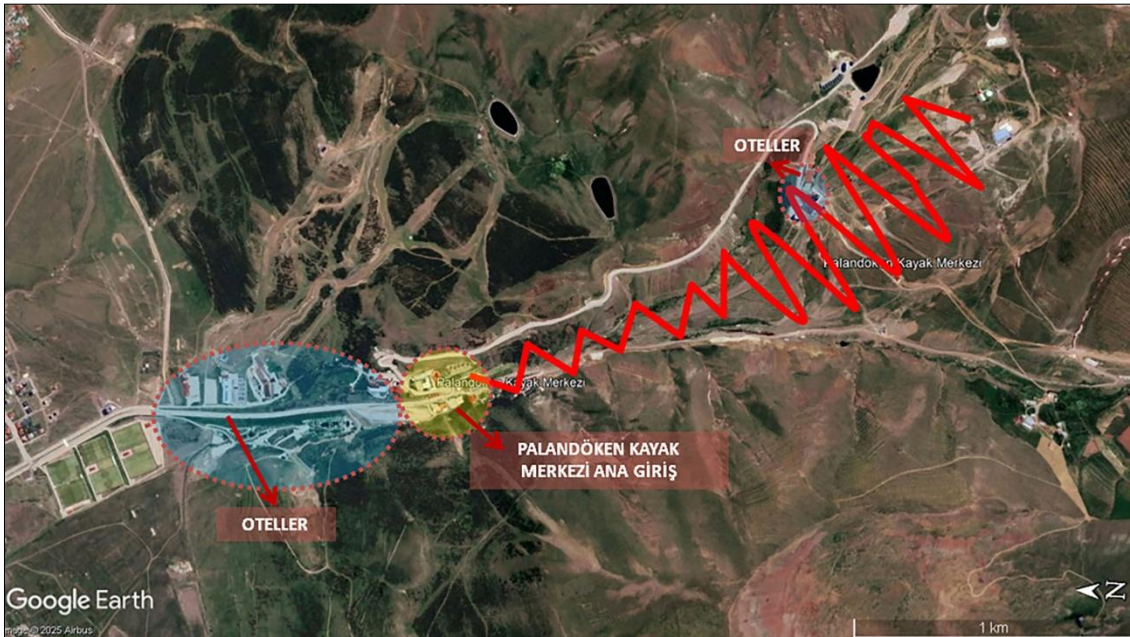
Şekil 6. Erzurum Palandöken kayak haritası (kaynak: <https://www.ejder3200.com/Main/Harita>)

Bu tesislere ilave olarak, bu turizmi desteklemek için ulaşım ve konaklama için de yatırımlar yapılmıştır. Kayak merkezi kent merkezine yakındır. Ancak kent merkezindeki kamu ve özel sektör otellerine ilave olarak, kayak merkezleri içerisinde toplam 1972 yatak kapasiteli 7 otel bulunmaktadır. Bunlardan ikisi beş yıldızlı (Polat Erzurum Resort Hotel, Sway Hotels), üçü dört yıldızlı (Dedeman Ski lodge, Dedeman Kayak Merkezi, Palan Otel) ve iki adet de diğer kategoride otel (Snowdora, Sports Hotel) bulunmaktadır. Bu otellerin önemli bir bölümü Palandöken Kayak

Merkezi ana girişinin alt kotunda oteller bölgesinde bulunmaktadır. Bir grup otel de ana giriş ile Ejder Tepesi zirvesi arasında bir bölgede daha yüksek bir kottaki bir bölgede konumlanmıştır (Şekil 7 ve 8). Alt kottaki oteller bölgesinden gelen ziyaretçiler isterlerse kayak ekipmanları ile birlikte açık kabin teleferik ile ana kapıdan (Şekil 9'daki 1b olarak işaretli kapıdan) giriş yaparak kolay kayak pistlerine ulaşmaktadır, teleferik vd. araçlar (Şekil 10) ile daha zorlu pistlere geçebilmektedir. Diğer ziyaretçiler ise ana kapının farklı noktasından (Şekil 9'daki 1a olarak işaretli kapıdan) giriş yapıp kayak ekipman kiralama birimine ulaşp, ekipmanlarını edinerek aynı pistlere ulaşmaktadır. Daha yüksek rakımda olmayı tercih eden, kayak merkezinin içinde olup zorlu pistlere daha kolay erişim sağlamak isteyen ziyaretçiler ise üst rakımdaki oteller bölgesini tercih edebilmektedir. En profesyonel sporcular ise gondol lift ile Ejder Tepesi zirve noktasına ulaşp, zorlu pistlerden kayarak inmektedir (Şekil 7).



