

VOL 05

ISSUE S1
03/2022

**JOURNALS**
JOURNAL

CURRENT
DEBATES IN
SOCIAL
SCIENCES

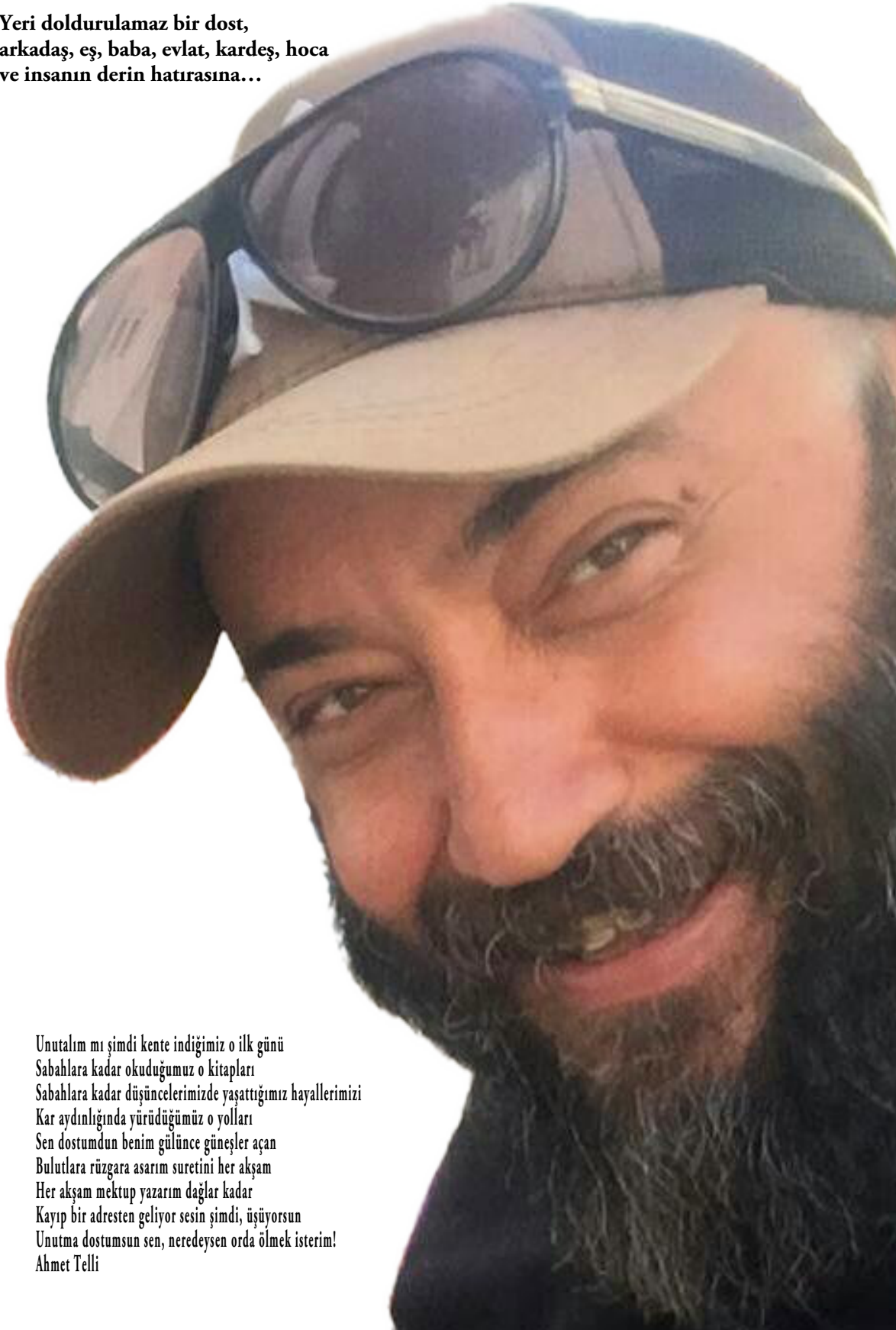
ISSN: 2632-1734

Special Issue in Honour of Dr. Özgür Manap

In memory of Dr. Özgür Manap

- 1 Kanser ve Tıp Turizmi: Turizm-onkoloji
Özge BÜYÜK/ Gülşah AKKUŞ
- 20 An Overview Towards Non-human Animals: An Essay In the Context of Religious,
Philosophy and Cultural
S. Emre DİLEK
- 29 Kırsalda Turizm Gelişiminin Kadın Yaşamı Üzerine Etkileri: Bursa Misi Köyü Örneği
Emel ADAMIŞ
- 39 The Relationship between Foreign Language Classroom Anxiety and English Writing
Anxiety among Turkish, Kurdish and Zazaki Native High School Students
Mehmet Veysi BABAYİĞİT
- 50 Doğa Temelli Turistlerin Seyahat Motivasyonlarının İncelenmesi
Uğur KİBRİT/Volkan GENÇ
- 69 Bibliometric Analysis of Dark Side of Leadership Literature
Işıl USTA KARA
- 85 Examining the Relationships Between Residents' City Identity, Concern for Tourism
Development, Attitudes Towards Tourists, and Tourism Advocacy
Bilge ÇAVUŞGİL KÖSE
- 100 Zaman Eksenli Üretim İlişkileri Distopyası: In Time Filmi ve Çalışmanın Anlamı
Ömer Furkan ÖZDEMİR
- 110 The Descriptive Overview of Hunting Tourism: General Reviews for Turkey
Zekeriya AKSOY/Erdem SEVEN
- 123 Anadolu'nun Sözlü Kültür Hazinesi: Dengbeçlik ve Dengbeçler
Serkan DEMİRAL/Zafer KOÇAK/Esmeray KOÇAK
- 133 Turizm Metaforu Olarak Otantik Mekanlar
Aslı DOĞAN
- 143 Coğrafi Bilgi Sistemleri Kullanılarak Taşınmaz Değerlemesi: Kınalı-Tekirdağ- Çanakkale-
Savaştepe Otoyolu Malkara-Çanakkale Kesimi (Çanakkale 1915 Köprüsü Dahil) Örneği
Tuğçe PIŞKIN/ R. Cüneyt ERENOĞLU
- 152 COVID-19 Pandemi Sürecinde Fiziksel Aktivitenin Mental Sağlık Açısından Önemi
Haşim KATRA/ Nimet Haşıl KORKMAZ
- 161 Business Analysis, Business Intelligence and Its Importance for Business
Ayşenur ERDİL

Yeri doldurulamaz bir dost,
arkadaş, eş, baba, evlat, kardeş, hoca
ve insanın derin hatırasına...



Unutalım mı şimdi kente indiğimiz o ilk günü
Sabahlara kadar okuduğumuz o kitapları
Sabahlara kadar düşüncelerimizde yaşattığımız hayallerimizi
Kar aydınlığında yürüdüğümüz o yolları
Sen dostumdu benim gülünce güneşler açan
Bulutlara rüzgara asarım suretini her akşam
Her akşam mektup yazarım dağlar kadar
Kayıp bir adresten geliyor sesin şimdi, üşüyorsun
Unutma dostumsun sen, neredeyse orda ölmek isterim!
Ahmet Telli

VOL 05

ISSUE
S1
03/2022



CUDES
JOURNAL

CURRENT
DEBATES IN
SOCIAL
SCIENCES

www.cudesjournal.com
info@cudesjournal.com

JOURNAL OF CURRENT
DEBATES IN SOCIAL SCIENCES

ISSN: 2632-1734

CUDES
JOURNAL

CURRENT
DEBATES IN
SOCIAL
SCIENCES

CUDES began broadcasting peer reviewed articles in 2018, is an international academical journal that publishes theoretical, empirical and experimental papers that significantly contribute to the disciplines of social sciences. Areas of Social Studies Sciences (Economics and Administration, Tourism and Tourism Management, History, Culture, Religion, Psychology, Sociology, Fine Arts, Engineering, Architecture, Language, Literature, Educational Sciences, Pedagogy & Other Disciplines in Social Sciences). No publication Fee!

Editorial Board is free to publish or not to publish articles which are sent. The authors are responsible for the content of their own article.

Guest Editors

Assoc. Prof. Dr. Mustafa DOĞAN
Batman University, Turkey

Dr. Hasan GÜL
Çanakkale Onsekiz Mart University, Turkey

Editorial Board

Prof. Dr. Alfredo Saad-FILHO (Political Economy)
SOAS University of London, UK

Prof. Dr. Anna SLOCINSKA (Management Studies)
Czestochowa University of Technology, Poland

Prof. Dr. Birgit MAHNKOPF (Politics)
Berlin School of Economics and Law, Germany

Prof. Dr. Cüneyt AKAR (Business Studies)
Bandırma Onyedli Eylül University, Turkey

Prof. Dr. Dibyesh ANAND (International Relation)
University of Westminster, UK

Prof. Dr. Dursun ZENGİN (Literature)
Ankara University, Turkey

Prof. Dr. F. Burcu CANDAN (Marketing Studies)
Kocaeli University, Turkey

Prof. Dr. Gülriz KOZBE (Art History)
Batman University, Turkey

Prof. Dr. Hakan KAPUCU (Finance)
Kocaeli University, Turkey

Prof. Dr. İsmail ŞİRİNER (Macroeconomics)
Batman University, Turkey

Prof. Dr. Joachim BECKER (Economics)
Vienna University of Economics and Business, Austria

Prof. Dr. Julia DOBREVA (Political Economy)
VUZF University, Bulgaria

Prof. Dr. Ljiljana MARKOVIC (Cultural Studies)
University of Belgrade, Serbia

Prof. Dr. Mustafa ERDOĞDU (Fiscal Studies)
Marmara University, Turkey

Prof. Dr. Seçil Paçacı ELİTOK (Demography)
Michigan State University, USA

Prof. Dr. Şükrü ASLAN (Sociology)
Mimar Sinan Fine Arts University, Turkey

Prof. Dr. Tahir BALCI (Linguistik)
Çukurova University, Turkey

Assoc. Prof. Dr. Bora ERDAĞI (Philosophy)
Kocaeli University, Turkey

Assoc. Prof. Dr. Murat AYDIN (Public Economics)
Marmara University, Turkey

Assoc. Prof. Dr. Ömer Can SATIR (Music)
Hitit University, Turkey

Dr. Ayşe Gül KANBAK (Environmental Studies)
Batman University, Turkey

Dr. Derya DEMİRDİZEN ÇEVİK (Labour Studies)
Kocaeli University, Turkey

Dr. Emrah DOĞAN (Film Studies)
Bitlis Eren University, Turkey

Dr. Makbule Ş. ÖNVER (Urbanization)
Batman University, Turkey

Dr. Nihal Şirin PINARCIOĞLU (Woman Studies)
Batman University, Turkey

Dr. S. Emre DİLEK (Tourism)
Batman University, Turkey

Dr. Serkan DEMİRAL (French Language Editor)
Batman University, Turkey

Dr. Vahdet ÖZKOÇAK (Anthropology)
Hitit University, Turkey

Dr. Yasemin DARANCIK (German Language Editor)
Çukurova University, Turkey

Lec. Ebru NOYAN (English Language Editor)
Batman University, Turkey

Advisory Board

Prof. Dr. Dibyesh ANAND
University of Westminster, UNITED KINGDOM

Prof. Dr. Farhang MORADY
University of Westminster, UNITED KINGDOM

Prof. Dr. Federico PALO-MARTI
University of Alcalá, SPAIN

Prof. Dr. Hun Joo PARK
KDI School of Public Policy and Management, S.KOREA

Prof. Dr. İzzettin ÖNDER
İstanbul University, TURKEY

Prof. Dr. İsmail ŞİRİNER
Batman University, TURKEY

Prof. Dr. Joachim BECKER (Economics)
Vienna University of Economics and Business, AUSTRIA

Prof. Dr. Julia DOBREVA
VUZF University, BULGARI

Prof. Dr. Ljiljana MARKOVIC
University of Belgrade, SERBIA

Prof. DR. Milenko POPOVIĆ
Mediterranean University, PODGORICA

Prof. Dr. Salvatore CAPASSO
University of Napoli, Parthenope, ITALY

Prof. Dr. Seçil Paçacı ELİTOK
Michigan State University, USA

Scientific Board

Adam SOFRONIJEVIC
University of Belgrade

Ali Osman ÖZTÜRK
Necmettin Erbakan University

Anna SLOCINSKA
Częstochowa University of Technology

Asli Yüksel MERMÖD
Webster University Geneva

Ayşe GÜNER
Marmara University

Ben FINE
SOAS University of London

Binhan Elif YILMAZ
İstanbul University

Dedousopoulos APOSTOLOS
Panteion University

Elmar ALTVATER
University of Berlin

Erich KIRCHLER
Education and Evaluation University of Vienna

Erinç YELDAN
Bilkent University

Federico Pablo MARTI
University of Alcalá

Fırat KARADAŞ
Mustafa Kemal University

Fikret ŞENSES
Middle East Technical University

Francisco SERCOVICH
University of Buenos Aires

Frederick NIXSON
Manchester University

Fuat KEYMAN
Sabancı University

Galip YALMAN
Middle East Technical University

Gialis STELIOS
University of the Aegean

Gravaris DIONISIS
Panteion University

Hacer ANSAL
Işık University

Hakan KAPUCU
Kocaeli University

Harini MITTAL
City University of New York

Hilal YILDIZ
Sakarya University

Irene TILIKIDOU
ATEI of Thessaloniki

John WEEKS
SOAS University of London

Jose J. SEMPERE-MONERRIS
University of Valencia

Juan R. CUADRADO-ROURA
University of Alcalá

Justina A.V. FISCHER
University of Mannheim

Kaoru NATSUDA
Ritsumeikan Asia Pacific University

Kouzis IOANNIS
Panteion University

Larissa BATRANCEA
Babes-Bolyai University

Ljiljana MARKOVIC
University of Belgrade

Mahmut TEKÇE
Marmara University

Martin MACHACEK
Ostrava Technical University

Mehmet ŞEREMET
Van Yüüncü Yıl University

Maniatis ATHANASIOS
University of Athens

María Teresa FERNÁNDEZ
Rey Juan Carlos University

Mavroudeas STAVROS
University of Macedonia

Mike O'DONNELL
University of Westminster

Milios JOHN
National Technical University of Athens

Murat GÜMÜŞ
Batman University

M. Mustafa ERDOĞDU
Marmara University

Oktar TÜREL
Middle East Technical University

Oxana KARNAUKHOVA
Southern Federal University

Papatheodorou CHRISTOS
Panteion University

Paul ZAREMBKA
New York University

Peter DAVIS
Newcastle University

Phoebe KOUNDOURI
Athens University of Economics and Business

Rafael MONER-COLONQUES
University of Valencia

Savaş ÇEVİK
Selçuk University

Sevda MUTLU AKAR
Bandırma Onyeddi Eylül University

Simon JAMES
University of Exeter

Şevket Alper KOÇ
Kocaeli University

Şevket PAMUK
Boğaziçi University

Şükrii ASLAN
Mimar Sinan Fine Arts University

Thankom GOPINATH ARUN
University of Essex

Thomas MAROIS
SOAS University of London

Tsoufdis LEFTERIS
University of Macedonia

Wiboon KITTILAKSANAWONG
Saitama University

Yılmaz KILIÇASLAN
Anadolu University

Yücel KARADAŞ
Gaziantep University

Publisher



*IJOPEC Publication
International Journal of Politics & Economics London, United Kingdom
3 Bassingbourn
, House Sutton Dwellings Upper Street, London N1 1UB*

www.ijopec.co.uk

*E-Mail: info@ijopoc.co.uk Phone: (+44) 73 875 2361 (UK)
(+90) 262 303 1567 (Turkey)*

Contact

*Umut BALCI
Batman University, The School of Foreign Languages
Batman, Turkey
Tel: 04882174041
E-Mail: info@cudesjournal.com*



JOURNAL OF CURRENT DEBATES IN SOCIAL SCIENCES
INDEXED BY

Eurasian Scientific Journal Index, Academic Resource Index, Directory of Open Access Scholarly Resources, Directory of Research Journals Indexing, Cosmos Impact Factor, Journal Factor, Cite Factor, Index Copernicus, Scientific Indexing Services, General Impact Factor International Services For Impact Factor And Indexing (ISIFI) and Google Scholar.



VOL 05

ISSUE

S1



UDES

CURRENT
DEBATES IN
SOCIAL
SCIENCES

03/2022

JOURNAL

ISSN 2632-1734

ARTICLES

Kanser ve Tıp Turizmi: Turizm-onkoloji

Özge BÜYÜK/ Gülşah AKKUŞ..... 1

An Overview Towards Non-human Animals:An Essay In the Context of Religious, Philosophy and Cultural

S. Emre DİLEK..... 20

Kırsalda Turizm Gelişiminin Kadın Yaşamı Üzerine Etkileri: Bursa Misi Köyü Örneği

Emel ADAMIŞ..... 29

The Relationship between Foreign Language Classroom Anxiety and English Writing Anxiety among Turkish, Kurdish and Zazaki Native High School Students

Mehmet Veysi BABAYİĞİT..... 39

Doğa Temelli Turistlerin Seyahat Motivasyonlarının İncelenmesi

Uğur KİBRİT/Volkan GENÇ..... 50

Bibliometric Analysis of Dark Side of Leadership Literature

Işıl USTA KARA..... 69

Examining the Relationships Between Residents' City Identity, Concern for Tourism Development, Attitudes Towards Tourists, and Tourism Advocacy

Bilge ÇAVUŞGİL KÖSE..... 85

Zaman Eksenli Üretim İlişkileri Distopyası: In Time Filmi ve Çalışmanın Anlamı

Ömer Furkan ÖZDEMİR..... 100

The Descriptive Overview of Hunting Tourism: General Reviews for Turkey

Zekeriya AKSOY/Erdem SEVEN..... 110

Anadolu'nun Sözlü Kültür Hazinesi: Dengbejlilik ve Dengbejler

Serkan DEMİRAL/Zafer KOÇAK/Esmeray KOÇAK..... 123

Turizm Metaforu Olarak Otantik Mekanlar

Aslı DOĞAN..... 133

Coğrafi Bilgi Sistemleri Kullanılarak Taşınmaz Değerlemesi: Kınalı-Tekirdağ-Çanakkale-Savaştepe Otoyolu Malkara-Çanakkale Kesimi (Çanakkale 1915 Köprüsü Dahil) Örneği

Tuğçe PİŞKİN/ R. Cüneyt ERENOĞLU..... 143

COVID-19 Pandemi Sürecinde Fiziksel Aktivitenin Mental Sağlık Açısından Önemi

Haşim KATRA/ Nimet Haşıl KORKMAZ 152

Business Analysis, Business Intelligence and Its Importance for Business

Ayşenur ERDİL..... 161

Kanser ve Tıp Turizmi: Turizm-onkoloji

Cancer and Medical Tourism: Tourism-oncology

Öğr. Gör. Özge BÜYÜK
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
ozgebuyuk@comu.edu.tr
ORCID: 0000-0003-2058-8510

Dr. Öğr. Üyesi Gülşah AKKUŞ
İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
E-posta: gulsah.akkus@ikcu.edu.tr
ORCID: 0000-0003-0263-8609

DOI: 10.37154/cudes.2022.39

Abstract

Medical tourism is a growing worldwide niche market. In this study, aimed at determining the situation of “tourism-oncology”, which has emerged as an economic activity within medical tourism, a content analysis was carried out on texts drawn longitudinally from digital and social media. These have been identified by the research; (i) oncology is among the top five medical tourism content published on digital and social media, (ii) lung cancer is the type of cancer that causes the most travel, (iii) the user profiles that share on social media about the topic consist mainly of travel agencies and health consultancies, (iv) content produced on the subject in digital media is mostly included in news articles, (v) when data from social and digital media are analyzed together, the preferred destinations of visitors coming to Turkey for cancer treatment are İstanbul, Antalya, Ankara, İzmir, and Muğla; source markets are Azerbaijan, Iraq, Tunisia, Georgia, and Germany, (vi) those who come to Turkey for tourism-oncology purposes travel with motivating factors such as cost, quality of medical services, low waiting time, and geographical proximity.

Received: 11.01.2022

Accepted: 01.03.2022

Keywords: cancer tourism, health tourism, lung cancer, medical tourism, tourism-oncology.

Makale Bilgisi

Geliş: 11.01.2022

Onay: 01.03.2022

Anahtar sözcükler: akciğer kanseri, kanser turizmi, medikal turizm, sağlık turizmi, tıp turizmi, turizm-onkoloji.

Öz

Tıp turizmi olarak da bilinen *medikal turizm*, tüm dünyada giderek büyüyen küresel bir niş pazar oluşturmaktadır. Medikal turizm kapsamında ekonomik bir faaliyet olarak ortaya çıkan “turizm-onkolojinin” ülkemizdeki durumunu tespit etmeyi amaçlayan bu çalışmada; dijital ve sosyal medyadan boylamsal olarak çekilen metinlere içerik analizi yapılmıştır. Araştırma sonucunda; (i) dijital ve sosyal medyada yayınlanan medikal turizm içerikleri arasında *onkolojinin*, ilk beşte yer aldığı, (ii) akciğer kanserinin en fazla seyahate sebep olan kanser türü olduğu, (iii) sosyal medyada paylaşım yapan kullanıcı profillerinin ağırlıklı olarak seyahat acentaları ile sağlık-danışmanlık şirketleri olduğu, (iv) dijital medyada konu ile ilgili üretilen içeriklerin, çoğunlukla haber metinlerinden oluştuğu, (v) sosyal ve dijital medyadaki veriler bir arada değerlendirildiğinde kanser tedavisi için ülkemize gelen ziyaretçilerin tercih ettikleri destinasyonların sırasıyla İstanbul, Antalya, Ankara, İzmir ve Muğla; kaynak pazarların ise Azerbaycan, Irak, Tunus, Gürcistan ve Almanya olduğu, (vi) ülkemize turizm-onkolojik amaçla gelenlerin sırasıyla maliyet, tıbbi hizmet kalitesi, bekleme süresinin azlığı ve coğrafi yakınlık gibi motivasyon unsurları ile seyahat ettikleri tespit edilmiştir.

Bu çalışma, 2021 yılında kanser nedeni ile aramızdan ayrılan, son ana kadar hayat sevincini ve insan sevgisini kaybetmeyen yakın arkadaşım, iyi insan Dr. Özgür Manap'ın anısına kaleme alınmıştır.¹

1. GİRİŞ

Çağımızın en bilinen ve yaygın hastalıkları arasında yer alan kanser, insan vücudundaki hücrelerin kontrolsüz bir biçimde bölünerek çoğalması sonucunda ortaya çıkan, genetik koşulların yanı sıra çevresel koşullardan da etkilenen karmaşık bir hastalıktır. Onkoloji, kanserin bütün türleri için kullanılan kapsayıcı bir terimdir (Baykara, 2016). Kanser hastaları, hem teşhis ve temel tedavileri hem de tamamlayıcı tedavileri süresince zaman zaman başka ülkelere giderek yabancı hekimlerden, sağlık kuruluşlarından faydalanmakta; aynı zamanda sağlık turizmi kapsamında ele alınan medikal turizm faaliyetlerine katılmaktadırlar.

Tüm seyahat endüstrisini etkileyen Covid-19'dan dolayı öngörülerde değişiklikler olmakla birlikte, her yıl %35 artış göstermesi beklenen (MTA, 2017) medikal turizmin, diğer bir deyişle *tp* turizminin mevcut durumunun tespiti, paydaşların gerçekleştirdikleri tanıtım faaliyetlerinin analiz edilerek iyileştirilmesi, ayrıca toplumsal etkilerinin bilinmesi önem taşımaktadır. Connel (2006) tarafından “bilinçli olarak doğrudan tıbbi müdahaleyle ilişkilendirilen ve sonuçların önemli ve uzun vadeli olmasının beklendiği bir turizm biçimi” olarak tanımlanmakta olan *medikal turizm*, hızla büyüyen küresel bir niş pazar oluşturmaktadır. Bu turizm türüne katılan hastalar da turizm literatüründe *medikal turist* ya da *tp turisti*, genel çerçeve açısından bakılacak olduğunda ise *sağlık turisti* olarak isimlendirilmektedir.

Kanser tedavisi, turizm bağlamında çok az çalışmada ele alınmış (Gunter vd., 2010; Master ve Resnik, 2011; Burki, 2019; Al Shaaibi, 2019; Dreisbach vd., 2020) ve genellikle kanser hastalarının turizm faaliyetlerine katılmalarının, tedavi süreci üzerindeki *olumlu ve hayat kalitesini arttıran yönleri* (Yancey vd., 1994; Mathieson ve Stam, 1995; Jackson ve Rucks, 1995; Thomas, 1998; Owens ve Payne, 1999; Hunter-Jones, 2003; Hunter-Jones, 2004; Hunter-Jones, 2005; Harrison ve Gravelle, 2008; Dean, 2012), ülkeler arası kanser hastası aktarımlarında *yaşanan teknik ve bürokratik sorunlar* (Gladwell ve Bedini, 2004; Perdue ve Noble, 2007; Hunter-Jones, 2010; Awano vd., 2019), çifte vatandaşlık sahibi olan hastaların tedavilerinde *anavatanlarını tercih etmeleri* (Oh vd., 2014; Pian, 2015; Taylor vd., 2015; Jang vd., 2021), bu ziyaretlerin *yaşayanlar üzerindeki olumsuz etkileri* (Wang vd., 2020; Huang vd., 2021) üzerinde durulmuştur.

Küresel çapta 7,2 milyar dolarlık gelir yaratan sağlık turizmi (THTC, 2018) içerisinde ilk sıralarda yer alan kanser tedavisi için ülkemize gelen ziyaretçilerin profillerinin belirlenmesi ve turizm-onkoloji olarak adlandırılabilir olan onkoloji amaçlı ziyaretlere ilişkin mevcut durumun ortaya çıkarılması, hem sağlık sektörü hem de turizm sektörü açısından önem taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı; Türkiye'ye medikal turizm kapsamında gerçekleşen turizm-onkoloji hareketlerinin, dijital ve sosyal medyadaki profilinin ortaya çıkarılması yoluyla literatüre ve uygulayıcılara katkı sağlamaktır. Dijital ve sosyal medya içeriklerinin karşılaştırmalı analizi sonucunda; ülkemize kanser tedavisi için gelen ziyaretçilerin geldikleri ülkeler, tercih ettikleri destinasyonlar, tercihlerini etkileyen motivasyon unsurları ve mevcut durumun dijital ve sosyal medyadaki görünümü tespit edilmiştir.

Betimsel bir araştırma özelliği taşıyan bu çalışmanın, sağlık sektörü ile turizm sektörü arasındaki ilişkiyi kanser hastalığı özelinde ortaya çıkarması açısından önemli bir boşluğu dolduracağı düşünülmektedir. Alanyazında medikal turizme ilişkin boylamsal bir çalışma bulunmamaktadır. Boylamsal veriler ve yöntemler, var olan değişimleri ölçmesi ve güçlü nedensel yorumlar yapılmasına izin vermesi bakımından önemlidir (Menard, 1991). Bununla birlikte dijital ve sosyal medya gibi geniş ve güncel veri havuzlarının kullanımı, daha küçük ölçeklerde fark edilmesi güç olan tüketici davranışlarına dair çıkarımlar yapılmasına da imkan sağlamaktadır (Çevik vd., 2015). Bilginin yayılması, insan toplumunda geniş ölçekte toplu eylemleri tetiklemede de temel bir rol oynamaktadır

¹ Özge BÜYÜK- 11.01.2022

(Nishi vd., 2016). Sağlık turizmi ve kanser hastalarının ülkemizi ziyaretleri ile ilgili bilginin dijital ve sosyal medya aracılığı ile ne şekilde yayıldığı da bu çalışma dâhilinde ele alınmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Dünya Sağlık Örgütü Uluslararası Kanser Araştırma Ajansı tarafından yayınlanan Dünya Kanser İstatistikleri'ne (IARC, 2021) göre 2020 yılı itibarıyla tüm dünyada toplam 19 milyonun üzerinde kanser hastası bulunmaktadır. Bu hastaların %49,3'ü Asya, %22,8'i Avrupa, %13,3'ü Kuzey Amerika, %7,6'si Latin Amerika ve %5,7'si Afrika'da bulunmaktadır. Dünyada her beş kişiden birinin yaşamları süresince kansere yakalanmakta olduğu; her sekiz erkekten ve her 11 kadından birinin kanser nedeni ile hayatını kaybettiği belirlenmiştir. Dünya üzerinde 2020 yılı itibarıyla en sık görülen kanser türlerinin sırası ile göğüs, akciğer ve kolon kanseri olduğu; en büyük ölüm oranının ise akciğer kanserinde gerçekleştiği rapor edilmektedir (Globocan, 2020). Türkiye'de 2020 yılı itibarıyla tespit edilen toplam kanserli hasta sayısı 234 bin, en çok görülen kanser türü ise akciğer kanseridir.

TÜİK (2021) verilerine göre: 2019 yılında sağlık nedeni ile Türkiye'ye giriş yapan ziyaretçi sayısı 662 bin olmuş, bu sayı Covid kısıtlamalarının yoğun biçimde yaşandığı 2020 yılında 388 bine gerilemiş; 2021 yılının 3. çeyreğinde ise 370 bine ulaşmıştır. Sağlık Bakanlığı, Sağlık Turizmi Koordinasyon Kurulu (SATURK, 2020) raporuna göre; Türkiye'ye sağlık turizmi amacı ile gelen bir ziyaretçi yalnızca tedavi için 1.500-100.000 dolar arasında harcama yapmaktadır. Bu rakama konaklama, seyahat, yiyecek içecek ve alışveriş harcamaları dâhil değildir.

Sağlık turizmi, bireylerin sağlıklı olma hallerinin sürmesi, genel sağlık durumlarının iyileştirilmesi, geliştirilmesi ve gerekli tedavi, bakım ve rehabilitasyon hizmetlerine ulaşılması amacı ile ikamet ettikleri yerler dışında başka bir destinasyona gerçekleştirdikleri (Şak, 2021) seyahat ve ikametler vb. tüm sürecin toplamına (Gill ve Singh, 2011) verilen isimdir. Bu turizm türü, kendi yaşadıkları ülkeden başka bir ülkeye koruyucu, rehabilite edici, tedavi edici, mevcut sağlık durumunu geliştirici hizmetleri almak üzere seyahat eden bireylerin katıldığı turizm aktivitelerini içermekte ve Sağlık Bakanlığı tarafından: (i) *termal sağlık turizmi*, (ii) *medikal turizm*, (iii) *yaşlı (3. yaş) turizmi* ve (iv) *engelli turizmi* (Tontuş, 2017) alt başlıkları bulunmaktadır. Literatürde farklı sınıflandırmalar da bulunmaktadır. Örneğin, Baytekin ve Baytekin (2007) sağlık turizmini medikal, termal ve spa-wellness özellikli sağlık turizmi olarak üç başlıkta toplarken; Tengilimoğlu (2013) medikal, termal, yaşlı bakımı ve spa-wellness turizmi olarak ele almaktadır. Gümüş ve Büyük (2008) ise sağlık turizmini medikal turizm ve doğal yollarla tedavi olarak iki başlıkta ele almış; doğal yollarla tedaviyi de kendi içinde termalizm, klimatizm ve uvalizm olarak yeniden gruplandırmıştır.

Hunter-Jones (2005), sağlık turizminin içeriğine vurgu yaparak: Sağlık amacıyla yapılan turizm aktiviteleri ile seyahatleri sırasında tesadüfen sağlık hizmetlerinden faydalanan turistlerin aktivitelerinin birbirinden ayrılması gerektiğini belirtmektedir. Dolayısı ile kasıtlı-kasıtsız ancak tamamen sağlık amacı ile yapılan turistik faaliyetler, organize sağlık turizmi kapsamında yer almakta; sağlık hizmetlerinden turizm faaliyeti esnasında tesadüfi olarak fayda sağlanan seyahatler ise doğrudan düzenlenmiş turizm aktiviteleri arasında sayılmaktadır. Organize sağlık turizmi faaliyetleri içinde yer alan *medikal turizm*, başka bir ifade ile *tıp turizmi*, sağlık hizmetlerinin küresel anlamda ticari bir yapı kazanmasının bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır (Hopkins vd., 2010; Ganguli ve Ebrahim, 2017). Medikal turizm, tıbbi nedenlerle seyahat eden bireylerin katıldığı bir turizm çeşididir. Bu planlı turizm aktiviteleri, klasik tıp kategorisinde de değerlendirilmekte ve turizmcilerin yanı sıra doktorların ve diğer sağlık personelinin katılımı ile sağlık kurum ve kuruluşları tarafından verilen bazı tedavi hizmetlerinden faydalanmak için gerçekleştirilen uluslararası planlı seyahatleri içermektedir (Topuz, 2012).

Daha geniş bir çerçevede tanımlanacak olursa; hastaların ve refakatçilerinin belirli bir tedavi almaya yönelik seyahatlerinin yanı sıra doktorların, hemşirelerin ve diğer sağlık görevlilerinin, o tedavi alanına yönelik olarak bilgi alma/verme, araştırma yapma ve tedavide bulunma gibi spesifik nedenlerle yaptıkları seyahatler de medikal turizm olarak değerlendirilebilir. Ancak bu çalışma kapsamında turizm-onkoloji (kansere teşhis ve tedavisi turizmi), turizm ve onkoloji sözcüklerinin bir araya getirilmesiyle; "kansere hastalığının teşhis ve tedavisi kapsamında, tıbbi yardım ve gerekli tedavileri almak amacıyla hastalar tarafından gerçekleştirilen uluslararası seyahatler" olarak tanımlanmıştır. Seyahatleri esnasında yalnızca turizm işletmelerinden değil aynı zamanda sağlık

işletmelerinden de faydalanan tanısı konulmuş/konulmamış tüm kanser hastaları ise turizm-onkoloji turistidir.

Türkiye, medikal turizmde son on yıldır en fazla tercih edilen ülkeler arasında yer almaktadır. Tercih edilme sebepleri arasında tıbbi hizmet kalitesi, düşük maliyetli sağlık hizmeti sağlanması ve sağlık personelinin kalitesi ön plana çıkmaktadır (Özçelik vd., 2021). 2020-2021 Dünya Medikal Turizm Endeksi'ne göre 46 küresel destinasyonun yer aldığı listede 35. sırada yer alan Türkiye, tesis ve hizmet kalitesi kategorisinde dünya genelinde 30. sırada bulunmaktadır (MIT, 2020). Diğer yandan, tıbbi nedenler ile seyahat edenlerin eğilimlerine ve alışkanlıklarına dair veriler sağlayan Medikal Turizm Derneği'nin (Medical Tourism Association) yayınlamış olduğu Global Buyers Survey (MTA, 2017) verilerine göre 2016-2017 yıllarında dünya üzerindeki hastaların %40'ı tıbbi ihtiyaçları için ABD'ye, %16'sı Almanya'ya, %12'si Türkiye'ye seyahat etmişlerdir. Türkiye bu sıralamada en çok tercih edilen ülkeler listesinde üçüncü sırada yer almaktadır. Yıllara göre değişiklik gösterebilen sıralamalar açısından bakıldığında diğer etmenlerin yanı sıra Türkiye'ye gelişlerde yaşanan düşüşte Covid-19 ve alınan önlemlerin etkisinin olabileceği de dikkate alınmalıdır. Tüm bunlara ilaveten Türkiye, uluslararası akreditasyon hizmetleri konusunda hizmet veren bağımsız kuruluş Joint Commission International (JCI²) tarafından akredite edilmiş hastanelere sahip ilk on ülke arasında yer almaktadır (Runnels ve Carrera, 2012).

Türkiye'de medikal turizm kapsamında verilen tedavi hizmetleri arasında kanser tedavisi de yer almaktadır (Tontuş, 2017). Kanser hastalığı, dünyada medikal turizmde öne çıkan ve karmaşık tedaviler gerektiren bir hastalık olarak gösterilmektedir. Kanser hastalığının tedavisinde radyoterapi, kemoterapi ve cerrahi yöntemlerin yanı sıra alternatif, destekleyici ve tamamlayıcı ve diğer bazı tedavilerden de faydalanılmaktadır (Barracough, 2000). Konvansiyonel tıp harici tedavilerin; akupunktur, yoga, masaj, refleksoloji, vitamin takviyeleri, kayropratik ve çeşitli psiko-sosyal uygulamaları içerdiği bilinmektedir (Barron, 1996). Günümüzde medikal turizme katılan kanser hastaları hem konvansiyonel tıbbi tedaviler hem de tamamlayıcı ve destekleyici tedaviler için seyahat etmektedirler. Diğer yandan yoğun tedavi ve bunun oluşturduğu yan etkiler sonucunda oluşan fiziksel ve psikolojik ek sağlık sorunlarının hastaların yaşam kalitelerini düşürdüğü, turizm faaliyetlerine katılımın bu olumsuz etkiyi ortadan kaldırarak tedavi sürecine destek olduğu bilinmektedir (Hunter-Jones, 2005).

Türkiye bu konuda öne çıkan ülkeler arasında yer almaktadır Türk hastanelerinin onkoloji departmanları, hastalara erken teşhis ve tedavi için altyapıyı sağlayacak düzeydedir. Ülkemizde uzman sağlık personeli ile kemoterapi, biyoterapi ve immunoterapi solid tümör tedavileri, cyberknife/gammaknife kullanımı, radyoterapi, IMRT, brachytherapy ve onkolojik cerrahi işlemler gibi kanser hastalığına yönelik pek çok tedavi gerçekleştirilebilmektedir (TÜSİAD, 2009). TÜROFED'in (2017) raporuna göre 2017 yılında Almanya'dan gelen medikal turistlerin en fazla tercih ettiği onkolojik tedavidir. Diğer yandan, Sağlık Bakanlığı (2020), ülkemize sağlık turizmi kapsamında sunulan hizmetler içerisinde onkolojiyi dâhil etmiş olsa da medikal turist olarak gelen hastaların hangi branşlar altında tedavi olduklarına dair sayısal veriler paylaşmamaktadır. Bakanlığın mevcut çalışmalarında alt tedavi dallarına göre bir değerlendirme yapılmamaktadır (TÜRSAB, 2020). Sağlık Bakanlığı, Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı'na ait Sağlık Turizmi Hasta Takip Sistemi (Üner ve Okyay, 2020) olduğu bilinmekte ancak bu birime ait veriler kamuoyu ile paylaşılmamaktadır.

3.YÖNTEM

Medikal turizm kapsamında bir ekonomik faaliyet olarak ortaya çıkan turizm-onkolojinin ülkemizdeki durumunu tespit etmeyi amaçlayan bu çalışmada, nitel bir yaklaşım izlenmiştir. Türkiye'de sektörel haber yapan ilk 20 turizm gazetesinin son on senelik tüm arşivini (dijital medya) içermesi dolayısı ile geriye dönük ve yılın son çeyreğinde Twitter'da konu ile ilgili atılmış tüm mesajları (sosyal medya) içermesi dolayısı ile ileriye dönük boyutsal bir özellik taşıyan bu araştırma, ülkemize turizm-onkolojik amaçlı yapılan ziyaretleri, basındaki yansımaları üzerinden ele almaktadır.

² JCI, sayıları her geçen gün artan ve uluslararası tıbbi hizmet veren hastanelerin, "uluslararası standartlar" taşıyıp taşımadıklarını denetlemek ve akreditasyon çalışmaları yapmak amacı ile kurulan bir kurumdur (Zengingönül vd., 2012).

Araştırılacak konunun mevcut durumunu, fotoğraf çeker gibi, olduğu haliyle yansıtarak betimleme gayesi taşıyan tarama araştırmaları arasında yer alan boylamsal çalışmalardan; eğilimleri tespit etme, ortak özelliklere sahip olan grupları inceleme ya da olay/olgu veya bireylerin zaman içerisinde meydana gelen değişimlerini araştırmada (Akarsu ve Akarsu, 2019) faydalanılmaktadır. Bu çalışmalar uzun zaman aralıklarında, kimi zaman onlarca yıl boyunca aynı olguyu ölçmek (Karasar, 1995) amacıyla da yapılabilmektedir. Söz konusu taramalar, geçmişte bir zamana doğru yapıldığında ise geriye dönük bir boylamsal tarama ismini almaktadır. Geriye dönük boylamsal çalışmalar; konu ile ilgili olarak daha kapsamlı bilgiye ulaşabilmek, için tercih edilmektedir (Fraenkel ve Wallen, 2006).

Arama motorları, internet kullanıcılarının elektronik ortamda çeşitli anahtar kelimeleri kullanarak bilgiye ulaştıkları kaynaklardır. Herhangi bir internet sayfasının, arama motorunda yer alan en iyi 20 sonuçtan biri olması, yani sıralamada ilk 20 içerisinde yer alması, bulunabilirlik açısından önemli (Atay vd., 2010), tanınırlık açısından belirleyicidir. Diğer yandan her yıl yayınlanan ve tüm dünyanın dijital verilerini içeren bir rapor olan “We Are Social Digital Report”a (2021) göre: dünya çapında %91,4'lük kullanım oranına sahip ve birinci sırada yer alan arama motoru Google'dır. Dolayısıyla dijital medya verileri, Google arama motoru aracılığı ile ulaşılan, ilk 20 gazeteden toplanmıştır. Tarama esnasında Türkiye'de sektörel haber yapan gazeteler “turizm gazeteleri” anahtar kelimesi ile taratılarak belirlenmiştir. Tespit edilen ilk 20 gazete, Tablo 1'de sıralanmaktadır.

Diğer yandan sosyal medya, işletmeler arası iletişime, işletme ile müşteri arası iletişime ve müşterilerin kendi aralarında kurduğu iletişime yeni bir açılım getiren teknolojik ve bir o kadar da popüler bir kavram (Kietzmann vd., 2011) olarak gündelik yaşamımızda büyük bir yer teşkil etmektedir. Küresel dünyada giderek daha da artan kullanımı, sosyal medyayı tüm tarafların birlikte değer yarattığı bir yapıya kavuşturmuş ve dolayısıyla da hem örgütlerin hem de bireylerin vazgeçilmezleri arasına sokmuştur (Cheng ve Foley, 2018). Günümüz modern dünyasında sosyal medyanın, insanların işbirliği yapmak ve bilgi paylaşmak için kendi başlarına “medya” haline gelmelerine izin veren katılımcı bir platforma (Li ve Wang, 2011) dönüşmüş olduğunu söylemek mümkündür.

2006'da kurulmuş olan Twitter, dünya üzerinde en çok tercih edilen popüler mikro blog (Akehurst, 2009) hizmetleri arasında yer almaktadır. Kullanıcılar, Twitter sayesinde herhangi bir konuya ait düşüncelerini en fazla 280 karakter uzunluğundaki mesajlar vasıtası ile herkese açık veya kendi aralarında özel mesajlar şeklinde ya da diğer kullanıcıların mesajlarına yorumlar yaparak (Aladwani, 2015) aynı anda tüm dünya ile paylaşabilmektedir. 2021 yılı itibariyle tüm dünyada Twitter'a kayıtlı 1,3 milyar kullanıcı hesabı bulunmakta; aylık 396,5 milyon aktif kullanıcı, her gün ortalama 436 milyon Tweet paylaşımı yapmaktadır. Twitter kullanıcıları, çoğunlukla 35-49 yaş grubuna mensuptur. Platform, en çok ziyaret edilen web siteleri arasında tüm dünyada dördüncü sırada yer alırken; Türkiye'de beşinci sıradadır. Türkiye'de 13,6 milyon aktif kullanıcı, ayda ortalama 7,8 saatlerini Twitter'da geçirmektedir (We Are Social Digital Report, 2021). Bu araştırmada kullanılan sosyal medya verileri, dünyanın ve Türkiye'nin en fazla tercih edilen sosyal mesajlaşma platformlarından biri olan ve aynı zamanda günümüzde tanıtım, reklam vb. pazarlama faaliyetleri için de etkin biçimde kullanılan Twitter'dan derlenmiştir.

Bu çalışmada; araştırmacının hedefi doğrultusunda zengin bilgi içerdiği düşünülen olgu ve durumların derinlemesine incelenmesine imkân sağlaması (Büyüköztürk, vd., 2010) dolayısıyla amaçlı örnekleme tercih edilmiştir. Dijital turizm basını üzerinden yapılan taramalar; 2011-2021 yılları arasındaki on yıllık süreyi kapsamakta ancak yukarıda da belirtildiği üzere arşiv kısıtı nedeniyle geriye dönük olarak son altı yıl ve 20 gazete için toplamda 120 kez yapılmıştır. İlgili veriler Eylül-Aralık 2021 tarihleri arasında toplanarak kodlanmıştır. Bu taramalardan toplam 1.144 metin (haber-köşe yazısı-ropörta) elde edilmiştir.

Sosyal medya için yapılan taramalar da Eylül-Aralık 2021 tarihleri arasındaki 12 hafta boyunca haftalık olarak tekrarlanmış; her bir başlık ve tabela için 120 kez yinelenmiştir. Bu taramaların 112'sinden toplam 2.989 Tweet elde edilmiştir. Twitter'da belirli bir etikete (hashtag) katılmak için yazılan mesajlar “#” simgesi ile başladığı için (Aladwani, 2015) Twitter'da, “sağlık turizmi”, “tıp turizmi”, “medikal turizm”, “health tourism” ve “medical tourism” anahtar kelimeleri ve “#sağlıkturizmi”, “#tıpturizmi”, “#medikalturizm”, “#healthtourism” ve “#medicaltourism” etiketleri ile aramalar gerçekleştirilmiştir. Çalışma yerel medya üzerinden Türkiye'deki duruma ışık tutmayı amaçladığı için atılan tweetler sadece Türkçe olanlar arasından seçilerek sınırlandırılmıştır.

Sosyal medya verileri, belirlenen üç aylık süre içerisindeki 90 gün boyunca ve günün her saati atılan tweetleri içermektedir. Dijital ve sosyal medya üzerinden elde edilen veriler, MaxQDA 2020 nitel analiz programında içerik analizi ile değerlendirilmiştir. İçerik analizi, sosyal bilimler alanında, toplumsal olarak kitle iletişim araçlarının yaygın bir biçimde kullanılmaya başlanması ile önem kazanan (Aziz, 1990) araştırma tekniklerinden biridir. Burada amaç herhangi bir metinde var olan özelliklerin varoluş sıklıklarını ve niteliklerini belirleyerek nitel ya da nicel analiz teknikleri ile tespitini gerçekleştirmektir. Bu sayede çeşitli metinlerin kapsamı ve içerdiği anlam ve mesajlar, temsil ettiği değerler, toplumsal karşılıkları (Taylan, 2011) vb. konularda söz söyleyebilme imkânı bulunabilir. İçerik analizi, iletişim esnasında kullanılan metinler üzerinden yapılmaktadır ve metni açıklamaktan ziyade; içeriğinden mevcut bir sosyal gerçekliğe dair çıkarım yapabilmek hedeflenmektedir.

Tablo 1. Araştırmada Kullanılan Veri Setleri

	DİJİTAL MEDYA					SOSYAL MEDYA				
	Turizm Gazeteleri	HS (n)	%	Kod (f)	%	Anahtar Kelimeler	TS (n)	%	Kod (f)	%
1.	turkiyeturizm.com	280	24,48	3679	23,10	sağlık turizmi	2333	78,05	7290	68,37
2.	turizmhabermerkezi.net	238	20,80	2983	18,73	#sağlıkturizmi	335	11,21	1960	18,38
3.	turizmnsesi.com	87	7,60	1335	8,38	#medicaltourism	89	2,98	400	3,75
4.	turizmcingazetesi.com	83	7,26	1042	6,54	medical tourism	58	1,94	250	2,34
5.	turizmnews.com	83	7,26	1361	8,55	medikal turizm	50	1,67	263	2,47
6.	turizmgunlugu.com	80	6,99	1304	8,19	#healthtourism	43	1,44	203	1,90
7.	turizmajansi.com	61	5,33	883	5,50	tip turizmi	36	1,20	93	0,87
8.	tourmag.com	58	5,07	655	4,11	health tourism	35	1,17	150	1,41
9.	turizmhaberleri.com	49	4,28	682	4,28	#medikalturizm	10	0,33	53	0,50
10.	tourismtoday.net	28	2,45	359	2,25	#tupturizmi	0	0	0	0
11.	turizmuncel.com	23	2,01	329	2,07					
12.	turizmaküel.com	18	1,57	484	3,04					
13.	turizmglobal.com	17	1,49	287	1,80					
14.	turizmpress.com	12	1,05	207	1,30					
15.	turizm gazetesini.com	10	0,87	87	0,55					
16.	turizm.gazetesi.tv.tr	8	0,70	148	0,93					
17.	turizmhaberajansi.com	6	0,52	65	0,41					
18.	turizmpostasi.com	3	0,26	36	0,23					
19.	turizm gm.com	-	-	-	-					
20.	turizmplanet.com	-	-	-	-					
TOPLAM		1.144	100	15.926	100		2.989	100	10.662	100

HS: Haber sayısı, TS: Tweet sayısı

Tablo 1’deki dijital medya kısmında yer alan veriler, değerlendirmeye tabi tutulan tüm turizm gazetelerinin listesini içermektedir. Listenin 19. ve 20. sırasında yer alan “www.turizm gm.com” sitesi ve “www.turizmplanet.com” sitesi, haber arşivlerinin sırasıyla 2018 ve 2020 yılından daha eskiye gitmemesi nedeniyle değerlendirmeye alınmamıştır. Eylül-Aralık 2021 tarihleri arasında sağlık turizmi ile ilgili olarak yukarıda isimleri verilen dijital medyadan toplam 1.144 gazete içeriği ve sosyal medyadan 2.989 adet tweet içeriği elde edilmiş; sırasıyla 15.926 ve 10.662 açık kodlama yapılmıştır. Sağlık turizmi konusunda en çok içeriği “www.turkiyeturizm.com” (%24,48) üretmiş; en çok “sağlık turizmi” (%78,05) ifadesi geçen tweet atılmıştır.

Geçerlik-güvenirlilik, nitel araştırmalarda nicel çalışmalardan farklı şekilde ele alınarak, araştırılan konunun mümkün olduğunca tarafsız biçimde gözlenmesi (Yıldırım ve Şimşek, 2011) ile sağlanmaktadır. Ancak nitel araştırmalarda inandırıcılık, geçerlik güvenilirlikten daha çok aranması gereken bir özelliktir. Bunun için altın standart ismi verilen bazı kriterler belirlenmiştir: İnanılabilirlik, güvenilirlik, onaylanabilirlik ve aktarılabilirlik. Nicel araştırmalarda iç geçerlik ve dış geçerlik, nitel araştırmalardaki inanılabilirlik ve aktarılabilirlik kavramlarına tekabül etmektedir (Guba ve Lincoln, 1982). Whittemore, ve diğerleri (2001) konu ile ilgili yapılan kodlama, deşifre ve analizlerin talep eden kişilere sunulabilmesi imkanı vermesi açısından NVivo, MaxQDA gibi bilgisayar programlarının inanılırlığın sağlanmasında yeterli olduğunu ifade etmektedir. Çalışmanın analizlerinde MaxQDA kullanılmış olması bu ilkenin yerine getirilmiş olduğunu göstermektedir.

İnternet ortamında yayın yapan gazetelerin sorumlu yayıncılık ilkesinden hareketle haber yaptıkları varsayılmakta ve Twitter’ın, insanların gerçek ve doğal davranışlarından elde edilen verileri içermesinin, öz bildirimine dayalı (self-response report) anketlerle toplanan verilerden daha güvenilir

sebeup-sonuç ilişkileri yarattığı (evik vd., 2015) bilinmektedir. Diğere yandan, veriler invivo olarak, yani kelime veya ifade olduğu gibi kodlamaya tabi tutulmuşlardır ve bir kod, aynı belge içerisinde yalnızca bir sefer kodlanmıştır. Ayrıca güvenilebilirlik, verilerin toplanması sırasında birden fazla araştırmacının çalışması ve literatürden faydalanılması ile sağlanmaktadır. Çalışma, bu şartı da yerine getirmektedir. Onaylanabilirlik, benzer konulardaki araştırmaların başka araştırmacılarca da yapılabilmesi için tüm verilerin kaydedilmesi esasına dayanmaktadır (Arastaman vd., 2018). Bu çalışmada kullanılarak kayıt altına alınan tüm veriler, aynı zamanda web ortamında tüm kamuoyunun rahatlıkla ulaşabileceği şekilde yayınlanmaya devam etmektedir. Çalışma bu yönleri ile güvenilebilirlik şartını sağlamaktadır. Aktarılabilirlik, alışma sonuçlarının benzer durumlara aktarılabilirlik şartları sağlaması durumudur. Aktarılabilirliğin sağlanması için araştırmada izlenen yöntem, örneklem seçimi, veri kaynaklarının özellikleri detaylı bir şekilde belirtilmelidir. İlgili konulara çalışma içerisinde ayrıntılı olarak yer verilmiştir. Diğere yandan, zengin bilgi içerdiği düşünülen olgu ve durumların derinlemesine incelenmesine imkân sağlaması (Büyüköztürk, vd., 2010) dolayısıyla bu çalışmada tercih edilen ‘‘amaçlı örnekleme yöntemi’’, araştırma sonuçlarının aktarılabilirliğini arttırmak için önerilen yöntemler arasında gösterilmektedir (Yıldırım ve şimşek, 2011).

4. BULGULAR

Bu bölümde dijital ve sosyal medya üzerinden elde edilen veriler, sağlıklı bir değerlendirme yapabilmek için ayrı tablolar ve şekiller halinde, ancak bir arada sunulmuştur. Tablo 2’de ülkemize tedavi amacı ile gelen ziyaretçilerin, hangi sağlık hizmetlerinden faydalanmak üzere geldikleri görülmektedir. *Dijital medya* başlığı altında yapılan kodlamalarda ziyaretçilerin tedavi tercihlerini içeren 293 belgeye rastlanmış; bu belgelerin %20,48’inin *onkoloji* ile ilgili olduğu belirlenmiştir. Ayrıca medya için yapılan 120 taramadan elde edilen 1.144 metin içerisinde tedavi türlerinden bahsedenenlerin sayısı 293, tedavi türlerine değinmeden sağlık turizminden bahsedenenlerin sayısı 851’dir.

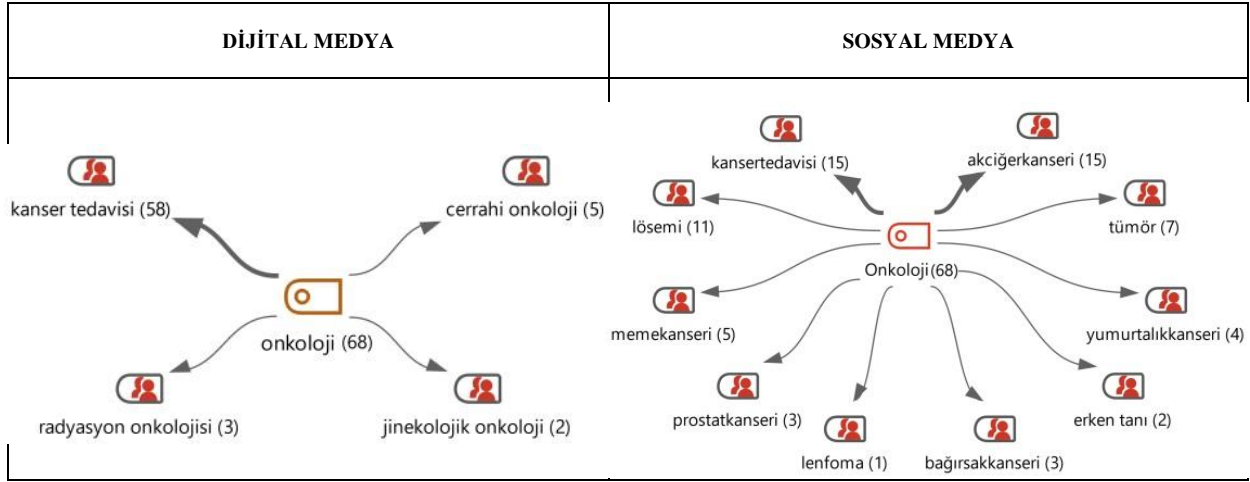
Sosyal medya mesajları arasında ise tedavi tercihlerini içeren 69 belgeye rastlanmış; bu belgelerin %34,78’inin *onkoloji* ile ilgili olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla onkoloji, gerek dijital gerekse de sosyal medya analizlerinde sağlık turistlerinin tedavi tercihlerinde ilk sıralarda yer almaktadır. Tedavi türlerinden bahsedenen tarama grup sayısı 69, tedavi türlerine değinmeden sağlık turizminden bahsedenenlerin sayısı 43’tür. Bu 69 taramada tüm tedavi türlerinden bahsedenen tweet sayısı 1.338’dir. Her iki veri setinde onkolojiye dair 68’er belge yer almaktadır.

Tablo 2. Medikal Turistlerin Tedavi Tercihleri

	DİJİTAL MEDYA				SOSYAL MEDYA					
	Basın- Turistlerin Tedavi Tercihleri	n	%	f	%	Twitter- Turistlerin Tedavi Tercihleri	n	%	f	%
1.	Medikal Estetik	149	50,85	238	23,24	Medikal Estetik	52	75,36	649	48,51
2.	Genel Cerrahi	125	42,66	163	15,92	Diş	33	47,83	211	15,77
3.	Diş	77	26,28	101	9,86	Kadın Hast. ve Doğum	27	39,13	115	6,28
4.	Ortopedi-Travmatoloji	74	25,26	81	7,91	Onkoloji	24	34,78	68	5,08
5.	Onkoloji	60	20,48	68	6,64	Diğere	21	30,43	43	3,21
6.	Kalp ve Damar Hast.	47	16,04	50	4,88	Ortopedi Travmatoloji	18	26,09	48	3,59
7.	Gz	41	13,99	41	4,00	Dahili Hastalıklar	12	17,39	16	1,20
8.	Kadın Hast. ve Doğum	37	12,63	54	5,27	Gz	12	17,39	51	3,81
9.	Nakiller	37	12,63	65	6,35	Kalp ve Damar Hast.	10	14,49	34	2,54
10.	Sağ. Besl. ve Zayıflama	34	11,60	40	3,91	Sağ. Besl. ve Zayıflama	8	11,59	73	5,46
11.	Alternatif tedaviler	32	10,92	58	5,66	Nakiller	8	11,59	20	1,49
12.	Diğere	25	8,53	34	3,32	Genel Cerrahi	5	7,25	7	0,52
13.	Dahili Hast.	19	6,48	31	3,03	Alternatif tedaviler	3	4,35	3	0,22
Kodlanmış BELGELER		293	25,61	Atanan Kod	100,00	Kodlanmış BELGELER	69	61,60	Atanan Kod	100,00
Kodlanmamış BELGELER		851	74,39			Kodlanmamış BELGELER	43	38,40		
TOPLAM BELGE		1.144	100,00	1.024	TOPLAM TWEET	2.989	100,00	1338		
TOPLAM TARAMA		120				BAşARILI TARAMA			112	
						TOPLAM TARAMA			120	

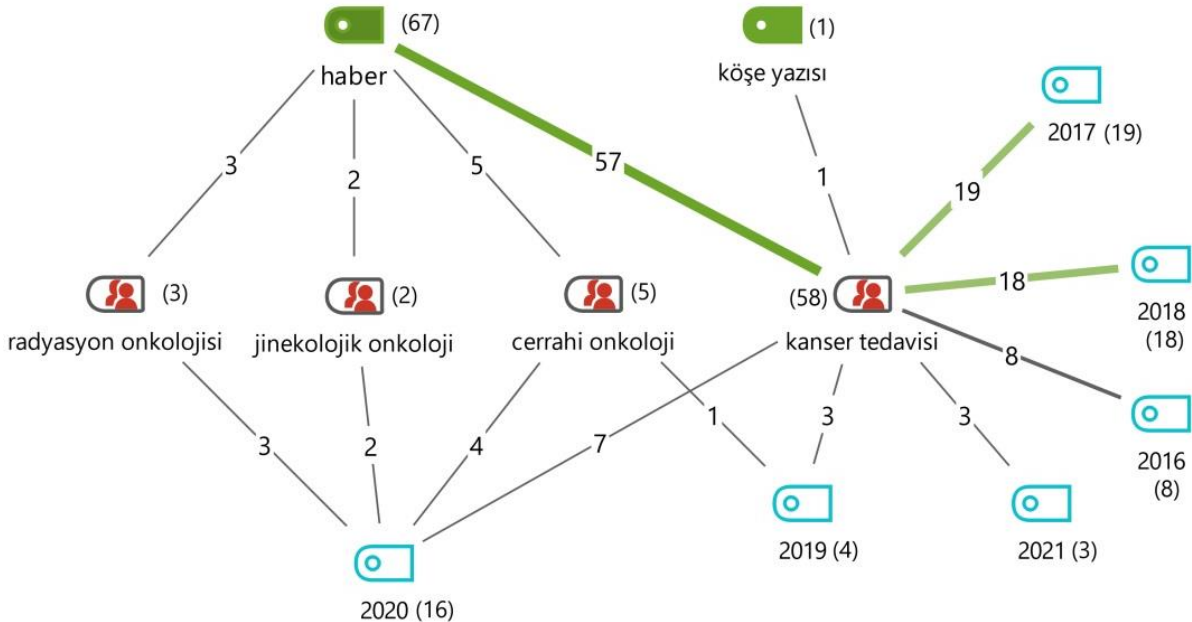
şekil 1’de turistlerin onkolojik tedavi tercihlerine dair frekans dağılımları gösterilmektedir. Buna göre dijital medya mesajlarında onkoloji ana başlığında en çok *kanser tedavisinden* (%85,29; f=58) bahsedilmekte; onu sırası ile cerrahi onkoloji (5), radyasyon onkolojisi (3) ve jinekolojik

onkoloji (2) izlemektedir. Sosyal medya da benzer biçimde, onkoloji ana başlığında en çok *kanser tedavisinden* (%22,05; f=15) ve *akciğer kanserinden* (%22,05; f=15) bahseden içerikler üretmiştir. Bu durum Globocan (2020) raporunda dünya üzerinde en sık görülen kanser türleri ve ölüm oranı ile ilişkilendirilen hastalığın akciğer kanseri olduğu verisi ile örtüşmektedir.



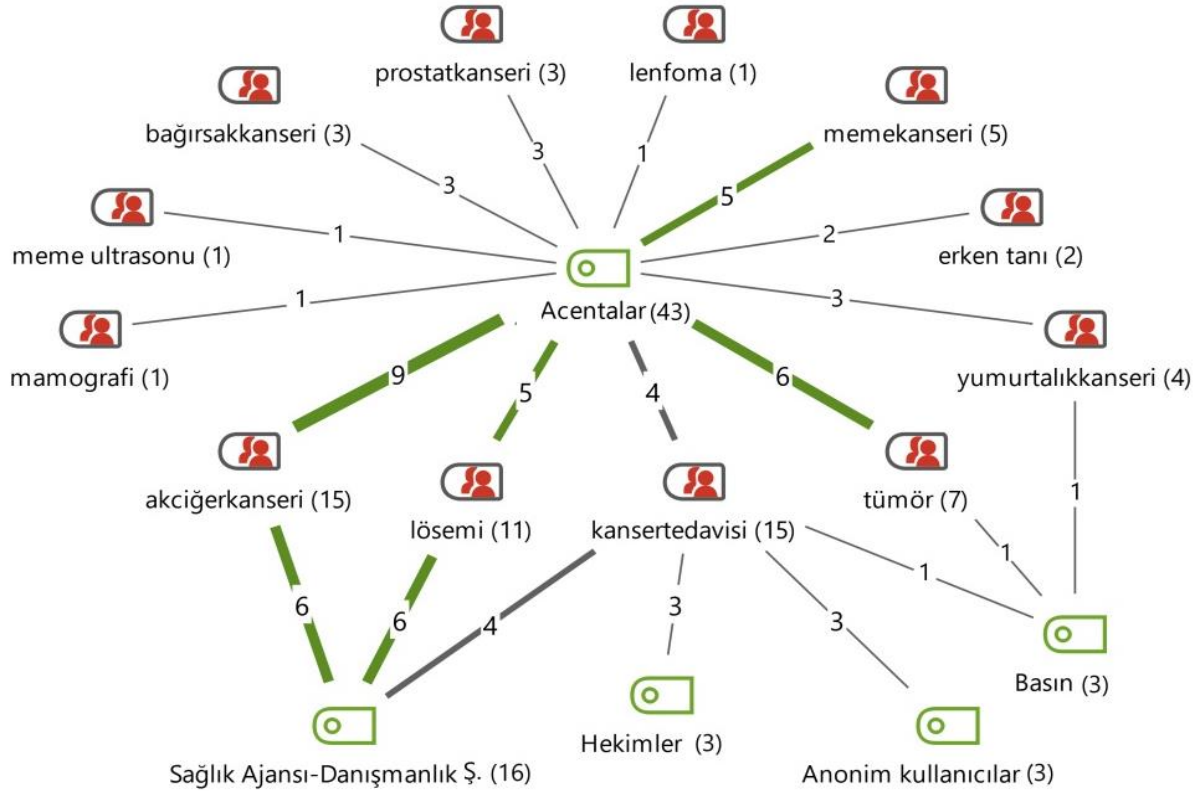
Şekil 1. Onkolojik Tedavi Tercihlerinin Frekans Dağılımı

Dijital turizm basınında *turizm-onkolojiye* dair içeriklerin yıllara göre ve metin türlerine göre frekans dağılımı Şekil 2’de verilmiştir. Gazetelerde yer alan onkoloji ile ilgili içerikler, haber ve köşe yazılarında yer almasına karşın; yapılan röportajlarda konudan bahsedilmediği görülmüştür. Buna göre en fazla içerik: *haber* (%98,52; f=67) olarak, *kanser tedavisi* (%85,07; f=57) konusunda ve 2017 yılında (%32,75; f=19) üretilmiştir. Bunu 2018 yılında yine aynı konuda yapılan haberler takip etmektedir. 2021 yılı ise bu konuda en az içeriğin üretildiği yıldır. 2016-2017 yıllarında dünya üzerindeki hastaların tıbbi ihtiyaçları için tercih ettikleri ülkeler sıralamasında Türkiye’nin üçüncü sıraya (MTA, 2017) kadar yükselmiş olması ile ilgili veriler anlamlı bir biçimde örtüşmektedir. Küresel tercihlerdeki bu yükselişin, benzer biçimde turizm basınına yansdığı anlaşılmaktadır.



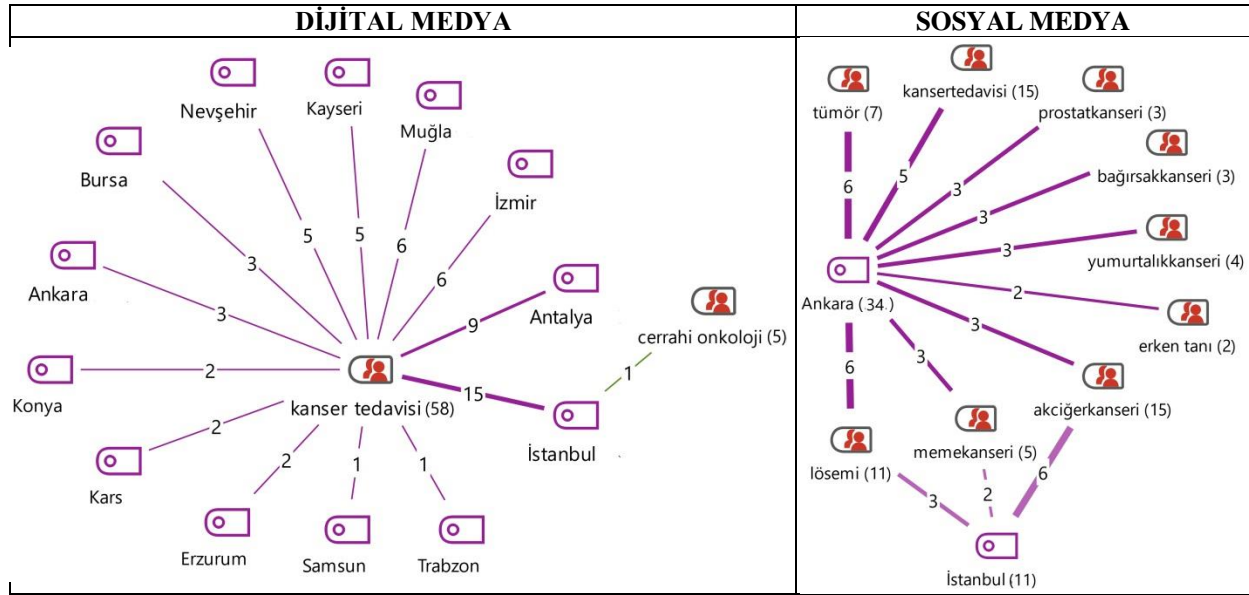
Şekil 2. Dijital Turizm Basınında Turizm-onkolojinin Yıllara ve Metin Türüne Göre Dağılımı

Şekil 3'te sosyal medyada turizm-onkolojiye dair atılan mesajların, kullanıcı profillerine göre dağılımı gösterilmektedir. İlgili konuya dair tweet atan kullanıcıların paylaştıkları mesajlar frekanslarına göre sıralandığında: Acentaların (%63,23; f=43), bu konuda en çok mesaj paylaşan kullanıcı profili olduğu saptanmıştır. Acentalar, en fazla akciğer kanseri (%20,93; f=9) konusunda mesaj atmıştır. Acentaları, sağlık ajansı ve danışmanlık şirketleri (%23,52; f=16) izlemektedir. Sağlık ajansı ve danışmanlık şirketleri ise en çok (%37,5; f=6) akciğer kanseri ve lösemi konularında paylaşım yapmıştır. Bu sonuç, turizm işletmelerinin aracılığı olan acentalar ile sağlık kuruluşlarının aracılığı olan danışmanlık şirketlerinin bu konuyu daha fazla ön plana çıkardıkları sonucunu ortaya koymaktadır.



Şekil 3. Sosyal Medyada Turizm-onkolojinin Kullanıcı Profillerine Göre Dağılımı

Dijital ve sosyal medya mesajlarında yer alan *onkolojik* amaçlı ziyaretçilerin kanser tanı ve tedavilerinde tercih ettikleri destinasyonlar Şekil 4'te gösterilmektedir. Dijital medya üzerinden yapılan analizlerde onkoloji alt dalları ve destinasyonlar arasında yapılan çakışma analizinde yalnızca *kanser tedavisi* ve *cerrahi onkoloji* alt dallarında bağlantılara rastlanmıştır, diğer onkoloji branşları için destinasyon tercihlerine dair veriye rastlanmamıştır. Dijital medyada başta İstanbul, Antalya, İzmir ve Muğla olmak üzere pek çok kent ön plana çıkmakla birlikte, *kanser tedavisi* için en çok İstanbul (%25,86; f=15) ve Antalya (%15,51; f=9); *cerrahi onkolojide* ise İstanbul tercih edilmektedir. Bu şekil aynı zamanda turizm-onkolojik amaçla İstanbul'a gelen her 16 hastanın 15'inin kanser tedavisi, birinin ise cerrahi onkoloji için seyahat ettiğini göstermektedir.

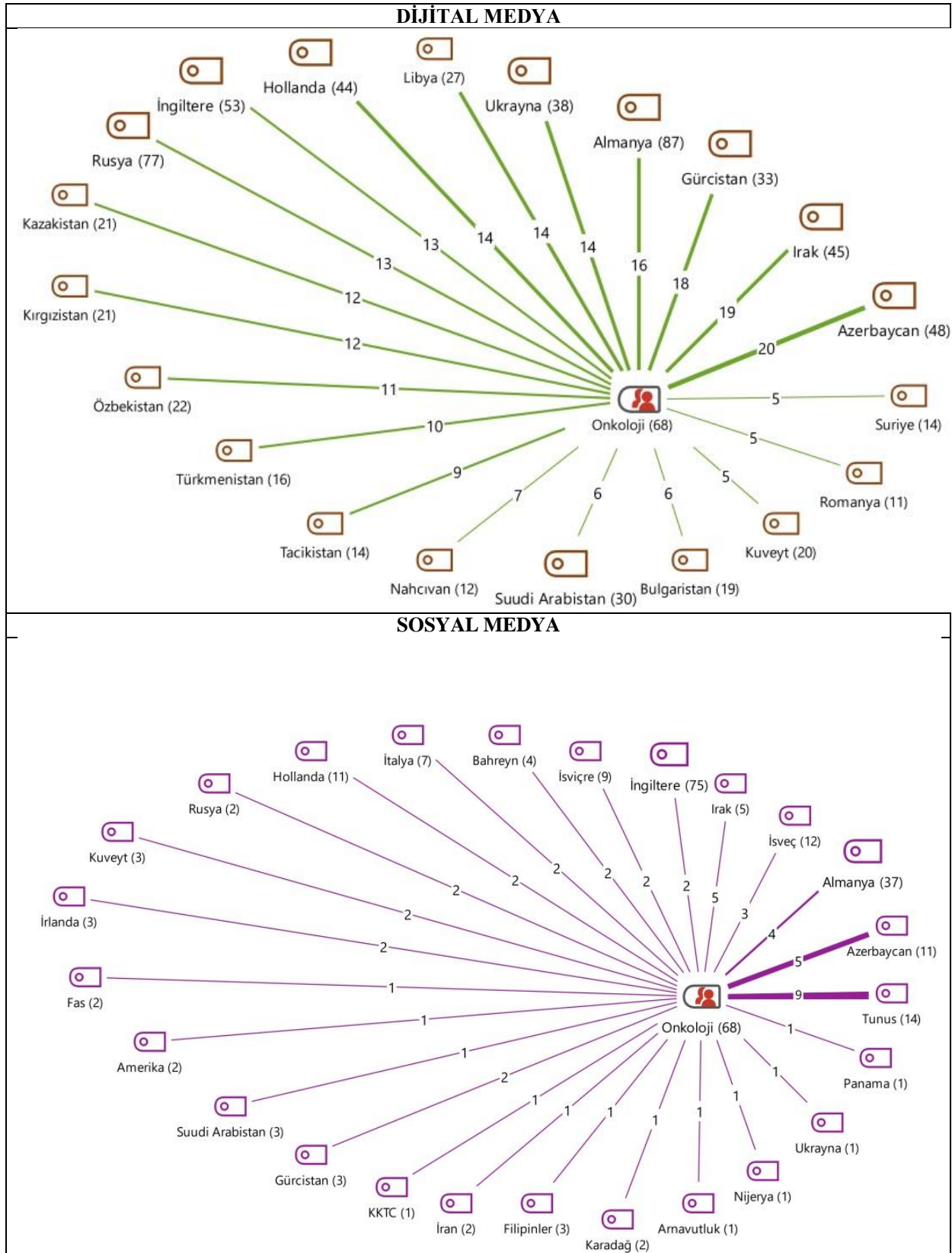


Şekil 4. Turizm-onkoloji Destinasyonları

Sosyal medya mesajlarında ise yalnızca iki kent turizm-onkoloji ile ilişkili çıkmıştır: Ankara ve İstanbul. Sosyal medyadan elde edilen veri setinde: Ankara en çok (%17,64; f=6) *tümör* ve *lösemi tedavisi* ile birlikte anılırken; İstanbul (%54,54; f=6) en çok *akciğer kanseri* tedavisi ile ön plana çıkmaktadır. Bu noktada her iki medya üzerinden elde edilen verilerin tamamlayıcı nitelikte olduğu ifade edilebilir. Dijital medya daha çok destinasyonlar üzerinde durmakta, sosyal medya ise en çok tercih edilen iki destinasyon üzerinden turizm-onkolojik tanı ve tedavi türlerine vurgu yapmaktadır.

Bu durumun nedeni olarak sosyal medya kullanıcılarının profilleri ve kullanım amaçları gösterilebilir. Şekil 3'te görüleceği üzere turizm-onkolojik amaçla sosyal medyayı en çok kullananlar seyahat acentaları ile sağlık-danışmanlık şirketleridir. Sosyal medya veri analizlerinde (çoğunlukla bu şirketler tarafından) yapılan sağlık turizmi ile ilişkili paylaşımların, en çok turiste *bilgi vermeye yönelik* (%75,68; f=84) ve *ticari nitelikte* (%65,77; f=73) olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla turizm-onkoloji alt türlerinin daha detaylı çıkma nedeni; bu şirketlerin, kullanıcıların en çok tercih ettikleri sosyal medya türlerinden biri olan Twitter'da daha kapsamlı bilgi verme ve tanıtım yapma ihtiyaçlarından kaynaklanıyor olabilir.

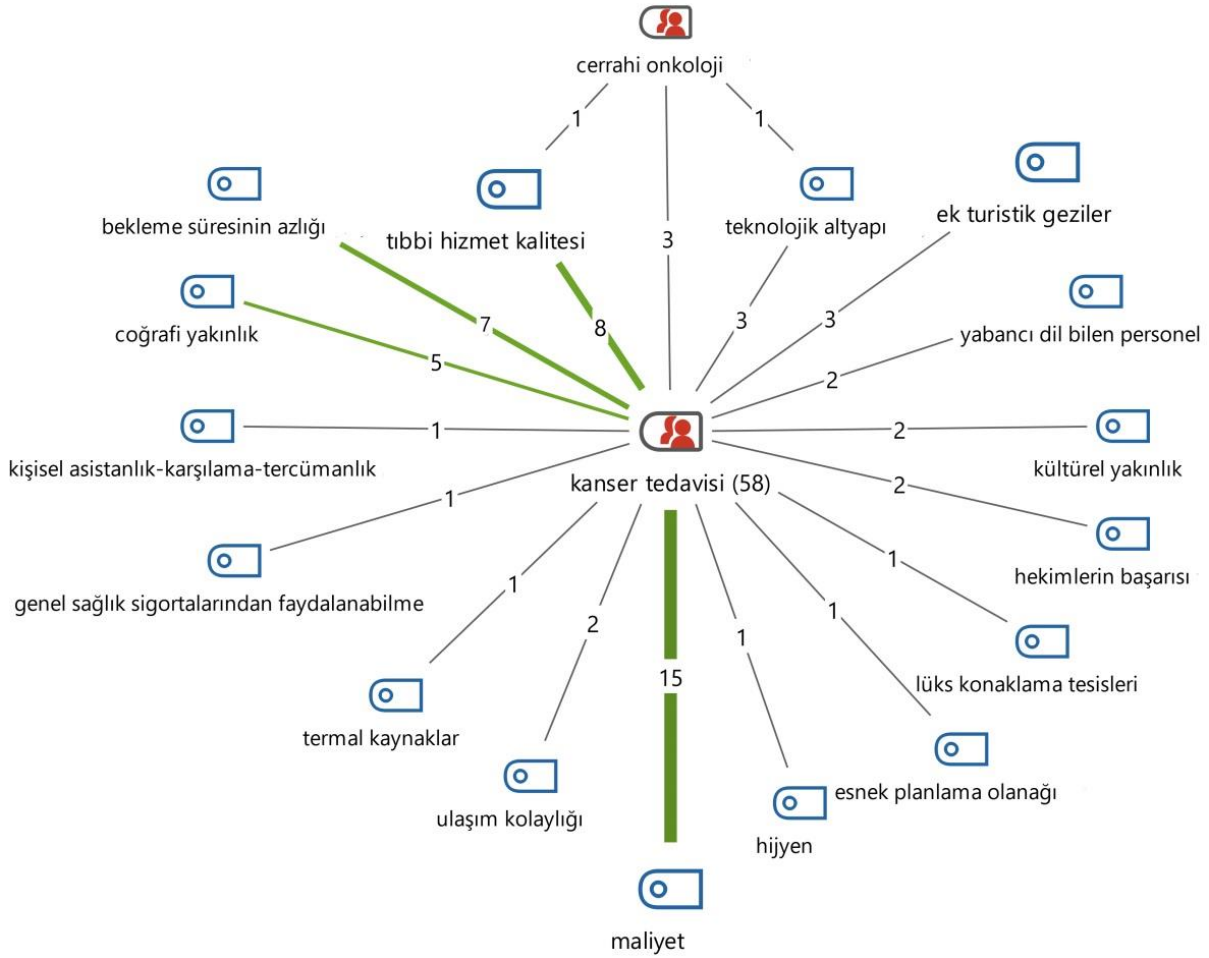
Şekil 5'te turizm-onkoloji amaçlı olarak Türkiye'ye hasta gönderen ülkelerin frekans dağılımları gösterilmektedir. Dijital medyada en çok sağlık turisti gönderen ülkeler arasında ilk sırada *Azerbaycan* (%41,66; f=20) yer almaktadır. Sosyal medyada ilk sırayı *Tunus* (%64,28; f=9) almasına rağmen Azerbaycan'dan sağlık turizmi için gelen her 11 hastanın beşinin (%45,45; f=5) onkoloji tedavisi aldığı, dolayısıyla oransal olarak her iki medyadaki verinin tutarlı olduğu ifade edilebilir. İki medya arasındaki farkın ise analizlerin dayandığı zaman dilimi ve veri tabanlarından kaynaklanıyor olması muhtemeldir. Dijital medyadan geriye dönük altı senelik boylamsal veri, sosyal medyadan ise ileriye dönük üç aylık veri analiz edilmiştir. Diğer yandan, sosyal medyanın dijital medyaya kıyasla daha güncel ve özgür olan yapısının, paylaşımlara yansımış olma ihtimali de hesaba katılmalıdır.



Şekil 5. Turizm-onkoloji Pazarlarının Frekans Dağılımları

Turizm-onkoloji pazarlarının daha sağlıklı değerlendirmesini yapabilmek için motivasyon unsurlarının da tespit edilmesi gerekir. Şekil 1’de kanser tedavisi için Türkiye’yi tercih eden ziyaretçilerin motivasyon unsurları yer almaktadır. Bu başlık altında yalnızca dijital medya analizlerinden veri elde edilebilmiştir. Buna göre en yüksek motivasyon unsurunun *maliyet* (%25,86; f=15) olduğu ortaya çıkmıştır. Maliyet unsurunu sırasıyla *tıbbi hizmet kalitesi* (%13,79; f=8), *bekleme süresinin azlığı* (%12,06; f=7) ve *coğrafi yakınlık* (%8,6; f=5) takip etmektedir. Kanser hastalığının

tedavisinde hastaların ölüm oranlarının yüksekliği ve zamanla yarıştıkları göz önüne alındığında ortaya çıkan sonuçların mevcut durum ile örtüştüğü görülmektedir.



Şekil 2. Turizm-onkolojik Motivasyon Unsurları - Dijital Medya

5. SONUÇ

Medikal turizm kapsamında gerçekleşen turizm-onkoloji hareketlerinin, dijital ve sosyal medyadaki profilinin ortaya çıkarılması amacıyla gerçekleştirilen bu çalışma sonucunda; (i) medikal turizm ile ilgili dijital ve sosyal medya içerikleri içerisinde onkolojinin, ilk beşte yer aldığı, (ii) turizm-onkolojik seyahatlerin en fazla akciğer kanserinden dolayı yapıldığı, (iii) sosyal medyada turizm-onkoloji paylaşımları yapanların ağırlıklı olarak seyahat acentaları ile sağlık ajansları ve danışmanlık şirketleri olduğu, (iv) dijital medyadaki sağlık turizmi içeriklerinin, çoğunlukla haber metinlerinden oluştuğu, (v) turizm-onkolojik amaçla ülkemize gelen ziyaretçilerin, sırasıyla İstanbul, Antalya, Ankara, İzmir ve Muğla'yı tercih ettikleri; kaynak pazarların ise Azerbaycan, Irak, Tunus, Gürcistan ve Almanya olduğu, (vi) ülkemize turizm-onkolojik amaçla gelenlerin en önemli tercih nedeninin maliyet olduğu tespit edilmiştir.

Turizm-onkolojik amaçlı seyahatlerde dijital medyada İstanbul ve Antalya; sosyal medyada ise Ankara ve İstanbul kentleri ön plana çıkmaktadır. Sıralamaların yıllara ve paylaşım yapılan mecralara göre değişiklik göstermesi mümkündür. Ancak bütüncül bir değerlendirme yapıldığında literatürde yapılan çalışmalar (Zengingönül vd., 2012; Barca, 2013; Çapar, 2018); genel olarak sağlık turizmi açısından ön plana çıkan destinasyonların, sıralamaları değişmekle birlikte, aynı kentler olduğuna işaret etmektedir. Bu durumun, söz konusu turizm-onkoloji destinasyonlarının, Türkiye'nin en büyük kentleri olmaları ve en bilinen ve belli ölçüde akredite olmuş kamu, özel ve tıp fakültesi hastanelerine sahip olmaları dolayısıyla, hastalarda güven duygusu oluşturmasından kaynaklandığı ifade edilebilir. Aynı durum, öne çıkan diğer destinasyonlar için de geçerlidir. Örneğin TÜRSAB

(2014) da turizm raporunda Türkiye’de tedavi için gelinen şehirler arasında Antalya’nın ilk sırada yer almakta olduğuna işaret etmektedir. Barca ve diğerlerine (2013) göre teknolojinin de gelişimi sayesinde özellikle İstanbul, Ankara ve İzmir illerinde verilen sağlık hizmeti kalitesi yükselmiştir. Binler’e (2015) göre, sağlık kuruluşlarının yüksek kalite standartlarıyla hizmet sağlamasının ispatı olarak gösterilen uluslararası sertifikalar ve akreditasyon belgeleri, sağlık turistlerinin tercihlerini olumlu yönde etkilemektedir. Örneğin her beş hastadan biri akredite olmuş kuruluşları tercih etmektedir (Sag ve Sengül, 2019). Tedavilerini İstanbul’da yaptırmayı tercih etmiş hastalar arasında yapılan araştırmalar da (Zengingönül vd., 2012; Çapar, 2018) kentin seçimi üzerinde etkisi olan motivasyon unsurları arasında doktor ve sağlık personeline güvenin ilk sırada yer aldığını belirlemiştir.

2020 yılı itibariyle, tüm dünyada 1.071 adet akredite edilmiş sağlık kurumu bulunmaktadır. Türkiye, JCI belgesi alan 44 sağlık kuruluşuna sahiptir ve akredite edilmiş sağlık kuruluşları sıralamasında dünyada altıncı sırada bulunmaktadır (JCI, 2020). Ankara ve İstanbul’da yapılan bir araştırmada; özel hastanelerin %92,3’lük büyük bir kısmının uluslararası akreditasyona sahip olduğu belirlenmiştir (Şahbaz vd., 2012). Yalnızca İstanbul’da JCI akreditasyon belgesine sahip 23 hastane bulunmaktadır. Örneğin, turizm-onkoloji ziyaretçilerinin de tercih ettiği Kayseri’nin; Türkiye’de bulunan on üniversite araştırma hastanesinden birine sahip olmasına, kentte onkolojinin ön planda olmasına ve kanser hastalarının aynı gün hizmet alma oranlarının yüksek olmasına rağmen tercih sıralamasında beşinci olması, JCI akreditasyon belgesine sahip olma oranının (%4,17; Bayram ve Akkühah, 2020) düşük olmasına bağlanabilir. Bu açıdan bakıldığında, akredite sağlık kuruluşlarının buldukları şehirlerin incelenmesi, neden bazılarının daha fazla ön plana çıktığının anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.

Çalışma kapsamında kanser tedavisi için ülkemize turist gönderen ülkelerin dijital medyada Azerbaycan ve Irak; sosyal medyada ise Tunus ve Azerbaycan olduğu görülmektedir. İki veri setindeki farklılığın, analizlerin dayandığı zaman dilimi ve veri tabanlarından kaynaklanıyor olması muhtemeldir. Literatürde yer alan bulgular da bu sonucu desteklemektedir. Tengilimoğlu’na (2013) göre kanser tedavisi için ülkemizi en çok ziyaret eden ülkeler Doğu Avrupa ve Orta Doğu ülkeleridir.

Kanser tedavisi için ülkemizi tercih eden ziyaretçilerin motivasyonlarında maliyet en önemli tercih nedenidir. Etkili olan diğer motivasyon unsurları sırasıyla: tıbbi hizmet kalitesi, bekleme süresinin azlığı ve coğrafi yakınlıktır. Bu bulgu literatür ile de örtüşmektedir (Cohen, 2008; Crooks vd., 2010; Şahbaz vd., 2012; Çapar, 2018; TÜROFED, 2019; Zengingönül vd., 2021). Medikal turizmin gelişiminde en etkili faktörlerden biri olarak ülkeler arasındaki fiyat farklılıkları gösterilmektedir. Özellikle kalp ameliyatları, protez ameliyatları ve onkolojik ameliyatlar gibi cerrahi müdahalelerde ülkeler arasında çok önemli fiyat farklılıkları bulunmaktadır (Baser ve Abdulkadir, 2013). Türkiye’de tedavi ve işlem ücretleri özellikle Batı ülkelerine göre oldukça düşüktür (Gülmez, 2017). Fiyatların Avrupa ve ABD’de ödenenlerin %30-65’ine karşılık geldiği bilinmektedir (Yıldız ve Khan, 2016; Sag ve Sengul, 2019). Cohen (2008), tıbbi nedenlerle seyahat eden bireyler arasında gelişmiş ülke vatandaşlarının en çok sağlık hizmetlerinin kalitesine ve bekleme süresinin kısalığına dikkat ettiklerine; gelişmekte olan ve az gelişmiş ülke vatandaşlarının ise maliyet ve coğrafi yakınlığı önemsediklerine işaret etmiştir. Örneğin gelişmiş bir ülkede prostat kanseri ameliyatı için altı ay beklenebilmekteyken; aynı işlem için Türkiye’de verilen süre üç gündür (Tontuş, 2017).

Medikal turizmin, *hizmet kalitesi* (Şahbaz vd., 2012), *yakınlık* (Crooks vd., 2010), *yabancı dil bilen personel* (Aksoy, 2016; Al-Shamsi vd., 2018), *coğrafi yakınlık* (Toprak vd., 2014), *akreditasyon, konaklama şartları* (Bayar, 2019), *sigorta ve hizmet eksikliği* (TÜROFED, 2019) gibi etkenlere karşı da duyarlı olduğu bilinmektedir. Diğer yandan, medikal turistler genellikle tedavilerini turistik gezi ve etkinliklerle birleştirebilecekleri destinasyonları seçme eğiliminde (Nguyen, 2016) olsalar da bu durumun kanser hastaları için geçerli olmadığı görülmektedir. Bu konu ile ilgili olarak TÜROFED (2018) raporunda hastaların özel bir mantıksal sıra takip ettiğinden bahsedilmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde hastalığın ve tedavi ihtiyacının türüne ve aciliyetine göre farklı destinasyon, hekim ve sağlık kuruluşu alternatifleri değerlendirilmeye alınabilmektedir.