Şekil 7. (Googleearth, 2025, haritası üzerine yazarlar tarafından işaretler eklenmiştir).



Şekil 8. Pist - Etaplar (Googleearth, 2025, haritası üzerine yazarlar tarafından işaretler eklenmiştir).



Şekil 9. Palandöken Kayak Merkezi ana girişi (kaynak: <https://www.aa.com.tr/tr/pg/foto-galeri/somestirin-ilk-gununde-kayakseverler-en-fazla-karin-oldugu-palandokene-akin-etti/0> adresinden alınan görsel üzerine yazarlar tarafından işaretlenmiştir.)



Şekil 10. Palandöken mekanik donanımlarına örnekler (Kaynak: <https://www.aa.com.tr/tr/yasam/palandoken-kayak-merkezinde-hafta-sonu-yogunlugu-yasandi/3085044>)

2016 yılında da Palandöken ve Konaklı Kayak Merkezlerini, Erzurum Büyük Şehir Belediyesi Özelleştirme İdaresi'nden satın alarak, EDJER 3200 adıyla tek isim altında birleştirmiştir ve belediyenin Ejder Kayak Merkezleri A.Ş. adında bir şirketi ile yönetilmektedir. 2011 Yılından sonra merkezde çeşitli uluslararası kış sporu etkinlikleri devam etmiştir. Son olarak, 1993 yılından beri iki yılda bir dünyanın çeşitli ülkelerinde düzenlenmekte olan Avrupa Gençlik Olimpik Kış Festivali (EYOF, European Youth Olympic Festival) 2017 yılında 13.sünü Erzurum Palandöken evsahipliğinde gerçekleştirmiştir. Yukarıda bahsedilen tüm bu tesisler ve yapılar, Erzurum Palandöken'de yıllar içinde planlar dahilinde gelişen, 2011 uluslararası etkinliğiyle ivme kazanan, kış turizminde dünya standartlarını yakalamak için yapılan planlama ve imar çalışmalarının ürünleridir. Planlamalar dahilinde gelişme çalışmalarını sürdürmektedir.

6. VAN - ABALI

Doğu Anadolu Bölgesi'nde yüksek karlı dağlara sahip ve yılın önemli bir bölümünü kar örtülü geçiren en büyük iki şehri Erzurum ve Van'dır. Her iki şehir de kış turizmi açısından önemli potansiyeller barındırmaktadır. Yukarıda bahsedildiği gibi Erzurum, Türkiye'de kayak eğitiminin başladığı yer olmuş ve cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren en önemli kayak merkezlerinden biri kabul edilmiş, Türkiye'de bu konuda yatırımlardan en öncelik verilen altı kayak merkezinden biri olmuştur. Ancak Van'da ilk kayak turizmi, 2011 yılında Van Abalı Kayak Merkezi'nin açılması ile başlayabilmiştir.

Van Gölü çevresinde Türkiye'nin en yüksek dağları arasında yer alan önemli dağlar bulunmaktadır. Van Gölü'nün kuzeyinde Bitlis ili sınırlarında yer alan Süphan Dağı 4058 m yüksekliği ile Türkiye'nin en büyük üçüncü dağıdır. Van Gölü'nün batısında, Bitlis ili sınırlarında yer alan Nemrut Dağı, 2948 m yüksekliğe sahiptir, zirvesinde çapı yaklaşık 6 km olan daire şekilli bir kardela bulunmaktadır ve batısında göl bulunmaktadır. Van Gölü'nün güneyinde Van ili Gevaş ilçesi sınırlarında bulunan Artos Dağı ise Toros Dağlarının doğu uzantısı olarak kabul edilmektedir 3550 m yüksekliğindedir (3125 m yükseliğindeki Palandöken Dağından yüksek). Her üç dağ da stratovolkan (kompozit volkan) yapısındadır.