Günümüz gelişmiş dünyasında internet teknolojisi aracılığı ile bilginin paylaşımı ve bilgiye erişim her geçen gün daha yaygın ve kolaylaştırıcı bir hal almaktadır. İnternet vasıtası ile yayılan bilgi, medikal turizm açısından oldukça kıymetli ve kimi hastalıklarda zamanla yarıldığı göz önüne alınacak olursa; tanı ve tedavinin gerçekleştirileceği destinasyonların hızla tespiti ve tercihi konusunda

önemli avantajlar sağlamaktadır. Hastalıkların teşhis ve tedavisi için tıp turizmine katılacak olan bireylerin, ihtiyaç duydukları bilgiye ulaşmak için çağımızın en hızlı iletişim araçlarından biri olan interneti öncelikli olarak kullandıkları bilinmektedir. Amerikan Araştırma Merkezi PEW'in (2010) raporuna göre, ABD'de yaşayan kronik hastalığı olmayan kişilerin %81'lik, kronik hastalığı olan kişilerin ise %62'lik kısmı belirli hastalık bilgileri, tedavi seçenekleri ve reçeteli ilaç bilgileri vb. konularda bilgi edinmek için ilk önce internete başvurmuştur. Raporda her on internet kullanıcısından sekizinin, sağlık durumu ne olursa olsun tıbbi bilgi almak için çevrimiçi oldukları, kanser hastalarının ise beşte birinin öncelikle kendilerinininkine benzer sağlık sorunları olan diğer insanlara ulaşabilmek motivasyonu ile bu taramalara dâhil olduğu belirtilmektedir. Bu hastaların ayrıca iyi beslenme ve egzersiz uygulamalarının sürdürülmesi; kendi durumlarını izlemek ve tedavi protokollerine uymak; tıbbi görüşmeler yaparak merak ettikleri konulara dair bilgiler almak, tedavi sağlayıcıları seçmek gibi arama davranışları da bu motivasyonlar arasında sıralanmaktadır. Gill ve Singh (2011), yaptıkları çalışmada medikal turistlerin %73'ünün, destinasyon seçimlerini internet araştırmaları sonucunda yaptıklarını tespit etmiştir.

İnternet, hastalar ve tanı/tedavi sağlayan kurum-kuruluş ve destinasyonlar arasında bilgi alışverişini kolaylaştırıcı bir portal olması dolayısı ile de medikal turizm endüstrisinin yaygınlaşmasında ve büyümesinde önemli paya sahiptir (Reed, 2008). Hastalar arasında, tıbbi bilgi içeren internet sayfaları, hekimler, sağlık kuruluşları, çevrimiçi destek sağlayan, kişi, kurum ve kuruluşlar ile internet vasıtası ile iletişime geçmek yaygın bir davranış biçimidir. Bu imkânın, zamana ve coğrafi koşullara bağlı olmadan ve çoğunlukla ücretsiz sağlanıyor olması sıklıkla tercih edilme nedenleri arasında gösterilmektedir (Yılmaz, 2013). İnternet, coğrafi sınırları ortadan kaldırması ve özellikle zaman faktörü dolayısıyla kanser hastaları için önem taşımaktadır.

Medikal turistlerin ve özellikle turizm-onkoloji hastalarının internet kullanım sıklıkları, hastalıkların tanı ve tedavileri için ilk başvurdukları kaynaklar arasında internetin yer alması gözönüne alındığında; internet üzerinden yapılacak tanıtımların önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle medikal turizm tanıtımı için kapsamlı, sistemli, güvenilir bilgilerin yer aldığı web sayfalarının oluşturulması büyük önem taşımaktadır. Diğer yandan tıp turizminin oldukça güncel ve dinamik veri akışı sağlaması dolayısı ile sosyal medya üzerindeki tanıtımlarına da ayrıca önem ve hız verilmelidir.

Sağlık ve Turizm Bakanlıklarının, tedavi amaçlı gelen turist sayılarına dair ayrıntılı istatistikler ve raporlar hazırlaması önem taşımaktadır. Bu konu ile ilgili önemli bir eksiklik mevcuttur. Medikal turizm amacıyla seyahat eden turistlerin kayıtlarının; tedavi edilen hastalık ve tercih edilen destinasyon ayrıntılarına dek tutulması, raporlaştırılması, konu ile ilgili çalışmalar yapılması, ilgili çalışmalardan elde edilen bilgilerin araştırmacılarla ve kamuoyu ile paylaşılması, büyük önem taşımaktadır. Her yıl %35 artış göstermesi beklenen (MTA, 2017) medikal turizm endüstrisinden küresel çapta 7,2 milyar dolarlık gelir (THTC, 2018) elde edildiği göz önüne alınacak olursa hızla büyüyen bu niş pazar (Connel,2006), destinasyon ülkelerin gayri safi yurtiçi hasılasına döviz geliri sağlayarak önemli bir katkı yapacaktır. Bakanlıklarca sağlanacak kapsamlı veri destekleri, hem alanda araştırma yapmakta olan araştırmacılar, hem de turizm sektöründe planlama çalışması yürütecek girişimcilerin kullanabileceği sağlıklı ve bütünsel bir veri havuzu yaratabilecektir. Bu sayede sağlık turizmi konusunda yapılacak reklam, tanıtım ve pazarlama çalışmalarının kapsamı genişleyecek, dolayısıyla da sağlık turistlerinin ülkemizi tercih oranları artacaktır (Aksoy, 2016).

Özellikle Sağlık Bakanlığı ve Turizm Bakanlığı'nın konu ile ilgili istatistiklerden yalnızca genel başlıklar altında söz etmesinin, üretilen bilginin eksik kalmasına sebep olması nedeniyle bu tür betimsel çalışmaların, durumun tespitinin yapılması ve öneminin fark edilmesi açısından önemli bir açığı kapattığı ifade edilebilir. Literatürde konu ile ilgili olarak yapılmış az sayıdaki çalışmanın yanı sıra, mevcut kaynaklar; STK'ların yayınladığı ve daha çok bölgesel bilgi ve veriler içeren raporlar ile sınırlıdır. Elde edilen verilerin, konu ile ilgili istatistiklerin yayınlanmaması nedeni ile karşılaştırılamaması, çalışmanın sınırlılıkları arasında yer almaktadır. Araştırmanın sadece dijital turizm basınının son altı yıllık arşivinden ve tek bir sosyal medyadan son üç ay için çekilmiş olması, araştırmanın bir başka önemli bir kısıtıdır. Bu konuda daha kapsamlı değerlendirme yapabilmek için diğer sosyal medya platformları ile birlikte yazılı /görsel medyanın da hesaba katılması ve sadece onkoloji için değil, medikal turizmin diğer alt türleri için de değerlendirmeler yapılması gerekmektedir. Bu çalışma internet üzerinden yayın yapan dijital ve sosyal medya üzerinden yapılan analizlere dayanmaktadır. Dolayısıyla kanser hastalarının tıp turizmi kapsamında, Türkiye'deki tanı ve

tedavi tercihlerine dair genel bir çerçeve çizmesi açısından önemli bir çalışmadır ve sağlık sektörü ile turizm sektörü arasındaki ilişkiyi *kanser hastalığı* özelinde ortaya çıkarması bakımından önemli bir boşluğu doldurmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akarsu, B. ve Akarsu, B. (2019). *Bilimsel Araştırma Tasarımı Nicel, Nitel ve Karma Araştırma Yaklaşımları*, İstanbul: Cinius Yayınları.
- Akehurst, G. (2009). User Generated Content: The Use of Blogs For Tourism Organisations and Tourism Consumers. *Service Business*, 3(1), 51-61.
- Aksoy, C. (2016). *Türkiye'de Sağlık Turizminin Durum Analizi: İstanbul'daki Sağlık Yöneticilerine Yönelik Bir Çalışma*. İstanbul: Yani Yüzyıl Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- Al Shaaibi, R. (2019). Motives for Medical Tourism Amongst Cancer Patients in Oman: A Perspective From Patient's Point of View. *The Columbia University Journal of Global Health*, 9(1), 1-8.
- Aladwani, A.M. (2015). Facilitators, Characteristics, and Impacts of Twitter Use: Theoretical Analysis and Empirical Illustration. *International Journal of Information Management*, 35(1), 15-25.
- Al-Shamsi H.O., Al-Hajeili, M. ve Alrawi, S. (2018). Chasing the Cure Around the Globe: Medical Tourism for Cancer Care From Developing Countries, *Journal of Global Oncology*, 4, 1-3.
- Arastaman, G., Fidan, İ.Ö. ve Fidan, T. (2018). Nitel Araştırmada Geçerlik ve Güvenirlik: Kuramsal Bir İnceleme. *YYÜ Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(1), 37-75.
- Atay, C., Alanyalı, M., Uyan, S. B., ve Baş, C. (2010). Arama motoru optimizasyonu. *Akademik Bilişim*, 10-12.
- Awano, N., Takamoto, T., Kawakami, J., Genda, A., Ninomiya, A., Ikeda, M., Matsuno, F., Izumo, T ve Kunitoh, H. (2019). Issues Associated With Medical Tourism for Cancer Care in Japan. *Japanese Journal of Clinical Oncology*, 49(8), 708-713.
- Aziz, A. (1990). *Araştırma Yöntemleri-Teknikleri ve İletişim*, Ankara: İLAD Yayınları.
- Barca, M., Akdeve, E. ve Gedik, İ. (2013). Türkiye Sağlık Turizm Sektörünün Analizi Ve Strateji Önerileri. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 64-92.
- Barracough, J. (2000). *Cancer and Emotion: A Practical Guide to Psycho-Oncology*, (3rd. ed.), Chichester: Wiley.
- Barron, P. (1996). *Cancer. A Comprehensive Guide to Effective Treatment*, Dorset: Element Books.
- Baser O., ve Abdulkadir B., (2013). High Cost Patients for Cardiac Surgery and Hospital Quality in Turkey. *Health Policy*, 109(2), 143-149.
- Bayar, K. (2019). *Dünyada ve Türkiye'de sağlık turizminin önemi ve gelişimi: Antalya yöresi araştırması*. Antalya: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi.
- Baykara, O. (2016). Kanser Tedavisinde Güncel Yaklaşımlar, *Balıkesir Sağlık Bilimleri Dergisi*, 5(3), 154-165.
- Bayram, H.S. ve Akkühah, A.U. (2020). Kayseri Sağlık Turizminin Geliştirilmesi Mevcut Durum Analizi ve 2021-2030 Eylem Planı, https://www.oran.org.tr/images/dosyalar/20200910102654_0.pdf
- Baytekin, P., ve Baytekin, Ç. (2007). *Turizm Sektöründe Bir Pazar Bölümü Olarak Sağlık Turizminin Örnekler Çerçevesinde İncelenmesi*, İzmir: 1.Çeşme Ulusal Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 96-107.
- Binler A. (2015). *Türkiye'nin Medikal Turizm Açısından Değerlendirilmesi ve Politika Önerileri. Uzmanlık Tezi*, Sosyal Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü, T.C. Kalkınma Bakanlığı Yayın No:2839.

- Biyan, N.A., Aybaraz, E. ve Koç, A. (2018). Medikal Turizmde Duygusal Zekâ Ve Kültürel Duyarlılık, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Özel Sayı 1, 52-70.
- Burki, T. K. (2019). UK health tourism for private cancer care. *The Lancet Oncology*, 20(3), 334.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2010). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi Yayınevi.
- Cheng, M., ve Foley, C. (2018). The sharing economy and digital discrimination: The case of airbnb. *International Journal of Hospitality Management*, 70(March), 95-98.
- Cohen, E. (2008). Medical tourism in Thailand, *AuGsb e-Journal*. Vol:1(1):24-37.
- Connell, J. (2006). Medical Tourism: Sea, Sun, Sand And Surgery, *Tourism Management*, 27 (6): 1093-1100.
- Crooks V. A., Kingsbury P., Snyder J., Johnston R. (2010). What is known about the patient's experience of medical tourism? A scoping review; BMC Health Services Research 2010, 10, 266.
- Çapar, H. (2018). *Medikal Turizmde Destinasyon Seçimini Etkileyen Faktörler: Yabancı Medikal Turistlerin Türkiye Algısını Ölçmeye Yönelik Bir Çalışma*. İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Sağlık Ekonomisi ABD. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Çevik, M., Öztürkcan, S., ve Kasap, K. (2015). Sosyal Medya Analitiği: Twitter için Büyük Veri Yaklaşımı, 20.Ulusal Pazarlama Kongresi, Eskişehir. 145-148.
- Dean, E. (2012). A refuge to lift the spirits. *Nursing Standard*, 26(45), 18-19.
- Dreisbach, S. M., Vij, M., ve Dreisbach, J. L. (2020). *Travel Motivations of Cancer Patients. In Global Developments in Healthcare and Medical Tourism* (pp. 78-95). IGI Global.
- Fraenkel, J. R. ve Wallen, N. E. (2006). *How to design and evaluate research in education*. (6. Baskı). New York: McGraw-Hill International Edition.
- Ganguli, S. ve Ebrahim, A.H. (2017). A Qualitative Qnalysis of Singapore's Medical Tourism Competitiveness, *Tourism Management Perspectives*, 21, 74-84.
- Genç, U. (2007). Türkiye’de Sağlık Turizmi. *Çerçeve Dergisi “Sağlıklı Bir Dönüşüm”*, 15(43), 96-97.
- Gill, H. ve Singh, N. (2011). Exploring the Factors that Affect the Choice of Destination for Medical Tourism, *Journal of Service Science and Management*, 4, 315-324.
- Gladwell, N. J., ve Bedini, L. A. (2004). In search of lost leisure: The impact of caregiving on leisure travel. *Tourism Management*, 25(6), 685-693.
- Globocan, (2020). *Global Cancer Observatory*, All cancers, gco.iarc.fr/today/data/factsheets/cancers/39-All-cancers-fact-sheet.pdf, (Erişim Tarihi: 23.12.2021).
- Guba, E.G., ve Lincoln, Y.S. (1982). Epistemological and methodological bases of naturalistic inquiry. *ECTJ*, 30(4), 233-252.
- Gunter, K.C., Caplan, A.L., Mason, C., Salzman, R., Janssen, W.E., Nichols, K., Bouzas, L.F., Lanza, F., Levine, B.L., Rasko, J.E.J., Shimosaka, A. ve Horwitz, E. (2010). Cell therapy medical tourism: time for action. *Cytotherapy*, 12(8), 965-968.
- Gülmez, M. (2017). Sağlık Turizminde Öncü Ülkeler, *Turizm Politikaları ve Pazarlama Stratejileri*. D. Tengilimioğlu (Editör), Sağlık Turizmi. (ss. 161-194). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Gümüş, F., ve Büyük, Ö. (2008). Sağlık Turizminde Yeni Açılımlar: Tıp Turizmi, Balıkesir: 3. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, 431-437.
- Harrison, N., ve Gravelle, F. (2008). The importance of leisure when living with a life-threatening disease: From on a serious leisure perspective. *International Journal of Sport Management, Recreation, and Tourism*, 2, 38-46.

- Hopkins, L., Labonté, R., Runnels, ve Packer, C. (2010). Medical tourism today: What is the state of existing knowledge?, *Journal of Public Health Policy*, 31, 185-198.
- Huang, X., Lin, S., ve Cui, Q. (2021). From “villages of longevity” to “villages of cancer”? The emotional geography of tourism development in Bama, China. *Emotion, Space and Society*, 40, 100813.
- Hunter-Jones, P. (2003). The Perceived Effects of Holiday-taking Upon the Health and Wellbeing of Patients Treated for Cancer, *International Journal of Tourism Research*, 5, 183-196.
- Hunter-Jones, P. (2004). Young people, holiday-taking and cancer—an exploratory analysis. *Tourism Management*, 25(2), 249-258.
- Hunter-Jones, P. (2005). Cancer and tourism. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 70-92.
- Hunter-Jones, P. (2010). Consumer vulnerability and exclusion: A study of carers in the tourism marketplace. *Journal of Marketing Management*, 27(1–2), 165-180.
- IARC. (2021). International Agency for Resaarch on Cancer, *Cancer Today*, <https://gco.iarc.fr/today/online-analysis-pie?v=2020vemode=population> (Erişim Tarihi: 23.12.2021).
- Jackson, E.L., ve Rucks, V.C. (1995). Negotiation of leisure constraints by junior-high and high-school students: An exploratory study. *Journal Of Leisure Research*, 27(1), 85-105.
- Jang, S. H., Meischke, H., ve Ko, L. K. (2021). The impact of medical tourism on cervical cancer screening among immigrant women in the US. *BMC Women's Health*, 21(1), 1-9.
- JCI. (2020). Accredited Organizations. <https://www.jointcommissioninternational.org/about-jci/accreditedorganizations/>, (Erişim Tarihi: 23.12.2021).
- Karasar, N. (1995). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: 3A Araştırma Eğitim Danışmanlık Ltd. Şti.
- Kietzmann, J.H., Hermkens, K., McCarthy, I.P. ve Silvestre, B.S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251.
- Li, X. ve Wang, Y.C. (2011). China in the eyes of western travelers as represented in travel blogs. *Journal of Travel ve Tourism Marketing*, 28(7), 689-719.
- Master, Z., ve Resnik, D.B. (2011). Stem-cell tourism and scientific responsibility: Stem-cell researchers are in a unique position to curb the problem of stem-cell tourism. *EMBO reports*, 12(10), 992-995.
- Mathieson, C.M. ve Stam, H.J. (1995). Reneotiating identity: cancer narratives. *Sociology Of Health & İllness*, 17(3), 283-306.
- Menard, S. (1991). *Longitudinal Research*, Sage Publications.
- MIT. (2020). Medical Tourism İndex, *Global Healthcare Resources ve International Healthcare Resource Center*, medicaltourism.com/mti/home, (Erişim Tarihi: 23.12.2021).
- MTA. (2017). *Global Buyers Survey 2016-2017*, <https://documents.pub/download/2016-2017-global-buyers-survey-medic-global-buyers-survey-this-is-3-4-of-the> , (Erişim Tarihi: 23.12.2021).
- Nguyen, T. (2016). *Medical tourism: studying the impact of motivational factors, destination image on perceived quality and overall satisfaction using SEM analysis* (Unpublished doctoral dissertation). California State Polytechnic University, Pomona, USA .
- Nishi, R., Takaguchi, T., Oka, K. Maehara, T., Toyoda, M., Kawarabayash, k., ve Masuda N. (2016). Reply trees in Twitter: Data Analysis and Branching Process Models, *Social Network Analysis and Mining*, 6, (26), 1-13.
- Oh K.M., Jun, J., Zhou, Q. ve Krep,s G. (2014). Korean American women's perceptions about physical examinations and cancer screening services offered in Korea: the influences of medical tourism on Korean Americans. *J Community Health*.39(2), 221-229.

- Owens, R. G. ve Payne, S. (1999). Qualitative Research in the Field of Death and Dying. *Qualitative Health Psychology: Theories and Methods*, 148-163.
- Özçelik, A., Gül, İ. ve Kızıllırmak, İ. (2021). Sağlık Turizmi İşleyiş Sürecinin Seyahat Acentaları Açısından Değerlendirilmesine Yönelik Bir Uygulama, *İstanbul Örneği*, *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 3(1), 55-69.
- Perdue, C. ve Noble, S. (2007). Foreign travel for advanced cancer patients: A guide for healthcare professionals. *Postgraduate Medical Journal*, 83(981), 437-444.
- PEW. (2010). Cancer 2.0: A summary of recent research, <https://www.pewresearch.org/internet/2010/12/13/cancer-2-0/>, (Erişim Tarihi, 08.01.2022).
- Pian, A. (2015). Care and migration experiences among foreign female cancer patients in France: Neither medical tourism nor therapeutic immigration. *Journal of Intercultural Studies*, 36(6), 641-657.
- Reed, C.M. (2008). *The Health-Seeking Traveler*. In: *Keystone*. JS, Kozarsky P, Conner B, et al, (editors). Travel Medicine. 2nd edition. Philadelphia: Elsevier Ltd. 343-50.
- Runnels, V. ve Carrera, P.M. (2012). Why do patients engage in medical tourism?, *Maturitas*, 73(4), 300-304.
- Sag, I. ve Sengul, F.D. (2019). Why Medical Tourists Choose Turkey as a Medical Tourism Destination?. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*.
- Sağlık Bakanlığı. (2020). *Sağlık Turizmi Nedir?*. <https://dosyamerkez.saglik.gov.tr/Eklenti/10944,02pdf.pdf?0>, (Erişim Tarihi: 11.12.2020).
- SATURK. (2020). *Sağlık Turizmi Koordinasyon Kurulu, Türkiye'nin Sağlık Turizmindeki Önemi*, <https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/TR-23591/turkiyenin-saglik-turizmindeki-onemi.html> (Erişim Tarihi: 23.12.2021).
- Shenton, A.K. (2004). Strategies for Ensuring Trustworthiness in Qualitative Research Projects. *Education for Information*, 22(2), 63-75.
- Şahbaz, R., Akdu, U. ve Akdu, S. (2012). Türkiye'de Medikal Turizm Uygulamaları; İstanbul ve Ankara Örneği. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15 (27), 267-296.
- Şak, N. (2021). Sağlık turizmi ve ekonomik büyümede asimetrik etkiler: Türkiye uygulaması, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 17(3), 781-799.
- Taylan, H.H. (2011). Sosyal bilimlerde kullanılan içerik analizi ve söylem analizinin karşılaştırılması, *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(2), 63-76.
- Taylor, V. M., Ko, L.K., Hwang, J.H., Sin, M.K. ve Inadomi, J.M. (2015). Gastric Cancer in Asian American Populations: A Neglected Health Disparity. *Asian Pacific Journal of Cancer Prevention*, 15(24), 10565-10571.
- Tengilimoğlu, D. (Ed.). (2013). *Sağlık Turizmi*. (2. B.), Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Thomas, P. (1998). *An Outdoor Adventure Program as Therapy* (Doctoral dissertation, Dissertation in education, University College of North Wales, Bangor).
- THTC. (2018). Türkiye Sağlık Turizmi Geliştirme Konseyi, <https://www.medimagazin.com.tr/guncel/genel/tr-turkiyeye-gelen-turist-650-saglik-turisti-9-bin-dolar-harcama-yapiyor-11-681-76907.html>. (Erişim Tarihi:20.11.2021).
- Tontuş, H.Ö. (2017). *Sağlık Turizmi Nedir?*, TC Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Sağlık Turizmi Dairesi Başkanlığı Yayını, shgmturizmdb.saglik.gov.tr/Eklenti/10944/0/02pdf.pdf, (Erişim Tarihi: 03.12.2021).
- Toprak, L., Elsaied, H.H. ve Mahmood, S.A. (2014). Turizmin Yükselen Trendi: Sağlık Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Örneği, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(50), 38-57.

- Topuz, N. (2012). *Türkiye Sağlık (Medikal) Turizmi Stratejisi 2023*, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- TÜİK, (2021). *Türkiye İstatistik Kurumu Turizm İstatistikleri, II. Çeyrek: Nisan-Haziran*, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turizm-İstatistikleri-II.-Çeyrek:-Nisan-Haziran,-2021-37441>, (Erişim Tarihi: 28.12.2021).
- TÜROFED. (2017). *Turizm Raporu* (1), https://www.turofed.org.tr/panel/upload_system/pages_file/bce464bece546ad86779ffc9bae3074a.pdf. (Erişim Tarihi: 03.12.2021).
- TÜROFED. (2018) *Turizm Raporu* (1), https://www.turofed.org.tr/panel/upload_system/pages_file/c945d35075881a7eaaffc5b06b019f16.pdf. (Erişim Tarihi: 23.11.2021).
- TÜROFED. (2019) *Turizm Raporu* (1), https://www.turofed.org.tr/panel/upload_system/pages_file/f0d8ac64de76e795a84a98a188b926b1.pdf, (Erişim Tarihi: 06.12.2021).
- TÜRSAB. (2014). *Sağlık Turizmi Raporu* (Erişim Tarihi: 23.12.2021). http://www.tursab.org.tr/dosya/12186/saglikturizmiraporu_12186_5485299.pdf,
- TÜRSAB. (2020). *Sağlık Turizmi Raporu*. (Erişim Tarihi: 09.12.2021). www.tursab.org.tr/dosya/12186/saglikturizmiraporu_12186_5485299,
- TÜSİAD. (2009). *“Türkiye İçin Yeni Bir Fırsat Penceresi: Tıp Turizmi” Görüş Belgesi*, <https://tusiad.org.tr/saglik-cg/item/4844-turkiye-icin-yeni-bir-firsat-penceresi-tip-turizmi-gorus-belgesi>, (Erişim Tarihi: 23.12.2021).
- Üner, S. ve Okyay, P. (Ed.). (2020). *Türkiye Sağlık Raporu 2020*. Ankara: Hipokrat Yayınevi.
- Wang, K., Xu, H. ve Huang, L. (2020). Wellness Tourism and Spatial Stigma: A Case Study of Bama, China, *Tourism Management*, 78, 1-12.
- We Are Social Digital Report. (2021). <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital/>, (Erişim Tarihi: 25.10.2021).
- Whittemore, R., Chase, S. K. ve Mandle, C.L. (2001). Validity in qualitative research. *Qualitative Health Research*, 11(4), 522-537.
- Yancey, D., Greger, H.A. ve Coburn, P. (1994). Effects of an adult cancer camp on hope, perceived social support, coping, and mood states. *Oncology Nursing Forum*, 21(4), 727-733.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, E. (2013). Türkiye’de Hastaların İnternette Tıbbi Enformasyon Arama Davranışlarının Doktor-Hasta İletişimine Etkileri. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, Özel Sayı: 3 (Sağlık İletişimi), 93-108
- Yıldız, M.S. ve Khan, M.M. (2016). Opportunities for reproductive tourism: Cost and quality advantages of Turkey in the provision of in-vitro Fertilization (IVF) services. *BMC Health Services Research*, 16(1), 378. doi: 10.1186/s12913-016-1628-7.
- Zengingönül, O., Emeç, H., İyilikçi, D.E. ve Bingöl, P. (2012). *Sağlık Turizmi: İstanbul’a Yönelik Bir Değerlendirme*. İstanbul: Ekonomistler Platformu Yayınları.

An Overview Towards Non-human Animals¹: An Essay In the Context of Religious, Philosophy and Cultural²

Assoc. Prof. Dr. S. Emre DİLEK
Batman University, Tourism Faculty
s.emre.d@hotmail.com
0000-0001-7830-1928

DOI: 10.37154/cudes.2022.40

Article Info

Received: 14.02.2022

Accepted: 01.03.2022

Keywords: Essay, Religious, Philosophy, Cultural, Non-human Animals

Abstract

There are many factors that determine the positive or negative view of people towards animals what creates the aforementioned factors is basically the human-centered (anthropocentrism) understanding that shapes the socio-cultural and natural environment. So much so that this understanding coincides with the end of humanity itself, the end of everything else, that is, the end of all beings and the eco-system. There is a religious and cultural background in the foundations of the anthropocentric view that places human in the center and that everything else, including animals, was created for him. Therefore, the main purpose of this study is to examine the religious, philosophical and cultural concepts and reflections that make up our point of view towards animals. The framework that is tried to be put forward with this aim is important for the individual to transform his own paradigm towards animals.

1. INTRODUCTION

Animals share our environment in a variety of ways (Edney, 1995). In this context, it is clear that a religious, philosophical and cultural inquiry into animals is necessary. Religion and philosophy have been the main sources of traditional thinking about the moral status of animals all over the world, and both have interacted with science to shape cultural perceptions of what animals are (Degrazia, 2006, p.13). Based upon this interaction, the concepts of theriophily (love for animals) and misothery (hatred for animals) come to the fore in the discussions on animal ethics that have continued until today. In this context, the epistemological questioning of these two concepts in the historical process is extremely important in order to understand the way animals are viewed on religious and philosophical grounds, how the moral status of animals is perceived and the course of ethical discussions on this basis (Günlü-Küçükaltan and Dilek, 2019). At the same time, it is a necessity in terms of internalizing the concepts in animal ethics discussions such as speciesism, , ecocentrism, anthropocentrism and anthropomorphism, which are examined deeply in other sections.

2. TERIOPHILIST AND MISOTERIC VIEW

The concept of "misothery" combining two Greek words was first used by Jim Mason in 2005 (Fennell, 2012, p.13). Accordingly, while "misos" means hatred, the word "ther" means animal, and the combination of these two words is conceptualised as "misothery", that is, animal hatred (Vaughan, 2015). In other saying, "misothery" is used as a concept that describes negative feelings towards

¹ The concept of non-human animal is used as an animal in the paper.

² This study is related to author's Ph.D thesis.

animals and points out that animals are resources for human purposes only. The concept of "theriophily" (love of animals) is synonymous with the concept of "animalitarianism", which is used in the same sense in the literature (Günlü-Küçükaltan and Dilek, 2019). The concept of "theriophily" was formed by combining of two Greek words and was put forward by G. Boas (Gill, 1969). According to this "ther/therion" means animal; "philos" means love or love. The word "theriophily", which is a combination of these two words, is also used in the sense of animal love. The concept of "Animalitarianism", which is synonymous with the concept of theriophily, was used for the first time by A. O. Lovejoy and G. Boas in the paper "A Documentary History of Primitivism and Related Ideas" (Scholtmeijer, 1989). Both concepts were used to explain that animals are superior to humans in some points (intuitively or cognitively) and were written in this way (Fennell, 2012, p.22).

The concepts of misothery and theriophily have been dealt with both religiously and philosophically in the historical process, and different cultural views have emerged regarding the concepts. When the emerging cultural views are evaluated philosophically, the first name that comes to mind is Aristotle, one of the ancient thinkers. Aristotle argues that animals are lower than humans in the hierarchical structure, and that they are a suitable resource for humans' purposes, citing the fact that animals lack the ability to reason (Cevizci, 2009, p.135). In this respect, Aristotle can be expressed as a thinker who adopts the misoteric³ understanding. Two elements lie at the basis of Aristotle's misoteric understanding of animals. The first is that men have greater reasoning abilities than women, and therefore men are superior to women. The second is that people whose bodies are stronger than their minds are fit for slavery (Degrazia, 2006, p.14). It can be said that these two arguments regarding equality between men and women and slavery constitute the legitimate ground of Aristotle's misoteric understanding by establishing an analogy with his thoughts on the human and non-human animal relationship.

Although there were philosophers in Ancient Greece who did not agree with Aristotle's view, who adopted a "theriophilist"⁴ understanding such as Pythagoras (animals are the reincarnations of humans) and Theophrastos (animals also reason to a certain extent), on the way, especially western philosophers took as an example Aristotle's misoteric view that "the only rational being is human and animals exist for the use of humans".

Parallel to the aforementioned philosophical ground that rejects the moral status of animals, the expressions in religious books also strengthened this rejection, causing Aristotle's widespread view to be accepted as legitimate in the religious sense. For instance, the Bible supported the thesis that "animal exists for human" in the cultural codes of Christian societies, emphasizing that God created humans in his own image and that humans are free to use all natural resources, including animals, for their own purposes. So much so that in the Middle Ages, Christian western philosophers such as Augustinus and Tomasso supported this view on both religious and philosophical grounds and mediated the spread of the generally recognized thesis in Christian societies. On the other hand, the religion of Islam defends a similar thesis with Christianity that animals exist for humans. However, it is stated in some verses of the Qur'an that it is forbidden to torture animals. Judaism, on the other hand, is dominated by the idea that "all of God's creations deserve mercy", but it also has similar aspects with other religions (WAN, 2015).

In addition to all these religious perspectives, it started with Descartes in the seventeenth century and continued in the nineteenth century. Although there are differences between the thinkers of modern western philosophy, which goes back to the end, it still remains under the influence of Christianity and reflects the view that "man is superior to animals". In this period, with the influence of modern science and the interaction of modern science with religion and philosophy, the misoteric understanding towards animals became stronger. The idea that animals lack the ability to reason, as well as the ability to perceive and feel has begun to become widespread. Thus, in addition to the common misoteric view, just as the male-dominant understanding morally ignores women, it has resulted in animals not being placed in any moral status in the eyes of humans. Here, thinkers such as J. Bentham and J. S. Mill, who advocate the "utilitarianism" view, stated that it is the right behavior that the balance between pleasure and pain dominate in favor of pleasure, and that this is also true for

intuitive animals, and stated that animals cannot be ignored morally. In other words, they stated that animals have interests at least as much as humans and that the traditional misoteric thought towards animals should be rejected and, in a sense, the terophilist perspective should be accepted. Within this process, Schopenhauer, who was influenced by Buddhism and Hinduism, also states that reasoning, self and power cannot be decisive in terms of the moral status of animals and that all beings capable of suffering must have an ontological and a moral status.

With the extension of the scope of modern science and its acceptance by the society, more radical paradigms have emerged than Schopenhauer's view (Günlü-Küçükaltan and Dilek, 2019). As a matter of fact, in the nineteenth century, Charles Darwin's radical idea that humans were descended from other animal species (the theory of evolution) revealed that animals also have a kind of reasoning ability and complex emotions. Although this situation is ignored by scientists, it has made it difficult to defend the generally accepted cognitive gap between human and animal. Thus, an important breaking point was experienced in the transformation of people's misoteric understanding of the moral status of animals.

The dominance of all this misoteric understanding, which the West accepted on both religious, philosophical and scientific grounds in the historical process, was not found in the cultural codes of eastern societies. The "ahimsa"⁵ doctrine was accepted both in the religions of Jainism, Buddhism, Hinduism and in the Confucian tradition, which is still alive today. Therefore, in the historical process up to the present, eastern societies that accepted this doctrine considered life, including animals, to be more sacred than the west. Degrazia also explains this difference between eastern and western societies; "a westerner and an easterner may say that life is sacred; but he will probably only mean the whole of eastern life (Degrazia, 2006, p.18). As a result, the moral status and ontological acceptability of animals are directly proportional to the philosophical, religious and scientific influences of western and eastern societies. Therefore, while western societies are mostly under the influence of a misoteric understanding in in philosophy and religion, eastern societies adopt a terophilist understanding.

3. CONCEPTS AND THEORIES UNDER THE SCOPE OF ANIMAL ETHICS

3.1. Speciesism

Animal rights defenders stating that animal liberation is directly related to human liberation; They also use the concept of speciesism towards humans. The term "speciesism" is generally used to criticize the human-centered modern society. The expression "speciesism" was first used by Richard Ryder in 1970 in a statement prepared against experiments on animals in research laboratories at universities (Ryder, 2004). In addition to that, the first source in which the concept of speciesism is clearly defined is in the book *Animal Liberation* (2005) by Peter Singer, who studies on moral philosophy. Singer defines speciesism as "the bias or biased behavior of a person in favor of the interests of one's own biological species and against the interests of other biological species." (Altınal and Tekdemir, 2020, p.494). On the other hand, Ryder in 1970 makes an analogy with the concept of racism. The author explains how he found this concept in his article as follows (Ryder, 2010, p.1):

"The revolution in the 1960s on racism, sexism and class discrimination ignored the plight of animals. Politics and ethics ignored non-humans. Everyone was busy reducing prejudice against people. As a medical scientist – which Dr. Ryder is a clinical psychologist – I knew hundreds of animal species were in pain, fear, and suffering. While I am against racism, gender discrimination and class discrimination, why am I not against this discrimination against animals? Something should be done about this too! We also need to take a parallel stance between ourselves and animals. We cannot ignore animals. With these thoughts in mind, one day (in 1970) while I was lying in the bathtub of my bathroom, the concept suddenly came to my mind: Speciesism!"

Speciesism, as a concept, can be expressed as the intellectual infrastructure of the domination that humans have established over animals from past to present. As stated in the first chapter, people tend to ignore animals morally and ontologically in the historical process. The main reason for this situation is the belief that animals are only a resource for humans, under the dominance of philosophical, religious, scientific and cultural references and a misoteric view. In other saying,

⁵ The "Ahimsa" doctrine is the view that argues that all life forms are sacred, and in this respect, it is similar to the philosophy of Gaianism.

animals exist for humans, and from a philosophical point of view, animals are non-reasoning beings. The expressions in the holy books show parallelism with the philosophical discourse in question. General statements such as "*God created animals and all nature to serve the purposes of humans*" are found in religious books (Aebersold et al., 2007, p.354). In scientific terms, animals are used in scientific processes to cure people's illnesses or to make them more beautiful and happy. Since cultural codes are already shaped by what is transferred from religion and the past, the superior view of societies towards animals brings with it an attitude that ignores them.

All these references show that a speciesist understanding, in which humans marginalize or ignore animals, is considered legitimate in the human-animal relationship. So much so, that Peter Singer's philosophical approach, which is cited as an important turning point by animal rights defenders, in his work "*Animal Liberation*", which states that "animal experiments can only be considered legitimate if the intended benefits exceed the harm caused" can also be described as speciesist. As a matter of fact, Francione also criticises Singer at this point and articulates that he has a completely different view with him (Francione, 2015). Since this situation is discussed in the following sections as a debate between animal welfare and animal rights theorists, only the concept of speciesism is discussed here.

In this regard, speciesism forms the basis of animal ethics discussions. For instance, failure to provide legal protection to a human being to a cat or dog is referred to as speciesism by some animal rights theorists (Regan, 2007; Francione, 2008). From another view point, if the only reason for the social protection of a living thing or for its moral existence to be accepted is the species to which it belongs, that society and the individuals living in that society have a speciesist point of view. Therefore, according to that society, no living thing other than humans can be accepted as morally or legally equal. As Ryder stated at the beginning, speciesism approach should be socially rejected by making analogies with both racism and gender and class discrimination. Such that, it is unacceptable according to the principle of equality for a person to act prejudiced or biased in favor of the interests of his own biological species and against other biological species. Because the principle of equality; It should apply to all beings, white or black, female or male, human or not (Singer, 2002). This situation is embodied by moral and cultural effects of human behavior, and is associated with people's views of life, and in direct proportion to this brings two basic philosophical concepts to the fore: "Anthropocentrism" and "Ecocentrism".

3.2. Anthropocentric and Ecocentric Approach

Approaches that examine the human-environment relationship can be considered within a new discipline of moral philosophy called environmental ethics or environmental ethics (Karakaya and Çobanoğlu, 2012). These approaches can also be the determinants of our view towards animals, which are a part of the natural environment. Considering that human behaviors are shaped by moral and cultural influences, it can be stated that it is the moral and cultural systems created by humans that shape people's perspectives towards animals. In this context, two approaches, anthropocentrism and ecocentrism, draw attention. According to anthropocentric approach, it is important for people to create ethical values towards their environment (Savaş et al., 2009, p.55): (i) Humans are dependent on nature in terms of basic needs; (ii) Beyond meta-value, nature makes people happy for aesthetic reasons; (iii) Three approaches play a role: being respectful to nature is educational about respecting other people as well.

In the anthropocentric approach, there are two levels called hard and soft (Goralnik and Nilson, 2012). One of the best example of those who support the rigid anthropocentric view is Descartes. Descartes divides the environment into matter and spirit. According to Descartes, the human body and animals are matter. No matter how, while humans also have a soul, animals are "organic machines (automata)" (Wilson, 2015). According to Descartes, it is natural to describe or evaluate animals completely devoid of both reasoning and emotions as organic machines (Descartes, 1993). Evaluating the human body in a similar way, the philosopher argues that the essence of humanity is not the body (matter), but the soul, which includes consciousness alone.

In addition to that, the soft anthropocentric view basically parallels the strict anthropocentric view. The difference is that in the soft anthropocentric view, the notion that bad behavior towards animals can make people bad too. However, it can be said that it still has a human-centred, bossy and

speciesist perspective. The thinker most suitable for this view is Kant. Kant expresses that animals can also suffer, but they have no legal and moral status (Savaş et al., 2009).

Physiocentrism, which is the exact opposite of anthropocentrism, includes an understanding that nature is at the forefront and people are at the periphery (Mittelstrass, 1999, p.279). The concept of physiocentrism is basically similar to ecocentrism. While physiocentrism is mostly involved in ethical debates in the field of science such as medicine and biology; It is used in discussions on more philosophical grounds such as ecocentrism, animal ethics and environmental ethics (Kortenkamp and Moore, 2001). Both concepts in question are used in animal ethics debates to indicate whether people are a part of nature or whether they defend an understanding that is dominant over nature. These two concepts are frequently encountered in the studies of animal welfare and animal rights theorists such as Singer, Regan, Degrazia and Francione.

3.3. Anthropomorphism

Anthropomorphism describes the tendency to imbue the real or imagined behavior of non-human animals with humanlike motivations, characteristics, emotions or intentions (Epley et al., 2007). Or to describe it more briefly; anthropomorphism is determined as people's attribution of human characteristics to non-human creatures. The basis of attributing human characteristics to non-human creatures is the anthropocentric view. According to the anthropocentric view, although humans have no responsibility to respect nature or other non-human creatures, it is argued that nature is at the bottom of the hierarchy of existence and non-human creatures can be used for human purposes. Therefore, a dolphin, walrus or whale can entertain people by performing, a dog or a monkey can be eaten for people's taste, horses, elephants, mules or donkeys carry people around, animals are disabled in the development of products that "benefit" for humans by using them in experiments, or According to this understanding, his death is considered legitimate.

There are many studies on the concept of anthropomorphism in the literature, which is described as the attribution of human characteristics to non-human creatures (Butterfield et al., 2012; Tam et al., 2013; Urquiza-Haas and Kotrschal, 2015; Günlü-Küçükaltan and Dilek, 2019). These studies focus on the positive aspects of anthropomorphism in terms of animal welfare. It is stated that anthropomorphism is divided into two as "interpretive" and "imaginary (imaginary)". While the effort to understand the psychological states of non-human creatures based on the human self is defined as "interpretive anthropomorphism", attributing various characteristics to non-human creatures is defined as "imaginary or imaginary anthropomorphism" and it is stated that this situation is particularly important for animal welfare (Singer, 2002; Goralnik and Nilson, 2012).

3.4. Concepts in Animal Ethics Discussions

There are concepts that are frequently used in animal ethics discussions. The concepts in question are important in terms of forming the basis for the views and discourses put forward both in religious and cultural sense and on the philosophical ground. Understanding and internalizing the concepts is necessary at the point of determining our perspective towards animals.

- **Consciousness**

The concept of consciousness is handled in terms of etymology, metaphysics, psychology and philosophy and is defined in different ways according to the field in which it is used. However, in accordance with the purpose of the thesis, the concept of consciousness is discussed from a philosophical point of view. In this context, consciousness; human thought, emotion, will, character, excitement, opinion, intuition, etc. It can be defined as the sum of all instantaneous processes or the reflector of objective reality in humans. However, in animal ethics discussions, consciousness is not only a concept specific to humans, but also a concept used for animals.

- **Pain**

Pain reflects not a concept in animal ethics debates, but rather an idea of where people can look at the moral status of animals. For instance, Bentham, who is accepted as the founder of utilitarian ethics, expresses this situation as follows in his work "Introduction to the Principles of Morals and Legislation" (Singer, 2002):

“.....Maybe one day the rest of the animal world will also have rights denied them only by violence. The French understood that a person cannot be left unconditionally to the will of a tyrant just because his skin is black. Perhaps one day it will be realized that the number of legs and the amount of hair on the skin are equally insufficient reasons for abandoning a sentient being to the same fate. What else could draw this impenetrable border? Reasoning ability? Is he capable of speaking? But an adult horse or dog is far superior to a day old, a week old, or even a month old baby, both in terms of intelligence and communication; but even so, what would that indicate? The question we should ask is not can they reason or speak, but “Can they suffer?” should be”

This reflection is important in terms of understanding the epistemological infrastructure for the concept of pain. In summary, while there are good reasons to assume that other humans can suffer as we do, similar justifications do not exist in the case of animals because of the speciesist approach, which believes that pain is only for humans.

- **Happiness**

Happiness is a state of consciousness, a mental event, just like the concept of pain, and it can be understood that a human or non-human creature is happy through external signs (Singer, 2002, p.48). A human's smile or a dog's tail wagging when it sees its owner can be interpreted as an indication that happiness indicators cannot differ between human and non-human creatures. However, the fact that a dolphin in captivity is perceived as "smiling" by people due to its physical characteristics does not mean that it is happy. Dialectically speaking, pain and happiness can be expressed as opposites of each other. At this point, the first name that comes to mind is Epicurus, one of the ancient philosophers. According to Epicurus, happiness is the state of being free from pain and suffering (Gündoğan, 2010, pp.128-129). In other words, one can be happy if there is no pain. In Epicurus' thought, in order to get rid of pain and achieve happiness, the individual should have adopted a simple lifestyle away from social life. From the perspective of utilitarian ethics, seeking happiness and avoiding pain can be summarized as the principles of utilitarian ethics. Happiness in the principles expressed by Mill, one of the representatives of the utilitarian ethical understanding; “It is not the happiness of the individual, but the correctness of the action he has taken for everyone” (Jacobson, 2008, p.169). From this point of view, it can be concluded that happiness is not only for human animals, and an action can cause happiness or pain for non-human animals as well.

- **Utilitarianism**

Benefit or utilitarianism, which is included in the concepts of happiness and pain, has an important place in animal ethics discussions. The concept of utility is used and discussed in a philosophical sense, rather than an economic definition as "the ability of goods and services to meet needs" in the thesis. Although there is a philosophical background in the definition of utility in economic terms – the relationship between economy and philosophy can be understood more clearly especially in Adam Smith- and there is no harm in saying that utility is considered as a philosophical concept related to utilitarian ethics and that it is directly proportional to the result of human behavior. According to the utilitarian ethical understanding, the result of the behavior of the individual gives rise to the benefit. If the action performed creates happiness for everyone, that action is beneficial.

- **Moral Status**

Moral status draws attention as a concept that has been used and discussed only for people from past to present. As a matter of fact, the concept of moral status is mentioned many times in the thesis, both in theoretical discussions and in relation to the use of animals in the tourism sector. Therefore, it should be stated that this concept is used not only for humans but also for non-human creatures, and at this point, a similar approach was adopted with Francione. Francione says that the moral status of a human or animal cannot be determined by those who gave birth to that animal or human, and the application of a moral concept cannot be determined by those who designed it. He argues, however, that if moral rights apply only to those who conceived them, a large part of humanity should be excluded from the moral community. In this context, he makes a historical analysis of an understanding contrary to the principle of equality by stating that the concept of right, as used today, was originally developed only to protect the interests of wealthy, white, male landlords, and in fact, many of the moral concepts were historically created for the benefit of privileged men. However, he

states that in the historical process, in accordance with the principle of equal consideration, it has emerged that similar situations should be handled similarly, and thus, the necessity of expanding the rights and moral status to include other people has arisen. At this point, Francione emphasizes that applying the principle of equal consideration to non-human animals perceived as other can eliminate the long-standing understanding of treating animals as resources, and thus animals can have a moral status (Francione, 2008, p.302). The moral status mentioned by Francione is discussed in the thesis within the framework of this view. In other words, to say that a cat, dog or a dolphin has moral status and to defend it is to say that that creature has a moral value and status not only in terms of its relations with humans but also in terms of itself (Degrazia, 2006, p.29). In short, regardless of how the welfare of that creature affects people's interests, it should be argued that it should have moral status purely for its own sake, and should be treated well for its own sake.

4. CONCLUSION AND DISCUSSION

The common feature of traditional ethical theories is that they think of man not only as a moral agent, but also as the sole object of our moral behavior. In this respect, in general, being a moral agent and having a right, that is, being the subject of our moral behavior, are considered equal. Thus, other living things could not have rights because they could not show the characteristic of being moral agents (Yaşar, 2018). Therefore, there are often no meaningful and radical changes/changes in people's perspectives towards animals.

From a religious point of view, most religious teachings are universal. While it has the principle of respecting the animals in particular (Turan, 2020) and all living things in general, it does not advocate the equal treatment of humans and animals. In other words, while religions generally say that animals should not be tortured, they also emphasize that animals were created for humans. Considering that religion is one of the social institutions from a sociological point of view, it is clear that religion is one of the most important elements in the formation of cultural codes (Göçer, 2012). In this context, religious teachings or discourses towards animals also affect the cultural perspective and are effective in the perspective towards animals.

Although the perspective towards animals has changed from society to society under the influence of philosophical, religious and cultural approaches/discourses in the historical process, the struggle for animal rights still continues. The fact that the capitalist system sees only animals as commodities and that people do not see animals as souls within this system is, of course, one of the biggest obstacles to the expansion of the field of struggle. However, a philosophical, religious and cultural inquiry is an important way to reveal our conscientious and moral responsibility towards animals that capitalism has ignored or wants us to ignore, and to change our perspective. This way is through a person's ability to give honest answers to himself through his own inner journey. As Rabindranath Tagore said: "Faith is the bird that feels the light and sings when the dawn is still dark" (Leenaert, 2017).

REFERENCES

- Aebersold, C., Galen, L., Stanton, V., & DeLeeuw, J. (2007). Support for animal rights as a function of belief in evolution, religious fundamentalism, and religious denomination. *Society & Animals*, 15(4), 353-363.
- Altınal, B. E. & Tekdemir, G. (2020). Çelişik türçülük ölçeği: Ölçek geliştirme, geçerlik ve güvenilirlik
- Aşar, H. (2018). Hayvan haklarına yönelik temel görüşler ve yanılgıları. Kaygı. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi*, (30), 239-251.
- Butterfield, M. E., Hill, S. E., & Lord, C. G. (2012). Mangy mutt or furry friend? Anthropomorphism promotes animal welfare. *Journal of Experimental Social Psychology*, 48(4), 957-960.
- Cevizci, A. (2009). *Felsefe tarihi*. İstanbul: Say Yayınları.
- çalışması. *Nesne*, 8(18), 492-506.
- Degrazia, D. (2006). *Hayvan hakları* (Çev. Hakan Gür). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

- Descartes, R. (1993). Animals are machines, In S. J. Armstrong and R. G. Botzler (Eds.), *Environmental Ethics: Divergence and Convergence* (pp. 281-285). New York, NY: McGraw-Hill. Retrieved from: http://home.cogeco.ca/~drheault/ee_readings/West/Descartes.pdf (20.01.2022).
- Edney, A. T. (1995). Companion animals and human health: an overview. *Journal of the Royal Society of Medicine*, 88(12), 704-708.
- Epley, N., Waytz, A., & Cacioppo, J. T. (2007). On seeing human: A three-factor theory of anthropomorphism. *Psychological Review*, 114(4), 864-886.
- Fennell, D. A. (2012). *Tourism and animal ethics*. New York, NY: Routledge.
- Francione, G.L. (2008). Hayvan haklarına giriş: Çocuğunuz mu köpeğiniz mi? (Çev. Renan Akman ve Elçin Gen). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Francione, G.L. (2015). An interview with Professor Gary L. Francione on the State of the U.S. Animal Rights Movement, Retrieved from: <http://www.animalfreedom.org/english/column/francione.html> (17.01.2022).
- Gill, J. E. (1969). Theriophily in antiquity: a supplementary account. *Journal of the History of Ideas*, 30(3), 401-412.
- Goralnik, L. & Nilson, M.P. (2012). Anthropocentrism, In Dan Callahan & Peter Singer (Eds.), *Encyclopedia of Applied Ethics* (2nd Edition) (pp. 144-155), London, UK: Elsevier Publishing.
- Göçer, A. (2012). Dil-kültür ilişkisi ve etkileşimi üzerine. *Türk Dili*, 729(1), 50-57.
- Gündoğan, A. O. (2010). *Felsefeye giriş*. İstanbul: Dem Yayınları.
- Günlü Küçükaltan, E. & Dilek, S. E. (2019). A philosophical approach to animal rights and welfare in the tourism sector. *Journal of Tourism Leisure and Hospitality*, 1 (1) , 4-14.
- Jacobson, D. (2008). Utilitarianism without consequentialism: The case of john stuart mill. *Philosophical Review*, 117(2), 159-191.
- Kortenkamp, K. V., & Moore, C. F. (2001). Ecocentrism and anthropocentrism: Moral reasoning about ecological commons dilemmas. *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 261-272.
- Leenaert, T. (2017). *How to create a vegan world: a pragmatic approach*. New York, NY: Lantern Publishing & Media.
- Mittelstrass, J. (1999). The impact of the new biology on ethics. *European Review*, 7(2), 277-284.
- Regan, T. (2007). Kafesler boşalsın: Hayvan haklarıyla yüzleşmek (Çev. Serpil Çağlayan). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Ryder, R. D. (2004). Speciesism revisited. *Think*, 2(6), 83-92
- Ryder, R. D. (2010). Speciesism Aagain: The original Leaflet, *Critical Society*, Retrieved from: <https://www.veganzetta.org/wp-content/uploads/2013/02/Speciesism-Again-the-original-leaflet-Richard-Ryder.pdf> (09.02.2020).
- Savaş, T., Yurtman, İ.Y & Tölu, C. (2009). Hayvan hakları ve hayvan refahı: Felsefi bakış – nesnel arayışlar, *Hayvansal Üretim*, 50(1), 54-61.
- Scholtmeijer, M. L. (1989). *Animal sanctity and animal sacrifice: how post-Darwinian fiction treats animal victims* (Doctoral dissertation, Theses), Simon Fraser University, Canada.
- Singer, P. (2002). *Hayvan özgürleşmesi* (Çev. Hayrullah Doğan). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Tam, K. P., Lee, S. L., & Chao, M. M. (2013). Saving Mr. Nature: Anthropomorphism enhances connectedness to and protectiveness toward nature. *Journal of Experimental Social Psychology*, 49(3), 514-521.
- Turan, S. (2020). *Kutsal ve Hayvan: Dinlerin Hayvanlara Bakışı*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

- Urquiza-Haas, E. G., & Kotrschal, K. (2015). The mind behind anthropomorphic thinking: attribution of mental states to other species. *Animal Behaviour*, 109, 167-176.
- Vaughan, C. (2015). Rituals of Dominionism - The Jim Mason Interview, *Animal Liberation*, Retrieved from: <http://www.animalliberationfront.com/ALFront/Interviews/RITUALS%20OF%20DOMINIONISM%20-%20The%20Jim%20Mason%20Interview.htm> (15.01.2022).
- Wan (2015). A Brief Summary of Major Religions and Their Attitudes Towards Animals, *WAN Document About Religion and Animals*, Retrieved from: http://worldanimal.net/documents/4_Religion.pdf (06.01.2022).
- Wilson, S. D. (2015). Animals and ethics, *Internet Encyclopedia of Philosophy A Peer Reviewed Academic Resource*, Retrieved from: <http://www.iep.utm.edu/anim-eth/> (19.01.2022).
- Karakaya, Ç., & Çobanoğlu, E. O. (2012). İnsanı merkeze alan (antroposentrik) ve almayan (nonantroposentrik) yaklaşımlara göre eğitim fakültesi son sınıf öğrencilerinin çevreye yönelik bakış açıları. *Journal of Turkish Science Education*, 9(3), 23-35.

Kırsalda Turizm Gelişiminin Kadın Yaşamı Üzerine Etkileri: Bursa Misi Köyü Örneği

The Effects of Rural Tourism Development on Women Life: The Case of Bursa Misi Village

Öğr.Gör.Dr. Emel ADAMIŞ

Bursa Uludağ Üniversitesi

emeladamis@uludag.edu.tr

0000-0001-6445-005X

DOI: 10.37154/cudes.2022.41

Article Info	Abstract
Received: 21.02.2022 Accepted: 01.03.2022 Keywords: Misi Village rural tourism, quality of life, women labor, women life	The study aims to examine the effects of rural tourism activities on the socio-cultural, economic and family life of rural women who contribute this process with their labor. The effects of tourism development in the countryside were investigated, especially through the changes in the lives of women residing in the village of Misi, which has become a tourist attraction in recent years with its 2000 years of history, cultural values and authenticity. Based on the case study method, the study employed exploratory approach by implementing semi-structured face-to-face (in-depth) interview and observation techniques for data collection. Face-to-face interviews were conducted with 10 women who were active members of the Misi Women's Culture and Solidarity Association and agreed to be interviewed on a voluntary basis. As a result of the research, it has been determined that tourism affects women's social, family and gender roles positively in rural areas. Another important observation is that there exist local tourism initiatives involving women in rural areas as in Misi Village, which not only brings economic benefits but also furthers multi-dimensional impacts on the social position of women.
Makale Bilgisi	Öz
Geliş: 21.02.2022 Onay: 01.03.2022 Anahtar sözcükler: kadın emeği, kadın yaşamı, kırsal turizm, Misi Köyü, yaşam kalitesi,	Çalışmada kırsalda gelişen turizm faaliyetlerinin, bu sürece emekleriyle dahil olan kırsaldaki kadınların sosyo-kültürel, ekonomik ve aile yaşamlarına etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Turizm gelişimin kırsaldaki etkileri, özellikle kadınların yaşamlarındaki değişimler üzerinden ve Bursa'nın merkezine yakın 2000 yıllık tarihi, kültürel değerleri ve otantikliği ile son yıllarda turistik bir çekim merkezi haline gelen Misi köyü üzerinden araştırılmıştır. Örnek olay yöntemine dayandırılan çalışmada, veri toplamada yarı yapılandırılmış yüzyüze (derinlemesine) görüşme ve gözlem tekniklerinden yararlanan nitel araştırma yönteminin keşifsel yaklaşımı kullanılmıştır. Misi Kadınları Kültür ve Yardımlaşma Derneğine aktif üye olan ve gönüllülük esasına göre görüşmeyi kabul eden 10 kadın ile yüzyüze görüşme gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda, turizmin kırsalda kadınların toplumsal, aile içi ve cinsiyet temelindeki rollerini olumlu yönde etkilediğini belirlenmiştir. Misi Köyü gibi kırsal bölgelerde kadınları sürece dahil eden yerel turizm girişimlerinin, yalnızca ekonomik faydalar değil, aynı zamanda kadının toplumsal konumunu da ileriye taşıyan çok boyutlu etkileri olduğu gözlemlenmiştir.

1. GİRİŞ

Sanayi ve tarım sektörlerindeki tarihsel ilerlemenin özellikle gelişmiş ülkelerde yirminci yüzyılın ikinci yarısından sonra yerini hizmetler sektörüne bırakması ulusal ve uluslararası ekonomilerdeki devinim ve değişimlerin bir sonucudur. Endüstrileşme hamlelerinde görece avantaja sahip Avrupa ve Amerika, bunun bir yansıması olarak insanlarına boş zaman ve gelir yaratabilme noktasında da başı çekmişlerdir. Bu ülkelerde oluşan olanaklar, hizmetler sektöründeki hızlı

büyümenin önemli mecralarından birini temsil eden turizm endüstrisini seyahatten, konaklamaya, eğlenceden, gastronomiye bir bütün olarak ciddi biçimde beslemiş ve motive etmiştir. Turizm doğası gereği talebin olduğu yer ile arzın bulunduğu yer arasındaki tüm ağları örmesi gerektiğinden, özellikle ulaşım, seyahat ve konaklama sektörlerinde bir hareketliliği ve yatırımı da zorunlu kılmıştır.

Gelişen turizmin farklı tür ve tipleri insanın ihtiyaç, istek, merak ve farkındalıklarıyla birlikte çeşitlenmektedir. Basit bir iklim, tatil ve dinlenme çerçevesinde yaygınlaşan deniz-kum-güneş odaklı kitlesel seyahatlerin bugün yüzlerce turizm türünde ifadesini bulan bir gelişmeyle ulusal ve uluslararası ölçeklerde büyümeye devam etmektedir. Turizmin çeşitlenmesi, turistik çekime sahip destinasyonları, turizm endüstrisinin paydaşlarını da dinamize etmekte ve büyütmektedir. Turizm talebinin yöneldiği alanların popülerleşmiş destinasyonların yanında daha az bilinen ya da bilinmeyen kırsal alanlara da kaydığı bir gerçektir. İnsanları seyahate iten motivasyonlar ile onları çeken çekiciliklerin buluşma yerlerinden biri de kırsal bölgeler olmaya başlamıştır.

Şehirlerin çeperinde ya da uzağında görelî kentleşme ve nüfus yoğunlaşmasından uzak kalmış olan yerellikler, kültürel ve doğal dokuları, daha sade, küçük, kendine özgü yaşamları ve görelî bozulmamış ya da otantik unsurları ile birer cazibe merkezi haline gelmiştir. Bu tür kırsal bölgelerdeki küçük ölçekli yerleşim alanlarının turizm hareketlerine dahil olmasıyla birlikte turizme bağlı ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerinin buralarda da görülmesi kaçınılmazdır. Çalışma, turizmin kırsal bir destinasyondaki etkilerine odaklanmıştır. Turizm gelişimin kırsaldaki etkileri, özellikle kadınların yaşamlarındaki değişimler üzerinden ve Bursa'nın hemen periferisinde olan tarihi, kültürel değerleri ve otantikliği ile son yıllarda turistik bir çekim merkezi haline gelen Misi köyü üzerinden araştırılmıştır.

1.1. Literatür ve Kavramsal Çerçeve

Turizm açısından kırsal alan, deniz turizmi dışında kalan, kentsel yerleşimlerden uzakta, kırlara özgü doğal ve kültürel yapının korunduğu, tenha, yapaylıkla tanışmamış, sessiz alanlar (Soykan, 1999; 2004) olarak tarif edilmektedir. Beeton (2006), kırsal alanlardaki turizmi küçük ölçekli konaklama tesislerinin geleneksel gündelik yaşamın ve yerel insanla temasın daha fazla olduğu alanlar üzerinden kategorize etmektedir. Kırsal alanlarda gerçekleşen turizm türleri bu coğrafi alanı paylaşan; örneğin, doğa macera, yürüyüş, kamp ve karavan turizmi, eko turizm, turizm, mağara turizmi, akarsu turizmi, yayla turizmi, dağ turizmi, kış sporları turizmi, av turizmi, yamaç paraşütü, atlı geziler vb. gibi doğrudan doğaya dayalı olarak yapılan birçok turizm türünün de mekanıdır (Soykan, 2004). Özgünlük ve korunmuşluk gibi özelliklerin var olması kırsal alanlara olan turizm talebini arttırmakta olup, kültürel miras unsurları açısından ayırt edilebilir özelliklere sahip bu alanlarda miras turizmi de gelişmektedir.

Kırsal alanlara yönelen turizm hareketlerinin yaygınlaşmasında başta büyük kentlerde yaşayan insanların sosyo-ekonomik durumunun yükselmesi, şehirlerdeki hayatın karmaşıklığı, kirliliği ve gürültüsünün artması gibi olumsuzluklar ile stresten uzaklaşma gibi faktörler etkili olmuştur (Halloway ve Taylor, 2006). Bununla birlikte kentleşmenin gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından büyük oranda tamamlanmış olması ve dolayısıyla toplam nüfusun büyük çoğunluğunun farklı ölçeklerde olsa da şehirleşmiş alanlarda yaşıyor olması bu süreci kırsal alanlar açısından daha da çekici hale getirmektedir. Doğal ve/veya kültürel varlıkları ile çekiciliğe sahip kırsal bölgeler turizmin farklı türlerine ev sahipliği yapmaya başlamıştır. İlk olarak Lane (1994) kırsal turizmin ne olduğuna dair soruyu sormuş ve onu; kırsalda, küçük ölçekte gerçekleşen ve kırsalın kendine has çevresel kültürel özgünlüğünü yansıtan tipoloji üzerinden çerçevelemiştir.

Kırsaldaki turizm çalışmaları üzerine önemli bir literatür oluşurken (Lane 1994; Bramwell, B. ve Lane, B. 1994; Wilson ve Fesenmaier, 2001; Beeton, 2006; Soykan, 1999; Tarlak, 2007; Karafaki vd. 2019; Ongun ve Gövdere, 2019; Uçar vd. 2010; Aref ve Gill 2009) özellikle farklı niteliklere ve çekiciliklere sahip kırsal alanlarda turizmin etkileri farklı boyutları ile de araştırılmaya başlanmıştır. Turizm gelişiminin ekonomik, sosyal ve doğal çevre üzerinde etkilere sahip olduğu (Swarbrooke, 1990) bilinen bir olgudur. Bu etkilerin daha çok ekonomik boyutu ile ilgilenen ya da etkileri daha çok ekonomik katkıya indirgeyen araştırmalardan (Ruzic ve Demonja, 2017; Tunçsiper ve Kaşlı, 2008; Küçüksarı 2011; Ecereal ve Özmen, 2009; Türker vd. 2016) sonra yerel halk açısından sosyal, kültürel

etkilere de odaklanılmaya başlanmıştır. Turizm, sadece kıyı destinasyonları ya da şehirler için değil kırsal bölgeler için de yerel kalkınmanın bir aracı olarak görülürken (Çetin 2009; Doğan, 2019; Kuter ve Ünal, 2009), turist ile yerel topluluklar arasındaki etkileşim açısından kırsal turizm daha fonksiyonel görülmektedir (Ahipaşaoglu ve Çeltek, 2006; Belanger ve Jolin, 2011; Çeken vd. 2012; Bricker vd., 2013). Bu yüzden Lane (2009) kırsaldaki turizm faaliyetleri ile sürdürülebilir turizm arasında zorunlu bir ilişki olmasının altını çizer. Simkova (2007) bu noktada yerel toplumun sürece dahil olması ve kararlara katılımının sağlanmasının ayrı bir güçlük olarak ortaya çıkabileceğini belirtmektedir. Bunun unsurlarından biri elbette hem toplumsal hem de aile içi konuları ve rollerine bağlı olarak kadınlar içindir.

Literatürde az da olsa kırsaldaki turizmin kadınların yaşamları üzerindeki etkilerini araştıran çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin Cihangir ve Demirhan (2020) Van üzerinden yaptıkları araştırmada kadınların günlük yaşamları üzerinde önemli etkileri olduğunu tespit etmiştir. Sayın ve Ergin (2018) kırsal turizm gelişiminin kırsaldaki kadının ailedeki rolünü değiştirdiği ve çalışma yaşamına daha etkin olarak katılmasına olanak tanıdığını; Doğan (2017), ile Kadanalı ve Yazgan (2012) da benzer biçimde kırsal turizmin gelişiminin kırsal alanlardaki kadınların aile içi rollerini değiştirdiğini ve kadının çalışma yaşamına daha etkin katılmasını kolaylaştırdığını ve bireysel olarak onları güçlendirdiğini belirlemiştir.

2. AMAÇ

Doğa, kültür, tarih gibi değerli çekiciliklere sahip olan Misi Köyü son dönemlerde turizm potansiyeli açısından da dikkatleri çekmiş ve disiplinlerarası birçok araştırmaya konu olmuştur. Turizm sadece yeme-içme, seyahat, konaklama gibi faaliyetleri kapsamakla kalmayıp aynı zamanda yaşam kalitesi, bireysel ve toplumsal gelişim ve değişime de etki eden bir olgudur. Bu nedenle, çalışmada önceki çalışmalardan farklı olarak, kırsalda gelişen turizm faaliyetlerinin, bu sürece emekleriyle dahil olan kırsaldaki kadınların sosyo-kültürel, ekonomik ve aile yaşamlarına etkisi incelenmiştir. Çalışma, Bursa'nın son dönemde popüler hale gelmiş otantik Misi köyünde kadınlar tarafından kurulmuş olan Misi Köyü Kadınları Kültür ve Yardımlaşma Derneği üyesi kadınlar üzerinden yürütülmüş ve turizm gelişimi ile toplumsal yaşamlarındaki değişimler arasındaki ilişki ortaya konmaya çalışılmıştır.

Misi Köyü (Gümüštepe Mahallesi)

Bursa ili merkezine 12 km mesafede, Orhaneli yolu üzerinde yer alan 2000 yıllık geçmişe sahip tarihi Misi Köyü, Nilüfer ilçesi sınırları içindedir. İlk adının Mysia olduğu düşünülen köy, günümüzde yeni adı Gümüštepe Mahallesi olarak anılmaktadır. 1200 civarında nüfusa sahip olan köy, 1987 yılında köy statüsünden çıkarılarak mahalle olmuş ve 1989 yılında kentsel sit alanı ilan edilerek koruma altına alınmıştır (www.bursa.com.tr). Ortasından Nilüfer Çayı'nın geçtiği köy, 17. ve 18. yüzyıldan kalma Osmanlı ve Rum mimarisinin özelliklerine sahip ev ve yapıları ile ünlüdür. 19. yüzyılda Misi'yi çevreleyen arazilerin bağlarla kaplı olduğu ve nüfusun büyük bir çoğunluğunun bağcılık ve kozacılık ile uğraştığı bilinmektedir. Cumhuriyet döneminde de üzüm, şarap ve şıra üretim merkezi olma özelliğini sürdüren köy, günümüzde bu özelliğini kaybetmiştir. Eski yıllarda tarım, şarapçılık (bölgeye has misket üzümünden) ve ipekböcekçiliği, bölgenin temel gelir kaynağını oluştururken dut ağaçlarının yok olması kozacılığı olumsuz etkilemiş ve günümüzde kırsal turizm, gastronomi, kültür ve doğa turizmi odaklı ziyaretçileri ağırlayan bir bölgeye dönüşmüştür.

Nilüfer Belediyesi tarafından 2006-2016 yılları arasında gerçekleştirilen Misi Koruma ve Yaşatma Projesi ile bölgedeki yapıların korunması ve bir kısmının da restore edilerek işlevsel hale getirilmesi için çalışmalar yürütülmüştür. Tarihi Kentler Birliği'nin Özendirme Ödülüne değer bulunan proje yoluyla onlarca tescilli yapı restore edilmiş; Nilüfer Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Müdürlüğü Tarih ve Turizm Bürosu, Nilüfer Çocuk Kütüphanesi, Misiköy Etnografya Müzesi, Koza Evi, İpek Evi, Yazı Evi, Mysia Fotoğraf Müzesi, Nilüfer Edebiyat Müzesi ve Nilüfer Sanat Evi gibi yeni işlevlerle, yerel kültür ve turizme değer katması hedeflenmiştir.

Anadolu Efes, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) işbirliğiyle, yerel kalkınmaya destek vermek üzere hayata geçirilen Gelecek Turizmde

Sürdürülebilir Turizm Destek Fonu'nun ilk dönem projelerinden %100 Misia Projesi, yörenin tarihsel geçim kaynağı olan ipekböcekçiliğinin yeniden canlandırıldığı ve kadın emeğinin değerlendirildiği örnek bir turizm modeli oluşturmayı amaçlamış ve köy kadınlarının ev ekonomisine katkıda bulunacak ürünleri üretmesinde eğitimler vererek destek olmuştur.

Misi Köyü Kadınları Kültür ve Yardımlaşma Derneği

2010 yılında Misi Köyünde yaşayan 46 kadın tarafından kurulan dernek, Misili kadınların el emeklerini değerlendirmelerini sağlamayı hedeflemektedir. Gözleme, mantı, tarhana, erişte, salça, reçel çeşitleri, turşu, baklava gibi geleneksel lezzetler ve köye has bilinmeyen ya da unutulmaya yüz tutmuş yemekler el birliği ile üretilip sunulmaktadır. Bahar ve yaz döneminde 8-10 kişilik grup aktif ve dönüşümlü olarak üretime katılmaktadır.



Resim 1. Dernek Kadınlarının Yerel Ürünlerinden Örnekler (Kaynak: Dernek Bşk.)

Köyün, Gelecek Turizmde fonu tarafından destek kazanmış olan %100 Mysia projesi kapsamında Nilüfer Misi Köyü Kadınları Kültür ve Yardımlaşma Derneği tarafından Nilüfer Belediyesi'nin desteğiyle işlevlendirilmiş seçkin geleneksel mimarlığa sahip iki köy evi olan İpek ve Koza evleri vardır. İpek Evi'nde "Osmanlı ve Cumhuriyet dönemlerinde Bursa ipek ve ipekböcekçiliğinin tarihi" teması üzerine bir kalıcı sergi, koza ve ipek ipliği ile el sanatları atölyeleri hazırlanmaktadır. Koza Evi, Misi Köyü Kadınları Kültür ve Yardımlaşma Derneği tarafından dernek tesisi ile birlikte yerel lezzetler restoranı ve misafirhanesi olarak kullanılmaktadır.

3. YÖNTEM

Araştırma örnek olay yöntemine dayanmaktadır. Veri toplamada yarı yapılandırılmış yüzyüze (derinlemesine) görüşme ve gözlem tekniklerinden yararlanan nitel araştırma yönteminin keşifsel yaklaşımı bu çalışma için uygun yöntem kabul edilmiştir. Önceki araştırmalarda konuya yönelik kullanılan belirli bir ölçüğe dayalı geliştirilmiş soru formuna ulaşamadığı için yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile veriler elde edilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın keşifsel doğası nedeniyle, ilk önce Misi Kadınları Kültür ve Yardımlaşma Derneği başkanı ile iletişime geçilmiş, araştırmanın önemi ve amacı anlatılmıştır. Gönüllülük esasına göre görüşmeyi kabul eden dernek üyesi 10 kadın ile 20 Aralık 2021- 10 Ocak 2022 tarihleri arasında dernek binasında farklı tarihlerde görüşmeler yapılmıştır. Konfor alanının sağlanması için tüm görüşmeler aynı mekanda gerçekleşmiştir. Yüz yüze yapılan görüşmelerin her biri yaklaşık 35 dakika sürmüştür. Çalışmada demografik bilgilere yönelik bir değerlendirme amaçlanmadığı için katılımcılardan demografik ve kişisel bilgiler talep edilmemiştir. Misi Köyü'nde gelişen turizm faaliyetlerinin yerel anlamda kadına yönelik sosyo-ekonomik ve psikolojik etkilerini, kadının yaşam kalitesine katkısını öğrenmeyi hedefleyen açık uçlu sorular sorulmuş, görüşmeler ses kaydına alınmış ve zaman zaman araştırmacı tarafından detaylı notlar tutulmuştur. Daha sonra kayıtlar metne aktarılarak analiz edilmiştir. Araştırmacının ilçe sınırları içinde ikamet etmesi nedeniyle köye sık sık ziyaret gerçekleştirmesi ve gözlem yapması da mümkün olmuştur. Çalışma Bursa ilinin Nilüfer ilçesinde bulunan Misi Köyü (Gümüştepe Mahallesi)'nde faaliyet gösteren Misi Kadınları Kültür ve Yardımlaşma Derneği üyeleri ile gerçekleştirilmiştir. Derneğe üye 46 kadın katılımcıdan görüşme talebini kabul eden 10 üye çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır.

Görüşme esnasında sorulan açık uçlu sorularda kadın emeğinin haneye katkısı, aile ilişkilerine etkisi, yaşam kalitesine (sosyo-kültürel, ekonomik, psikolojik vs.) etkileri, turizm faaliyetleri öncesi ve sonrasında yaşanan değişimler gibi temalara odaklanılarak bilgi edinilmeye çalışılmıştır. Görüşme esnasında katılımcıların farklı konulardaki paylaşmak istedikleri yorumlara da olanak sağlanmış ve bulgular kısmında yer verilmiştir. Araştırmacı soruların sorulması esnasında görüşmenin akışına bağlı olarak belli bir öncelik sırası takip etmemiş, katılımcıların esnek bir şekilde görüşlerini ifade etmelerine fırsat sağlanmaya çalışılmıştır. Elde edilen bulgular betimsel bir yaklaşımla analiz edilmiş ve sunulmuştur.

4. BULGULAR

Katılımcıların çoğunluğu derneğin kurulduğu yıldan itibaren dernekte faaliyet gösteren farklı yaş gruplarından oluşan kadınlardır. 1 kişi derneğin kurulmasından 5-6 yıl sonra çevresinin ve arkadaşlarının ikna etmesi üzerine derneğe katılmaya karar vermiştir. Katılımcılardan 1 kişi tek başına yaşamını idame ettirmektedir. Önceki jenerasyon da dahil olmak üzere çoğunluk Misi Köyü'nde doğmuş büyümüş ve daha önce ev dışı ekonomik iş hayatı deneyimi neredeyse hiç olmayan kadın bireylerden oluşmaktadır. Katılımcılarla yapılan görüşmede elde edilen bulguları, aşağıdaki gibi üç ana başlık halinde değerlendirmek mümkündür.

4.1. Ekonomik ve Hane İlişkilere Etkiler

Kadınların ailevi ilişkileri, özellikle eşleri ve çocukları arasındaki ilişkiler yereldeki turizm faaliyetleri sonrası ve kendi kurdukları dernek çatısı altında turizm üretimine katılmalarının bir sonucu olarak çeşitli değişim ve dönüşümler geçirmiştir. Kadın daha bağımsız, daha girişimci hale gelerek, ailede kadın ve erkek emeği arasında benzer bir denkleğin altyapısına katkı sağlamaya başlamış ve özgüven duygusunu olumlu yönde geliştirmiştir. Bulgular dernek girişimleri ve faaliyetlerinde bulunan kadınların hane halkı tarafından yapıcı şekilde desteklendiği yönündedir:

Eşim de destek çıktı çalış diye. Evdeyden mutsuz ve sinirliydim, baktı ben de çalışınca rahatlıyorum bu yüzden destek verdi. Olumsuz bir etkisi olmadı dernekte çalışmamın. Daha önce ben hiç çalışmadım mesela burada başladım. Eve de çocuklarıma da faydam oldu. (Katılımcı 5, Ocak 2022).

Derneğin kurulmasında eşim çok destek oldu. Ama küçük yerlerde erkekler kadınlardan hizmet beklemeye alıştıklarından, ben burada çok vakit geçirmeye başlayınca kendime göre bir hayatım oluşunca biraz şikayet etmeye başladı. Çocuklarım ise bana her zaman destek. Eşime karşı daha bir özgüvenli oldum. Öncede çalışıyordum tarlada, hayvanlar vardı ama eşimin himayesindeydi bu çalışmam. Şimdi kendi kararlarımı kendim veriyorum. Çok olmasa da harçlık param oluyor. Zaten derneğin kurulma amacı evde oturan kadınlara iş imkanı sağlamak. (Katılımcı 1, Ocak 2022).

Eşim de çocuklarım da ileri görüşlüdür. Benim açımdan pek bir değişiklik olmadı olumsuz manada. Onlar tam tersi evdeki sorumluluklarımı bile azalttılar, soframı önüme getirdikleri oldu. Bana olumlu yönden getirisi oldu işimin olmasının (Katılımcı 2, Ocak 2022).

Çocuklarımız liseye gidiyordu o zamanlar, çocuklarımızın okumasına ekonomik olarak haneye parasal katkıda bulundum az da olsa. En azından yol parasını karşılayabiliyordum. Eşlerimiz bize destek oldu, onlar gönderdiler derneğe. İşimize boşvermediler, önemsediler onlar da (Katılımcı 7, Ocak 2022).

Ekonomik açıdan aileye katkım oldu, bu çok güzel bir duygu (Katılımcı 3, Ocak 2022).

Daha önce ben hiç çalışmadım mesela burada başladım. Eve de çocuklarıma da faydam oldu, harçlık kazandım (Katılımcı 4, Ocak 2022).

Kendi ayaklarımın üzerinde duruyorum, yalnızım. Ben bu faaliyetlerden geçiniyorum. Ekonomik olarak sigortalı çalışıyorum o bana bir güvence (Katılımcı 6, Ocak 2022).

Önceden de çalışıyordum ama tarlada, hayvanlar vardı ama eşimin himayesindeydi bu çalışmam. Şimdi kendi kararlarımı kendim veriyorum. Çok olmasa da harçlık param oluyor (Katılımcı 9, Ocak 2022).

Ekonomik olarak bir getirisi oldu bizlere. Köyümüzün gençleri açısından da çalışmaya yönelik katkısı oldu turizm faaliyetlerinin. Düzene oturdukça daha iyi olacağını düşünüyorum (Katılımcı 10, Ocak 2022).

4.2. Sosyo-Kültürel ve Psikolojik Etkiler

Derneğin asıl kurulma amacının evde oturan kadınlara iş imkanı sağlamak olduğunu ifade eden katılımcılar, ekonomik anlamda yüksek bir gelir elde etmeseler de yaşamlarında bunun çok şey değiştirdiğini belirtmişlerdir. Derneğe üye olmak için bir aidat alınmadığını ancak kazanç elde etmek isteyenlerin gelip aktif olarak faaliyetlere dönemseller olarak katıldığı belirtilmiştir. Toplu etkinlikler için sipariş usulü çalıştıklarını ve bunun getirisinin daha iyi olduğunu, böylelikle ürünlerin ellerinde kalıp bozulma ya da bayatlama riski olmadığını ifade etmişlerdir. Katılımcıların bazılarının yorumları şu şekildedir:

Turizm etkinliklerinin köyümüze de faydası oluyor. Mesela yazın incir zamanı incir, üzüm, erişte, yumurta, süt gibi dernek dışındaki köylümüzde kendi satışlarını yapıyorlar. Süs eşyaları falan oluyor satılan. Tabi en çok yazın köyümüzü gezip çay bahçelerinde oturuyorlar. Köy topluluğumuza bu gibi faydalar getirdi (Katılımcı 6, Ocak 2022).

Köyümüze bu projeler sonrası daha çok ziyaretçi geldi ve köyümüz daha fazla kişi tarafından tanındı. Örneğin üniversitede okuyan bir arkadaşımızın çocuğu derste bizim köyümüze, derneğimize ilişkin anlatım yapılırken derneğimizin yer aldığı resimde annesini, köyünü görmüş ve çok şaşırmış (Katılımcı 8, Ocak 2022).

Daha bir tanınmış olduk. İstanbul'dan geliyor biri mesela "A ben sizi tanıyorum" diyor. Televizyonda gördüm diyor, internette gördüm diyor. Tabi bu tür şeyleri tek başıma yapmak mümkün değil. İşbirliği gerekiyor. Nilüfer Belediyesi olsun, bu Misia Projesi olsun bunlar bize katkı sağladı, bizim de çok hoşumuza gidiyor. Diyelim Kocaeli'nden geliyorlar, İzmir'den geliyorlar. Bizi gördüklerini, bildiklerini söylediklerinde hoşumuza gidiyor, mutlu oluyoruz. Daha bir tanınır ve sosyal olduk. Belediyenin yanımızda olması bize çok büyük bir destek. Tek başına bir şey olmuyor illaki bir destek gerekiyor. Örneğin dernek yerimiz Belediyenin. Bize kiraya vermesi bizim için büyük destek oldu (Katılımcı 10, Ocak 2022).

Katılımcılar kırsal bir bölgede turizm faaliyetlerine katılabiliyor olmanın ekonomik getirisi çok önemli olsa da kırsalda yaşayan kadınlar olarak sosyal ve kültürel anlamda edindiklerinin, yani manevi edinimlerinin çok daha önemli olduğunu vurgulamaktadırlar. Toplumsal faaliyetlerin bir parçası olmanın, yeni insanlar tanımanın, kültürel etkinliklerde toplu olarak hareket edebilmenin, birbirlerine destek olmanın ve yaşamlarındaki faaliyet alanlarının değişiminden bahsetmişlerdir. Kadınlar özellikle sosyal alanda özgüven sahibi olmuşlar ve sosyal görünürlüklerini bu süreçte artırmışlardır:

Biraz daha farklı oldu tabi turizm faaliyetlerinden sonra. Herkesin görüş açısı daha farklı oldu. Kadınlar yani biz önceden evde oturan hanımlardık. Mesela dışarı çıkardık ama bu kadar sosyal değildik. Şimdi kadınlarımız mesela kapıların önünde yiyecek, içecek satışı yapabiliyorlar. Bundan öncesi yoktu. Dernek başladıktan sonra bunlar daha aktif olmaya başladı. Derneğe üye olmasa bile bireysel olarak satış yapabiliyorlar. Onların sattığı ürünler bizde yoksa onlara yönlendirebiliyoruz ya da derneğimizde onların ürettiği şeyleri de satış yapıp birbirimize destek oluyoruz (Katılımcı 2, Ocak 2022).

Kendime özgüvenim arttı. Gelen misafirlerimizle konuşuyoruz, görüşüyoruz. Avukatlar geliyor, doktorlar geliyor rahatlıkla konuşabiliyoruz önceden çekiniyorduk. Özgüvenim olumlu olarak etkilendi. Ailem zaten hep destekliyor arkamdalar her zaman (Katılımcı 7, Ocak 2022).

Sosyal olarak hayatta aktif olmama, daha çok insan tanımama etki etti bu benim için çok önemli... Birçok ünlü ile tanıştık. Tiyatro, konserler gibi etkinliklere gidiyoruz, satışlara gidiyoruz. Oralarda değişik insanlarla tanışıyoruz... Dernek sayesinde sosyal açıdan tek başına gidemediğimiz yerlere arkadaşlarımızla toplu olarak gidebiliyoruz (Katılımcı 1, Ocak 2022).

Valla bizim için çok iyi oldu. Evde oturuyorduk, tarım da yok artık. Sosyal olarak her yere gidiyoruz, her yeri görüyoruz. Değişik insanlar tanıyoruz. Bu insanlar farklı meslek gruplarından ve etkileşim halinde olduğumuzdan bizlere de faydaları oluyor. Sosyal çevremiz arttı. (Katılımcı 10, Ocak 2022).

...Kimisinin eşi göndermiyor, kimisinin maddi durumu iyi. Ben üye olayım geziler falan olursa bize söyleyin gezilere katılım gibi şeyler söylüyorlar. Para kazanmak değil sosyal olmak için isteyenler de oluyor (Katılımcı 4, Ocak 2022).

Sosyal anlamda kadınların özgüven sahibi olmasının psikolojik olarak da onların moral ve motivasyonlarını geliştirdiği ve bireysel yaşamdaki olumlu değişimlerin gözlemlendiği görülmektedir:

Psikolojik açıdan hayatımıza renk kattı bizim. Evde oturan hanımlardır. Komşuya, çarşıya git gel başka bir hayatımız yoktu. Yaşam kalitemize katkı sağladı (Katılımcı 1, Ocak 2022).

Dernekle, bir toplulukla hareket etmek bana güven duygusu veriyor, birlikten kuvvet doğar diye inanıyorum (Katılımcı 6, Ocak 2022).

...toplantılara gidiyoruz, önemli kişilerle görüşüyoruz, başkanlarla başkan yardımcılarıyla. Dernek öncesi faaliyetlerimizde onlarla diyoloğumuz yoktu. Birşeyleri başardığımız zaman bu sefer moralimiz de düzeliyor (Katılımcı 10, Ocak 2022).

Özgüvenli oldum. Evde de yaptığım şeyler vardı ama burada şimdi daha çok şeyler yapıyoruz daha geliştirdik kendimizi (Katılımcı 5, Ocak 2022).

Mesela ben evden öyle çıkıp çok gezmeyi sevmezdim. Şimdi insanın özgüveni artıyor. Daha özgüvenli oldum buraya katıldığımızdan beri. Dernek içi iletişimimiz de çok güzel, memnunuz (Katılımcı 8, Ocak 2022).

Dernek içindeki arkadaşlar ile birşeyleri paylaşmamız, güç birliği yapmamız psikolojik açıdan da bizlere çok iyi geliyor (Katılımcı 10, Ocak 2022).

Katılımcılardan bazıları dernek sayesinde güç birliği ettiklerini ancak derneğin kurulum aşamasında çoğu ailelerinden destek gelse de köyde yaşayan diğer erkek bireylerin yaklaşımından dolayı bunu başarmalarının bazı zorlukları olduğunu ifade ederek serzenişte bulunmuşlardır. Ev dışında, çalışma hayatında var olmanın sorunlarını dile getirirken aslında toplumsal cinsiyet konusunu da gündeme getirmişlerdir. Bazı katılımcılar köyde turizmden gelen ekonomik gelir dağılımının adil olmadığını, erkeklerin daha çok gelir elde ettiğini; bunun yanında köy dışından kişilerin dere kenarındaki işletmeleri çalıştırdığını ve gelen ziyaretçilerin önünü keserek onların bölgesine gelmelerini engellediğini dile getirmişlerdir. Bir kısım katılımcı erkek egemen bir toplulukta yaşadıklarını düşünürken bir kısmı da öyle olmadığını savunmuştur.

Her yerde olduğu gibi buradaki işletmelerde de erkekler ön planda. İlk baştan beri bize “Yapamazlar, kapatırlar, bakalım ne zaman kapatacaklar” diye düşünceler oldu. Engellenmeye çalıştık, hala daha yani var etrafımızda. Buradaki işletmelerden “Siz kadınsınız, gidin evinize oturun, ne işiniz var burada” gibi söylemler hep oldu. Eşlerimiz bize destek olduğu için biz devam ettik (Katılımcı 1, Ocak 2022).

Genel olarak bizim köyümüzde erkek baskınlığı görmüyoruz. Çünkü kadın olarak haklarımızı savunmayı biliyoruz. Savunmasak belki erkek egemen baskısı yaşayabiliriz. Kendi özgüvenimiz ve kendimizi ifade ettiğimiz için öyle bir şey görmüyoruz. Eşlerimizden de görmüyoruz, köy halkından da. Dernek faaliyetlerimizden ötürü bu özgüvenimiz arttı tabi benim görüşüm öyle. Köyümüzde dernekle ilgili eşlerimiz dışında bazıları erkeklerden eleştiri alırken bazıları övgüyle bahsetti. Her kesimde olduğu gibi meyve veren ağaç taşlanıyor. Bazen çok olumsuz şeylerle de karşılaştık ama hiç pes etmedik, yılmadık. Başarımızı devam ettirdik. Yoksa bu zamana kadar gelemezdik (Katılımcı 3, Ocak 2022).

Bence erkek kadın eşit olmalı. Ben zaten kendi kararımı kendim veririm kimseyi karıştırmam (Katılımcı 4, Ocak 2022).

Bizim köyde bence kadınların sözü geçiyor yani daha anaerkil bir yapıda. Erkekler kadınlara destekçi (Katılımcı 5, Ocak 2022).

4.3. Kişisel Gelişim ve Beceri Üzerine Etkiler

Katılımcılar, dernek kurulduğundan beri hem kişisel hem de toplumsal anlamda pek çok yarar sağladıklarını, olumlu bir gelişim gösterdiklerini ifade etmişlerdir. Birey olarak daha fazla ön planda olduklarını, girişimci hale geldiklerini; becerilerini artırdıklarını ve eğitimler alarak kendilerini geliştirdiklerini belirtmişlerdir. Bu sayede kişisel gelişim ve beceri artışının toplumsal bir etkiye dönüştüğünü ifade etmektedirler. Bazı katılımcıların bu yöndeki ifadeleri de bunu destekler niteliktedir:

Nenelerim, dedelerim hep buralı köyün yerlisiyiz. Çocukluğumdan beri tarımla geçinen bir köydü köyümüz. Zamanla bitti tarım tabii. Tütün yapıyorduk, fasulye ekiyorduk aklınıza gelen her meyveyi yetiştiriyorduk. Evlerde oturuyoruz, erkekler çalışıyor. Kadınların kurduğu dernekler olduğunu duydum ve komşulara söyledim. Bir dernek kursak biz de köyümüzde müsait dışardan gelen ziyaretçiler var turizm var ve köyümüz ücra bir köy değil, aktif bir köy dedim. Komşularım da yapar mıyız, yapamaz mıyız derken ona buna söylerken, biz 46 üye ile kurduk derneğimizi”.

Kişisel fayda olarak, proje ile ilgili pek çok eğitim aldık. Engelli müşterilere nasıl davranmamız gerekiyor, soframa eğitimleri, koza çiçeği, dokuma eğitimi aldık. Maliyet muhasebesi, İngilizce eğitimleri aldık. Bunlar bizi çok mutlu etti 33 arkadaşımız sürekli bu eğitimlere katılıyordu. KOSGEB’in girişimcilik kurslarına katılan arkadaşlarımız oldu kendi yerlerini açanlar oldu (Katılımcı 1, Ocak 2022).

Özellikle yöresel ürünlerimizi yaptık onları satıyoruz. Yöresel yemeklerimizi, bilinmeyen yemeklerimizi gün yüzüne çıkardık. Unutulan bu yemekleri tanıtmaya çalıştık. Sipariş üzerine de yöresel yemeklerimizi yapıyoruz. 2013 yılında Mysia Yolları adında bir proje yaptık. Bu projeye değişti bizim hayatımız. Pek çok projeye ilgili pek çok ünlü geldi. Onlarla tanıştık. Bizimle ilgili programlar yapıldı. Bu projelerin dışında derneğimizde çalışmaya, üretmeye devam ediyoruz. Kahvaltı veriyoruz. Gözleme, mantı, tarhana, erişte, salça, reçel çeşitleri, turşu yapıyoruz (Katılımcı 3, Ocak 2022).

Dernek olduktan sonra, yerel yönetimlerin de katkısıyla ve projelerle hijyen, yemek gibi birçok konuda eğitimler aldık. Sertifikalarımızı aldık. Bu eğitimlerden sonra kendi hayatımızda da eğitim aldıklarımızı uyguladık bilgimiz arttı (Katılımcı 4, Ocak 2022).

Dernek faaliyetlerinde eğitimler aldık. Koza çiçekçiliği, yemek kursları, hijyen eğitimi ve sofraservis eğitimi gibi eğitimler gördük (Katılımcı 5, Ocak 2022).

Dernek faaliyetlerimizden sonra birçok şey öğrendik. Mesela buraya gelmeden önce ben hamur açmasını bilmiyordum. Sürekli birşeyler öğrendik (Katılımcı 9, Ocak 2022).

5. SONUÇ

Kırsal turizmin ayrılmaz bir parçası olan kadın emeğinin haneye katkısı ve kırsaldaki kadınların kurdukları dernek üzerinden turizm faaliyetlerine katılmalarının sosyo-kültürel, ekonomik ve psikolojik etkilerini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada Misi köyünde ikamet eden ve Misi Kadınları Kültür ve Yardımlaşma Derneği'ne üye 10 kadın ile görüşülmüştür. Turizmin kırsaldaki gelişimi ile özellikle kadınların toplumsal yaşamdaki ilişkileri arasında olumlu bir ilişkilendirme olmuştur. Ekonomik ve sosyo-kültürel anlamda da sürdürülebilirliğin bir koşulu olan yerel halkın özellikle kadının turizm faaliyetlerine katılması, turizmin gelişiminin desteklenmesini olumlu yönde etkilemiştir. Elde edilen bulgularda, derneğin kurulduğu 2010 yılından bu yana dernek üyesi köy kadınlarının yaşamlarında sosyal, kültürel, ekonomik ve psikolojik açıdan olumlu yönde oldukça önemli değişimler olduğu ortaya çıkmıştır. Kadınların sosyal görünürlüklerinin arttığı, ekonomik haneye daha fazla katkı sağlayan aktörler haline geldikleri ve kırsalda toplumsal faydanın yaratılmasına da katkıda buldukları görülmektedir.

Bu araştırma literatürdeki diğer çalışmalarla (Tunçsiper vd.,2017; Doğan, 2019; Cihangir ve Demirhan, 2020) paralel sonuçlar elde etmiş olup turizmin kırsalda kadınların toplumsal, aile içi ve cinsiyet temelindeki rollerini olumlu yönde etkilediğini belirlemiştir. Misi Köyü gibi kırsal bölgelerde kadınları sürece dahil eden yerel girişimlerin olması, yerel yönetimlerin desteğiyle projelerin üretilmesi, yalnızca ekonomik faydalar değil, aynı zamanda kadının toplumsal konumunu daha da

ileriye taşımaktadır. Kadınların girişimciliği, özgüveni ve sosyal yeterlilikleri artmış; bu nitel değişimler onların yaşam kalitelerine doğrudan katkı sağlamıştır. Sadece evde varlık gösteren kadın, yerel sorumluluk insiyatifi olarak hem sosyal hem de ekonomik yönden aktif hale gelmiştir. Kadınların özellikle özgüvenlerinin arttığı; kişisel olarak kendilerini daha donanımlı, cesur ve girişken hissettikleri, kendilerini ifade edebilme yeteneklerinin geliştiği görülmüştür. Bu durumun özellikle hane içi ilişkiler ile toplumsal yaşamda cinsiyet eşitliğinden kadının toplumsal rollerine kadar bir dizi alanda olumlu etkilerinin olması beklenebilir.

Bu araştırmada turizm faaliyetlerinin görüşleri alınan katılımcılar için ekonomik bir fırsat sunduğu gözlemlenmiştir. Köyde orta ve üstü yaş grubu nüfusun yaşıyor olması, gençlerin iş fırsatları için köyden ayrılması ekonomik dengenin sağlanması gerekliliğini ortaya koymuştur. Kadınlara daha fazla destek verilmesi isteklerini dile getiren katılımcılar yeni geçim kaynakları ve köyün potansiyelinin olduğu yürüyüş ve kültür rotaları oluşturulması gibi alternatif turizm türleri sayesinde köy gençleri için yeni istihdam olanaklarının gelişeceği öngörüsündedirler.

Misi Köyü, kent ile kırsalın bağı güçlendirerek sürdürülebilir bir bütünlük oluşturmak ve kadınların turizmde daha etkin şekilde sorumluluk almasıyla yaşam kalitesinin geliştirilmesi açısından önemli bir örnektir. Benzer çalışmaların farklı ve özellikle kırsal destinasyonlarda desteklenmesinin kadınların sosyo-kültürel ve ekonomik yaşamlarına olumlu katkı sağlayacağı düşünülebilir. Yine de farklı yerel bölgelerde farklı zamanlarda tekrarlanacak benzer araştırmalarla bunun desteklenmesinin mümkün olduğu açıktır.

KAYNAKÇA

- Aref, F. ve Gill, S.S. (2009). Rural Tourism Development through Rural Cooperatives Nature and Science, 7(10), 68-73.
- Beeton, S. (2006). Community development through tourism. In: Landlink Press, Australia
- Bramwell, B. ve Lane, B. (1994). "Rural tourism and sustainable rural development", Proceedings from the Second International School of Rural Development, University College, Galway, Ireland, Channel View Books, London.
- Cihangir, E., Demirhan, Ö., ve Şeremet, M. (2020). Kırsal turizm potansiyelinin ortaya çıkarılmasında kırsalda kadının durumuna bir bakış: Van otlı peyniri üretimi örneği. International Journal of Geography and Geography Education, (42), 199-222.
- Çeken, H. ; Dalgın, T. ve Çakır N. (2012). Bir Alternatif Turizm Türü Olarak Kırsal Turizmin Gelişimini Etkileyen Faktörler ve Kırsal Turizmin Etkileri, Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 2 (2), 11-16.
- Çetin, T. (2009). Beypazarı'nda turist-yerli halk etkileşimi ve turizmin sosyal, kültürel ve ekonomik etkileri. Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi, 9(1), 15-32.
- Doğan, M. (2019). The ecomuseum and solidarity tourism: a case study from northeast Turkey", Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development, 9(4), 537-552.
- Eceral, T. Ö., & Özmen, C. A. (2009). Beypazarı'nda turizm gelişimi ve yerel ekonomik kalkınma. AİBÜ-İİBF Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, (4), 46-74
- Halloway, C. J. ve Taylor, N. (2006). The Business of Tourism Seventh Edition. England: Prentice Hall
- Kadanalı, E. ve Yazgan, Ş. (2012). Kırsal turizmin ekonomik-sosyal ve çevresel etkileri. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 2012(2), 97-100.
- Karafaki, Ç., F. ve Yazgan M. E. (2019). Kırsal Turizme Kavramsal Yaklaşım, Kırsal Turizmin Önemi ve Etkileri. International Journal of Social and Economic Sciences, 2(2), 55-58.
- Küçük, M. (2012). Turizmin yerel kalkınmaya etkisi: Ankara Kızılcahamam örneği (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).

- Küçükşarı, G. (2011). Turizmin yerel ekonomiye etkisinin konaklama işletmeleri özelinde analizi: manavgat örneği (Doctoral dissertation, Fen Bilimleri Enstitüsü).
- Lane, Bernard (1994). What is rural tourism?, *Journal of Sustainable Tourism*, 2:1-2, 7-21.
- Neuner, G. (1979). *Zur Analyse fremdsprachlicher Lehrwerke*, Frankfurt am Main: Peter Lang Verlag.
- Ruzic, P., Demonja, D. (2017). "Economic Impacts of Rural Tourism in Rural Areas of Istria (Croatia)", *Transformations in Business & Economics*, Vol. 16, No 3 (42), 31-40
- Sayın, H. C., ve Ergin, B. Z. (2018). Ekonomik kalkınma ve büyüme için bir fırsat olarak kadın girişimciler. *GSI Journals Serie B: Advancements in Business and Economics*, 1(1), 15-29.
- Simkova, E. (2007). Strategic approaches to rural tourism and sustainable development of rural areas, *Agricultural Economics*, (6), 263–270.
- Soykan, F., (1999). Doğal Çevre ve Kırsal Kültürle Bütünleşen Bir Turizm Türü: Kırsal Turizm", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Yıl: 10, Mart-Haziran, 67-75.
- Soykan, F., (2004). Bir Turizm Coğrafyası Araştırması: Kırsal Alanların Turizm Potansiyelinin Saptanması ve Şirince Köyüne (İzmir) Uygulaması, Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir
- Ongun, U., & Gövdere, B. (2019). Kırsal Turizmin Kırsal Kalkınmaya Etkisi: Şirince Örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 5(2), 46–55
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. CABI.
- Tarлак, Ş. (2007). Mumcularda Kırsal Turizm Modeli, Dokuz Eylül Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Şehir Bölge Planlama Bölümü, 13
- Tunçsiper, B. ve Kaşlı, M. (2008). Termal turizmin ekonomik etkileri: Gönen örneği." *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 120-135.
- Tunçsiper, B., Özkan, Ç. ve Boz, M. (2017). 'Kırsal Turizm ve Kadın Girişimciler: Nusratlı Köyü Örneği', 8. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Balıkesir, 77-85.
- Türker, N., Selçuk, Ş., ve Özyıldırım, A. (2016). Turizmin yerel halkın yaşam kalitesi üzerine etkisi: Safranbolu örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 1-13.
- Uçar, M., H. Çeken ve Ökten, Ş. (2010). *Kırsal Turizm ve Kırsal Kalkınma: Fethiye Örneği*, Ankara: Detay Yayıncılık.

The Relationship between Foreign Language Classroom Anxiety and English Writing Anxiety among Turkish, Kurdish and Zazaki Native High School Students

Türkçe, Kürtçe ve Zazaça Anadilli Lise Öğrencilerinde Yabancı Dil Sınıf Kaygısı ile İngilizce Yazma Kaygısı Arasındaki İlişki

Dr. Mehmet Veysi BABAYİĞİT

School of Foreign Languages, Batman University.

m.veysi.babayigit@gmail.com

0000-0003-4136-7434

DOI: 10.37154/cudes.2022.42

Article Info

Received: 22.01.2022

Accepted: 02.03.2022

Keywords: anxiety, English, Kurdish, Turkish, Zazaki, writing, perceptions.

Abstract

Although anxiety is considered as the common problem among students in many departments, which may cause them to feel incompetent and insecure, the anxiety in the English language classrooms have only been focused in this study. The main goal is to investigate whether there is a positive relationship between two types of anxiety; foreign language anxiety in the classroom setting and writing anxiety in English. One of main objectives of the study is also to indicate whether any native languages such as Turkish, Kurdish or Zazaki posits any issue on anxiety in the target language. We administered two questionnaires to 68 participants with the mean age of 17 from 11th grade in Turkey. The study took four weeks, and the participants completed a questionnaire consisting of four parts, each of which was completed individually. The first part included questions about their background; in the second part, there was *Foreign Language Classroom Anxiety Scale (FLCAS)*; in the third part, there was *English Writing Anxiety Scale (EWAS)*; and in the last part, there was an open-ended question interrogating participants' perceptions. The data regarding demographic part, FLCAS and EWAS were analyzed quantitatively via SPSS program. On the other hand, the data analyses about the perceptions of the participants were conducted qualitatively. The results of the analyses revealed that the participants held English anxiety and writing anxiety at a great rate. Also, it was found that the gender and native language did not affect the level of anxiety among the participants since they all held both the foreign language and writing anxieties almost at the same level.

Makale Bilgisi

Geliş: 22.01.2022

Onay: 02.03.2022

Anahtar sözcükler: kaygı, İngilizce, Kürtçe, Türkçe, Zazaca, yazma, algılar.

Öz

Kaygı, öğrenciler arasında birçok bölümde kendilerini yetersiz ve güvensiz hissetmelerine neden olabilecek ortak bir sorun olmasına rağmen, bu çalışmada yalnızca İngilizce dil sınıflarındaki kaygıya odaklanılmıştır. Temel amaç, iki tür kaygı; sınıf ortamında yabancı dil öğrenme kaygısı ile İngilizce yazma kaygısı, arasında pozitif bir ilişki olup olmadığını araştırmaktır. Türkçe, Kürtçe veya Zazaça gibi ana dillerden herhangi birinin hedef dilde kaygı sorunu oluşturup oluşturmadığını da ortaya koymak çalışmanın temel amaçlarından biridir. Türkiye'de 11. sınıftan yaş ortalaması 17 olan, 68 katılımcıya iki anket uyguladık. Çalışma dört hafta sürdü ve katılımcılar, dört bölümden oluşan her bir anketi bireysel olarak tamamladılar. İlk bölümde, demografik bilgileri hakkında sorular; ikinci bölümde ise Yabancı Dil Sınıf Kaygı Ölçeği (FLCAS) ile ilgili sorular; üçüncü bölümde ise İngilizce Yazma Kaygısı Ölçeği (EWAS) soruları; son bölümde ise katılımcıların algılarını sorgulayan açık uçlu bir soru yer almıştır. Demografik bölüm, FLCAS ve EWAS ile ilgili veriler SPSS programı ile nicel olarak analiz edilirken, katılımcıların algılarına ilişkin veri analizleri nitel olarak yapılmıştır. Analiz sonuçları, katılımcıların yüksek oranda İngilizce kaygısı ve yazma kaygısı taşıdıklarını ortaya koydu. Ayrıca katılımcıların hem yabancı dil hem de yazma kaygılarını hemen hemen aynı düzeyde tuttukları için cinsiyet ve ana dilin katılımcıların kaygı düzeylerini etkilemediği bulunmuştur.

1. INTRODUCTION

Anxiety is the “worry and negative emotional reaction aroused when learning or utilizing a second language” (Young, 1991, p. 27). The main concern in the field of English Language Teaching is the anxiety level of second/foreign (hereafter L2) learners. Some amount of it may be considered as a crucial aspect for the boosting the L2 skills in classrooms. It has been highlighted in many studies that a positive parallelism is observed between language anxiety and foreign language learning in the classroom settings (Bailey, Daley & Onwuegbuzie, 1999; Gardner & MacIntyre, 1993).

In this study, the anxiety level of the students while writing in L2 is taken into consideration. Writing is considered as a rather significant skill for L2 learners to manage in the target language, and it is regarded as a difficult discipline to deal with. It is also claimed that the writing skill has received significant attention and a considerable act in L2 teaching and learning, but teaching writing is unlike from teaching the other language skills (listening, speaking, and reading) because it is generally employed as a supportive skill (Blinc, et al, 2001; Bugoon: Hale, 1983 & Reid, 2002). Petroskey (1976) conducted a study to decrease the writing anxiety with the purpose of checking how instructors could cope with it. The results yielded that the reactions and stability of both the instructors and learners affected the anxiety in writing. In addition, it has been asserted that students having writing anxiety are not so talented, and their anxiety shows their interest in writing, and such students may not want to write and take actions in writing tasks; hence, they may be considered as less risk-takers, less straightforward, and clear while writing (Smith, 1984). Writing anxiety has substantial impacts for producing written texts; apprehensive writers might produce lower quality work that is why some learners have lower quality of work due to the apprehension and negative feedback (Daly, 1978; Daly, 1979). Thus, it is important to minimize this anxiety occurred within learners. Rankin-Brown (2006) also searched possible ways for reducing writing anxiety and found that the participants actively abstained from writing, as they felt worried on evaluations such as self-evaluation, teacher evaluation, and peer evaluation. In addition, it has been stated that they can be afraid of losing their identity because their writing anxiety leads to repeated errors.

2. LITERATURE REVIEW

Many L2 learners come across with different types of difficulties not only in productive skills but also in perceptive skills. On the account of the fact that it is nearly impossible to detect acquisition directly from the perceptive data a great deal of scholars have been conducting their researches eliciting and analysing the productive date, with the hope of finding how acquisition occurred. Therefore, they examined/have been examining either speaking or writing as productive skills (Yas, 2017). Either can cause anxiety in connection with many factors in the language classrooms; among these, we believe that the widespread hindrance may be the L2 writing, which brings about the problem of writing anxiety for L2 learners. This is the “fear of the writing process that outweighs the projected gain from ability to write” (Thompson, 1980, p. 121). Hence, English teachers should deal with it while teaching the target language because of its negative effects on the writing performance of L2 learners (Pajares & Johnson, 1994; Smith, 1984). Rezaei & Jafari (2014) investigated the reasons of some Iranian EFL learners’ writing anxiety. There were 120 EFL students studying higher education in Shiraz, Iran. The researchers used *the Second Language Writing Anxiety Inventory (SLWAI)* (Cheng, 2004), and developed *Causes of Writing Anxiety Inventory (CWAI)* in accordance with the observations of the classroom. The findings revealed that the level of writing anxiety was high including fear of negative feedback from teachers, cognitive anxiety, insufficient linguistic knowledge, and low self-esteem. Kountz (1998) also did a research on how people experience writing anxiety differently. Among those, considering this skill unnecessary, abundant, and insensitive were the most frequent ones.

Kay, Golen, and Lynch (1999) conducted a study on 684 students to get some information about the role of written communication in language profession and business communication. They found that accounting departments held the ultimate anxiety levels, and marketing departments had the lowest anxiety in all the business degrees. The study showed that it would be better for students to be aware of on how much writing they would need for their chosen career paths. Mark (2000) conducted another similar study, but the setting was online; the aim was to study to what extent the participants operated online in some communicative environments. For this study, two online settings were chosen: Global computer conference that included internet and local computer conferences consisting of familiar people in a certain environment. The data collection duration lasted for four weeks. The participants in the local group seemed to be more relaxing and could start discussion and write longer

responses. The results highlighted that the ones holding high anxiety reclaimed having anonymity. Aksoy and Balçı (2021) conducted a study on 214 tourism guidance department students to determine students' self-efficacy beliefs about the 4 basic language skills of English, and they found out that the students showed the lowest self-efficacy belief in the writing sub-dimension. According to Mark (2000), there are also multiple variables such as self-efficacy, emotional issues, beliefs, attitudes, tutorial interactions, and learning strategies affecting the writing anxiety of learners.

Similarly, Davida, Newman, and Palmquist (1995) studied the samples of students' writings including multiple learning styles and attitudes. The study was conducted in intensive writing courses with different students. It was found that the active learners were tend to consider writing easy to handle and develop; however, the passive ones regarded writing a either good at or bad – or may be a gift that could not be learned. These led to the capacity of the students conducting tasks in writing intensive courses. In addition, Ho (2016) conducted some researches in order to find out writing anxiety beliefs of graduate students having English classes at the engineering departments. The results of the study revealed that the students of master and Ph.D. held similar reasonable rate of anxiety; however, senior Ph.D. ones had a great rate of writing anxiety. Next, Jalili & Shahrokhi (2017) examined some Iranian EFL learners' writing anxiety and its effects based on individual and collaborative teaching environments. The results of this study pinpointed that there was a positive attitude for collaborative writing because it diminished writing anxiety within learners. Reeves (1997) put forward the idea that writing anxiety is not directly connected to self-efficacy. There are other possible factors triggering writing anxiety such as socio-economic status, past experience, and interpersonal and intrapersonal tasks. Besides, Susan (1987) and Golda (2017) investigated the relationship aroused between emotions and writing anxiety. They both found that there were multiple emotions affecting writing anxiety such as motivation, beliefs about one's ability, feelings of discomfort, disappointment, instability, apprehension, or worry. The researchers concluded that the strategies worked well with their participants because they were able to develop positive emotions for writing.

There are also various studies conducted by researchers to define the impacts of writing anxiety on the academic capacity of some learners. For example, Faigley, et al (1981) conducted a study on 110 freshmen with the aim of getting some specific ideas on writing apprehension and the final written product. During the study, participants had tests to define their level of anxiety towards writing. Then, they used various genres for writing essays. The findings indicated that the participants with high anxiety produced lower quality works as they had received inadequate language learning with simple structures. It was concluded that new techniques were needed for assessing writing, and the more they evaluated students, the higher anxiety levels aroused; therefore, conducting different types of writing with many students might decrease learners' anxiety. Berk and Unal (2017) also investigated secondary school students' writing anxiety and dispositions whose main purpose was to determine the significance among writing tendency, learners' levels and genders. The results of the study revealed that writing tendency was significant for anxiety and levels, and genders held significance between anxiety and tendency.

In addition, Daud, Daud, and Kassim (2016) conducted another study to seek the relationship between performance and anxiety via the deficit hypothesis. According to them, writing is a difficult skill to acquire; therefore, most of learners have problems of anxiety related to writing. 186 participants completed *Writing Apprehension Test (WAT)* of Daly and Miller's (1975) consisting of 26 items which surveyed students' tendencies and feelings of learners towards writing. They found a strong positive relationship (0.83 Cronbach's alpha). The students holding low performance were more anxious than the ones with higher performance because of their lacks in some aspects of writing skills such as language use and vocabulary. Güneylı (2016) also explored some secondary school students' writing anxiety in Northern Cyprus, and some aspects such as learners' behaviors, families, and educational process impact, teachers, and schools were investigated within the framework of anxiety. The results revealed that the students reading books, keeping diaries or holding their own written stories, essays, and poems had lower anxiety than those who did not, and motivation was required for the students to conduct such tasks during school hours.

For reducing the writing anxiety in the language classrooms, Smith (1984) suggests some techniques. He talks about the role of writing apprehension in classes. He puts some strategies for

diminishing writing anxiety. Processes and directions should be instructed in writing, and grading criteria are needed to be explicit. Peer cooperation or group works are also emphasized as assigning some unmarked written works among students' pairs or groups may alleviate students' anxiety levels about their papers. Bloom (1980) is another researcher conducting surveys on reducing writing anxiety with the aim of defining the categories of anxious writers. He found out that writing anxiety was mostly behaviouristic because they acted in accordance with their expectations. Bloom defined three types of anxious writers: the intransigents, the intermediate, and the full responsive ones. As a solution he suggested that a large assignment may be broken down into manageable smaller chunks because it would be easier to finish an overall writing.

Similarly, Heller (1998) puts forward some ideas on decreasing writing apprehension. He discusses that teachers do not do well while writing comments because they pinpoint minor things; therefore, students perform poorly as they mostly rely on the teachers' comments and act in accordance with what their teachers tell them to improve their papers. This is not fruitful since they cannot express their ideas and take actions on their own. To overcome this problem, it may be better for teachers to come up with a paragraph attached as draft on the front page. Any comments provided for students should also be shown on a separate page as an attachment in order to help students write on the wished effect and make them go back and make some changes on their own. Fox (1979) also investigated the treatment of writing apprehension and its effects on composition. The aim was to search for two methods affecting the teaching of writing apprehension. The period for the study was 16 weeks with two groups having different methods; in the first method, the students had criticism and feedback only from their teachers that was mostly based on a traditional manner. The second method was taught in a workshop, and the students received feedback from both their teachers and pairs. They were working in pairs and groups because cooperation was evoked. At the end of the study, the anxiety levels of both groups were pinpointed, and the ones participating in the workshop method had lower anxiety than the ones having a traditional manner.

In conclusion, writing anxiety is available within many L2 learners. This is mostly evident with the fear of learners since it generally leads them to failure in writing. In order to overcome this failure, it is always the best to apply alternative ways in diminishing writing anxiety. The main goal of the current study is to probe young adult learners' English language anxiety and writing anxiety while trying to find answers for the following research question:

R1: Is there a relationship between gender and English writing anxiety?

R2: To what extent do L2 learners hold foreign language and writing anxieties?

3. METHODOLOGY

3.1 Participants

The number of participants in the current study was 68 high school (Grade 11) students in Diyarbakır, Turkey. The students' ages changed between 16 and 18. The students had been learning English as a foreign language (EFL) since primary school. There were 39 male and 29 female participants. Thus, the participants were chosen from the students having English classes for certain duration, which was eight years.

3.1.1 Demographic information

Table 1 Demographic information

Number of Participants:		68		
Age	16	17	18	Total
	23 (M) 21 (F) =44	14 (M) 8 (F) = 22	2 (M) 0 (F) =2	68
Gender	Male	Female		
	39	29		68
Nationality	Turkish	Other		
	68	0		68
Native Language	Turkish	Kurdish	Zazaki	
	20 (M) 12 (F) =32	15 (M) 11 (F) =26	4 (M) 6 (F) =10	68

Table 1 shows demographic information of the participants in the study. Out of 68 participants, 39 of them were male, and 29 of them were female. Their ages changed between 16 and 18. Among them, there were 44 participants aged 16, 22 participants aged 17, and 2 participants aged 18. Regarding their native languages; 32 participants were Turkish, 26 participants were Kurdish and 10 participants were Zazaki.

3.2 Instruments

In this study, the quantitative data were analysed in order to calculate the items' validity, reliability, mean, and standard deviation via SPSS 22.0 package program; on the other hand, the qualitative analysis was employed for the perceptions of the participants about foreign language and writing anxieties in the target language. The questionnaire consisted of four parts. The first part included demographic questions about the participants such as their age, gender, and the duration of studying English. In the second part, there was *FLCAS* (*Foreign Language Classroom Anxiety Scale*) (Horwitz & Cope, 1986) consisting of 33 items, each one on a 5 - point scale ranging from "strongly agree" (Scale point 1) to "Strongly disagree" (Scale point 5), the middle one "Neutral- (Neither Agree nor Disagree)" (Scale point 3). The aim of the scale is to find out the scope and level of anxiety in the classroom settings. As Horwitz (1991) indicates, the FLCAS has clearly demonstrated the sufficient reliability, internal consistency, and construct validity. The higher marks show higher anxiety, and lower marks show lower anxiety in this scale based on the points. The third part included Lee's (2005) *English Writing Anxiety Scale (EWAS)* to define the English writing anxiety of learners. It consisted of 15 items rated by 5-point Likert scale: 1=Strongly Disagree, 2=Disagree, 3=Neither Agree nor Disagree, 4=Agree, 5=Strongly Agree for each. Via EWAS, the participants' English writing anxiety score was determined within the rates of the items. When the expressions are defined negatively, replies are reverse-coded, and it is considered that there is a relationship between higher anxiety and higher score. At the end of the questionnaire, there were open-ending questions about the participants' views about possible reasons triggering their anxiety while learning the target language and writing something. These parts were all included in one form, and then back translation was applied in order to translate the questionnaire into Turkish by the researcher so that the participants could get the questionnaire in Turkish. Our aim was to minimize the language barrier.

3.3 Procedure

The data collection of the study took four weeks, and throughout the data collection, there were 68 participants in the study, and this process was conducted in four times since the number of the items was high, and each time such as 1,2,3 and 4 took one week in the study individually. In time 1, the participants had demographic part, and they were asked to complete this part until time 2. In time 2, they were asked to submit the demographic part, and complete FLCAS part until time 3. In time 3, the FLCAS parts were collected and they were asked to complete the EWAS part until time 4. In time 4, they were asked to submit EWAS part and fill in the open ended question of part 4. The same participants took roles in each time of the study actively, and these 4 times cycle took four weeks. Before conducting the FLCAS and EWAS questionnaires, the required permissions were obtained from the high school principality, and a consent letter was attached to the questionnaires as the participants were kindly requested to take parts in the study voluntarily. Besides, all of the items were translated into Turkish since it was thought that the participants might be able to grasp and answer the items explicitly. The researcher collected the data via printed version of the questionnaires in classroom context. In each week, the whole participants numbered 68 had a part from the questionnaire comprising of four parts about foreign language anxiety. The reasons for these tools were to obtain both qualitative and quantitative data. Also, the open ended question let the participants illustrate various perceptions clearly and freely since the other items in the questionnaire were Likert-scaled ones. The four parts were the followings:

Part 1: This part was about participants' background information including age, gender, the time for learning English, nationality and native language.

Part 2: The second part was FLCAS (Horwitz & Cope, 1986) including 33 items about foreign language anxiety.

Part 3: The third part was EWAS (Lee, 2005) including 15 items about English writing anxiety.

Part 4: In the last part, there was an open-ended question in the format of interview asking participants' perceptions about writing anxiety

After the administering the questionnaires in each part, the demographic information of the participants, and 5-point Likert scaled items were enrolled in SPSS 22.00 package program. Each part was analysed separately.

4. DATA ANALYSIS & FINDINGS

4.1 Data Analysis

The analyses of the first three parts in the questionnaire were done via SPSS package program. The individual anxiety score of participants were also defined in both FLCAS and EWAS. Frequency calculations were used to produce descriptive central tendency in order to present a whole view of the students' perceptions of the components affecting their foreign language classroom anxiety. The items 1, 3, 4, 6, 7, 9, 10, 12, 13, 15, 16, 17, 19, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 27, 29, 30, 31, and 33 were scored as following; "Strongly Agree" is 5 points, "Agree" is 4 points, "Neither Agree nor Disagree" is 3 points, "Disagree" is 2 points, and "Strongly Disagree" is 1 point; However, items 2, 5, 8, 11, 14, 18, 22, 28, and 32 are the reverse-scored items. Therefore, the points assigned to the 5 point Likert scale had to be reversed and '1' was assigned for "Strongly Agree" and '5' was allocated for "Strongly Disagree" (Horwitz, 2008). In terms of the theoretical range for FLCAS, it may be considered that when the point is between 33 and 165, then it can be regarded as high level of anxiety, while in contrast, the lower score obtained indicates lower level of anxiety. In other words, the score between 1 and 65 is regarded as "not very anxious", the score between 66 and 99 is "slightly anxious", and the last one between 100 and 165 is "fairly anxious". A similar process was also used for EWAS scale, and the score for each item is the followings: "Strongly Agree" is 5 points, "Agree" is 4 points, "Neither Agree nor Disagree" is 3 points, "Disagree" is 2 points, and "Strongly Disagree" is 1 point. If the statements in EWAS are worded negatively, then replies are reverse-coded; it is considered that when there is a higher score, then the level of anxiety is always high. The individual anxiety score was calculated via Excel program since the SPSS program could not calculate the total scores; however, the frequency and the other values were analysed via SPSS. The general score for FLCAS was divided by 33 while the general score for EWAS was divided by 15. For EWAS scale, Lee (2005) comes up with multiple scores for four indicators such as enjoyment of writing (writing anxiety 1: the score is 1-15 pts.), confidence in writing (writing anxiety 2: the score is 16-30 pts.), fear of writing (writing anxiety 3: the score is 31-45 pts.), and avoidance of writing (writing anxiety 4: the score is 46-60 pts.). For the last part in the questionnaires, qualitative analyses were used for the perceptions of participants about writing anxiety.

4.2 Findings

In this part, both the quantitative and qualitative data analyses are presented under the following sub-heading: The analyses of FLCAS, EWAS, and the perceptions.

4.2.2 The Descriptive Statistics of FLCAS and EWAS

In order to test out the reliability of the questionnaires, we first calculated Cronbach's Alpha as illustrated in Table 2. The obtained values indicate the significance.

Table 2 Reliability of the Questionnaires

	<i>N</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
FLCAS	68	0,669	33
EWAS	68	0,680	15
Valid N (listwise)	68		

In Table 2, the descriptive statistics obtained from the two questionnaires is given. The small sd. indicates the homogeneity of the participants in terms of both anxiety types.

Table 3. Distribution of the General Tendency of the Participants

	<i>N</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
FLCAS	68	2,9033	,41398
EWAS	68	2,9039	,38965
Valid N (listwise)	68		

Regarding the distribution of the general tendency from the items in FLCAS conducted in classroom atmosphere, it may be claimed that the results are rather similar to each other; hence, it may be concluded that almost all of the students faced with anxiety at different level but the average is generally slight. Besides, the overall descriptive statistics of the items in EWAS scale shows similar results with FLCAS's, which may be asserted that there is a correlation among each other in terms of

writing anxiety, and the participants seemed to feel a great rate of anxiety in taking roles for writing activities or classes.

4.2.3 The Individual Anxiety Scores of FLCAS

In order to define the individual anxiety scores of the scale, the answer of the participants were graded based on the following scores: *Strongly Agree* is 5 points, *Agree* is 4 points, *Neither Agree nor Disagree* is 3 points, *Disagree* is 2 points, and *Strongly Disagree* is 1 point. In other words, the higher the score is, the higher the anxiety is. Each item was multiplied based on Horwitz (1986)' anxiety calculations, and the individual anxiety score was tried to be found via them.

Table 4. Individual anxiety scores of FLCAS in total

		“Not very anxious”	“Slightly anxious”	“Fairly anxious”	Total
Valid	Frequency	1	39	28	68
	Percent	1,47 %	57,35 %	41,18 %	100 %
	Score	1-65	66-99	100-165	

Table 4 shows the individual anxiety scores of the participants in FLCAS. According to the table, there were 68 participants, and their anxiety level had been calculated based on Horwitz's guideline. It was found that only one participant was not very anxious as the overall score of this participant's FLCAS was 65 constituting 1, 47 % out of the whole participants' percentage; 39 participants were slightly anxious as their overall scores are between 66 and 99 constituting 57,35 % out of the whole participants' percentage ; and 28 participants were fairly anxious constituting 41,18 % out of the whole participants' percentage.

4.2.4 The Individual Anxiety Scores of EWAS

It may be claimed that the higher the score is aroused within higher anxiety. EWAS's frequency calculations were used in order to find each participant's writing anxiety scale.

Table 5. Individual anxiety scores of EWAS in total

		“Enjoyment of Writing”	“Confidence in Writing”	“Fear of Writing”	“Avoidance in Writing”	Total
Valid	Frequency	0	0	44	24	68
	Percent	0 %	0 %	64,70 %	35,3 %	100 %
	Score	1-15	16-30	31-45	46-60	

According to the individual writing anxiety scores of EWAS in the table 5, there were 68 participants, and while calculating the scores, the following grading system was adopted: *Strongly Agree* is 5 points, *Agree* is 4 points, *Neither Agree nor Disagree* is 3 points, *Disagree* is 2 points, and *Strongly Disagree* is 1 point. The results showed that the whole grading was accumulated in just two categories: namely “fear of writing” and “avoidance in writing”. It was also found that there was a rather high rate of writing anxiety among participants since there was none expressing enjoyment of writing and confidence of writing, and the number and the percentages for these categories are 0. Besides, when the other two categories are considered, it is clear that the writing anxiety level of participants were rather high. In other words, the number of the participants expressing “fear of writing” is 44 constituting 64,7 % out of the whole participants; and 24 participants had “avoidance of writing” constituting 35,3 % out of the whole participants.

4.2.5 Perceptions of Participants

Perceptions of participants were asked in the questionnaires in the fourth part; there was a question prepared in the format of interview, and each participant was kindly requested to express their thoughts freely about foreign language anxiety and writing anxiety in the foreign language. All of the participants answered the open-ended questions; however, only several views of them were considered based on the general reasons for anxiety. The following categorizations were employed for the qualitative analysis of the perceptions about anxiety: the first categorization was about the problems in choosing appropriate vocabulary, the second one revealed their views about

communicative problems, and the last one was about the duration of English classes and their education background.

Categorization 1

Most of participants expressed that they had the fear of making correct sentences in writing and choosing appropriate vocabulary in writing down sentences, as they did not know enough vocabulary. To exemplify, there are various participants' expressions below for choosing appropriate vocabulary and having difficulties for making sentences.

Participant 1 states that;

"I have anxiety when I make sentences and choose wrong vocabulary in a sentence."

Participant 2 states that;

"I do not want to write as I feel to choose wrong vocabulary. This takes me away from English. I cannot make sentences. I cannot write down as I do not have enough vocabulary to write down what I want."

Participant 3 states that;

"I act suspicious because I do not know whether I write correctly or not. As some of my friends do not know anything, I feel anxious about what they may understand from my sentences."

Participant 6 states that;

"I feel anxious whether my teacher feels satisfied about me in choosing appropriate vocabulary or not."

Participant 11 states that;

"I cannot make sentences and feel excited as I have limited vocabulary. When I get excited, I forget my previous knowledge. I do not know what to do."

Participant 12 states that;

"The inadequacy of vocabulary impedes me writing down my thoughts."

Participant 25 states that;

"I cannot write down English words as I make spelling mistakes."

Participant 34 states that;

"I feel afraid of converting my sentences into English, especially I have problems in tenses while converting sentences. Even if I know vocabulary, I cannot make them."

Participant 40 states that;

"Even if I know the vocabulary, I feel anxious in making sentences."

Categorization 2

Several participants expressed that they felt anxious as they lacked some speaking skills, and due to this reason, they did not want to learn English and they did not want to participate in English classes. It could be alleged that they had the anxiety problems in communicating in the target language. There are some examples below highlighting this anxiety;

Participant 24 states that;

"As I do not know how to speak and pronounce the words in English, I really feel anxious."

Participant 5 states that;

"Not being able to speak makes me anxious. Also I feel very terrible when I do not understand what is spoken in the class."

Categorization 3

Some of the participants asserted that English is a need, and extra courses should be given in order to teach English at school; however, they faced many problems in learning English because they did not have a satisfactory English education in their previous schools. To exemplify:

Participant 42 states that;

"In my opinion, speaking English is very important as it is the language of the world; however, I had problems in my previous schools for learning English that is why I still have problems in my English courses now. I really want to learn English so that I can go abroad and have no difficulty in the future."

Participant 37 states that;

"I cannot learn English because I did not have a satisfactory education in English before."

Participant 17 states that;

"I have been learning English for 8 years but I do not think that I know anything in English; this may be due to the previous education system in Turkey."

Participant 20 states that;

“I am really afraid of English because I did not learn English wee enough at secondary school. Teachers were always making us write down the grammar rules instead of helping us speak. I have problems in English at school now. I get low marks in English, and as some of my friends consider English courses as needles, I feel anxious about them.”

5. CONCLUSION

The study was conducted with 68 participants aged between sixteen and eighteen. The participants were the students of the 11th Grade A and 11th grade B classes in a high school in the south-east region of Turkey.

In this study, it was aimed to catch what extent participants had the foreign language anxiety and English writing anxiety. The study was conducted in four weeks. In the first four weeks, all of the participants had questionnaire including four parts, and each part was conducted in each week. After application of the questionnaires, each of them was entered in SPSS package program, and they were analysed clearly. The results were valid and reliable because FLCAS' reliability was 0,669 and EWAS's reliability was 0,680. There was not a high discrepancy between standard deviation and mean of the questionnaires. According to the results, it was found that most of the participants were experiencing both foreign language classroom anxiety and English writing anxiety at great rate. In addition, the perceptions of students asked in the 4th part in the questionnaires revealed similar results with the analyses of questionnaires. Besides, it was found that the gender did not affect the level of anxiety among the participants since they all held the same level regarding the foreign language and writing anxieties. Similarly, participants hold different languages as native such as Kurdish, Turkish and Zazaki; however, none of native languages put emphasis on the development or regression for the anxiety in foreign language and writing.

As previously mentioned, students had writing anxiety and this anxiety affected their academic performance and they did not have the instinct to complete tasks during English classes or learn English, as a result, they really got low marks at their English courses (Faigley, Daly, and Witte, 1981). Also, it is important to keep in mind that teachers should always explore learners' anxiety and come up with satisfactory solutions in order to motivate the learners; therefore, some possible action techniques such as portfolio technique should be employed during writing classes in order to raises students' motivation and diminish anxiety occurred within language learning.

It is hoped that this study will constitute a good model for further studies in terms of pinpointing the necessity of catching the level of anxiety within learners. It is suggested that this study can be disseminated to different levels of students at different ages. In order to get more valid and reliable data, it may be more convenient to include various participants from multiple backgrounds, levels, and institutions. In the following studies, using more samples within different languages can give amply results for the catching the level of anxiety in both foreign language classroom and English writing. It may also be more valid and reliable to include post questionnaires and structured interviews at the end of the study so that students can feel more relax while expressing their thoughts and feelings.

References

- Aksoy, Z., & Balcı, U. (2021). *Rehberlik Bölümü Öğrencilerinin İngilizce Öz Yeterlik İnançları*, In: *Schriften Zur Sprache und Literatur V*, Ed.: Balcı, T., Öztürk, A. O., & Aksöz, M. Çizgi Bookstore Publications, Turkey. 344-357.
- Berk, R. R., & Ünal, E. (2017). Comparison of Writing Anxiety and Writing Dispositions of Sixth, Seventh and Eighth Grade Students. *International Journal of Instruction*, 10(1), 237-254.
- Bline, D., Lowe, D. R., Meixner, W. F., Nouri, H., & Pearce, K. (2001). A research note on the dimensionality of Daly and Miller's writing apprehension scale. *Written Communication*, 18, 61-79.
- Bloom, L. Z. (1980). *The Composing Processes of Anxious and Non-Anxious Writers: A Naturalistic Study*.
- Charney, Davida, John H. Newman, and Mike Palmquist (1995). "I'm Just No Good At Writing." *Written Communication*. 12.3 : 298-329.

- Cheng, Y. S. (2004). A measure of second language writing anxiety: Scale development and preliminary validation. *Journal of Second Language Writing*, vol. 13, p.p. 313-315.
- Daly, John. "Writing Apprehension and Writing Competency (1978)." *Journal of Educational Research*. 72.1 (1978): 10-14.
- Daly, J. A. (1979). Writing apprehension in the classroom: Teacher role expectations of the apprehensive writer. *Research in the Teaching of English*, 13, 37-44.
- Daud, N. S. M., Daud, N. M., & Kassim, N. L. A. (2016). Second Language writing anxiety: cause or effect?. *Malaysian Journal of ELT Research*, 1(1), 19.
- Faris, Kay A., Steven P. Golen, and David H. Lynch (1999). "Writing Apprehension in Beginning Accounting Majors." *Business Communication Quarterly*. 62.2 -9- 22.
- Faigley, Lester, John A. Daly, and Stephen P. Witte (1981). "The Role of Writing Apprehension in Writing Performance and Competence." *Journal of Educational Research*. 71.1:17-20.
- Fox, Roy F. (1979). "Treatment of Writing Apprehension and Its Effects on Composition." Research Conducted at the University of Missouri-Columbia.
- Golda, T. L. (2017). Strategies for Coping with Writing Anxiety: An Experimental Study. *The Journal*, 2.
- Güneyli, A. (2016). Analyzing writing anxiety level of Turkish Cypriot students. *Eğitim ve Bilim*, 41(183).
- Heller, D. A. (1989). Silencing the soundtrack: An alternative to marginal comments. *College Composition and Communication*, 40(2), 210-215.
- Horwitz, E. K., & Young, D. J. (1991). *Language anxiety: From theory and research to classroom implications*. Pearson College Div.
- Horwitz, E. K. (2001). Language anxiety and achievement. *Annual review of applied linguistics*, 21, 112-126.
- Ho, M. C. (2016). Exploring Writing Anxiety and Self-Efficacy among EFL Graduate Students in Taiwan. *Higher education studies*, 6(1), 24-39.
- Gardner, R. C., & MacIntyre, P. D. (1993). A student's contributions to second-language learning. Part II: Affective variables. *Language teaching*, 26(1), 1-11.
- Jalili, M. H., & Shahrokhi, M. (2017). The effect of collaborative writing on Iranian EFL learners' 12 writing anxiety and attitudes. *Journal of Applied Linguistics and Language Research*, 4(2), 203-215.
- Kountz, Carol (1998). "The Anxiety of Influence and the Influence of Anxiety." "Annual Meeting of the Conference on College Composition and Communication, Chicago, IL. April 1-4.
- Lee, S. Y. (2005). Facilitating and inhibiting factors in English as a foreign language writing performance: A model testing with structural equation modelling. *Language learning*, 55(2), 335-374.
- McLeod, S. (1987). Some thoughts about feelings: The affective domain and the writing process. *College composition and communication*, 38(4), 426-435.
- Onwuegbuzie, A. J., Bailey, P., & Daley, C. E. (1999). Factors associated with foreign language anxiety. *Applied Psycholinguistics*, 20(2), 217-239.
- Pajares, F., & Johnson, M. J. (1994). Confidence and competence in writing: The role of self- efficacy, outcome expectancy, and apprehension. *Research in the Teaching of English*, 313-331.
- Petroskey, A. (1976). Research Roundup: Apprehension, Attitudes, and Writing. *The English Journal*, 65(9), 74-77.
- Rahim, A.S., Jaganathan, P., & Mahadi, T. S. T. (2016). An Investigation on the Effects of Writing Anxiety on Readiness of Writing among Low Proficiency Undergraduates. *International Journal of Language Education and Applied Linguistics*.

- Rankin-Brown, M. (2006). Addressing writing apprehension in adult English language learners. In *Proceedings of CATESOL State Conference*.
- Reeves, L. L. (1997). Minimizing writing apprehension in the learner-centered classroom. *The English Journal*, 86(6), 38-45.
- Reid, J. (2002). Writing. In R. Carter, & D. Nunan (Eds.), *The Cambridge guide to teaching, English to speakers of other languages* (4th ed., pp. 28-33). Cambridge: Cambridge University Press.
- Rezaei, M., & Jafari, M. (2014). Investigating the levels, types, and causes of writing anxiety among Iranian EFL students: A mixed method design. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 98, 1545-1554.
- Smith, M. W. (1984). *Reducing writing apprehension*. Urbana, IL: National Council of Teachers of English.
- Thompson, M. O. (1980). *Classroom techniques for reducing writing anxiety: A study of several cases*. Paper presented at annual conference on College Composition and Communication, Washington D. C. (ERIC Document Reproduction Service No. ED 188661). Website:<http://www.teachervision.fen.Com/page/4528.html?Detoured=1>.
- Young, D. J. (1991). Creating a low-anxiety classroom environment: What does language anxiety research suggest?. *The modern language journal*, 75(4), 426-439.
- Yas, E. (2017). The Difficulty of English Adverbial Constructions for the Foreign Learners. *Batman University Journal of Life Sciences*, 2(7).
- Yan, J. X., & Horwitz, E. K. (2008). Learners' perceptions of how anxiety interacts with personal and instructional factors to influence their achievement in English: A qualitative analysis of EFL learners in China. *Language learning*, 58(1), 151-183.

Doğa Temelli Turistlerin Seyahat Motivasyonlarının İncelenmesi¹

Investigation of Travel Motivation of Nature-Based Tourists

Bilim Uzmanı Uğur KİBRİT
Batman Üniversitesi
E-posta: ugurkibrit@hotmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Volkan GENÇ
Batman Üniversitesi
E-posta: volkangnc@yahoo.com
ORCID: 0000-0001-5887-0568

DOI: 10.37154/cudes.2022.43

Article Info

Received: 20.02.2022
Accepted: 09.03.2022

Keywords: İda Mountains, Nature Based Tourism, Nature Tourist, Travel Motivation.

Abstract

This study aims to reveal the travel motivations of domestic and expatriate participants in İda Mountains activities. A face-to-face survey was applied to the tourists staying in the facilities with nature-based touristic facilities in the Kaz Mountains, and 134 available questionnaires were obtained as a result. The study was conducted with quantitative research methods. The research data were collected by convenience sampling method between August 2017 and September 2018. Since the data collected from the participants were not normally distributed, non-random analyses (Mann Whitney/U and Kruskal/Wallis Tests) were performed. According to the study results, significant differences were found between the participants' age and their travel motivation dimensions according to their interaction with local people. In addition, no significant difference was found between travel motivation dimensions in terms of variables such as gender, marital status, mode of arrival, income. According to the results, some suggestions have been presented.

Makale Bilgisi

Geliş: 20.02.2022
Onay: 09.03.2022

Anahtar sözcükler: Doğa Temelli Turizm, Doğa Turisti, Kaz Dağları, Seyahat Motivasyonu.

Öz

Bu araştırmanın amacı, Kaz Dağları'nda yapılan aktivitelere katılan yerli turistlerin seyahat motivasyonlarının ortaya konulmasıdır. Bu amaç doğrultusunda, Kaz Dağları'nda bulunan doğa temelli turistik uygulamalara sahip tesislerde konaklayan turistlere yüz yüze anket uygulanmıştır ve bunun sonucunda 134 adet kullanılabilir ankete ulaşılmıştır. Araştırma nicel araştırma yöntemleriyle yürütülmüştür. Araştırma verileri Ağustos 2017 ile Eylül 2018 tarihleri arasında kolayda örnekleme tekniği ile toplanmıştır. Katılımcılardan toplanan veriler normal dağılmadığı için rassal olmayan (Mann Whitney/U ve Kruskal/Wallis Testleri) analizler uygulanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; katılımcıların yaşı ve yerel halkla etkileşimlerine göre seyahat motivasyonu boyutları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Bununla birlikte cinsiyet, medeni durum, bölgeye geliş şekli, gelir düzeyi değişkenleri açısından seyahat motivasyon boyutları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Elde edilen sonuçlar kapsamında sektörel uygulayıcılara ve akademisyenlere birtakım öneriler sunulmuştur.

¹ Bu çalışma Uğur KİBRİT'in 2019 yılında Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi'nde tamamlamış olduğu yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

1. GİRİŞ

Ekolojik hassasiyet ve doğanın korunması anlayışlarının gelişimiyle turizm sektöründe doğa temelli turizm faaliyetlerine yönelik eğilimler gelişim göstermiştir (Çiçek ve Korkmaz, 2021). Özellikle günümüzde yaşanan COVID-19 pandemisi doğa temelli turizm anlayışına olan ilgiyi daha da arttırmıştır (Genc ve Gulertekin Genc, 2021). Doğa temelli turizm, bir yandan doğal ve kültürel kaynakları korumayı amaçlayan öte yandan yerel halkın ekonomik kalkınmasına katkıda bulunmayı hedef alan turizm türlerindedir (Masberg, 1999). Ayrıca doğa temelli turizm, kültürel ve ekolojik bakımdan doğaya karşı duyarlı olan seyahatleri tercih etmeleri için turistleri bu konuda isteklendirmekte ve bu sayede uzun dönemli sürdürülebilir ekonomik kalkınma için doğal kaynakları maksimum düzeyde koruyabilmektedir (Luzar vd., 1998). Sürdürülebilir ekonomik kalkınmanın temel parametrelerinden biri doğa temelli motivasyona sahip bireyleri destinasyona çekmektir.

Doğa turizmine katılan bireyler, dünyada yer alan doğal güzellikleri keşfetmeye ilgi gösteren, yaban hayatı, geleneksel kültürü korumayı hedefleyen ve doğaya karşı hassasiyet ve sorumluluk bilinci oluşturma arzusu olan bireylerdir. Gün geçtikçe insanların kitlesel turizm hareketlerinin yerine doğa temelli turizm faaliyetleri gibi alternatif turizm türlerine yönelmelerinin temel nedeninin; çevreyi koruma bilincinin gelişmesi, geleneksel yaşantıya dair bilgi edinme, yerel halk ile iletişime geçme ve onların hayatlarını anlama isteği vb. sebeplere dayandığı söylenebilir (Kızıllırmak, 2006). Doğa turistlerinin hedefleri; macera, rekabet, keşfetmek, dostluk, doğa bilinci ve iç dünyalarının gelişmesidir (Kiper ve Aslan, 2007). Doğa turistlerinin bu yönde eğilimler göstermesinde, doğayı keşfetme, doğayı koruma, el değmemiş alanları ziyaret etme, hayatın monotonluğundan kurtulma, doğaya yönelik fiziksel aktivitelerde bulunma gibi seyahat motivasyonları etkili olabilmektedir (Mehmetoğlu, 2007). Aynı zamanda yoğun şehir hayatının etkisinden kaçış da bu kapsamda değerlendirilmektedir.

Seyahat motivasyonu, turistlerin seyahat motivasyonlarının ne olduğunu anlamak, seyahat motivasyonlarının ortaya konulması ve motivasyonları etkileyen faktörlerin neler olduğunu anlamak bakımından (Kozak, 2002); seyahat eden insanların beklentilerinin ne olduğunu ve bu beklentileri arasında ne tür farklılıklar olduğunu ortaya koymak bakımından çok önemlidir (Çakıcı, 2000). Doğayı korumak ve bu anlamda turizmi geliştirmek için bu motivasyona sahip turistleri tespit etmek oldukça önemlidir. Godfrey (2011), seyahat motivasyonunu meydana getiren kaynakların kaçış, bireysel olarak gelişim, macera arayışı, sosyalleşme, özgürlük, rahatlama, kültürel sermayeyi en üst noktaya çıkarma, benlik kimliğini geliştirme, geçiş dönemleri, bütçe avantajları ve deneyim elde etmeyle ilişkilendirmektedir. İnsanlığın gerek yaşamını sürdürülebilmesi gerekse turizm aktivitesi için ihtiyaç duyduğu doğal kaynaklar bilinçsiz bir şekilde kullanım ve bireysel çıkarların toplumsal çıkarların üzerinde tutulmasından dolayı sınırlı düzeydedir (Kozak, 2014). Aynı zamanda da yok olma tehlikesi ile karşı karşıyadır. Daha önce yapılan bir çalışmada doğa temelli turizme katılan turistlerin genelde orta yaş, yüksek eğitim ve gelire sahip oldukları tespit edilmiştir (Mackay vd., 2002). Bu bağlamda doğanın sürdürülebilirliği açısından postmodern dönemdeki gelişmelere bağlı olarak ülkemizde doğa temelli turizme yönelik turistlerin eğitim, gelir, cinsiyet, yaş gibi çeşitli değişkenlerde farklılık oluşturup oluşturmadığı tespiti bu araştırmanın temel problemini oluşturmaktadır. Çünkü, Mackay (2002)'in çalışmasında olduğu gibi yüksek gelir ve yüksek eğitim seviyesi olan turistlerin destinasyondan olan beklentileri (konaklama, yiyecek-içecek, ulaşım vb.) de farklılaşacaktır. Bu bağlamda, mevcut profilin net bir şekilde ortaya konulması için bu farklılığın tespit edilmesi gerekmektedir.

Bu çıkış noktasından hareketle hazırlanan araştırmanın amacı, Kaz Dağları bölgesinde doğa temelli turizm faaliyetlerine katılan turistlerin demografik özelliklerine göre seyahat motivasyonlarının ortaya konulmasıdır. Araştırma, bölgede bulunan ve ileride kurulabilecek işletmelerin stratejilerinin belirlenmesinde ve bu doğrultuda araştırma yapmak isteyen araştırmacılara yön göstermesi açısından önemlidir.

Doğal kaynakların korunması sadece tek bir taraftan veya sadece belli bir kesimden beklenmemelidir. Çevrenin ya da doğanın korunması yalnızca çevre örgütlerinin işi değildir. Aynı zamanda turizm işletmelerini ve turistleri de ilgilendiren bir konudur. Buradan da anlaşılacağı üzere aslında doğayı ve çevreyi korumak tüm toplumun görevidir. Bu konuda gerçekleştirilecek olan katılımcı işbirliği doğal kaynakların çok yönlü bir biçimde korunmasına ve bu sayede de sürdürülebilir kullanımına imkân tanıyacak bunun yanı sıra da doğaya dayalı gerçekleştirilecek olan turizm

faaliyetlerinin uzun ömürlü bir şekilde devam etmesine olanak sağlayacaktır. Bu sebeple bütün paydaşların (çevreyle alakalı olsun ya da olmasın), doğal kaynakların korunmasındaki görev ve sorumluluklarını eksiksiz bir biçimde yerine getirmesi ve bu konu ile alakalı olan gerekli kesimlere cesaret vermesi ve onları teşvik etmesi çok büyük bir önem taşımaktadır (Köroğlu ve Karaman, 2014).

2. DOĞA TEMELLİ TURİZM

“Doğayı tanıma, anlama, doğadan zevk alma ve doğayı gözetme amacı ile gerçekleştirilen ve kitle turizmine alternatif olarak ortaya çıkmış çevreci bir anlayış içerisinde yapılan turizm faaliyetlerine” doğa temelli turizm denilmektedir (Erdoğan, 2008: 50). Valentine (1992)’in doğa temelli turizm tanımlamasında, görece bozulmamış bazı doğa alanlarının doğrudan keşfi olarak ortaya çıkmaktadır. Doğaya bağlı deneyimler, doğanın geliştirdiği faaliyetler ve doğal ortamın tesadüfi olduğu faaliyetler olmak üzere üç tür faaliyetin turistlerin doğadan keyif alma derecesini ve seyahat deneyimlerini etkilediği savunulmaktadır.

Doğa temelli turizm için doğayı tanımak, doğadan zevk almak ve doğa ile ilgili faaliyetlere katılmak isteyen bireylerin bu amaçlar için gittikleri yerlerde aynı zamanda doğal çevreyi korumak istemelerinin asıl amaçları olduğu söylenebilir. Doğa temelli turizm türü için kurulan tesislerin, çevreci bir anlayış içerisinde doğal çevreyi koruma ve kullanma bilincinde olması beklenen bir özelliktir (Kibrit ve Dilek, 2020).

Doğa temelli turizmin en net özelliği ve bu turizm türünü çekici kılan en önemli unsuru doğaya dayalı bir şekilde gerçekleşmesidir. Doğaya dayalı olarak gerçekleştirilen bu turizm türünün motivasyon öğeleri; günlük yaşamın baskısından ve stresinden uzaklaşma, doğayla baş başa kalma arzusu gibi unsurları ve aktiviteleri kapsamaktadır (Blamey, 2001). Doğa temelli turizm, turistlerin çevreye olan duyarlılığı ile sürdürülebilir turizm ilkesinin daha ön plana çıkarılmasını amaçlamaktadır (Duffy, 2002). Doğa temelli turizmi diğer bir özel ilgi turizm türü olan spor turizmi ile birleştirilerek daha kapsamlı bir turizm türü de ortaya konulabilir (Erdoğan, 2008). Dağcılık, kuş gözlemciliği, kayak vb. spor türlerinden doğa temelli turizm adına faydalanılabilir ve bu şekilde hem doğayı koruyarak hem de turizm faaliyetleri gerçekleştirilerek sürdürülebilir turizm ilkesine de katkı sunabilir (Küçük vd., 2004). Doğa temelli turizmin sürdürülebilir turizm felsefesini de bünyesinde barındırdığı görülmektedir (Avcıkurt, 2007). Doğa temelli turizm ve ekoturizm, seyahat ederken ve destinasyonda çevreyi koruyan, doğal ve kültürel kaynakları önemseyen ve tüm faaliyetlerin sürdürülebilir turizm felsefesi doğrultusunda gerçekleştirmeyi amaçlayan turizm türleridir (Weaver, 1999).

Doğa temelli turizme yönelik yapılan farklı tanımlara rağmen, gerçekleştirilen turizm türünün doğaya dayalı turizm olarak adlandırılabilmesi için olması gereken birtakım öğeler bulunmaktadır. Bunlar, gerçekleştirilen faaliyetleri macera ile iç içe olmaktan hoşlanan kişiler tarafından daha çok tercih sebebi olması ve doğaya dayalı gerçekleşen turizm etkinliklerinin macera turizmine dayandığını ileri sürmektedir. Doğaya dayalı olarak gerçekleşen etkinliklere katılmak isteyen turistler için doğada yapılabilecek kayak, yürüyüş, kano, safari, yaban hayatı gözlemciliği, botanik çalışma ve bitki gözlemciliği, rafting, tırmanma, kelebek gözlemciliği, kampçılık, doğa fotoğrafçılığı, arkeoloji araştırmaları gibi çeşitli aktiviteler mevcuttur (Orams, 2007; Genç ve Seven, 2020). Doğa temelli turizme katılan turistlerin amaçları; macera, rekabet, keşfetmek, dostluk, doğa bilinci veya iç dünyalarını geliştirmektir. Bunun yanı sıra da yaban hayatı ve doğal kaynakları kullanırken de tüketme konusunda daha hassasiyet gösteren kişilerdir (Kiper ve Aslan, 2007). Dolayısıyla bu turistler çevre bilincine sahip, çevreyi korumaya özen gösteren tüketiciler olarak doğaya minimum düzeyde “ekolojik ayak izi²” bırakmaya çalışan kişiler olarak ifade edilebilir (Akay ve Zengin, 2012).

Alanyazından elde edilenler çerçevesinde doğa temelli turizmin birçok turizm türü ile aynı amacı taşıdığı ve bu kavramların zaman zaman benzer anlamda kullanıldığı söylenebilir. Doğa temelli turizm, ekoturizm, yeşil turizm, kırsal turizm vb. alternatif turizm türlerinin temel anlamda doğayı korumayı ve sürdürülebilirliği amaçladığı fikri ortaya çıkmaktadır. Bunun yanında bu turizm türlerinin belli başlı yerlere yoğunlaşması ve bunlardan aşırı kar elde etme düşüncesi ile sermayenin bunları ele geçirmesi sonucu sürdürülebilirliğin çok zorlaştığı söylenebilir. Doğa temelli turizm ile kitle turizminin karşı bloklarda olduğu ve kitle turizminin büyük gruplar halinde gerçekleştirilmesinden

² Ekolojik ayak izi, doğayı ne ölçüde kullandığımızı ve doğanın ne kadarına sahip olduğumuzu anlamamıza ve ölçmemize imkân tanıyan bir hesaplama aracıdır (Keleş, 2017: 47).

dolayı çevreye verdiği zararların bireysel ya da çok küçük gruplar halinde gerçekleştirilen doğa temelli turizm ile azaltılması mümkün olabilir. Bu bağlamda, bu motivasyona sahip bireylerin tespiti oldukça önemlidir.

3. DOĞA TEMELLİ SEYAHAT MOTİVASYONU

Turizm sektörü özü itibarıyla doğadan faydalanmaktadır. Doğa temelli turizme katılan bireylerin doğa ile ilgili motivasyonları farklılaşmaktadır. Mehmetoğlu (2007) doğa turistlerinin seyahat motivasyonlarını; doğa ile ilgili fiziksel aktiviteler, yenilik/öğrenme, gündelik/sıradan, sosyal ilişki ve ego/statü olmak üzere altıya ayırmıştır. Doğa ile ilgili boyutta turistlerin doğa ile iç içe olmak, doğa ile ilgili deneyimler yaşamak gibi kavramların doğa motivasyonlarında önemli bir yer edindiği belirtilmiştir. Mackay vd. (2002) de aynı şekilde bu görüşü destekleyerek doğa turistlerinin, doğayı öğrenmek ve bu konuda deneyim elde etmeye yönelik insanları motive etmek açısından önemli olduğunu ve bu özellikleri sayesinde de diğer turistlerden ayrıldığını vurgulamışlardır. Bireyler doğa temelli turizme katıldıklarında doğa ile iç içe olmak ve doğadan tatmin olmak isterler. Dalgıç ve Birdir (2015), bireylerin motivasyonunu etkileyen en önemli unsurun doğa tatmini olduğunu söyleyerek doğa turistlerinin doğa ile ilgili her türlü şeyden güdülenebileceklerini belirtmişlerdir.

Mehmetoğlu (2007) fiziksel aktiviteleri; doğa temelli turizme katılanların doğaya yönelik ya da doğa içerisinde yaptıkları aktiviteler olarak açıklamaktadır. Silverberg vd. (1996), doğa turistlerinin doğa olaylarını gözlemleyebilmek, fiziksel olarak doğada yer alabilmek, doğa ile ilgili bir şeyler öğrenebilmek ve benzer ilgi alanlarına sahip olan bireylerle tanışabilmek adına seyahat ettiklerini söylemektedirler. Blamey (2001)'e göre doğaya dayalı olarak gerçekleştirilen turizm türlerinin motivasyon öğeleri arasında günlük yaşamın baskısından uzaklaşıp rafting, yürüyüş, dağcılık gibi fiziksel aktivitelerin içinde yer almasının bireyleri oldukça memnun ettiğini söyleyerek bu düşüncüyü desteklemektedir.

Yenilik/öğrenmede; bireylerin turizm faaliyetleri içerisinde yeni yerler görme, yeni şeyler öğrenme ve gittikleri yerlerdeki yerel halkın kültürünü tanıma gibi unsurlara oldukça önem verildiği görülmektedir (Soykan, 2003). Mehmetoğlu (2007)'na göre bu boyutu yaptığı çalışmasında yeni yerler görme, yeni şeyler öğrenme ve yeni deneyimler elde etme ile açıklamış ve doğa temelli turizmdeki öneminin yüksek olduğunu belirtmiştir. Günümüz turistlerinin daha bilinçli olmasından dolayı yeni şeyler öğrenme, yeni yerler keşfetme, yeni kültürler tanıma vb. unsurlar bireylerin motivasyonunu etkileyen önemli bir boyut olarak karşımıza çıkmaktadır (Harman, 2014). Çalışkan (2013), yeni bir şeyler keşfetmenin turistlerin motivasyonunu oldukça etkilediğini hatta bazı bireyler sadece bu sebepten dolayı olarak turizm faaliyetlerine katıldıklarını söyleyerek bu boyut ile ilgili diğer çalışmaları desteklemektedir. Terblanche (2012)'in Magoebaskloof'u ziyaret eden maceracı turistlerin seyahat motivasyonlarını belirlemek amacıyla gerçekleştirmiş olduğu çalışmasında motivasyon öğelerini yedi faktör (bilgi arayışı, kaçış ve rahatlama, çekicilik, ilişki kurma, yenilik, prestij ve grup birlikteliği) olarak incelemiştir. Gerçekleştirmiş olduğu araştırma sonucunda elde ettiği bulgular doğrultusunda turist motivasyonunu etkileyen en önemli dört faktörün sırasıyla kaçış, rahatlama, grup birlikteliği ve bilgi arayışı olduğunu belirlemiştir. Crompton (1979)'a göre destinasyonlar, turistlerin motivasyonlarını yerine getirebilme imkânına sahip oldukları ve bu izlenimi karşıya yansıtılabildikleri ölçüde tercih edilmektedir. Tatilcileri o destinasyona çekebilmek için turizm sektörünün karşılanmamış sosyo-psikolojik motivasyonlara yönelik ürün gelişimi ve pazarlaması konusuna odaklanmalarının gerekli olduğu ifade edilmektedir. Turistlerin gerçek motivasyonlarını bulmalarına yardımcı olabilmek adına emek harcanması gerektiğini ve tıpkı 1970'lerin sonunda karşımıza çıkan boş zaman danışmanlığı gibi seyahat acentalarının da seyahat danışmanlığını içine alacak bir biçimde hizmetlerini genişletebilecekleri öne sürülmektedir. Bu anlamda doğa turistlerine yeni destinasyonların önerilmesi ya da aynı destinasyon içerisinde farklı doğa turizm faaliyetlerinin ortaya konulması yerinde olacaktır. Daha önce ziyaret edilen bir destinasyonun artık yeni bir destinasyon olarak açıklanamayacağını ve bu sebepten yenilik motivasyonunu karşılayamayacağı için, yenilik arayışının tekrarlanan gezilere karşı güçlük çıkarabileceği hususunda da ikazlarda bulunmaktadır.

Sıradanlık/gündelik boyutunun; hayatın monotonluğundan kurtulmak, yalnız başına kalmak, eğlenceli deneyimler elde etmek, eğlenmek ve rahatlamak gibi etmenleri içine alarak doğa temelli turizm faaliyetlerine daha çok kalabalık ve gürültülü şehirlerden katılan turistleri kapsadığı belirtilmektedir (Mehmetoğlu, 2007). Bireylerin mental olarak rahatlayabilmeleri ve günlük hayatın karmaşıklığından uzaklaşabilmeleri onları güdüleyen önemli unsurlardan birisidir (Güçlü, 2017).

Mehmetoğlu (2007) çalışmasında, bu görüşü destekleyerek, insanların günlük hayatın zorluğundan uzaklaşıp rahatlamak, eğlenmek, maceraya dayalı vakit geçirmek ve sıradanlıktan kurtulmak istemesi gibi ifadelerle genişletmiştir. Aynı zamanda bireylerin bu unsurlarla güdülendiğini ortaya koymuştur.

Sosyal ilişki boyutunun içeriğinde ise doğa temelli turizm faaliyetlerine arkadaş ya da akrabalar ile katılmak ve diğer bireyler ile sosyal ilişkiler içinde yer almak unsurları yer almaktadır (Mehmetoğlu, 2007). Bireyler; kırsal turizm, ekoturizm ya da doğa temelli turizm gibi turizm faaliyetlerine katıldıkları sırada yerel halk ile ilişki içinde yer almayı ve bu faaliyetlere katılan diğer turistler ile sosyal ilişkiler içerisine girerek onların deneyimlerini de merak etmektedirler (Soykan, 2003). Turistler yerel halk ya da o bölgede yaşayanlarla ilişki kurmak isterler (Harman, 2014). Soykan (2003), bu ifadeyi desteklemenin yanında turistlerin kendileriyle aynı faaliyetlere katılan diğer turistlerin de deneyimlerini merak ettiklerini ve bunları öğrenerek motive olabildiklerini söylemiştir. Mehmetoğlu (2007), tüm bunları destekler nitelikte ifadeler ortaya koymuş ve ek olarak insanların kendi arkadaş, akraba ya da yakınları ile beraber turizm faaliyetlerine katılmalarını da bu boyut altında ele almıştır.

Statü, bireylerin doğa temelli turizme katılıp daha sonra buralarda elde ettikleri deneyimlerini başkalarına aktarmakta ve bundan dolayı da bireyler kendilerini başarılı hissedebilmektedirler. Bu da araştırmanın statü boyutunu oluşturmakla beraber bireylerde ego hissini de barındırmaktadır (Mehmetoğlu, 2007). Günümüz turistleri, yaşadıklarını, gördüklerini ya da kazanımlarını günlük hayatlarına geri döndükleri zaman oradaki kişilere anlatmaktan keyif almaktadırlar (Dalgıç ve Birdir, 2015). Örneğin Çalışkan (2013), bazı turistleri gastronomi turizmine katıldıkları sırada farklı lezzetler tatmanın yanında onlara statü kazandırdıklarına da inandıklarını belirtmiştir.

4. İLGİLİ LİTERATÜR

Walpole ve Goodwin (2000), doğa temelli turizmin daha bilinçli turistler tarafından tercih edildiğini vurgulayarak bu sayede doğal çevrenin gelecek nesillere de aktarılabilirliğini söylemişlerdir. Erdoğan (2008)'in çalışmasında, doğa temelli turizme katılan bireylerin en çok önemsendiği unsurun doğayı ve kültürel mirası korumak olduğunu belirtmesi bu görüşü destekler niteliktedir. Doğa temelli turizme katılacak turistlerde merak unsurunun da ön planda bulunmasının sonucu olarak; bilme, görme ve öğrenme gibi gereksinimler içinde bulunmaları da doğa temelli turizmin başka bir özelliği olarak karşımıza çıkarmaktadır (Walpole ve Goodwin, 2000). Mieczkowski (1995) ise yeni şeyler öğrenme ve keşfetme ihtiyacı ile turizme yönelen kişilerin bunu doğa unsuru ile birleştirmesi sonucunda doğa temelli turizmin ortaya çıktığını söylemiş ve turizmin bu sayede kendi kendini koruyabildiğini savunmuştur.

Doğa turistlerinin motivasyonları farklılık gösterebilmektedir. Valentine (1992)'in gerçekleştirmiş olduğu çalışmada ise "fiziksel aktiviteler" in, doğa turizmi için oldukça önemli bir boyut olduğu tespit edilmiştir. Doğa turizmindeki fiziksel aktiviteler, genellikle doğaya bağlıdır. Ekoturizm ve doğa turizminde yer alan fiziksel aktivitelerin birçoğu, doğaya yönelik olmasına karşın, açık hava etkinlikleri tam olarak doğaya bağlı değildir. Ekoturizm ve doğa turizminde bulunan fiziksel aktiviteler, doğa tarafından kendiliğinden gelişmektedir; ancak, bu çeşit fiziksel etkinlikler için elbette ki her zaman ortam yalnızca doğa değildir. Fiziksel aktiviteler bağlamında, maksimum düzeyde bir fark olmadığı takdirde suni ortamlarda, kişiler, tırmanış ya da şnorkel dalışından da keyif alabilir. Buna benzer biçimde kültürel bakımdan zengin bir mirasa sahip olan bir destinasyon da ekoturizm bakımından tatmin edici bir alan olabilir. Bu tip ortamlar turistler için kırsal ya da doğal bir çevrede yer almadan alışılmamış (egzotik) bir ortam yaratabilmektedir (Hill, 1995; Björk, 2000).

Weiler ve Hall (1992), doğa temelli turizm faaliyet türlerini gruplandırmışlar ve turistlerin bu faaliyetlere katılmalarındaki amaçlarını ise; doğaya dayalı kültürel (etnik) seyahatlere, tarihe, macera seyahatlerine, sanat ve halk festivallerine, sağlık ve spor turizmine, çiftlik turizmine ve doğa turizmine yönelik faaliyetler olarak sınıflandırmıştır. Silverberg vd. (1996)'nin yapmış olduğu çalışmada ise; doğa turistlerinin daha çok huzurlu bir ortam, geleneksel el yapımı ürünler, konaklamada ve diğer hizmet alanlarında verilen bireysel hizmetler, güzel bir manzara ve doğa ile ilgili aktiviteleri ilgi çekici bulduklarına değinmişlerdir. Gerçekleştirilen çalışmada doğa turistlerinin güneşli bir havadan, güvenli veya tanıdık bir ortamdan, pahalı otellerden veya restoran tarzı yerlerden etkilenmediklerine değinilmiştir. Başka bir ifade ile, doğa turistlerinin daha çok kültürel farklılıkları ve tahrip olmaması

çevre yapısına sahip olmasından dolayı yerel bölgeleri ziyaret etmek ile daha fazla ilgili oldukları gözlemlenmiştir.

Pearce vd. (1998)'nin turist güdülerini araştırmak üzere yapmış olduğu çalışmada, on güdüden dördünün doğa temelli turizm ile bağlantılı olduğu tespit edilmiştir. Bunlar sırasıyla; “doğayı deneyimlemek”, “keyifli bir ortamda dinlenmek ve rahatlamak”, “özel ilgi alanlarına yönelmek” ve “yeteneklerle ilişkili etkinliklere katılmak” biçimindedir. Ray ve Anderson (2000) gerçekleştirmiş oldukları çalışmada, doğa temelli turizme katılanların büyük bir kısmının çevre dostu davranış kalıpları sergilediklerini belirtmişlerdir. Luo ve Deng (2007)'in çalışmasında da çevreye karşı tutumlar ve doğa temelli güdüler arasında pozitif bir ilişki olduğu ifadesiyle benzerlik göstermiştir. Holden ve Sparrowhawk (2002), Nepal’de doğa yürüyüşüne katılan bireylerin güdülerini araştırmaya yönelik olarak gerçekleştirmiş oldukları çalışmalarında, esas güdülerin; “doğaya yakın olmak ve doğanın tadını çıkarmak”, “gündelik yaşantıda değişiklik”, “hayat dolu hissetmek”, “yetenekleri zorlamak” ve “sağlıklı kalmak” olduğu sonucunu çıkarmışlardır. Bunun yanı sıra “risk alma”, “arkadaşlarını etkileme”, “fiziksel rahatlatma” ve “doğayı kontrol etme gücüne sahip olma” gibi güdülerin ise diğer güdülere kıyasla minimum etkiye sahip olduğu bulgusunu elde etmişlerdir. Mackay vd. (2002)'nin gerçekleştirmiş oldukları çalışmada doğa turistleri motivasyon ve davranış şekilleri (harcama oranları ve kalış süreleri) bakımından diğer turistlerden ayrılmaktadır. Doğa turistleri, diğer turist tiplerine oranla daha çok para harcamakta, gittikleri bölgelerde daha uzun süre kalmakta ve daha sık seyahat etmektedirler. Doğa turistleri, doğayı öğrenmek ve bununla birlikte deneyim yaşamaya yönelik insanları motive etmek açısından oldukça önemli bir fayda sağlayarak diğer turistlerden ayrılmaktadır. Bunun yanı sıra doğa turistleri, manzarayı ve yaban hayatı seyretmek veya ıssız bölgeleri ziyaret etmenin yanı sıra kültürel ve tarihi alanları da ziyaret etmekten çok hoşlanmaktadırlar. Dutcher vd. (2007), doğa temelli turizme katılan turistlere yönelik gerçekleştirmiş oldukları çalışmada oldukça yüksek düzeyde doğaya olan bağlılığın, çevresel bilincin ve doğaya karşı duyarlı davranışı olumlu bir biçimde etkilediğini vurgulamaktadır. Mehmetoğlu (2007) ise; doğa temelli turistlere yönelik gerçekleştirmiş olduğu çalışmasında, doğa temelli aktif turistleri, pasif turistlerden ayırt eden motivasyonlar olarak incelemiştir. Bunlar büyük ölçüde, doğa, fiziksel aktiviteler, yenilik/öğrenme, sıradanlık/gündelik, sosyal ilişki ve statüdür. Ayrıca bu çalışmada, psikografik (pazar bölümlenimin temelini oluşturan varsayımlar) bilgilerin turistlerin davranışlarının anlaşılması konusunda oldukça güçlü olduğunu da göstermektedir. Bunun yanı sıra doğa turizmine yönelik olarak gerçekleştirilen çalışmalar da turist motivasyonlarının belirlenmesine yönelik olarak gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçlara bakıldığında edinilen bilgiler doğrultusunda, alanyazında yer alan katılımcıların doğa etkinliklerine katılımındaki temel güdülerini ile aralarında benzerlik bulunmaktadır (Holden ve Sparrowhawk, 2002; Luo ve Deng, 2007). Bu söylenenlerden yola çıkarak, doğa temelli olarak gerçekleştirilen aktivitelerin, katılımcıların “doğa” merkezinde bir yaklaşımla fiziksel öğelerden ziyade, “ruhsal ve sosyal kazanımları” gösteren motivasyonlarla hareket ettikleri söylenebilir.

Doğa temelli turistlerin genel olarak post fordist (üretimde çeşitliliğin artması, seçenek sunulmaya başlanması), daha çok uzun mesafelere seyahat gerçekleştiren, gittikleri bölgelerde daha uzun süre kalan, eğitim seviyesi yüksek olan ve daha fazla harcama eğiliminde olan homojen bir küme oldukları görülmektedir (Lang ve O’leary, 1997). Hodur vd. (2008), doğaya yönelik olarak yapılan turizm faaliyetlerinin daha çok tarım, çiftlik ve yaban hayatına yönelik olarak gerçekleştirilen faaliyetlerden oluştuğunu ifade etmektedirler. Araştırmaya göre yaban hayatı turizmi, turizm gelişiminin sürdürülebilir olan bölümünü meydana getirmekte, tarım turizmi ve çiftlik turizmi ise kırsal gelişim ve gelecek nesiller için oldukça önemli bir katalizör görevi görmektedir. Buradan da anlaşılacağı üzere doğaya yönelik olarak gerçekleştirilen turizm faaliyetlerinin, kırsal alanlar için doğal kaynakların zarar görmesini önleyerek önemli derecede sürdürülebilir gelişime katkı sağlamak açısından oldukça önemli bir yere sahip olduğunu görmekteyiz. Nowaczek (2009) ise, doğa turizmi faaliyetlerine katılan bireylerin genellikle doğayı ve kültürü öğrenme, çevreyi koruma ile ahlaki değerler çerçevesinde davranış gösterdiğini açıklamıştır.

Açık alan rekreasyonlarından biri doğa temelli etkinlikler ve turizm ilişkisi ile alakalı olarak tasarlanmış olan yalnızca birkaç tane araştırmanın olduğu dikkat çekmektedir (Aşan, 2013). Uluslararası alanyazın incelendiğinde ise bu konuda yapılmış çalışmaların sayıca daha çok olduğu karşımıza çıkmaktadır. Konuyla alakalı olan çalışmaların genellikle, doğa temelli turizme katılanların güdülerinin belirlenmesine yönelik olarak gerçekleştirildiği görülmektedir (Holden ve Sparrowhawk, 2002; Mehmetoğlu, 2005; Luo ve Deng, 2007).

Bu konuda gerçekleştirilmiş olan diğer çalışmalara bakıldığında ise turist memnuniyeti (Naidoo vd., 2011), yeni çevre paradigması hususundaki fikirleri (Luo ve Deng, 2007), etkinlik tercihleri (Tangeland ve Aas, 2011) ve destinasyon tercihleri (Holden ve Sparrowhawk, 2002; Chhetri vd., 2004) gibi değişik konularda gerçekleştirildiği görülmektedir. Karacaoğlu vd., (2016) yapmış oldukları çalışmada ise bireyleri doğa temelli etkinliklere katılmaya güdüleyen en temel faktörün “rahatlama ve birliktelik” olduğunu saptamışlardır. Bu faktörün altında yer alan güdüler karşılaştırıldığında en çok katılım gösterilen ifadeler “özgürlük hissini yaşamak”, “doğanın tadını çıkarmak” ve “ruhsal olarak rahatlamak” olarak görülmüştür.

5. ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ

Araştırma, Kaz Dağları’nda bulunan doğa temelli işletmelerde konaklayan yerli turistler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma için Kaz Dağları’nın tercih edilmesinin nedeni ise doğa temelli turizmin gün geçtikçe bu bölgede artış göstermesidir. Elde edilen bulgular doğrultusunda eşsiz doğası ve temiz havası ile Kaz Dağları, doğa turistlerinin gün geçtikçe daha yoğun ilgisine tanıklık etmektedir. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak yüz yüze anket veri toplama tekniğinden faydalanılmıştır. Elde edilen veriler ise SPSS 21 Statistic paket programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Daha sonra ise elde edilen bu bulgular tablo haline getirilerek yorumlanmıştır. Veriler Ağustos 2017 ile Eylül 2018 ayları içerisinde kolayda örnekleme tekniği ile toplanmıştır. Kolayda örnekleme, ana kütle içerisinde tercih edilecek olan örnek bölümünün araştırmacının kendi yargılarına belirlediği tesadüfi olmayan örnekleme yöntemidir. Kolayda örnekleme yöntemi sayesinde veriler, ana kütlede en ekonomik, en hızlı ve en kolay biçimde toplanır (Malhotra, 2004).

Veriler anket formları yoluyla Kaz Dağlarında bulunan doğa temelli turistik işletmelerinde konaklayan 134 yerli katılımcıdan elde edilmiştir. Bu anketler Kaz Dağları’nda doğa temelli turistik işletmelerde konaklayan müşteriler tarafından doldurulmuştur. Oluşan tutarsızlık ve veri eksikliklerinden kaynaklı olarak 46 adet anket formu çıkartılarak toplam 134 adet anket analizlere katılmıştır.

Anketin birinci kısmında katılımcıların demografik özelliklerinin belirlenebilmesi adına 14 adet soru yöneltilmiştir. Bunlar; yaş, cinsiyet, eğitim, aylık gelir, medeni durum, bölgeye nereden geldiği, nasıl geldiği, kaçınıcı kez bu bölgeye geldiği, kaç kez doğa temelli turizm faaliyetlerine katılım gerçekleştirildiği, yöreyi ziyaret ederken yerel halk ile etkileşim gerçekleştirilip gerçekleştirilmediğidir. Bunun yanı sıra faaliyetlerde kimlerle bulunduğu, kaç gün süre bu bölgede kaldığı, tatil süresi boyunca ortalama ne kadar harcama gerçekleştirildiği ve bu bölgeyi tercih etmedeki bilgi kaynağının ne olduğudur. İkinci kısımda yer alan 20 ifade ise doğa turistlerinin motivasyonlarını ortaya koymanın yanı sıra bu yönde hizmet veren işletmelerin pazarlama stratejilerini belirlemesine yardımcı olmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Anket içerisinde kullanılan bu 20 madde Mehmetoğlu (2007)’nin çalışmasından faydalanılarak hazırlanmıştır. Anket formunda 5’li Likert tipi ölçek kullanılmıştır.

5.1. Katılımcılara Yönelik Demografik Bulgular

Katılımcıların erkek ve kadın oranı birbirine yakın olup, lisans mezunu katılımcılar daha fazladır (%45). Bekarlar (%57) evli katılımcılara göre daha fazladır. Katılımcıların aylık gelirleri birbirine yakındır. Yaş grupları açısından incelendiğinde de 25-34 yaş grubunda olan katılımcılar diğer gruplara (%31) göre fazladır.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Dağılımları

Demografik Özellikler	Sıklık	Oran (%)
Cinsiyet		
Erkek	70	52.2
Kadın	64	47.8
Toplam	134	100.0
Yaş Grubu		
18-24 Yaş grubu	26	19.4
25-34 Yaş grubu	41	30.7
35-44 Yaş grubu	18	13.4

45-54 Yaş ve üzeri grubu	16	11.9
55 Yaş ve üzeri	33	24.6
Toplam	134	100.0
Eğitim Durumu		
Ortaokul	4	3.0
Lise	24	17.9
Ön Lisans	14	10.4
Lisans	60	44.8
Yüksek Lisans	23	17.2
Doktora	9	6.7
Toplam	134	100.0
Medeni Durum		
Evli	58	43.3
Bekâr	76	56.7
Toplam	134	100.0
Aylık Gelir		
0-1999 TL	25	26.8
2000-2999 TL	38	28.4
3000-3999 TL	28	20.9
4000 TL ve Üzeri	32	23.9
Toplam	134	100.0

5.2. Geçerlik Analizi

Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA), önceden belirlenmiş ya da kurgulanmış bir yapının gerçek verilerle ne derece uyum gösterdiğini değerlendirmeye yönelik gerçekleştirilen bir analizdir (Çokluk vd., 2012). Doğa temelli turist motivasyon boyutlarını ortaya koymak için uyarlanan bu çalışmada, örneklemdaki geçerliliğinin sağlanmasında DFA'nın yapılması planlanmıştır. 6 ana faktör olan doğa ile ilgili, fiziksel aktiviteler, yenilik/öğrenme, gündelik/sıradan, sosyal ilişki ve ego/statü (örtük değişken) 20 alt faktör (gözlenen değişken) analize sokulmuştur.

Tablo 2. Doğrulamalı Faktör Analizi Uyum İyilik Ölçütleri

Uyum İyiliği Ölçütleri	Doğa Temelli Seyahat Motivasyonu	Standart Değerler
CMIN/DF (χ^2/df)	3.015	≤ 5
RMSEA	.74	$\leq .08$ veya $.10$
CFI	.90	$\geq .90$
IFI	.90	$\geq .90$
AGFI	.91	$\geq .90$

Örnekleme sayısının düşük olması sebebiyle bootstrapping analiz kullanılmıştır (Hair vd., 2010). Bootstrapping analizi, araştırmanın geçerliliğini değerlendirmek için kullanılan yaygın bir yöntem olmakla beraber belirli bir sonucun tekrarlanabilir olduğunu ortaya koymak amacıyla tercih edilir (Hillis ve Bull, 1993). Fiziksel aktiviteler boyutunda yer alan bir madde “Çaba gerektirmeyen fiziksel aktiviteler ile meşgul olmak” analize sokulduğunda faktör yükünün 0.50'nin altında olduğu görülmüştür. Bu madde analiz dışı bırakıldığında ise modelin uyum iyiliği indeksleri tablo 2'de görüldüğü gibi standart değerlere eşit veya bu değerlerden daha yüksek çıkmıştır. $\chi^2/df= 3.015$ 'in 5 değerinden küçük olduğu CFI=0.90 ve IFI=.90 uyum iyiliği değerlerinin 90'a eşit olduğu görülmektedir. Bu değerler oluşturulan modelin uyumunun iyi olduğunu ifade ederken RMSEA 0.74 olması ve AGFI'nin 0.91 olması DFA'nın kabul edilebilir değerler içerisinde olduğunu göstermektedir (Bayram, 2013).

Tablo 3. Doğrulayıcı Faktör Analizi DFA Değerleri

Yapı & Faktör	Faktör Yükleri	t- değerleri	Birleşik Güvenirlik	Çıkarılan Ortalama Varyans
Doğa Temelli Seyahat Motivasyonu				
Doğa ile İlgili			0.926	0.81
Doğaya Yakın Olmak	0.893	6.029		
Doğa ile İlgili Deneyimler Yaşamak	0.895	5.989		
Doğal Çekicilikleri Ziyaret Etmek	0.905	5.723		
Fiziksel Aktiviteler			0.670	0.50
Doğa Temelli Aktivitelere Katılmak	0.719	6.296		
Çaba Gerektiren Fiziksel Aktivitelere Katılmak	0.701	6.828		
Yenilik Öğrenme			0.925	0.76
Yeni Deneyimler Elde Etmek	0.720	7.694		
Yeni Yerler Keşfetmek	0.927	5.423		
Yeni Kültür/Yer/Şey Öğrenmek	0.918	5.763		
Yeni Bilgiler Edinmek	0.896	6.367		
Gündelik/Sıradan			0.848	0.53
Zihinsel Olarak Rahatlamak	0.695	7.268		
Kendime Vakit Ayırmak	0.759	6.850		
Yaşamın Monotonluğundan Kaçmak	0.785	6.608		
Cesaret İsteyen Deneyimler Yaşamak	0.669	7.386		
Eğlenceli Vakit Geçirmek	0.717	7.148		
Sosyal İlişki			0.796	0.66
Eğlenceli Vakit Geçirmek	0.839	5.212		
Yakın Dostlarım ile Beraber Olmak	0.787	6.293		
Ego/Statü			0.890	0.73
Üzerine Konuşabileceğim Deneyimlere Sahip Olmak	0.678	7.692		
Kendime Olan Güvenimi Arttırmak	0.942	4.562		
Başarı Hissi Elde Etmek	0.923	4.021		

Bir ölçüm modelinin geçerli olması için yakınsak ve ayırt edici geçerlilik kriterlerini karşılaması gerekmektedir. DFA analizi sonucunda standardize edilmiş faktör yükleri, t değerleri ve bu değerlerin anlamlılıkları yakınsak geçerlilikte kullanılmaktadır. Tablo 3'te her bir maddeye ait olan standardize edilmiş faktör yüklerini ve standardize edilmemiş t değerlerini göstermektedir. Tablo 3'te yer alan standardize edilmiş faktör yükleri 0.669 ile 0.942 değerleri arasında değişmektedir. Bununla birlikte tüm t değerleri $\alpha=0.05$ düzeyinde anlamlıdır. Bu sonuç yakınsak geçerlilik kriterini sağladığını göstermektedir.