Van'da kayak merkezi için Artos Dağı'nın Van Gölüne bakan yamaçları yer olarak seçilmiştir (Şekil 11 & 12). İsmi Gevaş ilçesinin Abalı Mahallesinden almıştır. Henüz 2011 yılında açılan merkez hakkında literatürde çok fazla yazılı bilgi yer almamaktadır. Van Büyükşehir Belediyesi (2025) ve İpekyolu Belediyesi (2025) web sayfalarından Abalı Kayak Merkezi hakkında birer paragraflık çok kısa tanıtım yazısı yer almaktadır. Her iki yazıda da Van'ın, kar kalınlığı, kar kalitesi ve pist uzunluğu ile sayılı kayak merkezlerinden olduğu, yeni yatırımlarla ve tamamlanacak tesisler ile dünyanın sayılı kayak merkezlerinden olabileceği belirtilmiştir. Türk ve Öztürk Kurtaslan (2022) Van Gölü çevresinin turizm potansiyeli inceledikleri çalışmalarında ise Van'ın dağlık, yüksek ve uzun süre karlı olması nedeniyle kış turizmi için oldukça elverişli olduğunu vurgulamıştır. Van Gölü Ekspresinin de eşsiz kış manzaraları eşliğinde demiryolu ulaşımı sağlayarak, Van'ın kış turizmini destekleyebileceğini belirtmiştir.

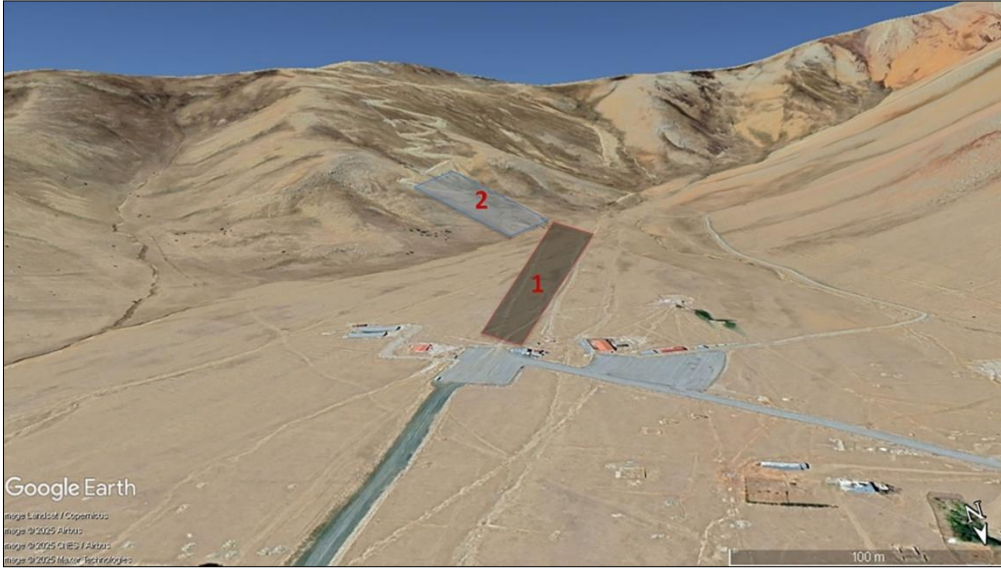
Abalı Kayak Tesisi birincisi kolay, ikincisi zor olmak üzere iki etapta oluşmaktadır (Şekil 13). İkinci etapta 1200 m, birinci etapta 1300 m. ve acemi kayakçılar için yapılan 250 m. uzunluğunda olmak üzere toplamda 3 pist mevcuttur (İpekyolu Belediyesi, 2025). Pistlerde kayak ve snowboard yapılmaktadır. Artos Dağından başlayan parkurdan inerken, kayak merkezi, kuzeyde Van Gölü, Akdamar Adası ve Süphan Dağı manzarası sunmaktadır (Van Valiliği, 2025). Pistlerin üst bölgelerine çıkış için 1200 m'lik telesiyej hattı bulunmaktadır (Şekil 14), 5000 m'lik telesiyej hattının inşasına da başlanmıştır (Van İl Kütür Turizm Müdürlüğü, 2025). Kayak merkezinde, pistlerin başlama noktasında, giriş, Kayak Merkezine ait yapılar bulunmaktadır. Bu yapılar, işletme yönetimine ait ofisler ve depolar, kayak ekipman kiralama bölümü ve bir kafeteryadan oluşmaktadır ve büyük bir açık otopark bulunmaktadır (Şekil 15).



Şekil 11. Van Abalı Kayak Merkezi'nin Kent merkezine göre konumu (Googleearth, 2025, haritası üzerine yazarlar tarafından işaretler eklenmiştir).



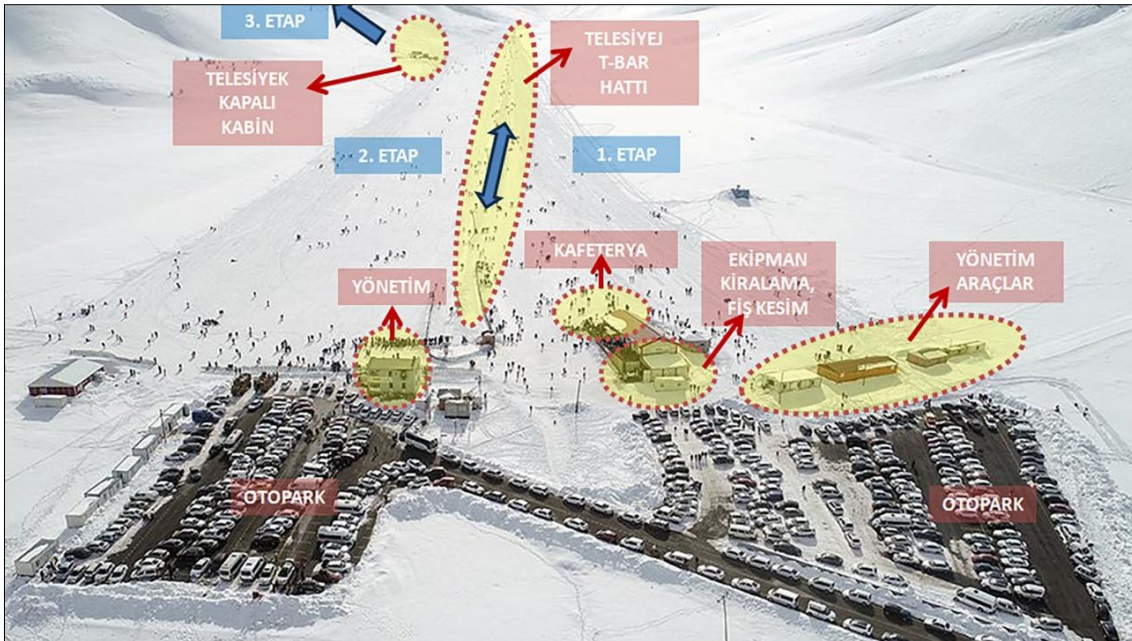
Şekil 12. Van Abalı Kayak Merkezi'nin Van Gölü'ne göre konumu (Googleearth, 2025, haritası üzerine yazarlar tarafından işaretler eklenmiştir).



Şekil 13. Van Abalı Kayak Merkezi'nin pist ve etapları (Googleearth, 2025, haritası üzerine yazarlar tarafından işaretler eklenmiştir).



Şekil 14. Van Abalı Kayak Merkezi, 1. Etap başlangıç seviyesi, Telesiyej T Bar görseli (kaynak: <https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/abali-kayak-merkezi-50-bin-kayakseveri-agirladi/3149684>)



Şekil 15. Van Abalı Kayak Merkezi, Abalı Kaya Merkezi 1-2 etap ve otopark görseli (kaynak: <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/van-bir-ayda-20-bin-kayakseveri-agirladi-/1390077> görseli üzerine yazarlar tarafından işaretlenmiştir.)