Yakınsak geçerlilik sonrası incelenmesi gereken ayırt edici geçerlilik kriterinin gerçekleşip gerçekleşmediğinin tespit edilmesi amacıyla yapılmaktadır. Ayırt edici geçerlilik incelenirken kullanılan yöntemlerden biri Çıkarılan Ortalama Varyans (ÇOV) değerinin karekökü ile değişkenler arası korelasyon katsayısını karşılaştırmaktır. O boyut için elde edilen ÇOV değerinin karekökü,

değişkenler arasındaki her bir korelasyon katsayısından daha büyük ise ayırt edici geçerlilik sağlanmış demektir (Fornell ve Larcker, 1981). Sonuç olarak Tablo 4'te 0.5'in altında açıklanan bir ÇOV değeri olmadığından ve tüm ÇOV değerinin karekökünün faktörler arasındaki korelasyon değerlerinden büyük olduğu için ayırt edici geçerliliği de sağladığı söylenebilir.

Tablo 4. Seyahat Motivasyon Boyutları Ayırt edici Geçerlilik Değerleri

	1	2	3	4	5	6
Doğa ile İlgili (1)	.900					
Fiziksel Aktiviteler (2)	.667**	.707				
Yenilik/Öğrenme (3)	.773**	.602**	.872			
Gündelik/Sıradan (4)	.419**	.500**	.568**	.728		
Sosyal İlişki (5)	.232**	.424**	.465**	.675**	.812	
Ego/Statü (6)	.266**	.479**	.445**	.602**	.682**	.854

5.3. Güvenirlik Analizi

Güvenirlik analizi sonuçları incelendiğinde en düşük güvenirlik boyutunun 0.621 ile fiziksel aktivite, en yüksek boyutun ise doğa ile ilgili boyuttan oluştuğu tespit edilmiştir. Tüm boyutların güvenilir (bakınız Tablo 5) olduğu söylenebilir (Güriş ve Astar, 2014).

Tablo 5. Güvenirlik Analizi Sonuçları

Boyutlar	Madde Sayısı	Cronbach α
<i>Doğa ile İlgili</i>	3	.925
<i>Fiziksel Aktiviteler</i>	2	.621
<i>Yenilik/Öğrenme</i>	4	.915
<i>Gündelik/Sıradan</i>	5	.830
<i>Sosyal İlişki</i>	2	.793
<i>Ego/Statü</i>	3	.870

5.4. Hipotezler

- H₁:** Doğa temelli turizm faaliyetlerine katılan turistlerin cinsiyetleri ile seyahat motivasyonları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.
- H₂:** Doğa temelli turizm faaliyetlerine katılan turistlerin medeni durumları ile seyahat motivasyonları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.
- H₃:** Doğa temelli turizm faaliyetlerine katılan turistlerin bölgeye geliş şekilleri ile seyahat motivasyonları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.
- H₄:** Doğa temelli turizm faaliyetlerine katılan turistlerin geldikleri kişiler ile seyahat motivasyonları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.
- H₅:** Doğa temelli turizm faaliyetlerine katılan turistlerin yaşları ile seyahat motivasyonları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.
- H₆:** Doğa temelli turizm faaliyetlerine katılan turistlerin gelirleri ile seyahat motivasyonları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.
- H₇:** Doğa temelli turizm faaliyetlerine katılan turistlerin yerel halkla etkileşimleri ile seyahat motivasyonları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.

5.5. Analizler

Katılımcıların cinsiyetleri ile seyahat motivasyonları boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olup olmadığını sınamak amacıyla Mann Whitney-U testi uygulanmış ve sonuçları ortaya konulmuştur (Bkz. Tablo 6). Yapılan analiz sonucunda cinsiyet ile seyahat motivasyon boyutları (doğa, fiziksel aktiviteler, yenilik/öğrenme, gündelik/sıradan, sosyal ilişki ve ego/statü) arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Dolayısıyla H_1 hipotezi **desteklenememiştir** (Bkz. Tablo 6).

Tablo 6. Boyutlara İlişkin Cinsiyet Farklılık Analizi

Boyutlar	Cinsiyet	n	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamları	Anlamlılık
Doğa	Erkek	70	67.89	4752.00	.901
	Kadın	64	67.08	4293.00	
Fiziksel Aktiviteler	Erkek	70	66.69	4668.50	.798
	Kadın	64	68.38	4376.50	
Yenilik/Öğrenme	Erkek	70	69.95	4896.50	.431
	Kadın	64	64.82	4148.50	
Gündelik/Sıradan	Erkek	70	65.81	4606.50	.592
	Kadın	64	69.35	4438.50	
Sosyal İlişki	Erkek	70	67.34	4713.50	.958
	Kadın	64	67.68	4331.50	
Ego/Statü	Erkek	70	66.50	4655.00	.752
	Kadın	64	68.59	4390.00	

Araştırmanın ikinci hipotezinde katılımcıların medeni durumları ile seyahat motivasyonları boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olup olmadığını sınamak amacıyla da Mann Whitney-U testi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda medeni durum ile seyahat motivasyon boyutları (doğa, fiziksel aktiviteler, yenilik/öğrenme, gündelik/sıradan, sosyal ilişki ve ego/statü) arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiş ve H_2 hipotezi **desteklenememiştir** (Bkz. Tablo 7).

Tablo 7. Boyutlara İlişkin Medeni Durum Farklılık Analizi

Boyutlar	Medeni Durum	n	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamları	Anlamlılık
Doğa	Evli	57	68.14	3884.00	.657
	Bekar	75	65.25	4894.00	
Fiziksel Aktiviteler	Evli	57	67.32	3837.50	.827
	Bekar	75	65.87	4940.50	
Yenilik/Öğrenme	Evli	57	63.94	3644.50	.489
	Bekar	75	68.45	5133.50	
Gündelik/Sıradan	Evli	57	62.91	3586.00	.341
	Bekar	75	69.23	5192.00	
Sosyal İlişki	Evli	57	61.96	3531.50	.222
	Bekar	75	69.95	5246.50	
Ego/Statü	Evli	57	64.89	3698.50	.669
	Bekar	75	67.73	5079.50	

Araştırmanın diğer bir hipotezinde katılımcıların bölgeye geliş şekli ile seyahat motivasyonları boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olup olmadığı sınanmış ve bunun için Mann Whitney-U testi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda bölgeye geliş şekli ile seyahat motivasyon boyutları (doğa, fiziksel aktiviteler, yenilik/öğrenme, gündelik/sıradan, sosyal ilişki ve ego/statü) arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Bu bağlamda, H_3 hipotezi **desteklenememiştir** (Bkz. Tablo 8).

Tablo 8. Boyutlara İlişkin Bölgeye Geliş Şekli Farklılık Analizi

Boyutlar	Bölgeye Geliş Şekli	n	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamları	Anlamlılık
Doğa	Seyahat Acentası	20	56.95	1139.00	.516
	Bağımsız	112	62.39	6364.00	
Fiziksel Aktiviteler	Seyahat Acentası	20	63.73	1274.50	.755
	Bağımsız	112	61.06	6228.50	
Yenilik/Öğrenme	Seyahat Acentası	20	58.25	1165.00	.645
	Bağımsız	112	62.14	6338.00	
Gündelik/Sıradan	Seyahat Acentası	20	68.48	1369.50	.328
	Bağımsız	112	60.13	6133.50	
Sosyal İlişki	Seyahat Acentası	20	61.53	1230.50	.997
	Bağımsız	112	61.50	6272.50	
Ego/Statü	Seyahat Acentası	20	53.60	1072.00	.269
	Bağımsız	112	63.05	6431.00	

Araştırmanın dördüncü hipotezinde doğa temelli turistlerin destinasyona geldikleri kişilerle seyahat motivasyonu arasında anlamlı farklılıkların olup olmadığı Kruskal-Wallis analizi ile incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda turistlerin geldikleri kişilerle seyahat motivasyonu arasında anlamlı farklılıklar tespit edilememiştir. Dolayısıyla, **H₄** hipotezi desteklenememiştir (Bkz. Tablo 9).

Tablo 9. Boyutlara İlişkin Geldikleri Kişilere Göre Farklılık Analizi

Boyutlar	Kiminle Geldiniz?	n	X ² Test İstatistiği	Sıra Toplamları	Sd	Anlamlılık
Doğa	Yalnız	10	3.062	49.15	2	.216
	Ailemle	51		61.87		
	Arkadaşlarımla	67		68.79		
Fiziksel Aktiviteler	Yalnız	10	5.076	48.35	2	.079
	Ailemle	51		59.25		
	Arkadaşlarımla	67		70.91		
Yenilik/Öğrenme	Yalnız	10	2.717	57.65	2	.257
	Ailemle	51		59.28		
	Arkadaşlarımla	67		69.49		
Gündelik/Sıradan	Yalnız	10	3.727	72.55	2	.155
	Ailemle	51		56.92		
	Arkadaşlarımla	67		69.07		
Sosyal İlişki	Yalnız	10	3.940	54.15	2	.139
	Ailemle	51		58.73		
	Arkadaşlarımla	67		70.44		
Ego/Statü	Yalnız	10	3.515	53.65	2	.172
	Ailemle	51		59.23		
	Arkadaşlarımla	67		70.13		

Araştırmanın beşinci hipotezinde ise doğa temelli turistlerin yaşları ile seyahat motivasyonu arasında anlamlı farklılıkların olup olmadığı Kruskal-Wallis analizi ile incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda turistlerin yaşları ile seyahat motivasyonlarından gündelik/sıradan, sosyal ilişki ve ego/statü boyutları arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Dolayısıyla, **H₅** hipotezi desteklenmiştir. Farklılıkların hangi yaş aralığında olduğunu tespit etmek amacıyla Bonferroni düzeltilmeli Mann Whitney-U testleri sonucunda gündelik/sıradan, sosyal ilişki ve ego statü boyutlarında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir (Bkz. Tablo 10).

Tablo 10. Boyutlara İlişkin Yaşa Göre Farklılık Analizi

Boyutlar	Yaş	n	X^2 Test İstatistiği	Sıra Toplamları	Sd	Anlamlılık	Farklılık
Doğa	18-24	26	5.332	67.60	4	.255	
	25-34	41		62.26			
	35-44	18		77.92			
	45-54	16		54.38			
	55 ve üzeri	33		74.62			
Fiziksel Aktiviteler	18-24	26	1.212	68.69	4	.876	
	25-34	41		63.68			
	35-44	18		64.08			
	45-54	16		68.31			
	55 ve üzeri	33		72.77			
Yenilik/Öğrenme	18-24	26	6.877	82.56	4	.143	
	25-34	41		64.22			
	35-44	18		62.56			
	45-54	16		54.00			
	55 ve üzeri	33		68.95			
Gündelik/Sıradan	18-24	26	10.202	84.06	4	.037*	1>5
	25-34	41		73.09			
	35-44	18		57.83			
	45-54	16		56.34			
	55 ve üzeri	33		58.20			
Sosyal İlişki	18-24	26	18.087	93.02	4	.001*	1>5,4
	25-34	41		69.54			
	35-44	18		59.58			
	45-54	16		52.22			
	55 ve üzeri	33		56.59			
Ego/Statü	18-24	26	11.688	90.10	4	.020*	1>4
	25-34	41		63.04			
	35-44	18		65.81			
	45-54	16		56.91			
	55 ve üzeri	33		61.30			

Araştırmanın altıncı hipotezinde doğa temelli turistlerin gelirleri ile seyahat motivasyonu arasında anlamlı farklılıkların olup olmadığı Kruskal-Wallis analizi ile incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda turistlerin gelirleri seyahat motivasyonu arasında anlamlı farklılıklar tespit edilememiştir. Dolayısıyla, H_6 hipotezi **desteklenememiştir** (Bkz. Tablo 11).

Tablo 11. Boyutlara İlişkin Gelire Göre Farklılık Analizi

Boyutlar	Gelir	n	χ^2 Test İstatistiği	Sıra Toplamları	sd	Anlamlılık
Doğa	2000 TL ve altı	37	1.412	72.45	3	.703
	2001-3000	37		65.30		
	3001-4000	28		62.07		
	4001 TL ve üzeri	32		69.08		
Fiziksel Aktiviteler	2000 TL ve altı	37	.789	63.01	3	.852
	2001-3000	37		70.64		
	3001-4000	28		68.05		
	4001 TL ve üzeri	32		68.58		
Yenilik/Öğrenme	2000 TL ve altı	37	7.152	80.77	3	.067
	2001-3000	37		66.80		
	3001-4000	28		59.21		
	4001 TL ve üzeri	32		60.22		
Gündelik/Sıradan	2000 TL ve altı	37	4.099	76.35	3	.251
	2001-3000	37		66.61		
	3001-4000	28		68.16		
	4001 TL ve üzeri	32		57.72		
Sosyal İlişki	2000 TL ve altı	37	2.289	75.03	3	.515
	2001-3000	37		67.11		
	3001-4000	28		63.61		
	4001 TL ve üzeri	32		62.66		
Ego/Statü	2000 TL ve altı	37	2.060	73.07	3	.560
	2001-3000	37		65.96		
	3001-4000	28		70.23		
	4001 TL ve üzeri	32		60.45		

Araştırmanın son hipotezinde katılımcıların yerel halkla etkileşimi ile seyahat motivasyonları boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olup olmadığı sınanmış ve bunun için Mann Whitney-U testi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda yerel halkla etkileşim ile seyahat motivasyon boyutlarından doğa, fiziksel aktiviteler, yenilik ve ego/statü arasında pozitif yönlü anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu bağlamda, **H₇** hipotezi **desteklenmiştir**. Buna göre doğa, fiziksel aktiviteler, yenilik ve ego/statü boyutlarında yerel halk ile etkileşim kuranların kurmayanlara göre seyahat motivasyonu daha yüksek çıkmıştır (Bkz. Tablo 12).

Tablo 12. Boyutlara İlişkin Yerel Halk ile Etkileşim Farklılık Analizi

Boyutlar	Yerel Halk ile Etkileşim	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamları	Anlamlılık
Doğa	Evet	105	70.93	7448.00	.018*
	Hayır	28	52.25	1463.00	
Fiziksel Aktiviteler	Evet	105	70.60	7412.50	.034*
	Hayır	28	53.52	1498.50	
Yenilik/Öğrenme	Evet	105	70.79	7433.00	.024*
	Hayır	28	52.79	1478.00	
Gündelik/Sıradan	Evet	105	66.80	7014.50	.909
	Hayır	28	67.73	1896.50	
Sosyal İlişki	Evet	105	69.44	7291.00	.147
	Hayır	28	57.86	1620.00	
Ego/Statü	Evet	105	70.91	7445.50	.022*
	Hayır	28	52.34	1465.50	

6. SONUÇ ve ÖNERİLER

Doğa temelli turizm temelini; kır ve yazlık alanlar, bitki örtüleri, su kaynakları, yabani ortamlar ve doğal manzaralar gibi insan etkisinin az olduğu doğal ortamlar oluşturmaktadır. Doğa temelli turizm, insanların el değmemiş olan yerlerde doğal çekicilikleri ziyaret etmek ve kitle turizminin tam tersine kalabalıktan ve gürültüden uzak kalmak istemesi ile doğrudan doğruya bağlantılıdır. Bunun yanı sıra doğa temelli turizm, doğayı koruma ve kullanma dengesinin en üst düzeyde önemsenmesi gerektiğini ortaya koyan bir alternatif turizm çeşididir. Doğa temelli turizmi gerçekleştirilirken, doğal dengenin korunabilmesi adına da çevreye oldukça önem verilmektedir. Doğa temelli turizm kapsamındaki etkiler arasında doğa yürüyüşleri, dağa tırmanma, piknik, doğal çekicilikleri ziyaret etmek gibi etkinliklere de sıklıkla rastlanmaktadır (Korkmaz, 2001). Bu bağlamda, Kaz Dağları doğa temelli turizm açısından önemli bir destinasyon olarak değerlendirilebilir. Bu amaçla çalışmada, Kaz Dağları'nda yürütülmüş ve buraya gelen turistlerin cinsiyet, medeni durum, bölgeye geliş şekli, yaş, gelir, yerel halkla etkileşim gibi değişkenler açısından seyahat motivasyonlarında farklılık olup olmadığı araştırılmaya çalışılmıştır.

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre; katılımcıların cinsiyet, medeni durum, bölgeye geliş şekilleri açısından anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Bu araştırmadan elde edilen sonuçlar Luo ve Deng (2007)'in çalışmasıyla benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Karacaoğlu vd. (2016)'nin gerçekleştirmiş oldukları çalışmalarında araştırmaya katılım gerçekleştiren bireylerin cinsiyet bazında homojen bir dağılım gösterdiklerine ve doğa temelli etkinliklere katılım gösteren bekar bireylerin evli olan bireylerden daha fazla olduğuna değinmişlerdir.

Katılımcıların bölgeye geliş şekliyle seyahat motivasyonları arasında da bir farklılık tespit edilememiştir. Bu farklılığın anlamlı olmamasında gruplar arası niceliksel farkın fazla olması etkilemiş olmuştur. Aynı zamanda bu bölgeye gelen seyahat acentalarına daha küçük boyutta tur düzenlemeleri (büyük otobüsler yerine küçük çaplı taşımacılık) rol oynamıştır.

Araştırmada katılımcılara yöneltilmiş bir diğer soru "Bölgeye kiminle geldiniz?" sorusuydu ve bunun seyahat motivasyonları açısından anlamlı bir farklılık tespit edip etmediğinin ortaya konulmasıydı. Elde edilen sonuçlara göre; kişilerin seyahat motivasyonları açısından anlamlı bir farklılık oluşturmamıştır. Bu sonuç özellikle motivasyonun daha kişisel bir faktör olmasından kaynaklıdır. Başka bir ifade ile kişi doğa temelli ortamı yaşamak istemektedir. Bu bağlamda da bir farklılık tespit edilememesi öngörülebilir bir sonuç olarak değerlendirilebilir. Ayrıca bireylerin bilgi kaynağı olarak arkadaş tavsiyelerini tercih etmeleri ile bölgeye bireysel olarak gelmeleri de doğru orantılıdır.

Araştırmada yaş değişkeninin seyahat motivasyonu açısından farklılık gösterip göstermediği de tespit edilmeye çalışılmıştır. Buna göre seyahat motivasyon boyutlarından gündelik/sıradan boyutunda 18-24 yaş grubunun 55 yaş ve üzeri grubuna göre; sosyal ilişki boyutunda 18-24 yaş grubunun 45-54 ve 55 yaş ve üzeri grubuna göre daha yüksek; ego/statü boyutunda da 18-24 yaş grubunun 45-54 yaş grubuna göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu araştırma sonuçları kısmen Mackay vd. (2002)'nin çalışmasıyla farklılık gösterse de seyahat motivasyonlarının alt boyutları açısından bu farklılığın anlamlı olduğu değerlendirilebilir. Çünkü gündelik/sıradan boyutu rutinden kaçmak anlamına gelmektedir. Özellikle Z kuşağı olarak ifade edilen bu grubun sosyal medyanın etkisiyle diğer yaş gruplarına göre farklılığı araması postmodern dünyada daha normal olarak değerlendirilmektedir. Benzer durum diğer boyutlar açısından da ifade edilmektedir. Katılımcılardan genç bireylerin, yaşlı bireylere göre daha fazla sosyal ilişki kurduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcıların gelir durumuyla seyahat motivasyonları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Mackay vd. (2002)'nin çalışmasıyla bu durum farklılık göstermektedir. Ancak, doğada olmak, doğayı yaşamak ve anlamak için gelirin seyahat motivasyonu açısından bir farklılık göstermemesi normal olarak değerlendirilebilir. Çünkü her gelir düzeyinden birey yaşamın sıkıcı ve baskıcı özelliğinden etkilenmekte ve hayatın monotonluğundan kaçmak istemektedir. Bu bağlamda her gelir düzeyinden insanlar doğa ile iç içe olmak isteyeceklerdir.

Son olarak katılımcıların yerel halkla etkileşim boyutunda doğa, fiziksel aktiviteler, yenilik/öğrenme, ego/statü boyutlarında yerel halkla etkileşim kuran katılımcıların kurmayanlara göre seyahat motivasyonları daha yüksek çıkmıştır. Doğa temelli turizm yapısı itibarıyla sürdürülebilir

turizm felsefesini benimseyen yerel halk ile etkileşimi önemseyen bir yapıya sahiptir. Bu bağlamda, farklılığın anlamlı çıkması beklenen bir sonuç olarak değerlendirilebilir.

Bu çalışma, doğa turistlerinin yaş, gelir, medeni durum, cinsiyet vb. değişkenlere göre seyahat motivasyonları arasında farklılık olup olmadığını daha net bir şekilde belirlenmesi ve bunların neler olduğunun ortaya konulması amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu sayede doğa turistlerine yönelik olarak hizmet veren işletmelere stratejilerini belirleme konusunda yardımcı olmak hedeflenmiştir. Bölgede yer alan ya da ileride kurulabilecek işletmeler, bireylerin beklentilerine yönelik stratejiler belirlediklerinde doğa temelli turizm amacına daha kolay ulaşacaktır. Özellikle genç yaş grubundaki bireylerin doğa temelli turizme daha fazla düzeyde katıldıkları tespit edilmiştir. Bu bağlamda işletmelerin, farklı fiziksel aktiviteler düzenlemeleri gerek katılımcılar beklentilerine gerekse işletmenin stratejik beklentilerini karşılamada fayda sağlayacaktır. Ayrıca geç yaş grubunun sosyal ilişki boyutunda yüksek motivasyonlu çıktığı göz önüne alınırsa, gençlerin daha kolay sosyal ortam kurabileceği etkinliklerin düzenlenmesi doğru bir pazarla stratejisi olacaktır. Bunların yanı sıra katılımcıların yerel halkla ilişki kurmaları seyahat motivasyonlarına büyük etki etmektedir. Bu bağlamda işletmeler, yerel halkla ilişki kurarak katılımcılar ile yerel halk arasında bir köprü görevi alabilirler. Bu da doğa temelli turizme katılan bireylerin beklentilerini karşılayacak bir pazarlama stratejisi olacaktır.

Gelecekte doğa etkinliklerine katılan bireylerin motivasyonlarını belirlemeye yönelik olarak araştırma yapmak isteyecekler, daha karmaşık bir yapıyla; bu faaliyetlere katılım gerçekleştirecek olan bireylerin güdülerini belirlemeye yönelik, destinasyon tercihleri, çevresel değerler ve çevre dostu tutumlar gibi farklı değişkenler arasındaki ilişkilerin birlikte ele alınması önerilmektedir. Bunun yanı sıra, doğa temelli turizm pazarında birbirinden farklı turistik mal ve hizmet bulunmasından kaynaklı olarak katılımcılar üzerine araştırmalar yapılmalı ve bunlara uygun olan ürünlerin geliştirilmesi önerilmektedir.

Sonuç olarak bu çalışmada, son dönemlerde gittikçe artan bir öneme sahip olan ve açık alan etkinlikleri kapsamında yer alan bireysel ya da grup halinde yapılabilen doğa temelli turizm faaliyetlerinde bulunan bireylerin çeşitli değişkenler üzerinden seyahat motivasyonları ele alınarak alanyazına katkı sağlanmaya çalışılmıştır. Araştırmacılar daha fazla katılımcıyla bu araştırmayı farklı parametreleri de devreye sokarak araştırmayı yineleyebilirler. Bunun dışında çalışmayı arz faktörünü de ekleyerek Kaz Dağları bağlamında daha kapsamlı hale getirerek net bir profil ortaya koyabilirler.

KAYNAKÇA

- Akay, B. ve Zengin, B. (2012). Ekoturizm Kaynaklarının Geliştirilmesi: Doğu Marmara Bölgesi Örneği. *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 115-122.
- Aşan, K. (2013). *Doğa Deneyimleri, Açık Alan Rekreasyon Güdülleri ve Tatil Aktivite Tercihleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Avcıkurt C. (2007). *Turizm Sosyolojisi, Turist Yerel Halk Etkileşimi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bayram, N. (2013). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş AMOS Uygulamaları*, Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Björk, P. (2000). Ecotourism From A Conceptual Perspective, an Extended Definition of A Unique tourism Form. *International Journal of Tourism Research*, 2(3), 189-202.
- Blamey, R. K. (2001). *Principles of Ecotourism. the Encyclopedia of Ecotourism*, New York: CAB International.
- Chhetri, P., Arrowsmith, C. ve Jackson, M. (2004). Determining Hiking Experiences In Nature-Based Tourist Destinations. *Tourism Management*, 25(1), 31-43.
- Cicek, D. ve Korkmaz, E. (2021). Doğa Temelli Turizme Katılan Bireylerin Çevre Yaklaşımlarının İncelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 2666-2682.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for Pleasure Vacation. *Annals of Tourism Research*, 6, 408-424.

- Çakıcı, A. C. (2000). Seyahat Sıklığı Değişkenine Göre Müşterilerce Otel Özelliklerinin Değerlendirilmesi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Hasan Olalı Özel Sayısı, Yıl 11, Eylül-Aralık, 160-168.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 39-51.
- Dalgıç, A. ve Birdir, K. (2015). Yayla Turizmine Katılan Turistlerin Seyahat Motivasyonları, Algılanan Değer, Tatmin Düzeyleri ve Sadakatleri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 3-7.
- Duffy, R. A. (2002). *Trip Too Far: Ecotourism, Politics and Exploitation*, London: Earthscan Publications.
- Dutcher, D. D., Finley, J. C., Luloff, A. E. ve Johnson, J. B. (2007). Connectivity with Nature As A Measure of Environmental Values. *Environment and Behavior*, 39(4), 474-493.
- Erdoğan N. (2008). Ekoturizm ve Doğa Temelli Turizmin Geldikleri Noktadaki Kavramsal Çerçeve. *Ekoturizm Çalıştayı ve 10. Yılında TODEG*, 41(1), 47-112.
- Fornell, C. ve Larcker, D. F. (1981). *Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error*, Algebra and Statistics.
- Genc, V. ve Genc, S. G. (2021). COVID-19 effects on tourist psychology and purchasing behavior. In *COVID-19 and the Hospitality and Tourism Industry*. Edward Elgar Publishing.
- Genç, V. ve Seven, E. (2020). Kelebek Gözlemciliği ve Türkiye'nin Kelebek Turizm Potansiyeli. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 3064-3081. Geliş tarihi gönderen <https://tutad.org/index.php/tutad/article/view/346>
- Godfrey, J. (2011). *The Grass is Greener on the Other Side: What Motivates Backpackers to Leave Home and Why They Choose New Zealand as a Destination*, A thesis Submitted for the Degree of Master of Tourism at the University of Otago Dunedin. New Zeland: Doctoral dissertation, University of Otago.
- Güçlü, C. (2017). Bilgi Kaynaklarının Seyahat Motivasyonları Üzerindeki Etkisi: Alanya Örneği. *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 1(3), 61-79.
- Gürüş, S. ve Astar, M. (2014). *Bilimsel araştırmalarda SPSS ile istatistik*, İstanbul: Der Yayınları.
- Harman, S. (2014). Bağımsız Seyahat Eden Yerli Gezginlerin Seyahat Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(21), 107-128.
- Hill, B. J. (1995). A guide to adventure travel. Parks & Recreation (Arlington). *Industry, Journal of Travel Research*, 30(9), 56-65.
- Hillis, D. M. ve Bull, J. J. (1993). An Empirical Test of Bootstrapping as a Method for Assessing Confidence in Phylogenetic Analysis. *Systematic Biology*, 42(2), 182-192.
- Hodur, N. M., Leistriz, F. L. ve Wolfe, K. L. (2008). Developing the Nature-Based Tourism Sector In Southwestern North Dakota. *Great Plains Research*, 81-92.
- Holden, A. ve Sparrowhawk, J. (2002). Understanding the Eotivations of Ecotourists: The Case of Trekkers in Annapura, Nepal. *International Journal of Tourism Research*, 4(6), 435-446.
- Karacaoğlu S, Özdemir C, ve Yolal, M. (2016). Doğa Etkinliklerine Katılanların Doğa Temelli Turizme Yatkınlarının ve Etkinliklere Katılım Güdülerinin Belirlenmesi, 17. *Ulusal Turizm Kongresi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Keleş, Ö. (2017). Sürdürülebilir Ulaşımı Tercih Edin Ekolojik Ayak İziniz Azalsın. *Journal of Inquiry Based Activities*, 4(1), 46-57.
- Kızılrırmak, İ. (2006). Türkiye'de Düzenlenen Yerel Etkinliklerin Turistik Çekicilik Olarak Kullanılmasına Yönelik Bir İnceleme. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1), 181-196.

- Kibrit, S. ve Dilek, S. E. (2020). Sürdürülebilir Otelcilik Uygulamaları: Yerli Turistlerin Satın Alma Davranışlarının İncelenmesi. *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 4(5), 331-342.
- Kiper, T. ve Arslan, M. (2007). Anadolu'da Doğa Turizmi Kapsamında Doğa Yürüyüşü Güzergâhlarının Belirlenmesinde Örnek Bir Çalışma. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 4(2), 165-174.
- Korkmaz M. (2001). Orman Kaynaklarında Doğa Turizmi Etkinliklerinin Ekonomik Çözömlenmeleri: Kızıldağ Milli Park Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 2(1), 111-134.
- Kozak, M. (2002). Comparative Analysis of Tourist Motivations by Nationality and Destinations. *Journal of Tourism Management*, 23(2), 221-232.
- Kozak, M. (Ed.). (2014). *Sürdürülebilir turizm: kavramlar, uygulamalar*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köroğlu, Ö. ve Karaman, S. (2014). Doğaya Dayalı Turizm Faaliyetlerinin Gelişiminde Toplum Temelli Doğal Kaynak Yönetiminin Önemi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 1, 95-106.
- Küçük, M., Arpa, N. Y. ve Özmen, S. (2004). Türkiye'de Doğa Koruma Çalışmaları, Kaynak Değerlerini Etkileyen Faktörler ve Ekoturizm. 2. *Uluslararası Turizm, Çevre ve Kültür Sempozyumu*, 127- 142.
- Lang, C. T. ve O'leary, J. T. (1997). Motivation, Participation, and Preference: A multi-Segmentation Approach of the Australian Nature Travel Market. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 6(3-4), 159-180.
- Luo, Y. ve Deng, J. (2007). The New Environmental Paradigm and Nature-Based Tourism Motivation. *Journal of Travel Research*, 46(4), 392-402.
- Luzar, E. J., Diagne, A., Ecgan, C. ve Henning. B. R. (1998). Profiling the NatureBased Tourist: A Multinomial Logit Approach. *Journal of Travel Research*, 37(1), 48-55.
- MacKay, K. J., Andereck, K. L. ve Vogt, C. A. (2002). Understanding Vacationing Motorist Niche Markets. *Journal of Travel Research*, 40(4), 356-363.
- Malhotra, N. K. (2004). *Marketing Research: An Applied Orientation*, New Jersey: Upper Saddle River.
- Masberg B. A. (1999). A Case Analysis of Strategies in Ecotourism Development. *Aquatic Ecosystem Health and Management*, 2(3), 289-300.
- Mehmetoglu, M. (2007). Nature-Based Tourists: The Relationship Between Their Trip Expenditures and Activities. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(2), 200-215.
- Mieczkowski, Z. (1995). *Environmental Issues of Tourism and Recreation*, University Press of America.
- Naidoo, P., Ramseook-Munhurrun, P. ve Seegoolam, P. (2011). An Assessment of Visitor Satisfaction with Nature-Based Tourism Attractions. *International Journal of Management and Marketing Research*, 4(1), 87-98.
- Nowaczek, A. ve Smale, B. (2010). Exploring the Predisposition of Travellers to Qualify As Ecotourists: the Ecotourist Predisposition Scale. *Journal of Ecotourism*, 9(1), 45-61.
- Orams, M. (2007). Sport Tourism and Natural Resource Impacts. *Sport Tourism Destinations*, 248.
- Pearce, P. A., Morrison, M. ve Rutledge, J. L. (1998). *Tourism: Bridges Across Continents*. Sydney, Australia: McGraw-Hill.
- Ray, P. ve Ray, S. A. (2000). *The Cultural Creatives: How 50 Million Americans are Changing the Way We Live*. Harmony Publishng.

- Silverberg, K. E., Backman, S. J. ve Backman, K. F. (1996). A Preliminary Investigation Into the Psychographics of Nature-Based Travelers to the Southeastern United States. *Journal of Travel Research*, 35(2), 19-28.
- Soykan, F. (2003). Kırsal Turizm ve Türkiye Turizmi İçin Önemi. *Ege Coğrafya Dergisi*, 12(1), 1-11.
- Tangeland, T. ve Aas, O. (2011). Household Composition and The Importance of Experience Attributes of Nature Based Tourism Activity Products-A Norwegian Case Study of Outdoor Recreationists. *Journal of Tourism Management*, 32(4), 822-832.
- Terblanche, H. (2012). *Travel Motives of Adventure Tourists: A Case Study of Magoebaskloof Adventure*. Doctoral dissertation, North-West University.
- Valentine, P. (1992). Review: Nature-Based tourism In CM Hall and B. Weiler. *Special Interest Tourism*, 105-127.
- Walpole, M. J. ve Goodwin, H. J. (2000). Local Economic Impacts of Dragon Tourism in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 559-576.
- Weaver, D. B (1999). Magnitude of Ekoturizm in Costa Rica and Kenya. *Annals of Tourism*, 26(4), 792-816.
- Weiler, B. ve Hall, C. M. (1992). Special Interest Tourism: In Search of An Alternative. Special Interest Tourism: In Search of an Alternative. *Journal of University of Newcastle*, 199-204.

Bibliometric Analysis of Dark Side of Leadership Literature

Liderliğin Karanlık Yönü Literatürünün Bibliyometrik Analizi

Asst. Prof. (Ph.D) Işıl USTA KARA

Trakya University

isilusta@trakya.edu.tr

ORCID: 0000-0003-2527-2961

DOI: 10.37154/cudes.2022.44

Abstract

Received: 20.02.2022

Accepted: 09.03.2022

Keywords: Bibliometric analysis, Dark side of leadership, Leadership, Web of science.

The study aims to determine the trend of publications in the dark leadership literature. With this purpose in mind, keywords were determined, and a search was carried out in the Web of Science Core Collection (WOS) database. Bibliometric analysis techniques analyzed sixty-five publications obtained from the database. Bibliometric maps of the research data were created using Visualization of Similarities (VOS) viewer software. The research includes the distribution of publications by years, the distribution of citations by years, and the information about the most cited publications. In addition, citation analysis of publications, co-citation analysis of authors, co-citation analysis of journals, bibliometric coupling analysis of countries, and co-occurrence analysis were conducted. According to the co-citation analysis, it has been determined that the most frequently used concepts are leadership, the dark side of leadership, destructive leadership, abusive leadership, and toxic leadership. It was concluded that the most productive country is the United States of America, and the most frequently cited and strongly linked journal is the Leadership Quarterly. This study provides a visual framework for researchers with respect to the research topic.

Makale Bilgisi

Geliş: 20.02.2022

Onay: 09.03.2022

Anahtar sözcükler: Bibliyometrik analiz, Liderlik Liderliğin karanlık yönü, Web of Science

Öz

Çalışmanın amacı karanlık liderlik literatüründe yer alan yayınların eğiliminin tespit edilmesidir. Bu amaç doğrultusunda anahtar kelimeler belirlenerek Web of Science Core Collection (WOS) veri tabanında bir tarama gerçekleştirilmiştir. Veri tabanından elde edilen altmış beş yayının bibliyometrik analiz teknikleri vasıtasıyla analiz edilmiştir. Araştırma verilerinin bibliyometrik haritaları Visualisation of Similarities (VOS) viewer software kullanılarak oluşturulmuştur. Araştırmada, yayınların yıllara göre dağılımı, atıfların yıllara göre dağılımı ile en çok atıf alan yayınlara ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Ayrıca yayınların atıf analizi, yazarların ortak atıf analizi, dergilerin ortak atıf analizi, ülkelerin bibliyometrik eşleme analizi ve ortak varlık analizi gerçekleştirilmiştir. Ortak atıf analizine göre en sık kullanılan kavramların liderlik, liderliğin karanlık yönü, yıkıcı liderlik, istismarcı liderlik ve toksik liderlik olduğu tespit edilmiştir. En üretken ülkenin United State of Amerika, en sık atıf alan ve güçlü bağlantılara sahip derginin Leadership Quarterly olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışma araştırma konusuyla ilgili olarak araştırmacılara görsel bir çerçeve sunmaktadır.

1. INTRODUCTION

For organizations to sustain their existence, employees need to be guided in line with goals. Effective leadership behaviors are considered to be essential for this. Any behavior that the leader will show to her/his employees can affect their work relations, social relations, satisfaction, commitment, fidelity, and well-being in various ways. While leaders sometimes display positive and optimistic behaviors towards their employees, they may also display negative behaviors that may harm employees' commitment to the organization. The behavior of the leader in her/his relationship with her/his employees will bring along the situations of success and failure. These behaviors, which abuse the leader's relations with her/his employees, the success of the organization, and herself/himself, can be evaluated in the dark side of leadership. Behaviors such as the leader's vanity, egocentric approaches, collecting information in one hand, causing a culture of fear, and claiming the success of her/his employees are considered dark behaviors (Afacan Fındıklı, Okan & Sığı, 2019: 93). It can be said that personality traits and environmental conditions are effective in the leader's display of dark behaviors. Leadership types such as narcissistic leadership, paranoid leadership, compulsive leadership, codependent leadership, passive-aggressive leadership, toxic leadership, destructive leadership, abusive leadership are considered within the scope of the dark side of leadership (McIntosh & Rima, 1997; Afacan Fındıklı, Okan & Sığı, 2019).

It is thought that the usage areas and frequency of utilization of bibliometric methods in social sciences have increased in recent years. Especially in the field of tourism (Jiang et al., 2019; Köseoğlu et al. 2015a; Köseoğlu et al. 2015b; Mavic et al., 2021; Merigó et al., 2020; Mulet-Fortez et al., 2019; 2015b) it is possible to come across a large number of studies. It is stated that while scientific fields such as innovation, entrepreneurship, and strategy accept bibliometric methods quickly, scientific fields such as organizational behavior and psychology are slower in this regard (Zupic & Čater, 2015: 430). There are studies using bibliometric methods in entrepreneurship (Yumuşak, 2019; Deveciyan et al. 2021), in management (Zupic & Čater, 2015; Demir & Erigüç, 2018; Öztürk & Gök 2020; Öztürk & Kurutkan, 2020; Verma & Gustafsson, 2020), organizational behavior (Okutan & Turdı, 2020; Bellek et al., 2020; Mücevher et al., 2020) and leadership (Samul, 2020; Baynal Doğan, Doğan & Aykan, 2021; Gamarra & Giroto, 2022). In this study, the development of the dark leadership literature has been tried to be examined through bibliometric analysis techniques.

To begin with, the literature on the dark side of leadership was included in the study. Then, information about bibliometric analysis methods and science mapping matters was provided since these constitute the research method of the study. In the method part of the study, bibliometric maps were created and interpreted by applying bibliometric analysis techniques to the data obtained from the Web of Science Core Collection database.

2. CONCEPTUAL FRAMEWORK

2.1. Dark Side of Leadership

In the literature, it is stated that destructive or unproductive leadership and management styles attract less attention than leadership behavior and management styles that are associated with positive results. Despite this interest, studies, which are investigating that leadership and management will not always be a power for good, are increasing (Harris & Jones, 2018: 475). It can be stated that the first studies on the dark side of leadership were conducted by Conger (1990). Dark leadership pertains to the abrasive, deceitful, and cruel attitudes and behaviors exhibited by a leader against a particular employee or employees, causing physiological or psychological harm to employees (Başar, 2020: 2048). Dark leadership is characterized by manipulation, domination, and compulsive rather than influence, persuasion, and commitment. It is stated that leaders are selfish and that they focus on their own interests rather than the needs of the group (Maundu, Namusonge & Simiyu, 2020: 954).

It has been articulated that the dark side of leadership has been the subject of significant research since the 2000s. In research, toxic, abusive, destructive, and tyrannical leadership behaviors are defined as dark leadership. It is remarked that behaviors such as insulting the employees, humiliating them, lying, behaving specious, blaming when they make mistakes, harassment, and physical aggression are common behaviors seen in dark leaders (Mathiue et al., 2014:83). Dark leadership represents the dark side of the coin, a piece of leadership. This leadership concept portrays

a selfish and impulsive leader. Nonetheless, it is also articulated that these leaders can be as effective and successful as pro-social leaders (Furter, Maran & Rauthmann, 2017: 4).

Personality traits can be specified as one of the factors behind the dark behaviors of leaders. In the interested literature, narcissism, psychopathy, and Machiavellianism, which are dark personality traits, are included under the name of the dark triad. It is articulated that these features negatively affect organizational outputs such as career success and employee well-being in organizations (Volmer, Koch & Göritz, 2016: 413). In addition, it is expressed that situational conditions such as organizational structure, values, norms, power, and stress are the reasons underlying the leader's negative attitudes and behaviors (Afacan Fındıklı, Okan & Sığırı, 2019: 94). A leader who is described as excellent and constructive when everything is stable may turn into a more oppressive leader in times of trouble when conditions turn unfavorable. It is also stated that leaders make more mistakes when they reach the development plateau (Uslu, 2021: 914).

It can be said that the personality traits of the leaders reveal the dark behaviors of the internal environmental conditions of the organization and the external environmental conditions. For example, as the leader may exhibit negative behaviors under stress in times of crisis, she/he may direct the employees in line with her/his own interests by using the power resources she/he has. The leader may attribute all success to herself/himself in a selfish manner, ignoring the contributions of the employees. It is thought that all these behaviors have the potential to negatively affect the well-being and commitment of the employees within the organization and organizational outputs.

When the leadership literature was examined, it was observed that there are a wide variety of dark leadership behaviors. Afacan Fındıklı, Okan & Sığırı (2019), on the other hand, classified the dark leadership types as toxic leadership, narcissistic leadership, petty tyranny, destructive leadership, abusive leadership, and unethical leadership. Ashfort (1994) contributed to the literature of the dark with the concept of petty tyranny. A petty tyrant is defined as a person who uses her/his power over others to control them. Tyranny includes the behaviors of arbitrariness, self-praise, disdain, and disregard for others, forced conflict resolution, and unconditional punishment. It is suggested that tyranny governance causes low self-esteem, poor performance, low commitment, and also, among subordinates, frustration, stress, reaction, desperation, and alienation from work. It is expressed that employees perceive leaders who treat them in a hostile verbal and nonverbal manner as abusive leaders (Tepper, 2000: 178). Abusive supervision behaviors are a form of aggression behaviors. Leaders can practice abusive behaviors on their followers through their power (Lam & Xu, 2019: 519). Abusive leaders cause attitudinal, behavioral, and affective negative effects such as decreased job satisfaction and organizational commitment, psychological distress, and deviant behaviors on employees (Ju et al., 2019: 80). According to Lipman-Blumen (2005), toxic leaders are selfish and have a reckless attitude. It is articulated that toxic leaders have narcissistic personality traits. Toxic leadership causes negative psychological and performance-related outcomes. It is stated that toxic leadership reduces organizational commitment, job satisfaction, job motivation, and psychological well-being, and causes perceptions of injustice and stress (Bhandarker & Rai, 2019: 65). Unethical leadership transcends beyond the leader's own behaviors. These leaders may choose unethical ways while trying to achieve organizational goals. Unethical leaders encourage unethical behaviors among followers within the organizations by rewarding and/or ignoring unethical behavior (Brown & Mitchell, 2010: 588). Toxic, destructive, abusive leaders may display unethical behaviors in organizations.

Destructive leadership behaviors are systematic and repetitive behaviors by the leader, supervisor, or manager that violate the interests of the organization by damaging or sabotaging the goals, duties, resources of the organization. Destructive leadership behaviors negatively affect the motivation, well-being, and job satisfaction of employees (Einarsen, Aasland & Skogstad, 2007: 207). It is stated that the visions, actions, and plans of narcissistic leaders are synonymous with their own needs. For example, they may self-promote and nominate because of their need for recognition. Narcissistic leaders use their skills in deception, manipulation, and intimidation to maintain their leadership position even if their qualifications are inadequate. These leaders are defined as notorious, overly concerned, and abusive managers who blame others for their success and shortcomings (Rosenthal & Pittinsky, 2006: 619).

McIntosh and Lima (1997) assessed dark leadership behaviors under five types: compulsive, paranoid, codependent, passive-aggressive, and narcissistic. According to McIntosh and Lima (1997), these leadership behaviors are defined as:

- Compulsive leadership has its source from the leader's own compulsive personality. According to this leader, everything and every sphere of life should be controlled. Pursuing perfection, these leaders develop strict and systematic daily routines. These leaders are often overly moralistic, conscientious, judgmental both of themselves and others. Compulsive leaders are workaholics and overly critical.
- Paranoid leaders make secret plans and spy to seize a leadership position. Overreacting even to the slightest criticism, these leaders create rigid structures and control systems in the organization. They restrict employees' autonomy and are pathologically jealous of other talented people. Paranoid leaders avoid conflicts, take on a peaceful role, are not benevolent. They are willing to take on another task, they cannot say no, and as a result, they experience pent-up anger and frustration.
- Codependency is mainly associated with people who live with others and are compulsively dependent on something (food, drugs). Such people tend to react rather than initiate the action. They strive to balance, cover up, and maintain peace in their relationship. Addicts obsessively worry about other people's feelings. Individuals having these personality traits constantly set very high unrealistic standards that are difficult to meet, and this results in a constant sense of failure and self-blame.
- Passive-aggressive leaders have difficulty setting plans and goals for the future. They have a pessimistic viewpoint. They complain about being unable to get support and not being allowed to go in the direction they want. These leaders often look happy in their work and organization; however, irregular emotional behavior can be observed for a certain period of time because they tend to experience emotions such as sadness, anger, disappointment with short bursts of intensity. These situations cause colleagues and employees to feel nervous and confused and make them uncomfortable.

It is possible to say that in the interested literature, the dark side of leadership has more fields of study. It is not possible for a leader to always exhibit behaviors that are motivated and satisfying, that positively affect employee well-being and organizational health. Personality traits, current environmental conditions, intra-organizational dynamics can cause the leader to display dark behaviors.

2.2. Bibliometric Analysis

Bibliometrics is defined as an approach used to evaluate and monitor the development of disciplines using the classification of data. Bibliometrics or bibliometric analysis has been increasingly utilized to map the structure and development of scientific fields or to evaluate the development of a particular discipline (Köseoğlu et al. 2016: 180). The purpose of the bibliometric analysis is to analyze popular journals, prominent publications, journals in the academic field, active authors, research institutions, productive countries, and research word frequencies and research trends (Mavric et al., 2021: 161). Contrary to other methods, it can be said that bibliometrics provides more objective and reliable analyzes and reveals the scheme of things in the current research (Aria & Cuccurullo, 2017: 959).

Many online bibliographic databases contain data from scientific studies and provide bibliographic data for the implementation of bibliometric analysis. Web of Science, Scopus, Google Scholar, and Science Direct are the most widely used databases. In addition to these, there are databases that provide data for specific disciplines such as Medline, Astrophysics Data System, and databases that provide patent data and digital material such as ArXiv, DPBL (Aria & Cuccurullo, 2017: 960-961). Researchers can choose the most convenient database for the research purpose amongst the preceding databases belonging to the scientific discipline they want to research. Data conversion is realized by selecting a convenient format for the bibliometric tools that will be employed and the data belonging to the research subject in the named database. After the data are obtained, it can be analyzed.

From basic mathematical rules to advanced statistical methods, bibliometric methods differ. In the relevant literature, there are various bibliometric analysis methods (Köseoğlu et al. 2016: 181). Overall, these methods are categorized as evaluative and relational. Evaluative techniques concentrate on research efficiency and impact. It also pays attention to the scientific contributions of an individual publication, author, institution, or country. Both quantitative and qualitative techniques are used in this method. Relational techniques explore relationships within research, such as the structure of research areas, co-citation and co-authorship (Jiang et al., 2019: 1926). Köseoğlu et al. (2016) mentioned the review technique in addition to evaluative and relational techniques. The review technique includes systematic review, meta-analysis, and qualitative approach. This technique is known as traditional and fundamental bibliometric analysis.

The five main analysis techniques in the bibliometric method are as follows (Köseoğlu et al., 2015a: 132; Zupic & Čater, 2015; Aria & Cuccurullo, 2017: 961):

Citations analysis: It refers to counting the references within the bibliographies of articles to get a visual image of the intellectual structure of the scientific discipline being studied in a certain period of time. This analysis uses citation counts to measure similarity between documents, journals, and authors. Citation analysis can be examined in two ways as a co-citation analysis and a bibliographic coupling.

Co-citation analysis: It is advanced citation analysis. It links documents, authors, or journals together according to the way the authors use them. The primary assumption of this analysis is that the more two items are quoted together, the more likely their content is to be related to each other.

Co-author analysis: This is to study the authors and their links in order to study the social structure and cooperation networks. When two authors publish an article together, a relationship is established between them.

Bibliographic coupling: It is a citation-based analysis. Bibliographic coupling uses the number of references shared by two documents as a measure of similarity between them. The more the bibliographies of the two articles overlap, the stronger their link is.

Co-word analysis: It uses the most important words or keywords of documents to study the conceptual structure of a research area. The fact that some words are found repeatedly in documents means that the concepts behind these words are closely related to each other.

Depending on the selected analysis techniques, different aspects of a research area can be analyzed. For example, the social structure of a field can be analyzed by co-authorship analysis, or the international dimension of the field can be discovered by using the institutions to which the author is affiliated, a joint university, or a joint country. Co-word analysis can be performed to study the conceptual structure in a field of science. With the help of co-citation analysis and bibliographic coupling, the intellectual structure of the scientific field can be revealed (Cobo et al., 2011: 1384). Therefore, thanks to the analyzes used in the bibliometric method, the field of science can be examined from various points of view, and the current state of the field can be revealed. In addition, the fields of science can be mapped using bibliometric analysis techniques selected by the researcher.

There are two main usages of bibliometric methods: performance analysis and science mapping. With the performance analysis, the research and publication performance of individuals and institutions can be evaluated. Science mapping is used to reveal the structure and dynamics of scientific fields. If the researcher's goal is to study a specific field, then the science mapping method is favorable (Zupic & Čater, 2015: 431). It is called traditional science mapping when the analyzes are conducted with the help of tables. It is a modern science mapping approach when science mapping is done with the help of software and internet sites. Visual mapping tools are used in modern science mapping (Yılmaz, 2021: 1477).

Software that visualizes and maps bibliometric analyses is needed in order to carry out quantitative analyses. Visualization techniques are used to represent a science map and the results of different bibliometric analyses. Bibexcel, CiteSpace II, and VOSViewer are among the software used to create science maps (Cobo et al., 2011). The software helps to identify citation links, link strengths, bibliographic coupling based on authors, country, citation, and source (Mustamil & Najan, 2020:140). In this study, bibliometric maps were created using the VOSViewer program.

Analyzing the data collected, in a scientific field, by bibliometric methods allows us to form internal views on the structure of the field, social networks, and current interests (Çavuşgil Köse, 2020: 103). In addition, a systematic and comprehensive examination of scientific progress in a field serves as an essential tool for instructing future research (Jiang et al. 2019: 1925). For these reasons, bibliometric methods have become frequently used today.

3. THE RESEARCH METHOD

In this study, the research in the dark leadership literature was examined by the bibliometric method. Within the scope of the research, the data were obtained by scanning the Web of Science (WOS) Core Collection database. There are several reasons for choosing the WOS database. WOS is considered to be the most effective database in the world (Merigó et al. 2020: 496). The Social Sciences Citation Index (SSCI), The Science Citation Index Expanded (SCIE), the Arts & Humanities Citation Index, and the Emerging Sources Citation Index (ESCI) are included in the WOS Core Collection database (Yu et al. 2019: 76). The WOS database is the most frequently used database for bibliometric studies in the field of management and organization. It also contains sufficient data convenient for most bibliometric analyses (Zupic & Čater, 2015: 441-442).

In order to be able to scan the database, the interested literature was examined in detail, and search terms were determined. The data were collected on February 11, 2021. In order to get a look at the literature in general, the word combination was created employing the Boolean method (etc. AND, OR) as in the form of "Dark leader" OR "Dark side of leader" OR "Dark side of leadership" OR "Dark leadership style" OR "The dark side of the leader" (Yu et al. 2019: 77). The scans were carried out in the title, abstract, and keywords of the studies. In consequence of the scanning, 67 documents were reached. Two documents, book (1) and early access (1), were excluded from the analysis with the research type filter. Sixty-five documents have been determined as the final data. The selection process of the data is shown in Figure 1.

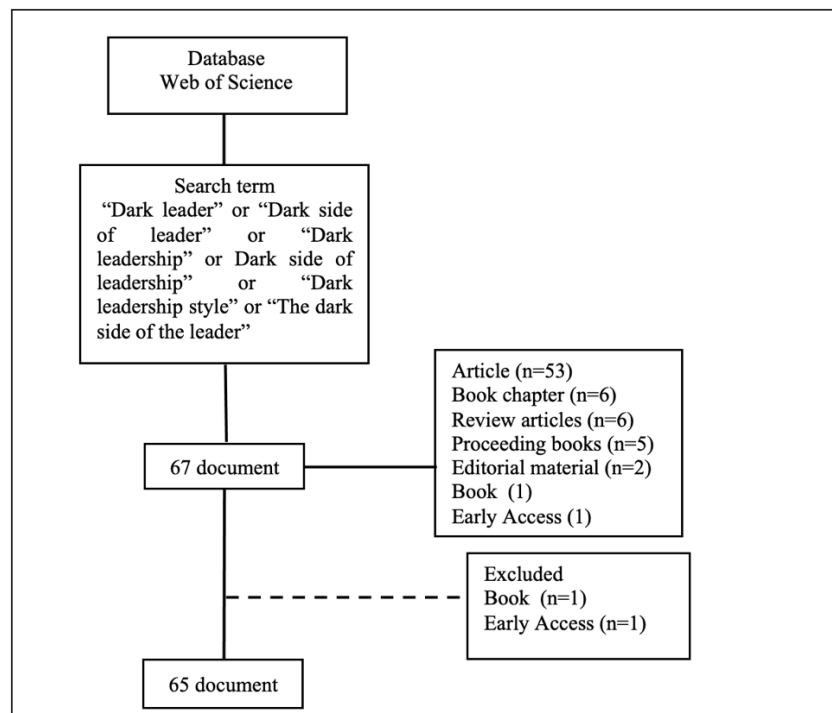


Figure 1. Flow Chart of Data Selection Processes

The distribution of publications by years and research areas has been studied. The data obtained from the database were analyzed using the VOSviewer 1.6.18 program. VOSviewer is a computer program that provides the creation, discovery, and visualization of bibliometric scientific maps. It can be used in analyzes between many bibliometric network data, such as citation relationships between publications and journals, collaboration relations between researchers, relationships between scientific terms (Van Eck & Waltman, 2011). VOSviewer software allows one to combine the analyzed data set into clusters. In this way, it creates a network image. Labels and circles

represent items. The weight of the item determines the size of the label and the size of the item. The more the weight of an item, the larger its size and label shall be. If an item does not weigh much, it is represented by smaller circles. It can be said that the less the distance between the items, the stronger the relationship between them (Samul, 2020: 11).

In the bibliometric analyzes performed within the scope of the study, the citation analysis, co-citation analysis, bibliographic coupling analysis, and co-occurrence analysis were used. In addition, density maps of keywords are included.

4. FINDINGS

In the study, 65 publications found in the WOS database were examined. According to the Web of Science category, the most documents are found in the following categories: management (29), business (13), applied psychology (7), education (7), ethics (5), social psychology (4), multidisciplinary psychology (4), economics (3), sociology (2), engineering industrial (2). The distribution of publications as per the fields of study is shown in Figure 2.

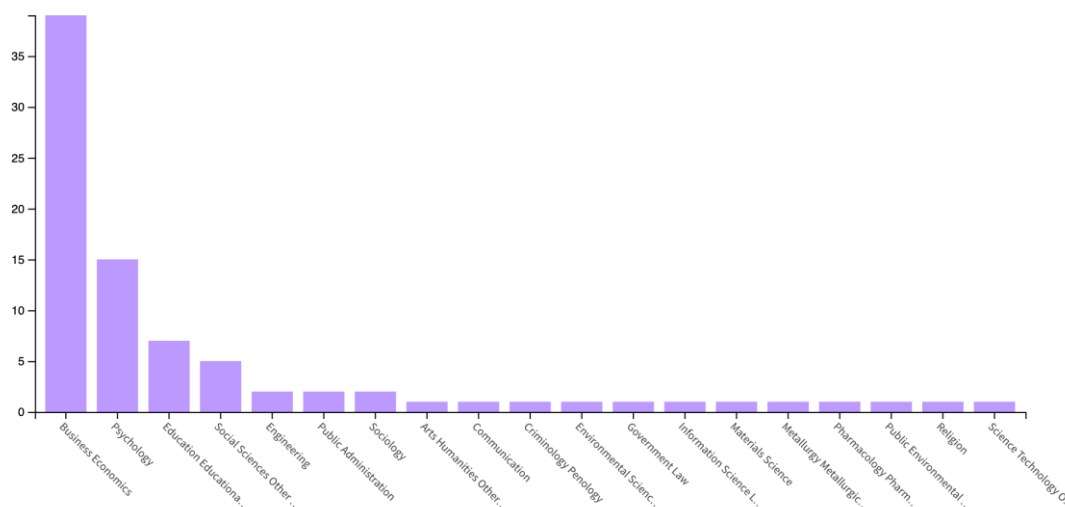


Figure 2. Distribution of Publications by Research Area

According to Figure 2, there are 39 publications in business economics, 15 publications in psychology, 7 publications in educational research, 5 publications in the social sciences (other).

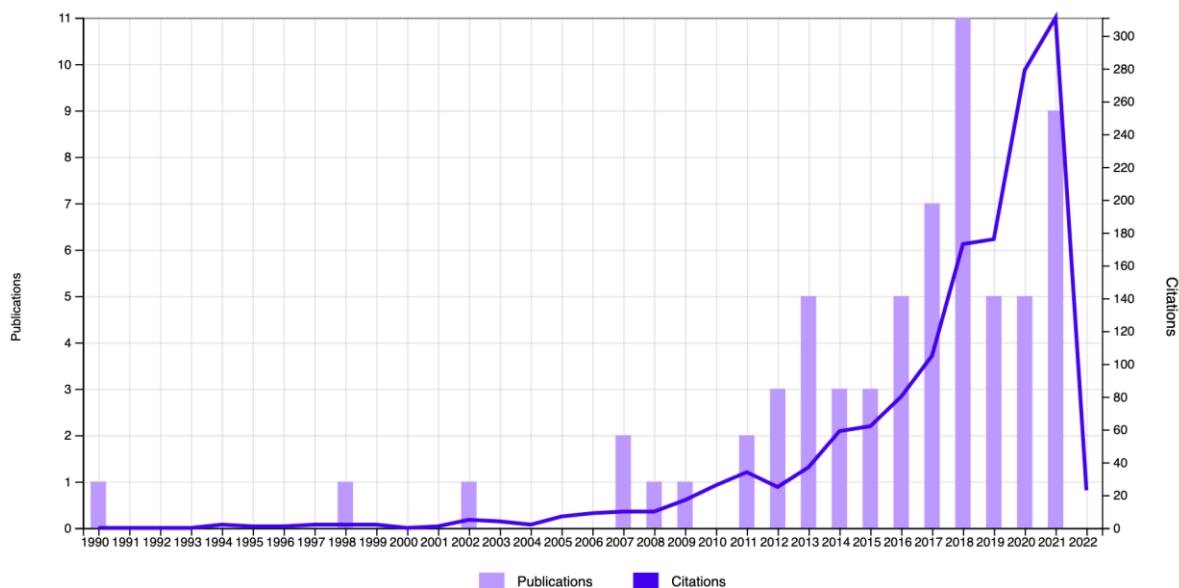


Figure 3. Time Cited and Publication Over Time

According to Figure 3, the first study was conducted in the year 1990. An increase in studies starting from 2011 can be observed. The greatest number of documents is in 2018 (11 publications) and 2021 (9 publications).

As of 2012, along with the increase in the number of publications, there has been an increase in the number of citations. Table 1 shows the 15 most cited publications in the dark leadership literature according to the WOS database.

Table 1. The Most Cited Documents in The Dark Side of Leadership

Authors	Journal	Category quartile	Document type	Total cited
Liu, et al. (2012)	Academy of Management Journal	Q1	Article	332
Conger (1990)	Organizational Dynamics	Q4	Article	221
Naseer et al. (2016)	Leadership Quarterly	Q2	Article	105
Mathieu et al. (2014)	Personality and Individual Differences	Q2	Article	94
Khoo & Burch (2008)	Personality and Individual Differences	Q2	Article	91
Haynes et al. (2015)	Journal of Management Studies	Q1	Review	69
Bling et al. (2007)	Applied Psychology-An International Review- Psychologie Appliquee-Revue Internationale	Q2	Review	54
Blase & blase (2002)	Educational Administration Quarterly	Q1	Review	52
Mathieu & Babiak (2016)	Personality and Individual Differences	Q2	Article	44
Luthans et al. (1998)	Journal of World Business	Q1	Article	40
Bodalica & Spraggon (2011)	Journal of Business Ethics	Business Q2 Ethics Q1	Article	33
Quin et al. (2020)	Journal of Applied Psychology	Q1	Article	31
Thoroughgood et al. (2018)	Journal of Business Ethics	Business Q2 Ethics Q1	Article	27
Jiang et al. (2019)	Journal of Business Ethics	Business Q2 Ethics Q1	Article	23
Toor & Ongunlana (2009)	Engineering Construction And Architectural Management	Management Q3	Article	21

Table 1 shows that it was found that the most cited studies were conducted by Liu et al. (2012), Conger (1990), and Naseer et al. (2016). It can be said that the journals in which the studies are included are mostly Q1 and Q2 journals. It was ascertained that the most cited studies examined the concepts such as abusive leadership, employee creativity (Liu et al., 2012), despotic leadership, leader-member exchange, perceived organizational politics (Naseer et al., 2016), corporate psychopathy, employee well-being (Mathieu et al., 2014), dark leadership traits, transformational leadership (Khoo & Buch, 2008), job satisfaction, turnover intention (Mathieu & Babiak, 2016), destructive leadership (Thoroug et al., 2018), bullying (Jiang et al., 2019). According to the data obtained from the database, the oldest publication in the dark leadership literature belongs to Conger (1990). The citation analysis network, on the basis of document, is shown in Figure 4.

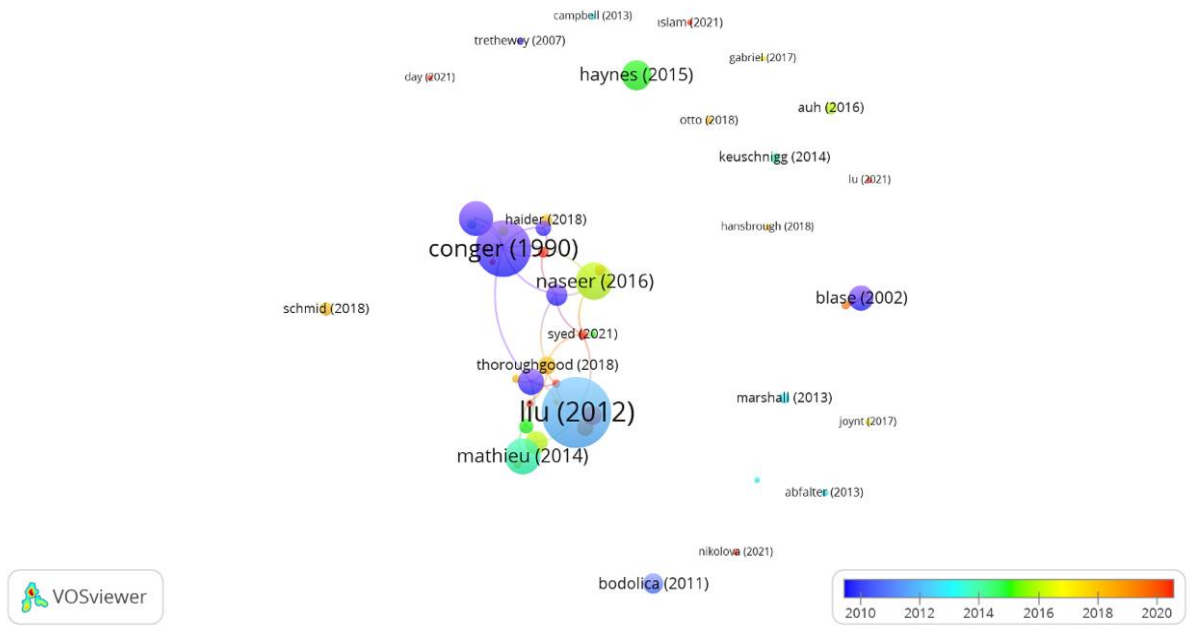


Figure 4. Citation Analysis

Figure 4 shows the results of citation analysis on the basis of documents. There is a timeline in the lower right corner of the figure. The clusters in the figure are colored according to the year of publication. For example, publications made before 2012 are represented by the color purple, and those made after 2020 are represented by the color red. Conger (1990) has 221 citations and 10 links, Liu et al. (2012) has 332 citations, and 6 links, Blingh et al. (2007) has 6 links with 54 citations, Naseer et al. (2016) has 105 citations, Luthans (1998) has 5 links with 40 citations. Although the number of citations of Liu et al. (2012) is high, the number of links of Conger (1990) is higher.

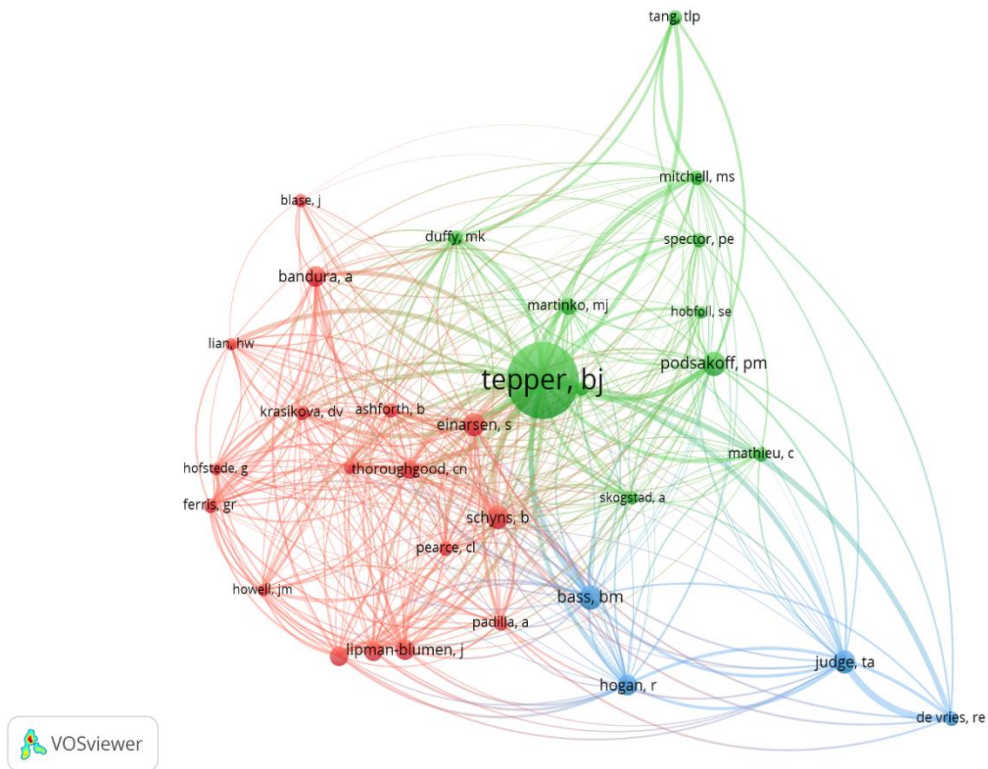


Figure 5. Co-citation Analysis of Authors

Figure 5 shows a co-citation analysis of the authors. The minimum number of citations is set as 10. 32 out of 2294 authors provide the threshold value.

In the results of the co-citation analysis, three different colors (red, green, blue) represent three different clusters. The first cluster among the co-citation networks has the color red, the second cluster has the color green, and the third cluster has the color blue. The authors associated with each other are collected in the same cluster. For example, Tepper B. J., Podsakoff P. M., and Mathieu C. are in the frame of the same cluster, which is colored green. According to the co-citation analysis map of the most cited authors, Tepper, B. J. (86 citations and total link strength, 1323), Bass, B. M. (22 citations and total link strength, 371), and Schyns, B. (21 citations and total link strength, 390) seem to have the highest citation numbers and link strength.

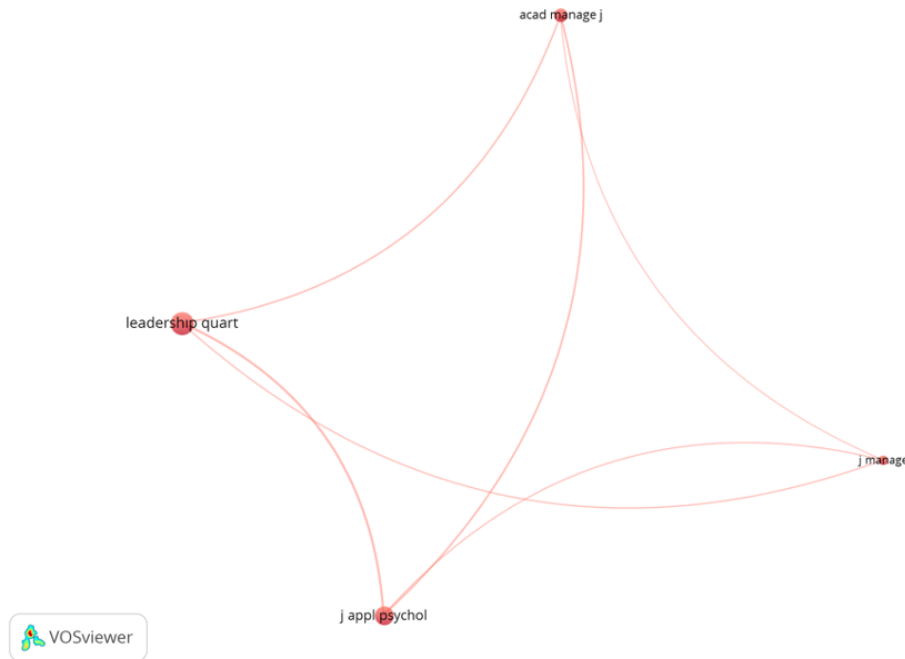


Figure 6. Co-citation Analysis of Journals

The co-citation analysis in Figure 6 demonstrates the journal citation network of studies on dark leadership. The minimum number of citations received by journals has been set as 100. Amongst the 1376 journals, 4 have passed the threshold value. The figure shows a single cluster consisting of 4 journals with links between them. In the cluster appears the following journals: Leadership Quarterly (286 total citations and link strength, 4633), Journal of Applied Psychology (238 total citations and link strength, 4505), Academy of management (152 citation and total link strength, 3417), Journal of Management (100 citations and total link strength, 2441). The distance between the two journals indicates greater citation density (Gargios-Simon et al., 2018:11). The distance between the Leadership Quarterly and the Journal of Applied Psychology is short, and the citation density is high. At the same time, these journals are amongst the journals which have the most cited publications, shown in Table 1.

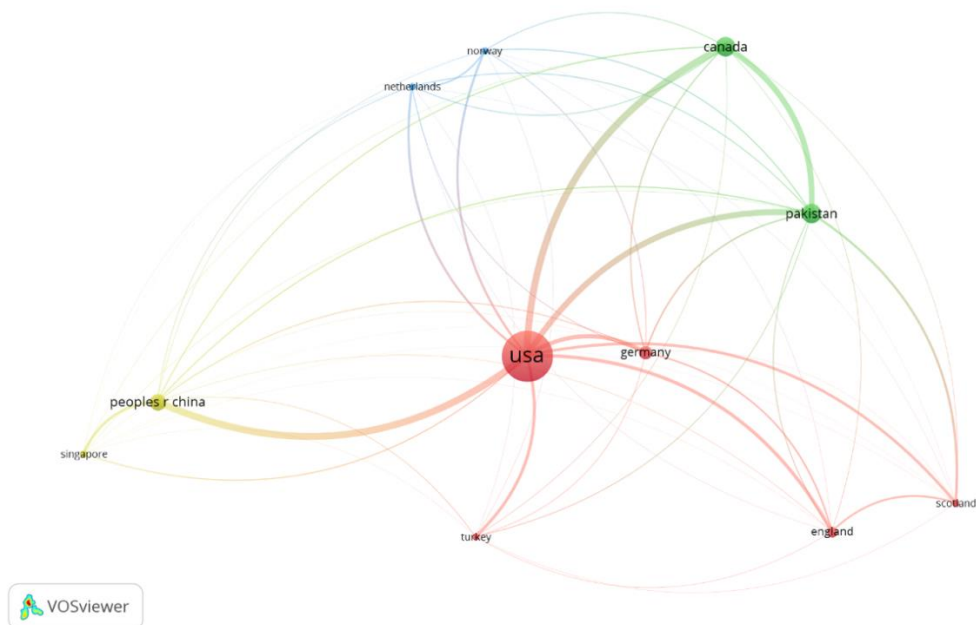


Figure 7. Bibliographic Coupling of Countries

According to Figure 7, the first cluster is red, the second is green, the third cluster is blue, and the fourth cluster is yellow. There are five countries in the first cluster (England, Germany, Scotland, Turkey, USA), two in the second cluster (Canada, Pakistan), two in the third cluster (Netherlands, Norway), and two in the fourth cluster (China, Singapore). The figure shows that the USA has the most extensive network and size on the map. The USA has the highest density with 815 citations and 2226 total link strength. The size of the cluster of the USA indicates that it is the most productive country in the literature. It is seen that the USA, China, Pakistan, and Canada have high bibliometric coupling powers. The thickness of the line between the USA and China, Canada, and Pakistan indicates that there is a strong relationship between them.

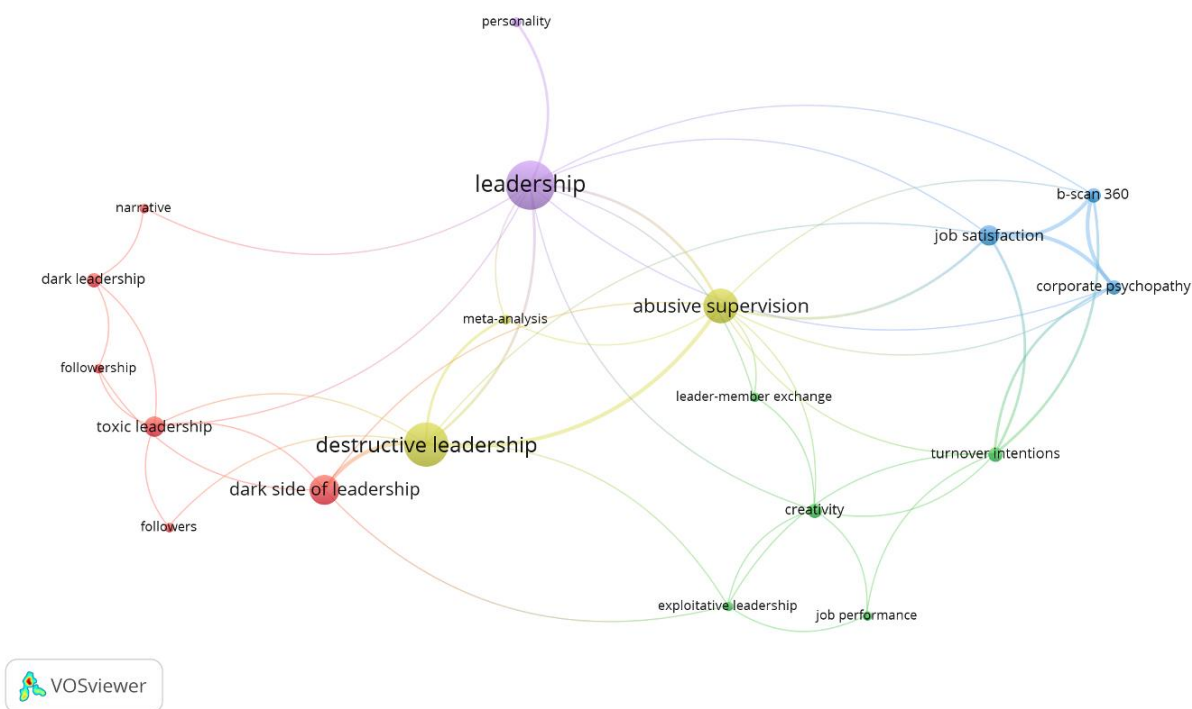


Figure 8. Co-occurrence Analysis of Author Keywords

In the co-occurrence analysis in Figure 8, the minimum number of words was set as two, and five separate clusters were created. In this direction, the dark side of the leadership, toxic leadership, dark leadership, followership, followers, narrative, are located in the red cluster. The second cluster, which is colored green, consists of the words creativity, exploitative leadership, job performance, leader-member exchange, and turnover intention. The third cluster, colored blue, shows the words b-scan 360, corporate psychopathy, and job satisfaction. The fourth cluster is colored yellow and consists of the words destructive leadership, abusive supervision, and meta-analysis. The fifth cluster includes leadership and personality. When the figure is examined, it is seen that the concept of leadership is the most commonly used concept in the studies. According to the figure, the concept of the dark side of leadership has been used in conjunction with toxic leadership, destructive leadership, abusive supervision, exploitative leadership, and followership.

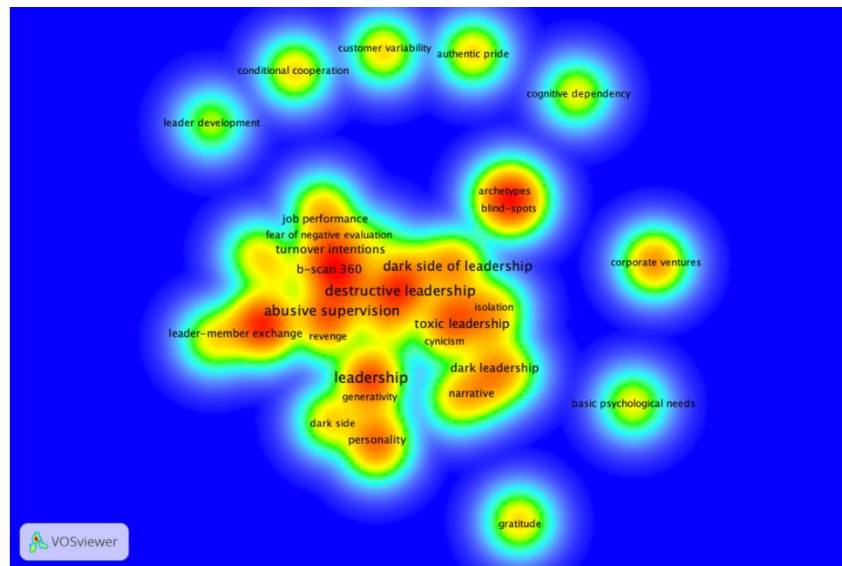


Figure 9. Density Analysis of Words

Figure 9 shows the density analysis of 180 words used in the studies. Each word is located in a specific color area in the density map according to its density. As the number of words around a word starts to increase, the intensity of its color increases, and it turns red. The density map offers a general assessment of the issue and draws attention to essential fields (Artsin, 2020: 349). In this direction, it is seen that publications in the literature on the dark side of leadership are concentrated on the topics of leadership, abusive leadership, dark leadership, toxic leadership, and despotic leadership. In addition, concepts with a low frequency of use are also displayed in the figure.

5. CONCLUSION AND DISCUSSION

The study is aimed at revealing the current situation by examining the development of the dark leadership literature, identifying the gaps in the field, and guiding researchers who are to conduct research. For this purpose, a bibliometric method was preferred to reveal the bibliometric status of a scientific field. The data to be used in bibliometric analyses were provided from the Web of Science database. Science maps were created by citation analysis, co-citation analysis, bibliographic coupling, co-word analyses of 65 documents obtained from the database.

It has been observed that most studies were conducted in the field of business administration-economics and right after psychology. In addition, it has been determined that the most productive year is 2018, and the year in which the most citations were made is 2021. In this direction, it can be predicted that the studies conducted within the scope of dark leadership will gradually increase.

Since the study examining abusive leadership and employee creativity by Liu et al. (2012) is the most cited study in the literature, it can be said that the study contributed to the progress of the field. In addition, although the study conducted by Conger (1990) was second in the citation ranking, it may be thought that it will guide the researchers who will study in the field because it has the highest link according to the result of the citation analysis at the document level. It is seen that these studies are the core studies in the field literature. The journals *Leadership Quarterly*, *Journal of*

Applied Psychology, and Academy of Management were determined as the journals with the most citations and the highest link strength, respectively. On the other hand, the USA is ranked as the country with the highest link strength in the literature. There is a strong link between the USA and China. According to the conceptual structure of the field, it is noticeable that the concept of leadership is the most commonly used concept, and the dark side of leadership, destructive and abusive leadership concepts are also often used. Though to a small extent, the concept of toxic leadership has also been used. Along with these concepts, it has been determined that concepts such as job satisfaction, creativity, corporate psychopathy, turnover intention, job performance, and personality are used.

Bibliometric studies on leadership have been found in the interested literature. There are studies in the fields of development of leadership (Vogel et al., 2020), leadership literature (Samul, 2020), leadership styles (Baynal Doğan, Doğan & Aykan, 2021), ethical leadership (Mustamil& Najam, 2020; Gamara & Giroto, 2022). It was observed that the data in the studies were often obtained from the WOS database. While Vogel et al. (2020) conducted the analysis through the CitNetExplorer software, it was found that other studies used the VOSviewer program.

In the study by Baynal Doğan et al, (2021), in which the bibliometric analysis of leadership styles was conducted, the data of the 1975-2020 date range were analyzed in the WOS database. As a result of the study, it was found that the Journal of Applied Psychology, Leadership Quarterly, and Academy of Management journals had a high number of citations and high link strength. It has been observed that the citation and link strength of the USA are high, and there is a strong link between the USA and China. It has been determined that the first three concepts which are most used in the study are transformational leadership, leadership, and ethical leadership. In addition, job satisfaction, creativity, organizational commitment are also frequently used concepts. Samul (2020) reviewed the leadership literature in the WOS database between the years 1923-2019. In the study, the journals Journal of Applied Psychology and Leadership Quarterly ranks high in terms of citation and link strength. It has been established that the most commonly used word is the word leadership. It can be said that the results of the studies support each other.

As a result of the research, it is seen that the types of leadership such as narcissistic leadership, compulsive leadership, paranoid leadership, passive-aggressive leadership, unethical leadership which are considered to be dark leadership styles, are not examined under the scope of dark leadership. While conducting studies related to these types of leadership, it is considered necessary for the development of the field to include information that there is a dark leadership in the abstract or keywords of the studies. In addition, studying the dark side of leadership and dark leadership types by associating them with concepts that can be affected by the behavior of the leader, such as alienation, cyberloafing and social loafing behaviors, organizational deviation behaviors, organizational citizenship, well-being, and organizational health, will contribute to both the field and the organizations.

Suggestions for future studies

Scientific mapping in bibliometric analyses assists researchers who are new to a field to understand the structure of the field quickly and advances quantitative information to traditional literature reviews (Zupic & Čater, 2015: 457). Accordingly, the bibliometric analysis conducted on the dark side of leadership will allow scientists who will study in this field to see the development and gaps in the field. Thus, it will be possible to contribute to the development of the field with new research. In this study, bibliometric analyses were conducted using the data obtained from the WOS database. In future studies, different databases such as Scopus, Pubmed, Science Direct can be examined. Comparisons can be made between databases. Different software can be used to visualize bibliometric analyses. In addition, dark leadership types can be examined separately, and the frequency of use of leadership types can be revealed. New studies can be designed to fill the gap in the field by revealing the concepts related to the field of management and organizational behavior, where leadership types are examined together.

REFERENCES

Afacan Fındıklı, M., Okan, G. & Sığrı, Ü. (2019). Karanlık Liderlik Ölçeği: Çalışanların Algısı Üzerine Bir Ölçeklendirme Çalışması. *Nitel Sosyal Bilimler*, 1(1), 89-115.

- Aria, M. & Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: An R-Tool For Comprehensive Science Mapping Analysis. *Journal of Informetrics*, 11, 959–975. <http://dx.doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>
- Ashforth, B. (1994). Pretty Tyranny in Organisations. *Human Relations*, 47(7), 755-778. DOI: 10.1177/001872679404700701
- Artsın, M. (2020). Bir Metin Madenciliği Uygulaması. *Eskişehir Teknik Üniversitesi Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 8(2), 344-354.
- Başar, U. (2020). A Multilevel Study of Relationships Between Leaders' Dark Triad and Employee Burnout: Mediating Role of Perceived Dark Leadership. *Journal of Business Research-Turk*, 12(3), 2407-2423. <https://doi.org/10.20491/isarder.2020.983>
- Baynal Doğan, T. G., Doğan, S. & Aykan, E. (2021). Liderlik Tarzlarının Bibliyometrik Analizi. *Erciyes Akademi*, 35(1), 161-189.
- Bellek, M, Aykan, E. & Koparan, E. (2020). Örgütsel Davranış Çalışmaları Türkiye’de Ve Dünyada Ne Şekilde İlerlemektedir? Örgütsel Davranış Kongresi Ve Academy Of Management Bildirilerinin Karşılaştırılması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(2), 569-587. <http://dx.doi.org/10.16953/deusobil.486485>
- Bhandarker, A. & Rai, S. (2019). Toxic Leadership: Emotional Distress and Copying Strategy. *International Journal of Organization Theory & Behavior*, 22(1), 65-78. DOI 10.1108/IJOTB-03-2018-0027
- Bligh, M. C., Kohles, J. C., Pearce, C. L., Justin, J. E. G.& Stovall, J. F. (2007). When The Romance is Over: Follower Perspectives of Aversive Leadership. *Applied Psychology-An International Review-Psychologie Appliquee-Revue Internationale*, 56(4), 528-557.
- Brown, M. E. & Mitchell, M. (2010). Ethical and Unethical Leadership: Exploring New Avenues for Future Research. *Business Ethics Quarterly*, 20(4), 583-616.
- Cobo, M. J., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2011). Science Mapping Software Tools: Review, Analysis, And Cooperative Study Among Tools. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 62(7), 1382-1402
- Conger, J. A. (1990). The Dark Side Of Leadership. *Organisation Dynamics*, 19(2), 44-55.
- Çavuşgil Köse, B. (2020). Turizm ve Covid-19: Bir Bibliyometrik Analiz Yaklaşımı. *Journal of Humanities and Tourism Research*, Special Issue 5, 99-111. DOI: 10.14230/johut951
- Demir, H. & Erigüç, G. (2016), Bibliyometrik Bir Analiz İle Yönetim Düşünce Sisteminin İncelenmesi. *İş ve İnsan Dergisi*, 5 (2), 91-114. doi: 10.18394/iid.395214
- Deveciyan, M. T., Korkarar, S. & Çetin, C. (2021). Etik Girişimcilik Alanında Yapılmış Ulusal Ve Uluslararası Çalışmaların Bibliyometrik Analizi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2455-2472. <https://doi.org/10.20491/isarder.2021.1271>
- Einarsen, S., Aasland, M. S., & Skogstad, A. (2007). Destructive Leadership Behaviour: A Definition and Conceptual Model. *The Leadership Quarterly*, 18, 207–216. DOI: 10.1016/j.leaqua.2007.03.002
- Furtner, M. R., Maran, T., & Rauthmann, J. F. (2017). Dark Leadership: The Role Of Leaders' Dark Triad Personality Traits. In M. Clark, & C. Gruber (Eds.), *Leader development deconstructed*. Annals of theoretical psychology (pp. 75 – 99). Cham: Springer.
- Gamarra, M. P. & Giroto, M. (2022) Ethical Behavior İn Leadership: A Bibliometric Review Of The Last Three Decades. *Ethics & Behavior*, 32(2), 124-146, DOI: 10.1080/10508422.2020.1863799
- Harris, A. & Jones, M. (2018) The Dark Side of Leadership and Management, *School Leadership & Management*, 38(5), 475-477, DOI: 10.1080/13632434.2018.1509276

- Jiang, Y., Ritchie, B. W. & Benckendorff, P. (2019) Bibliometric Visualisation: An Application in Tourism Crisis and Disaster Management Research, *Current Issues in Tourism*, 22(16), 1925-1957, DOI: 10.1080/13683500.2017.1408574
- Ju, D., Huang, M., Liu, D., Quin, X., Hu, Q. & Chen, C. (2019). Supervisory Consequences of Abusive Supervision: An Investigation of Sense of Power, Managerial Self-Efficacy, and Task-Oriented Leadership Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 154, 80-95.
- Khoo, H. S. & Burch, G. St. J. (2008). The 'dark Side' Of Leadership Personality And Transformational Leadership: An Exploratory Study. *Personality and Individual Differences*, 44(1), 86-97.
- Köseoğlu, M. A., Sehitoglu, Y. & Craft, C. (2015a). Academic Foundations of Hospitality Management Research With An Emerging Country Focus: A Citation and Co-Citation Analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 45, 130-144. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.12.004>
- Köseoğlu, M. A., Sehitoglu, Y. & Parnell, J. A. (2015b). A Bibliometric Analysis of Scholarly Work in Leading Tourism and Hospitality Journals: The Case Of Turkey, *Anatolia*, 26(3), 359-371, DOI: 10.1080/13032917.2014.963631
- Köseoğlu, M. A., Rahimi, R., Okumuş, F. & Liu, J. (2016). Bibliometric Studies in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 61, 180-198.
- Lam, L. W. & Xu, A. J. (2019). Power Imbalance and Employee Silence: The role of Abusive Leadership, Power Distance Orientation and Perceived Organizational Politics. *Applied Psychology: An International Review*, 68(3), 513-546. Doi: 10.1111/apps.12170
- Lipman-Blumen, J. (2005). Toxic Leadership: When Grand Illusions Masquerade As Noble Visions. *Leader to Leader*, Spring, 36, 29-36, Doi: 10.1002/ltl.125.
- Liu, D., Liao, H. & Loi, R. (2012). The Dark Side of Leadership: A Three-Level Investigation of The Cascading Effect of Abusive Supervision on Employee Creativity. *Academy Of Management Journal*, 55(5). 1187-1212. <https://doi.org/10.5465/amj.2010.0400>
- Mathieu, C., Neumann, C. S., Hare, R. D. & Babiak, P. (2014). A Dark Side of Leadership: Corporate Psychopathy And Its Influence on Employee Well-Being and Job Satisfaction. *Personality and Individual Differences*, 59, 83-88. <http://dx.doi.org/10.1016/j.paid.2013.11.010>
- Mathieu, C. & Babiak, P. (2016). Corporate Psychopathy and Abusive Supervision: Their Influence on Employees' Job Satisfaction and Turnover Intentions. *Personality And Individual Differences*, 91, 102-106. DOI: 10.1016/j.paid.2015.12.002
- Maundu, M., Namusonge, G. S., & Simiyu, A. N. (2020). Effect of Dark Leadership Style on Employee Engagement. *The Strategic Journal of Business & Change Management*, 7(4), 951-962.
- Mavric, B., Öğretmenoğlu, M. & Akova, O. (2021). Bibliometric Analysis of Slow Tourism. *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 9(1), 157-178. DOI: 10.30519/ahtr.794656
- McIntosh, G. L. & Lima, S. D. (1997). *Overcoming the Dark Side of Leadership-The Paradox of Personal Dysfunction*. Grand Rapids, MI: Baket Books.
- Merigó, J. M., Mulet-Forteza, C., Martorell, O., & Merigó-Lindahl, C. (2020). Scientific Research in The Tourism, Leisure and Hospitality Field: A Bibliometric Analysis. *Anatolia*, 31(3), 494-508. DOI: 10.1080/13032917.2020.1771602
- Mulet-Forteza, C., Merigó, J. M. & Muleon-Mendez, E. (2019). Bibliometric Structure of IJCHM in Its 30 Years. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(12), 4574-4604. DOI 10.1108/IJCHM-10-2018-0828
- Mustamil, N. & Najam, U. (2020). Servant Leadership: A Bibliometric Review. *International Journal of Organizational Leadership*, 9, 138-155.