Abalı Kayal Merkezi hakkında literatürde yer alan en kapsamlı çalışma Aydın ve Alaeddinoğlu'nun 2020 yılında Van Abalı ve Bitlis Nemrut kayak merkezlerinin yer seçim kararlarını inceledikleri çalışmadır. Aydın'ın Alaeddinoğlu danışmanlığında 2016 yılında tamamladığı Van ve Bitlis illerinde kış turizmi potansiyellerin incelediği yüksekisans tezinin bir bölümünden geliştirilerek hazırlanmıştır. Çalışmada, her iki kayak merkezine sezonu zamanında üç yıl boyunca gidilmiş, bu merkezlerdeki kayak eğitmenleri ve işletme sahipleri ile görüşmeler yapılmış, gelen ziyaretçilere de anket yapılmıştır. Çalışma sonunda her iki merkezin de yer seçim kararlarının yanlış olduğu tespit edilmiştir. Her iki dağ da Van Gölü çevresinde kış turizmi için önemli potansiyeller barındırmaktadır ancak yapılan çalışmada bu dağlarda yanlış konumlarda yer seçimi yapıldığı belirtilmektedir. Bu dağların yüksek ve uzun süre karla kaplı olması büyük avantaj iken seçilen konumun güneşin eritici etkisinden ve rüzgarın karı savurucu etkisinden uzak bir yerde seçim yapılması gerektiği, bu yapılamadığı için karın kayak için uygun olan toz kar yerine altı sulanmış olduğu, rüzgarın karı savurmasıyla istenilen homojen yükseklikteki sıkışmış kar kalınlığı elde etmenin zorluğu vurgulanmıştır. Ayrıca özellikle Nemrut örneğinde vurgulanan rüzgarın, buradaki mekanik tesislerin ve yapıların çatılarında da sık sık onarım gerektiren hasara yol açtığı belirtilmiştir (Aydın & Alaeddinoğlu, 2020). Abalı örneğinde kent merkezinden ulaşım için bir toplu taşıma sistemi olmadığı, ziyaretçilerin kendi özel araçları ile ulaştıkları belirtilmiştir. Bu noktada, il dışından ve yurtdışından ziyaretçilerin havayolu veya demiryolu üzerinden geleceği düşünüldüğünde, il merkezinden ulaşım için de düzenli bir toplu taşıma sistemi gerekmektedir.

Aydın ve Alaeddinoğlu'nun (2020) çalışmasında, merkezdeki kayak eğitmenleri ve işletme sahipleri ile yapılan görüşmelerde yer seçim kararının acele alındığı, kapsamlı bir araştırma yapılmadığı, dağın farklı kesimlerinde kayak tesisi için daha uygun alanlar olduğu belirtilmiştir. Karın en çok yağdığı dönemde alınan yer seçim kararında, 2. pistte kar kalınlığı yüksekken, sonraki yıllarda aynı kar kalınlığına ulaşılamadığı, pistin altında da yeterli kar kalınlığı olmadığında kayak sırasında kazalara neden olabilecek pütürlü kayalık yapı olduğu aktarılmıştır. Merkezde kayak için karlı gün sayısının az ve yılın hangi döneminde olacağı da belirsiz olduğu vurgulanmış, bu durumun dışarıdan gelecek ziyaretçilerin ve turistik turların önceden plan yapmasına fırsat vermediği, ancak Van'dan ziyaretçiler için erişilebilir hale getirdiği vurgulanmıştır. İklim değişikliğinin de getirdiği yağış azalması ile bazı yıllarda da kayak merkezinin hiç açılmadığı vurgulanmıştır.

Aydın ve Alaeddinoğlu'nun (2020) çalışmasında, ziyaretçilerle yapılan ankette memnuniyet düzeyinin yüksek çıktığı belirtilmiştir. Ancak ziyaretçilerin büyük ölçüde Van'dan geldiği, büyük bir çoğunluğunun amatör kayakçı olduğu hatta bir kısmının yalnızca piknik amaçlı kayak merkezine çıktığı vurgulanmış, bu sonucun yurtiçi ve yurtdışından profesyonel kayakçıların ziyaret ettiği diğer kayak merkezleri ile kıyaslamak için yeterli olmadığı belirtilmiştir. Kayak Merkezinde yeni yapılaşmalara geçilmeden, yerinin değiştirilmesi gerektiği, alanında uzman kişilerle uygun yeni yer tespiti yapılması gerektiği vurgulanmıştır. Çalışmalarının sonunda da Artos Dağının Van Gölü'ne bakan kuzey kesiminde, Akdamar Adasına yakın noktada bir bölge yeni kayak merkezi için öneri olarak sunulmuştur. Bu alanın, kayak merkezindeki karın güney güneşi ve rüzgardan etkilenmesinin az olduğu, şehir merkezinden ve Van Bitlis karayolundan ulaşımın kolay olduğu, Van'ın en önemli doğal ve tarihi turizm bölgelerinden biri olan Akdamar Adası ile yakın olmasının da kış turizmini destekleyeceği belirtilmiştir.

7. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Doğu Anadolu Bölgesi, Türkiye'in en dağlık ve en çok kar yağışlı bölgesi olarak kış turizmi potansiyelleri yüksektir. Bölgenin yoğun kar yağışlı illerinden en gelişmiş iki kenti Erzurum ve Van'dır. Bu açıdan, her iki kentte dünya çapındaki iyi örnekleri ile rekabet edebilecek coğrafi ve kültürel özelliklere sahiptir. Erzurum, Türkiye'de kayak eğitiminin ilk başladığı kenttir ve cumhuriyetin ilk yıllarında yatırımlarda öncelik verilen en önemli altı kayak merkezinden biri olmuştur. 1991 yılında Palandöken dağı için master plan oluşturulması, 2011 yılındaki uluslararası etkinlik ile planların yeniden gözden geçirilip, planlar doğrultusunda büyüme göstermesi,

Erzurum'u Türkiye'nin dünyaca tanınır önde gelen kış turizmi merkezlerinden biri yapmıştır ve planlı olarak gelişmesini sürdürmektedir.

Yazının başında Türkiye'nin ilk kış turizm merkezi olarak incelenen Bursa Uludağ örneğinde, zaman içerisinde etap etap planlanarak büyüyen ve bu büyüme sırasında doğanın korunması için de tedbirler alınmaya çalışılan bir gelişim süreci görülmektedir. Kayseri Erciyes örneğinde, 2005 yılında tüm bir dağından bu alanda uzman bir yurtdışı danışmanlık şirketi rehberliğinde en baştan planladığı, eski tesislerin yıkılarak, bu plan doğrultusunda dünya çapında bütüncül bir planlamanın izlendiği ve dünyadaki iyi örnekler ile rekabet edebilir pistlere sahip olduğu görülmektedir. Her üç örnek de Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren yatırımlarda öncelik verilen altı kayak merkezi arasındadır.

Kış turizmi için önemli coğrafi özellikleri taşıyan Van'da ise ilk kayak merkezi, diğerlerine göre geç bir tarihte, 2011 yılında yapılabilmektedir. Aydın ve Alaeddinoğlu'nun (2020) çalışmasından, Van'daki kayak merkezinin yapım aşamasında kapsamlı bir yer seçim araştırması ve master plan çalışması olmadığı anlaşılmaktadır. Uludağ örneğinde, zaman içerisinde elde edilen tecrübelerle deneyerek ve doğayı korumak üzere yapılan planlama örnekleri, Kayseri ve Erzurum örnekleri içerisinde ise yıllar öncesine dayanan kapsamlı planlamalar ve bunların doğrultusunda etap etap yapılan inşa örnekleri görülmektedir. Bu noktada Van Artos Dağı için de en öncelikle kapsamlı bir kış turizmi master plan çalışması yapılması, bu planlama aşamasında yurtdışında veya yurtiçinde nitelikli benzer tesislerin planlama sürecinde yer almış uzmanlardan destek alınması gerekmektedir. Planlamada öncelikli konu, Artos Dağının coğrafi yapısının hangi kış sporları için uygun olduğunun tespiti, başta pistler olmak üzere ilgili mekanik donanım, sosyal tesisler ve konaklama birimlerinin hangi bölgelere yapılacağı, ne kadar sürede büyüyeceği ve hangi etaplarda yapılacağı üzerine olmalıdır. Tesisin toplu taşıma ile Van kent merkezinden, Van Havalimanı'ndan ve Van Gölü Ekspres'in son durağı olan Tatvan Garı'ndan toplu taşıma ile ulaşım altyapısı da düzenlenmelidir. Kış sporlarında ulusal ve uluslararası planlı etkinliklere ev sahipliği yapabilmesi için kar yağışının beklenen düzeyde olmadığı dönemler için Erciyes örneğindeki gibi suni karlama sistemleri araştırılmalıdır. Ayrıca yatırım yapılan tesislerin kar dönemi dışında atıl kalmaması için Erciyes ve Palandöken örneklerindeki gibi 12 ay hizmet verebilecek etkinlikler de (yamaç paraşütü, doğa yürüyüşü, tırmanış vb.) düşünülmelidir. Bu süreçte Uludağ örneğindeki tecrübeler dikkate alınarak doğanın tahribatını önleyecek tedbirler önceden planlanmalıdır. Ayrıca Kayseri örneğinde yurtdışı ziyaretçiler için tercih edilir kayak merkezi olabilmek için Kapadokya turları ile kayak turizminin birleştirilmesi gibi, başta Akdamar Adası olmak üzere Van'ın doğal ve tarihi turizmini içine alan turlara kayak paketleri eklenmesi seçeneği düşünülebilir.