- Mücevher, M. H., Demirgil, Z., Çetinceli, K. & Özdemir, K. (2020). Örgütsel Davranış Alanındaki Yönelimler: Örgütsel Davranış Kongrelerinde Sunulan Bildirilerin Bibliyometrik Analizi. *Kayseri Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 24-36.
- Naseer, S., Raja, U., Syed, F., Donia, M. B. L. & Darr, W. (2016). Perils of Being Close To A Bad Leader in A Bad Environment: Exploring The Combined Effects of Despotism, Leader-Member Exchange, and Perceived Organizational Politics. *Leadership Quarterly*, 27(1), 14-33. DOI: 10.1016/j.leaqua.2015.09.005
- Okutan, E. & Turdi, M. (2020). Evaluation of Studies Related With Organizational Behavior On Web Of Science. *Sakarya Üniversitesi Çalışma Ekonomisi Ve Endüstri İlişkileri Seçme Yazılar-IV*, 96-107. İstanbul: Sakarya Yayıncılık.
- Öztürk, M. & Gök, S. G. (2020). Covid-19 Döneminde Yönetim Yazındaki Araştırma Trendlerinin Bibliyometrik Analiz Yöntemi İle İncelenmesi. *Kapadokya Akademik Bakış*, 4(2). 73-89.
- Öztürk, N. & Kurutkan, M. N. (2020). Kalite Yönetiminin Bibliyometrik Analiz Yöntemi İle İncelenmesi. *Journal of Innovative Healthcare Practices (JOINIHP)*, 1(1), 1-13.
- Rosenthal, S. A., & Pittinsky, T. L. (2006). Narcissistic Leadership. *The Leadership Quarterly*, 17, 617-633. DOI: 10.1016/j.leaqua.2006.10.005
- Samul, J. (2020). The Research Topics of Leadership: Bibliometric Analysis From 1923 to 2019. *International Journal of Educational Leadership and Management*. 8(2) DOI: 10.17583/ijelm.2020.5036
- Tepper, B. J. (2000). Consequences of Abusive Supervision. *Academy of Management Journal*, 43(2), 178- 190. DOI: 10.2307/1556375
- Thoroughgood, C. N., Sawyer, K. B., Padilla, A. & Lunsford, L. (2018). Destructive Leadership: A Critique of Leader-Centric Perspectives and Toward A More Holistic Definition. *Journal of Business Ethics*, 151(3), 627-649. DOI: 10.1007/s10551-016-3257-9
- Uslu, O. (2021). Karanlık Liderlik Tarzları: Kavramsal Bir Değerlendirme. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (2), 901-924. <http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.775143>
- Van Eck, N. J. & Waltman, L. (2011). Text Mining and Visualization Using VOSviewer, <https://arxiv.org/pdf/1109.2058.pdf>.
- Verma, S. & Gustafsson, A. (2020). Investigating The Emerging COVID-19 Research Trends in The Field of Business and Management: A Bibliometric Analysis Approach. *Journal of Business Research*, 118, 253–261. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.057>
- Volmer, J., Koch, I. K., & Göritz, A. S. (2016). The Bright and The Dark Side of Leaders' Dark Triad Traits: Effects on Subordinates' Career Success and Well-Being. *Personality and Individual Differences*, 101, 413–418. DOI: 10.1016/j.paid.2016.06.046
- Yılmaz, K. (2021). Sosyal Bilimlerde Ve Eğitim Bilimlerinde Sistemik Derleme, Meta Değerlendirme Ve Bibliyometrik Analizler. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(2), 1457-1490.
- Yu, L., Wang, G. & Marcouiller, D. W. (2019). A Scientometric Review of Pro-Poor Tourism Research: Visualization and Analysis. *Tourism Management Perspective*, 30, 75-88. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.02.005>
- Yumuşak, T. (2019). Kadın Girişimciliğin Bibliyometrik Durum Analizi. *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi*, 5(3), 182-192. Doi: <https://dx.doi.org/10.30855/gjeb.2019.5.3.004>
- Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric Methods in Management and Organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472. DOI: 10.1177/1094428114562629

Examining the Relationships Between Residents' City Identity, Concern for Tourism Development, Attitudes Towards Tourists, and Tourism Advocacy

Şehir Sakinlerinin Şehir Kimliği, Turizmin Gelişimine İlgili, Turistlere Yönelik Tutumlar ve Turizm Savunuculuğu Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi

Assistant Prof. Dr. (Ph.D) Bilge ÇAVUŞGİL KÖSE

Çanakkale Onsekiz Mart University

E-mail: bilgecavusgilkose@comu.edu.tr

ORCID: 0000-0001-8646-4401

DOI: 10.37154/cudes.2022.45

Article Info

Received: 25.02.2022

Accepted: 09.03.2022

Keywords: City Identity, City Marketing, City Residents, Çanakkale, Tourism Advocacy

Abstract

The relationship between tourism development and its effects on residents' attitudes towards tourism is being widely discussed in the tourism literature. Within the scope of these discussions, many different theories and model proposals were formulated by tourism academicians with the aim of examining these relations. However, little attention is being paid to the role of residents in tourism from the perspective of place identity theories. In this context, the concept of city identity was discussed with a focus on the social identity theory and the relationship between the city identity of residents and tourism advocacy was examined under this study. While examining this relationship, the concerns of the residents in the development of tourism and their attitudes towards tourists were included in the research as mediating variables. The findings of the research indicate that there are significant effects between city identity and tourism advocacy and also between city identity and concern for tourism development and attitudes towards tourists. Moreover, mediating effects were also revealed due to the significant effects of concern for tourism development and attitudes towards tourists on tourism advocacy. In line with the results of the research, theoretical and practice-oriented inferences and suggestions were made with regards to city marketing.

Article Info

Geliş: 25.02.2022

Onay: 09.03.2022

Anahtar sözcükler: Çanakkale, Şehir Sakinleri, Şehir Kimliği, Şehir Pazarlaması, Turizm Savunuculuğu

Özet

Turizm alan yazınında turizm gelişimi ve bunun sakinlerin turizme yönelik tutumları üzerindeki etkileri arasındaki ilişki geniş bir şekilde tartışılmaktadır. Bu tartışmalarda turizm akademisyenleri tarafından söz konusu ilişkileri incelemek amacıyla birbirinden farklı pek çok teori ve model önerileri öne sürülmüştür. Bununla birlikte, yer kimliği teorileri perspektifinden sakinlerin turizmdeki rolüne ise fazla dikkat edilmemiştir. Bu kapsamda bu araştırmada şehir kimliği kavramı sosyal kimlik teorisi odağında ele alınmış ve sakinlerin şehir kimliği ile turizm savunuculuğu arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu ilişkiyi incelerken sakinlerin turizmin gelişimine ilgileri ile turistlere yönelik tutumları birer aracı değişken olarak araştırmaya dahil edilmiştir. Araştırmanın bulguları, şehir kimliği ile turizm savunuculuğu, şehir kimliği ile turizmin gelişimine ilgi ve turistlere yönelik tutumlar arasında anlamlı etkiler olduğunu göstermiştir. Ayrıca, turizmin gelişimine ilgi ile turistlere yönelik tutumların turizm savunuculuğu üzerindeki anlamlı etkileri nedeniyle aracılık etkileri de ortaya çıkarılmıştır. Araştırma sonuçları doğrultusunda şehir pazarlaması açısından teorik ve uygulamaya yönelik çıkarımlar ve öneriler de bulunulmuştur.

1. INTRODUCTION

City marketing, as a continuously developing structure, is defined as all kinds of promotion and branding activities implemented to attract more visitors to cities. The main purpose of city branding, on the other hand, is to create a destination brand for tourists or a powerful city brand for local people, positively affect their decision to stay in the city and attract commercial investments to the city (Uca, 2019). Within the framework of city branding concept, city residents establishing bond with a city's efforts aimed at branding can become advocates the brand and encourage brand adoption by promoting the brand to others (Kemp et al., 2012: 510). In this context, tourism advocacy comprises positive word-of-mouth communication activities of residents about city brands and serves an indicator of local people's support for tourism. In the literature, the support of the residents is often emphasized so that the tourism industry could prosper successfully (Ekici and Çizel, 2014: 74).

Residents are an element that is both affected by and influencing the progress of tourism in a region. The positive perceptions of the residents towards tourism lead to positive attitudes towards tourism development and tourists, while negative perceptions could bring about negative attitudes (Buzlukçu and Avcıkurt, 2021: 117). In broad strokes, residents who perceive positive tourism impacts are more aspirant to support future tourism development policies. The fact that city residents perceive the tourism effects negatively in general indicates that they are less willing to support any increase in the total number of tourists (Brida et al., 2014: 37). Although there are studies dealing with various models and theories (tolerance approach model, social exchange model, etc.) by different authors in the rich literature on this subject, only a limited number of studies focuses on the role of social psychological traits such as social identity of the host community residents. Social identity similarities between tourists and host community residents can influence the general attitude towards tourism development (Ye et al., 2014: 908). In addition, the lack of identity in a tourism destination can also generate opposite effects, including destructive and obstructive behaviours for the tourist (Mohamad and Hamzah, 2015: 330). In this direction, it can be argued that examining the role of social identity in the context of tourism has importance in terms of understanding and assessing the attitudes of the residents about the impact of tourism development.

In this study, being implemented in Çanakkale, which is one of the important tourism destinations of our country, it was aimed to determine the effect of residents' perception of city identity on tourism advocacy behaviour and the mediating role of concern for tourism development and attitudes towards tourists regarding this effect. In this context, first, the concept of city identity was discussed within the scope of social identity theory, and the findings and results of the hypotheses formulated by associating the concept and the tourism advocacy behaviour of the residents were included. It is believed that the results obtained from the research will contribute to the literature as well as benefiting to the destination stakeholders and tourism practitioners.

2. CONCEPTUAL FRAMEWORK

2.1. An Overview of the Relationship between Residents and Tourism

The attitudes of the residents towards tourism and the perception of the tourism effects have been discussed by research studies for nearly fifty years. It was observed that the positive effects of tourism were mentioned in the 1960s, that a balanced and systematic approach was shown against these effects in the 1970s, and that the negative effects were focused in the 1980s (Akova, 2006). This trend can also be seen in the models put forward by various tourism academics of this time period. An example is the Tolerance Approach Model (Irridex) developed by Doxey (1975). This model argues that the attitudes of the community towards tourism activities in a region may change through several stages such as euphoria, apathy, irritation, and antagonism (Pavlić and Portolan, 2015). Similarly, Butler (1980) developed the Tourism Area Life Cycle model based on the product life cycle stages, and in this model, it is claimed that there is a relationship between the development of tourism and the attitudes of residents towards tourists. Butler's tourism area lifecycle model states that as the number of tourists in a destination increases, residents who are substantially well-intentioned towards tourists tend to develop increasing reservations about the long-term benefits of their presence (Vargas-Sanchez et al., 2015: 200). Freeman (1984), on the other hand identified tourists, tourism professionals, residents, entrepreneurs, and local governments as stakeholders, respectively, within the scope of Stakeholder Theory, and noted that residents, who are regarded as one of the most important

stakeholders, are both affected by the development of tourism and influence this development process (Kodaş et al., 2021: 2616).

Another theory that is frequently implemented in research studies on the support of city residents to tourism, thus making significant contributions to research is the Social Exchange Theory (Nunkoo and So, 2016: 847). Social Exchange Theory considers social interactions as an exchange of resources and asserts that individuals are likely to participate in an exchange process if they hope to gain benefits without incurring any unacceptable costs. Community residents are likely to support tourism development if the perceived positive effects (benefits) outbalance the potential negative consequences (costs). Therefore, residents' perceptions on the effects of tourism are an important consideration for the successful progress and operation of tourism (Stylidis et al., 2014: 261). In summary, residents' attitudes regarding tourism will be based on their evaluation of tourism "in terms of expected benefits or costs for the services they offer" (Gürsoy et al., 2002: 81).

2.2. Relation between Residents and Tourism from the Perspective of Identity

The literature also contains studies examining the support of host communities to tourism within the scope of the identity concept. Among these studies, Ballesteros & Ramiriez (2007) emphasized community identity and emphasized the necessity to include indicators of community identity in the evaluation, planning and management of tourism projects implemented in heritage sites. Choo et al. (2011) associated the concept of brand identity with residents' tourism behaviours such as engagement and word-of-mouth communication. However, the authors noted that the role of residents in branding tourism destinations was not adequately investigated in tourism research. Nunkoo and Gürsoy (2012), on the other hand, considered identity theory as a precursor to the social exchange theory in residents' support for tourism. As the research in question associates the concept of identity with the attitudes and behaviours of residents, it is quite important. Palmer et al., (2013) discussed the concept of identity in terms of social identity theory.

Social identity theory was proposed by Tajfel and Turner (1979) complementary, in some respects, to the realistic group conflict theory put forward by the Turkish scientist Muzaffer Şerif Başoğlu (Gürlek and Tuna, 2018: 40). It is a social psychology theory that deals with group membership, group processes, and intergroup relationships. Within the scope of social identity theory, group is considered as a psychological concept that incorporates association, being ourselves, and belonging rather than an institutional or formal concept, like most ongoing approaches that have members (Demirtaş, 2003: 123). Social identity theory has three basic assumptions. These assumptions are as follows; a) people struggle to build and maintain a positive self-esteem, b) social identity is part of the self-concept and stems from group membership, and c) an individual must perceive his/her own group (in-group) positively among other groups in order to achieve and maintain a positive social identity (Tajfel and Turner, 1979: 40). Based on these assumptions, researchers conceptualize social identity in three dimensions including: cognitive, emotional, and evaluative. The cognitive dimension refers to that people classify themselves as members of a particular group. The emotional dimension means the feelings people bear about their membership in the group. The evaluative dimension, on the other hand, is measured as the individual's group-based or collective self-esteem and is defined as self-worth based on social belonging (Ertaş, 2020: 623).

In a study consisting of a sample of 307 Welsh residents, Palmer et al. (2013) associated the cognitive, emotional, and evaluative dimensions of social identity theory with tourism advocacy. The fact that theory of social identity is tested within the scope of tourism serves as the most important contribution of the study to the literature. The study revealed that social identity theory within the context of tourism should be discussed in two dimensions as cognitive and emotional. In the study of Wang et al. (2014), which is conducted based on Palmer et al. (2013)'s two-dimensional theory of social identity, this theory is addressed as residents' perceptions of place identity. In the study, the authors examined the relationships between dimensions of cognitive and emotional social identity and residents' concern for tourism development, their attitudes towards tourists, and tourism advocacy. The research sample consists of 303 residents from Indianapolis and the research findings reveal positive relationships between the variables. The results of the study provide a basis for future research aimed at examining the relationship between residents' place identity and support for tourism.

2.3. Residents' Perception of City Identity and Its Relationship with Tourism Advocacy

Tourism is essentially a place-based phenomenon that involves generation of destination identity at different scales. Tourism organizations of distinct levels are always actively engaged in presenting and promoting place identity with the aim of attracting tourists and increasing market share. Based on this fact, many studies evaluated the effects of brand identity and visitors' attitudes towards a destination brand and subsequent travel behaviours within the context of tourism. However, much less attention was paid to identity and its effect on residents' support for tourism (Wang et al., 2014: 111).

Places are environments that are assigned meaning based on human experiences, social relationships, emotions, and thoughts (Stedman et al., 2004: 581). Research studies conducted on places indicate that people define themselves through places and thus develop a place identity (Buzlukçu and Avcıkurt, 2021: 118). A place identity is determined not only by the physical components, but also by the meaning and association developed between humans and the place. More specifically, it involves a compilation of meanings, knowledge, attachment, and satisfaction that an individual or group associates with a particular place (Wang & Xu, 2015: 242). Place identity, which a dimension of place attachment, is defined as an emotional attachment and is expressed as a component of self-identity that increases self-esteem and one's sense of belonging to the community (Vaske & Kobrin, 2001: 17). In this context, city identity underlines the emotional bond of both tourists and residents and is considered as an antecedent for satisfaction and originality in city branding studies (Casais and Monteiro, 2019: 230).

Urban identity focuses on the interrelationship between place, place attachment, and pride and self-esteem of individuals within the scope of social identity theory (Wang et al., 2018: 330). In this sense, it is assumed that cities being able to increase the self-esteem of city residents can be a source of pride (Gu & Ryan, 2008). Many features such as the city's cultural heritage, historical and natural beauties, climate, location, and tourist attractions can be a source of pride for the residents (İri, 2019: 621). It is recommended that civic pride, which can be summarized as exhibiting a positive attitude towards locality (Wood, 2006: 167), should be used as a word-of-mouth communication tool promoting the image of the city within the scope of city marketing (Wang et al., 2011). Considered in the context of city identity, word-of-mouth communication activities displayed by residents reflect civic behaviours related to the city. These activities, which contribute to the city identity by improving the image of the city for tourists, represent the sense of responsibility shown by the residents towards their city. Because a person, who creates a perception of city identity, will also promote, and preserves the interests of his/her city in order to build and maintain a coherent self-image and self-esteem (Šegota, 2021).

Strengthening residents' perceptions of city identity and promoting civic pride are included among the goals of city branding (Gilboa and Jaffe, 2021: 115). If city residents feel a sense of belonging and identify with their own city's destination brand, they will be more likely to display hospitable attitudes and behaviours towards tourists (for instance, an eagerness to share local knowledge and experiences, be friendly with visitors, and assist visitors when encountered). Nonetheless, the effect of word-of-mouth communication by residents in suggesting tourism products and services to visitors is a subject that is rarely explored in the tourism literature (Choo et al., 2011: 203). However, it can be claimed that practitioners have noticed the importance of the subject recently. As part of the "Share Your Washington" brand campaign, which is among the examples of this practice, city residents invite their friends and families to visit the city. Another one, the "Talk for Ireland" brand campaign, asks people to speak with pride and passion about Irish resorts. The "I Amsterdam" brand campaign, on the other hand, considers citizens as an integral part of the city brand (Rehmet and Dinnie, 2013: 32). These types of cities branding campaigns, which can be diversified by adding many more examples, incorporate the residents in the marketing of the city on an equal basis with other stakeholders and are among best practices of tourism advocacy by assigning citizens as brand ambassadors. Co-existing relationship created by the engagement of the residents in the branding efforts of the city they live in could fulfil both social identity desire of the resident, who acts as a tourism advocate, and the destination's desire for increased visitor spending (Lever et al., 2021: 432).

City residents make up a significant part of the experience of the place, which correspondingly influences the experience of the visitor. They directly benefit from positive developments, as well as perceiving the negative social and environmental impacts of tourism. However, research studies on tourism paid much more attention to the individual residents' attitudes towards tourists and tourism planning rather than focusing on residents' perceptions of place and how these may affect the destination's touristic objectives. In this direction, ensuring a more complete understanding of the perceptions of residents in the context of city marketing would be beneficial for tourism practice (Zenker et al., 2017: 16).

3. METHODOLOGY

3.1. Place of Study

The main objective of the research is to investigate the relationships between city identity, concern for tourism development, attitudes towards tourists and tourism advocacy. Çanakkale province, an important destination in terms of Turkish tourism, was chosen as the research area to identify aforementioned relationships. Çanakkale, like Istanbul, one of Turkey's most important tourist attractions, is the country's second city that has lands on both the Asian and European continents. The city is located on both sides of Çanakkale Strait (Dardanelles), a watercourse connecting the Aegean Sea and the Sea of Marmara. Çanakkale Strait, which is considered one of the most important watercourses of the world, has a coastline of 671 km and is one of the most distinctive natural richness of the city (Çanakkale Provincial Directorate of Culture and Tourism, 2022). The fact that the Mediterranean climate prevailing in the provincial area and the sea water temperatures rise to the highest level during the summer months (Çanakkale Municipality, 2022) make the city preferable in terms of sea-sand-sun tourism. Çanakkale also hosts a wide range of touristic activities from diving tourism to health tourism thanks to its various features such as blue flag beaches and a total of seven tourism centre regions including three thermal areas, three coastal areas and one nature themed area (Invest in Çanakkale, 2022).

Çanakkale, enjoying an extremely rich potential in terms of historical and cultural resources as well as its natural beauties, is in a very prosperous and fortunate geography from the perspective of regional, country and even world tourism (Kelkit, 2003: 20). Thanks to its strategic location, Çanakkale is built in a region where settlements started from the Paleolithic period and has always preserved its importance throughout the historical process (Tombul, 2015). Trojan Wars, World War I that had changed the history of our world and notable events that had affected the results of these wars had taken place within the borders of Çanakkale. Moreover, Çanakkale possesses an especially important and noteworthy value with its cultural accumulation enriched by the civilizations that ruled in the region (Çakıcı et al., 2007: 114). Given all these features, Çanakkale is an important destination for domestic and foreign visitors, where they can enjoy tourism activities throughout the year.

3.2 Research Models and Hypotheses

As part of the study, in which social identity theory is discussed in the context of tourism, firstly, the two components of social identity were combined under the concept of urban identity based on study conducted by based on the study of Palmer et al. (2013). Then, the research model shown in Figure 1 was formed based on the research made by Wang et al. (2014) and Wang (2016).

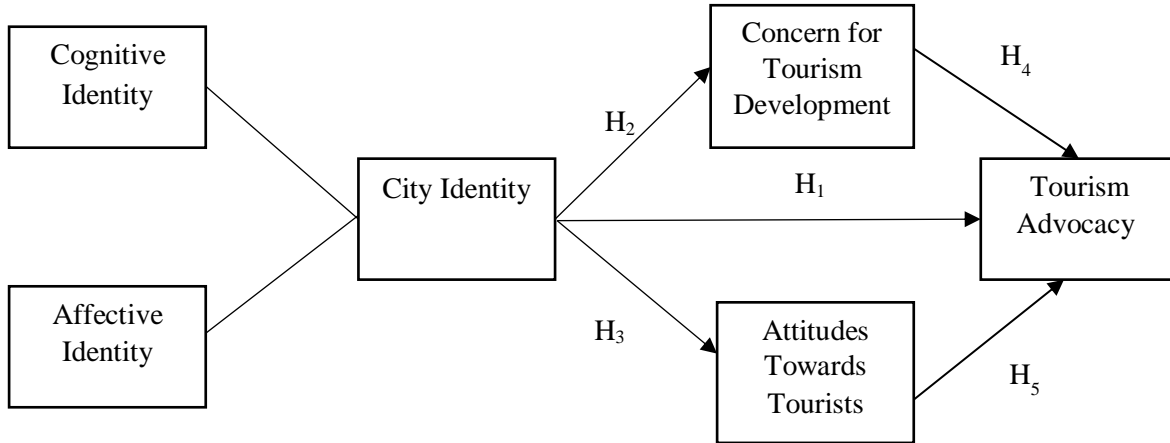


Figure 1. Theoretical model and hypotheses

As is shown by the model, this study assumes positive relationships between city identity, residents' concern for tourism and attitudes towards tourists, and tourism advocacy tendencies. In this context, seven hypotheses were formulated in the research:

H₁: City identity affects tourism advocacy positively.

H₂: City identity affects the concern for the tourism development positively.

H₃: City identity affects attitudes towards tourists positively.

H₄: Concern for tourism development affects tourism advocacy positively.

H₅: Attitudes towards tourists affect tourism advocacy positively.

H₆: Concern for tourism development has a mediating role in the relationship between city identity and tourism advocacy.

H₇: Attitudes towards tourists have a mediating role in the relationship between city identity and tourism advocacy.

3.3. Research Population, Sampling and Data Collection Method

Research population consists of urban residents living in the city centre of Çanakkale. In the exploratory research, a questionnaire form was implemented as a data collection tool. Initially, it was aimed to start the collection of research data face-to-face in March 2020, however, this goal could not be achieved as a result of the restrictions and bans imposed due to the Covid-19 pandemic. In this context, the questionnaire form was first converted into an online form with the aim of collecting data. Then, the form was applied to the academic and administrative staff of the University with the permission granted by the general secretariat of Çanakkale Onsekiz Mart University (ÇOMÜ). The online questionnaire forms sent to the institutional e-mail addresses of the University staff by the ÇOMÜ Information Technologies Department was open to access between 1 May and 31 August 2020. At the end of this period, 336 convenient questionnaires were obtained.

The questionnaire implemented in the research contains 16 items and it consists of five chapters. The scale implemented in the study conducted by Wang et al. (2014) was used in the first three chapters. In this scale, city identity consists of 6 items, concern for the tourism development consists of 3 items, and attitude towards tourists consists of 4 items, respectively. In the fourth chapter, the scale implemented in the study conducted by Palmer et al. (2013) was used to measure tourism advocacy. The scale consists of 3 items. Respondents, on the other hand, were asked to respond to these statements within the framework of a 5-point Likert scale (1- Strongly Disagree; 5- Strongly Agree). The last chapter included category questions to determine the socio-demographic characteristics of the participants, such as age, gender, marital status, and educational status.

4. FINDINGS

The demographic characteristics of the participants, the reliability and validity of the scales, and the results of the hypotheses are explained in detail in this section.

4.1. Demographic Characteristics

Information on the demographic characteristics of the respondents is given in Table 1.

Table 1. Sociodemographic Profile of Sample

Demographics	Frequency	%	Demographics	Frequency	%
Gender			Marital status		
Male	177	52,7	Single	179	53,3
Female	159	47,3	Married	157	46,7
Highest Edu. Qua.			Age group (years)		
Primary school	55	16,4	18-30	3	,9
High/secondary school	123	36,6	31-43	15	4,5
Graduate degree	101	30,1	44-56	57	17,0
Postgraduate degree	54	16,0	57-69	138	41,1
			70 \geq	126	37,4

As given in Table 1, it is observed that more than half of the respondents are men (52.7%) and single (53.3%), majority of them (66.7%) are between the ages of 31 and 56 and well-educated (78.6% with bachelor's or higher degree).

4.2. Analysis of the Research Model

For the analysis of the research model, SmartPLS 3.3.7 packaged software was used with the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. PLS-SEM has become increasingly popular in marketing research over the past decade thanks to its ability to model latent structures under variance-based and non-parametric conditions, unlike traditional covariance-based SEM (Ali et al., 2018: 514). Analyses are conducted in two phases in the SmartPLS software. In the first phase, validity, and reliability analysis of the variables in the model are performed by using the research model and measurement model (outer model). In the second phase, the correlations between independent and dependent latent variables are determined by using the structural model (internal model) (Yıldız, 2020: 26).

4.3. Validity and Reliability Analysis of Scales

Consistency reliability, convergent validity and discriminant validity were evaluated for the review of the validity and reliability of the measurement model of the study. Cronbach's Alpha and Composite Reliability (CR) coefficients were examined for internal consistency reliability. In the determination of convergent validity, factor loadings and the values of Average Variance Extracted (AVE) were used. It is expected that factor loadings would be ≥ 0.70 ; Cronbach Alpha and composed reliability coefficients would be ≥ 0.70 ; and the value of average variance extracted would be ≥ 0.50 (Hair et al. 2017:113). Table 2 below demonstrates the results regarding the internal consistency reliability and convergent validity of the constructs included in the study.

Table 2. Assessment of the measurement model

Construct/items	Loadings
Cognitive Identity $\alpha=0,789$; CR=0,904; AVE=0,826	
I identify myself as a Çanakkale resident.	0,903
I am one of the Çanakkale residents.	0,914
Affective Identity $\alpha=0,810$; CR=0,888; AVE=0,727	
I respect Çanakkale residents	0,756
I am glad to tell others that I am a Çanakkale resident	0,899
I like being a Çanakkale resident	0,896
Concern $\alpha=0,808$; CR=0,886; AVE=0,722	
I like to visit tourist attractions of the Çanakkale city	0,824
I am glad to see new tourism development in the Çanakkale city.	0,848
I like to help promote Çanakkale's tourism if needed.	0,876
Attitudes $\alpha=0,853$; CR=0,911; AVE=0,773	
I like to make tourists feel welcome when visiting Çanakkale.	0,902
I am happy to help tourists visiting Çanakkale.	0,890

I think interacting with tourists is a good way to show friendliness people of Çanakkale.	0,844
Advocacy $\alpha=0,811$; CR=0,888; AVE=0,726	
I will tell more people about the tourist attractions in Çanakkale than in other regions.	0,889
When I tell others about the tourist attractions in Çanakkale, I tend to talk about them in great detail.	0,866
I only have good things to say about the tourist attractions in Çanakkale.	0,799

It can be argued that the internal consistency reliability was maintained because the Cronbach's Alpha coefficients of the constructs were between 0.789 and 0.853 and also CR coefficients were between 0.886 and 0.911. Looking at the values included in the table, it is understood that the factor loadings are between 0.756 and 0.914. According to Hair, et al., (2017:113) factor loadings should be ≥ 0.708 . It is also seen that AVE values are between 0.722 and 0.826. In the view of such information, it can be stated that the convergent validity was maintained in the study.

To check discriminant validity; cross loading method, Fornell-Larcker Criterion and Heterotrait-Monotrait Ratio were used. In the study, cross-loads were firstly checked for examining the discriminant validity. In this context, it was determined that item number 2 of the cognitive identity variable of the study and item number 3 of the attitude towards tourist variable overlap with each other and removed from the assessment model. The results of the Fornell-Larcker Criterion are given in Table 3.

Table 3. Discriminant validity analysis (Fornell-Larcker Criterion)

	Advocacy	Affective Identity	Attitudes	Cognitive Identity	Concern
Advocacy	0,852				
Affective Identity	0,455	0,853			
Attitudes	0,747	0,589	0,879		
Cognitive Identity	0,438	0,720	0,446	0,909	
Concern	0,714	0,556	0,706	0,442	0,850

According to the Fornell Larcker (1981) criterion, the square root values of the AVE calculated for each factor must possess the highest value in the relevant factors. Values in parentheses shown in the table are the square root values of AVE. When analyzing the values in the table, it is observed that the average square root of variance explained for each construct is higher than the correlation with other constructs. Heterotrait-monotrait method has been developed by Henseler et al. (2015) as a result of recent criticisms claiming that the Fornell Larcker criterion remains incapable for discriminant validity. According to this method, the calculation of the heterotrait-monotrait ratio below 0.9 is considered sufficient for discriminant validity. When Table-4 is examined, it can be understood that this criterion is met.

Table 4. Discriminant validity analysis (HTMT Criterion)

	Advocacy	Affective Identity	Attitudes	Cognitive Identity	Concern
Advocacy					
Affective Identity	0,554				
Attitudes	0,890	0,713			
Cognitive Identity	0,544	0,889	0,541		
Concern	0,871	0,683	0,846	0,554	

4.4. Structural Model

Following the acceptance of the validity and reliability tests of the measurement model, the SmartPLS 3.3.7 packaged software was implemented to perform the structural equation analysis of the study, and the results of the structural model after the analysis are shown in Figure 2.

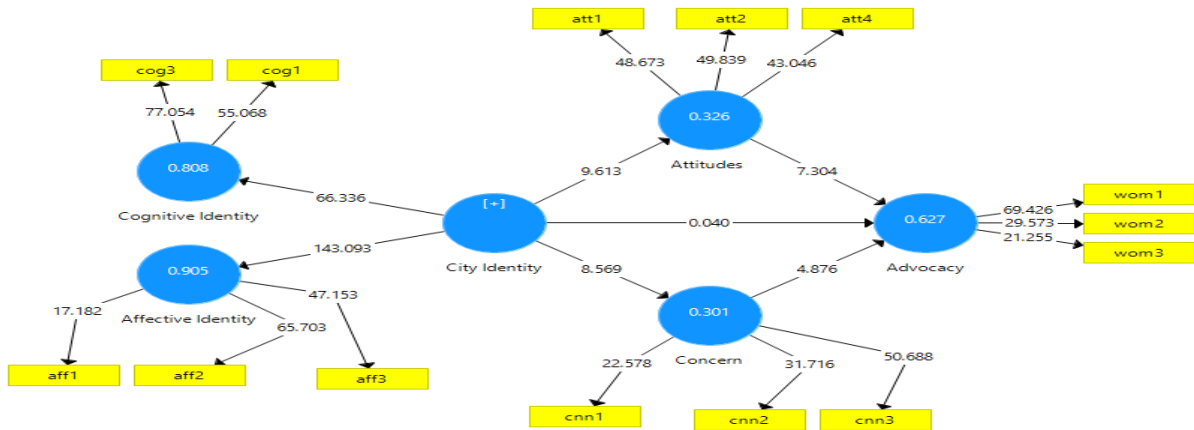


Figure 2. Structural model

With respect to the research model, PLS algorithm was run to calculate linearity, path coefficients, R² and effect size (f²), on the other hand, blindfolding analysis was also run to calculate the prediction power (Q²). Table 5 shows VIF, R², f² and Q² coefficients.

Table 5. Research model coefficients

		VIF	R ²	f ²	Q ²
City Identity	Attitudes	1,000	0,326	0,483	0,232
City Identity	Concern	1,000	0,301	0,430	0,195
City Identity	Advocacy	1,582	0,627	0,000	0,445

First, VIF (Variance Inflation Factor) values were examined to test the linearity of the model. Diamantopoulus and Sigauw (2006: 270) claim that the VIF coefficient should not exceed 3. There is no problem in ensuring linearity between the variables as the VIF coefficients in Table 5 are below 3.

According to the PLS-SEM method, the R² value, which is the coefficient of determination, is used to measure the explanatory power of the model in the evaluation of the internal model. R² values range from 0 and 1; and 0.25 and above is considered a weak explanatory ratio, 0.50 and above is a moderate, and 0.75 and above is a substantial explanatory ratio (Henseler et al., 2009). When the R² values in Table 5 are examined, it is determined that the concern for tourism development accounts for 30%, the attitudes towards tourists are 33%, and tourism advocacy is 63%, respectively.

Moreover, the effect size (f²) coefficient is calculated for each independent variable. The f² coefficient indicates the share of the independent variables in the explanatory rate of the dependent variables (Yıldız, 2020). Having an effect size coefficient (f²) of 0.02 and above represents small; 0.15 and above represents medium; 0.35 and above represents large (Cohen, 1988). Upon evaluating the effect size (f²) coefficients, it is found that the concern for tourism development and attitudes towards general tourists have a high-level effect size.

The fact that the prediction power coefficients (Q²) calculated for the dependent variables are greater than zero indicates that the research model has the power to predict the dependent variables (Hair et al., 2017). Since the Q² values in the table are greater than zero, it can be implied that the research model has predictive power.

The Bootstrap method was run on the research model in order to calculate the t values and their significance within the scope of the research. 5000 sub-samples were collected from the sample through derivative sampling method, and t values were calculated. Table 6 shows the results on the effects of the research model.

Table 6. Structural model results

			β	S.E.	t value	p
City Identity	Advocacy		0,487	0,055	8,807	0,000
City Identity	Concern		0,548	0,064	8,569	0,000
City Identity	Attitudes		0,571	0,059	9,613	0,000
Concern	Advocacy		0,371	0,076	4,876	0,000
Attitudes	Advocacy		0,484	0,066	7,304	0,000
City Identity	Concern	Advocacy	0,204	0,053	3,813	0,000
City Identity	Attitudes	Advocacy	0,276	0,051	5,412	0,000

To investigate the mediation effect, at the first stage, the mediating variables were removed from the research model and the significance of the path coefficients was tested. It was determined that city identity affected tourism advocacy ($\beta=0.484$; $p<0.01$). Since these findings, hypothesis 1 of the research was supported.

At the second stage, the significance of the path coefficients was tested by including the mediating variables in the model. It is determined that city identity affects concern for tourism development ($\beta=0.548$; $p<0.01$) and attitudes towards tourists ($\beta=0.571$; $p<0.01$). Therefore, hypotheses 2 and 3 of the research were supported as well. Similarly, it is revealed that concern for tourism development affects tourism advocacy ($\beta=0.371$; $p<0.01$) and also attitudes towards tourists affects tourism advocacy ($\beta=0.484$; $p<0.01$). Based on these findings, hypotheses 4 and 5 of the research were also supported. When the indirect effects are examined, it is observed that city identity also affects tourism advocacy ($\beta=0.204$; $p<0.01$) through concern for tourism development and attitudes towards tourists ($\beta=0.276$; $p<0.01$).

The analysis of Baron and Kenny's (1986) conventional causal step approach was used to test the mediating effect. Baron and Kenny (1986) stated that the independent variables must have significant effects on the dependent variables so that a mediating effect could be mentioned. At the same time, independent variables should have significant effects on mediating variables, and mediator variables should have significant effects on dependent variables when mediating variables are also included in the model. In the light of this information, presence of mediating effect can be claimed as the city identity has a significant effect on tourism advocacy, the city identity also has a significant effect on the concern for tourism development and attitudes towards tourists, and the concern for tourism development and attitudes towards tourists have significant effects on tourism advocacy.

VAF (Variance Accounted For) values were calculated since the mediating effect was determined. If $VAF > 0.80$, full mediating effect could be mentioned; if $0.20 \leq VAF \leq 0.80$, there is partial mediating effect. If it is <0.20 , there can be no mediating effect (Doğan, 2018). Accordingly, VAF values were calculated as 0.37 on the path of City Identity \rightarrow Attitudes Towards Tourists \rightarrow Word of Mouth Tourism Advocacy. On the other hand, it was calculated as 0.30 on the path of City Identity \rightarrow Concern for Tourism Development \rightarrow Word of mouth Tourism Advocacy. In line with VAF values, it is also understood that concern for tourism development and attitudes towards tourists have a partial mediating role between city identity and tourism advocacy. Consequently, hypotheses 6 and 7 of the research were also supported.

Upon examining the R^2 values obtained from the model, it was determined that attitudes towards tourists and the effect on tourism development were accounted for 24% in the model without mediating variables, and 63% in the model with mediating variables. The increase in R^2 value can be interpreted as a confirmation of the identified mediation role.

6. CONCLUSION, DISCUSSION AND SUGGESTIONS

Nowadays, it is declared by various international organizations that the tourism industry is one of the largest and fastest growing industries in the world. The tourism is becoming an important income source with the effects such as enhancing currency input and creating income opportunities

and is of immense importance due to its characteristics like contributing to the balance of payments, having higher multiplier coefficient, and creating employment. In this context, the tourism industry makes incredibly significant contributions to the economies of many countries and the industry has a key role in reducing poverty, especially in developing countries (Çavuşgil, 2010). In addition to these positive economic impacts, tourism also affects the community life and cultural structure of a region. Socio-cultural benefits may include modernization and exchange between cultures, social exchange, improved image of the host society, enhanced public health, social improvements, education, and conservation (Ramseook-Munhurrin and Naidoo, 2011). The contributions of the industry to the public infrastructure and superstructure activities in the destination can also be added to these benefits.

Tourism activities could help protect and/or restore the historical and cultural assets in the touristic area and maintain them operating for many years. In addition, it can be ensured that local people would have access to production ability in different areas along with the formation of tourism awareness. Thus, can also allow for an increase the welfare level of the local people living in the region (Korkmaz et al., 2020: 106). In other words, tourism has positive features such as increasing the value, promoting the culture of a country or region, strengthening intercultural communication, and improving the living standard of the local people.

Residents are often considered the cornerstone of tourism development strategies applied in host communities. A prominent issue in the literature is the necessity to address the needs and concerns of city residents in order to ensure sustainable tourism development in host communities. Similarly, it is also emphasized that it is important to manage the perceptions of city residents to achieve a more harmonious relationship between tourists and city residents, which are seen as the central element of tourism (Martin et al., 2018: 231). When considered within the scope of city branding, local engagement through tourism becomes a connection with identity and in turn positively affects word-of-mouth communication behaviour (Jeuring and Haartsen, 2017: 245). In the light of this information, the perceptions of the city residents were discussed in the context of the social identity model and associated with tourism advocacy as a word-of-mouth communication under this study.

The research model was evaluated with the PLS technique, and it was concluded that in the model, in which the city identity was addressed as an antecedent, the dependent variables of concern for tourism development, attitudes towards tourists were low and tourism advocacy had a moderate explanatory ability. This outcome is considered as the main theoretical conclusion of the study. In addition, the impact of city identity on tourism advocacy directly and indirectly through concern for tourism development and attitudes towards tourists constitutes another outcome of the study. These outcomes were supported by the results of studies conducted in the literature (Palmer et al., 2013; Wang et al., 2014; Wang 2016). Similarly, this study also accords with studies that examine the psychological and sociological processes between local people and the place where they live (Buzlukçu and Avcıkurt, 2021; Choo, et al. 2011; Wang et al., 2018; Ye et al., 2014) as it goes beyond the line commonly evaluating the relationship between local people and tourism based on cost and benefit in the literature.

There are also administrative inferences in the study. The research findings emphasize the importance of the planning to be made within the scope of city branding in particular and city marketing in general, to be in harmony with the identity of the residents. The need for managers and institutions in charge of the marketing and branding of the city to promote the city's identity not only to tourists but also towards residents becomes prominent as well. Moreover, it is recommended to include residents in all branding strategies and even adopt a bottom-up city branding strategy involving residents as key elements.

The research is a study focusing on residents' perception of city identity in the context of social identity theory. In future research, the resident-tourism relationship can be analysed through different place identity variables. Correlatively, modelling can be done with variables such as trust, self-congruity, evaluation as the antecedents of tourism advocacy behaviour. Within the framework of this study, the perception of city identity was evaluated only in terms of residents. It is suggested to analyse the city identity perceptions of tourists and make comparisons with residents as well.

REFERENCES

- Akova, O. (2006). Yerel halkın turizmin etkilerini algılamalarına ve tutumlarına yönelik bir araştırma. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 1(2), 77-109.
- Ali, F., Rasoolimanesh, S. M., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Ryu, K. (2018). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) in hospitality research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 514–538.
- Ballesteros, E. R., & Ramírez, M. H. (2007). Identity and community—Reflections on the development of mining heritage tourism in Southern Spain. *Tourism management*, 28(3), 677-687.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173–1182.
- Brida, J. G., Disegna, M., & Osti, L. (2011). Residents' perceptions of tourism impacts and attitudes towards tourism policies, *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 9(1), 37-71.
- Buzlukçu, C., & Avcıkurt, C. (2021). Yavaş şehirlerde yerel halkın yer kimliği ve topluluğa bağlılıklarının sürdürülebilir turizm tutumlarına etkisi: Seferihisar'da bir araştırma. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (43), 117-138.
- Casais, B., & Monteiro, P. (2019). Residents' involvement in city brand co-creation and their perceptions of city brand identity: A case study in Porto. *Place Branding and Public Diplomacy*, 15(4), 229-237.
- Choo, H., Park, S. Y., & Petrick, J. F. (2011). The influence of the resident's identification with a tourism destination brand on their behavior. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20(2), 198-216.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. (2nd Ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Çakıcı, A.C., Mercan, Ş.O. & Harman, S. (2007). Sayılarla Çanakkale Turizminin Değerlendirilmesi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), 113-135.
- Çanakkale Municipality (2022). Coğrafi Yapı, <https://www.canakkale.bel.tr/tr/sayfa/1125-cografya-yapi>
- Çanakkale Provincial Directorate of Culture and Tourism (2022). Coğrafya, <https://canakkale.ktb.gov.tr/TR-70467/cografya.html>
- Çavuşgil, B. (2010). *İklim değişikliğinin turizm talebine etkisinin incelenmesi: Çanakkale turizm destinasyonlarında bir araştırma* (Master's thesis, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Demirtaş, H. A. (2003). Sosyal kimlik kuramı, temel kavram ve varsayımlar. *İletişim Araştırmaları*, 1(1), 123-144.
- Diamantopoulos, A., & Siguaw, J. A. (2006). Formative versus reflective indicators in organizational measure development: A comparison and empirical illustration. *British Journal of Management*, 17(4), 263-282.
- Doğan, D. (2018). *SmartPLS ile veri analizi*. US: Charleston SC.
- Ekici, R., & Çizel, B. (2014). Yerel halkın turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumlarının destinasyonların gelişme düzeylerine göre farklılıkları. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(3), 73-87.
- Ertaş, M. (2020). Rekreatif Amaçlı Seyahat Eden Motosiklet Kullanıcılarının Sosyal Kimlikleri Üzerine Bir Ölçek Geliştirme Çalışması. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 621-640.
- Fornell, C. & Larcker, D.F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.

- Gilboa, S., & Jaffe, E. (2021). Can one brand fit all? Segmenting city residents for place branding. *Cities*, 116, 103287.
- Gu, H., & Ryan, C. (2008). Place attachment, identity and community impacts of tourism—the case of a Beijing hutong. *Tourism management*, 29(4), 637-647.
- Gürlek, M., & Tuna, M. (2018). Sosyal kimlik teorisi açısından örgütsel özdeşleşmenin teorik temelleri. *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 39-48.
- Gürsoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). Resident attitudes: A structural modeling approach. *Annals of tourism research*, 29(1), 79-105.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M. & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. (2nd Ed), Los Angeles: Sage Publications.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. In *New challenges to international marketing*. Emerald Group Publishing Limited.
- Henseler, J., Ringle, C.M. & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modelling, *Journal of The Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135.
- Invest in Çanakkale (2021, May 24). *101 Reasons to Invest in Çanakkale*. <http://www.investincanakkale.com/en/27053/101-Reasons-to-Invest-in-Canakkale>
- İri, R. (2019). Şehirle övünmek veya şehir gururunun şehir pazarlanmasında önemi ve araştırılması: Niğde ili örneği. 20. Ulusal Turizm Kongresi, 16-19 Ekim 2019, Eskişehir, 620-627.
- Jeurig, J. H. G., & Haartsen, T. (2017). Destination branding by residents: The role of perceived responsibility in positive and negative word-of-mouth. *Tourism Planning & Development*, 14(2), 240-259.
- Kelkit, A. (2003). Çanakkale ilinin turizm potansiyeli ve çeşitlendirilmesi. *Selcuk Journal of Agriculture and Food Sciences*, 17(31), 18-23.
- Kemp, E., Childers, C. Y., & Williams, K. H. (2012). Place branding: creating self-brand connections and brand advocacy. *Journal of Product and Brand Management*, 21(7), 508-515.
- Kodaş, D., Öztürk, E., & Deniz, S. (2021). Turizmin Etkilerine Yönelik Yerel Halkın Algıları, Turizm Gelişim Desteği ve Yaşam Tatmini İlişkisi: Mardin Odaklı Bir Araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 2613-2629.
- Korkmaz, H., Büyüktepe, H. S., & Kahriman, C. (2020). Kurumsal sosyal sorumluluk örneği olarak arkeoköy projesinin destinasyon gelişimine etkisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 105-122.
- Lever, M. W., Elliot, S., & Joppe, M. (2021). Exploring destination advocacy behavior in a virtual travel community. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38(5), 431-443.
- Martín, H. S., de los Salmones Sanchez, M. M. G., & Herrero, Á. (2018). Residents' attitudes and behavioural support for tourism in host communities. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(2), 231-243.
- Mohamad, N. H., & Hamzah, A. (2015). Social identity and community resilience towards tourism development in Mabul Island, Semporna Sabah, Malaysia. *International Journal Of Built Environment And Sustainability*, 2(4), 330-338.
- Nunkoo, R., & Gursoy, D. (2012). Residents' support for tourism: An identity perspective. *Annals of tourism research*, 39(1), 243-268.
- Nunkoo, R., & So, K. K. F. (2016). Residents' support for tourism: Testing alternative structural models. *Journal of Travel Research*, 55(7), 847-861.
- Palmer, A., Koenig-Lewis, N., & Jones, L. E. M. (2013). The effects of residents' social identity and involvement on their advocacy of incoming tourism. *Tourism Management*, 38, 142-151.

- Pavlić, I., & Portolan, A. (2015). Irritation index, tourism. *Encyclopedia of Tourism*, 1-2.
- Ramseook-Munhurrun, P., & Naidoo, P. (2011). Residents' attitudes toward perceived tourism benefits. *International journal of management and marketing research*, 4(3), 45-56.
- Rehmet, J., & Dinnie, K. (2013). Citizen brand ambassadors: Motivations and perceived effects. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2, 31-38.
- Šegota, T., Chen, N. C., & Golja, T. (2021). The impact of self-congruity and evaluation of the place on WOM: perspectives of tourism destination residents. *Journal of Travel Research*, 1-18.
- Stedman, R., Beckley, T., Wallace, S., & Ambard, M. (2004). A picture and 1000 words: Using resident-employed photography to understand attachment to high amenity places. *Journal of Leisure Research*, 36(4), 580-606.
- Stylidis, D., Biran, A., Sit, J., & Szivas, E. M. (2014). Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts. *Tourism management*, 45, 260-274.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin and S. Worchel (Eds.), *The Social Psychology of Intergroup Relations*. Monterey, CA: Brooks-Cole, 33-47.
- Tombul, M. (2015). Çanakkale kültür envanteri arkeolojik yerleşim alanları ve sanat tarihi yapıları. İstanbul: Zero Prodüksiyon.
- Uca, S. (2019). *Şehir turizmi*. Detay Yayıncılık.
- Vargas-Sánchez, A., do Valle, P. O., da Costa Mendes, J., & Silva, J. A. (2015). Residents' attitude and level of destination development: An international comparison. *Tourism Management*, 48, 199-210.
- Vaske, J. J., & Kobrin, K. C. (2001). Place attachment and environmentally responsible behavior. *The journal of environmental education*, 32(4), 16-21.
- Wang, S. (2016) Residents' propensity for tourism advocacy, a place identity perspective. Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally. 2.
- Wang, S., & Xu, H. (2015). Influence of place-based senses of distinctiveness, continuity, self-esteem and self-efficacy on residents' attitudes toward tourism. *Tourism Management*, 47, 241-250.
- Wang, S., Wang, W., & Lee, S. (2018, October). Interactive roles of social identity and evaluative attitudes in sports events participation. In *Journal of Convention & Event Tourism*, 19 (4-5), 327-346.
- Wang, S., Yamada, N., & Brothers, L. (2011). A Case study: discussion of factors and challenges for urban cultural tourism development. *International journal of tourism research*, 13(6), 553-569.
- Wang, S., Zhou, L., Lee, S., & King, C. (2014). Analysis of residents' social identity, tourism engagement, and propensity for tourism advocacy. In *Advances in hospitality and leisure*. Emerald Group Publishing Limited.
- Wood, E. H. (2006). Measuring the social impacts of local authority events: A pilot study for a civic pride scale. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 11(3), 165-179.
- Ye, B. H., Zhang, H. Q., Shen, J. H., & Goh, C. (2014). Does social identity affect residents' attitude toward tourism development?: An evidence from the relaxation of the individual visit scheme. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(6), 907-929.
- Yıldız, E. (2020). *SmartPLS ile yapısal eşitlik modellemesi rekleftif ve formatif yapılar*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Zenker, S., Braun, E., & Petersen, S. (2017). Branding the destination versus the place: The effects of brand complexity and identification for residents and visitors. *Tourism management*, 58, 15-27.

Zaman Eksenli Üretim İlişkileri Distopyası: In Time Filmi ve Çalışmanın Anlamı

A Time-Based Relations of Production Dystopia: In Time Movie and The Meaning of Work

Arş. Gör. Ömer Furkan ÖZDEMİR

Kocaeli Üniversitesi

omerfurkanozdemir@gmail.com

ORCID: 0000-0003-1208-1269

DOI: 10.37154/cudes.2022.46

Article Info

Received: 28.02.2022

Accepted: 09.03.2022

Keywords: Capitalism,
Dystopia, Labour, Labour
Relations, Science Fiction

Abstract

The story told in “In Time” as a science fiction movie, takes place in a future where the time replaces money. In this future, in which the basic features of modern capitalist labor relations are preserved after the industrial revolution, time has become both a means of exchange and capital accumulation. It is possible for people to have more time, that is, to live more, by gaining this time. In this study, it is aimed to examine these time-centered production relations depicted in the film in comparison with today's labor relations. The place of time, which is used as a metaphor in the film, in labor relations and the nature of capitalist labor relations as a source of inequality are discussed with a Marxist analysis through the film In Time. Based on this discussion, it was tried to make an inventory of the basic features of the economic-political system fictionalized in the film and to develop a conceptual proposition for its definition.

Makale Bilgisi

Geliş: 28.02.2022

Onay: 09.03.2022

Anahtar sözcükler: Bilim
Kurgu, Çalışma İlişkileri,
Distopya, Emek, Kapitalizm

Öz

Bir bilim kurgu filmi olarak “In Time”da anlatılan hikaye, paranın yerini zamanın aldığı bir gelecekte geçmektedir. Sanayi devrimi sonrası modern kapitalist çalışma ilişkilerinin temel özelliklerinin korunduğu bu gelecekte, zaman hem bir değişim hem de servet biriktirme aracı olmuştur. İnsanların daha fazla zamana sahip olmaları, yani daha fazla yaşayabilmeleri bu zamanı kazanmalarıyla mümkündür. Bu çalışmada, filmde betimlenen zaman merkezli bu üretim ilişkilerinin günümüz çalışma ilişkileriyle karşılaştırmalı olarak incelenmesi hedeflenmiştir. Marxist bir analizle, filmde bir metafor olarak kullanılan zamanın çalışma ilişkilerindeki yeri ve bir eşitsizlik kaynağı olarak kapitalist çalışma ilişkilerinin doğası In Time filmi üzerinden tartışılmaya çalışılmıştır. Bu tartışma üzerinden filmde kurgulanan ekonomik-politik sistemin temel özelliklerinin bir dökümü yapılmaya çalışılmış ve tanımlanması için kavramsal bir önerme geliştirilmeye çalışılmıştır.

1. GİRİŞ

In Time (Zamana Karşı, Andrew Niccol, 2011), gelecekte, ölümsüzlüğün sırrının keşfedildiği bir dünyada geçen hikayesiyle ve bu hikayenin arka planında betimlediği bütünlüklü bir toplumsal yapıyla günümüz çalışma ilişkilerine dair eleştirel göndermelere sahip bir bilim kurgu filmidir. Andrew Niccol'un hem senaristi hem de yönetmeni olduğu film, hikayesinin kurgulandığı evrenin bilim kurgu yazarı Harlan Ellison'un 1965 tarihli "Repent, Harlequin!" Said the Ticktockman" hikayesine oldukça benzer bir şekilde, ölçülebilir zamanın yaşamın merkezinde olduğu despotik bir rejimin hakim olduğu distopik bir dünyayı betimlemektedir.

Bu çalışmada, filmin hikayesi üzerinden çalışma ilişkileri merkezli bir ekonomi-politik çözümleme yapılması hedeflenmiştir. Bu yapılırken, filmin hikayesine dair detaylar konusunda, makalenin yazarının bir kültür sanat dergisinde yayınlanan film eleştirisinden (Özdemir, 2012) faydalanılmıştır. Filmin hikayesinin öne çıkan simgesel öğeleri, Marxist tahlil ekseninde irdelenmeye çalışılmış ve bu tahlil açısından günümüzün egemen ekonomik ve toplumsal yapısı ile karşılaştırılarak bir bilimkurgu eseri üzerinden gelecek tahayyülünün günümüz kapitalizmine dair eleştirel tutumuyla betimlenen distopik bir toplumsal sistem, kavramsal bir önermeyle tanımlanmaya çalışılmıştır.

"Bilimkurgu sinemasını özel efektlerin tahakkümünde bir tür" olarak gören Freedman, "bilim kurgu edebiyatınıysa 'bilişsel yabancılaşma' için bir araç, yani rasyonel ve somut olmakla birlikte okuru kendi dünyasına yeni bir ışık altında bakmaya, eleştirel ve siyasi açıdan onunla yeni bir ilişki kurmaya yönelten, bildiğimizden farklı dünyaların tasviri olarak görür" (akt. Bould, 2015: 15). Özel efektlerin aldatici yoğun kullanımının olmadığı bir film olarak In Time'ı Freedman'ın bilim kurgu edebiyatı tasnifine dahil edebiliriz. Bilişsel yabancılaşmayla kastettiği süreç ise In Time'da billurlaşmaktadır. Öyle ki kapitalist üretim ilişkilerinin arka planda hemen tüm unsurlarıyla dolaysız betimlenmesi, onun 'rasyonel ve somut' özelliğini pekiştirmektedir ve ölümsüzlüğün keşfi ve zamana dayalı ekonomik-toplumsal sistemin hakim olduğu bir dünyanın gerçek olup olamayacağı konusunda izleiciyi şüpheye düşürmektedir.

Filmin konusunu belirli sahnelerle atıfla kısaca özetlemek, devamında detaylandıracağımız analizimiz için referans oluşturacaktır. Film, ana karakteri Will Salas'ın, gelecekte genetik çalışmalar sonucunda yaşlanmanın durdurulduğunu, büyümenin 25 yaşına kadar sürüp o yaşta durduğu ancak o andan itibaren bileklerinde yer alan bir tür biyolojik ve dijital bir göstergenin 1 yıllık zamanı geriye sayarak çalıştığını ifade eden sözleriyle başlar. Salas, 25 yaşında yaşlanması duran ve bu andan itibaren 1 yıllık ömre sahip insanların daha fazla yaşayabilmek için çalışmak ve zaman kazanmak zorunda olduklarını söyler. Zira artık paranın yerini zaman almıştır. İnsanlar ücretli çalışmalarının karşılığında zaman kazanmakta, kazanılan zaman ile mal ve hizmet satın alarak yaşamlarını sürdürmekte, yaşamsal ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra da kelimenin ilk anlamıyla yaşayabilmek için de fazladan zamanı bileklerinde bir tür cüzdan işlevi gören göstergelerinde muhafaza etmek zorundadırlar (Resim -1). İnsanlar zaman bölgeleri olarak tanımlanan bölünmüş kentlerde yaşamaktadırlar. Yoksullar, yani bileklerinde daha az zamana sahip olanlar varoş niteliğindeki düşük zaman bölgelerinde yaşarlarken milyonlarca yıllık zamana sahip olan ve bu miktardaki zamanı zaman kapsülleri ve kasalarında muhafaza eden zenginler ise yüksek zaman bölgelerinde yaşamaktadırlar. Ücretli çalışmaya tabi olarak yaşamını sürdüren Salas, kendisi gibi işçi olan annesiyle birlikte yaşamaktadır. Salas'ın mesai arasında arkadaşıyla birlikte kahve içmeye gittiği sahnede fiyatı zaman üzerinden belirlenen kahveye zam geldiğini öğreniriz. Bir tür enflasyonun da olduğu bu sistemde ücretlerde ise herhangi bir artış olmadığını, hatta, örneğin Salas'ın haftalık ücretini alırken o hafta arttırılmış olan üretim kotasını sağlayamadığı için ücretinde kesinti olduğunu gözlemleriz. İlerleyen sahnelerde, faturalarını zaman karşılığı ödedikten sonra toplu ulaşım için yeterli nakit zamanı olmadığını fark eden Salas'ın annesi, oğlunun bileğinden kendisine bir miktar zaman alabilmek için koşmaya başlar ancak zamanı tükenir ve ölür. Salas için sistemi sorgulatan bu olay sonrası bir akşam barda, bileğinde yüzlerce yıllık zamana sahip olan ve bu yüzden o zaman bölgesine ait olmadığı kolaylıkla anlaşılan Henry Hamilton, yüzlerce yıldır yaşamaktan bıkmıştır ve ölmek istemektedir. Onu mafyanın elinden kurtaran Salas'a, uyurken, bileğindeki tüm zamanı aktarır ve intihar eder. Bileğinde o güne kadar hiç olmayan miktarda zamana sahip olan Salas bir anda polislerin aranacakları listesine girer. Time-keeper olarak adlandırılan bu polislerin temel görevi dolaşımdaki zamanı takip etmek ve korumaktır. Salas, soygunculuk ve cinayet suçlamasıyla aranırken, kendisini, annesinin de intikamını almak üzere yüksek zaman bölgesine giderken görürüz. Burada zaman bankalarının sahibi Philippe

Weis ile tanışan Salas'ın tek amacı vardır: Zenginlerin elindeki zaman servetinin tamamını almak ve halka dağıtmak. Salas'ın peşine düşen Time-keeper şefi Raymond Leon, kendisi de düşük zaman bölgesinde büyümüş olan ve bir tür devlet memurluğuyla düzenli zaman gelrine sahip olan, sistemin koruyuculuğunu maaş karşılığı bir işten de öte memur sadakati olarak gören bir polistir. Salas'ın kaçarken Weis'in kızı Sylvia'yı da rehin alır. bir süre sonra aralarındaki yakınlaşmayla birlikte birlikte soygun eylemleri yaparlar. Halka zaman faizi karşılığında zaman kredisi veren bankalara düzenledikleri silahlı soygunlardan zenginlerin yolunu keserek üzerlerindeki zamanı ve değerli eşyaları çalmaya değin peşpeşe ses getiren eylemler yaparlar. Zaman yoksulu halk için koruyucu bir sosyal güvenlik mekanizmasının da olmadığı hikayede vakıflar aracılığıyla kısıtlı da olsa zaman gelir desteği yapıldığına tanık oluruz. Will ve Sylvia'nın soygun eylemleri ise onları halk kahramanı yapmaktadır. Kapitalist piyasa işleyişine dair sembolik önemdeki bir çok kurum ve öğeye yer verilen filmin sonunda, yüksek zaman bölgelerinde birikmiş zamanın soygunlar aracılığıyla önemli bir kısmının düşük zaman bölgelerine dağıtılması, sisteme önemli darbeler vurmaktadır. Ücretli çalışanların grev, boykot vb. yoksulların ise farklı türden eylem biçimlerini görmeyiz ancak soygunların yarattığı kaos bir tür ayaklanmaya yol açar ve yoksullar yüksek zaman bölgelerine akın ederler. Film, 'daha fazla zamana sahip2 olan daha büyük bankaların soyulması sahneleriyle son bulur. Distopik bir dünyada sınıflara bölünmüş bir toplumda, şu ya da bu şekilde verili düzene isyan eden ana karakterler aracılığıyla zamana dayalı sistemin yarattığı eşitsizliğin yıkılmaya başladığına, bir tür zaman ütopyası olarak herkesin sonsuz ya da daha fazla ve zamanının tükenme kaygısını hissetmeden yaşayabileceği bir dünyanın gerçekleşebileceğine tanık oluruz. Milner'in ifadesiyle "bilim kurgu, kısmen de olsa, potansiyel olarak da olsa, bir umut kaynağıdır" (Milner, 2013: 251) ve In Time, distopyayı ütopyaya çeviren hikayesiyle bu umudu yeniden veren bir film olarak nitelendirilebilir. Filmin betimlediği dünyada egemen olan ekonomik-toplumsal sistem bu anlamda bir değerlendirmeyi de hak etmektedir.

COFFEE	4m
COFFEE PLUS	6m
COFFEE X	8m
BLACK TEA	3m:45s
DOUBLE TEA	5m
ENERGY 16oz	6m:30s
32oz	9m

Resim -1: Ücretlerini zaman olarak alan çalışanlar, mal ve hizmetleri de zaman ödemesi yaparak satın almaktadırlar (In Time).

2. IN TIME, ÜCRETLİ ÇALIŞMA, ZAMAN VE KAPİTALİZM

Filmdeki çalışma rejiminin ana unsurlarını tespit edebilmek için kapitalist çalışma ilişkilerinin tarihsel karakteristiğine başvurmak analizimiz için oldukça yararlı olacaktır. Sanayi devriminin arefesinde gelişen kapitalizmin kendisinden önceki çalışma biçimlerine tabi olan çalışanlara en büyük vaadi özgür çalışma ve bunun somutlanmış hali olarak sözleşme hürriyetiydi. İşçinin kendi özgür iradesiyle emeğini satabilmesi, çalışmak ve çalışmamak arasında tercih yapabilmesi ve işverenle pazarlık yapabilmesi çalışmanın kendisinin de özgürleşmesi anlamına geliyordu. Bu propaganda söylemi sanayi devriminden günümüze değin etkisini sürdürmüştü ve modern anlamda çalışma kültürünün toplumsal olarak içselleştirilmesini de sağlamıştır. "Sahip olma özgürlüğü ve şeyleri kontrol etme imkanı sağlayan şey olarak çalışma, ayrıca günümüz batı kültüründe bireysel özgürlüğün önemli bir parçası olarak kalmaya da devam etmektedir" (Budd, 2011: 92). Ancak çalışmanın yüceltilmesi 18. ve 19. yy'lar itibariyle oldukça sancılı bir sürece yayılarak gerçekleşmiştir. Öyle ki bir yandan sanayi devrimiyle birlikte üretim hızında gerçekleşen hızlı dönüşüm ve diğer yandan kapitalist üretim tarzının sermaye birikimine dayanan karakteri, üretimde yoğun işgücü ihtiyacını da beraberinde getirmiştir. Emeğinden başka satacak hiçbir şeyi olmayan bireyler bu üretim biçiminin kendisini

yeniden üretebilmesinin de hem bir ön koşulu hem de sonucu olmuştur. Weber'e göre "ilk sanayi kompleksleri yoksulluğun baskısı olmadan asla ortaya çıkmamıştır" (1991: 198'den akt. Castel, 2017: 149). Yaşayabilmek için ücretli çalışma ilişkisinden başka seçeneği olmayan yoksul kitleler, sanayi kapitalizminin ihtiyaç duyduğu işgücünü fazlasıyla sağlamışlardır. Söz konusu "ilk sanayi komplekslerinde öyle çalışma koşulları vardır ki, bu türden istihdam "arz"larını kabul etmek için ihtiyaçtan kaynaklı bağımlılık en aşırı düzeyde olmalıdır" (Castel, 2017: 148). Ancak artık 'çalışma özgürlüğü'ne sahip milyonlarca insan için yeni bir zor gündeme gelmiştir: Kapitalizm öncesinin siyasal zora dayalı çalışma rejimi, yerini, ekonomik zora bırakmıştır. Böylelikle ilk unsurumuzu tespit ederiz: Şu ya da bu 'zor'a dayalı çalışma. In Time filminde, sanayi komplekslerinde çalışan kitlelerin çalışma konusunda siyasal bir zora tabi olmadıklarını görmekteyiz. Ancak bu çalışma emek dışı başka bir gelirden yoksun işçilerin salt ekonomik zora dayalı bir çalışması da değildir. Çalışmamak sadece aç kalmak anlamına gelmemekte, bileklerdeki neredeyse günü birlik zamanın tükenmesi dolayısıyla ölüm anlamına gelmektedir. Salas'ın çalıştığı fabrikanın girişinde yerde yatan cansız bir işçi bedeni, kazandığı zaman yevmiesini tasarruflu kullanamamış işçileri bekleyen sonu göstermektedir (Resim - 2). Bu noktada ücretin sadece emeğin yeniden üretimi işlevi değil ama bizzatı yaşamın kendisini devam ettirecek zamansal bir fonksiyon kazandığı görülmektedir. O fonksiyon şudur: In Time'da çalışma, artık biyolojik zora dayalı bir biçim almıştır.



Resim - 2: Bileğindeki zamanı tükendiği için ölen işçinin fabrika önünde yatan bedeni (In Time).

Bunu daha anlamlı kılabilmek için soyut zamanın somutlandığı In Time evrenindeki zaman olgusunu kapitalist zaman olgusuyla birlikte karşılaştırmak işimizi kolaylaştıracaktır. Akaş, günümüz yaşam biçiminin zaman konusunda yarattığı zorlukları özetlerken günün yirmidört saatinin insana yetmediğinden bahisle "Bize artık 30 saatlik günler lazım" der ve biraz ileride şunu sorar: "gece ve gündüz on beşer saat olacak, ama bunun ne kadarı iş saati olarak geçecek?" (2000: 224-225). Zamanın ölçülmesiyle birlikte onun kullanımının bugün insanlığı getirdiği nokta daha iyi özetlenemezdi. Ancak sorun yirmidört saatin yetmemesinden mi kaynaklanmaktadır yoksa aslında sorun fazlasıyla bol olan zamanın kıt bir kaynak olarak ele alınması mıdır? Bu soruyu aşağıda cevaplamaya çalışacağız. Önce zamanın kendisini soyutlayan bir araç olarak ölçüm konusuna kısaca değinmek bağlantımızı kurmamızı kolaylaştırabilir. Zamanın ölçümü elbette kapitalizmden öncesine, binlerce yıllık bir tarihe sahiptir. Kapitalizmin gelişmesiyle birlikte yaygınlaşan ve günlük zamanı ölçmeye yarayan saatin aksine daha geniş bir ölçme yöntemi olarak takvimin tarihi oldukça eskidir. Ancak takvimin tarihine baktığımızda da yine toplumsal yaşamın temel öğresi olan üretimle yani çalışmayla paralel bir ihtiyaçla geliştiğine tanık oluruz. Batı dillerinde Latince Calendarium'a (hesap defteri) değin uzanan

etimolojik kökene sahip takvim, tarım devrimiyle birlikte insan topluluklarının çalışma ve üretim üzerinde şekillenen döngüsel ve doğrusal zaman ölçümü ihtiyaçlarının bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Örneğin Türkçedeki takvim kelimesinin de arapça kökenli 'takvim' ve 'kıyam'dan türetilmiş: Eğriyi, yanlış düzeltmek, işleri yoluna, düzene sokmak" (Güvenç, 2000: 85) anlamına geldiğini görürüz. Toplumsal yaşamın dayattığı ölçüm ihtiyacı tarihin farklı dönemlerinde farklı şekillerde kendisini göstermekle birlikte zamanın standart birimler aracılığıyla ölçülmesinin doruk noktası kapitalizmde vücut bulmuştur. Modern kapitalist çalışma, "zamanın ve mekanın standardizasyonunun bir ürünüdür. Montaj hattında olduğu gibi, çalışma alanının en ince ayrıntısına kadar tasarlanması ve en uygun iş akışı hızı ve yapısının ortaya konulması, çalışanların en etkili iş akış zamanı içerisinde ve vardiya usulüyle çalışması, zamanın ve mekanın standardizasyonu ile mümkündür" (Dikmen, 2009: 111). Günümüz çalışma yaşamının önemli tanımlayıcılarından olan esnek çalışma modelleri bile çalışma zamanı açısından belirli bir standardizasyonu korumaya odaklanmıştır: Üretimin artan hızı ve teknolojik gelişmenin ivmesine rağmen çalışma sürelerinin kısalması bir yana sürekli artması ve artık iş ve iş dılı zamanın içiçe geçmeye başladığı ve çalışmanın kendisinin kişinin yaşamına içkin hale geldiği bir standardizasyon. Kapitalizme dair bir olgu olarak tanımlanan zaman disiplini tarihin tüm dönemlerinde böyle değildi. Thompson, zaman ve iş disiplinine dair, işin zorlamasının doğaya ait olduğu balıkçılık, çiftçilik gibi işlerde zaman notasyonunun tanımlanmasında iş-yönlendirmesi'ni kullanır. Ona göre "İşgücü fiilen istihdam edilmeye başlanınca iş-yönlendirmesinden zamanlı emeğe geçiş ortaya çıkar ..., ..işveren işgücünün zamanını kullanmalıdır ve bunun israf edilmemesini sağlamalıdır: İşin değil fakat zamanın değeri paraya dönüştüğünde egemen olmaktadır" (2006: 444-445). İşte bu yüzden sanayi devriminin ikinci kuşak işçileri de "derslerini, yani zamanın para olduğunu, çok da iyi öğrenmişlerdi" (Hobsbawm, 1964'ten akt. Thompson, 2006: 479). Ancak uzun ve yorucu çalışma süreleri, işçileri kendilerine zaman ayırmaktan ve yeterince dinlenmekten de alıkoymuyordu. Çünkü işçinin kendi emek süreci üzerindeki kontrolü kalkmış, zaman artık işverenin olmuş ve onların kişisel ritimleriyle değil işverenin zaman ölçeri ile ölçülmeye başlanmıştır (Budd, 2011: 86). Bu durum, çalışan açısından iş zamanı ve iş dışı zaman ikiliğini de anlamlı kılmaya başlamıştır. Seçer, çalışma zamanı olgusuna dair "'işverene ait zaman' ile 'bireye ait zaman' arasındaki ayırımın belirginleşmesi"ne vurgu yapar (2011: 47). Kapitalist çalışmada iş zamanı, işverene aittir. İş dışı zaman bireyin kendisine ait olan zamandır. Emeğinden başka gelir kaynağı olmayan bir birey açısından gelir elde etmek için günlük zamanın bir kısmını, aslında epey uzun bir kısmını işverene tahsis etmek gerekmektedir. Ancak "çalışmayı, boş zamanla uzlaşmayan bir gelir kaynağı olarak görmek, bir bireyin emek arz kararını, istenen miktarda bir gelir ve boş zaman elde etmek için çalışılacak en uygun sürenin hesabına indirger" (Budd, 2011: 165). Yaşamak için her şeyden önce zamana ihtiyaç duyan bir çalışan, In Time'da, en düşük ücret eşliğine razı olacaktır. Bu sistemde, ücret dışı diğer gelirlere sahip yarı-proleter hane halkları (Wallerstein, 2002: 24) olmadığını da vurgulamamız gerekir. Bu açıdan tam bir proleterleşmenin gerçekleştiği bir sistemdir ve tam proleterleşme, emeğinden başka piyasaya sürececek hiçbir şeyi olmayan kitlelerdir. Yani kişi, bir saat, bir dakika fazla yaşayabilmek için bile çalışmak zorundadır. Filmde yoksulların çok hızlı hareket etmeleri, örneğin yemeği çok hızlı yemeleri, bir yerden bir yere giderken koşarcasına yürümeleri bundandır. Buna karşın zenginlerin ise oldukça yavaş hareket etmeleri, sahip oldukları milyonlarca yıllık zamanın sağladığı bir lüktür. Zaman baskısı, kapitalist çalışma ilişkilerinin yarattığı önemli bir olgudur ve "bireyin çeşitli zaman kategorilerine gerekenden fazla zamanı kendi isteği ve kontrolü dışında ayırması ya da ayırmak durumunda kalması halinde gündeme gelmektedir" (Seçer, 2011: 132). Gününün belirli bir bölümünde emek-gücünü işverene veren bir işçi açısından işgünü dışında kalan sınırlı zaman, kendisinin sahip olduğu zamanı ifade eder. Bu zamanın az ya da çok olması işçinin ihtiyaçlarıyla doğrudan ilintilidir. "Parasal açıdan fakir olmak bilindik bir olgudur ve belirli ihtiyaçları karşılamaya yetecek kadar para sahibi olunmamasını ifade eder. Zamansal açıdan fakir olmak ise, benzer bir yaklaşımla, yapılması gereken bir çok şeye yetecek kadar zamanın bulunmamasını ifade etmektedir (Vickery, 1977: 42-43'ten akt. Seçer, 2011: 127). Kapitalist çalışma rejiminin yarattığı bu zaman yoksulluğu, In Time'da ekonomik yoksullukla bütünleşmiştir ve işçinin ihtiyaçlarının ne olduğundan bağımsızlaşmıştır. Çünkü zamanın kullanımı konusunda kişiden kişiye değişebilir -subjektif- ihtiyaçların yerini objektif tek bir ihtiyaç almıştır: Surviving (Hayatta kalma ihtiyacı). İnsan evriminin kilit işlevi görmesinden, avcı-toplayıcı insan topluluklarına ve bugüne temel bir dürtü olarak bu ihtiyaç, yukarıda tanımladığımız In Time evrenindeki çalışma rejiminin biçimsel olarak kapsadığı alanı göstermesi açısından anlamlıdır: Yani

biyolojik zora dayalı çalışmayı sağlamak için elverişli zemini – zaman yoksunluğunun yaşama dürtüsüyle çelişmesini bulmaktadır.

Günümüz çalışma ilişkilerinde “çalışma, tıpkı öteki mal ve hizmetler gibi alınıp satılabilen bir meta olarak kavramlaştırılmaktadır..., ...kapitalist toplumlarda istihdam, çalışmanın bir meta olarak değiş tokuş edildiği (karmakarışık bir ilişki olmasına rağmen) bir sözleşme ilişkisi olarak yasal bir biçimde düzenlenmektedir” (Budd, 2011: 98-99). Budd, bu tespiti, Marx’a bir parantez açarak yer verir. Çalışmanın, emeğin bir meta olduğu tespiti, kapitalizmin başlangıcından bugüne özellikle ana akım iktisatçılar tarafından kabul edilmektedir. Ancak Marx, Kapital’de, kendi analizinin temelini oluşturan şu tespiti yapar: “İşçinin sattığı şey kendi emek gücüdür. Çalışmaya, yani iş yapmaya veya emeği harcanmaya başlar başlamaz, artık, emeği işçiye ait olmaktan çıkmıştır ve dolayısıyla da artık onun tarafından satılamaz” (2018: 515). Tam da bu nokta bizi yeniden zaman olgusuna vardırır. Çünkü kapitalist, “emek gücünün bir günlük değeri için ödeme yapar. Bunun kullanımı, diğer herhangi bir metanın, örneğin bir gün için kiraladığı bir atın kullanımı gibi, o gün için kendisine ait olur” (Marx, 2018: 188). In Time’da zaman-ücretiyle çalışan bir işçi, örneğin 8 saatlik bir işgünü içerisinde aynı zamanda bileğindeki 8 saatten de vazgeçmektedir. Demek ki kaybedilen o zamanın yanı sıra kendisini ertesi sabah işbaşı yaptırıp mesai bitimine kadar yaşamasını sağlayacak zaman ve buna ilave olarak günlük emeğin yeniden üretimini sağlayan geçim araçlarını sağlayacak bir ücret alabilmektedir. Bu da bize bir diğer unsurumuzu sağlar: In Time’da işçi sadece emek-gücünün kullanım hakkını değil, kendi zamanının, yaşamsal olarak onun bileğinde kodlanmış olan yaşam zamanının kullanım hakkını da işverene kiraya vermektedir. Yani In Time’da çalışma, artık sadece emek-gücünün değil zaman-gücünün kullanım hakkının da geçici olarak kapitaliste devredildiği bir biçim almıştır.

Marx’ın “işçinin sattığı şey, doğrudan doğruya *emeği* değil, kullanım hakkını geçici olarak kapitaliste devrettiği kendi *emek-gücüdür*” (2006:49) tespiti bu noktada önem kazanır. “*Artı-değer* oranı, diğer bütün koşullar aynı kalmak kaydıyla, işgücünün emek-gücünü yeniden üretmek için gerekli kısmıyla, kapitalist için harcanan *artı-zaman* ya da *artı-emek* arasındaki orana bağlıdır” (Marx, 2006: 54). Sermaye birikiminin ücretli emeğin sömürüsü üzerinde yükseldiğini söyleyen Marx’ın analizinin en önemli kısmını *artı-değer* oluşturur. Ancak öncesinde onun sermaye ve para arasındaki farka dair analizine bakmak gerekir: “Para olarak para ile sermaye olarak para, birbirlerinden ilk olarak, yalnızca farklı dolaşım biçimleriyle ayırt edilir. Meta dolaşımının dolaysız biçimi, M-P-M, yani metanın paraya dönüşmesi ve paranın yeniden metaya dönüşmesi, satın almak için satmaktır. Ama, bu biçimin yanında, spesifik olarak farklı bir ikinci biçimi, P-M-P biçimini buluruz; burada ilk önce para metaya dönüşür ve sonra meta yeniden paraya dönüşür, yani satmak için satın alınır. Hareketiyle bu ikinci dolaşımı gerçekleştiren para, sermayeye dönüşür, sermaye olur ve tanımı gereği bile sermayedir” (Marx, 2018: 152). Sermaye bu büyüme sürecini ücretli emeğin sömürüsü üzerinden gerçekleştirir. İşçi ve işveren arasındaki ücret anlaşmasının perdelediği şey budur: “Ücret sistemi temelinde *ödenmemiş* emek bile *ödenmiş* emek gibi görünmektedir” (Marx, 2006: 55). In Time’da işçilerin günlük çalışma süresi sonunda elde ettikleri zaman geliri sadece onların ertesi gün yeniden işbaşı yapmalarını sağlayacak bir tutarı sağlar. Dolayısıyla Marxist analiz açısından onlara zaman karşılığı ödeme yapan işverenlerin karlarının başlangıç noktası da işçilerin hak ettikleri ücretlerinin ödenmeyen kısmı olmaktadır. Bunun zaman olduğunu düşündüğümüzde ve In Time’da üretilen metaların değerinin tahvil edildiği yegane şeyin zaman olduğunu buna eklediğimizde, bu bize bir başka unsuru verir: In Time’da *artı-değer*, *artı-zamandır*.

Artı-değer süreciyle karın ve bu karın biriktirilmesiyle sermayenin büyümesi, In Time’ın polis gücü olan ‘Time-Keeper’ların (Zaman koruyucuların) isimlerini anlamlandırmamıza da yardımcı olur. Önceki blümde özetlediğimiz hikayede gördüğümüz gibi bu kolluğun temel görevi dolaşımdaki zamanı takip etmek ve korumaktır. Polis merkezindeki dijital haritalar, trafik navigasyon uygulamalarına benzer bir şekilde anlık olarak tüm yurttaşların konumlarını, bileklerindeki zaman miktarıyla birlikte göstermektedir. Zaman bölgelerinin, kişilerin sahip oldukları zaman miktarlarına göre ayrıldığı ve sınıflı yapının zamana dayalı mül sahipliğiyle mekansal olarak da keskin bir şekilde ayrıldığı bu dünyada, belirli bir büyüklüğü aşan zaman miktarı eğer ‘olmaması gereken’ bir yerde ise Time-keeperlar müdahale ederek söz konusu zamana el koymakta ve onu ‘olması gereken’ zaman bölgesine transfer etmektedirler. Çünkü örneğin düşük zaman bölgesindeki bir işçinin belirli bir zamanda kazanabileceği en yüksek zaman miktarı bellidir: Bu, emek-gücü, filmimizdeki haliyle zaman-gücünün işverene kiraya verilmesi sonucu elde ettiği ücretten daha fazla olamaz. Time-keeperlara göre bunu aşan zaman miktarı hırsızlık sonucu elde edilmiştir ve el koyulmalıdır. Ancak

aynı time-keeperların düşük zaman bölgesinde haydutluk yaparak işçilerden zaman çalan ve hatta tüm zamanını çalarak ölümüne yol açan bir çeteyle uğraşmadığını hatta örtük olarak bu hırsızlıkların önünü açtıklarını da görmekteyiz. Öyleyse bu bizi yeniden Marx'ın sermaye oluşum süreci tarifine götürür. Wallerstein'in da tarihsel kapitalizmin ayırt edici özelliği olarak tarif ettiği bu süreç, sermayenin özel bir yolla, başlıca amacının büyümek olduğu bir yolla kullanıma girmesidir. Ona göre bu “sistemde, geçmiş birikimler yalnızca daha fazla sermaye biriktirmek için kullanıldığı ölçüde sermayedir” (2002: 12). In Time'da da zamanın, hırsızlık yoluyla elde edilip edilmediğinin önemi yoktur. Önemli olan onun verimli kullanılıp kullanılmayacağıdır, yani yoksulların bileklerinde haracarak tüketilmesi değil zenginlerin elinde yatırım araçlarıyla büyümesidir. Böylelikle bir diğer unsurumuzu da elde etmiş oluruz: Zamanın, sermaye dolaşım süreciyle birlikte katlanarak büyümesi ve küçük bir azınlığın elinde birikmesi, yani zaman-sermaye.

3. IN TIME VE CAPITIMEISM

Kavramları açıklarken ve onların karşılık geldiği ‘şey’lerin detaylı analizi yapılırken kelimelerin tarihsel kullanımından hareket etmek gerekliliğini hatırlamak halihazırda işleyen kapitalizm üzerinden In Time filminde ortaya konulan distopyayı da (bir önceki bölümde detaylandırıldığı gibi) temel işleyiş yasalarının aynı olmasından hareketle bu tarihselliği barındıran bir sistem olarak tarif etmemizi ve onu tanımlayacak bir terim üretmeyi önermemizi olanaklı kılabılır. Kapitalizmde, kapitalin / sermayenin etimolojik kökeninin latince capitalis sözcüğüne kadar uzandığı bilinmektedir. Sözcük, tarım ve hayvancılığa dayalı ekonomik ve toplumsal yaşamda baş / hayvan sayısı anlamına gelen caput sözcüğünden türemiş ve kapitalizmin arfesinden başlamak üzere sermayenin tanımlanmasında da yine aynı perspektiften hareketle, yani bir zenginlik / sahip olunan anamalı tanımlaması amacıyla kullanılmaya başlanmıştır. Zaman birikimi ve bu birikimin yeniden ve yeniden katlanarak büyümesi; ve yine belirli ellerde bir ‘yatırım’ aracı işlevi görerek yeniden büyümesi özelliğinden hareketle In Time dünyasını tanımlamak üzere ‘Capitimeism’ gibi bir kavramsal önermede bulunmayı deneyebiliriz (Özdemir, 2012: 52). Kapitalizmden tek farkının, emekgücü kullanımının zaman üzerinden paraya çevrilmesi yerine doğrudan emekgücünün zaman-sermaye birikimine kanalize edilmesi olan bu sistemde zamanın bizatihi kendisi bir değişim ve birikim aracı ve dahası bu birikimi sağlamaya yönelik bir sömürü aracı olmaktadır. Esas olarak aynı işleyiş yasalarına sahip olan capitimeism, kapitalizmin en temel çelişkisi olan emek-sermaye çelişkisini en keskin haliyle sürdürmektedir. Kapitalizmde ücretli çalışma, emeğinden başka piyasaya sunacağı başka bir şey olmayan işçinin yaşamını sürdürmesi için hayati önemdeyse ve işverene kullanım hakkını verdiği emekgücü karşılığında aldığı ücret, emeğini yeniden üretecek hayati ihtiyaçlarını karşılıyorsa; ücret ve fiyatın zamana endekslendiği, sadece emeğin yeniden üretiminin değil aynı zamanda onun sınırlarını da belirleyen hayati ihtiyaçların da zamanla ölçülmesi üzerinde şekillenen bir ekonomik-toplumsal sistemi tanımlamak için kaçınılmaz olarak ulaşılabilecek yegane sonuç şu olacaktır: Çalışmamak kelimenin ilk anlamıyla ölmek demektir. Kapitalist üretim ilişkilerinin yarattığı eşitsizliklerin; bir yandan kapitalizm öncesinden miras kalan geleneksel ve informal dayanışma ağlarıyla diğer yandan ve asıl olarak hak mücadeleleri ve diğer faktörlerle gelişen ve neo-liberal dalgaya rağmen sınırlı da olsa varlığını koruyan sosyal devlet vb. uygulamalar aracılığıyla; hem bir ölçüde azaltılması hem de sürdürülebilir kılması reel-politiğine karşın zamanın kendisinin değişim-bölüşüm ve biriktirme aracı olduğu capitimeism’de, bu sonuç, kapitalizmde çalışmayan aylıklıkla itham edilmesi gerçeğini böylelikle -çalışmayana yaşam hakkının tanınmadığı- bambaşka bir düzleme taşımıştır. İşsizlik hakkını modern çalışma ilişkileri aracılığıyla dayatılan tahakküme karşı bir kurtuluş modeli olarak öne süren ve kapitalizmde işsizliğin “insanın kendisine ya da komşusuna faydalı olacak şeyleri yapma özgürlüğünden çok üzücü bir aylıklık hali anlamına” geldiğini söyleyen Illich’i (2010: 83) tamamen çaresiz bırakacak bir şekilde, In Time’da işsizlik hakkı sadece ekonomi değil biyolojik olarak da mümkün değildir. Engels, İngiltere’de Emekçi Sınıfın Durumu’nda işçilerin çalışma koşullarının yanı sıra barınma koşullarına da dikkat çekerek “Bu yüzden de erken yaşlanırlar, erken ölürlər. Bu noktada ölüm istatistikleri tanıktır” (1997: 164) der. In Time’da hiçkimse yaşlanmamakta ama zenginler sonsuza dek yaşarlarken işçiler genç ölmektedir (Resim - 3). Ölümüne bir çalışma ve birikim rejiminin ölümsüzlüğü sağlayan bir refahı yaratması, bu ironik çelişki; çıkarlarıyla karşıt iki sınıfın oluşturduğu bir üretim ilişkisinin sonucu olmaktadır. Bütün bir değer üretimi ise zamanın yeniden üretilmesine dayanmaktadır.



Resim - 3: “Zenginler sonsuza kadar yaşar, yoksullar genç ölür” (In Time, Fragman).