Van Gölü çevresinde üç tane önemli yüksek karlı dağ varken ve Van'ın tüm bu kış turizm potansiyellerine rağmen ve cumhuriyetin ilk yıllarında tespit edilen öncelikli altı kayak merkezi arasına neden Van'ın dahil olmadığı düşündürücüdür. Bu noktada Özyıldırım'ın (2022) çalışmasında, cumhuriyetin ilk yıllarında üniversite merkezi olarak düşünülen ilk üç kentten biri Van iken, neden 1982 yılında kadar geciktiğine dair tespitleri ile benzerlik düşünülebilir. Üniversite için ilk yerlerden biri Van iken, doğuda başta Erzurum, sonra doğu ve güneydoğudan diğer illerde üniversite kurulmuş, Van'da üniversite kuruluşu 1982 yılına kadar beklemiştir. Bunun en temel sebeplerinden biri 1970'li yıllara kadar Van merkeze ulaşım sorununun çözülmemiş olmasıdır. Doğusunda İran sınırı, batısında Van Gölü yer alan Van kenti, Van Gölünü çevreleyen dağlık arazi nedeniyle 1960'lı yıllara kadar düzgün karayoluna kavuşamamıştır. Ulaşımı uzun yıllar Van Gölü üzerinden, Van Gölü'nün kıyısından günlerce dolanarak karşı kıyıya ulaşan küçük deniz taşıtları ile sağlamıştır. 1960'lı yıllarda düzgün karayoluna kavuşmuş, Tatvan Garı'nın yapımı ile karşı kıyıya kadar düzgün demiryolu ulaşmış, 1970'li yıllarda da Van Garı'nın inşası ile feribot üzerinden sadece yük vagonları için olsa da kesintisiz demiryolu ulaşımı sağlanmıştır. Turizm için en öncelikli konulardan biri olan ulaşım sorunu 1970'lerde çözülebilmektedir. Bu durum, Türkiye'nin en önemli kayak merkezlerinin tespit edildiği ve öncelikli yatırım programlarına alındığı dönemde Van gibi önemli bir kış kentinin neden dahil olamadığını açıklayabilmektedir. Bundan sonraki süreçte, diğer altı büyük kayak merkezinin ve yurtdışı örneklerinin tecrübelerinden istifade edilerek, Van Artos

dağı için kapsamlı bir kış turizmi planlaması yapılması ve etaplar halinde planlamalar doğrultusunda gelişiminin sağlanması gerekmektedir.