Yeniden üretimin temel karakteristiği Capitimeizm’e dair dört başlıkta toplayabileceğimiz özelliklerin bir araya gelmesiyle ortaya çıkmıştır: Birincisi, mülksüz ücretliler ve çalışmak zorunda olmayan mülk sahiplerinden oluşan toplumdaki bu sınıfsal bölünme zaman yoksunluğu ve zaman sahipleri arasında gerçekleşmektedir. Tıpkı Castel’in kapitalizmin ilk dönemini tanımladığı gibi “Bir hiyerarşiden ziyade sermaye ve emek karşıtlığı, yani mülkiyet temelli güvenlik ile kitlesel korunmasızlık arasındaki karşıtlık ekseninde bölünmüş bir dünya söz konusudur” (2017: 297). Bu bölünmüş evrende zaman sahiplerinin servetlerinin kaynağı, zamandan yoksunlaştırılmış kitlelerdir, kaynak transferinin yoksuldan zengine gerçekleştiği bu durum ikinci özelliği ortaya koyar: Sömürüye dayalı bir sistem vardır. Üçüncü olarak bu sistemde devlet bir zor aygıtı olarak vardır ve ama zaman zenginlerini değil zamanın kendisini korumak üzere vardır. Burada önemli nokta şudur: ‘Zamanın boşa harcanması’nı engellemek onu sınıflar üstü göstermeye yeterli değildir, zaman birikimini korumak, varlığını sadece bu birikime borçlu olan zenginleri korumaktır aslında. Son olarak sistemin tüm bu özelliklere hayat veren temel mekanizması, esasında her gün ve her gün kendiliğinden yeniden var olan bir ‘şey’in, zamanın kendisinin kıt bir kaynak gibi algılanmasıdır. Bu algının temeli ise onun piyasa sürecinin merkezinde yer almasıdır. Çünkü ana akım iktisat, bütün bir ekonomi tarihinin kıt kaynaklarla sonsuz ihtiyaçları karşılama bilimi olarak sunmakta ancak buna karşın filmdeki bir replik aracılığıyla ifade edilecek olursa: Oysa herkese yetecek kadar zaman vardır. Dolayısıyla Capitimeizm, esasen zamanın piyasaya sürülmesinin sistemidir. Bu sistemin temel kavramları ise biyolojik-zora dayalı çalışma rejimi ve bunun unsurları olarak zaman-gücü, artı-zaman ve zaman-sermayedir. Sistem, bu unsurlar aracılığıyla insanın hayatta kalma dürtüsünün sömürsü üzerinden işlerlik kazanmaktadır. Kropotkin’in ifadesiyle “Birilerinin varlığını, birilerinin yoksulluğuyla mümkün olduğunu anlamak için uzun incelemeler yapmaya gerek yok. Yoksulun olmadığı yerde, onları sömüren varıl da yok demektir” (2007: 78).

4. SONUÇ

Ölçülebilir zamanın muhafaza edilebilir ve böylelikle yeniden kullanılabilir hale geldiği bir sistemin egemen olduğu gelecek portresi çizen bir bilimkurgu filmi olarak In Time filminde, zamanın kazandığı bu yeni özelliğinin bütün bir ekonomik-toplumsal sistemi şekillendiren temel bir işleve bürünmesi ve bir değişim ve biriktirme aracı olarak paranın yerini alması kapitalist sistemin temel çelişkileri üzerinden sunulmaktadır. Bir bilimkurgu filmi / öyküsü olarak distopik bir gelecek tahayyülü sunmakta, bunu yaparken yazarın / yönetmenin, ‘bugünkü’ dünyaya için öğelerden oluşan hareket noktasından geleceğe dair öngörülerini barındırmaktadır. Bu çerçevede kapitalizme için temel özelliklerin filmde ortaya konulan sistemin de temel özellikleri oldukları söylenebilir. Zamanın merkeze alınması ise hem kapitalizmle paralel üretim ilişkilerini ortaya koymakta ama aynı zamanda ve bundan dolayı da kapitalizmden daha keskin çelişki ve eşitsizlikleri barındıran bir sisteme işaret etmektedir.

In Time’da, kapitalist bir işleyişi filmin hikayesinin arka planda resmedilen pek çok olguda gözlemlemek mümkündür. Filmdeki çalışma rejimi, ücretli çalışmadır ve işveren merkezli bir zaman disipliniyle işlemektedir. Filmde ekonomik ve toplumsal yaşam piyasalarla düzenlenmektedir. Mal ve hizmet piyasalarında enflasyon gibi olgulara, emek piyasaları açısından işsizliğe işaret edilmektedir. Bankalar aracılığıyla kredi sistemi, yoksullara yardım kuruluşları aracılığıyla sosyal yardımlaşma sistemi örnekleri verilmektedir. Hak temelli bir sosyal politika mevcut olmadığı gibi yardım temelli sosyal politikanın da kamu güvencesinden yoksun olduğu görülmektedir. Tüm bunları kapsayacak şekilde de bir mülksüz ücretliler ve mülk sahipleri dikotomisinin hakim olduğu ve sermaye birikiminin söz konusu ücretli emek üzerinden sağlandığı bir üretim ilişkileri betimlenmektedir. Film bu açıdan bir kapitalist distopya örneği niteliği kazanmaktadır.

Diğer yandan hem filme kapitalizmin bir tür aynası niteliğini sağlayan ama hem de bu işlevi distopik bir biçimde sunmasını sağlayan unsur ise filmin zaman merkezli bir dünyayı konu edinmesi; kapitalizmin hemen tüm yasaları ve unsurlarının sunulduğu bu evrende önemli bir metafor olarak zamanın paranın yerini aldığı bir sistemi ortaya koymasıdır. Kapitalizmin zaman aynasındaki bu bozuşturulmuş yansımasını Capitimeism olarak nitelersek filmde yer alan ve tipik bir kapitalist topluma özgü olan, yukarıda sıralanmış olgulara yapılan göndermelerin zaman merkezli sistemde kazandıkları anlam da kapitalizmin eşitsizliklerinin bir tür Nirvana’sını göstermesi bakımından önemlidir: Enflasyonun bizzat devlet eliyle desteklenmesiyle nominal fiyat artışlarına mahkum edilen ücretlilerin (zamanın gerçek değerinin değişmemesi olgusundan hareketle) zaman tüketiminin arttırılmasının hedeflenmesi, (zaman) ücretler(in)de düzenli kesintilerin yapılması, bankalar aracılığıyla ücretlilere verilen (zaman) krediler(in)in faizlerinde yapılan artışlar gibi uygulamalar, Capitimeism’in emek-sermaye karşıtlığını, “Herkeseye yetecek zamanın olduğu bir dünyada” bu zamanın bir azınlık elinde sonsuz yaşam için birikimini sağlamak üzere keskinleştirdiğini ve bunu da otoriter bir rejimde gerçekleştirdiğini göstermektedir. Ayrıca piyasanın yarattığı diğer eşitsizliklerin de yine devlet eliyle farklı uygulamalarla despotik olarak desteklendiği de görülmektedir. Yoksulların yaşadığı bölgelerle zenginlerin yaşadıkları bölgelerin ayrılmasının salt piyasa adaletsizliğiyle değil, sınırları çizilmiş ve geçişlerin doğrudan zenginliğe (belirli bir miktar zaman sahipliğine) bağlandığı bir tür vize sistemiyle gerçekleştiği görülmektedir. Yine dolaşımdaki paranın (zamanın) devlet tarafından izlendiği ve birikim rejimini sekteye uğratabilecek olası ‘aksaklık’lara ise doğrudan polis gücü aracılığıyla müdahale edildiği de görülmektedir.

Bu çerçevede In Time’da betimlenen sistemi kapitalizmden tamamen farklı kılmadan ve onun bir tür biçimsel versiyonu ama mevcut işleyiş yasalarının değişmediği ve mevcut eşitsizlik ve sömürü mekanizmalarını güçlendirmeye yarayan bu biçimsel versiyonunun temelini oluşturan zaman sistemi aracılığıyla tanımlamak mümkün olabilir. Capitimeism dediğimiz bu sistem, zamanın emekgücü ve meta üretiminde anlam kazandığı kapitalizmde genel olarak bütün metaların donmuş emek zamanından başka bir şey olmadığı Marxist tespitinin bu kez zamanın bizzat kendisinin değişim ve birikim aracı olduğu bu bilimkurgusal evreni tanımlamamıza, soyut zamanın insanın yaşamak için ihtiyaç duyduğu haliyle somutlandığında zaman kavramının kendisinin, piyasa süreçleriyle ele alındığında, emek-sermaye çelişkisinin en keskin halini göstermesi açısından işlevsel bir anlama sahip olduğunu söylememize olanak tanımaktadır.

KAYNAKÇA

- Akaş, C. (2000). Dünya Durursa Takvimlerde Durur mu?, *Cogito*, S.22. 221-225.
- Bould, M. (2015). *Bilimkurgu*, Sinan Okan, Gen E. (Çev.), İstanbul: Kolektif Kitap.
- Budd, J. W. (2011). *Çalışma Düşüncesi*, Man F. (Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Castel, R. (2017). *Ücretli Çalışmanın Tarihçesi, Sosyal Sorunun Dönüşümü*, Işık Ergüden (Çev.), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Dikmen, A. A. (2009). *Makine, İş, Kapitalizm ve İnsan*, Ankara: Tan Kitabevi Yayınları.
- Ellison, H. (1965). ‘Repent, Harlequin!’ Said the Ticktockman, *Galaxy Magazine*, Dec. 1965, 135-146.
- Engels, F. (1997). *İngiltere’de Emekçi Sınıfın Durumu*, Fincancı Y. (Çev.), Ankara: Sol Yayınları.

- Fleming, P. (2016). *Çalışmanın Mitolojisi, Kapitalizm Kendine Rağmen Nasıl Ayakta Kalıyor?*, Kılıç E. (Çev.), İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Güvenç, B. (2000). Takvimde Zaman, Geçmiş ve Gelecek, *Cogito*, S.22. 85-94.
- Illich, I. (2010). *İşsizlik Hakkı*, Keskin D. (Çev.), İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.
- Kropotkin, P. A. (2007). *Ekmeğin Fethi*, Beyhan M. (Çev.), İstanbul: Öteki Yayınevi.
- Marx, K. (2006). *Ücret, Fiyat ve Kar*, Bilgi A. (Çev.), İstanbul: Evrensel Basım Yayın.
- Marx, K. (2018). *Kapital, Ekonomi Politikin Eleştirisi*, I. Cilt, Selik M. ve Satlıgan N. (Çev.), İstanbul: Yordam Kitap.
- Milner, A. (2013). Ütopya ve Bilim Kurguyu Yeniden Düşünmek, *Kızıl Dünyalar, Marksizm ve Bilimkurgu*, Bould M. ve Mieville C. (Ed.), İstanbul: Doruk Yayıncılık, 251-270.
- Niccol, A. (2011). *In Time* (Film), ABD: New Regency.
- Özdemir, Ö. F. (2012). Kul Eyledi Zaman Bizi, *Evrensel Kültür Dergisi*, Şubat 2012, 49-52.
- Seçer, H. Ş. (2011). *Çalışma Yaşamında Zaman*, İzmir: Altın Nokta Yayınevi.
- Thompson, E. P. (2006). *Avam ve Görenek*, Kocabaşoğlu U. (Çev.), İstanbul: Birikim Yayınları.
- Wallerstein, I. (2002). *Tarihsel Kapitalizm*, İstanbul: Metis Yayınları.

The Descriptive Overview of Hunting Tourism: General Reviews for Turkey

Avçılık Turizmine Açıklayıcı Bir Bakış: Türkiye İçin Genel Değerlendirmeler

Lec. Zekeriya AKSOY
Batman University
zekeriya.aksoy@batman.edu.tr
ORCID: 0000-0003-3305-3443

Assoc. Prof. Dr. Erdem SEVEN
Batman University
erdem_seven@hotmail.com
ORCID: 0000-0002-7587-5341

DOI: 10.37154/cudes.2022.47

Article Info

Received: 14.02.2022
Accepted: 09.03.2022

Keywords: Wildlife tourism, Hunting tourism, Hunting species, Protected areas, Turkey

Abstract

Wildlife tourism, a popular type of tourism, is based on the interaction between tourists and wild animals which are in captivity or in their natural environment. Hunting tourism consists of temporary travel and accommodation of hunters for the purpose of hunting, resting and doing sports in a region or country other than the places where they live permanently, and making contributions to the economy of the visited country. People are seeking new sorts of tourism, such as historical sightseeing and discovering new nations with hunting tourism. The growth of the hunting tourism depends on not only the quantity of hunters, but also the type of game and trophy structure. Hunting tourism holds a significant place and potential in wildlife, and is regarded as a contributor to the economies of many countries, including Turkey. Turkey encompasses a rich fauna as in other biodiversity elements and, has various hunting tourism activities. In this paper, hunting tourism, one of the alternative tourism types, has been examined as a conceptual evaluation of tourism, the studies carried out on wildlife potential, wildlife development areas, protected areas, hunting fees, hunting regions and provinces, hunting laws and regulations in Turkey are investigated, and the latest updated data on the current topic have been presented and compared in accordance with international academic studies and their results.

Makale Bilgisi

Geliş: 14.02.2022
Onay: 09.03.2022

Anahtar sözcükler: Yaban hayatı turizmi, Av turizmi, Av türleri, Korunan alanlar, Türkiye

Öz

Popüler bir turizm türü olan yaban hayatı turizmi, doğal veya doğal olmayan ortamlarında bulunan vahşi hayvanlar ile turistler arasındaki etkileşime dayanmaktadır. Av turizmi, avcılarının kalıcı olarak yaşadıkları yerler dışında bir bölge veya ülkede avlanmak, dinlenmek ve spor yapmak amacıyla geçici olarak seyahat etmelerini, konaklamalarını ve ziyaret edilen ülkenin ekonomisine katkılar sağlamasını kapsar. İnsanlar av turizmi ile tarihi geziler ve yeni milletler keşfetmek gibi yeni turizm türleri aramaktadırlar. Av turizminin büyümesi sadece avcılarının sayısına değil aynı zamanda avın türüne ve yapısına da bağlıdır. Yaban hayatı içinde önemli bir yere ve potansiyele sahip olan av turizmi, Türkiye'de dahil birçok ülkenin ekonomisine katkı sağlayan bir turizm unsuru olarak görülmektedir. Türkiye, diğer biyolojik çeşitlilik unsurlarında olduğu gibi zengin bir faunaya sahiptir ve çeşitli av turizmi faaliyetlerine sahiptir. Bu çalışmada, alternatif turizm türlerinden biri olan av turizmi, turizmin kavramsal bir değerlendirmesi olarak incelenmiş, Türkiye'de yaban hayatı potansiyeli, yaban hayatı geliştirme alanları, korunan alanlar, av ücretleri, av bölgeleri ve illeri, av kanun ve yönetmelikleri konularında yapılan çalışmalar araştırılmış, güncel konuyla ilgili en son veriler sunulmuş ve uluslararası akademik çalışmalar ve sonuçları doğrultusunda karşılaştırılmıştır.

1. INTRODUCTION

Tourism sector has gained enormous significance on a global scale in recent years following by an intense evolutionary process (Martín-Delgado et al., 2020). It is also a growing economic force increasing averagely of 3% per year, and it is generally perceived as being detached from the political, cultural and social environment producing the ambition to be a tourist in the first place (Curtin and Kragh, 2014). Tourism is a large industry keeping different varieties, and some types of tourism reach saturation level leading serious changes in the tourist profile (Yılmaz, 2001). Thus, there might be a transition from mass tourism to individual tourism. Due to the sensitivity of today's tourists to the environment, products hosting attraction such as highland tourism, hunting tourism, wildlife, river sports, agro-tourism, botanical tourism, trekking, camping-caravan tourism, mountain tourism, bicycle tours, ornithological tourism, butterfly watching and highland tourism etc. are considered as the scope of touristic product diversification (Buckley, 1994; Brandon, 1996; Yılmaz, 2001; Şafak, 2006; Fennell, 2015; Genç and Seven, 2020). These varieties in tourism sector are supposed to make contributions to both the development of the tourism and the tourism revenues of the countries.

Hunting tourism is a consequence of hunters' interest in shooting different specimens distributed irregularly all over the world, and this case led to a great number of national and international travels (Martín-Delgado et al., 2020). Hunting tourism is an activity, which belongs to hunting as a form of economic activity, and it is also a special form of tourism (Prentović et al., 2016). It is characterized by certain characteristics, yet it is essential to have a certain amount of available fund of one or more species of game for its success (Garača et al., 2019). With hunting tourism, people's tendency to return to nature has increased and it has been seen that people are looking for new tourism types such as hunting tourism as well as coastal tourism, seeing historical places, discovering new countries (Kozak and Bahçe, 2009). Hunting has become a significant tourism type in the long run, and it is getting more popular day by day.

There are various hunting tourism activities in Turkey, and all of these activities contribute to the management of natural resources and Turkish economy considerably (Süel et al., 2019). Hunting tourism has an important role and potential in the contribution of wildlife to the country's economy, and all kinds of expenditures and photo safaris made by tourists coming to the area with hunting tourism also contribute to the economy significantly (Akkuzu et al., 2015). Considering multiple investigations on the current topic, it is indicated that the impact of hunting and wildlife tourism on economy, wildlife potential of Turkey, the spatial dispersion of species, hunting tourism statistics are studied (Ege, 1996; Şafak, 2006; Ukav, 2012; Alkan, 2014; Olcay et al., 2019; Yayla et al., 2020; Özer, 2020; Sarı and Arpacık, 2020). Conducting investigations on a general literature review of various studies revealed that wildlife tourism or hunting tourism is not much studied in many areas of tourism, and also the number of the studies dealing with these two topics at the same time are very limited. Most of the researchers or people in charge of these kinds of tourism are not aware of the proper requirements such as the potential, areas, fees, provinces, laws and regulations etc.; hence, some certain knowledge about general scope should be stressed. Furthermore, in order to reach statistics on hunting and wildlife in Turkey, a current study on the subject is required.

Therefore, the main purpose of this study is to evaluate conceptually hunting tourism, wildlife tourism, hunting tourism legislation, hunting tourism in Turkey and wildlife-based tourism potential of Turkey. The following objectives are defined;

- to investigate hunting tourism on wildlife potential,
- to describe wildlife development areas,
- to pinpoint protected areas,
- to seek hunting fees,
- to claim hunting regions and provinces,
- to regard hunting laws and regulations.

The current study is a conceptual review and interpretation of studies conducted about hunting and wildlife tourism in Turkey; therefore, the recent data of many international studies from various conference proceedings, articles, theses, books, and book chapters published in the multiple databases holding substantial impact factors have been employed as data collection. The related studies were classified and analyzed as a list in order to indicate the significant aspects on the obtained data. This study is also a descriptive analysis, and thus scanning key aspects in those studies are crucial to posit the data of the study.

2. CONCEPTUAL FRAMEWORK

2.1 Wildlife Tourism

The term “wildlife” has a rather deep meaning that includes wild animals and the environment in which they live. However, it is generally used in relation to terrestrial and aquatic vertebrate animals in Turkey (Akkuzu et al., 2015). Defined as an eco- and animal friendly tourism, wildlife tourism generally shows and watches animals in their natural habitat (Korir et al., 2013). Wildlife tourism consists of various experiences including hunting tourism, fishing tourism, wildlife-watching tourism, and captive-wildlife tourism (Higginbottom, 2014). Wildlife tourism is based on the interaction held between tourists and wild animals in captivity or their natural habitat, and it can have contributions to the environmental and socioeconomic benefits, which include providing jobs for local people, developing a conservation ethic, affecting onsite visitor behaviour, and satisfying tourists (Bertella, 2018). As a very popular form of tourism, wildlife tourism has become a significant component of tourism industry.

Wildlife tourism is generally animal friendly tourism form, and the opportunity to see animals which might even have a positive impact on the improvement of visitors’ mental state (Kurlito, 2014). Wildlife tourism experiences not only have considerable influences on tourists’ learning and behaviour, but also make great contributions to tourists’ satisfaction with the experiences (Ballantyne et al., 2012). It is supposed to provide both conservation and the protection of potential contact between observers and wild animals (Schanzel and McIntosh, 2000). Most of the wildlife tourists are much more careful than other tourists in regards to participating in activities likely to have a disturbing effect on animals as they have an interest in and a concern for wildlife (Green and Higginbottom, 2000). However, there can be some negative impacts of wildlife tourism, such as disturbing animals in their natural habitats, scaring away animals and disrupting their feeding and nesting sites due to a rapid increase in resort and hotel construction (Korir et al., 2013). Besides, it is extensively acknowledged that wildlife tourism may have some negative impacts on biodiversity (Curtin and Kragh, 2014). Though the tourists attending to the wildlife tourism are generally very sensitive about the nature and animals, some detrimental effects of the wildlife tourism may occur.

Wildlife tourism is a very important component of the tourism industry of a great number of countries, including some of South American countries (especially in Ecuador-Galapagos), Africa (particularly Kenya, Tanzania, South Africa and Botswana), Bangladesh, Australia, Indonesia, India, Malaysia, Canada and many other countries (Kurlito, 2014). It is a multi-million-dollar industry including safaris and customized tour packages (Korir et al., 2013). Today, wildlife resources provide important contributions to the economies of countries in different ways such as hunting, nature tourism, and wild animal products (Wollscheid and Czudek, 2010). On the other hand, overloading wildlife resources, especially in underdeveloped or developing countries, seriously threatens the future of these resources (Akkuzu et al., 2015). Therefore, the planning of wildlife tourism in a country should be made very carefully not to endanger the wildlife resources.

2.2 Hunting Tourism

Since the existence of humanity, hunting has changed continuously, and it has altered into an activity for sports and entertainment in the course of time despite of the fact that it was a necessity for survival (Özer, 2015). Hunting is generally regarded as a serious leisure or sport in western societies, and it is expanding tourist markets internationally (Tickle and Von Essen, 2020). Hunting, which means the act of capturing animals living freely in nature, alive or dead, has attracted the attention of human beings in almost every period (Şafak, 2006). It is a phenomenon which started with the existence of humanity, has undergone some changes and continues its existence today. It has turned into a recreational tourism activity for pleasure, while it was a necessity for people to survive in the

early ages (Unur, 2000). Furthermore, it is known that hunting tourism is a kind of tourism, where an individual travel outside his/her municipality of residence with the aim of hunting, and this travel can be either domestic or international (Keskinarkaus and Matilainen 2009). Hunting tourism also includes the trip and layover of hunters to rest and do sports.

The history of hunting tourism is divided into three stages (Martín-Delgado et al., 2020). The first stage was in the 19th century, which included the first international travels in Africa and Asia with the purpose of hunting (Bauer and Herr, 2004); the second stage was in the 20th century, and in this stage the recreational nature of hunting became general, and hunting destinations became consolidated in this century, and a large number of companies providing hunting tourism services were founded (Martín-Delgado et al., 2020). In the third stage that took place in the 21st century, the hunting tourism has become a more established sector worldwide (IUCN SSC, 2012). It has developed significantly in the course of time and become one of the fastest growing forms of tourism (Damm, 2008). Hunting tourism has gained importance in time, and it has become an essential element of tourism industry.

Hunting tourism is a kind of tourism that consists of temporary travel and accommodation of hunters for the purpose of hunting, resting and doing sports in a region or country other than where they live permanently, and which makes significant contributions to the economy of the visited country and region (Unur, 2000). Hunting tourism industry needs labour force intensively, thus operators are supposed to have comprehensive knowledge of local environment, which necessitates using local hunting guides and staff in the improvement and distribution of the products (Matilainen and Keskinarkaus, 2010). In the ancient times, most of the hunters had higher purchasing power, and they were ambitious to relish the intact nature, watch and hunt animals, and enjoy experiencing gastronomic specialties that were prepared of the game (Milojica et al., 2014). Hunters are divided in three groups, and these groups are including hunters, who hunt for meat, who shoot to count carcasses, and who aim specific body parts either for legal or illegal trade, or as trophies, and these three groups might include legal commercial shooters, illegal poachers, local residents, or recreational shooters (Buckley and Mossaz, 2015). Though hunters are generally viewed as stewards of nature and conservationists, it is claimed that hunters illustrate the paradox of being considered as “animal lovers” while also killing animals for excitement and sport (Tickle and Von Essen, 2020). The main difference between a hunter and a hunting tourist is that when the hunter needs to pay for the hunting experience, in the form of services with an outfitter, they become a tourist (Tickle and Von Essen, 2020). Also, the hunting tourist is a traveller who is pushed by a defined special interest that makes contributions to their choice of destination for travelling (Komppula and Suni, 2013). Having powerful ecological awareness, hunter-tourists are lover of nature, wilderness and sports, and as they have a higher purchasing power, they are eager to allocate considerable funds for satisfying their own needs (Milojica et al., 2014). It is seen that the tourists attending to the hunting tourism have been wealthy, as hunting tourism requires high purchasing power.

2.3 Hunting Tourism Legislation

In Turkey, the need to make a serious regulation in hunting occurred for the first time in 1937, and for this purpose, the "Land Hunting Law" numbered 3167 was enacted. Hunting tourism started in Turkey in 1950, and until the 1970s, foreigners who came to our country hunted by their own means (Unur, 2000). Foreign and domestic hunters started hunting tourism in the 1950's without paying any fees for hunting, and foreign hunters went on hunting game in Turkey without any legal rules until 1975 (Yayla et al., 2020). Turkey became a member of the *International Council for Game and Wildlife Conservation*, in 1967. *Hunting Tourism Regulation* was issued in 1973 to organize the activities held by hunting travel agencies in Turkey, and numerous adjustments were made for hunting tourism (Demir et al. 2012).

Hunting tourism activities are organized by travel agencies, and these agencies have to obtain a Hunting Tourism Permit from the Ministry of Forestry in order to organize hunting tours and hunting parties for foreign tourist hunters (Official Gazette, 1973). Local hunters must apply for a hunting tourism permit with the *Hunting Tourism Permit Application Form*, which includes the request (Official Gazette, 2018). Foreign hunters can hunt game and wild animal species in the hunting grounds within the scope of hunting tourism through a travel agency or / by obtaining a *Special Hunting Permit for Foreign Hunters*, regardless of the travel agency (Official Gazette, 2018).

Taking the European Union countries into consideration, it is pinpointed that there are some differences in terms of legislation on hunting. Although some of the European countries follow a shared common approach in the hunting tourism economy management, they have their own specific conditions, traditions, the number and species diversity of game animals (Myronenko, 2015). Thus, arrangement and modification of game and hunting management regulations might take some time in the Europe. The European Union's legal hunting framework is quite complicated because there are some legal directives [Firearms Directive (1991), Wild Game Meat Directive (1992), Bird Directive (1979), and Habitat Directive (1992)], which are the outcomes of international agreements, and their regulations and decisions influencing the internal law of each of the EU countries (Myronenko, 2015). There is no common hunting legislation applicable to all European countries, but there are a certain number of legal directives that are compatible with international agreements.

2.4 Wildlife-Based Tourism Potential of Turkey

In order to protect and develop the potential of hunting and wildlife, and to create a rational form of resource management, a meeting called "A Training Workshop on New Approach in Hunting and Wildlife Management" was held in İzmir between 23-25 March 1999 with the participation of the Ministry of Forestry, academicians, non-governmental organizations, and professional organizations (Alkan, 2014). The second Workshop was held in Ankara on October 27-28, 1999, and on February 5-6, 2000 the third Workshop was followed by Istanbul University at the Faculty of Forestry. The subject of these workshops was the draft of a new Land Hunting Law (Geray and İğircik, 2002).

Table 1. Wildlife Development Areas in Turkey (DKMP (2022))

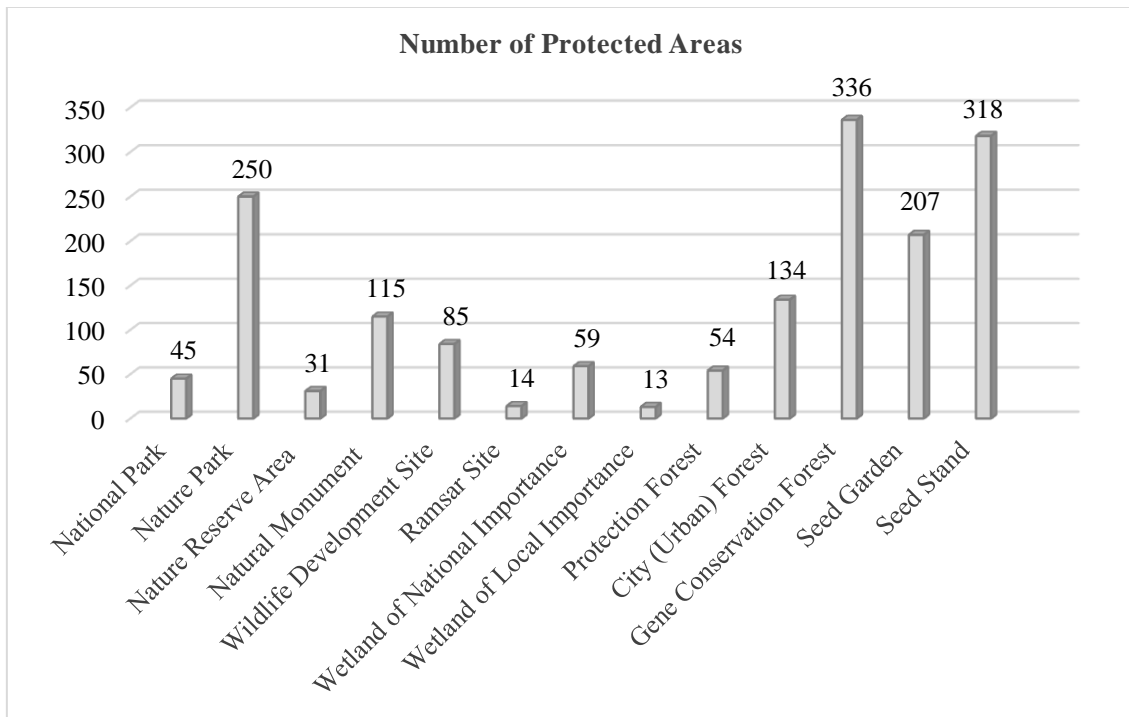
Province	Area Name	Target Species
Adana	Akyatan Lake, Pozantı Karanfiladağ, Seyhan Dam Lake, Tuzla Lake, Hançerderesi	Water Birds, Wild Goat
Afyon	Sandıklı Akdağ, -Dinar Karakuyu Lake	Water Birds, Red Deer
Ankara	Beypazarı Kapaklı, Kara Akbaba, Nallihan Davutoğlu, Nallihan Emremsultan, Nallihan Saçak	Red Deer, Black Vulture Water Birds, Wild Sheep
Antalya	Akseki İbradı Üzümdere, Alanya Dimçayı, Cevizli Gidengelmez Mountain, Düzlerçamı, Gündoğmuş, Kaş Kıbrıs Brook, Sarıkaya, Sivridağ	Wild Goat, Red Deer
Ardahan	Posof	Mountain Rooster
Artvin	Yusufeli Çoruh Valley	Wild Goat
Balıkesir	Akdağ	Red Deer
Bartın-Ulus	Sökü	Red Deer, Roe
Bingöl	Şeytandagları	Hook Horned Mountain Goat, Wild Goat
Bitlis - Adilcevaz	Süphandağı	Hook Horned Mountain Goat, Wild Goat
Bolu	Göynük Kapıormanı, Yedigöller, Abant	Red Deer, Roe
Burdur	Burdur Lake, Karataş Lake	Water Birds
Bursa	Karacabey Karadağı – Ovakorusu	Pheasant
Çorum	Kargı Köşdağ	Roe
Denizli	Çardak Beylerli Lake, Çivril Akdağ	Red deer, Water Birds
Düzce	Gölyaka Efteni Lake	Water Birds
Erzurum	Çat, İspir Vercenik Mountain, Oltu	Hook Horned Mountain Goat, Wild Goat
Eskişehir	Mihalıççık Çatacık, Sivrihisar Balıkdanı	Red deer, Water Birds
Gaziantep	Tahtaköprü Baraj Lake	Water Birds
Gümüşhane	Şiran Kuluca	Wild Goat
Hatay	Altınözü, Mountain Gazelle Area, İskenderun-Arsuz	Striped Hyena, Mountain Gazelle, Wild Goat, Roe
İstanbul	Çatalca Çilingöz, Sarıyer Feneryolu	Red Deer, Roe
İzmir	Bayındır-Ovacık, Selçuk Gebekirse Lake, Homa Dalyanı	Roe, Water Birds
Karabük	Sırçalı Canyon, Yenice	Roe, Red Deer
Kars	Kuyucuk Lake, Sarıkamış Kağızman	Water Birds, Wild Goat
Kastamonu	Azdavay Kartdağı, Ilgazdağı, Taşköprü Elekdağ, Tosya Gavurdağı	Red Deer
Kayseri	Yahyalı Aladağlar	Wild Goat

Kocaeli	Kandıra Seyrek	Roe
Konya	Bozdağ	Wild Sheep
Kütahya	Merkez Altıntaş, Tavşanlı Çatak, Türkmenbaba	Bustard, Red Deer
Mersin	Mut Kestel Mountain, Tarsus Kadınck Valley, Cehennem Deresi, Hisaradağ ve Gedikdağı, Tarsus-Hopur Topaşır	Wild Goat
Muğla	Köyceğiz, Yılanlı Çakmak, Bördübet	Caracal, Wolf, Brown Bear, Otter
Niğde	Çamardı Demirkazık	Wild Goat
Osmaniye	Zorkun Valley	Roe
Rize	Çamlıhemşin Kaçkar	Hook Horned Mountain Goat
Sakarya	Kaynarca-Acarlar Lake	Water Birds
Samsun	Bafra Kızılırmak Delta, Terme Gölleri Simenlik Lake	Water Birds, Pheasant
Sinop	Bozburun	Roe
Şanlıurfa	Birecik Fırat, Birecik Steppes, Merkez Kızılkuyu	Bald Ibis, Striped Hyena, Desert Varan, Euphrates Tortoise, Gazelle
Tokat	Kaz Lake	Water Birds
Zonguldak	Yeşilöz	Red Deer, Roe

Table 1 shows that Wildlife Development Areas are under the protection of the General Directorate of Nature Conservation and National Parks, and there are a total of 85 Wildlife Development Areas in 41 different provinces of Turkey (DKMP, 2022). Different species of animals such as red deer, black vulture, water birds, wild sheep, bald ibis, striped hyena, desert varan, Euphrates tortoise, gazelle, roe, pheasant, hook horned mountain goat, mountain rooster, bustard, caracal, wolf, brown bear, otter are bred at these wildlife development areas.

The protection of natural areas is universal in nature, and has a long history (Martín-Delgado et al., 2020). Protected areas are another source of income other than hunting tourism within the scope of wildlife-oriented tourism activities in Turkey, and are referred to by names such as national park, natural monument, and special environmental protection zone. While the ratio of them to the country's area was 2.96% in 1990, the total size of these areas, which was 4.224 as of 2019, reached to 6.777.346 hectares, and the ratio of this area to the country's area is 8.69 % (WWF, 2020).

There are 1661 protected areas in Turkey. Furthermore, Turkey has 336 Gene Conservation Forests, 318 Seed Stands, 250 Nature Parks, 207 Seed Gardens, 134 City (Urban) Forests, 115 Natural Monuments, 85 Wildlife Development Sites, 59 Wetlands of National Importance, 54 Protection Forests, 45 National Parks, 31 Nature Reserve Areas, 14 Ramsar Sites, and 13 Wetlands of Local Importance (Figure 1; DKMP, 2021b). While the number of protected area visitors was approximately 25 million in one year in 2017, this figure increased to 35 million 360 thousand 393 people in 2018 (DKMP, 2021c). As a result of the improvement and development works carried out, the number of visitors to the protected areas has enhanced each year, constituting 51.8 million in 2019 and 32.8 million as of the end of December 2020 (Ministry of Agriculture and Forestry Activity Report, 2020). There was an influx of visitors to the areas protected by the Directorate of Nature Conservation and National Parks in 2021. With the investments made in protected areas, the number of visitors reached 51 million 756 thousand 443 people in 2021 (DKMP, 2021c). It is seen that the protected areas have attracted a great number of visitors recently.

Figure 1. Protected Areas in Turkey (DKMP, 2021b)

Turkey has a great biological diversity in terms of fauna and flora elements with its diverse ecosystem and habitat types. In addition, it is among the countries that attract attention with its endemic species. Biodiversity is one of the important assets of tourism with the species and ecosystems it covers (Seven, 2020). Turkey has a considerable potential in terms of hunting and wildlife resources, both in terms of species diversity and the amount it can host in its habitat. However, this potential has been compromised by the destruction or mismanagement of wild ecosystems and habitats (Şafak, 2006). Handling the current literature, it is found that the problems encountered in hunting and wildlife tourism and the solution proposals for these problems are widely highlighted. Olcay et al. (2019) conducted a research on determining the reasons for tourists to prefer hunting tourism, and they stated that the participants in the study mostly wished hunting tourism for a healthy life and relaxation, and that is why the controls regarding the development of hunting tourism should be tightened and conscious hunting should be developed. Ukav (2012) carried out another research to reveal the structure of Adıyaman hunting tourism, and as a result of the research, he suggested that the entailed significance should be given to wildlife hunting in Turkey in order to prevent illegal hunting. Şafak (2006) covered hunting and wildlife management in the Aegean Region, and explained the hunter profile of the Aegean Region, the priority problems in hunting and wildlife management, and developed solutions for these problems.

The contribution of wildlife resources to the country's economy and the success to be achieved in this field are closely related to the management of these resources in line with the principle of sustainability (Akkuzu et al., 2015). According to Başkaya (2010), the number of native wild animals that can be hunted in a country is one of the important ways to measure the success in wildlife management. Although, Turkey is home to many species hunted in Europe, it can't hunt as much as many European countries (Akkuzu et al., 2015). For example: Germany can catch 1,200,000 roe deer (*Capreolus capreolus*) annually, while Turkey, which has a significant potential for this species, can hunt deer, which can be expressed in very low numbers compared to this number (Başkaya, 2010). Though Turkey has rich wildlife resources, the hunting tourism statistics of the country fall behind the resources.

2.5 Hunting Tourism in Turkey

Turkey is a country with different geographical and climatic characteristics, and it has a suitable environment for a large number of game and wild animals to live and shelter (Unur, 2000). Since it has geographical regions with different climatic characteristics, the vegetation cover is richer than other Middle Eastern countries, and the fact that there are 9,000 species of plants gathered under 850 genera is another important factor; therefore, many animal species with different climate and nutritional needs can find suitable habitats for themselves (Özer, 2020). A total of 1279 vertebrate species are recognized in Turkey, including 160 mammals, 466 birds, 120 reptiles, 22 frogs, 127 freshwater fish, and 384 marine fish (Demirsoy, 1982). Hunting tourism officially began in Turkey in 1977 with wild boar hunting via setting a fee for foreign tourist hunters (Yayla et al., 2020). Later, wild goats, which were protected and reproduced within the borders of Antalya Termessos National Park, were offered to hunting tourism in 1981, and the bear and wild goat resources in Artvin and Yusufeli hunting grounds were opened to hunting tourism in 1984 (Korkmaz, 2021). As of the 1995-1996 hunting season, some of the income from hunting tourism has been transferred to Village Legal Entities (Alkan, 2014). Although Turkey has had a great number of animal species, hunting tourism officially started only in the late 1970s.

Though the history of hunting in Turkey dates back to hundreds of years ago, and hunting has been a significant source of nourishment and entertainment for Turks, hunting tourism is a fairly new topic (Başkaya et al., 2012). Hunting tourism has been discussed from different perspectives in the following studies. Ege (1996) emphasized that Turkey has a suitable geographical location for a large number of game and wild animals to live and shelter, but despite its rich flora and fauna, Turkey has not been able to benefit from this potential sufficiently. Alkan (2014) examined the hunting tourism potentials of Antalya province and its effects on hunting tourism in terms of wildlife, and revealed that 10 mammal species were detected with a camera trap. Yayla et al. (2020) tried to identify the spatial dispersion of species allowed to be hunted, and also aimed to assess hunting tourism with regards to the geographical distribution of the animal species. Besides, Sarı and Arpacık (2020) looked into Turkey's hunting tourism statistics between 2000-2018, the number of protected area visitors, and interviews with domestic and foreign tourists visiting some protected areas in the Eastern Black Sea Region between 2016-2018. Özer (2020) pointed out that hunting tourism would enhance tourism incomes in addition to the income obtained from mass tourism. He also stated that hunting tourism has the effect of spreading the tourism concentrated on the coastline to the inner regions, so the tourism sector can be revived in the inner regions as well, and it can contribute to the elimination of interregional inequality in income distribution.

All applications to be made within the scope of hunting tourism in Turkey are determined by the Central Hunting Commission to include each hunting year from 1 April to the end of 31 March of the following year (Olçay et al., 2019). The types of animals that are allowed to be hunted within the scope of international and national hunting tourism in our country are as follows.

Species Allowed to Hunt in the Scope of International (Private) Hunting Tourism in 2021-2022 Hunting Season (DKMP, 2021a).

1. Wild goat
2. Faulty horned wild goat
3. Hybrid wild Goat
4. Hook horned mountain goat
5. Anatolian Mouflon
6. Red deer
7. Gazelle
8. Roe deer

Table 2. Hunting fees and numbers of animals allowed to hunt (2021-2022) (Official Gazette, 2021)

Name of the animal species	Agency	Local	Total	Distribution rate by animal species	Hunting Permit Fee	Hunting Fee
Anatolian Chamois (wild goat)	174	59	233	42.92	550 ₺	6600-97200 ₺
Faulty Horned Wild Goat	11	15	26	4.79	220 ₺	4400 ₺
Hybrid Wild Goat	7	2	9	1.67	550 ₺	9000 ₺
Hook Horned Mountain Goat	18	4	22	4.09	550 ₺	9300-47500 ₺
Anatolian Mouflon (wild sheep)	8	-	8	1.48	1400 ₺	150600-157700 ₺
Red Deer	44	23	67	12.39	550 ₺	9300-37700 ₺
Gazelle	3	-	3	0.56	550 ₺	23500 ₺
Roe Deer	99	75	174	32.10	330 ₺	1400 ₺
Total	364	178	542	100.00		

Table 2 indicates that during the hunting season in the 2021-2022, there have been 8 different species including a total of 542 animals allowed to be hunted (Official Gazette, 2021). The number of each species varies based on the quota determined by the ministry and the species population growth each year. Wild Goat (233) is the most allowed species to be hunted, and it is followed by the Roe Deer (174) and Red Deer (67). On the other hand, only a small number of Hybrid wild goats (9), Anatolian Mouflons (8) and Gazelles (3) are allowed to be hunted. Hunting permit fees vary between 220₺-1.400₺. The lowest hunting fee is 1.400₺ (Roe Deer) while the highest hunting fee is 157.700₺ (Anatolian Mouflon).

Table 3. Hunting Regions and Provinces in Turkey (Official Gazette, 2021)

Hunting Region	Provinces Within the Hunting Region
<i>Eastern Mediterranean</i>	Adana, Osmaniye, Mersin, Kahramanmaraş, Gaziantep, Kilis, Hatay
<i>Western Mediterranean</i>	Antalya, Isparta, Burdur, Denizli
<i>Aegean</i>	İzmir, Manisa, Aydın, Uşak, Muğla, Balıkesir, Çanakkale
<i>South East Anatolia</i>	Şanlıurfa, Adıyaman, Diyarbakır, Batman, Mardin, Elazığ, Malatya, Bitlis, Siirt, Şırnak, Hakkâri
<i>Marmara</i>	İstanbul, Kocaeli, Bursa, Bilecik, Yalova, Edime, Kırklareli, Tekirdağ
<i>Western Black Sea</i>	Bolu, Düzce, Sinop, Sakarya, Kastamonu, Zonguldak, Barım, Karabük
<i>Eastern Black Sea</i>	Trabzon, Rize, Gümüşhane, Bayburt, Artvin, Samsun, Ordu, Giresun, Amasya, Tokat
<i>Central Anatolia</i>	Ankara, Çankırı, Kırşehir, Kırıkkale, Konya, Aksaray, Karaman, Sivas, Yozgat, Çorum, Eskişehir, Kütahya, Afyonkarahisar, Kayseri, Niğde, Nevşehir
<i>Eastern Anatolia</i>	Erzurum, Erzincan, Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan, Tunceli, Van, Bingöl, Muş

In the 2021-2022 hunting season, it is defined that there are 9 hunting regions and 81 Provinces: there are 7 provinces in Eastern Mediterranean Region; 4 provinces in Western Mediterranean Region; 7 provinces in Aegean Region; 11 provinces in South East Anatolia Region; 8 provinces in Marmara Region; 8 provinces in Western Black Sea Region; 10 provinces in Eastern Black Sea Region; 16 provinces in Central Anatolia Region and 10 provinces in Eastern Anatolia Region (Table 3, Official Gazette, 2021). Table 3 also shows that generally hunting tourism is located in the inner parts of Turkey where tourism activities are low.

3. CONCLUSION

A great number of improvement and development works carried out in the protected areas in Turkey, as a result, the number of these areas has increased year by year and has reached 1661, a huge number. Furthermore, the number of the visitors to the protected areas also has increased as a result of these improvement and development works. The number of protected area visitors was approximately 25 million in 2017, while this figure increased to 35 million 360 thousand 393 people in 2018. 51.8 million people visited the protected areas in 2019; however, with the effect of the pandemic period, this number decreased to 32 million people in these areas in 2021. Increasing both the number of protected areas and the visitors to these areas is very crucial in terms of boosting Turkey's tourism income, which is prominent in making contributions to the economy of the country. Hence, with the cooperation of tourism sector stakeholders and the ministry of agriculture and forestry, extensive studies should be implemented with the purpose of augmenting the protected areas and increase the number of these areas.

In recent years, Germany, Austria, Denmark, Czechoslovakia in Eastern European countries, Romania; Yugoslavia, Poland, Bulgaria, the Soviet Union, and Spain in Western Europe, as well as many African countries, obtain foreign currency to a considerable extent through hunting tourism (Geray and Akesen, 2001). Herewith, it can be claimed that hunting tourism is significant in making contributions to the economy of many countries as well as Turkey. Hunting tourism revenues in our country can be increased to 20 billion TL in about 10-15 years with the necessary studies, and significant amounts of income may be added to this amount by organizing interesting promotions from other wildlife-oriented tourism activities and organizations that satisfy nature tourists (Sarı and Arpacık, 2020). Developing hunting tourism sector is not only based on the number, but also on the type of hunting game and on the trophy structure (Garača et al., 2019). Therefore, in order to increase hunting tourism incomes, different organizations or activities hoped to attract tourists should be provided in hunting tourism facilities.

In addition, Turkey's hunting and wildlife resource potential is diverse both in terms of species richness and the number of people it can accommodate in its ecosystem. Turkey also holds a miscellaneous range of geographical and climatic qualities, ensuring a perfect habitat for a huge variety of game and wild species. Besides, it has a favorable geographic location for a great number of game and wild animals to live and breed, yet despite its diverse flora and fauna, Turkey has not been able to fully use its potential (Ege, 1996). Hunting tourism will increase tourism revenues in addition to the income from mass tourism. It is thought that hunting tourism has the effect of spreading the tourism concentrated on the coastline to the inner regions. Thus, the tourism sector can also be revived in the inner regions and will contribute to the elimination of the inequality between regions in the income distribution (Özer, 2020).

The protection of natural areas is universal, and areas such as national parks, natural monuments, and special environmental protection zones protected within the scope of tourism activities for wildlife in Turkey have increased significantly from past to present. There are a total of 85 Wildlife Development Areas in 41 different provinces of Turkey. Different species of animals are bred at these wildlife development areas. However, only 8 mammal species including a total of 542 animals are allowed to be hunted as part of hunting tourism in 2021-2022 hunting season. The number of the Wildlife Development Areas, the species of animals bred in these areas and the animals allowed to be hunted should be increased gradually in order to enhance the ratio of hunting tourism revenues to tourism earnings.

The worth of wildlife resources to the economy of a country and its success aimed to be achieved in this field are inextricably linked to their management in accordance with the idea of sustainability. In nutshell, the natural habitats of wild animals should be protected, and the negative effects of excessive-unconsciously illegal hunting on the living population should be increased by increasing the negative effects. These resources are the best protection in order to maintain the ecological balance and ensure their sustainability in wildlife areas with hunting tourism potential. It is necessary to raise awareness of local people about the conservation of species. In addition, cooperation should be made with relevant non-governmental organizations in protection and supervision for its sustainable management.

REFERENCES

- Akkuzu, E., Ünal, S. and Evcin, Ö. (2015). Yükseköğretim kurumlarında yaban hayatı eğitimi, önemi ve karşılaşılan sorunlar, *Turkish Journal of Forestry*, 16(1), 82-85.
- Alkan, U. M. (2014). *Antalya Bölgesinde Yaban Hayatı Açısından Av Turizmi Üzerine İncelemeler* (Unpublished master's thesis). Kahramanmaraş, Turkey: Kahramanmaraş Sütçü İmam University.
- Başkaya, Ş. (2010). *Türkiye 'de yaban hayatı lisans eğitiminin gelişiminde orman mühendisliğinin yeri ve önemi*. III. Ulusal Karadeniz Ormancılık Kongresi, 20- 22 Mayıs 2010, Vol: I, 37-44.
- Başkaya, Ş., Başkaya, E. and Arpacık, A. (2012). Relationship between forest protection and hunting tourism in Turkey. *African Journal of Agricultural Research*, 7(42), 5637-5643.
- Ballantyne, R., Packer, J. and Sutherland, L. A. (2012). Visitors' memories of wildlife tourism: Implications for the design of powerful interpretive experiences. *Tourism Management*, (2011), 32, 4, 770-779.
- Bauer, J. and Herr, A. (2004). Hunting and fishing tourism. In *Wildlife Tourism, Impacts, Management and Planning; Sustainable Tourism Cooperative Research Centre*, 57-78.
- Brandon, K. (1996). *Ecotourism and Conservation: A Review of Key Issues*. Environment Department Paper no. 33. Washington, DC: World Bank.
- Bertella, G. (2018). Sustainability in wildlife tourism: challenging the assumptions and imagining alternatives. *Tourism Review*, 74(2), 246-255.
- Buckley, R. (1994). *A Framework for Ecotourism*. *Annals of Tourism Research*, 21, 661-665.
- Buckley, R. and Mossaz, A. (2015). Hunting tourism and animal conservation. *Animal Conservation*, 18(2), 133-135.
- Curtin, S. and Kragh, G. (2014). Wildlife Tourism: Reconnecting People with Nature. *Human Dimensions of Wildlife*, 19(6), 545-554.
- Damm, G. R. (2008). *Recreational Trophy Hunting: "What do we know and what should we do?"* – In: Baldus, R. D.; Damm, G. R. and Wollscheid, K. (eds.): *Best Practices in Sustainable Hunting – A Guide to Best Practices from Around the World*, pp. 5-11.
- Demir, M., Okutucu, M. A., Ağyürek, C. and Güven, M. (2012). Av turizminin alternatif turizm kapsamında Erzurum ili turizmüne etkisi (Araştırma). *Enstitüler Araştırma Dergisi Serileri*, 23-40.
- Demirsoy, A. (1982). *Türkiye Faunası*. Ankara, TÜBİTAK Yayınları.
- DKMP, (2021a). Official Statistics of the Ministry of Agriculture and Forestry, General Directorate of Nature Conservation and National Parks. <https://www.tarimorman.gov.tr/DKMP/Belgeler> (Accessed: December 26, 2022).
- DKMP, (2021b). Ministry of Agriculture and Forestry, General Directorate of Nature Conservation and National Parks. <https://www.tarimorman.gov.tr/DKMP/Menu/18/Korunan-Alan-Istatistikleri> (Accessed: December 27, 2021).
- DKMP, (2021c). Official Statistics of the Ministry of Agriculture and Forestry, General Directorate of Nature Conservation and National Parks. <https://www.tarimorman.gov.tr/DKMP/Haber/47/Korunan-Alan-Ziyaretci-Sayisi> (Accessed: December 6, 2021).
- DKMP, (2022). Ministry of Agriculture and Forestry, General Directorate of Nature Conservation and National Parks. *Wildlife Development Sites*. Ankara. <https://www.tarimorman.gov.tr/DKMP/Menu/32/Yaban-Hayati-Gelistirme-Sahalari>, (Accessed: February 6, 2022).
- Fennell, A. D. (2015). *Ecotourism*. London and Newyork: Routledge.

- Garača, V., Vukosav, S., Stamenković, I., and Bradić, M. (2019). Modelling of tourism region: Case of Novi Sad gravitational zone. *Tourism*, 23(4), 178-189.
- Genç, V. and Seven, E. (2020). Butterfly Watching and Turkey's Butterflies Tourism Potential, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(3), 3064-3081.
- Green, R. J. and Higginbottom, K. (2000). The effects of non-consumptive wildlife tourism on free-ranging wildlife: a review. *Pacific Conservation Biology*, 6(3), 183-97.
- Geray, U. and Akesen, A. (2001). *Av ve Yaban Hayatı Kaynaklarının Sürdürülebilir Yönetimi*. Orman Bakanlığı Milli Parklar, Av- Yaban Hayatı Genel Müdürlüğü, Eğitim Yayınları: 1, Ankara.
- Geray, U. and Iğircık, M. (2002). *Türkiye'de Av ve Yaban Hayatı Eğitimi*. CIC, 01 Mayıs 2002, Conrad Otel, İstanbul.
- Higginbottom, K. (2004). *Wildlife Tourism: Impacts, Managements and Planning*. Common Ground Publishing, Pty Ltd. Australia.
- Iğircık, M. (2001). *Türkiye'nin Av Potansiyelinin Geliştirilmesine İlişkin Sosyo Ekonomik Çözümleme*. Istanbul University. Institute of Science (Unpublished Doctoral Thesis), İstanbul.
- IUCN SSC, (2012). Guiding Principles on Trophy Hunting as a Tool for Creating Conservation Incentives; *IUCN: Gland, Switzerland*, p. 11.
- Keskinarkaus, S. and Matilainen, A. (2009). *The permit hunters' opinions towards professional hunting tourism and the current hunting license policy as a prerequisite of social sustainability*. Presentation at ESRS Conference on 18th of Aug. Vaasa Finland.
- Komppula, R., and Suni, J. (2013). Identifying hunting tourist types – an exploratory case study from Finland, *Tourism Review*, 68(1), 48-61.
- Korir, J., Muchiri, J. and Kamwea, J. (2013). Wildlife-Based Tourism, Ecology and Sustainability of Protected Areas in Kenya, *Journal of Natural Sciences Research*, 3(3), 40-48.
- Korkmaz, M. (2001). *Orman Kaynaklarında Doğa Turizmi ve Av Turizmi Etkinliklerinin Ekonomik Çözümlenmeleri*, (Master's thesis). Istanbul University, Istanbul, Turkey.
- Kozak, M. A. and Bahçe, S. (2009). *Özel İlgi Turizmi*. Ankara, Detay Yayıncılık.
- Kurleto, M. (2014). Managing the Wildlife Tourism Experience: Protecting of Wild Animals and Safeguarding of the Tourists, *Journal of Business and Economics*, 5(8), 1403-1412.
- Martín-Delgado, L. M., Rengifo-Gallego, J. I. and Sánchez-Martín, J. M. (2020). Hunting Tourism as a Possible Development Tool in Protected Areas of Extremadura. *Spain. Land*, 9(3), 86.
- Matilainen, A. and Keskinarkaus, S. (2010). *The economic role of hunting tourism –examples from Northern areas*. Ruralia Institute, University of Helsinki.
- Milojica, V., Drpić, D. and Nakovski, D. (2014). Developing Hunting Tourism – A New Perspective of Achieving Competitiveness of Rural Croatia, *Economy of eastern Croatia yesterday, today, tomorrow*, Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics, Croatia, 3, 107-121.
- Myronenko, M. (2015). Analysis of legislation and practice of hunting in some EU countries, <https://www.enpi-fleg.org>, [Accessed: December 2, 2021].
- Official Gazette, (1973). Hunting Tourism Regulation, No: 14565, <https://teftis.ktb.gov.tr/TR-264517/av-turizmi-yonetmeligi.html> (Accessed: December 2, 2021).
- Official Gazette, (2018). Hunting Tourism Regulation, No: 30422, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/05/20180515-10.htm> (Accessed: December 2, 2021).
- Official Gazette, (2021). 2021-2022 Hunting Year Hunting Tourism Implementation Instruction, No: 31565, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2021/08/20210811M1-4.pdf> (Accessed: December 22, 2021).

- Olçay, A., Dağlıoğlu, T. and Sürme, M. (2019). Turistleri Av Turizmine Yönelten Nedenlerin Belirlenmesine Yönelik Araştırma. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 6(3), 285-293.
- Özer, O. (2015). *Av Turizmi ve Görsel Medya: Yaban TV'nin Türkiye'deki Yerli Turist Avcıların Tutumlarına Yönelik Etkileri* (Unpublished master's thesis). Izmir Katip Celebi University, Izmir, Turkey.
- Özer, O. (2020). Türkiye'nin Av Turizmi Potansiyeli Konusunda Bir Değerlendirme. *Journal of Gastronomy, Hospitality, and Travel*, 3(1), 71-86.
- Prentović, R., Živković, B. and Cvijanović, D. (2016). Hunting Tourism in the Function of Rural Deveopment of Homolje. *Economics of Agriculture*, 1, 71-87.
- Sarı, A. and Arpacık, A. (2020). Türkiye'nin Yaban Hayatı Odaklı Turizm Potansiyeli. *International Journal of Agriculture and Wildlife Science*, (IJAWS), 6(2), 355-364.
- Schanzel, H. A. and McIntosh A. J. (2000). An insight into the personal and emotive context of wildlife viewing at the Penguin Place, Otago, New Zealand. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(1), 36-52.
- Seven, E. (2020). Türkiye'nin Biyoçeşitlilik Turizm Potansiyeli Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of Current Debates in Social Sciences*, 3(2), 95-103.
- Şafak, İ. (2006). *Ege Bölgesinde Av ve Yaban Hayatı Yönetimindeki Sorunlar ve Çözüm Önerileri*. 1. Uluslararası Odun Dışı Orman Ürünleri Sempozyumu, KTU Orman Fakültesi, Trabzon, 66-73.
- Ministry of Agriculture and Forestry Activity Report, (2020). https://www.tarimorman.gov.tr/Konular/Plan-Program-Ve-Faaliyet-Raporlari/faaliyet_raporlar%C4%B1 (Accessed: February 6, 2022).
- Tickle, L. and Von Essen, E. (2020). The seven sins of hunting tourism. *Annals of Tourism Research*, 84, 102996.
- Ukav, İ. (2012). *Adıyaman'da av turizmi*. II. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi, 12-15.
- Unur, K. (2000). Av Turizminin Hukuksal Açıdan İzlenmesi. Dokuz Eylül University, *The Journal of Graduate School of Social Sciences*, 2(2), 305-335.
- Wollscheid, K. U. and Czudek, R. (2010). *Contribution of Wildlife to National Economies*. CIC Technical Series Publication No. 8, Published by CIC and FAO, Hungary.
- WWF, (2020). Sürdürülebilir Bir Türkiye İçin Korunan Alanlar Hedef: 2030'a Kadar %30, https://wwftr.awsassets.panda.org/downloads/korunanalanlar_korumazsakkaybederiz__rapor__web.pdf (Accessed: February 6, 2022).
- Yayla, Ö., Yayla, Ş. and Günay Aktaş, S. (2020). *Geographical Distribution of Hunting Tourism Areas in Turkey*. In: Coşkun İ., Othman N., Aslam M., Lew A. (eds) *Travel and Tourism: Sustainability, Economics, and Management Issues*. Springer, Singapore.
- Yılmaz, E. (2001). Ecotourism and Wildlife, *Eastern Mediterranean Forestry Research Institute, Journal of DOA*, 7, 55-81.

Anadolu'nun Sözlü Kültür Hazinesi: Dengbejlilik ve Dengbejler

The Oral Culture Truasure Of Anatolia: Dengbej And Dengbejs

Dr. Öğr. Üyesi Serkan DEMİRAL
Batman Üniversitesi
demiralsekan@hotmail.com
ORCID: 0000-0001-8343-0636

Zafer KOÇAK
Batman Üniversitesi
zaferkocak54@outlook.com
ORCID: 0000-0001-7981-3415

Esmeray KOÇAK
Yolaltı Mesleki ve Teknik
Anadolu Lisesi
kocakesmeray54@gmail.com
ORCID:0000-0002-3293-2860

DOI: 10.37154/cudes.2022.48

Article Info

Received: 25.02.2022
Accepted: 11.03.2022

Keywords:Dengbej,
Dengbejlilik, Diyarbakir Dengbej
House

Abstract

One of the elements constituting the civilization mortar of societies is oral culture. The societies having high oral culture accumulation also hold linguistic richness. Cultural treasures transferred from generation to generation with oral culture are in danger of extinction today. These elements, which are almost like the memories of societies, will disappear spontaneously unless they are adopted and protected. In this context, we will investigate the dengbej tradition, which continues its existence in the Eastern and South-eastern Anatolia regions regarded as the forefront of the regions where the oral culture is strongest with a significant role among the cultural heritages of Anatolia. The art of dengbej contributing to the creation of the most ancient products of traditional Kurdish music continues to exist in Diyarbakir as well as in many cities of Eastern and South-eastern Anatolia. Dengbejs, who are storytellers, are trying to live and keep this art alive with their endless breath. In this study, the themes of Denbejisim art such as migration, separation, love and war are discussed; how it emerged historically; its linguistic and musical features were examined, and a general evaluation was conducted.

Makale Bilgisi

Geliş: 25.02.2022
Onay: 11.03.2022

Anahtar sözcükler: Dengbej,
Dengbejlilik, Diyarbakir Dengbej
Evi

Öz

Toplumların medeniyet harcı oluşturan öğelerden biri de sözlü kültürdür. Sözlü kültür birikimi çok olan toplumların dilsel zenginlikleri de o derece fazladır. Sözlü kültür ile kuşaktan kuşağa aktarılan kültür hazineleri günümüzde yok olma tehlikesi ile karşı karşıyadır. Toplumların adeta belleği niteliğinde olan bu öğeler, sahip çıkılmadığı ve korunmadığı sürece kendiliğinden yok olup gidecektir. Bu kapsamda, sözlü kültürün en güçlü olduğu bölgelerin başında gelen Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde varlığını sürdüren ve Anadolu'nun kültürel mirasları arasında önemli bir yer edinen dengbejlilik geleneğini inceleyeceğiz. Geleneksel Kürt müziğinin en kadim ürünlerinin yaratılmasına katkı sunan dengbejlilik sanatı, Doğu ve Güneydoğu Anadolu'nun birçok kentinde olduğu gibi Diyarbakir'da da varlığını sürdürmektedir. Bir hikâye anlatıcısı olan dengbejler, o bitmek bilmeyen nefesleriyle bu sanatı yaşama ve yaşatma gayretindedirler. Göç, ayrılık, aşk ve savaş gibi temaların işlendiği dengbejlilik sanatını ele aldığımız bu çalışmada, dengbejliğin tarihsel olarak nasıl ortaya çıktığı, dilsel ve müzikal açıdan özellikleri irdelenmiş ve genel bir değerlendirme yapılmıştır.

1. GİRİŞ

Gelenekler, insanların yaşadıkları coğrafyada tarihsel bir evrimle şekillenerek ortaya çıkan ve toplumların birlikteliğini oluşturan kültürel değerler bütünüdür. XII. yüzyılın Ortaçağ Avrupa'sında bir şiir türü olarak ortaya çıkan ve günümüzde de yaşatılmaya çalışılan trubadur (Balcı, 2019: 105) geleneği gibi klasik yazılı dönem öncesi sözlü edebiyatın ilk örnekleri arasında sayılabilecek dengbejlilik geleneği de Kürtlerin kültürel değerlerinden biridir. Aşkın, başkaldırının, sevincin ve acının müzikal bir anlatımla işlendiği bu gelenek kuşaktan kuşağa aktarılmaya devam etmektedir. Biz de bu çalışmamızda; dengbejliğin ve dengbejin tanımını, tarihini, müzikal açıdan nasıl görüldüğünü, sözlü kültürdeki yerini, dilsel özelliklerini inceledikten sonra dengbejliğin yaşatılmaya çalışıldığı Diyarbakır Dengbej Evi'ni ve bazı dengbejleri tanıtarak bu geleneğin daha iyi anlaşılmasına ve sürdürülmesine katkı sunmaya çalışacağız.

2. AMAÇ

Literatürde yapmış olduğumuz incelemeler ve taramalar neticesinde dengbejlilik geleneği ile alakalı çok fazla çalışmanın olmadığı görülmüştür. Sözlü kültür öğelerinden olan dengbejlilik geleneğinin tanımı, tarihçesi, toplumsal anlamdaki önemi, yeri ve işlevlerinin saptanması temel amaç olarak belirlenmiştir. Ayrıca Diyarbakır Dengbej Evi'nin ve bu evde hala dengbejlilik geleneğini sürdürmekte olan denbejlerin tanıtılması amacıyla bu çalışmanın yapılması düşünülmüştür.

Teknolojinin gelişmesi, bilişim çağının getirdiği kültürel yozlaşma neticesinde sosyal yaşantımızdaki geleneklerimizin kaybolduğu gibi dengbejlilik geleneği de kaybolmaya yüz tutmuştur. Sözlü kültürümüzün kaybolmaya yüz tutmuş bu kadim geleneğin tanıtılması ve gelecek nesillere aktarılması geçmişimize ve geleneği yaşatmaya çalışanlara bir vefa borcumuzdur ve bu çalışma ise bu vefanın çok küçük bir eseri olacaktır. Dengbejlilik, sadece sanatsal bir aktivite değil; aynı zamanda yöre kültürünün sözlü bir yansımasıdır. Bu yönüyle de çalışma önem arz etmektedir.

3. YÖNTEM

Yapılmış olan bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Folklor araştırmaları yapmak için kullanılacak en etkili metodun saha incelemesi olduğu kabul görmektedir (Eriksen, 2009: 53). Kişisel ve ortak hareketlerin anlaşılabilmesi açısından çok önemli olan Gözlem tekniğine ek olarak kaynak taraması yöntemi de uygulanmıştır (Kottak, 2008: 28). Diyarbakır Dengbej Evi ziyaret edilerek icra edilen dengbejlilik sanatı yerinde gözlemlenmiştir. Bu ziyaretler esnasında dengbejler, oradaki izleyiciler ve çalışanlar dikkatle takip edilmiştir. Dengbejlerin, dengbej evinde onları dinlemeye gelenlerle kurdukları iletişim, analiz edilmeye çalışılmıştır. Saha incelemesinden elde edilen doneler neticesinde konu hakkında kaleme alınmış basılı eserler taranmış ve konu folklorik, tarihi geçmişi ve sosyolojik yönleriyle incelenmeye çalışılmıştır. Alan araştırmasında Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi Dengbej Evi, çalışmamızın merkezini oluşturmuştur.

4. Evren ve Örneklem

Çalışmamızın evrenini dengbejlilik geleneği oluşturmaktadır. Diyarbakır Dengbej Evi ise örneklem olarak alınmıştır.

5. Dengbejliğin Tanımı ve Tarihçesi

Kürt halkının en önemli sözlü edebiyatı olan dengbejlilik; sese ve söze dayalı, aynı zamanda icra edenin yetenekleriyle oluşabilen bir sanattır. Bu sanatı Kürt coğrafyasında; halkın yaşadığı olayları ve duyguları, ezgisel ve ritimsel olarak söyleyenlere ise dengbej denir. Dengbej sözcüğünün oluşum yapısına bakıldığında; “Deng” yani “ses” ve “bêj” yani “söz/söyleme” sözcüklerinin birleşmesinden meydana gelmiştir. Dengbejlilik geleneğinin en önemli özelliği, anlatıcısıyla yaşayabilen, varlığını sürdürebilen bir sanat olmasıdır. Bu sanatın anlatıcılarına dengbej denilmektedir. İcra edilen edebi esere “kılâm” denir. “Kılâm” “söz” ve “kelam” sözcüklerinden türetilmiş bir kavramdır. (Kardaş, 203: 56). Dengbejler “şevbuhêrk” (vakit geçirme, gece geçirme) adı ile anılan, genelde uzun süren kış gecelerinde meclis ve divanlarda (Uzun, 2008a: 190) destan, mesel, hikâye gibi sözlü edebiyat çeşitlerini dillendiren Kürt müziği ve sözlü kültürün anlatıcısıdır. Şevbuhêrkler akşam namazından sonra başlayıp gecenin çok geç saatlerine dek devam etmektedir (Uzun, 2008b: 11). Dengbej, sese nefes ve yaşam verendir. Sesi hem mesleği hem de gittiği her yerde adeta bir mekânıdır. Dengbej, sesi kelama, o kelamı da, türkü

haline getirendir. Dengbej, birçok toplumda olduğu gibi kültürün ilk aktarımı sözlü edebiyatın taşıyıcısıdır. Kültürün yazıya aktarılmadan önceki halini temsil eder, Topluma; anlatılarıyla dengbej; birlik ruhunu aşılır. Araştırmacılar için de, kültürlerin ilk kodlarını buldukları kaynaklar olmaktadır (Uzun, 2006: 11-12). Beylerin ve paşaların koruması ve desteği altında olan denbejlerin dışında; asası elinde, heybesi sırtında, yaban ellerde dolaşan, görmedikleri yerlere seyahat eden” yani köy köy, kasaba kasaba gezip sanat icra eden dengbejlerin de varlığı bilinmektedir (Kaya,2007: 260). Dengbej; yetiştiği toplumun geçmişten gelen acılarını, sevinçlerini, korkularını, dualarını özünde eriterek dilden dile taşıyan bir kültür ulaştırır. Dengbej, bazen öngörüsü bazen eleştirisi (hiciv) bazen de toplumun en öz sözcük dağarcığıyla ses ritmini yakalayarak toplumun hafızasını oluşturur (Öncü, 2011: 46). Yıllar boyunca dengbejler, bireyin ya da toplumun hafızasındaki her duyguyu, insana özgü tüm belleği, toplumsal hafızaya işler (Cebe, 2012: 1155). Dengbejler toplumdaki birlik duygusunu pekiştirir. Bu aktarım toplumun ortak hareket etmesini, ortak duyguları hissetmesini sağlayabilir (Deniz, 2016: 40). Dengbejler, sözlü kültürü bulunduğu toplumun tınlarını, müzik hazinelerini kullanarak daha kolay hafızada kalınmasını sağlarlar. Aynı zamanda bulunduğu toplumun en derin müzik hafızası sade ve derin bir yolla aktarılır. Dengbejler toplumun en yalın anlatıcılarıdır.

Kış aylarında özellikle büyük alanlı evlerde (konaklar) dengbejler eşliğinde toplanırdı. Yaz aylarında ise göçebe çadırlarının misafiridir dengbejler. Divanlarda (diwanxane) bir ezgi eşliğinde anlatılan hikâyeler sayesinde, toplumun yaşadığı kültürel bellek aktararak, şekillenmesine etki etmekteydiler. Dengbejler toplumda yaşanan olayların ya hicivcisi ya memnuniyeti dile getiricisidir. Şehirlerde büyük mekânların konuğu iken, göçer yerleşim yerlerinde meydanların veya köy odalarının konuğudur. Göçebe toplumların arasındaki iletişimi sağlayan gezici aktarıcılarıdır. Dengbejlerin ellerindeki müzikal aletleri hem söyleyişlerine eşlik eder hem de hitap ettiği topluluğun dikkatini üzerinde toplar. Müzik aleti; çoğu zaman ritmik ve uyaklı giden söyleyişlerin akılda kalmasını kolaylaştırır. Dengbejler anlattıkları hikayelerin de müziği ve uyumlu dizeleri (mani,tekerleme,türkü..vb.) yerleştirirler. Dengbejler, “çirokbêjler” (hikâye-öykü anlatıcısı) toplumun hafızasıdır, tanığıdır, kendi yetenek, sanat ve duyarlılığının anlatıcısıdır (Öztürk, 2012:8). Diyarbakır’da yaşayan dengbejler eserleri icra ederken dil olarak Kürtçe dilini lehçe olarak ise Kurmanci lehçesini kullanmaktadır. Süleyman Öz Kürtçe dili ile ilgili çalışmasında Kürtçe’nin Hint-Avrupa dil kolundan olduğunu belirtmiştir. “Kürtlerin kullandıkları dil Kürtçe Hint-Avrupa dil grubundan olup dört hâkim lehçe olan Kurmanci, Sorani ve Gorani’den başka alt lehçelerden meydana gelmiştir. Kurmanci lehçesi günümüzde Kürtler arasında en fazla kullanılan lehçedir” (Öz, 2003: 17). Diyarbakır yöresinde, Türkiye’nin farklı bölgelerinde dengbejlik yapan kişilere toplumun geçmişten gelen bir ilgisi vardır. Dengbejler toplumu birleştiren akıl danışılan bir rolünün olduğunu Rodi Yüzbaşı söylemektedir. Özellikle divanlarda toplumun her katmanına yer vardır. Dayanışmanın yer bulduğu toplantılardır divanlar. Dengbejler bazı zamanlarda da akıl danışılan kişiler olarak karşımıza çıkmaktadır. Dengbej, sözlü kültür ürünleri olan atasözlerinin, deyimlerin, manilerin taşıyıcısı ve yeri geldiğinde kullananıdır (Yüzbaşı, 2012: 19). Tüm bu yönleriyle dengbejleri, sözlü kültür aktarıcısı olarak tanımlamak mümkündür.

6. Dengbej Kimdir?

Dengbej, toplumda geçmişten beri var olan, yer alan hikâyeleri tamamen hafızasına alarak ezberleme yoluyla doğal yollardan öğrenen, kendi yetenek, inanç, karakter özelliklerini de katarak icra eden kişidir. Dengbej, anlatılarında çeşitli sözlü kültür öğelerinden de (mani, tekerleme... vb.) yararlanarak tiyatral bir şekilde hikâyelerini anlatır. Dengbej icrası bazen saatlerce, günlerce süren hikâyelerini metne bağlı olarak anlatmaz, birçok dengbejin okuryazarlığının olmadığı bilinmektedir (Akcan, 2014). Dengbej, sözcüğü birleşik bir sözcüktür. Kürtçede birleşik sözcük türetimi, birçok anlam içeren sözcükler olarak yapılandırılır. Dengbej sözcüğü bu işi icra eden kişileri de kapsayan çoklu bir anlam olarak algılanmalıdır Türkiye’nin her bölgesinde yer alan ozan, arif, halk aşığı, ses sanatçısı olarak tanımlanan anlatıcılar dengbeje karşılık gelmez. Dengbej tüm bu halk ozanlarının yaptığı işin hepsini yapan bir kişiliktir (Dit, 2010: 2). Dengbej bulunduğu kapalı veya açık alanlarda kendi sesini kullanarak anlatım ve ezginin eşliğinde dramatize ettiği hikâyeleri kendi üslubunca icra eder. Dengbej, anlatımına başlamadan önce kendi hazırlığını yapar, sesini en iyi kullanacağı biçimde elini kulaklarına dayayarak başlar. Kendi hafızası ve sesi dengbejin en büyük yardımcılarıdır (Keskin, 2006: 38). Dengbej; köy köy, şehir şehir gezdiği mekânlarda, bazen günler süren anlatılar yapmaktadır. Anadolu coğrafyasına ilişkin bildiği hikâyeleri, destanları kendince birbirine ekleyerek uygun yerlere ve dinleyicinin ilgisini canlı tutmak amacıyla kendi belirlediği bir ezgiyle söyler. Günlerce sürebilen bu

anlatı, dengbejin hafızasının, yeteneğinin, duyarlılığın sergilendiği alanlardır. Dengbej bütün bu hafızanın hem temsilcisi hem de taşıyıcısıdır (Mutlu, 1996: 57). Dengbejler; nesilden nesile gelen, sözlü kültürün hem devamlılığını hem de tazelenmesini sağlayan kişilerdir. Anlatıları mensubu olduğu toplumun, yaşadığı tüm toplumsal olayları içinde barındırır. Dengbej; toplumun ortak hafızasının, birliğinin ve tarih bilincinin, kültürünün hafızasıdır (Akcan, 2014). Dengbej, geçmişle günümüz arasında bir köprü görevi görür. Bulduğu coğrafyanın üzerinde yaşamış tüm topluluk ve medeniyetlerinin kodlarını anlatılarında bulmak mümkün olabilir. Dengbej; bazen karşımıza bir düşünce adamı, toplumu kendini sorgulamaya iten hicivci olarak da çıkar. Dengbejin hafızasında toplumun yaşadığı olayların (acıları, göçleri, sevinçleri, sevdaları) izlerini bulmakta mümkündür. Kürt sözlü edebiyatının söz ustaları ve yaşatıcılarıdır (Roni, 2012: 280). Dengbej; insanı ifade etmedeki en önemli özelliği olan dili, kelamı, bir tona, müziğe, kılama, türküye dönüştürür. Nasıl ki yazılı edebiyatın ilk temsilcisi Homeros ise sözlü edebiyatın ilk temsilcileri de dengbejlerdir (Uzun, 2012: 12). Mehmet Uzun, dengbeji “*İnsana, insanlığa bir dil; kimlik, tarih, benlik, bellek veren ses, nefes; insanı, insanlığı, insani anlatıyı, çağlar boyu, zamanlar boyu, kesintisiz bir çağlayan haline getiren kaynak.*” (Uzun, 2012: 13) olarak tanımlamaktadır.

Dengbejlerin yaşadığı coğrafya da çıkış tarihleri tam olarak bilinmese de, geçmişinin Sümerlere kadar gittiğini yazan kaynaklar vardır. Denbej geleneğinin daha sonraki dönemlerde, Guti, Qasit, Mitani ve Medlerde de var olmuştur. Kürt sözlü kültürü bu derin geleneği kendi bünyesinde geliştirerek bugünkü haline getirmiştir. Dengbejlerin Komegene uygarlığında değer gören anlatıcılar olduğu yazılı tabletlerde mevcuttur. Uygarlık içerisinde varlığını sürdüren Zilani Kürtlerinin dengbenj kültürleri olduğu yazılmaktadır. Zilani Kürtlerinin günümüze gelen izleri Kawa/Kowa adlı aşiretir ve bu aşiret Kürtçe konuşmaktadır. Komagene uygarlığının kanunlarında, dengbejlerin haklarını koruyan kanunlar çıkardığı tespit edilmiştir (Bkz. Antolojiya Dengbejan, 2007: 48). Yaşar Kemal ve Mehmed Uzun, dengbejlik geleneğinin kökenini, Antik Yunan geleneğindeki Homeros’un anlatılarına dayandırmaktadırlar. Geleneksel toplumlarda ve Antik Yunan da öğrenci yetiştirme metodu usta- çırak ilişkisiyle olmaktadır. Homeros’un öğrencileri de, bu yöntemle yetişir ve buldukları coğrafyayı dolaşarak Homeros’un hikâyelerini anlatırlardı. Kürt kültüründeki dengbejlik geleneğine Homeros’un yönteminin kaynaklık ettiği savunulmaktadır. Dengbejlik usta-çırak ilişkisiyle yetişmekte, dengbenjler de buldukları coğrafyada dolaşarak hikâyeler anlatmaktadır (Heckmann, 2002: 96). Emin Yaş ise; Kürt masallarının Avrupa Hint kültürel mirasına dâhil olduğunu söyleyerek; Alman masallarıyla Kürt masalları arasında kişi, nesne, olaylar bakımından benzerliklerin bu kökleri ispatladığını belirtmektedir (Yaş, 2019:104). Antik Yunan da tragedyalarda, dini bir ritüel gösteri gibi sahne alan kişiler olduğu bilinmektedir. Bu kişiler Antik Yunan tanrılarıyla ilgili metinlerden oluşan bir çeşit dini öğreti yaparlardı. İcra eden kişiler bunu dramatize ederek sahnelerdi. Bir çeşit dini gösteriye dönüştürülen bu sahnelemeler daha sonraları din; sahneleyen anlatıcılar da din adamları olmuştur. Dengbejin bu geleneği alarak, Mitraizm, Magicilik, Zerdüştlük gibi geçmiş dönem dinlerinin din temsilcisi olduğu, dini şenliklerde ve törenlerde ritüellerle ve ilahilerle bir rahip rolü üslendiği söylenmektedir. Buna göre dengbenjler, bir rahip, din adamı geleneğinden gelen, dini kimliği olan ve toplumdaki dini törenleri yöneten, öğüt veren bir şahsiyet olmaktadır (Hikmet, 2012: 290).

Dengbejler bütün kadim medeniyetlerin halk ozanları gibi; yaşadıkları coğrafyayı gezerek toplumun her alanının, olayının içindedir. Olayların içerisinde hem yaşayan hem yorumlayan hem de yol gösteren yönüyle dengbejler; toplumun akıl danışılan kişileri olmuşlardır. Tecrübeleri ve yetenekleriyle toplumda olan tüm hatıraların doğal bir yazıcısıdır. Toplumun sözlü hafızasıdır (Benjamin, 2012: 88). Destanlar zaman içerisinde değişime uğrayan sözlü metinlerdir. Toplumun yaşadığı her olay destanı etkiler onu dile getiren anlatıcının dilini de güncelleştirir (Benjamin, 2012: 81). Dengbejlerin oluştuğu coğrafya; geçmişten gelen insanoğlunun kutsal metinlerinin, göçlerinin, tufanlarının geçtiği mekânlardır. Bu tarihi miras dengbejlerin yetişmesine zemin hazırlamıştır. Aynı zamanda bu coğrafyanın günümüzde de önemini devam etmesi, dengbej geleneğinin devamlılığını etkilemiştir. Tarihi süreçte ki bu değişim ve gelişmeler dengbejlik geleneğini olgunlaştırmış bugünkü özgün kalıplarına taşımıştır. Kürt halkının yoğunluklu olarak yaşadığı bu coğrafya, Kürt sözlü, yazılı ve görsel sanatlara kaynaklık etmekte ve beslemektedir. Edebiyatını, sinemasını, tiyatrosunu ve özellikle de müziğini şekillendirmiş ve beslemiştir. Bilinmeyen tarihlerden beri var olan dengbejlik geleneği, tükenmeye yüz tutmuş folklorik öğeler arasındadır. Modernitenin Kürt günlük yaşantısını, gelenek ve göreneklerini etkisi altına alması, dengbej geleneğini de tüm folklorik öğeleri etkilediği gibi olumsuz etkilemiştir (Benjamin, 2012: 83). İkinci dünya savaşından sonra dünyayı daha da etkisi altına alan modern yaşantıda dengbejlik geleneği etkilenmesine rağmen kaybolmamıştır. Hikâye ve destanlar

modern öncesi toplumların icrasıydı, kendini anlatma biçimleriydi. Modern sonrası toplumlarda değişim, enformasyon çok hızlıdır. Değişimin hızı her şeyi çok çabuk tüketir, değer algısı üretildiği zaman önemlidir. Dengbejlilik geleneği halkın geçmişten getirdiği bir iç ses olarak kendini toparlar ve yeni gelişimlere bir şekilde uyar ve varlığını devam ettirir (Benjamin, 2012: 83). İkinci Dünya savaşının tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de yıkıcı etkilerinin olmasına rağmen dengbejlilik geleneğinin tamamen yok olmadığını ve günümüze kadar varlığını koruduğunu görmekteyiz.

7. Dengbejlilik Geleneği

Fırat ve Dicle nehirlerinin beslediği Mezopotamya toprakları geçmişten günümüze kültürlerin, medeniyetlerin, inançların ve büyük mücadelelerin merkezinde olmuştur. Dicle ve Fırat'ın beslediği bereketli topraklar; üzerinde yaşadığı halkı hem besin olarak hem de kültürel olarak beslemiştir. Yahudiliğin kutsal kitabında bu bölgeyi gösteren ibareler bulunmakta, Fırat ve Dicle nehirlerinin ismi geçmektedir. "Cennetten bir ırmak çıktı, dört kol oldu. Birinin adı Pışon'dur. İkincisinin adı Ghon'dur. ve üçüncü ırmağın adı Dicle'dir. Dördüncü ırmak Fırat'tır." (Tevrat/Tekvin, 1. Bab). Dengbejlilik geleneği bu derin hafızanın ürünü ve bu hafızanın koruyucusu, taşıyıcısı olarak bu topraklarda çıkmasına rağmen; dengbejlilik geleneğinin kökeni tam olarak bilinmemektedir.

Dengbejlilik, insana ait her duyguyu diline döker. Acıyı, özlemi, haksızlığı, adaletsizlik ve aşkı. Hikâyeleri hem toplumsal sorunların dillendiği anlatılardır hem de âşıkların özlemlerinin dillendiği hikâyelerdir. Dengbenjler bütün bu yeteneklerinin tanrının onlara bir armağanı olduğunu düşünen insanlardır. Bütün ezgilerin içine doğup, içten dışa taşıdığı dolayısıyla bunu herhangi bir yerden öğrenmediklerini söylerler (Finley, 2003: 48). Dengbejlilik; toplumsal olaylara duyarlılığı ve bu olayları dile getirmelerinin yanında, toplumda oluşan olaylarda akıl danışılan kişi konumunda da olmaktadır. Taraflar arasında çıkan sorunlarda, arabulucu ve elçilikler üslenmektedir. Dengbenjler toplumsal barışın zaman zaman sağlanmasına zemin hazırlayan kişiler olmuşlardır. Dengbenjin dolaşarak tanıdığı toplumun her kademesi, coğrafya ve dengbenjin kişiliği; toplum tarafından bu rolün dengbenjlere verilmesine ortam hazırlamaktadır (Akcan, 2014). Toplumda saygın bir yer edinmelerine rağmen dengbenjler ayrıcalık görmeyi istemezler. Dengbenjler bulunduğu coğrafyanın halkının yanındadır. Halkın konuşan dili olup halk üzerinde yöneticilerden daha etkin bir rol oynarlar. Anlatılarında halkın yaşadığı tüm duyguları bulunduğu her divanda dile getirir. Dengbejlilik; zaman gelir sevinci, aşkı, ümidi, zaman gelir üzüntüyü kaygıyı anlatır (Akcan, 2014). Dengbejlilik yaşadığı alanın her sorununa karşı duyarlıdır. Bu duyarlılık sadece insana değil doğaya, nebatata, hayvanlara kısacası canlı cansız tüm varlıklardır. Dengbenjin; söylencelerinde bütün varlığın sesi vardır. Dengbejlilik; varlığın diline, rengine ve bedenine bürünerek, varlığı dile getirir, konuşturur. Dengbenjin anlatılarında, vahşi ile evcil aynı sofradadır (Akcan, 2014). Buradan da anlıyoruz ki, dengbenjler sadece insanı değil; aynı zamanda doğayı ve hayvanları da anlatılarına konu edinmişlerdir.

Kürt sözlü kültürünü ve dengbejlilik geleneğini en iyi yansıtan ve iki cilt halinde Roger Lescot tarafından derlenerek oluşturulan kaynak; dengbenj ve Kürtlerin özellikleri hakkında önemli bilgiler içermektedir. Roger Lescot; 1940 yılında, Hesanan aşiretinin Dengbenji Sebri'den derleyerek oluşturduğu eserinde, Kürt kültürü ve destanlarının yanı sıra dengbenjlerden bahseder. Dengbenjlerin sahip oldukları yetenekleri ve halkın tüm ezgi ve türkülerini hafızalarında taşıdığını yazmıştır. İlk ciltte Kürt masalları; ikinci ciltte ise; Kürt destanları yer almaktadır. Roger Lescot eserinde ayrıca Kürtler'e ait karakteristik özellikler, gelenek ve göreneklerine ait bilgilere de yer vermiştir (Uzun, 2012: 44). Dünyada ki her coğrafyada ve halk da, o halkın bilinmeyen tarihlerinden beri oluşturulmuş hikâyeler, efsaneler, destanlar mevcuttur. Bu sözlü kültür ürünlerinin (daha sonraki tarihlerde yazıya da geçmektedirler) olağanüstü özellikler taşıdığı bilinmektedir. Destan ve hikâyeleri dolaşarak dillendiren ozanların, bu olağanüstülüğe kendileri de kapılarak toplumun gerçeklerinden koptuğu savunulmaktadır. Dolayısıyla Kürt kültürünün de oluşturduğu bu eserlerdeki olağanüstü öğelerin, dengbenjleri halkının gerçekliğinden kopardığı söylenmektedir. Dengbenjlerin anlatılarının gerçekle bağlantısının olmadığını kabul edenler vardır (Lorenz: 2013). Dengbejlilik geleneğine getirilen bu eleştiriler, yaşanan coğrafya özelinde gerçekle örtüşmemektedir. Kürt halklarının yoğunlukla yaşadığı coğrafyada geçmişten günümüze dengbenjler; halkın sesi, akıl danıştığı ve uzlaşma arayışının elçileri olmuşlardır (Akcan, 2014). Dengbenjlere ilişkin bir çok eleştiri yapılmış olsa da bu eleştirilerin coğrafya ve toplumsal şartlar ekseninden uzak olduğu görülmektedir.

8. Bir Hikâyeye Anlatıcısı Olarak Dengbejlilik

Dengbejlilik geleneği şehirlerde konaklarda, kırsallarda ise köylerde yaz aylarında açık alanlarda, kış aylarında misafir odalarında hikâyelerini anlatırdı. Uzun kış gecelerini birbirine bağlayan ve anlatımı günlerce süren hikâyelerdir. Gecenin sonunda hikâyeye en heyecanlı bir bölümünde kesilir ertesi geceye

birakılırdı. Anadolu'nun birçok bölgesinde ve doğu masallarının Şehrazat masallarının anlatım geleneğine benzeyen bu şekil dengbejler tarafından da kullanılmaktadır. Dinleyicinin dikkatini canlı tutmak adına zaman zaman sorular yöneltilip, ezgili deyişlerle süslenen bu hikâyelerin ertesi geceye kalan bölümleri olurdu (Benjamin, 2012: 90). Dengbej; hikâyeyi dinleyicisini de içine katarak anlatır, adeta bir ortak ruh ikliminde yolculuğa çıkarır. Gözlerini kapatarak hikâyesine başlar, mekânla bağı koparıp, hikâyesinin içinde yaşamaya başlar. Ardından dinleyicisini de hikâyenin içine alır (Uygar, 2009,71). Dengbej yaşadığı zamanın, mekânın, doğanın ve tarihin tanığı olmak ister. Dengbej iletişimde olduğu canlı cansız tüm varlıktan beslenen, onlarla varlığı paylaşan bir şahsiyettir. Dengbejler yaşadığı doğadaki değişimi gözlemler doğayla birlikte değişimi yaşamak ister. *Dengbejlerim* adlı denemesinde Mehmed Uzun, “*Suriye’de yaşayan Rifate Dare adlı bir dengbej ile tanışmak için kapısını çaldığında bahar henüz başlamış, ağaçlar henüz filizlenmiştir. Dengbej’in evde olmağını söyleyen ev ahalisi, onun doğanın canlanmasını yaşamaya, baharı karşılamaya, belleğini yenilemeye çıktığını dile getirirler. Uzun, dengbeji tam dört gün bekler ve dengbej nihayet döner*” (Uzun, 2012: 82). Dengbejlerin yaptığı alışkanlıklar arasında doğa seramonisi de vardır. Dengbejler mevsim dönüşümlerin de en az yılda iki kez bu seremoniyi yaparlar. Dengbej çevresindeki hiçbir olayı kaçırmaz savaşında, göçünde, şenliğinde içinde olur, halkının hafızasına tanıklık eder (Benjamin, 2012: 100). Dengbejler ekonomik olarak toplum katmanının en alt seviyesinde olan insanlardır. Dengbejlerin çıktığı toplum katmanları da, ekonomik düzeyi düşük katmanlardır. Geçim sıkıntısı yaşamalarına rağmen, halkının her derdini kendine dert edinmiştir. Dengbenjler bu ekonomik statülerine rağmen toplumun her kesiminden rağbet görmüş, dengbejlere hürmet edilmiştir. Dengbejlerin her dönem bu ekonomik konumları değişmemiştir. Dengbejler yaşadıkları sürece ekonomik sıkıntı içinde yaşayarak hayata veda etmişlerdir (Dit, 2010: 2).