Kaynakça

- ATC Consultants (2025). Turkey: Masterplan for sustainable winter tourism on Erciyes Mountain, Kayseri. <http://atc-consultants.com/projects/asia/item/132-turkey-masterplan-for-sustainable-winter-tourism-on-erciyes-mountain-kayseri>
- Aydın, B. (2016). Van ve Bitlis İllerinde Kış Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi ve Planlamaya Yönelik Öneriler. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi yüksek lisans tezi.
- Aydın, B. & Alaeddinoğlu, F. (2020). Kayak Merkezlerinde Yer Seçimi: Van ve Bitlis İli Örnekleri. *Journal of Academic Studies*, 1(1), 59-83.
- Cansız, A. U. (2025). Maceraperest Bir Mimarın Fotoğrafhanesi: Arif Hikmet Koyunoğlu 1893-1982. *Arkitera*. <https://www.arkitera.com/etkinlik/maceraperest-bir-mimar-in-fotografhanesi-arif-hikmet-koyunoglu-1893-1982/>
- Cıngı, M. C. (2021). Destinasyonlarda Kış Turizminin Geliştirilmesinde Kış Sporları ve Turizm Merkezlerinin Önemi: Erciyes Kış Sporları ve Turizm Merkezine Yönelik Bir Değerlendirme. *Erciyes Akademi*, 35(4), 134-1337.
- Duran, R. (2020). Arif Hikmet Koyunoğlu (1889-1982): Mimar ve fotoğrafçı. *Atatürk Ansiklopedisi*. [https://yeni.ataturkansiklopedisi.gov.tr/detay/870/Arif-Hikmet-Koyuno%C4%9Flu-\(1889-1982\)](https://yeni.ataturkansiklopedisi.gov.tr/detay/870/Arif-Hikmet-Koyuno%C4%9Flu-(1889-1982))
- EJDER3200 (2021). Palandöken Planlama ve Yatırım Süreci. <https://www.ejder3200.com/Main/BlogDetay/23/PALANDOKEN-PLANLAMA-VE-YATIRIM-SURECI->
- Erciyes Kayak Merkezi (2025). *Erciyes kayak Merkezi Kış & Yaz Dağ Aktiviteleri Kataloğu*. <https://www.kayserierciyes.com.tr/kataloglar>
- Erten, S. & Gündüz, S. (2011). Peyzaj Planlama ve Kentsel Tasarımda Koruma-Kullanma için Yeni Bir Sistem Yaklaşımı Önerisi: Uludağ Milli Parkı ve "Rejenerasyon". *Megaron*, 6(2), 109-122.
- ETSO (2023). Erzurum Ticaret ve Sanayi Odası 2023-2026 Stratejik Plan.
- Evren, S. (2023). Bir Cumhuriyet Projesi Olarak Türkiye’de Kış Turizmi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, (Cumhuriyetin 100. Yılında Türk Turizmi Özel Sayısı – 1923 – 2023), 34(3), 163-175.
- Gürer, N. & Eke, F. (2012). Dağlık Alanlarda Turizm ve Ekonomik Kalkınma İlişkisinin Sürdürülebilirlik Göstergeleri ile İrdelenmesinde Bir Yöntem Önerisi; Erzurum, Erzincan, Bayburt Bölgesi Örneği. *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 27(1), 125-133.
- KUDAKA (2018). *Erzurum Kış Turizmi Değerlendirme Raporu*, Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı. <https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/assets/upload/dosyalar/e4520-erzurum-kis-turizmi-degerlendirme-raporu.pdf>
- Özyıldırım, G. (2022). Geçmişten Günümüze Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Yerleşkesi ve Yapılarının Mimari Gelişimi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 58, 190-217.
- Subaşı, B. & Özyıldırım, G. (2025). Doğu Anadolu Bölgesinde Kış Turizmi Potansiyelleri ve Yapıları: Erzurum Palandöken ve Van Abalı Örnekleri. *IWACT 9th International West Asia Congress of Tourism Research, Abstract Book*, 252-253.
- Türk, F. N. & Öztürk Kurtaslan, B. (2022). Van Gölü Çevresinin Turizm ve Rekreatif Kullanım Açısından İncelenmesi. *International Conference on Sustainable Cities and Urban Landscapes (ICSULA 2022)*, Konya, 455-477.
- Türkiye Kayak Federasyonu (2025). Tarihçe. <https://tkf.org.tr/tarihce/>
- Türkiye Kültür Portalı (2025). Kar Kayağı - Gevaş Abalı Kayak Merkezi - Van. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/van/turizmaktiviteleri/gevas-abali-kayak-merkezi>
- Van Büyükşehir Belediyesi (2025). Abalı Kayak Merkezi. <https://van.bel.tr/Syf/abali-kayak-merkezi.html>

Van İpekyolu Belediyesi (2025). Abalı Kayak Tesisleri. <https://kentrehberi.ipekyolu.bel.tr/gezilecek-yerler/dogal-alanlar/abali-kayak-tesisleri/43>