9. Dengbejlikte Hikâyenin Müzikal Aktarımı

Tarım toplumunun hâkim olduğu zamanlarda, sözlü kültür; toplumların hafızası ve kültür aktarımını oluştururdu. Sözlü kültürün elçileri ozanlar, halk şairleri, dengbejler olmuştur. Sanayi sonrası toplumların şehirlere göçü, kırsal alandaki nüfusu ve kırsaldaki yerleşik kültürü etkilemiştir. Köylerde kış aylarında misafirlerin, misafir edildiği köylünün toplandığı, konuk odaları, köy odaları mevcuttu. Köy odaları (dîwanxanê) divanhane olarak da bazı bölgelerde adlandırılırdı. Köy kültür hayatının nesilden nesile aktarıldığı yine sohbetlerin, oyunların, eğlencelerin ve dengbejlerin geldiği mekânlar olmuşlardır. Dengbejler icralarını köy misafir odalarında gerçekleştirir, uzun kış gecelerinde geceden geceye aktarılan uzun dinletilerinin icrasını, bu misafir odalarında yaparlardı. Dengbejler genellikle bir müzik aleti kullanmazdı. Müzik aleti kullanmak; dengbejin bir eksikliği olarak görüldüğü söylenmektedir. Dengbejin sesi, sanatına en yakın yoldaşdır. Dengbejin hafızası, birikimi, yeteneği ve bunları aktarmadaki sesi onun icrasının yardımcılarıdır (Poche, 2008).

Dengbejin sesi icrasının en önemli öğelerindendir. Nefesinin kuvveti dengbenjin kalitesinin ölçütü olarak görülmüştür divanhanelerde. Dengbejin icrasında genel gösterilerde görülen alkış, dengbej toplantılarında yoktur. Dengbejin icrasının kesilmesine rastlanmaz. Dengbejler icralarında çok kısa soluklanmalar yaparak, seslerini güzellemeler, deyimlerle dinlendirirlerdi. Dengbej; “hawîni” denilen bölümlerde sesini dinlendirir. Hawini bölümler dengbejin kendini dinlediği ve dinleyeni hikâyenin içine aldığı bölümler olur. Hawini bölümler anlatının başında veya son bölümlerinde olabilir. Dinleyenin hikâyeye ortak olduğu, hüzünlendiği, duygusunu dışa aktardığının görüldüğü anlardır. Hawini bölümler; dengbejin sesinin rengini, gücünü, oktavının en yalın halinin çıktığı bölümlerdir. Ancak bununla birlikte bazı dengbejlerin hawini bölümler kullanmadığı da bilinmektedir” (Yankın, Yıldırım, 2010). Dengbejlik geleneği kırsal alanlarda köy seyirlik oyunları, şehirlerde bir tiyatro oyunu gibi de algılanmış, seyredenleriyle arasında sahne oyunlarındaki gibi canlı bir iletişim oluşturmuştur. Dengbej seyredenlerini bazı bölümlerde hem hikâyenin içine alır, hem de onlarla göz teması kurarak, onları kendinden ve hikâyeden koparmaz. Dengbej bazen sesinin tonu, bazen hikâyeye eklediği bölümlerle ilgiyi hep canlı tutar. Dengbej anlatılarını ilginin en yoğun olduğu bölümlerde keserek ertesi geceye bırakır, seyredenleri ve dinleyenleriyle bağı korur (Hikmet, 2012: 300) . Bu şekilde dengbejler dinleyicilerde sürekli bir beklenti ve heyecan oluşturmuşlardır.

10. Dengbejlikte Sözcük ve Ses Kullanımı

Dengbejlik geleneğinin icrası sese dayanmaktadır. Ses bu sanatın en önemli öğesidir. Dengbejler; kendilerine has teknikler geliştirerek seslerini günlerce kullanabilirler. Dengbejler; ekonomik koşulları çok iyi olan toplumsal katmandan gelmemekte ve hayat boyu da bu ekonomik koşullarda yaşadıklarından dolayı, buldukları her mekânda ve toplulukta sesleriyle hayatlarını sürdürmüşlerdir. Her mekân onların seslerini prova ettiği, denediği, tanıdığı sahneler olmuştur. Sesi çok kullanmanın verdiği pratiklik seslerini günlerce yormadan kullanmayı dengbejlere öğretmiştir.

Dengbejlerin seslerini kullanmadaki bu yetenekleri toplum tarafından takdir görmüş, hürmet edilmiştir. Dengbejlerin buldukları coğrafyada sürekli halk ile iç içe olmaları ve dolaşmaları, dengbejlerin; toplumun dilindeki her sese sözcüğe ulaşmalarını kolaylaştırmıştır. Dengbej toplumdan derlediği sözcükleri sözcük dağarcığına ekleyerek hem korumaya alır hem de sözcükleri anlatılarında kullanır (Akcan, 2014). Dengbej geleneği içerisinde verilen ürünler halk edebiyatının sözlü kültür sınıflandırmasında, melodik halk şiiri bölümünde yer almaktadır. Dengbejlik geleneğinde yer alan şiirler uzun ve kafiyelidir. Ancak halk edebiyatındaki genel hece ölçüsü görülmez. Dengbejlik eserlerin türleri arasında; “destan”, “lawik/aşk”, “şer/kahramanlık”, “dilok/güzellik”, “lawij/dinî”, “heyranok/sevgi, doğa”, “bêlîte/coşku”, “zêmar/ ağıt, mersiye”, “payizok/hasret” gibi türleri vardır. Dengbenj ustalığına ve yeteneğine göre dengbenj geleneğinde yer alan eserleri icra eder ya da kendisi yeni eser meydana getirir. Dengbejin şiir oluşturup söylemesine kılâm (jiberxwederxistin) oluşturma, bu denbejlere de “şair dengbej” denir. Kendi şiirlerini oluşturup söylemek, dengbejlik şairliğinin en üst makamıdır ve şairin kendi kolunu oluşturmasıdır (Eminoğlu, Çoban Eminoğlu, 2020). Dengbejlikte zirve olarak nitelendirilmek için şairlerin kendi yazdıkları şiirleri söyleyebilmeleri gerekmektedir.

11. Dengbejlik Sanatının Ünlü İsimleri

11.1. Şakiro

Sesinin güzelliği sebebiyle Kewê Ribat (Rabat Kekliği) ve Şahê Dengbêjan (Dengbejlerin şahı) olarak ünlenmiştir. Şakiro (Şakir Deniz), Dengbej Resoyê Gopala'nın öğrencilerindendir. Şakirê Mezin' ya da Şakirê Bedih adıyla da tanınır. Ağrı'nın (Karaköse) Navik köyündendir. Günlerce kılâm söylemesiyle ünlüdür. 1959-1966 yılları arasında ailesiyle birlikte Adana'da yaşamış, 1966 yılında Muş'a ardından 1968 yılında Erzurum Karayazı'ya yerleşir (Adıgüzel, 2021).

11.2. Dengbej Reşo

Reşo (Reşoye Gopalan), Ferzê'nin şagirti (öğrencisi), Evdalê Zeynikê geleneğinden gelen dengbejdir. Reşo, 1890 yılında Karaçoban'nın Gopalan (Türkçe: Kopal) köyünde doğmuştur. Ailesi Erivan muhacirlerindendir. Reşo, okul hayatı olmamıştır. Genç yaşta Gopalan ve çevresinde çobanlık yapmıştır. Dengbejlik eğitimini, bölgede yaşayan dengbej Sîno'dan almıştır. Kılâm söyleyebilen dengbejlerdendir. Reşo, önce Gopalan'na ardından Bulanık'ın Xêrgis köyüne yerleşmiştir. Dengbej Ferzê'den etkilenerek, onun ve Evdalê Zeynikê'nin kılamlarını icra etmeye başlar (Adıgüzel, 2021).

11.3. Kawis Axa

Dengbejliğe Bağdat Radyosunda başlar Kawis Axa. 1889 yılında İran'ın Zozanê Çarçela Bertiya dünyaya gelir, 10 yaşında yetim kalan Kawis Axa, 13 yaşında annesini kaybetmiştir. Gerçek ismi İdris Kakewis'tir Annesinin kaybindan sonra, Dengbej Fatma'nın yanına yaşamaya başlar. Dengbej Fatma'nın yanında hem korunmuş hem de kılamlığı öğrenmiştir. Çocuk yaşta yaşadığı kayıplardan dolayı konuşmasında kekemelik sorunu oluşmuştur, ancak bu onun kılamlarını icra etmesine engel olmamıştır (Adıgüzel, 2021).

11.4. Evdalê Zeynikê

Dengbejlik geleneğinin ilk kurucusu Evdale Zeynike olarak kabul edilir Evdal, 1800 yıllarında Ağrı'nın Tutak ilçesinin Cemalverdi köyünde doğmuştur. 110 yılgibi uzun bir ömür sürmüştür. Dönemin beylerinden Sürmeli Memed Paşa'nın dengbejliğini yapmış, kılâm şairidir toplumun acılarını ve sevinçlerini kılamlarına taşımıştır (Adıgüzel, 2021).

11.5. Seyidxanê Boyaxçi

Seyidxanê Boyaxçi, Diyarbakır'ın Ergani ilçesine bağlı Lexerî köyünde 1933 yılında doğmuştur. İki yaşında iken annesini, dört yaşında iken babasını kaybeden Boyaxçi'yi, amcası büyütür. Seyidxanê Boyaxçi de birçok dengbej gibi okula gitmemiştir. Çocukluğunda çobanlıkla yapan Boyaxçi, 15 yaşından sonra Diyarbakır merkeze yerleşir. Diyarbakır'ın Sur ilçesinde ayakkabı boyacılığı yaptığı bilinmektedir. Ayakkabı boyacılığını 25 yıl boyunca yapar. Boyaxçi, Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi'nde temizlik personeli olarak da çalışmıştır. Diyarbakır'ın Sur merkez ilçesinde bulunan Dengbej Evi'nde de görev alan dengbejlerdendir (Atalay, 2021).

12. Kadın Dengbejler

Dengbejlik edebiyatında kadın dengbejler de bulunmaktadır. Bunlar arasında; Dengbej Gulê, Dengbej Meryemxan, Dengbej Aslika Kadir, Bulanıklı Dengbej Bedewe gibi isimler vardır (Eminoğlu, Çoban Eminoğlu, 2020). Cumhuriyetten önceki dönemde Ermeni dengbejlerin olduğu da bilinmektedir. İmparatorluk toplumu olan Osmanlı nüfusunun, içinde Ermeni nüfusta mevcuttu. Komşu Ermeni köylerinde Dengbej olan Ermenilerin olduğu ve icralarını Kürtçe yaptıkları bilinmektedir. Bunlar arasında Dengbej Gulê, Dengbej Kirapet-i Haço gibi... isimler vardır. Bulanıklı Dengbej Pero da bu dengbejlerden biridir (Eminoğlu, Çoban Eminoğlu, 2020).

13. Diyarbakır'da Dengbejlik ve Diyarbakır Dengbej Evi



Fotoğraf: Zafer KOÇAK

Diyarbakır Dengbej Evi 2007 yılında açılmıştır. Diyarbakır Belediyesi'nin dengbejlik geleneğinin yaşatılmasına yönelik olarak mimarlar odasından alıp, dengbejlere tahsis edilerek aktif faaliyet göstermesi sağlanmıştır. Günümüzde de faaliyetlerini sürdüren dengbej evi; eski Diyarbakır evlerinden birinde hayat bulmuştur. Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi, dengbej evinin tüm giderlerini ve dengbejlerin maaşlarını karşılamaktadır. Diyarbakır Dengbej Evi; Diyarbakır Kültür Envanteri'nde şu şekilde kaydedilmiştir. "Yapıya yuvarlak kemerli bir kapıdan girilir. Güneybatı kısımda dikdörtgen formlu, demir parmaklıkla kapatılmış bir bodrum katı yer alır. Zemin kata beş basamaklı bir merdivenle çıkılır. Bu katın kare planlı kapı ve pencere açıklıkları, yuvarlak kemerlidir. Zemin katın iç mekân duvarlarında derin nişler yapılmıştır. Üst örtüsü ahşap hatılıdır. Güneybatı kanadın üst katı, cumbalı olup bu katın pencereleri dilimli kemerlidir. Bu kısma sonradan konsollarla taşınan demir parmaklıklı balkon eklenmiştir. Pencereleri ahşapla kaplanmıştır" (Bkz. Diyarbakır Merkez Kültür Envanteri-II, 48).



Fotoğraf: Zafer KOÇAK

Diyarbakır Dengbej Evi, kuruluşunda 30; günümüzde 19 dengbejle faaliyetlerini sürdürmektedir. Dengbejlik geleneğinin kendi içinde genç dengbejler yetiştirememesi, var olan dengbejlerin de başka şehirlere göçü, yaşlanması veya ölümü sebepleriyle sayıları azalmaktadır. Dengbejlerin yetiştiği toplumsal iklimin zaman içerisinde değişmesi dengbejlik geleneğini olumsuz etkileyen en önemli faktördür (Akcan, 2014).

Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi'nin yerel kültürleri tanıtmaya ve yaşatmaya kapsamında, dengbej evinin kuruluşunda ve tanıtımında verdiği hizmet dengbej geleneğinin yaşatılması için çok önemli katkılar yapmıştır. Dengbej evinin açılması hem iç ve dış ülkelerden gelen turistlerin kendi doğal mekanında dengbejleri gözlemlemelerini hem de dengbejler tarafından icra edilen anlatıları bizzat dinleyerek doğrudan bilgi sahibi olmalarını sağlamıştır. Dengbej evinin açılmasında Hilmi Akyol da katkı sağlayanlardandır. Dengbej evini görüp, yerinde tanıyan araştırmacı ve müzisyenler; dengbejlik geleneği, müziği üzerine makale yazmış, araştırmalar yapmışlardır. Tüm bu çalışmaların yapılmasında; dengbej evinin açılması önemli bir unsur olmuştur (Akyol, 2016: 49). Diyarbakır'da açılmış olan bu dengbej evi dengbejlik geleneğinin sürdürülmesi ve gelecek kuşaklara aktarılması noktasında çok önemli bir konuma sahiptir.

14. SONUÇ

Müzikal anlatılar yoluyla kuşaktan kuşağa aktarılan dengbejlik geleneği, Doğu ve Güneydoğu Anadolu topraklarında doğmuş ve gün geçtikçe yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalan önemli bir kültürel değerdir. Dijitalleşmeyle birlikte sözlü kültürel değerlerin kayda alınarak saklanması her ne kadar olumlu bir gelişme olsa da bu değerlerin yaşatılması ve desteklenmesi gerekmektedir. Bu kapsamda, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) dünyanın birçok yerinde olduğu gibi Türkiye'de de unutulmaya yüz tutmuş kültürel değerlerin yaşatılmasına yönelik çalışmalar yapmaktadır; ancak bu çalışmaların yeterli olduğunu söylememiz mümkün değildir. Öyle ki, tek kutuplu dünya düzeninin zorunlu kıldığı kapitalist ilişkiler özellikle çocukları ve milenyum kuşağını kültürel olarak esir almış; onları kendi kültürel değerlerine yabancılaştırmıştır. Dengbejlik geleneği de bu yabancılaşmadan payını alan ve artık korunması, yaşatılması ve sahip çıkılması gereken bir değerdir. Bu bağlamda, geleneğin hala sürdürülmeye çalışıldığı bölgelerde dengbejlere ekonomik destek verilmeli, üniversitelerin lisansüstü programlarında araştırmalar yapılması için öğrenciler teşvik edilmeli, dengbejliğin ortaya çıktığı Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerindeki şehirlerde var olan dengbej evleri çoğaltılmalı, özellikle müzik ve sanat tarihi derslerinde bu gelenek ayrıntılı ve uygulamalı bir şekilde anlatılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Akcan, S. (2014). *Anlatıcı Olarak Dengbêj ve Dengbêj Anlatılarındaki Kahramanın Makûs Talihi* (Yüksek Lisans Tezi). Kadir Has Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Akyol, H. (2016). Mala Dengbêjan a Amedê, 5 Guhertoyên Kilamekê (çev. Dilawer ZERAQ), *W dergisi*, Cilt12, Sayı 52, Mayıs-Haziran, s. 49.
- Balcı, U., Balcı, T. (2019). *Alman Edebiyatında Trubadur*. İçinde: (Edt: Seyithan Seydoşoğlu/Merve Kırdıryüz) Çukurova II. Multidisipliner Çalışmalar Kongresi 26-28 Nisan 2019 Tam Metin Bildiri Kitabı. S. 105-113.
- Benjamin, W. (2012). *Son Bakışta Aşk*. N. Gürbilek (Çev.). İstanbul: Metis.
- Kardaş, C. (2013). *Dengbejlik Geleneği ve Âşık Edebiyatı ile Karşılaştırılması*. (Doktora Tezi). Fırat Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Cebe, R. (2012). Dengbêjlik ve Melizma Tekniği. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, Cilt 1, Sayı 1 ss.1153-1160.
- Deniz, S. (2016). *Dengbêji*. (çev. Dilawer ZERAQ), *W dergisi*, Cilt12, Sayı 52, Mayıs Haziran, ss. 40-41.
- Eminoğlu, N., Eminoğlu, G. Ç. (2020). Bulanık'ta Dengbêjlik Edebiyatı ve Temsilcileri. *Kürd Araştırmaları Dergisi*. Sayı:4, Güz. <http://kurdarastirmalari.com/gunce>.
- Eriksen, T. H. (2009). *Küçük Yerler Büyük Meseleler Sosyal ve Kültürel Antrpoloji*. Ankara: Birleşik.
- Finley, M. (2003). *Odysseus'un Dünyası*. G. Durna (Çev.). İstanbul: Ayraç.
- Heckmann, L.Y. (2002). *Kürtlerde Aşiret ve Akralalık İlişkileri*. İstanbul: *İletişim Yayınları*.
- Kardaş, C. (2013). *Dengbêjlik Geleneği ve Âşık Edebiyatı İle Karşılaştırılması*. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, Elazığ.
- Kaya, F. (2007). *Uzun Roman, Mehmed Uzun Portresi*. İstanbul: Alfa.
- Keskin, N. (2006). *Mardin ve Çevresinde Bir Anlatı Biçimi Olarak Mitriplik*. (Yayımlanmamış

- Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kottak, C. P. (2008). *Antropoloji İnsan Çeşitliliğine Bir Bakış*. Ankara: Ütopya.
- Lorenz, C. (2013). “*Tarihler Doğru Olabilir mi? Anlatıcılık, Olguculuk ve “Mecazi Dönemeç”*”, Cogito, Editör: Şeyda Öztürk. Ankara: Yapı Kredi.
- Mutlu, E. (1996). *Kürt Müziği*. İstanbul: Avesta.
- Öz, S. (2003). *Doğu ve Güneydoğu Anadolu Sözlü Kültüründe Hikâye Anlatıcılığı*. (Yüksek Lisans Tezi) Mimar Sinan Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Öztürk, S. (2012). *Kadın Kimliği Bağlamında Kültürel Bellek ve Van Merkezdeki Kadın Dengbêjliği Yansımaları* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Uygar, Y. (2009). *Kültürel Bellek ve Dengbêjlik: Doğu Anadoludaki Dengbêjlik Geleneğinde Bellek Üretimi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mimar Sinan Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Uzun, M. (2006). *Dengbêjlerim*. İstanbul: İthaki.
- Uzun, M. (2006). *Kürt Edebiyatına Giriş*. İstanbul: İthaki.
- Uzun, M. (2008a). *Abdal’ın Bir Günü*. İstanbul: İthaki.
- Uzun, M. (2008b). *Dicle’nin Yakarışı*. İstanbul: İthaki.
- Yaş, E. (2018). *Kurdische Märchen: ein stück des Indo-Europäischen kulturerbes*. Almanya: Epubli.

İnternet Kaynakları

- Adıgüzel, Ö. (2021, 15 Aralık). “*Söz uçar yazı kalır*” durumunu ters yüz edenler: *Dengbêjler*. İLKHA. <https://ilkha.com/kultur/soz-ucar-yazi-kalir-durumunu-ters-yuz-edenler-dengbejler-157093>
- Atalay, S. (2021, 17 Ekim). *Diyarbakır’ın bülbülü: Seyidxanê Boyaxçî*. Evrensel. <https://www.evrensel.net/haber/409866/diyarbakirin-bulbulu-seyidxan-boyaxc>
- Yankın, B., Yıldırım, V. (2022, 3 Ocak). *Dengbêjlikte Ses Kullanım Teknikleri Üzerine Bir Deneme*. Artizan. <https://www.art-izan.org/artizan-arsivi/dengbejlerde-ses-tekniklerinin-kullanimi-uzerine-bir-deneme/>

Turizm Metaforu Olarak Otantik Mekanlar

Authentic places as a tourism metaphor

Öğr. Gör. Dr. Aşlı DOĞAN
Uşak Üniversitesi
mimar.asli@gmail.com
ORCID: 0000-0003-0610-8365

DOI: 10.37154/cudes.2022.49

Makale Bilgisi

Geliş: 26.02.2022
Onay: 15.03.2022

Anahtar sözcükler:
Mekansallık, Metalaşma,
Mimarlık, Otantiklik, Turizm

Öz

Yer, belirli kültürel unsurların ve kimliklerin yüklenmesi ile inşa edilen coğrafi bir alan olarak tanımlanabilir. Modernleşme ve küreselleşme ile birlikte yer ile kültür arasındaki bağın zayıflaması, kültürün ve belirli bir kimliğin otantik kaynağı olarak yerin, tekrar canlandırılması eğilimini ortaya çıkarmıştır. Turistik çekiciliği olan yerler olarak tanımlanan turizm odaklarının, kültürel mirasla kurduğu mekânsal ilişkilerin en önemli alanı olarak kendine has mimarisi ile otantik mekanlar, bunun gerçekleştiği en önemli mecralardan biridir. Çalışma, kültürel mirasın bir unsuru olarak kendine has dokusu, kimliği olan mekanların turizmle birlikte, otantiklik ile ticarileşme ya da metalaşma arasında salınan dönüşüm ve değişimleri üzerinedir. Bu bağlamda çalışmada, mekanların koruma, kullanma ve geleceğe taşınma dengesinde turizmle nasıl ilişkilmesi gerektiği otantiklik ve metalaşma kavramları üzerinden tartışılmıştır. Literatür incelemesi çalışmanın temel yöntemini, ikincil kaynaklar ise verisini oluşturmada olup mimari perspektiften ve sürdürülebilirlik ekseninde bir kuramsal analiz yapılmıştır.

Article Info

Received: 26.02.2022
Accepted: 15.03.2022

Keywords: Architecture,
Authenticity, Commodification,
Spatiality, Tourism.

Abstract

A place can be defined as a geographical area that is constructed by loading certain cultural elements and identities. The weakening of the relationship between place and culture with modernization and globalization has revealed the tendency to revive the place as an authentic source of culture. Authentic spaces with their distinctive architecture, as the most important area of spatial relations established by destinations, which are defined as places with touristic attraction, are one of the most important areas where this takes place. The study is about the transformations and changes of places with unique texture and identity as an element of cultural heritage, oscillating between authenticity and commercialization or commodification, together with tourism. In this context, in the study, how the spaces should be related to tourism in the balance of protection, use, and transport to the future is discussed over the concepts of authenticity and commodification. The literature review constitutes the main method of the study. The data of the study is based on secondary sources and theoretical discussion has been carried out from the architectural perspective and on the axis of sustainability.

1. GİRİŞ

1970’li yıllardan itibaren Avrupa ve Amerika’da görece refah seviyesinin yükselmesi, turizmin fark edilir bir düzeyde gelişmesini ve bir sektör olarak belirginleşmesini beraberinde getirmiştir. Özellikle harcanabilir gelir, çalışma hakları ve boş zaman konusundaki iyileşmelerle ortaya çıkan turizm talebi, daha çok tatil ve iklim odaklı deniz-kum-güneş eksenli olarak kitleselleşmiştir. Bu sürecin 1980’li yıllardan sonra yeni ve hızlı bir dalga ile başka bir boyut kazandığı aşıkardır. Neo liberal rejimin teknolojik imkanlarla tahkim edildiği küreselleşme dalgası Dünya’yı, en bilindik retorikle bir yandan

küçük bir köy gibi aynılaştırmış; diğer yandan yersiz-yurtsuz düzlemlere ve sınırsızlıklarla vurgulanan yeni sınırlara taşımıştır.

Küreselleşme, tüketim kalıplarının standartlaşması, özellikle ekonomik güç ve gelişmişlik avantajına sahip ülkelerin kendi dışındaki ama özellikle farklı ve zayıf olan ülkeleri kültürel hegemonyası altına alınmasını sağlayan bir süreç olarak okunduğunda ona karşı yerelin, özgün ve farklı olanın bir pozisyon alması gündeme gelmiştir. Küreselleşme ile yerel ilişkisi kültürel bağlamda değerlendirildiğinde; yerel unsurların daha yüksek bir eğilim olarak, kendi kültürlerini ve yapılarını küresel sistemin etkileri ve beklentileri doğrultusunda yeniden organize ederek hakim yapı içinde kendini var etme-daha çok eritme- ve küresel unsurlar tarafından kabul görme çabası içine girdikleri görülmüştür.

Küreselleşme dalgası ile aynılaşma gayreti içine giren dünyadaki bu çarpıcı eğilim, özellikle turizmin önemli, popüler ya da yeni gelişen turizm odaklarında belirgin bir biçimde yaşanmıştır. Bu süreçte turistik çekim merkezleri olarak dönüşen turizm odaklarının temel motivasyonu, ağırlıklı olarak turistin geldiği ülkenin kültürel özelliklerine göre kendisini şekillendirmeye başlaması olmuştur. Bilinmeyen, bakir ve coğrafi güzelliklere sahip bölgelerin, mekânların turizm merkezleri olarak ilgi çekmeye başlamasıyla birlikte yerel halkın kültürel ürünlerini turistin arzularına göre yönlendirmesi (MacCannell, 1999) ilk etapta insanın insana teması ile somut olmayan kültürel unsurlar üzerinden gerçekleşirken, zamanla mekanların dönüşümlerinde de etkili olmuştur. Buna Amerikanlaşan Hawaii ve Karayipler, İngilizleşen İspanya gibi trendler örnek gösterilebilir. Küreselin mikro ölçekteki tezahürlerine Türkiye’den örnekler olarak Alanya’nın küçük Almanya, Antalya’nın Rusya, Didim ve Fethiye’nin küçük İngiltere olarak anılır olmasının arkasında da bu olgu olduğu düşünülebilir. Bahsedilen turizm odakları, alman ve İngiliz turistlerin kitleler halinde seyahat ettikleri yerler olmuş, turizm tesisleri de yerel özellikleri korumak veya sunmak yerine turistlerin sahip oldukları kültürel kimliklere uygun olacağını düşündükleri biçimde hizmet stratejileri geliştirmeye çalışmışlardır. Buna mekan isimlerinin Türkçe olması yerine İngilizce veya Almanca isimler verilmesi, yemek ve müzik hizmetlerinin de gelen turistlerin ülkelerindeki ile benzer atmosferleri canlandırmış olması örnek verilebilir. Çoğunlukla kendine benzemeyen özelliklere sahip -iklim, doğa, insan, kültür- olduğu için o bölgeye gitmeyi tercih eden turistin gittiği yerin, zamanla kendine benzer hale gelmesi, daha çok mekanların ve o mekanlarda sunulanların turiste ayarlı dönüşümünü beraberinde getirmiştir. Bu açıdan “bahşeden” turist ile “müşkül” durumdaki ağırlayan arasındaki ilişki, bahşedilenin kendini hakim olana benzetmesi üzerinden de dönüşmüştür.

Küreselleşmenin küre-yerelleşme ile ilişkilendirildiği dönemeçteyse tercih eden açısından eğilimin kendi kültürel öğeleri ile aynılaşan turizm odaklarının cazibesini yitirmeye başlaması, bu bölgelere turistik akışların azalması ve/veya farklı ve otantik kalmış turizm mekanlarına yönelmesi şeklinde çatallandığı gözlenmiştir. Küresel ve yerelin sentezi bir öge olarak farklılık, turizmi oluşturan teşebbüslerin temel bir özelliği olmuştur (Judd ve Fainstein, 1999: 5-6,16). Küreselleşme sürecinin yerelliğin canlandığı, otantikliğin popüler hale geldiği bu yeni kavşakta, yaşanan kültürel etkileşim süreci ile birlikte yerel etnik-kültürel unsurlarının yoğun ilgi görmesi farklılık eğilimlerini daha da desteklemiştir. Bu ilgi ile yerel ve egzotik olan değerlerin özgün yerlerinden edilmesi, farklı formlarda turistik cazibe olarak sunulması ile yeni bir kâr unsurunun da canlanması söz konusu olmuştur (Morley ve Robins, 2011:157).

John Urry, Postmodernizmin toplumları dönüştürdüğü ve bunun turist yaklaşımını değiştirdiğini ileri sürdüğü “Turist Bakışı” (Tourist Gaze) isimli kitabında romantik/kolektif ve tarihsel/modern ayrışmalarının yanı sıra otantik olan/otantik olmayan ayrımına da değinmiştir (Urry, J.2009) Özellikle otantik turizm odaklarında verilen turistik hizmetlerin mekânsal gelişimi göz önüne alındığında Urry’nin “mekânsal sabitlik” adını verdiği kavramın hizmet üretici ve tüketicileri arasında olması beklenen fiziksel bağ kaynaklı bir mekan meselesi oluşturacağı açıktır. Benzer bir bakış ile turizmin bir ihtiyaç olarak gelişmesinin ötesinde aşırılık olarak gerçekleşmesinin de çevresel verilere zarar verebilecek bir uyarı oluşturduğunu vurgularken, evrendeki her mekanın tüketim hızına yenilerek doğal yapısını kaybetme riskinde olduğunu altını çizmiştir (Urry,1992).

Yerel kültürlerin canlandırılmasının küresel kapitalizme karşı değil ancak onun içinde alternatif modeller yaratılması şeklinde ifade bulması, bir yandan aynılaştıran diğer yandan da yerel kültürel

unsurlarla farklılaşan entegre küresel bir sistemden söz edilmesine olanak tanımıştır. Böylelikle otantik, özgün, farklı, yerel vb. sıfatlarla tanımlanan nevi şahsına münhasır mekânsal unsurlara sahip her ölçekte turistik bölgelerin hem değer kazandığı hem de değersizleştiği bir süreç iç içe geçmiştir. Her iki eğilim; bir yandan otantik olanın turistin taleplerine paralel olarak standartlaşma eğilimiyle bozulması ile kendi özgün kimliğini korumaya çalışması birlikte yaşanmıştır. Bu süreçte kültürel mirasın korunması uluslararası seviyede ortaya çıkan çaba ve sözleşmeler sayesinde hız kazanmış; UNESCO başta olmak üzere ona bağlı uluslararası örgütlerin çabaları sonucu kavram sadece bir akademik inceleme alanı olarak kalmamış; 1972 tarihli Dünya Mirası Konvansiyonunun Uygulanmasına Yönelik İşlevsel İlkeler adlı rehberde Dünya Miras Listesi'ne girebilmek için miras alanlarının taşınması gereken şartlardan biri otantiklik kriteri olarak adlandırılmıştır (Çokişler, 2018). Bir başka önemli kurum olan ICOMOS koruma alanını; taşınmaz kültür ve tabiat varlıkları ve içinde buldukları korunması gerekli çevrenin değerlerinin korunabilmesi için gelişme ve yapılaşması kontrol altında tutulması gereken alan olarak tanımlamıştır (ICOMOS, 2013).

Turizmin gelişimi ile kültürel miras alanları ve değerlerinin önem kazanması arasında bir ilişki olduğu açıktır. Bu alanda yapılan çalışmalar (Timothy, 2021; Timothy ve Boyd 2003; Yang, 2010) çift yönlü hem negatif hem pozitif etkilerin olduğu bir gerçekliğin altını çizer. Bu nedenle özellikle turizmin birçok türünü besleyen kültürel miras varlıkları ile kültürel miras değerlerinin korunması ve gelişimini motive eden turizm arasındaki karşılıklı ilişkide hangi unsurların belirleyici olduğu önemlidir.

2. AMAÇ ve YÖNTEM

Çalışma, kültürel mirasın bir unsuru olarak kendine özgü mekanların turizmle birlikte, otantiklik ile ticarileşme ya da metalaşma arasında gidip gelen dönüşüm ve değişimleri üzerinedir. Otantikliğin hem turizm hem de mimari açıdan ele alınıp tartışılması ve metalaşma kavramı üzerinden değerlendirilmesine odaklanılmıştır. Bu bağlamda çalışmada, mekanların koruma, kullanma ve geleceğe taşınma dengesinde turizmle nasıl ilişkilenebileceği gerektiği otantiklik ve metalaşma kavramları üzerinden tartışılmıştır. Bu kuramsal araştırma yöntem olarak literatür incelemesine dayanmakta olup; ikincil kaynaklar kullanılarak değerlendirmeler yapılmıştır. Mekânsal otantiklik ve metalaşma paradoksu sürdürülebilirlik ekseninde tartışılarak literatüre katkı sağlamaya çalışılmıştır.

2.1. Turizm Gelişimi ve Somut Kültürel Miras Mekanları

Kurumsallaşan tatil zamanları iklim odaklı deniz-kum-güneşle şekillenen ve kitleselleşen turistik akışlar, zamanla, tarih, kültür, mimari ve şehir odaklı olarak büyümüş ve gelişmiştir. Bu durum, önemli kültürel mirasın üzerinde oturan şehirleri hem bir turistik odak olmaya hem de birbiriyle rekabet eden bir pozisyona taşımıştır. Kültürel miras turizmi, turizmin en büyük ve hacimli türlerinden biri haline gelmiştir (Timothy, 2021). Bu akımın şehirleri, mekanları, yönetim ve yöneticileri motive etmesiyle, dönüşüm daha çok, otantik, özgün ve ayırt edilebilir kültürel miras varlıklarına sahip turizm odakları için bir avantaj yaratmıştır. Turistik akışlardaki belirgin eğilimi gören şehirlerin idari yönetimleri ve hükümetler, kültür varlıklarını tescil ettirmek, kültürel miras alanlarını restore etmek ve uluslararası koruma etiketlerine kavuşturma yarışına girmişlerdir.

Turizm hareketlerinin küresel ölçekte ve kitlesel bir hal alması dünya genelinde özellikle Dünya Miras Listesi'ne giren alanlarda artış da beraber yürümektedir. Ancak hızlı, kendiliğinden ve kontrolsüz turizm gelişimi, somut kültürel miras varlıkları üzerinden mekânsal bağlamda hem olumlu hem de olumsuz etkilere neden olmuştur. Turizm gelişimi bir yandan otantik olanın korunması, restorasyonu vb. yöntemlerle yeniden canlandırılmasını motive ederken, diğer yandan bu tür mekanların ticarileşmesi, bozulması ve bağlamından koparılması gibi sorunlara neden olmuştur. Bu durum şehirleri yönetenleri son dönemlerde turistik hareketleri kısıtlama yollarını aramaya itmiştir (Bandarin, 2005) ancak bunun sebebi listeye dahil olan miras alanlarının çoğu ülkede yine aynı yönetimler tarafından turizm pazarında avantaj sağlama aracı olarak görülmesi (Ashworth vd., 1990) ve kültürel mirasa dayalı farklı sektörler için bir itici güç olarak algılanmasıdır (Yang vd. 2010). Sonuç olarak otantiklik merakının önemli bir motivasyon olarak yönlendirdiği kültürel miras turizmi, büyük bir turistik talebi de harekete geçirmiş ve otantik kavramını son dönemde pazarlama disiplininin moda sözcüklerinden biri haline getirmiştir (Gilmore vd., 2007). Otantikliğin peşinde koşan turist, otantiklik yarışındaki turizm odakları ve mekanlar, kültürel mirasa dayalı turizmin popülerleşen mecrasında arz ve talebi yönlendirir hale gelmiştir.

3. Otantiklik

Otantik, Türk Dil Kurumu sözlüğünde, Fransızca “authentique” kelimesinin karşılığı olarak; “eskiden beri mevcut olan “gerçek olan, gerçeğe veya aslına dayanan, orijinal” şeklinde tanımlanmaktadır. Authenticity kelimesi İngilizce’de aslına uygunluk, özgünlük, orijinallik, güvenilirlik gibi anlamlarda kullanılmaktadır. Sedmak ve Mihalic (2008) de benzer bir şekilde otantikliği, “modern turizm gelişmeden önce de mevcut olan, açıkça ithal edilmemiş, ya da tamamen yerel olan ve kitle üretimi ya da endüstriyel amaçlarla üretilmemiş mimari, mutfak, soyut miras, doğal çevre gibi turistik çekim merkezlerinin çekicilikleri” olarak tanımlamaktadırlar. Sözlük tanımlamalarının ‘otantik’ terimi için benzer fakat farklı ifadeler kullanmış olmaları da ilgi çekicidir. TDK; eskiden beri mevcut olan özellikleri taşıyan ifadesini kullanırken (TDK, 2020), internet sözlüğünde ‘belge değerinde olan, gerçeğe dayanan, aslına uygun, özgün’ (Sözlük 2020) ifadeleri ile karşılık bulmuştur. Otantiklik ile birlikte aynı anlamda hatta onu ikame eden bir kavram olarak kullanılan özgünlük ise aynı zamanda kültürel ve doğal varlıkların Dünya Miras Statüsü’ne seçilebilmesi için gereken üstün evrensel değer kriterlerinden birisi olup; günümüzdeki ve gelecekte yaşayacak olan medeniyetler için ortak önem ve anlam taşıyan kültürel ve doğal varlıkların sahip olduğu değerler olarak tanımlanmaktadır.

Mimaride otantiklik, orijinal ya da özgün olan anlamından daha geniş bir düzlemde; tarihsel süreçle bağlantılı herhangi bir mekânsal unsurun; malzemesi, işçiliği, formu, fonksiyonu ve kentin içindeki konumu, bağlamla kurduğu ilişki ile sahip olduğu tarihsel öz kimliği anlatan kapsamlı bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır (Arslan vd., 2019). Otantiklik, Aktürk vd. (2019)’ne göre yapının; malzemesi, işçiliği, formu, fonksiyonu ve kentin içindeki konumu, bağlamla kurduğu ilişki ile sahip olduğu tarihsel öz kimliğini anlatan geniş kapsamlı bir kavramdır. Gerçekliğin ortadan kalkmadan otantikliğin mekâna yansıtılması mekan tasarımcılarını zorlayan bir konu olarak görünmektedir. Modeller aracılığı ile yeniden üretilen gerçekliklerin de ortadan kalkışı ile özgün olan otantik nesnenin yerine, yeni gerçek gibi görünen modellerin uygulanması bir simülasyon oluşturmaya benzer (Baudrillard 1997, s.126). Mimari korumanın nasıl olması gerektiğini tarifleyen ölçütler; ‘otantiklik’ veya ‘özgünlük’ kavramları ile detaylandırılmıştır. Bunun nedeni özgün olanın ortadan kaldırılma tehlikesinin önüne geçerek, replikasyonun sunulmasının engellenmesinin yanı sıra malzeme ve yapı tekniklerinin de korunmasını sağlamak olmuştur. Yapının bünyesinde bulunan tarihi malzeme, mimari öğeyi kaldırmak veya değiştirmekten mümkün olduğunca kaçınılmalı ve yapının ayakta kalması sağlanmalı; ayrıca restorasyon müdahalesinin eserin özgünlüğünü bozmadan ve geri dönüşebilen malzemeler ile yapılması gerekmektedir (ICOMOS, 2003). Bunun aksi bir durumun koruma ile ilgisi olmadığı ise açıktır.

Mimari miras; insanlığın ortak malı olan ve günümüze ulaşmış özgün nitelikleriyle geleceğe aktarılması gereken, farklı ölçek ve nitelikte olan ve tüm değerleriyle, bütünsel koruma ilkelerine göre korunması gereken yapı ve yapı gruplarıdır (ICOMOS, 2013). Otantiklik algısının bir simülasyon olarak yaşatılmasına neden olarak mekânsal örneklerde gerçeklik ve sahtelik kavramları eleştirel bir bakışla ele alındığında, Eco’nun (1990, s.14)’ da bahsettiği gibi, ‘sahtelerin gerçekten daha gerçek görüldüğü sahte kent ve şehirlerin evreninde daha fazla bulunduğumuz’ bir evren algısı oluşabilmektedir.

Edebiyat, müzik gibi kültürel değerlerle birlikte otantik mimari de toplumsal hafızayı ve kimliği oluşturmada etkin bir role sahiptir (Ersen, 2009). Kullanıcı ile fiziki mekan arasındaki iletişime ek olarak yaşanan estetik algının bu değerlendirmeye katkı sunacağı düşünülmektedir. Heidegger’e göre otantiklik kendine kamusal alanda bir varoluş biçimi arar ve bu arayışı, dış etkenin müdahalesi ile değil kendi iç kaynağındaki değişiklikten ötürü yansıtır (aktaran Makkreel, 2010: s.320). Bu bağlamda turizm odaklarında otantiklik çerçevesinde nitelikli çevrenin inşası için güncel mimari ve kentsel üretimlerin sanatsal özgün değerler ile birlikteliğinin önemi artmaktadır.

Urry’nin Turist Bakışı isimli kitabında da bahsettiği mekanların nitelik sınıflandırmasında tarihi/modern kavramını üzerine yapmış olduğu sınıflandırmaya ek olarak tarihi bir yerin aynı zamanda otantik olabileceğini ve bunun romantik bakış içinde birleştiğinden bahseder. Tüm bu özelliklerin birbirinin içine geçmiş olarak da kullanılabileceğinin altını çizer. Turizm odaklarındaki yerel özellikler ve özgün değerler bahsedilen romantik bakışı temsil eden ve besleyen önemli bir gösterge olmuştur (Urry, 2009: 167).

Otantiklik olgusuna turisti seyahate motive eden sebepler üzerinden bakan MacCannel (1973) ise, her turistin otantiklik peşinde koştuğunu, ancak buna ulaşmasının mümkün olmadığını görüşünde olup; turistlerin ziyaretine hazırlanan ortamların otantik görünümü verilmek için özel olarak tasarlanmış yerler olduğunun altını çizerek. Benzer biçimde Cohen (1988), turistlerin gittikleri her yerde *sahnelenmiş ya da kurgulanmış bir otantiklik* ile karşı karşıya kaldığını ve tüketim toplumu olmanın bir sonucu olarak, bu *uydurma-kurgu* çekicilikleri (MacCannel, 1973) otantik olarak kabul ettiğini belirtmektedir. Ancak burada önemli olan diğer unsur, tüketici yani turist açısından algı ve deneyimin nasıl idrak edildiğidir ki bu noktada algılanan otantiklik ile gerçek ya da sahnelenen otantiklik arasında farklılıkların olabileceğidir. Turistlerin algısını belirleyen ve turizm odağı imajının oluşmasına katkıda bulunan en büyük etmenin sözlü, yazılı ve görsel formdaki medya iletişimi (Butler, 1990a; Alvarez vd., 2011) olduğu ve bu kanallardan ulaşan bilginin ne şekilde yorumlanacağına da turistlerin kendi kültürel geçmişlerine ve deneyimlerine bağlı (MacKay vd., 2000) olduğu ihtimal dahilindedir. Wang (1999), bunun turistlerin gittikleri yerlerde katıldıkları aktivitelerde yaşadıkları deneyimler karşısında hissettiklerine bağlı olduğunu ve turistlerin gezdikleri yerlerin otantikliğine bağlı olarak değil, katıldıkları aktivitelerde yaşadıkları farklı deneyimler sonucu, gündelik yaşamlarının rutininden kurtulmuş olmanın rahatlığı ile kendilerini daha otantik bir şekilde ifade etmiş hissettiğini vurgular. Böylelikle, nesnelere bağlı otantiklik yerine aktivitelerle bağlı bir otantiklik anlayışı olarak varoluşsal otantiklik kavramının turist davranışlarını daha iyi açıklayabileceğini savunur.

Bu nedenle turist dışındaki pencerelerden bakan açısından otantik olmayan bir somut ya da somut olmayan kültürel miras unsuru, turist açısından otantik algılanabilir ve onda kabul edilebilir düzeyde bir tatmin yaratabilir. Özet olarak Cohen (1988)'in altını çizdiği gibi değişik motivasyonlarla seyahat eden turistlerin neleri otantik bulacağı konusunda, turistlerin kendi bakış açılarının etkili olacağı ve buna göre ayırt edici buldukları özelliklere bağlı olarak karar verecekleri söylenebilir. Bu durumda otantik olan ile otantik algılanan arasındaki mesafenin hangi düzeyde ticarileşme ya da turistize olma olarak adlandırılabilir bir metalaşma bağlamına indirgeneceği ve tüm paydaşlar açısından ne zaman ve nasıl rahatsız edici bir durum olarak kabul edileceği başka bir tartışmayı işaret etmektedir.

4. Metalaşma

Turizm, esasen bir yerin kültürel doğal mirasını, güzelliklerini, özgünlüklerini vb. tüm özellikleri bir ticari-turistik ürün haline getirmekte ve turistlere-tüketicilere bunu satmaktadır. Bu yüzden turizm, yerel ve otantik olanın ister somut ister somut olmayan kültürel mirasa dayansın, bir “meta” olarak sunuluşunun en belirgin olduğu sektörlerden biridir. Kültürel varlık ve değerlerin turistik cazibe unsuru olarak işlevselleşmesi onu yine nihai olarak turistlere ayarlı bir yapıya teslim edebilmektedir. Bu durum, turist açısından da onun arzuladığı otantikliği deneyimleme isteğinin aslında yitirmeye başladığı ve hizmetlerin yapay bir sunuma ya da şova dönüştüğü eşittir. Tam da bu noktada ortaya çıkan kavram, “metalaşma” diğer bir deyişle, her türlü değerın zamanla ticari bir ürün ve gelir getirici bir araç haline dönüştürülerek işlevselleştirilmesini ifade etmektedir.

Tüketim konusunun özellikle postmodern dönemin odağında olduğu düşünüldüğünde insanların farklılık ve haz odaklı yaşam sürmesi Urry tarafından turizm bağlamında insanların kitlesel tüketimden bireysel tüketime geçiş olarak vurgulanmıştır. Turizmin niteliğinin değişmesini bahsedilen tüketim biçiminin değişimine bağlarken turistlerin bireysel özelliklerine göre farklılaşan bir turizm biçimine geçiş olduğu bunun turist bakışını da değiştiren temel bir etken olduğunun da altı çizilmektedir (Urry, 2009).

Hewison ise metalaşma konusuna tarihin bir miras olarak kullanılması bağlamında değinmiş, içeriksiz metalaşma olgusunun politik ve ekonomik yaklaşımlara olan etkisine vurgu yapmıştır. Post-modern anlayışın yaygınlığı ve turizme etkisi ile gelişen esnek üretim modellerinde turist için üretilen metalar miras turizmi içerisinde çeşitlilikler göstermektedir (Hewison'dan akt. Richards, 1996: 265- 266). Mekanın ticari bir metaya dönüşmüş olması gerçeği, özellikle turizm odaklarında otantiklik bağlamı ile eşleştğinde, bağlamından kopararak sunulan geçmiş-eskiye ait sahnelerin fiziksel canlandırılma biçimine odaklanmaktadır. Otantik mimariyi elde etme amaçlı yapılan mekânsal uygulamalarda sorgulanması gereken konulardan biri yapılacak müdahalenin gerçek-özgün olup olmadığı olmalıdır. Restorasyon kavramı içerisinde kabul gören; eserin özgün özellikleri ile mümkün olduğu kadar az müdahale ile korunarak onarılmasıdır. Bunu takip edecek araştırma ve sorgulama ise bahsi geçen yapı

ve yapılaşma ile insan arasındaki ilişkinin zaman-yer bağlamları ile birlikte ele alınmasıdır. Örneğin otantiklik bağlamında mekânsal müdahalede bulunulacak bir turizm odağında kentsel ölçekten yapı ölçeğine geçişte, yapının yaşı ve korunmuşluk durumuna ek olarak estetik ve tarihi belge değeri, işlevi ve kullanıcılar için olan anlamı gibi çok parametrelili bir değerlendirme sistemine başvurulması koruma müdahalelerinde bulunulmalıdır.

Otantikliğin sağlanmasındaki mimari koruma yöntemlerinin ele alınmasında özellikle tarihi yapıların nasıl değerlendirileceği önemli bir karardır. Yapının ya da yapılaşmanın turizm bağlamında yeniden kullanımına/yenilenmesine duyulan gereksinim işlevsel ve ekonomik değerler ile yakından ilişkilendirilir. Geçmiş dönemlerde değişik medeniyetler tarafından önemli bir olaya ev sahipliği yapmış olması, dinsel saygı ve korku, egemenlik göstergesi, yaşamın gerektirdiği gereksinimler nedenleri ile koruma altına alınan mekanların günümüzde daha çok turizm amaçlı ön plana çıktığı görülmektedir.

Ekonominin kullanım kararları ile yapının en az değişikliğe uğrayarak yenilenmesi kritik bir eylemdir. Yapının kültürel önemine katkıda bulunmak sürdürülebilirliğe katkı sağlayacağından yapı-işlev ilişkisi kaynaklı anlamlara saygı gösterilmeli, özgünlük en itina gösterilmesi gereken unsur olmalıdır. Kültürel miras değeri dikkate alınarak yapılacak nitelikli korumalar ile soyutluğa verilen değer, somut mimari ürüne de gösterilmelidir (Yüceer, 2010). Turistlere kültürel bilgi aktarımını sağlayan turizm odaklarının tarihi izleri, özgün mimarisi ile daha görünür olacaktır.

Mimarlık eylemi ‘yer’ ile başlayan bir süreçtir ve çevresiyle anlamlı bir ilişki kurulabildiği takdirde o ‘yer’ ‘anlam’ kazanmaktadır (Özbek, 2007). Eleştirel yargıyı gerekli kılan gerçek olan- olmayan ilişkisi, mimari yapılaşmada yapı-insan arasındaki ilişkiyi zaman-yer bağlamları ile birlikte ele almayı gerekli kılar. Yaratıcı düşüncenin önünü tıkayan taklitçi anlayışın sanal bir gerçeklik sunması, özgün olan kültürel değerlerin bağlamından kopuk bir yeni algı oluşturarak turizm kültürü ile mimari gerçeklik arasında bir paradoks oluşturabilir. Bu sebeple, kullanıcı-mekan arasındaki özgün bağın oluşabilmesinde deneyim-estetik kavramları arasındaki ilişkinin uyumsuzluğunun önüne geçilmesi için ‘otantiklik’ kavramı bu ilişkiler ağı içinde yeniden değerlendirilmelidir.

Doğallık, yerel mutfak, gelenek ve görenekler gibi öğelerin yanı sıra mimari öğelerin korunması ve sürdürülmesi, otantikliğin sağlanmasında dikkat edilerek uygulanması gereken önemli bir adımdır. Mekanın kimlik değeri, turizm odaklarının otantiklik bağlamında ele alınışında en önemsenmesi gereken kavramlardan biridir. Bu turizm odaklarındaki mekanlarda, konut alanı olarak kalmaktan daha çok turizm işlevleri ile ilişkilendirilmiş alanlara doğru gerçekleşen bir kayma olduğu görülür. Bu sonuç kimi zaman bir gereksinim kimi zaman da bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır ancak söz konusu kimliğin belirsizleşmesi ya da kaybolmasına da sirayet etmektedir. Bahsedilen kayma, Henri Lefebvre (1991)’nin ‘mekan üretimi’ çalışması üzerinden yeniden düşünülebilir. Mekan alınıp satılabilen bir metaya dönüşmüş, mekan üretimi ve tüketiminin gerçekleştiği farklı alanlar ortaya çıkmıştır. Metalaşan mekan, onun kullanım değerinin ötesinde bir değişim ve dönüşüm değeri kazanması ile ilişkilendirilmiştir (Featherstone, 1996). Bu tartışmalar ‘otantiklik’ kelimesinin tanımına geri dönerek düşünüldüğünde, özgün olarak mekânsal yenileme yapmanın güncel yaşam ile kurduğu ilişki ile ince bir çizgide bulunduğunu ve ne kadar önemsenmesi gereken bir hassasiyet taşıdığını gözler önüne serer. Sözcüğüme “özgün, orijinal, hakiki, sahte olmayan, birinci el, kopyalanmamış, gerçek, doğru, taklit olmayan, ilkyazarı veya kaynağı temsil eden” anlamlarına gelen terimin, yaşama yansıyan biçiminin de bu anlamlarla ilişkili olması beklenir (Ulukan, 2013: s.17).

Kültürel değerler, turistin memnuniyeti ile yerel halkın ekonomik çıkarlarına feda edilmekte (Özünel, 2011); üretilen bu yapay otantiklik algısı pragmatik bir kısaç ve bağlam içinde eritilmektedir. Yeni Zelanda’da Maoriler, Avustralya’da Aborjinler, Amerika’da Kızılderililer ya da Türkiye’de Mevlevi Semazenlerin yerel dans ya da ritüellerinin turistler için bir şova dönüştürülmesi bunun iyi örneklerinden biridir. Boorstin (1961) paket turların, otellerin ve kruvaziyer seyahatlerin standart hale geldiği 1960’lardan sonraki dönemde, seyahate çıkmanın da bir sahte-olay haline gelip metalaştığını ancak turistlerin bu durumdan rahatsız olmanın aksine bu tarz sahte deneyimlerden tatmin olduklarını ifade etmiştir. Hatta bunun hali hazırda Las Vegas, Dubai, Disneyland gibi sadece turist çekmek için tasarlanmış yapay-kurgu turizm odaklarına giden kitle turistleri için geçerliliğini koruduğu görülmektedir (Çoşşler, 2018). Turistik çekiciliğin yaratılması ve artırılması süreçlerinde, eşsiz bir

motivasyonla hareket eden sektör, görüldüğü gibi hem yoktan var etmiş hem de var olanı oldukça işlevsel bir biçimde turistize etmiştir.

Söz konusu turizm odaklarını oluşturan bölgelerde zaman içinde kısmi işlev değişikliği yaşanması çok yaygın bir durumdur. Örneğin, konut alanı olarak kullanılan bir bölge, artık konaklama alanı olarak turizme hizmet edebilmektedir. Buna benzer başka bir örnek de imalathane olarak kullanılmış bir alanın sanat galerisi veya hediyelik eşya dükkanına dönüşmesidir. Her iki olay da mekanın aynı fiziksel yapı içerisinde işlev değiştirmesine örnektir. Mekanın yeni işlevlere uygun olarak temel geleneksel mimari unsurlarının bozulmadan dönüştürülmesi, restorasyon uzmanlık alanının hakim olduğu ve müdahale etmesi gerektiği bir alandır ancak yine de işlevsel değişim yeni tasarlanan kültürel yapı ile güncel olarak ilişkilendirilmeli ve turizm sektörünü de besler nitelikte olmalıdır. Bu ilişkiler ağının birbiriyle olan bağı, otantiklik kavramının pozitif sonuçlarının yaşanabilmesi anlamında büyük önem arz etmektedir. Sürdürülebilirlik ilkesi ancak bu ilişkilendirme biçimlerinin doğru yapılabilmesi ile mümkün olacaktır.

Bir ürünün otantik olarak değerlendirilebilmesi için o ürünün ticari kaygılarla üretilmemesi (Cornet, 1975) ya da ticari kaygılarla dönüştürülüp bağlamından koparılmamış olması önemlidir. Bu durum, otantiklik ile gerçeklik arasında aslına-özüne uygun olmayan kurgu ve imitasyon öğeler arasındaki mücadelede özellikle turizmden kaynaklı ticari motivasyonlarla şekillenen ve metalaşmayı besleyen unsurların etkisini yansıtmaktadır. Taylor (2001) da benzer biçimde kültürün turizm nesnesi olmaya başlamasıyla otantikliğin azalması arasında bir ilişki görür. Turizm önemli bir motivatör ya da kaynak olsa da sadece turistler için icra edilmeyen kültürel değerlerin gerçek ve otantik olduğu, turistler için sahnelenen otantikliğin ise metalaştırılmış ve gerçekliğinden koparılmış bir kurgu olduğu söylenebilir.

5. Tartışma ve Sonuç

Otantiklik; mimari, kültürel çalışmalar, turizm gibi disiplinler arası ilişkileri kesen, geniş bir yelpazede işlenen popüler bir kavram haline gelmiştir. Otantikliğin en yaygın olduğu ve tartışıldığı alanlar olarak mimari ve turizm uygulamalarında, otantikliğin karşısına metalaşma kavramının, endişe içeren eleştirel bir kavram olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Turizm odakları açısından önemli bir çekicilik unsuru olan bu kavram, mekan üzerindeki metalaşma riskini artıran bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

Otantiklik kavramının mekan tasarımında baskın olmasında tehlike oluşturabilecek en önemli yanı, atfedilen geçmiş zaman ile kurulan ilişkinin, bağlamından kopuk olarak kurulma ihtimalidir. Görsel bir algı üzerine yoğunlaşan ve bağlamından koparılan mekanlar yaratmak, gerçek olmayan ve aldatici sahneler oluşturmanın ötesine geçemeyebilir. Bahsedilen yanılgı ortamı, yine yapay otantiklik içerisinde kaybolunan bir zamansızlık ve yersizlik duygusu oluşturarak gerçek dışı bir simülasyon ortamı oluşturabilir. Düşünme ilişkilendirme yetilerinin önünü kesebilecek bu ortam, taşıdığı yapaylık dolayısı ile turistlerin entelektüel yaklaşımlarına etki etme potansiyeli de taşır. Bu durum turizmin sürdürülebilir anlayış ve formlarını tehdit edebilir. Özellikle turist açısından algılanan otantiklik ile otantik olan arasındaki açının belirsizleşip silikleşmesi, bunun en yaygın formlarından biri olabilir. Sözü edilen otantiklik olgusunun yaşandığı turizm odaklarından biri olan Antalya Kaleiçi'nden bir örnek yapıda, 1992 yılında taşınmaz kültür varlığı olarak tescil edilmesinin üzerine yapılmış olan bir restorasyon çalışmasında öze zarar verilmeden özgün yapısal elemanların korunarak çağdaş gereksinimlerin cevaplandırıldığı ve yerel mimariye uygun uygulamalar yapılabildiği gözlenmiştir (Resim 1).



Resim 1. Antalya Kaleiçi (url-1) Resim 3. Venedik (Aslı Doğan Arşivi)



Resim 2. Şirince Köyü (url-2)

Mekân tasarımında ‘yere özgünlük’ kavramı turizm odakları için de çok önemlidir. Her yer, bulunduğu coğrafi özellikler ve bunun getirdiği farklı iklim koşullarına göre değerlendirilmeli, mekân kullanıcılarının yaşam biçimlerine ve bunun getirdiği ihtiyaçlara cevap veren işlevsellikte ve özellikle olmalıdır. Bu durum, gerekliliklerin tarifinden de anlaşılacağı üzere bütüncül bir yaklaşıma duyulan ihtiyacı görünür kılar. Otantiklik kavramının bütüncül bir anlayış ile ele alınmadığı durumlarda yapılan yapısal müdahaleler, kültürel ve mekânsal oluşumlar bağlamında bir tehdit oluşturmaktadır. Özellikle ‘yapay otantiklik’ yanılgısının yaşandığı mekânsal düzenlemelerde anlam-kültür uyumsuzluğunun yanı sıra yapı çevrenin taşıdığı fiziksel özgünlük unsurlarının orjinalliği bağlamında elde edilen ürünün özgünlüğü konusunda da soru işaretleri ortaya çıkabilmektedir. Bu bağlamda verilebilecek örneklerden biri olan Şirince Köyü, sahip olduğu geleneksel otantik mimari yönü ile ilgi çekicidir. Özellikle konut yerleşimi anlamında yoğun bir dokuya sahip olan alanda turizm odağı olarak çeşitli işlevler ile donatılmış bir bütün olduğu görülür (Resim 2). Tarihi dokunun geleneksel yaşam biçimi ile destekleniyor oluşu, bu mekandaki otantiklik algısının salt gösteri amaçlı olmasının önüne geçerek simülasyon olarak algılanan bir otantiklik vurgusunun oluşmasını engeller. Üretim yöntemleri ve el sanatları gibi ürünlerin turizme hizmet eder nitelikte oluşu, yerel halkın katılımını sağlayan biçimde organize edildiğinde mekânın da sahne olmanın ötesine geçerek gerçek bir otantikliğin sergilenmesi mümkün olacaktır.

Turizm odaklarında otantikliğin sağlanması için yapılan fiziksel müdahaleler, mimari değerlerin korunması bağlamında ele alınması ile özgün olabilecektir. Bu özgünlük yerin özgün kimliğinin korunması ile yakından ilişkilidir. Yapılacak koruma, restorasyon çalışmaları yeniden canlandırmaya ek olarak, eskিয়ে yok olmanın önüne geçer bir nitelik taşımalıdır. Koruma konusunda otantiklik ve turizm bağlamında verilebilecek en karakteristik örneklerden biri olarak Venedik, Dünya’nın en önde gelen turizm odaklarından biri olmanın getirdiği yan etkileri uygulanan sıkı mekânsal prensiplere rağmen şiddetle yaşamaktadır (Resim 3). Otantikliğin getirmiş olduğu metalaşma yerel nüfusun yaşam alanlarını ve gündelik gerekliliklerini getirdiklerini küçük esnaf dükkanlarını boşaltarak turizme

adanan yerlere terk ederek kentin dış çeperlerindeki yeni yerleşim alanlarına göç etmiştir. Burada önemli ölçüt, mekânın fiziksel ve işlevsel koordinasyonu ile otantiklik olgusunun sürdürülebilirlik anlayışı ve ilkeleriyle paralel olarak ele alınması ve bütüncül bir anlayış ile desteklenmesi gerekliliğidir. Yaşam biçimlerinin güncel halleri ile ilişkilendirilerek işlev değişikliği yapılan tarihi mekanlar, sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır. Özellikle yerel yönetimlerin de katkı sağlayacağı dönüşümler; yöresel özelliklerin sunulmasını sağlayan kültürel yapılardan, konaklama imkanı sağlayan otel yapılarına, çarşı dönüşümlerinden, nitelikli cephe yenilemelerine kadar çeşitli başlıklarda gerçekleştirilebilir. Doğru uygulamaların yapılabilmesi özgün özelliklerin tespit edilmesi ve sürdürülebilirlik bağlamında ele alınmaları ile mümkün olabilecektir. Bu nedenle mekânın sürdürülebilirliği ile turizmin sürdürülebilirliği arasında doğrudan bir ilişki olduğu açıktır.

KAYNAKÇA

- Aktürk, S., Durak, S., Arslan, T. V. (2019). Otantiklik ve metalaşma kavramlarının turizmin sürdürülebilirliği çerçevesinde Taraklı ve Cumalıkızık bölgeleri üzerinden okunması. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 13(19), 2200-2225.
- Alvarez, M. D. ve Korzay, M. (2011). "Turkey as a Heritage Tourism Destination: The Role of fordshire: Cabi International: 45-58.
- Ashworth, Gregory J. ve John E. Tunbridge (1990). *The Tourist-Historic City*. London: Belhaven.
- Bandarin, F. (2005). "Foreward". *The Politics of World Heritage: Negotiating Tourism and Conservation* (Editörler Harrison, David ve Michael Hitchcock) Clavedon: Channel View Publications, v-vi.
- Baudrillard, J. (1997). *Tüketim Toplumu: Söylenceleri/Yapıları*, (Çev.: F. Keskin ve H. Deliçaylı), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Boorstin, D. (1961). From Traveler to Tourist: The Lost Art of Travel. *The Image "Turkey as a Heritage Tourism Destination: The Role of fordshire: Cabi International: 45-58. : A Guide to Pseudo-Events in America* (Editör D. Boors- tin) New York: Atheneum: 77-117.
- Butler, W, R. (1990a). In uence of the Media in Shaping International Tourist Patterns, *Tourism Recreation Research*, 15(2): 46-53.
- Cohen, E. (1988). Authenticity and Commoditization in Tourism, *Annals of Tourism Research*, 15.3: 371-386.
- Cornet, J. (1975). "African Art and Authenticity". *African Arts*, 9(1): 52-55.
- Çokışler, N. (2018). Kapadokyalı Teyzenin Savunması: Turizm açısından kültürel mirasın otantikliği sorunu, *Milli Folklor*, 30(120):119-130.
- Ersen, A. (2009). Mimarî korumada otantiklik ve bütünleme sorunu Restorasyon ve Konservasyon Çalışmaları Dergisi. 1(1): 8-15. Vancouver.
- Lowenthal, D. (1985). *The Past is a Foreign Country*, Cambridge: Cambridge University Press:37.
- Eco, U. (1990). *Travels in Hyperreality*, (Çev. W. Weaver), Harvest: New York.
- Fainstein, S. S., & Judd, R.D. (1999). Global forces, local strategies and urban tourism. *The Tourist City*, Ed.
- Featherstone, M. (1996). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gilmore, James H. ve B. Joseph Pine (2007). *Authenti- city: What Consumers Really Want*. Harvard Business Press
- ICOMOS. (2013). *Mimari Mirası Koruma Bildirgesi*. Türkiye.
- ICOMOS (2003). *Mimari mirasın analizi, korunması ve strüktürel restorasyonu için ilkeler*. (2003). http://www.icomos.org.tr/Dosyalar/ICOMOSTR_tr0033791001536913477.pdf
- Lefebvre, H. (1991) *Production of Space*, Massa-Chusetts: Blackwell Publishers.

- Makkreel, Rudolf A. (2010). Otantik Yorumdan Otantik İfşaya Doğru: Kant ile Heidegger Arasındaki Mesafeyi Aşmak, (Ed.: Aktok, Özgür ve Bal, Metin), Doğu Batı Yayınları, Ankara, s. 309-332.
- MacKay, Kelly J. ve Daniel R. Fesenmaier (2000). "An Exploration of Cross-Cultural Destination Image Assessment", *Journal of Travel Research*, 38(4): 417-423.
- Morley, D., Robins, K.(2011). Kimlik mekanları: Küresel medya, elektronik ortamlar ve kültürel sınırlar (Çev.Emrehan Zeybekoğlu) İstanbul: Ayrıntı.
- Özbek, E., İ. (2007). Mimari Tasarım Bağlamında Mimarlık ve Yer İlişkisi, *Yapı Dergisi* 305,s. 44-48
- Sözlük(2022).Mimari Tasarım Bağlamında Mimarlık ve Yer İlişkisi, *Yapı Dergisi* 305,s. 44-48
- Sözlük(2022).<https://www.google.com/search?q=S%C3%B6zlük%20Mimari%20Tasarım%20Bağlamında%20Mimarlık%20ve%20Yer%20İlişkisi%20Yapı%20Dergisi%20305%20s.%2044-48&stick=H4sIAAAAAAAAAAONQesSoyi3w8sc9YSmZSWtOXmMU4LzL0jNc8IMLsnMz0ssqrRiUWIqKeJZxMoRfHhbVc7hPdkAwPF7hzUAAAA&zx=1594680453393#dobs=otantik> Erişim Tarihi: 31.01.2022
- Taylor, J. P. (2001). Authenticity and sincerity in tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(1), 7-26.
- Timothy, Dallen J. (2021). Timothy, Dallen J. (2021). *Cultural Heritage and Tourism: An Introduction*, Bristol, Blue Ridge Summit: Channel View Publications.
- Timothy, D. J. ve Boyd, S. W. (2003). *Heritage Tourism*. Pearson Education.
- UNESCO. (2013). *Managing Cultural World Heritage. The World Heritage Resource Manual Series*.
- Ulukan, M. (2014). Mimari Korumada Otantiklik Üzerine Yöntem Araştırması ve İstanbul Tekkelerinde Uygulama Örnekleri. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Urry, J., & Ögdül, R.G. (1999). *Mekanları Tüketmek*. Ayrıntı.
- Urry, J. (2009). *Turist Bakışı* (Çev. E. Tataroğlu ve İ. Yıldız). Ankara: Bilgesu Yayıncılık.
- Wang, Ning (1999). "Rethinking Authenticity in Tourism Experience". *Annals of Tourism Research*, 26.(2): 349-370.
- Yang, Chih-H., Hui-Lin L. ve Chia-Chun Han (2010). Yang, Chih-H., Hui-Lin L. ve Chia-Chun Han (2010). "Analysis of International Tourist Arrivals in China: The Role of World Heritage Sites". *Tourism Management*, 31(6), 827-837.
- Yüceer, H. (2010). Tarihi Yapıların Yeniden Kullanımı ve Kültür Turizmi. (Ed. Nuray Özaslan, Deniz Özkut), *Mimari Korumada Güncel Konular*, ss. 193-213, Anadolu Üniversitesi Kütüphane ve Dökümantasyon Merkezi, Eskişehir.

Diğer

url-1: <https://www.arkitera.com/wp-content/uploads/2017/04/Kaleiçi-Evi-1.jpg>

url-2: <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/4/43/Sirince.jpg>

Coğrafi Bilgi Sistemleri Kullanılarak Taşınmaz Değerlemesi: Kınalı-Tekirdağ-Çanakkale-Savaştepe Otoyolu Malkara-Çanakkale Kesimi (Çanakkale 1915 Köprüsü Dahil) Örneği

Real Estate Valuation using Geographic Information Systems: A Sample Of Malkara-Çanakkale Section (Including the Çanakkale 1915 Bridge) From Kınalı-Tekirdağ-Çanakkale-Savaştepe Highway

Tuğçe PIŞKİN
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
E-posta: tugcepiskin@gmail.com
ORCID: 0000-0002-7209-8663

Doç. Dr. R. Cüneyt ERENOĞLU
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
E-posta: ceren@comu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-8212-8379

DOI: 10.37154/cudes.2022.50

ArticleInfo

Received: 17.02.2022

Accepted: 15.03.2022

Keywords:

Geographic information system
Agricultural land
Real estate valuation
Analytical hierarchy process,
Nominal valuation

Makale Bilgisi

Geliş: 17.02.2022

Onay: 15.03.2022

Anahtar sözcükler:

Coğrafi bilgi sistemi
Tarım arazisi
Taşınmaz değerlendirme
Analitik hiyerarşi süreci
Nominal değerlendirme

Abstract

In recent years, the intense interest in public investments has also led to the mobility of real estate. Practices covering immovable movements are activities such as purchase, sale, expropriation within the scope of public interest. These activities directly affect the real estate value and increase the need for impartial practices. In this study, it is aimed to produce value maps of the study area by providing an unbiased approach by using the Analytical Hierarchy method with the help of the Geographical Information System. The study area covers 57 parcels under the responsibility of Lapseki district of Çanakkale province within the scope of the Kınalı-Tekirdağ-Çanakkale-Savaştepe Malkara-Çanakkale section highway project. The way of going to the immovables, its front view to the road, its view to the main transportation axes, the soil structure and the ability to be developed from a model, this model is related to the Analytical Hierarchy process (AHS), and the maps that were in practice during the appraisal practices and passed the appraisal practices were produced.

Öz

Son yıllarda kamu yatırımlarına gösterilen yoğun ilgi beraberinde taşınmaz hareketliliğine de sebebiyet vermiştir. Taşınmaz hareketlerini kapsayan uygulamalar alım, satım, kamu yararı kapsamında kamulaştırma gibi faaliyetlerdir. Bu faaliyetler doğrudan taşınmaz değerine etki etmekte ve tarafsız uygulamalara duyulan ihtiyacı arttırmaktadır. Bu çalışmada Coğrafi Bilgi Sistemi yardımı ile Analitik Hiyerarşi yöntemi kullanılarak tarafsız bir yaklaşım sağlanarak çalışma alanına ait değer haritalarının üretilmesi amaçlanmıştır. Çalışma alanı Kınalı-Tekirdağ-Çanakkale-Savaştepe Malkara-Çanakkale kesimi otoyol projesi kapsamında Çanakkale ili, Lapseki ilçesi uhdesinde bulunan 57 adet parseli kapsamaktadır. Taşınmazlara ilişkin parsel şekli, yola cephe durumu, bakışı, ana ulaşım akslarına olan mesafesi, toprak yapısı ve eğimi değerlendirmeye alınmış ve bir model geliştirilerek taşınmazları etkileyen bu kriterler Analitik Hiyerarşi Sürecine (AHS) dahil edilmiş ve CBS'nin değerlendirme uygulamalarındaki sürece olan katkısı irdelenerek değer haritaları üretilmiştir.

1. GİRİŞ

Değerleme kavramı bir taşınmazın değerinin o taşınmazın sahip olduğu hak ve faydaların taşınmazın değerlendirilmesinde gerçekleştirileceği dönem içerisindeki tahmin edilen değerini objektif ve adil olacak şekilde takdir edilmesidir (Erdem, 2018). Taşınmazların her biri sahip oldukları konum, fiziki ve çevresel özellikleri bakımından birbirlerinden ayrılmaktadır ve bu özellikler nicel ve nitel olarak kişiden kişiye değişiklik göstermektedir. Taşınmaza ait değerini tespit için ilk olarak taşınmazın değerine etki eden kriterlerin saptanması gerekmektedir (Özcan, 2019).

Yeryüzünde konuma dayalı olan ya da konumsal olmayan verilerin bir amaç doğrultusunda toplanması, depolanması, kontrol edilmesi, analizi ve görüntülenmesini sağlayan teknik araçları Coğrafi Bilgi Sistemi olarak adlandırmak mümkündür (Tecim ve Kınca 2004). CBS karmaşık plan ve yönetim problemlerinin çözümü amacıyla tasarlanmış, verilerin yönetilmesi, analizleri, modellenmesi, verilerin saptanması iş ve işlevlerini gerçekleştiren sistemler bütünüdür (Torun, 2009). Bu nedenle CBS ile taşınmaz değerlendirme uygulamalarında mekansal ve mekansal olmayan verilerin depolanması, analizi, değerlendirme işlemleri daha az maliyet ve daha az zaman diliminde gerçekleştirilebilir olması taşınmaz değer haritalarının üretilmesinde etkili bir çözüm sunmaktadır.

1.2. Taşınmaz Değerleme Uygulama Alanları

Taşınmaz mallar çoğunlukla alım-satım işlemleri, vergilendirme ve kamulaştırma amacıyla değerlendirme uygulamaları gerçekleştirilir (Ertaş, 2000). Bunların yanında özelleştirme, bankacılık, sigortacılık, tescile esas işlemler, irtifak hakkı, imar uygulamaları gibi konularda da taşınmaz değerlendirme uygulamalarında ihtiyaç duyulmaktadır (Erdem, 2018).

Değer tahminine konu olan söz konusu taşınmazların fayda kavramına ek kıt olmaları da değer sahibi olmalarını etkileyen kriterlerdendir. Tarım işletmesi, tarım arazisi gibi taşınmazların değerlendirme uygulamalarında devamlı bir piyasasının olmaması ve homojen bir yapısı olmaması nedeniyle bu taşınmazların genel değerlendirme uygulamalarına göre farklı bir yapılaşmanın oluşmasına sebebiyet vermektedir. Tarım arazilerinin bu özellikleri ve değerlendirme uygulamaları için veriye ulaşma konusunda yaşanan zorluklar bu taşınmazlar için özel bir sistemin kurulmasına ihtiyaç doğmuştur (Karakayacı ve Oğuz, 2007).

Değerleme uygulaması yapılacak bir bölgede taşınmaz sayısı fazla olması durumunda taşınmazlar arasında değer dağılımlarının belirlenmesi gerekmektedir. Bahse konu değer dağılımı yapılırken esas alınacak rayiç bedel haricinde oluşturulacak bir puanlama sistemi ile elde edilebilecek parametrik değerler de kullanılabilir (Yomralıoğlu, Nişancı ve Uzun, 2007).

1.3. Taşınmaz Değerlemesinde Coğrafi Bilgi Sistemleri Uygulamaları

Her geçen gün gelişmekte olan teknoloji ve bundan etkilenen uygulamalar CBS'nin gelişimine etki etmektedir. CBS, yeryüzünde gerçekleşen çevresel, sosyal, kültürel ve ekonomik sorunlara cevap verebilmek adına mekansal ve konuma dair karar verme aşamalarında kullanıcılara yardımcı olabilmeyi, coğrafi verilerin işlenip, biriktirilmesi, bir araya getirilmesi, idare edilmesi, analizi, sorgulanması ve sunulması işlemlerini gerçekleştiren yazılım, donanım, personel, coğrafi veri ve yöntemlerin bütünüdür (Yağmahan, 2019). Bu nedenle farklı uygulamalar arasında meydana gelen sorunlar açısından birçok parametreyi içermesi bakımından taşınmaz değerlendirme uygulamalarında tercih edilebilirliğini arttırmaktadır.

CBS kullanılarak arazi yapısı ve ürün deseni tespiti, yapılması planlanan bir yatırım fikri için en uygun konumun neresi olması gerektiğinin tespit edilmesi, yatırım seçeneklerinin en uygun olanının belirlenmesi, üretici kitlenin çevresel problemlere olan duyarlılık durumlarının nasıl olduğunun tespiti, demografik yapının saptanması, üretici ve tüketici kitle profillerinin tespiti, taşınmazlara ait değer tespiti, taşınmazların değerine etki eden kriterlerin ve bu kriterlerin taşınmaz üzerindeki etki seviyelerinin belirlenmesi gibi birçok çalışma gerçekleştirilebilmektedir (Akça ve Esengün, 2003). CBS, coğrafi verilerin toplanması, kullanılması, analizi ve depolama işlemlerini gerçekleştirme imkanı veren bir bilgi sistemi olması bakımından taşınmaz değerlendirme uygulamalarında oldukça önemlidir (Işıklı, 2019). Bu nedenle CBS gibi bilgi teknolojilerine dayanan karar-destek sisteminden üst düzeyde yararlanmak gerekmektedir (Yomralıoğlu, Nişancı ve Uzun, 2007).

1.4. Dünya’da ve Türkiye’de Taşınmaz Değerleme Uygulamaları

Taşınmaz değerlendirme uygulamalarına duyulan ihtiyaç her geçen gün artmakta bununla birlikte yapılan çalışmalar ve araştırmalar da artış göstermektedir.

Dai, Lee ve Zhang (2001), Çin’in kuzeybatısında yer alan Lanzhou şehrinin kentsel alanının CBS kullanılarak jeo-çevresel değerlendirilmesine yönelik kentsel arazi kullanım planlaması gerçekleştirmişlerdir. Arazileri kullanım türlerine ve uygulama için ihtiyaç duyulan kriterlere göre kategorilere ayırmışlardır. Uygun kriterler seçilmiş ve ağırlıklandırılıp coğrafi ortamı geliştirme uygunluğunu değerlendirebilmek için çok kriterli karar verme analizini tercih etmişlerdir. Ağırlıklı lineer kombinasyonlarla faktörleri birleştiren bir algoritma kullanarak her kategori için bir uygunluk haritası geliştirmişlerdir.

Seda Döner (2010), taşınmaz değerlendirme uygulaması kapsamında CBS kullanarak mobil tabanlı bir taşınmaz değer haritası oluşturmuştur. Taşınmazların belirli bir tarihteki rayiç değerleri ve bu değerleri etkileyebilecek tüm önemli faktörleri CBS yardımıyla toplamıştır. Elde ettiği veriler ile taşınmaz değer haritası üretmiştir. Mobil tabanlı CBS uygulaması ile taşınmaz değerlendirme uygulamalarının ihtiyaç duyduğu veritabanı yapısına öneride bulunmuştur.

Ali Özen ve Aziz Şişman (2019), Bolu ilinde seçilen bir alanda taşınmaz değerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi ile bu faktörlere ilişkin verilerin toplanmış ve mesafe analizleri yardımı ile her bir faktör için raster katmanlar üretilerek sonuç raster verisi ile taşınmaz değerinin yüksek olduğu bölgeler elde edilmiştir.

Pires, A. S., Ferreira, F. A., Jalali, M. S., & Chang, H. C. (2018), Ekonomik krizin emlak piyasasındaki önemli değişimlere sebebiyet vermesi ile taşınmazlarda satın alma yerine kiralama sistemine geçilmesi, kiralama amaçlı gayrimenkul yatırımlarda karşılaşılan engelleri teşkil eden faktörler arasındaki neden sonuç ilişkisini çözümlemek için bulanık mantık yöntemiyle değerlendirme ile bir model oluşturmayı hedeflemiştir.

Żróbek, S., Cellmer, R., & Kuryj, J. (2005), Polonya’da piyasanın yeniden yapılandırılması ve arazi kaynaklarının yönetiminin ekonomik bir ölçüsü olarak fiyatların sistematik bir şekilde izlenmesi ile alakalı uzun vadeli hedefler, yerel yönetimi ilgilendiren iki farklı amaç olarak ayırt edilmektedir. ArcGIS 8.3 yazılımı kullanılarak ekonomik katmanlardan oluşan bir değer haritasının oluşturulmasının ilkelerinden ve metodolojisinden bahsedilmiştir.

2. AMAÇ

Çalışma kapsamında Analitik Hiyerarşi Süreci yöntemi kullanılarak taşınmaz değerine etki eden kriterler incelenmiştir. Taşınmaz değerlendirme uygulamalarında tercih edilen geleneksel değerlendirme yöntemlerinin dışında karar verebilme hiyerarşi ağının oluşturulması ile hiyerarşik yapının çözümlenmesi esnasında kullanılan, kararı etkileyen kriterlerin yüzde şeklinde ağırlıklandırıp karar verme ve tahmin etme yöntemi olan (Özer, 2010), Analitik Hiyerarşi Süreci dahil edilerek objektif bir yaklaşım sağlamak amaçlanmıştır. AHS sürecinde bağımsız, objektif bir şekilde elde edilen anket sonuçları kullanılmıştır. Sonuç olarak üretilecek değer haritalarının yalın ve kısa zamanda elde edilmesi hedeflenmiştir.

Yapım çalışmaları devam etmekte olan köprü ve otoyol yapım çalışmaları bölgedeki taşınmazlar üzerindeki hareketliliği arttırmıştır. Bu nedenle taşınmaz değerlerinde kontrolsüz, öznel, birbirinden farklı değer grafikleri görülmektedir. Çalışma alanı seçilirken bu bölgedeki taşınmazlara ilişkin bilgilerin kısa zaman diliminde, objektif, tarafsız bir şekilde elde edilmesi hedeflenmiştir.

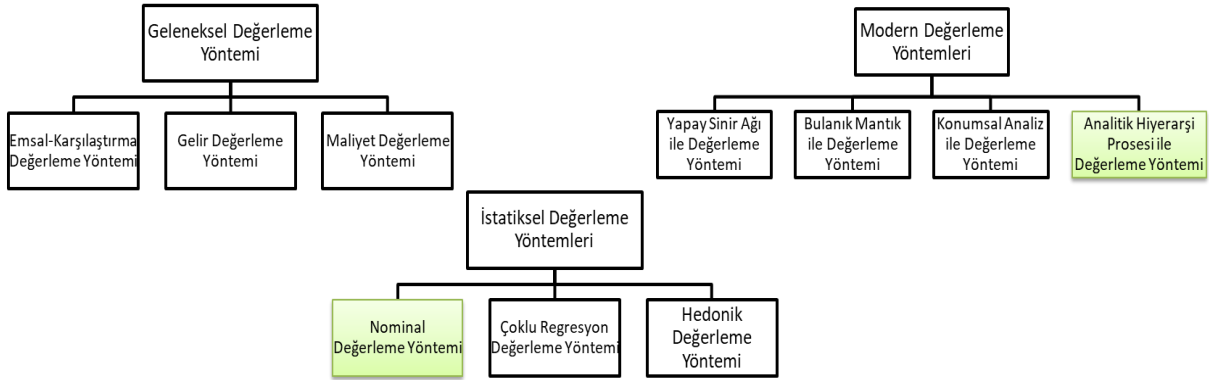
3. MATERYAL VE YÖNTEM

3.1. Materyal

Çalışma kapsamında yol yapım çalışmaları devam eden Kınalı- Tekirdağ – Çanakkale – Savaştepe otoyol projesinin Malkara – Çanakkale kesiminin güzergahından bir bölge tercih edilmiştir. Çanakkale ili, Lapseki ilçesi, Gazisüleymanpaşa mahallesi, Suluca, Gökköy, Umurbey ve Kemiklialan köy sınırlarının içerisinde kalan 57 adet taşınmaz tercih edilmiştir.

3.2.Yöntem

Taşınmaz değerlendirme uygulamalarında kesin bir yöntemden bahsetmek mümkün olmamakla birlikte taşınmazın sahip olduğu özelliklere göre uygulanacak yöntem belirlenmektedir. Taşınmazın değerini belirlemek için kullanılacak yöntemin belirlenmesinde taşınmazın kullanım nedeni, durumu, çevresel özellikleri, sosyal ve ekonomik durumu, altyapı özellikleri, imar durumu ve hukuki kısıtlamaları önemli etkenler olarak özetlenebilir (Şenyıldız, 2017). Kabul gören değerlendirme yöntemleri aşağıdaki Şekil 1’de görüldüğü gibi üç başlık altında sınıflandırılmıştır.



Şekil 1. Taşınmaz değerlendirme yöntemleri

Çalışma kapsamında taşınmaz değerlendirme yöntemlerinden modern değerlendirme yöntemlerinden Analitik Hiyerarşi Prosesi ve istatiksel değerlendirme yöntemi başlığı altındaki Nominal Değerleme yöntemi tercih edilmiştir.

AHS, 1968 yılında Myers ve Alpert tarafından ortaya atılmış ve 1977 yılında ise Saaty tarafından geliştirilerek karar verme problemlerinin çözümlenmesinde kullanılabilir biçimde karşımıza çıkan bir yöntemdir. Karar verme hiyerarşisinin çözümlenebilmesi için her bir kararın etkilenebilir noktalarında kararı yüzde olarak tanımlamayı sağlayan, karar verme, tahmin etme, karmaşık olarak adlandıracağımız problemleri çözmeyi kolaylaştıran bir yöntemdir. Çalışma kapsamında bu nedenle karar verme hiyerarşisi oluşturulması ve karşılaştırmaların tamamen objektif olması hedeflenerek Google Form kullanılarak anket değerlendirmelerinden yararlanılmıştır.

Çalışma alanına ait güncel kadastral altlık, bölgeye ait koordinat dönüşüm parametreleri, ürün tespit tutanakları, çevre düzeni planı, halihazır harita, taşınmazlara ait fotoğraflar, tapu kayıtları, taşınmazların güncel uydu görüntüleri elde edilmiştir. Çalışma sırasında birçok yazılımlardan yararlanılmıştır. NetCAD7.6 GIS, AutoCad, Civil 3D, ArcGIS 10.5, Google Earth, TAKBİS, Microsoft Office yazılımlarından biri olan Excel ve Google Formlar kullanılan yazılımlardır. Değer haritaları üretilecek parsellere ilişkin grafik ve grafik olmayan veriler yazılımlardan yararlanılarak öznetelik tabloları oluşturulmuş ve beraberinde her bir taşınmaza etki edeceği ön görülen kriterler belirlenmiştir. Bu kriterler belirlenirken taşınmazların konumsal, sosyal ve ekonomik etkileri ile birlikte taşınmazın cinsi göz önünde bulundurulmuştur.

Kriterlerin analizlerinin gerçekleştirilmesi Şekil 2’de görüldüğü gibi özetlenmiştir.

1. Karar Verme Probleminin Tanımlanması

2. Faktörler Arası Karşılaştırma Matrisi Oluşturulması

3. Faktör Kıyaslamalarındaki Tutarlılık Ölçülmesi

4. Her Bir Faktör İçin Karar Noktasındaki Yüzde Önem Dağılımlarının Tespit Edilmesi

5. Karar Noktalarındaki Sonuç Dağılımının Bulunması

Şekil 2. Kriterlerin analiz edilmesindeki aşamalar

4. TAŞINMAZLARIN DEĞERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER VE DEĞER HARİTASI ÜRETİMİ

Değerlendirmeye uygun görülen faktörler, çalışma alanının konumsal özelliği, sosyal, ekonomik etkiler ve coğrafi özelliği gibi temel etkenler değerlendirilerek belirlenmiştir.

Parsel Şekli: Tarım arazilerinin parsel şekline göre işlenmesindeki (ekim, hasat gibi) zahmetin masrafa etki etmesi ve seçilecek ürün türüne etki etmesi yönüyle bu faktör oldukça fazla önem teşkil etmektedir (Yomralıoğlu, 1992).

Toprak Yapısı (Verim): Kuru ya da sulu tarım arazi sınıflandırması ile toprak yapısı hakkında avantaj ve dezavantajlar değerlendirilebilmektedir. Tarım arazilerinde toprak verimliliğinin puanlandırılmasında en çok yetiştirilen ürünün birim alan verimi ile bölgenin normal ürün veriminden farklılığı baz alınarak verimlilik faktörü düşük, orta ve yüksek olarak puanlama yapılabilir (Tanrıvermiş, 1996).

Yola Cephesi Olması: Yola ulaşımı sağlamak için, bir başkasına ait başka bir taşınmaz üzerinden ulaşım sağlanıyorsa, bu durum ilgili taşınmazın değeri için dezavantaj yaratmaktadır (Yomralıoğlu, 1992).

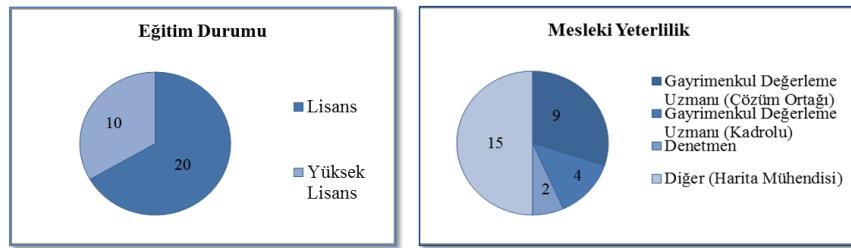
Eğim (Topoğrafya): Eğim faktörünün taşınmaz değeri üzerinde meydana getirdiği etki taşınmazın cinsine göre değişim göstermekte olup, tarım arazilerinde sulama, toprağın işlenmesi ve yetiştirilecek ürün desenini etkilemektedir (Bahar, 2007).

Bakı: Taşınmaza doğrudan etki eden taşınmazın konumu sonucunda bu etkinin meydana geldiği bir kavramdır. Güneş ışınlarını alışı yönü olarak tanımlanmaktadır.

Ana Ulaşım Akslarına Olan Uzaklık: Taşınmazın merkezinden başlayan mesafe arttıkça taşınmazın sahip olduğu değer de negatif etki göstermesi görülmektedir. Bu nedenle taşınmazın ulaşım akslarına olan mesafesi ile değeri, aralarında zıt bir bağlantı oluşturmaktadır (Yomralıoğlu, 1992).

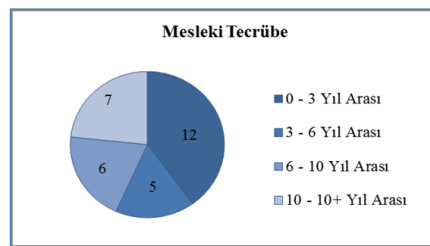
Değerlendirme için belirlenen bu faktörlerin her biri için anket çalışması düzenlenmiştir. Google formlar aracılığıyla oluşturulan anket soruları 30 kişiye sunulmuş ve değerlendirmeleri gerçekleştirilmiştir.

Anket sorularını yanıtlayan kişilerin 20'si lisans mezunu, 10'u yüksek lisans mezunudur (Şekil 3). Katılımcılardan 9 kişi gayrimenkul değerlendirme uzmanı (çözüm ortağı olarak çalışan), 4 kişi kadrolu gayrimenkul değerlendirme uzmanı olup 2 kişi denetmen olarak görev yapan ve kalan 15 kişi ise diğer seçeneği işaretlemesi yapan harita mühendisleridir. Katılımcılardan 12 kişinin 0 ile 3 yıl arasında, 5 kişinin 3 ile 6 yıl arasında, 6 kişinin 6 ile 10 yıl arasında, 7 kişinin 10 ve daha fazla mesleki yetkinliğinin bulunmaktadır (Şekil 3).



Şekil 3. Eğitim durumu

Şekil 4. Mesleki Yeterlilik



Şekil 3. Mesleki tecrübe

Her bir anket formu ayrı ayrı değerlendirilmiştir. Anket formları birbirlerinden bağımsız bir şekilde tutarlılık oranı belirlenmiştir. Tutarlılık oranının hesaplanabilmesi için Saaty (1980) tarafından geliştirilmiş rastgele indeks değerleri tablosu kullanılmıştır. Tabloda kriter sayısına karşılık gelen 1,24 sayı değeri işleme dahil edilmiş ve hesaplamalar gerçekleştirilmiştir. Tutarlı olarak tespit edilen 25 anket formuna ait cevaplar belirlenmiş olup, tutarsız olarak tespiti sağlanan anket formları sonraki işlem basamakları için yok sayılıp hesaplama işlemlerine dahiledilmemiştir.

Tutarlı değerler kullanılarak, değerler için geometrik ortalama hesaplaması sonucunda karşılaştırma matrisi oluşturulmuş ve Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Karşılaştırma matrisi

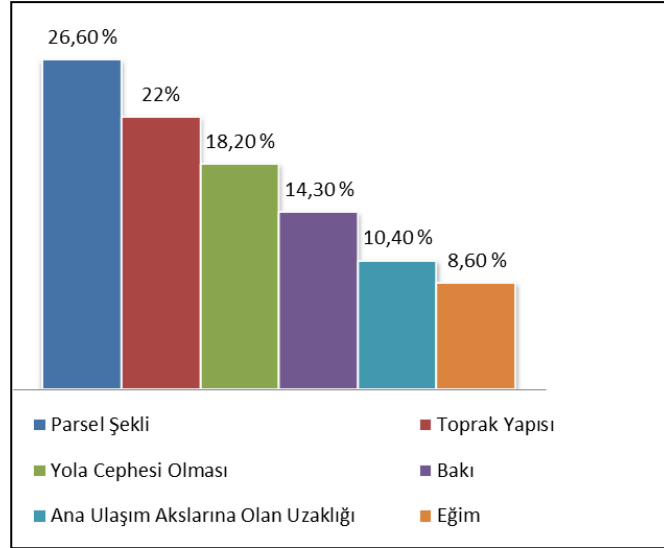
	Parsel Şekli	Yola Cephesi Olması	Bakı	Ana Ulaşım Akslarına Olan Uzaklığı	Toprak Yapısı	Eğim
Parsel Şekli	1,0000	1,8336	2,5792	2,5023	0,9064	2,4422
Yola Cephesi Olması	0,5454	1,0000	1,4322	2,3118	0,7940	1,9181
Bakı	0,3877	0,6982	1,0000	1,6496	0,8574	1,5929
Ana Ulaşım Akslarına Olan Uzaklığı	0,3996	0,4326	0,6062	1,0000	0,6320	1,3866
Toprak Yapısı	1,1033	1,2594	1,1663	1,5823	1,0000	3,1192
Eğim	0,4095	0,5213	0,6278	0,7212	0,3206	1,0000

Karşılaştırma matrisi sütunlarına ait her bir değer, bulunduğu sütuna ait değerlerin toplam değerine bölünmesi ile normalize edilmiş matris oluşturulur. Oluşturulan normalize edilmiş matris Tablo 2’de gösterilmiştir. Normalize edilmiş matrise ait her sütunundaki toplam değer 1 değerini vermelidir.

Tablo 2. Normalize edilmiş matris

	Parsel Şekli	Yola Cephesi Olması	Bakı	Ana Ulaşım Akslarına Olan Uzaklığı	Toprak Yapısı	Eğim
Parsel Şekli	0,2600	0,3192	0,3480	0,2562	0,2010	0,2131
Yola Cephesi Olması	0,1418	0,1741	0,1932	0,2367	0,1760	0,1674
Bakı	0,1008	0,1215	0,1349	0,1689	0,1901	0,1390
Ana Ulaşım Akslarına Olan Uzaklığı	0,1039	0,0753	0,0818	0,1024	0,1401	0,1210
Toprak Yapısı	0,2869	0,2192	0,1574	0,1620	0,2217	0,2722
Eğim	0,1065	0,0907	0,0847	0,0738	0,0711	0,0873

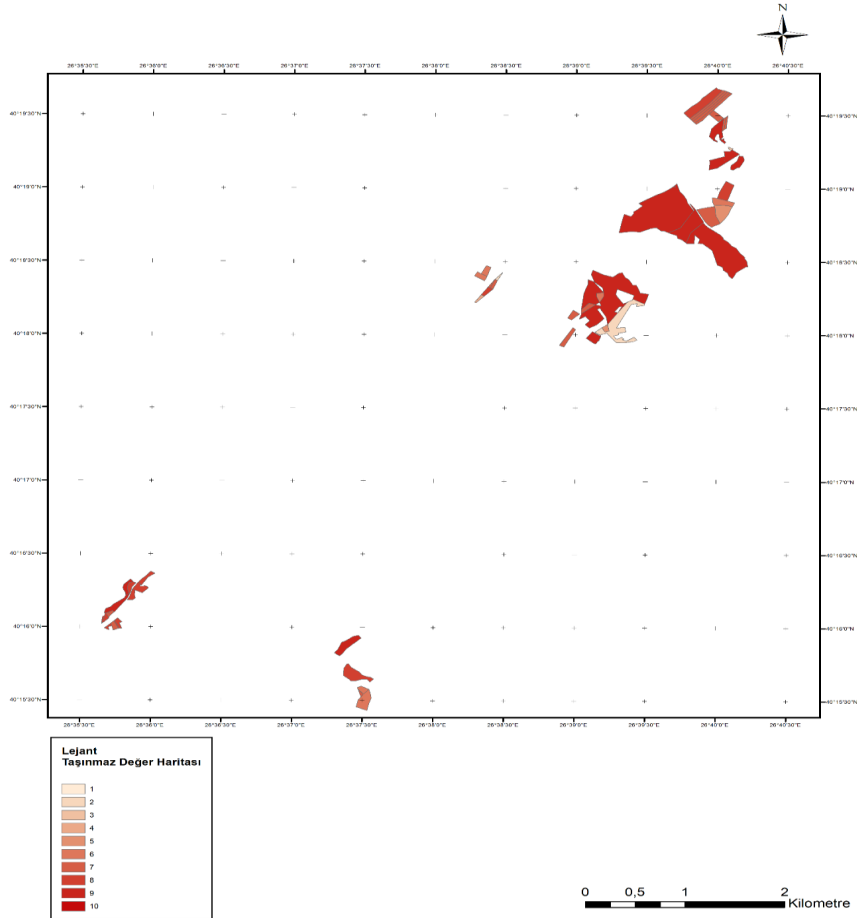
Normalize edilmiş matrisin her faktöre ait satır değerlerinin ortalaması alınarak öncelikler vektörü hesaplanmıştır. Öncelikler vektörüne ait satır değerleri, hesaplanan karşılaştırma matrisine karşılık gelen satır değerleriyle çarpılması sonucunda tüm öncelikler matrisi elde edilmiştir. Oluşturulan matrise ait değerler öncelikler vektörüne bölünmesiyle hesaplanan matris ortalaması alınarak, tutarlılık indeksi bulunmuştur. Tutarlılık indeksinin rastgele değer indeksine oranıyla tutarlılık oranı hesaplanmıştır. Tutarlılık oranı 0,02 olarak hesaplanmıştır. Tutarlılık oranının 0,10’dan küçük değerde olmasıyla analitik hiyerarşi yönteminin belirttiği koşul sağlanarak değerlendirilen anket formuna ait sonucun tutarlıdurumda olduğu görülmektedir. Anket değerlendirmesi sonucunda taşınmazların değerine etki eden faktörlerin önem dereceleri yüzdelik dağılımları Şekil 4’te gösterilmiştir.



Şekil 4. Taşınmaz değerine etki eden faktörlerin önem yüzdeleri

Çalışma bölgesine ait taşınmaz değerlerine etki eden parsel şekli, yola cephesi olması, ana ulaşım akslarına olan uzaklığı, toprak yapısı, bakı, eğim kriterleri için ArcGIS 10.5 yazılımı ile her bir kritere ait ayrı ayrı değer haritaları üretilmiştir. Üretilen analiz haritalarından taşınmazların değerine etki eden faktörlere ilişkin ağırlıklı değerler kullanılarak tekrar sınıflandırılması ve kategorize edilmesi sonucunda 6 adet kritere ait aynı özellik gösteren verilerin birleşimi kullanılarak sınıflara ayrılarak taşınmaz değer haritası üretilmiştir (Şekil 5).

TAŞINMAZ DEĞER HARİTASI



Şekil 5. Taşınmaz değer haritası

5. SONUÇ

Çalışma alanının seçilmesinde Çanakkale ilini sosyal, ekonomik, istihdam nedeniyle yaşanan ani demografik etkenler, bölgenin turistik yapısını doğrudan etkileyen büyük bir projenin faaliyette olması önemli bir etken olmuştur. Bunun yanı sıra bölgedeki tarım arazi sayısının fazla olması ve yaşanan alım satım hareketliliği bölgeyi ilgi odağı haline getirmiştir. Bu da direkt olarak taşınmazın değerinin tespitine duyulan ihtiyacı arttırmıştır. Taşınmaz değerinin tarafsız, hassas ve hızlı bir biçimde belirlenmesi mümkündür. Anket sonuçlarına göre faktörlerin ağırlıkları sırasıyla; %26,6 parsel şekli, %22 toprak yapısı (verim), %18,2 yola cephesi olması, %14,3 bakı, %10,4 ana ulaşım akslarına olan uzaklığı, %8,6 eğim (topoğrafya) olarak elde edilmiştir. Değer haritası üretiminde Analitik Hiyerarşi yöntemi ile tamamen objektif sonuçların elde edilmesi sağlanmıştır. Kriterlerin ArcGIS yazılımı kullanılarak analizleri yapılmış ve değer haritaları elde edilmiştir. Bu kısma kadar gerçekleştirilen çalışmalar ve sonuçların bir kısmı uluslararası bilimsel araştırmalar kongresinde ve yüksek lisans tezinde sözlü ve yazılı bir şekilde sunulmuştur (Pişkin ve Erenoğlu, 2021).

CBS'nin taşınmaz değerlendirme sürecine katkısı birbirinden farklı veri formatlarının aynı bilgi sistemi içerisinde toplanıp, depolanması, incelenmesi, analizlerinin yapılması sonucunda sonuç ürün elde edilmesindeki sunduğu kolaylık, kısa zaman dilimi içerisinde doğru bilgiye ulaşımını ekonomik bir şekilde sunmasıdır. Tercih edilen kriterler dış etkenler tarafından etkilenebildiğinden kriterlerin artırılıp azaltılması sonucunda ağırlıklarında değişimler meydana gelmesiyle daha geniş alanlarda yüksek duyarlılığa sahip değer haritaları üretilebilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akça, H., Esengün, K. (2003). Coğrafi Bilgi Sistemlerinin Tarım Ekonomisi Alanında Kullanım Olanakları. *TKK Ekin Dergisi*, Sayı:25, Ankara.
- Bahar, M. E. (2007). Taşınmaz Değerlemesinde CBS'nin Kullanım Olanakları. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Dai, F. C., Lee, C. F., Zhang, X. H. (2001). GIS-based Geo-environmental Evaluation for Urban Land-use Planning: A Case Study. *Engineering geology*, 61(4), 257-271. doi: 10.1016/S0013-7952(01)00028-X.
- Erdem, N. (2018). Türkiye Taşınmaz Değerleme Sisteminin Yeniden Yapılandırılmasına Yönelik Bilimsel Çalışma ve Öneriler Üzerine Bir Değerlendirme. *Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 7 (1), 159-170. doi: 10.28948/ngumuh.386408.
- Ertaş M. (2000). Kentsel Alanlarda Taşınmaz Mal Değerlemesi. Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.
- Işıklı, M. (2019). Coğrafi Bilgi Sistemleri ile Taşınmaz Değerlemesi. *Yapı Bilgi Modelleme*, 1(1), 21-26. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/811219>.
- Karakayacı Z., Oğuz C. (2007). Tarım Arazilerinin Değerlemesinde Coğrafi Bilgi Sistemlerinin Uygulanması. TMMOB Harita ve Kadastro Mühendisleri Odası Ulusal Coğrafi Bilgi Sistemleri Kongresi 30 Ekim –02 Kasım 2007, Trabzon, Türkiye.
- Özcan, T. (2019). Analitik Hiyerarşi Yöntemi (AHP) kullanılarak Coğrafi Bilgi Sistemi (CBS) destekli taşınmaz değer haritası üretimi. Yüksek Lisans Tezi, Ulusal Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No. 601913).
- Özen, A., Şişman, A. (2019). Taşınmaz Değer Haritası Üretiminde Konumsal Analiz-Bolu Örneği. 4. In *International Symposium on Innovative Approaches in Engineering and Natural Sciences*, Vol. 4, No. 6, pp. 142-147.
- Özer, M. (2010). Taşınmaz Değerlemesinde Kullanılan Finansal ve Sayısal Yöntemler: TOPSIS ve Yeni Çoklu Kriter Modelleriyle Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Ulusal Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No. 264015).
- Döner, S. (2010). CBS Destekli Taşınmaz Mal Değer Haritalarının Oluşturulması. Yüksek Lisans Tezi, Ulusal Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No. 293633).

- Şenyıldız, Z. (2017). Türkiye İçin Taşınmaz Değerlemesine Yönelik Bütüncül Bir Yönetim Modelinin Tasarlanması. Yüksek Lisans Tezi, Ulusal Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No. 467136).
- Tanrıvermiş, H. (1996). Sanayinin Neden Olduğu Çevre Kirliliğinin Tarıma Verdiği Zararların Değerinin Biçilmesi: Samsun Gübre ve Karadeniz Bakır Sanayileri Örneği. Doktora Tezi, Ulusal Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No. 47864).
- Tecim V., Kıncal C. (2004). Coğrafi Bilgi Sistemleri: Bölgesel Planlamada Etkin Bir Bilişim Teknolojisi, 3. Coğrafi Bilgi Sistemleri Bilişim Günleri, 69 Ekim, İstanbul, Türkiye.
- Pires, A. S., Ferreira, F. A., Jalali, M. S., Chang, H. C. (2018). Barriers to Real Estate Investments for Residential Rental Purposes: Mapping out the Problem. *International Journal of Strategic Property Management*, 22(3), 168-178. Erişim adresi: <https://doi.org/10.3846/ijspm.2018.1541>
- Pişkin, T. (2021). Coğrafi Bilgi Sistemleri Yardımıyla Taşınmaz Değerlemesi: Kınalı-Tekirdağ-Çanakkale-Savaştepe Otoyolu Malkara-Çanakkale Kesimi (Çanakkale 1915 Köprüsü Dahil) Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale, Türkiye.
- Torun, M. K. (2009). Taşınmaz Değer Haritalarının Coğrafi Bilgi Sistemleri ile Üretilmesi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.
- Yağmahan, G. (2019). Puanlama Yöntemiyle Taşınmaz Değerlerinin Belirlenmesi ve Yaşam Kalitesiyle İlişkisinin Araştırılması. Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, Türkiye.
- Yomralıoğlu, T. (1992). Arsa ve Arazi Düzenlemesi İçin Yeni Bir Uygulama Şekli. *Harita ve Kadastro Mühendisleri Odası Yayın Organı*. (73), 30-42.
- Yomralıoğlu, T., Nişancı, R., Uzun, B. (2007). Raster Tabanlı Nominal Değerleme Yöntemine Dayalı Arsa-Arazi Düzenlemesi Uygulaması. TMMOB Harita ve Kadastro Mühendisleri Odası 11. Türkiye Harita Bilimsel ve Teknik Kurultayı 2 – 6 Nisan 2007, Ankara.
- Żróbek, S., Cellmer, R., Kuryj, J. (2005). Land Value Map as a Source of Information about Local Real Estate Market. *Geodezja/Akademia Górniczo-Hutnicza im. Stanisława Staszica w Krakowie*, 11.

COVID-19 Pandemi Sürecinde Fiziksel Aktivitenin Mental Sağlık Açısından Önemi

Importance of Physical Activity in Terms of Mental Health During the COVID-19 Pandemic

Öğr. Gör.Dr. Haşim KATRA
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
E-posta: hkatra@comu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-6271-6114

Prof.Dr. Nimet Haşıl KORKMAZ
Bursa Uludağ Üniversitesi
nhasil@uludag.edu.tr
ORCID: 0000-0001-7648-3289

DOI: 10.37154/cudes.2022.51

Article Info	Abstract
<p>Received: 20.02.2022 Accepted: 15.03.2022</p> <p>Keywords: COVID-19 Physical Activity Mental Health</p>	<p>Emerging in Wuhan city in China and affecting the whole world, the COVID-19 pandemic affected societies in physical and mental terms and additionally caused changes in many habits. Due to both the uncertainty about the disease and implementations like quarantine, distancing and isolation during the COVID-19 pandemic, impacts on mental health may be present in society. For this reason, it may be considered that societies need elements supporting mental health as much as physical health during the COVID-19 pandemic. Physical activity may play an effective role for this topic. Being physically active positively affects health, and individuals may orient toward being physically active with the aim of feeling fitter. This research mentions the importance of physical activity, importance in terms of mental health and types of physical activity recommended during the COVID-19 pandemic by explaining physical activity and mental health concepts.</p>
Makale Bilgisi	Öz
<p>Geliş: 20.02.2022 Onay: 15.03.2022</p> <p>Anahtar sözcükler: COVID-19 Fiziksel aktivite Mental sağlık</p>	<p>Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan ve tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 pandemisi toplumları fiziksel ve mental açıdan etkilemiş, bununla birlikte birçok alışkanlığın değişime uğramasına sebep olmuştur. COVID-19 pandemi sürecinde hem hastalığın belirsizliği hem de karantina, mesafe, izolasyon gibi uygulamalar sebebiyle toplumlarda mental sağlığın etkilenmesi söz konusu olabilir. Bu sebeple COVID-19 pandemi sürecinde toplumların fiziksel sağlık kadar mental sağlık içinde destekleyici unsurlara ihtiyacı olduğu düşünülebilir. Fiziksel aktivite bu konuda etken bir rol oynayabilir. Fiziksel olarak aktif olmak sağlığı olumlu yönde etkilemekte, bireyler kendilerini daha zinde hissetmek amacıyla fiziksel olarak aktif olmaya yönelebilmektedir. Bu çalışmada fiziksel aktivite, mental sağlık kavramları açıklanarak, COVID-19 pandemi sürecinde fiziksel aktivitenin önemi, mental sağlık yönünden önemi ve önerilen fiziksel aktivite türlerine değinilecektir.</p>

1. GİRİŞ

COVID-19, Sars-Cov2 virüsünün sebep olduğu bir hastalıktır (WHO, n.d). 2019 yılında Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan ve nedeni bilinmeyen pnomisi olan bir grup hasta tespit edilmiş, ardından pnomini hastalardan alınan numuneler sonucunda betakoronavirüs tespit edilerek (Zhu ve diğerleri,2020) COVID-19 süreci başlamıştır. 2019 Aralık ayında Çin'in Hubei eyaleti Wuhan da ortaya çıkan ve insanlara nasıl bulaştığı tam olarak belli olmayan Sars-Cov2 (Şiddetli Akut Solunum Sendromu) dünyayı etkisi altına alan bir sağlık krizini ortaya çıkarmıştır (Singhal, 2020). Koronavirüsler çubuksu uzantılara sahip olan tek zincirli ve pozitif polariteli, zarflı RNA virüsleri olarak tanımlanmaktadır (Sağlık Bakanlığı,2020). Koronavirüsler başlıca solunum, enterik, hepatik ve merkezi sinir sistemi hastalıkları ile ilişkilidir (Enjuanes, 2004).

Tüm Dünya ülkelerinde COVID-19 pandemisi toplumsal alışkanlıklarda ciddi değişikliklerin olmasına, karantina gibi uygulamaların hayatın bir parçası haline gelmesine sebep olmuştur.

Toplumların bu durumdan farklı açılardan etkilenmesi söz konusudur. Mental sağlık açısından bakıldığında, Pfefferbaum ve North (2020) toplumlarda COVID-19 pandemisinden kaynaklı duygusal stres olabileceğini belirtmişlerdir. Özellikle pandemi sürecinde psikolojik tepki kalıplarını anlamak zor olabilir ve pandemik enfeksiyon gibi tehdit edici durumlara karşı oldukça sorunlu durumlarında ortaya çıkması mümkün olabilir (Taylor, 2019). Toplumların COVID-19 pandemisi kaynaklı uzun vadeli sonuçlar hakkında endişesi bulunmaktadır (Kumar ve Nayar,2020). Bununla birlikte COVID-19 pandemisi bir neslin ciddi anlamda küresel bir zorlukla karşılaşmasına sebep olmuş ve bu durumdan kaynaklanan mental sağlık durumunun kalıcı ve şiddetli problemlerin olmasının mümkün olabileceği belirtilmiştir (Gavin, Lyne, McNicholas, 2020).

Fiziksel aktivite mental problemlerin ortaya çıkmasını engelleyerek, duygusal iyiliği geliştirebilir (Departman of health, 2003). Ayrıca fiziksel aktivite tembellikten uzaklaşma, iş verimliliğinde artış, kendine saygılı olma, kendine güven gibi hem sosyal hem de psikolojik etkilere sahiptir (Zorba, 2001). Bununla birlikte fiziksel aktivitenin depresyonun azalmasında potansiyel faydaları olmakla birlikte, kaygının azalmasında etkisi bulunmaktadır (Biddle ve Asare,2011). Bu sebeple toplumların fiziksel ve mental sağlıkları için fiziksel aktiviteye teşvik edilerek, fiziksel aktivite alanlarının oluşturulması esastır (Antunes ve Frontini, 2021). Fiziksel aktivite bireyin kendini daha iyi ve zinde hissetmesi açısından bireysel faydalarının olduğu açıktır.

COVID-19 pandemi süreci 21. yüzyılın bir felaketi haline gelmiş, toplumları derinden sarsmıştır. Bu derlemede neredeyse tüm dünya'yı etkisi altına alan, ülkeleri birçok yönden etkileyen COVID-19 pandemi sürecinde fiziksel aktivitenin önemine, fiziksel aktivitenin mental sağlık açısından önemine, önerilen fiziksel aktivite türlerine değinilecektir.

1.1. Fiziksel Aktivite

Fiziksel aktivite kavramı geniş bir yelpazeye sahiptir. Ev işleri, bahçe işleri gibi gündelik işlerle birlikte, egzersiz gibi yapılandırılan aktiviteler de dahil olmak üzere özel kavramları içinde barındırabilmektedir. Fiziksel aktivite Caspersen, Powell ve Christenson (1985) tarafından “enerji harcamasıyla sonuçlanan iskelet kasları tarafından gerçekleştirilen herhangi bir vücut hareketi” olarak tanımlanmıştır. Bu tanımdan anlaşılacağı üzere fiziksel aktivite gündelik hareketlerimizin neredeyse tamamını içermektedir. Ayrıca fiziksel aktivite karmaşık bir davranış olmakla birlikte bireyler tarafından gönüllü olarak da yapılabilen aktivitelerdir (Ward, Saunders ve Pate, 2007). Bununla birlikte fiziksel aktivite sedanter, hafif, orta, şiddetli, çok şiddetli olarak sınıflandırılabilen (Ward, Saunders, Pate, 2007), yöntem, sıklık, süre ve yoğunluk olarak boyutlandırılabilen (Strath ve Diğerleri,2013) aktivitelerdir.

Fiziksel aktivite insan hayatının idamesi açısından önemli bir davranıştır. Bouchard ve diğerleri (2006) genel olarak insan vücudunun hareket etmeye göre tasarlandığını, ilk insanların hayati tehlike içeren ortamlarda, hem yeterli motor becerisine hem de zorlu fiziksel çalışmayı gerçekleştirme yeteneğine sahip olmadan hayatta kalamayacaklarını belirtmişlerdir. Teknolojik olarak gelişmiş kültürlerin çoğunda, uzun yaşam için gereken günlük fiziksel aktivitede büyük bir düşüşün olduğu, gün boyunca hareketsiz olmanın çeşitli sağlık sorunlarına sebep olduğu düşüncesi vardır (Haskell, Blair ve Bouchard 2009). Günümüzde ise pandemi gibi bir sürecin bu gelişmelere eklenmesi hareket kapasitesinde azalmaya ve sağlık çıktılarındaki sorunların artmasına sebep olabilir.

Sedanter yaşam hareketsizliğin bir sonucudur. Bu sonuçlar sağlık çıktılarıyla birlikte toplumların olumsuz yönde etkilenmesine sebep olabilir. Her yaştan birçok insan için sedanter yaşamlarının aksine sağlıklı olmak için yeterli fiziksel aktiviteyle yaşam inşaa edilmesi zor bir durumdur (Haskell, Blair ve Bouchard, 2009). COVID-19 pandemisi süreci de bu zorlukların artmasına sebep olabilir. Bu süreçte fiziksel olarak aktif olmak için günlük programlar evde yapılan çalışmalarla sağlanabilmektedir (Maugeri ve diğerleri, 2020).

1.2. COVID-19 Pandemi Sürecinde Fiziksel Aktivitenin Önemi

Pandemi süreci tüm yaş gruplarının fiziksel olarak aktif olmasına engel olmuştur (Shahidi, Williams, Hassani,2020). Dunton, Wang, Do ve Courtney (2020) kısıtlamalar yüzünden özellikle yaşlı bireylerde tavsiye edilen fiziksel aktivite seviyelerine ulaşmanın mümkün olamayabileceğini belirtmişlerdir. Bu hareketsizlik karantinalar ve sosyal mesafelerden kaynaklanmakla birlikte hastaneye yatışlar ve hastalığa yakalanarak istirahat durumunun oluşması (Woods ve diğerleri,2020)

ve fiziksel olarak aktif olmaya yöneliminde bir çekincenin oluşması ihtimalinden kaynaklanabilir. Muhtemelen COVID-19 pandemi süreci insanoğlunun son dönemde yaşadığı en büyük felaketlerin başında gelmektedir. Bu süreç toplumların birçok alışkanlığının ve buna bağlı olarak davranışlarının değişmesinde etkili olmuştur.

Düşük düzeyde bir fiziksel aktivite, yaygın hastalıklar, fonksiyonel kapasite kaybı ve erken ölüm ile ilişkilendirilmiştir (Bouchard ve diğerleri,2006). Fiziksel olarak inaktif olmak küresel çapta bir risk olarak görülmektedir (WHO, 2010). Fiziksel aktivitenin azalması hastalıklara karşı direncin azalmasına, bağışıklığın düşmesine bununla birlikte kas-iskelet sisteminin olumsuz etkilenmesine sebep olabilir (Woods ve diğerleri,2020). Bu nedenle pandemi sürecinde karşılaşılabilecek fiziksel sağlığı tehdit eden durumların azalmasına katkı sağlaması açısından fiziksel olarak, sedanter davranıştan uzak durulması gerekmektedir. Dwyer, Pasini, De Dominicis ve Righi (2020) fiziksel aktivite sayesinde COVID-19 hastalığının sebep olabileceği klinik koşulların iyileşmesinin söz konusu olabileceği belirtmiştir.

COVID-19 pandemi süreci birçok kişinin sağlık sorunlarıyla karşılaşmasına ve ölümlerin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı COVID-19 Bilgilendirme Platformu (n.d) tarafından kalp hastalığı, hipertansiyon, diyabet, kronik solunum yolu hastalığı ,kanser gibi kronik hastalıkları bulunan bireyler hastalıktan en çok etkilenen gruplar arasında sıralandırılmıştır. Bununla birlikte obetize, astım ve kronik akciğer rahatsızlığı olan çocuklarda COVID-19 sürecinde risk altındadır (Centres for disease control and prevention, 2021b). Bu yönüyle bakıldığında fiziksel olarak aktif olmak kalp ritminin düzenlenmesine, bağışıklığın güçlenmesine, akciğerlerin havalanması ve solunum kapasitesinde artışın olmasına, damar hastalıkları risklerinin azalmasına, kanser gelişim riskinin azalmasına katkı sağlaması (Sağlık Bakanlığı, Türk Halk Sağlığı Kurumu, 2014) açısından önemlidir. Uygun bir egzersiz programı solunum sistemini güçlendirebilir, uzun vadede bağışıklığın korumasını sağlayabilir (Maugeri ve Musumeci, 2021).

1.3. Mental Sağlık

Sağlık fiziksel ve mental fonksiyonun bir işleyiş durumudur (Barry, 2002). Mental sağlık “bir bireyin kendi yeteneklerinin farkında olabildiği, hayatın normal stresleriyle baş edebildiği, verimli bir şekilde çalışabildiği ve içinde bulunduğu topluma katkı sağlayabildiği iyilik halidir” (WHO, 2018). Bununla birlikte mental sağlık bireylerin çevresiyle olumlu ilişkiler kurabilme kapasitesidir (Hungerford ve diğerleri, 2015). Mental sağlık çocukluk, yetişkinlik ve yaşlılık döneminde dahil olmak üzere hayatın her aşamasında önemlidir (Centres for disease control and prevention, 2021a). Bu nedenle mental sağlık ile ilgili programların sağlık ve sosyal politikalar içerisine entegre edilmesi gerekmektedir (Prince, 2007). Çünkü bir bireyin mental bir problemi olsa da olmasa da mental sağlık, sağlığın önemli ve ayrılmaz bir parçasıdır (WHO,2018).

COVID-19 pandemisi hayatı büyük ölçüde etkileyerek bizleri duygusal olarak stresli ve bulantıcı zorluklarla karşı karşıya bıraktı (Choi, Hui ve Wan, 2020). Çünkü pandemi sadece tıbbi değil aynı zamanda bireyleri ve toplumu kaygıya, strese sevk eden bir durumdur (Moukaddam ve Shah, 2020). Bununla birlikte pandemi sürecinde her ne kadar izolasyon ve mesafe önlemleri virüsten korunmak amacıyla gerekli olsa da bu durum bizleri stresli ve endişeli olmaya yönlendirebilir (Centres for disease control and prevention, 2021c). Ayrıca COVID-19 gibi bulaşıcı hastalıklar korkutucu olabilir ve bu durum mental sağlığı etkileyebilir (Mental Health Foundation, 2021). Korku tehlikelerin yaratmış olduğu tehditlere karşı bir tepkidir (Porcelli,2020). COVID-19 pandemisinde olduğu gibi tehditin oluşturduğu belirsizlikler korkuların kronik hale gelmesine sebep olabilir (Mertens, Gerritsen, Duijndam, Saleminck ve Engelhard, 2020). COVID-19 pandemisi sürecinde hastalığın belirsizliği, izolasyon ve karantina gibi uygulamaların mental sağlık açısından olumsuz etkilerinin olduğu görülmektedir.

1.4. COVID-19 Pandemisi Sürecinde Fiziksel Aktivitenin Mental Sağlık Açısından Önemi

COVID-19 pandemisinin fiziksel sağlık açısından etkileri mevcut olmakla birlikte küresel olarak mental sağlık açısından da etkilere sebep olmuştur (Talevi ve diğerleri, 2020). COVID-19 pandemisi hem bireysel hem de toplumsal yönden duygusal ve sosyal işlevsellik üstüne etkisi bulunmaktadır (Pfefferbaum, North, 2020). Sosyal izolasyonlarla birlikte hayatın durma noktasına

gelmesi ve evde geçirelen süre bireylerin ruhsal bir boşluğa düşmesine sebep olmuştur (Uzun ve İmamoğlu, 2020). Bireyler COVID-19 pandemisinin başlangıcında kaygı ve depresyon gibi mental sağlık problemleri yaşamış, süreç psikolojik açıdan ciddi bir etkiye sahip olmuştur (Talevi ve diğerleri, 2020). Bu süreç ayrıca mental sağlık problemleri olan bireylerde de hastalığın oluşturduğu risk sebebiyle psikolojik etkiyi arttıracaktır (Cullen, Gulati, Kelly, 2020).

Fiziksel aktivite düşük ve orta düzeyde mental sağlık açısından faydalı olabilir (Paluska ve Scwenk, 2012). Ayrıca fiziksel aktivite depresyon ve kaygı gibi bazı psikiyatrik hastalıkların tedavisi için önemlidir (Peluso ve Andrade, 2005).

Şekil 1. Fiziksel aktivitenin mental sağlık problemlerinin çözümüne katkı sağlaması açısından izlenebilecek yollar (Fox,1999).



Gerçekleştirilen deneysel ve klinik araştırmalarda fiziksel aktivitenin mental sağlık belirleyicileri üzerine pozitif etkilerini görmek mümkündür. Martinsen (1994) gerçekleştirdiği deneysel bir çalışmada fiziksel egzersizin, hafif ve orta derecede tek kutuplu depresyona yönelik geleneksel tedaviler yerine bir alternatif olabileceğini ve ek olarak kullanılabileceğini, Martines (1990) çalışmasında egzersizin, düşük ve orta düzeyde bipolar olmayan depresyon üzerine tedavi edici bir yönü olabileceğini belirtmiştir. Ayrıca Steinberg ve diğerleri (1997) egzersiz sonrası ruh halinin pozitif yönde arttığını rapor etmişlerdir. Abeln ve diğerleri (2015) gerçekleştirdikleri bir çalışmada izolasyonda olan bireylerin katılım sağladıkları gönüllü egzersiz programlarının mental iyilik hallerine pozitif yönde etki ettiğini belirtmişlerdir.

COVID-19 pandemi sürecinde de fiziksel aktivite ve egzersizden oluşan aktiviteler kişinin mental sağlığına olumlu yönde etkiye sahip olabilir. Bu süreçte fiziksel aktivitenin artırılması stres ve depresyon olasılığını azaltabilir (Dünya Sağlık Örgütü, 2020). Gierc ve diğerleri (2021) COVID-19 pandemi sürecinde düşük fiziksel aktiviteye sahip olan bireylerin daha fazla psikolojik sıkıntı belirttiğini ve fiziksel aktiviteye teşvik edilmesinin gerektiğini vurgulamışlardır. Callow ve diğerleri (2020) gerçekleştirdikleri bir çalışmada hafif düzeyde de olsa yaşlılara uygulanacak fiziksel aktivitelerin mental iyiliklerine katkısı olacağını belirtmişlerdir. Marashi ve diğerleri (2020) gerçekleştirdikleri bir araştırmada fiziksel aktivitenin pandemi gibi stres oluşturabilecek durumlarda mental sağlık üzerinde ciddi bir koruyucu etkisi olabileceği sonucuna varmışlardır. Ozdemir ve diğerleri (2020) fiziksel aktivitedeki artışın mental sağlık üzerine olumlu etkiye sahip olduğunu, inaktif bireylerin depresyon ve anksiyete belirtilerinin daha fazla olduğunu rapor etmişlerdir. Katra ve Korkmaz (2021) tarafından COVID-19 pandemi sürecinde gerçekleştirilen bir çalışma da katılımcılar arasında fiziksel aktivitenin COVID-19 korkusu algısı ve mental sağlık üzerine olumlu yönde etkisi olduğunu belirlemişlerdir. Mauguri ve Musameci (2021) hastalık sonrası dönemde uygulanacak uyarlanmış aktiviteler sayesinde kaygı ve depresyonun azalması, benlik saygısının artması ile birlikte hastalık öncesi sürece hızlı bir dönüşün mümkün olabileceğini belirtmişlerdir.

Egzersiz uygulamalarıyla gerçekleştirilen çalışmalarda da fiziksel olarak aktif olmanın mental sağlık üzerinde olumlu etkilerini görmek mümkündür. Yaşlılar üzerine gerçekleştirilen bir çalışmada katılımcılara uygulanan çevrimiçi egzersiz programlarının ruhsal iyilik hallerine olumlu yönde etkisi olduğu belirtilmiştir (Gunes-Gencer, Özgür, Dinç ve Nakajima, 2020). Ghani, Zainuddin, Ibrahim, Hashim ve Van (2021) sanal fiziksel egzersiz uygulaması sonucunda katılımcıların mental sağlıklarında olumlu yönde ilerleme olduğunu rapor etmişlerdir. COVID-19 pandemi sürecinde egzersizle birlikte mutluluğun artması ve mental sağlığın gelişmesi mümkün olmakla birlikte, bireyler de anksiyetenin, depresyon durumlarının azalması söz konusudur (Ai, Yang, Lin ve Wan, 2021).

Fiziksel aktivite COVID-19 pandemisi sürecinin ilk dönemlerinde pandeminin sebep olabileceği mental sağlık üzerindeki olumsuz etkileri azaltma bakımından etkili bir seçim olmuştur (Marconcin ve diğerleri, 2022). COVID-19 pandemi sürecinde stres oluşturan durumlarda bireyler

kendi ihtiyaçlarına yönelerek, sağlık durumlarına katkı sağlayacak, kendilerini iyi hissedecek aktivitelere ve egzersiz programlarına yönelmelidir (WHO, 2020a). COVID-19 pandemi sürecinde gerçekleştirilen çalışmalar fiziksel aktiviteye katılımın mental sağlık açısından destekleyici bir unsur olduğunu göstermektedir.

1.5. Fiziksel Aktivite Önerileri

COVID-19 pandemisi sürecinde olabildiğince hareketli olmak, sedanter davranıştan uzak durmak gerekmektedir. Bu süreçte karantina, izolasyon, mesafe ve hastalığa yakanlanma gibi sebeplerden dolayı dış mekanlarda hareket edebilme kapasitesi sınırlanmıştır. World Health Organization (n.d) kendi kendine hareket edebilmeyi mümkün kılan şu öneriler ortaya koymuştur;

Gün içerisinde kısa aktif molalar verin: Kısa fiziksel aktivite süreleri haftalık önerilere eklenebilir. Dans etme, bahçe işleriyle ilgilenmek, çocuklarla oynamak, temizlik yapmak gibi ev işleri de evde aktif kalmanın diğer yollarıdır.

Bir çevrimiçi egzersiz sınıfını takip edin: Çevrimiçi yayınlanan egzersiz sınıflarından yararlanın. Bu egzersizleri yapma deneyiminiz yoksa kendi sınırlarınız farkında olarak dikkatli olun.

Yürüyün: Küçük alanlarda bile olsa dolaşmak bireyin aktif olmasına katkı sağlar. Telefonla konuşurken oturmaktansa ayakta durun ve evinizde dolaşın. Dışarı da yürüyüşe karar verdiyseniz diğer insanlarla aranızda en az 1 metre mesafe olmasına dikkat edin.

Ayağa kalkın: Hareketsiz zamanınızı mümkün oldukça azaltın. Özellikle her 30 dakika da bir oturma ve uzanma sürenizi kesmeyi deneyin.

Rahatlayın: Meditasyon ve derin nefesler rahatlamanıza ve sakin kalmanıza yardımcı olur.

Fiziksel sağlık ve mental sağlık gelişimi için bir çok fiziksel aktivite ve egzersiz önerileri mevcuttur. Bu öneriler şu şekilde sıralanabilir;

- 1 yaşından küçük bebekler için çevrelerine oyuncaklar koyarak hareket etmelerini sağlayın (WHO, 2020b)
- 1-2 yaş çocuklar için günde 180 dakika orta ve şiddetli fiziksel aktivitelerin sağlanması uygun olacaktır (WHO, 2020b).
- 3-4 yaş çocukların gün içerisinde 180 dakika olacak şekilde fiziksel aktiviteye yönlendirilmesi ve en az 60 dakikasını orta şiddet ile şiddetli fiziksel aktivitelerden oluşturulması gereklidir (WHO, 2020b).
- 5-18 yaş (çocuk ve ergenler) hafta boyunca günde en az 60 dakika çoğunluğu aerobik aktivitelerden oluşan orta ile şiddetli fiziksel aktivite yapmalıdır (WHO, 2020c).
- 18-64 yaş (yetişkinler) haftada 300 dakika orta şiddette veya 150 dakika şiddetli aerobik aktivitenin yanı sıra, orta ve şiddetli aktivite kombinasyonları yapılabilir (WHO, 2020c).
- Yaşlılarda hafta da en az 150-300 dakika orta yoğunlukta aerobik aktiviteler yada 75-150 dakika şiddetli aerobik aktiviteler yapılabilir. Ayrıca hafta boyunca orta ile şiddetli aktiviteye eş değer kombinasyonlar uygulanabilir (WHO, 2020c).
- Haftada 5 gün 20-30 dakika kondisyon egzersizi yapın (yürüme, hafif tempo koşu, basamak çıkma, yerinde adımlama (Dünya Sağlık Örgütü, 2020).
- Haftada 3 seans kuvvetlendirme egzersizleri yapın (dirsek bükme, duvar itirme, oturup kalkma, diz düzleştirme, çömelme). Bu egzersizler hafta 3 set 10 tekrar şeklinde yapılabilir (Dünya Sağlık Örgütü, 2020).
- 5 dakika kadar sürecek soğuma egzersizleri yapın ve bu sayede nefes alıp vermenizi normale döndürün (Dünya Sağlık Örgütü, 2020).

2. SONUÇ

COVID-19 pandemi süreci fiziksel ve mental sağlık sorunlarını beraberinde getirmiştir. Mevcut hastalığın belirsizliği, etkileri ve hastalığın ne zaman sonlanacağıyla ilgili belirsizlikler hala

devam etmektedir. Mevcut süreçte karantılar, izolasyon uygulamaları devam etmekte, hareketsiz yaşam tarzı olasılığı mevcudiyetini korumaktadır. İnaktif yaşam tarzı özellikle COVID-19 hastalığından kaynaklanan sağlık sorunlarının daha tehlikeli boyutlara ulaşmasına sebep olabilir. Bu noktada pandemi öncesinde de sık sık önerilen fiziksel olarak hareketli olma mevcut süreçte daha fazla önemli hale gelmiş, fiziksel aktiviteye yönelimin önemi uzmanlar tarafından sıklıkla vurgulanmaya başlanmıştır. Fiziksel aktivite sağlığı destekleyen bir unsurdur. Bu durum dikkate alındığında toplumlarda her yaş kesimini daha fazla fiziksel olarak aktif olmaya yönlendirmek gerekmektedir. Özellikle tüm dünya ülkelerini ciddi anlamda etkileyen, toplumların birçok alışkanlığını değiştiren COVID-19 pandemisi gibi hareketsizliğe sebep olabilecek durumlar karşısında fiziksel olarak aktif olmaya daha fazla yönelimin olması gerekmektedir. Pandemi sürecinin oluşturduğu sağlık sorunlarını önlemek, hafifletmek ve iyileştirmek amacıyla fiziksel aktiviteye yönelimin teşvik edilmesi önemlidir.

COVID-19 pandemisinde hayatımızda ki kısıtlamalar ve belirsizlikler mental sağlık açısından olumsuzlukları beraberinde getirmiştir. Hastalığın belirsizliğinden kaynaklı mental sağlık sorunları, mevcut kısıtlamalar sebebiyle sosyal hayattaki değişimler mental sağlık açısından olumsuz yönde etkilere sebep olmuştur. Bu süreçte fiziksel aktivite mental sağlığı destekleyici bir unsur olarak iyi bir alternatif olarak görülebilir. Çünkü fiziksel aktivite kişinin kendisini mental açıdan daha iyi hissetmeye yönelmesi sebebiyle, COVID-19 pandemi sürecinin getirdiği mental olumsuzluklara karşı (depresyon, anksiyete, stres, benlik saygı vb.) direnmeye katkı sağlar. Fiziksel olarak aktif olmak beraberinde mental iyiliği getirir. Bu sebeple bireylerin inaktif bir yaşam tarzını hayatlarından çıkartarak fiziksel olarak aktif hayata yönelmeleri mental sağlığın iyiliği açısından önem arz etmektedir.

Her ne kadar COVID-19 pandemisi sebebiyle fiziksel aktivite ortamlarının kullanılmasında kısıtlamalara gidilse de bu süreç evde uygulanabilecek aktiviteler (bisiklet, koşu bandı, ağırlıklar, çevrimiçi aktiviteler) sayesinde aşılabılır. Bu alanda ilgili kurumlar tarafından toplumlara bilgilendirmeye yönelik çalışmaların yapılması önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Ai, X., Jingjing, Y., Lin, Z. ve Wan, X. (2021). Mental health and the role of physical activity during the COVID-19 pandemic. *Frontiers in psychology*, 4596.
- Abeln, V., MacDonald-Nethercott, E., Piacentini, M.F., Meeusen, R., Kleinert, J., Strueder, H.K. ve Schneider, S. (2015) Exercise in Isolation- A Countermeasure for Electrocutical, Mental and Cognitive Impairments. *PLoS ONE*, 10(5).
- Antunes, R.ve Frontini, R. (2021). Physical activity and mental health in Covid-19 times: an editorial. *Sleep Medicine*, 77, 295.
- Barry, P. D. (2002). Mental health & mental illness. *Lippincott Williams & Wilkins*.
- Biddle, S. J. ve Asare, M. (2011). Physical activity and mental health in children and adolescents: a review of reviews. *British journal of sports medicine*, 45(11), 886-895.
- Bouchard, C., Blair, S. N. ve Haskell.W.L (2006). Physical Activity and Health. *Human Kinetics*.
- Callow, D. D., Arnold-Nedimala, N. A., Jordan, L. S., Pena, G. S., Won, J., Woodard, J. L. ve Smith, J. C. (2020). The mental health benefits of physical activity in older adults survive the COVID-19 pandemic. *The American Journal of Geriatric Psychiatry*, 28(10), 1046-1057.
- Caspersen, S.J., Powell, K.E. ve Christenson, G.M., (1985).Physical Activity, Exercise, and Physical Fitness: Definitions and Distinctions for Health-Related Research, Public Health Reports, Vol:100,No:2.
- Choi, E.P.H., Hui, B.P.H. ve Wan, E.Y.F. (2020). Depression and Anxiety in Hong Kong during COVID-19. *International Journal of Environmental Research and Public Health*.17(10):3740.
- Centers for Disease Control and Prevention. (2021a). About Mental Health. (Erişim Tarihi:05-02-2022). <https://www.cdc.gov/mentalhealth/learn/index.htm>.

- Centers for Disease Control and Prevention. (2021b). COVID-19 (coronavirus disease): people with certain medical conditions. Erişim tarihi: 04-02-2022. <https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-nCoV/need-extra-precautions/people-with-medical-conditions.html#:~:text=>.
- Centers for Disease Control and Prevention. (2021c). Mental Health. Coping With Stress. Erişim Tarihi: 17-02-2022. <https://www.cdc.gov/mentalhealth/stress-coping/cope-with-stress/index.html>.
- Cullen, W., Gulati, G. ve Kelly, B. D. (2020). Mental health in the COVID-19 pandemic. *QJM: An International Journal of Medicine*, 113(5), 311-312.
- Dunton, G. F., Wang, S. D., Do, B. ve Courtney, J. (2020). Early effects of the COVID-19 pandemic on physical activity locations and behaviors in adults living in the United States. *Preventive Medicine Reports*, 20, 101241.
- Department of Health. (2003). Promoting Mental Health: Strategy and Action Plan 2003-2008. Belfast: Department of Health, Social Services and Public Safety.
- Dünya Sağlık Örgütü. (2020). COVID-19 ilişkili hastalık sonrasında rehabilitasyon ve özyönetim= Support for rehabilitation self-management after COVID-19-related illness/Çeviri: Güzel R, Başaran.S,CoşkunBenlidayı.İ.<https://www.tftr.org.tr/covid19>,http://www.tsprm.org/pdf_free/covid-19-dso.pdf.
- Dwyer, M. J., Pasini, M., De Dominicis, S. ve Righi, E. (2020). Physical activity: Benefits and challenges during the COVID-19 pandemic. *Scandinavian journal of medicine & science in sports*, 30(7), 1291.
- Enjuanes, L. (Ed.). (2004). Coronavirus Replication and Reverse Genetics. Springer Science & Business Media. 287.
- Fox, K. R. (1999). The influence of physical activity on mental well-being. *Public health nutrition*, 2(3a), 411-418.
- Gavin, B., Lyne, J. ve McNicholas, F. (2020). Mental health and the COVID-19 pandemic. *Irish journal of psychological medicine*, 37(3), 156-158.
- Ghani, D. Z. A., Zainuddin, Z. A., Ibrahim, H., Hashim, A. H. ve Van, N. T. (2021). Effect of Virtual Physical Exercise on Mental Health Status During the COVID-19 Pandemic. *Journal of Physical Education and Sport*, 2226-2235.
- Gierc, M., Riazi, N. A., Fagan, M. J., Di Sebastiano, K. M., Kandola, M., Priebe, C. S., ... ve Faulkner, G. (2021). Strange days: adult physical activity and mental health in the first two months of the COVID-19 pandemic. *Frontiers in Public Health*, 9, 325.
- Gunes Gencer, G. Y. , Özgür, Ö. , Dinç, S. & Nakajima, H. (2021). Online Exercise Program for Elderly During Coronavirus (Covid-19) Pandemic . *OPUS International Journal of Society Researches* , 18 (44) , 7581-7593.
- Haskell.W.L, Blair.S.N. ve Bouchard.C. (2007). An Integrated View of Physical Activity,Fitness,and Health, Physical Activity and Health. *Human Kinetics Chapter:23*, 359-374.
- Hungerford, C., Hodgson, D., Clancy, R., Redman, M. M., Bostwick, R. ve Jones, T. (2015). Mental Health Care an Introduction for Health Professionals in Australia. *John Wiley & Sons, Second Edition*.
- Katra, H. ve Korkmaz, N. (2021). Öğretmenlerin Kovid-19 Korkusunun Fiziksel Aktivite İlişkisi, Mental Sağlık ve Yeme Davranışlarına Etkisi. BURSA: Bursa Uludağ Üniversitesi,Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Doktora Tezi.
- Kumar, A. ve Nayar, K. R. (2020). COVID 19 and its mental health consequences. *Journal of Mental Health*, 30(1), 1-2.
- Marashi, M. Y., Nicholson, E., Ogrodnik, M., Fenesi, B. ve Heisz, J. J. (2021). A mental health paradox: Mental health was both a motivator and barrier to physical activity during the COVID-19 pandemic. *Plos One*, 16(4), e0239244.

- Marconcin, P., Werneck, A.O., Peralta, M.,.... ve Marques, A.(2022). The association between physical activity and mental health during the first year of the COVID-19 pandemic: a systematic review. *BMC Public Health* 22, 209.
- Martinsen E.W. (1994). Physical activity and depression: clinical experience. *Acta Psychiatr Scand*; S377: 23–7.
- Martinsen, E.W. (1990). Benefits of Exercise for the Treatment of Depression. *Sports Med* 9, 380–389.
- Maugeri, G. ve Musumeci, G. (2021). Adapted physical activity to ensure the physical and psychological well-being of COVID-19 patients. *Journal of Functional Morphology and Kinesiology*, 6(1), 13.
- Maugeri, G., Castrogiovanni, P., Battaglia, G., Pippi, R., D'Agata, V., Palma, A., ... ve Musumeci, G. (2020). The impact of physical activity on psychological health during Covid-19 pandemic in Italy. *Heliyon*, 6(6), e04315.
- Mental Health Foundation. (2021). Coronavirus and mental health tips. Erişim Tarihi:17-02-2022. <https://www.mentalhealth.org.uk/coronavirus/mental-health-tips>
- Mertens, G., Gerritsen, L., Duijndam, S., Salemink, E. ve Engelhard, I. M. (2020). Fear of the coronavirus (COVID-19): Predictors in an online study conducted in March 2020. *Journal of Anxient Disorders*,102258.
- Uzun, M ve İmamoğlu, O. (2020). Korona Virüs Sürecinde Egzersiz ve Bağışıklık, Özen, G., Atar, Ö,(ed). Spor Bilimlerinde Multidisipliner Araştırmalar. 1. Baskı. İstanbul: Efe Akademi Yayınları.
- Moukaddam, N. ve Shah A. (2020). Psychiatrists beware! The impact of COVID-19 and pandemics on mental health. *Psychiatric Times*. Erişim Tarihi:17-02-2020 <https://www.psychiatrictimes.com/view/psychiatrists-beware-impact-coronavirus-pandemics-mental-health>.
- Ozdemir, F., Cansel, N., Kizilay, F., Guldogan, E., Ucuş, I., Sinanoğlu, B., ... ve Cumurcu, H. B. (2020). The role of physical activity on mental health and quality of life during COVID-19 outbreak: A cross-sectional study. *European journal of integrative medicine*, 40, 101248.
- Paluska, S. A. ve Schwenk, T. L. (2000). Physical activity and mental health. *Sports medicine*, 29(3), 167-180.
- Peluso, M. A. M. ve Andrade, L. H. S. G. D. (2005). Physical activity and mental health: the association between exercise and mood. *Clinics*, 60(1), 61-70.
- Pfefferbaum, B. ve North, C. S. (2020). Mental health and the Covid-19 pandemic. *New England Journal of Medicine*, 383(6), 510-512.
- Prince, M., Patel, V., Saxena, S., Maj, M., Maselko, J., Phillips, M. R. ve Rahman, A. (2007). No health without mental health. *The lancet*, 370(9590), 859-877.
- Porcelli, P. (2020). Fear, anxiety and health-related consequences after the COVID-19 epidemic. *Clinical Neuropsychiatry: Journal of Treatment Evaluation*, 17(2), 103–111.
- Sağlık Bakanlığı COVID-19 Bilgilendirme Platformu (n.d). COVID-19 Nedir? Erişim Tarihi:04-02-2022. <https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66300/covid-19-nedir-.html>
- Sağlık Bakanlığı, Türk Halk Sağlığı Kurumu. (2014). Türkiye Fiziksel Aktivite Rehberi, Ankara: 2. Basım. *Kuban Yayıncılık*.
- Shahidi, S. H., Stewart Williams, J. ve Hassani, F. (2020). [BRIEF REPORT] Physical activity during COVID-19 quarantine. *Acta Paediatrica*, 109(10), 2147-2148.
- Strath, S. J., Kaminsky, L. A., Ainsworth, B. E., Ekelund, U., Freedson, P. S., Gary, R. A., ... & Swartz, A. M. (2013). Guide to the assessment of physical activity: clinical and research

- applications: a scientific statement from the American Heart Association. *Circulation*, 128(20), 2259-2279.
- Singhal, T. A. (2020). Review of Coronavirus Disease-2019 (COVID-19). *Indian J Pediatr* 87, 281–286.
- Steinberg, H., Sykes, E.A., Moss, T., Lowery, S., LeBoutillier, N. ve Dewey, A. (1997). Exercise enhances creativity independently of mood. *British Journal of Sports Medicine*;31:240-245.
- Talevi, D., Socci, V., Carai, M., Carnaghi, G., Faleri, S., Trebbi, E., ... ve Pacitti, F. (2020). Mental health outcomes of the CoViD-19 pandemic. *Rivista di psichiatria*, 55(3), 137-144.
- Taylor, S. (2019). The psychology of pandemics: Preparing for the next global outbreak of infectious disease. *Cambridge Scholars Publishing*.
- Ward, D, S., Saunders, R, P. ve Pate, R, R., (2007). Physical Activity Interventions in Children and adolescents. Physical Activity Intervention Series, Human Kinetics.
- WHO (n.d). Coronavirus disease (COVID-19). Erişim Tarihi:14-02-2022 https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1.
- WHO, (n.d). stay physically active during self-quarantine. Erişim Tarihi: 09-02-2022. <https://www.euro.who.int/en/health-topics/health-emergencies/coronavirus-covid-19/publications-and-technical-guidance/noncommunicable-diseases/stay-physically-active-during-self-quarantine>.
- WHO. (n.d). Depression. Erişim Tarihi: 20-05-2021. https://www.who.int/health-topics/depression#tab=tab_1.
- WHO. (n.d).#HealthyAtHome-Physical activity. Erişim Tarihi: 08-02-2022. https://www.who.int/news-room/campaigns/connecting-the-world-to-combat-coronavirus/healthyathome/healthyathome---physical-activity?gclid=EAIaIQobChMIzf78wNPv9QIVDO7mCh0Hrw-BEAAAYASAAEgLTGvD_BwE.
- WHO. (2020a). Mental health and psychosocial considerations during the COVID-19 outbreak. <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/mental-health-considerations.pdf>.
- WHO, (2020b). Physical activity. Erişim Tarihi: 11-02-2020. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/physical-activity>.
- WHO,(2020c). WHO guidelines on physical activity and sedentary behaviour. Geneva: World Health Organization; Licence: CC BY-NC-SA 3.0 IGO.
- WHO. (2010). Global recommendations on physical activity for health. World Health Organization.
- WHO. (2018). Mental health: strengthening our response. Erişim Tarihi: 05-02-2022. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-strengthening-our-response>.
- Woods, J. A., Hutchinson, N. T., Powers, S. K., Roberts, W. O., Gomez-Cabrera, M. C., Radak, Z., ... ve Ji, L. L. (2020). The COVID-19 pandemic and physical activity. *Sports Medicine and Health Science*, 2(2), 55-64.
- Zhu, N., Zhang, D., Wang, W., Li, X., Yang, B., Song, J., ... ve Tan, W. (2020). A novel coronavirus from patients with pneumonia in China, 2019. *New England journal of medicine*.
- Zorba. E, (2001). Fiziksel Uygunluk. Muğla: Gazi Kitapevi.

Business Analysis, Business Intelligence and Its Importance for Business

İş Analizi, İş Zekâsı ve İşletme için Önemi

Assist. Prof. Dr. Ayşenur ERDİL
İstanbul Medeniyet University
runesyalidre@gmail.com
ORCID: 0000-0002-6413-7482

DOI: 10.37154/cudes.2022.52

Article Info

Received: 16.02.2022

Accepted: 18.03.2022

Keywords: Business-Enterprise, Business Analysis, Business Intelligence, Production-Manufacturing, System, Technology

Abstract

In today's developing world, technology effects our lives more and more every day, and this situation has become inevitable for businesses-enterprises. Automation systems and modern technology replace labor force. Along with these developments, there are specializations in the workplace. As long as this change exists on a routine basis, business, corporations need to follow and know the jobs-business and job descriptions in detail in order to find new suitable employees, retain them, make their wages and evaluate the work. It plays an important role in the developments in the world. For this reason, it is necessary to adapt the technology and employees to this change. Technological developments in the globalizing world have enabled the economy to gain a different shape. In highly competitive markets, a strategic production-manufacturing approach for service/product is required, as well as cost analysis. Big data and business analysis have a huge impact on large businesses' decision making and forecasting for future situations and technological infrastructure of the business. It helps the business to use the data as it wants in order to improve the management understanding at a specified time. Classical expence accounting takes into account only the price of the product/service at the production stage, and counts the expenses in other stages as a price. Based on this, this situation handles the product life cycle from beginning to end and ensures that profit and price are made more accurately. In this research, business analysis and business intelligence are discussed. A literature review is conducted within the effectiveness of business analysis on production- manufacturing management of bussiness. Sample applications made in businesses-industries are mentioned. These presented applications of this study are highlighted for business analysis and business intelligence to increase business efficiency for production- manufacturing/service sectors.

Makale Bilgisi

Geliş: 16.02.2022

Onay: 18.03.2022

Anahtar sözcükler: İşletme, İş Analizi, İş Zekâsı, Üretim-İmalat, Sistem, Teknoloji

Öz

Günümüzün gelişen dünyasında teknoloji her geçen gün hayatımızı daha fazla etkilemekte ve bu durum işletmeler için kaçınılmaz hale gelmiştir. Otomasyon sistemleri ve modern teknoloji insan-iş gücünün yerini almaktadır. Bu gelişmelerle birlikte işyerinde uzmanlaşmalar da artmaktadır. Bu değişim rutin olarak var olduğu sürece, işletmelerin, yeni uygun eleman bulması, bünyesinde çalıştırması, ücretlerini sağlaması ve yapılan işi değerlendirmesi için iş ve sorumluluk tanımlarını detaylı olarak takip etmesi ve bilmesi gerekmektedir. Bu akış, dünyadaki gelişmeleri takip etmede önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle teknolojinin ve çalışan personelin bu değişime uyum sağlaması gerekmektedir. Küreselleşen dünyada teknolojik gelişmeler, ekonominin farklı bir şekil kazanmasını sağlamıştır. Rekabetin yüksek olduğu pazarlarda, hizmet/ürün için stratejik bir üretim-imalat yaklaşımının yanı sıra maliyet odaklı bir yaklaşım gereklidir. Büyük veri ve iş analizi, büyük işletmelerin karar aşamalarında, karar vermelerinde ve gelecekteki durumlar için tahminlerde bulunmalarında büyük bir etkiye-güce sahiptir. Büyük veri ve iş analizi işletmenin belirli bir zamanda yönetim anlayışını geliştirmek için verileri istediği gibi kullanmasına yardımcı olur. Genel gider muhasebesi, ürün/hizmetin sadece üretim aşamasındaki fiyatını dikkate alırken, diğer aşamalarda giderleri de fiyat olarak saymaktadır. Bu tür hatalardan kaçınmak için stratejik iş yönetimi ve iş analitiği kullanılır. Bundan yola çıkarak bu durum ürün yaşam döngüsünü baştan sona ele alır ve böylece kar ve fiyatlandırmanın daha doğru şekilde yapılmasını sağlar. Bu araştırmada iş analizi, iş analisti ve iş zekâsı konuları ele alınmaktadır. Çalışma kapsamında literatür taraması yapılmıştır. İşletmelerde yapılan örnek uygulamalara değinilmiştir. Bu çalışmanın sunulan bu uygulamalar, iş verimliliğini artırmak için iş analizi ve iş zekâsının önemini vurgulamaktadır.

1. INTRODUCTION

Today, operational databases belonging to many institutions are not sufficient. The need to produce new information by making various analyzes with the data obtained from external sources and to use this information in the processes for the institution has arisen. General and customary database management systems, on the other hand, cannot provide sufficient support for the use of these data from external sources in the management of internal information. Because the data received from external sources can be easily transferred to their own operational databases and may not be in a structured state. For this reason, many big technology companies are making huge investments in big data. Together with big data, analysis that could never be measured, stored. The vast majority of things that cannot be shared and shared have begun to be data (Ram et al., 2016; Schönberger and Cukier, 2013; Cackett, 2013). Big data and business analysis have a huge impact on large businesses' decision making and forecasting for future situations. At a specified time, it helps the business to use the data as it wants in order to improve its management understanding. Business analysis is resorted to as a result of big data being in an undifferentiated state and we cannot manually extract information from it. Business analysis allows us to parse this data and obtain usable data (Ram et al., 2016; Schönberger and Cukier, 2013; Cackett, 2013).

Big data is an accumulation of data from a scope of sources which is usually described in terms of characteristics. Volume is one of the characteristics. A very large volume does not allow us to know where the desired information is located. The fact that data is growing at a high rate prevents the data from being up-to-date. The fact that it has data from all areas of the business makes it diverse, which means that the data is mixed with each other. It is known by everyone that the existing data has a reality, but it is a fact that this reality is uncertain in an unblended way. Finally, the fact that this data cannot be found elsewhere makes this data valuable. Because of these characteristics, data analysis becomes indispensable for a large business. There are three types of business analysis, They are descriptive, predictive and normative. In the descriptor, the data are separated by a simple statistical decomposition. The data from here is transferred to the estimator. In the estimator, on the other hand, it is a system that defines the estimation variables with an advanced software. Here the deeply separated data is transferred to the normative. In the normative, the data blended in the descriptor and the estimator is poured into statistical data for use and gives a response (report) to the user for the desired data (Tunç, 2019; Srivastava and Gopalkrishnan, 2015). Outsourcing is defined as the use of a third-party logistics company to offer logistic support. Outsourcing is quickly developing one of the most used business strategies today, especially in the logistics industry. In logistics, the cost-effectiveness of augmenting human resources and meeting supplier requirements with trained labor has made it imperative to address supply-chain and logistics operations on a strategic level. A collection of conclusions and recommendations concerning supply-chain in competitive companies and logistics management activity needs are offered in this research (Erturgut, 2021, Cardinalli, 2001).

Technology-based enterprises (TBFs) are concerned about getting a competitive advantage, thus they create technologies to incorporate in their goods and services in order to differentiating themselves from their counterparts. TBFs with comparable products should contend against one another, implying that TBF business engagement should take place at the product and service layers. This research presents a paradigm for better understanding TBF business competition by connecting their business sectors and technologies, which correspond to items and services in their brands and technologies detailed in their applications, respectfully. This paradigm identifies technology-based business frameworks and gives a knowledge of business rivalry from both a general business viewpoint and within specific domains, while taking into account the TBFs' innovation knowledge and commercial capability. This research makes a significant academic contribution by being the first to conduct a business competitive market assessment at the product and service stages, as well as an important industrial contribution through proposing a structured procedure for acknowledging the rapidly changing business marketplace(Ko et al., 2020).

For financial firms and management professional organizations alike, improving operating performance necessitates a well-thought-out strategy. This study outlines the key factors influencing management consulting company performance and then generates and empirical evidence analyzes three regression models of corporate finance business performance to carryout empirical studies. It is based on the point of view of the organization of an executive leadership consulting company in an investment company, as well as the related management contracting business and operational processes between the two financial services companies and managerial consulting firms. The yearly earnings and

operational profitability of industry leaders are shown to be constant across the two models. When an accounting company engages in employment in China and uses e-commerce to run its business. Positive aspects could indeed arise for business management consulting when they engage in work in China and use e-commerce in their operations, and when the salary significant proportion of older employees, percentage of consultants, proportion of the total of CPA (certified public accountants)-qualified staff members, professional competence of staff members, and concentration of market segments are all significantly greater (Lee et al., 2021).

In today's business-focused organizational learning, maintaining an organization's social media content for business purposes is a new difficulty. Organizations may acquire fast and complete views of platforms through social media analysis of information for consumer web surfing, online buying, consumer feedback, and content marketing analysis. Manufacturing, acquiring, selling a product, and generating or generating revenues are the foundations of business. The BD-SMAB (Big Data-Social Media Analytics for Business) Model raises awareness and influences marketing strategy decision-makers. Companies may utilize big data analytics to improve operations in a variety of ways. It can assess competition in real time and adjust pricing, make deals better than competitors' revenues, and examine adverse comments from competing companies to determine if they can surpass them. The suggested technique investigates the effects of social media analysis on several aspects of life. The suggested technique investigates the effects of social media research on many fields including such property investment, companies, and beauty industry events. The variety of these businesses demonstrates the impact of social media and how beneficial decisions may be made to establish a strategic marketing strategy and to provide smarter business judgments. As a consequence, the BD-SMAB technique helps to improve consumer happiness and experience while also increasing brand recognition (Zhang, H. et al., 2022; Kumar et al., 2020; Pham et al., 2020).

A sustainable enterprise strategy is a term that is progressively being used to describe business models which employ a triple bottom line strategy to achieve economic strength through health and environmental activities. Nonetheless, there is a necessity for further experimental study on quality and engineering in connection to sustainable supply chain, as well as their relevance to company success. This study examined how incorporating social sustainability goals into a company model affects financial efficiency, fosters sustainable development, and improves a company's capacity to resist disruptions such as the current economic crisis. During a series of studies, four arguments are developed and evaluated using four international reduced operators in a case research approach (Rotondo et al., 2019). Innovation in business strategies, rather than just product development, has indeed been effective in addressing obstacles related to technological advancement and dissemination. However, just a few studies have looked at how business practices are applied in the associated with climate services. Using a sampling of 32 climate services, we investigate the fundamental aspects underlying business models in this article. The set includes continuing and finished joint innovation initiatives, as well as in-house inventions from individual firms. The authors of this article used the business model canvas (BMC) as a framework for semi-structured conversations with senior executives. BMC enables the identification of eight aspects that are always interacting and developing over the life of a service. We updated the conventional BMC and included two crosscase construction pieces which are critical with. Content analysis was used to give codes to specific tokens from the transcribed. Researchers analyzed the association among major subjects using graph theory and hierarchical clustering, expressing them in a graph structure with vertices represent codes and linkages based on the closeness of words in each piece of text (Larosa and Mysiak, 2019).

2. BIG DATA AND BUSINESS ANALYSIS

2.1. The impact of big data and business analytics on the corporate system

Enterprise systems are generally data-based software that includes events related to tracking, stock management and makes them simple. As a result of this stored data, it helps the business to prepare more effectively for the data that managers need. In corporate businesses, there may be difficulties in

combining internal and external data. Business analysis, on the other hand, normalizes this data after extracting and cleaning it within certain systems (Oncioiu et al., 2019; Tunç, 2019; Srivastava and Gopalkrishnan, 2015). Business analysis entails the application of modern analytical tools to extract crucial information from enormous amounts of data in order to aid decision-making. Advanced analysis, which sprang from the discipline of operational research, has been classified in several ways, the most prominent of which are descriptive, predictive, and prescriptive analysis. Descriptive analysis is focused on data research that describes previous business circumstances, developments, patterns, and deviations. Descriptive research approaches include conventional analyses and scoreboards, ad hoc reporting, query drilldown (OLAP- Online analytical processing) alerts, and watching. Due to the success achieved collectively by the data mining and statistical analysis community, data analytics continues to be an active area of research. Statistical machine learning, often based on well-grounded mathematical models and powerful algorithms, techniques such as Bayesian networks, Hidden Markov models, support vector machine, reinforcement learning, and ensemble models, have been applied to data, text, and web analytics applications. Other new data analytics techniques explore and leverage unique data characteristics, from sequential/temporal mining and spatial mining, to data mining for high-speed data streams and sensor data. Increased privacy concerns in various e-commerce, e-government, and healthcare applications have caused privacy-preserving data mining to become an emerging area of research (Oncioiu et al., 2019; Tsai et al., 2015; Chen et al., 2012; Zeng et al., 2011; Lustig et al., 2010).

2.2. Enterprise Resource Planning

Enterprise resource planning (ERP) is a comprehensive software that gathers the workflows of an enterprise under a single roof and makes it easier to manage with the help of enterprise information management. It can be said that the enterprise resource planning system will positively affect the objectives of strategic cost management since it collects the information at the head office as a result of the transaction and can be accessed at any time. Enterprise Resource Planning – ERP is the systems used by enterprises in different sectors and of various scales, in which stock control, production and supply management, accounting processes are integrated (Çelebi and Bulut, 2016). Today, different variations of these package programs are used all over the world. This diversity is caused by the manufacturing companies as well as the different accounting processes carried out around the world. Users of this system enter all production-related data into a single system, thus facilitating accounting and management transactions. In addition, they can easily access the reports and brief information to be presented (Ersan, 2019; Çelebi and Bulut, 2016; Çağlıyan, 2012; Robert Jacobs and Ted Weston, 2007; Shehab et al., 2004; Aydın, 2003). As technology advances one step further every day in the globalizing world, it is of vital importance for businesses to adapt to the order. Thanks to the constantly developing and changing order, the conditions of competition are shaped around the technological conditions. So much so that technological opportunities can offer us new business opportunities and business processes. At this point, ERP is an efficient application that provides information flow between parties by keeping data related to many functions of the business together. The development of the ERP package took years and over time, new solutions were presented for the needs of the enterprises. The programs have taken a more comprehensive form, facilitating planning and management from distribution to product stocking, from customer data to campaigns. After the transition to the ERP program, product planning, purchasing materials, managing stocks, communicating with suppliers, monitoring sales and orders, controlling financial affairs and human resource management have become easier. Apart from this, it also helped to reduce the workload of the employees. Noticeable changes have occurred in employee productivity and motivation. Considering all these productivity increases and performance improvements, the metal production company started to think about the existence of a continuous education and thus continuous development. Apart from the benefits it provides, there are also some disadvantages that may occur. Although ERP programs cause cost reductions in the long run, a high cost may arise due to installation fees in the first stage. When comparing the financial burden and the program, it is of great importance to offer a package that definitely meets your needs. The business that offers you the software package should understand you and create an answer to needs of the company. Otherwise, the expenditure is only an unnecessary accounting part and can lead the business to decline (Ersan, 2019; Çelebi and Bulut, 2016; Çağlıyan, 2012; Robert Jacobs and Ted Weston, 2007; Shehab et al., 2004; Aydın, 2003).

3. BUSINESS MANAGEMENT PROCESS

Business Process can be harder and harder to overcome the difficulties encountered in the increasingly complex and difficult business world. It has become a necessity for businesses that want to overcome these difficulties, simplify and control the complexities to have advanced workflow processes. According to the results of the researches, it is revealed that the business process management has a great contribution to the companies to stand out from their competitors and to be successful. Accordingly, the value given to this issue by the enterprises is increasing day by day (Abas, 2021; Sebetci et al., 2018; Elzinga et al., 1995). Business Process can be defined as the sum of the activities of creating an output that creates value for the target audience of the business by collecting one or more inputs. Business process management is defined as “a systematic and structured approach to analyze, develop, control and manage processes in order to improve product and service quality” (Elzinga et al., 1995). As can be understood from this definition, business process management is considered as a business management model. Therefore, it should be structured according to business objectives and changing conditions. Businesses that want to survive in the face of increasing competition in the world should always have the best strategies, use the latest technologies and adopt the best management principles. Business process management is a good practice management principle that provides them to businesses (Abas, 2021; Sebetci et al., 2018; Elzinga et al., 1995).

Although Business Process management exists in the industrial age, it has undergone radical changes as it transitions into the digital age. The first of the changes that occurred in business process management between the two eras is the continuation of the process, which is carried out by humans or machines in the industrial era, as a hybrid in the digital era. Secondly, while business process management is problem-solving in the industrial age, it exhibits an opportunity-oriented perspective in the digital age. Third, while business process management was corporate-minded, it has become entrepreneurial-minded in the digital age. Fourth, while profit-oriented business process management stands out in the industrial revolution, a purpose-oriented business approach is accepted in the digital age. The fifth change is the emergence of a business process management that prevents transaction delay in the digital age, while transaction speed comes to the fore in the industrial age. Finally, while there is a business management process in which business processes are at the forefront in the industrial age, business processes management in the transition to a customer-oriented economy has turned from being a business process to a customer-oriented one. Today, businesses are not aware of new digital technologies, and they also have insufficient information about which technologies they should use to keep their businesses up to date. There is a need for application studies and their results for the development of business processes. In the next part of the study, the profitability of an enterprise that switched to the smart storage system in the traditional storage system will be revealed (Abas, 2021; Sebetci et al., 2018; Elzinga et al., 1995).

Many definitions of big data have been developed. McKinsey Global Institute used big data in 2011 to describe the tools that host, manage, and make available datasets in a way that traditional database software cannot. This definition has been used in publications such as Kord Davis, Ethics of Big Data. In general, it refers to data sets that are beyond the storage, management and processing capacity of programs using big data. Expressions that cannot be measured, stored or analyzed with big data have been turned into data. Big data refers to the type of managed data, the technology used to store and process the data. A large part of such technologies have emerged from the technology developed by companies such as Google, Facebook, Amazon while managing big data. In addition to the data owned by the institutions, the data that is needed from outside may not be sufficient for information management in existing databases. Technology companies invest in big data, as data from external sources can be easily transferred to in-house databases and may be unstructured. Big data constitutes the storage, analysis and processing of data collection collected from different data sources. It refers to the need to combine multiple unrelated datasets, to process data, to collect confidential information in a short time (Ram et al., 2016; Erl et al., 2016; Cackett, 2013; Davis and Patterson, 2012; Diebold, 2012).

Purposes and uses of business analysis- Why business analysis: Since the data in the business is not in a certain order, it is often impossible to reach the goals. For these reasons, these data should become usable. To do this, job analysis is used. This allows us to reach our goals in a healthier and faster way. Job analysis also simplifies the management of jobs by identifying this data for us. Incorrect management of business analysis is the biggest problem of businesses. It brings failure with it. Thus, it enables business analysts to highlight their necessity and importance. Of course, this problem does not

go away only if the business analyst does his job right. The institution can only eliminate this process by applying it together correctly. guidance is not just a business part, there is no single answer to be sought there. Business analysis resides throughout the business as a whole (Sherman, 2014; Liebowitz, 2006). *An Application for Business Management Process:* Business Management Process is significant facility of business analysis for production/service management activities for corporate- institutional system. An Application for the Business Management Process of a company in manufacturing industry is Marmara Region presented and declared below:

The manufacturing process is the most important process of the company because it fulfills the purpose of the company by producing and therefore being the most used process, it gives the company more opportunity for improvement than any other process can provide. The production process of this manufacturing company starts with an order from a customer, and Manufacturing and Sales evaluate this order by requesting stock information from the Production-manufacturing department. Based on the stock value, Manufacturing and Sales decide whether to accept the order. The accounting department has vital importance for this business management process and business flow. The probability of order acceptance is strongly dependent on this stock control information, as it affects the firm's production planning. Since the firm can keep very little inventory, it must plan production control and accept orders carefully so that none of the firm's regular customers will be dissatisfied. Assuming there is appropriate merchandise on hand and Manufacturing and Sales approve the order, operations are sent immediately to system operation. Nevertheless, if there is insufficient merchandise in inventory and the demand is approved, the Manufacturing phase of the operation is completed. Top Management places a raw - materials demand with the Supplier. The Purchase Department places an order with a supplier from the approved list. When raw supplies reach at the firm, industrial workers execute Admission Checking to ensure that they achieve the vision absolutely what was expected. (Manage both the amount and the quality of the approach to getting). Following the completion, the Supplier changes the provider ranking for distribution and pricing concerns. Professional, on the opposing side, changes the rating after Admission Controlling depending on the quality related performance of the custom control. If the request is refused in Admission Controlling, the provider is notified and the Purchase Department places another demand for raw resources from a separate insurer on the approved database.

4. BUSINESS INTELLIGENCE

Increasing production and accelerating commercial relations after the industrial revolution brought with it a great bureaucratic burden, the importance of accounting and production tracking systems increased, and it has become an important business objective not to get lost in this data sea and to use the necessary information correctly. On this occasion, the concept of data warehouse has been developed, computing systems have been invented, recording systems have been developed, and the requirements for tracking the business of large trusts and cartels that have embargoed their markets have increased. Technological and digital developments accelerating as a result of globalization have enabled the transfer of these recording systems to the virtual environment, facilitating the department's work and speeding up the decision-making processes. The plus of this acceleration has further increased the incentives of companies to make profits in a liberal environment and increased their understanding of growth=earning. However, the fact that the data piles created by this growth have to be processed and the understanding of recorded economy created by various auditing institutions by resorting to legal means has led the concept of business intelligence to gain importance in businesses and public institutions. In addition, as a business intelligence application, it transforms the data in the data warehouses into useful raw materials by transferring them to the departments and decision-making bodies where they will be processed and transformed into information. These data, which have become raw materials, are transferred to the departments and the last decision makers in the hierarchy and made ready for use. Here, too, algorithmic programs using artificial intelligence and the latest technology come into play and create a systematic output, and this useful output acts as a coach that will enable the business to take it one step ahead of the competition and make a difference in the market. Leading business intelligence platform providers as the most common and market leading business intelligence applications include; IBM, Oracle, SAP- Systems Analysis and Program Development, SAS- Statistical Analysis System, Microstrategy, QlikTech, Information Builders. Companies pushing the leading

business intelligence platform providers include; Tableau, Tibco Software (Spotfire). Business intelligence platform providers companies that provide applications in specialized areas and therefore do not appeal to all users are; LogiXML, Actuate, Panorama Software, Prognoz, Salient Management Company, Board International, Arcplan (What is Business Intelligence, 2021; Williams, 2016; Kronios and Yeoh, 2010; Jayanthi, 2009; Vercellis, 2009; Han et al., 2006; Liebowitz, 2006; Garner Group, 2006).

In business intelligence institutions, performing multi-dimensional analysis, ensuring the effectiveness of reporting systems, maintaining the continuity of work flow processes, developing scenarios that will provide maximum benefit and efficiency in decision-making processes with the help of algorithms developed based on artificial intelligence and technology, determining performance management processes, and fully working in corporate resource planning organizations. It has purposes such as providing support (What is Business Intelligence, 2021; Williams, 2016; Kronios and Yeoh, 2010; Jayanthi, 2009; Vercellis, 2009; Han et al., 2006; Liebowitz, 2006; Garner Group, 2006).

4.1. Business Intelligence (BI)

Some organizations in the field of business have said that the concept of business intelligence and its application area will become even more valuable in the future. They stated that it will be at a point where all stakeholders outside the organization and the organization can reach. Firms that are in competition with each other should stand out among themselves and be placed in the forefront. For this reason, the manager's own ideas and thoughts do not provide progress alone. Rational findings, reports and data analysis are required. The collection of information that distinguishes the necessary data within the enterprise and comes to the fore is called business intelligence (Gartner Group, 2006). Business Intelligence (BI) is a collection of procedures, structures, and technology that transform raw data into useful information that drives lucrative business activities. It is a collection of tools and services designed to turn data into actionable insight and knowledge (What is Business Intelligence, 2021; Williams, 2016; Kronios and Yeoh, 2010; Jayanthi, 2009; Vercellis, 2009; Han et al., 2006; Liebowitz, 2006; Garner Group, 2006).

Organizations are discovering that data and information really shouldn't be considered as separate components of information management, but instead as part of the comprehensive corporate strategy. Organization's information systems integrate business intelligence and business process management. Companies are increasingly focusing on Operational Business Intelligence, which is now underserved and uncontested by vendors. By generally, business intelligence providers have concentrated only on the top of society, but a theories and empirical is occurring that is transferring the concentration of business intelligence to the bottom of the hierarchy, including an importance of self intelligence (What is Business Intelligence, 2021; Kronios and Yeoh, 2010; Jayanthi, 2009; Han et al., 2006).

4.2. Business Intelligence Technology

In order to apply business intelligence in organizations, some skills must be formed. Some of these are updating data stores and configuring them to work in line with business intelligence. In order to apply business intelligence, data capacity must also be checked. In order to control and evaluate the processed data in the conclusion part, technical facts should be examined. Business intelligence, which facilitates the life and work of the members working in the organization, provides convenience in terms of providing large amounts of data together (Ranjan, 2009). Business Intelligence technology includes many tools. Some of these can be listed as competitor analysis, business process plans, data warehouse systems report, manager information system, human resources element, finance indicators. In addition to these, the management and performance indicators of the enterprise itself are also important (Jayanthi, 2009; Vitt et al., 2008).

5. BUSINESS INTELLIGENCE AND CRITICAL SUCCESS FACTORS IN IMPLEMENTATION OF STRATEGIC COST MANAGEMENT DATA ANALYSIS

The concept of Intelligence here means two different meanings. The first of these is human Intelligence. Here is a field that explores the applications of Artificial Intelligence and Human Intelligence. The second is a technology that performs all kinds of data processing in order to enable corporate companies to make better decisions. In other words, a more comprehensive access opportunity has achieved success by becoming a whole with business intelligence in strategic cost management. One

of the indispensable concepts of today's most modern business areas is change. It has played an extremely important role in terms of management styles of strategic variables. Previously, it was seen that the concept of high-volume production and this understanding had a hard-to-change structure. Today, there is an understanding of production that changes more rapidly and has a dynamic structure. It is seen that today's production approach is shaped by management on cost and quality. Strategic cost management helps to better manage this dynamic structure. For this, it plans the income and cost well and maximizes the efficiency and profit. Accurate and appropriate cost calculations provide the product with a better price flexibility in the market. Behind its price flexibility, it plays an important role in attracting customers by offering the most affordable price in the market. This makes business valuable from the point of view of the customers, because businesses respond to customer needs (Jayanthi, 2009; Vitt et al., 2008; Garner Group, 2006; Gangadharan, 2004; Gray and Negash, 2003).

6. THE PLACE OF BUSINESS INTELLIGENCE SYSTEMS IN BUSINESS

The components of a Business Intelligence (BI) system are utilized to support a set of management decision-making actions (Cella et al., 2004). The actions are as follows: (a) acquire (e.g., supported by the data warehousing component), (b) gather (e.g., supported by the extract-transform-load component), (c) analyze (e.g., supported by the usage of on-line analytical products), and (d) report (e.g., supported by the data-mining component) (Olszak and Ziemba, 2007). The goal of this study is divided into two parts. The first stage is identifying and describing elements of each of the four most frequent components of a BI system. Once certain elements have been established, The first stage is identifying and describing elements of each of the four commonly frequent features of a BI system. Once discovered and defined, features are matched with the applicable managerial decision-making activity of (a) purchasing, (b) trying to search, or (c) locating (c) evaluating, and (d) information delivery The experiment's objective is to suggest methods to improve aide in the organizational statement procedure (Olszak and Ziemba, 2007; Cella et al., 2004).

Critical success factors: The critical success factors are the persistence of the data, the accuracy of the data, and the reliance on the bulk of the data. Accuracy and quality are known as key components of business analysis. The quality of the data plays a major role in the success of the plan to be made. At the same time, a low quality data seriously affects the market share of the business. In order not to risk the market share and not to lose value in the eyes of the customer, the seriousness of the data is increasing in the presence of accurate and quality data (Jayanthi, 2009; Vitt et al., 2008; Garner Group, 2006; Gangadharan, 2004; Gray and Negash, 2003).

BI is now a system that many companies put into practice. This system has become a system that all kinds of small and large enterprises put into practice and are required by the conditions. Companies applying business intelligence also come up with some problems. Examples of these are the inability to have a device, communication and connection problems as a result of connecting with more than one connection, and the problem of accessing data warehouses (Business Intelligence, 2021; Olszak and Ziemba, 2007; Cella et al., 2004).

7. AREAS OF INFORMATION PROVIDED BY BUSINESS INTELLIGENCE SYSTEMS

The use of Business Intelligence application provides businesses with information about their future status and economic indicators. This gives businesses or organizations a competitive advantage. When we look at the main purpose of business intelligence, we realize that it is to save time while doing the job and at the same time to keep quality. Business intelligence also enables organizations to move time and quality at the same time quickly (Garner Group, 2006; Gibson et al., 2004; Gangadharan, 2004; Gray and Negash, 2003).

7.1. Strategic Advantages of Business Intelligence Systems

Business intelligence provides a great advantage in strengthening communication with customers and responding to customer preferences. It also creates positive contributions to the company's supply process. The use of business intelligence provides fast results by combining communication and coordination between units in enterprises. In short, the use of business intelligence is effective in all activities in businesses and allows the development and improvement of the process (Jayanthi, 2009; Vitt et al., 2008; Garner Group, 2006; Gangadharan, 2004; Gray and Negash, 2003).

7.2. Application Example

Today, most businesses run and try to implement business intelligence applications under the name of enterprise resource planning framework. Thanks to this system, it is carried out as software together with the models that are connected with each other. Sales, stock customer orders and similar processes, which are the units of the enterprises, are gathered on the main line and are carried out from a single source. However, the processes taking place can be monitored in a single step. The example in the application is as follows: Electronics industry in Marmara Region, is a company which has units in many parts of this area and sells through these units. This company, which has been in this sector for many years, has all kinds of fabrics (Jayanthi, 2009; Vitt et al., 2008; Garner Group, 2006; Gangadharan, 2004; Gray and Negash, 2003).

(i) *Under OLTP Order Management Structure:* Thanks to data such as stock update of a company of electronics industry, information about prices, information about delivery, guidance can be made according to the demands of the customers. In this way, the customer relationship management system is developing. While examining this report, a process related to the customer order system application has been explained as below (Jayanthi, 2009; Vitt et al., 2008; Garner Group, 2006; Gangadharan, 2004; Gray and Negash, 2003). Sales units created by businesses inform customers about stock, price and similar situations; A specific offer criterion is created and this template shows the customer and order line; The utilization of ERP software and features in order to create stage; A firm order goes through some approval stages; Information automatically transmitted to the central unit of the system together with the order confirmation.

(ii) *Clustering Order Information in the ETL (Extract, Transform and Load) Process and Saving the Data in the Data Warehouse:* After the sale is completed, the data and information about the sale are recorded in the system. Color, type and similar features of the products produced by electronics industry are recorded after being classified according to certain criteria. However, saving is done in a single format. As a result of recording the data of white textile, certain ordering systems are established (Jayanthi, 2009; Vitt et al., 2008; Garner Group, 2006; Gangadharan, 2004; Gray and Negash, 2003).

(iii) *Data Mining Analysis of Stored Data in Data Warehouse:* As a result of the long-term production of electronics industry, all the processes and phases passed through the data warehouse and Extract, Transform, Load (ETL) systems. In these processes, it has been tried to ensure harmony between variables such as customer and period, customer and product. As it can be seen, electronics industry has applied to analyzes in many ways. However, it is not possible to prove the accuracy of all these analyzes. For example, a customer who bought the product with code x also bought the product with code xx. In another example, the product with code y is a newly released and designed product. Samples have been sent to customers (Jayanthi, 2009; Vitt et al., 2008; Garner Group, 2006; Gangadharan, 2004; Gray and Negash, 2003).

8. CONCLUSION AND RECOMMENDATION

Business Intelligence (BI) ensures that the obtained information is collected in one hand and used efficiently. Corporate businesses therefore need business intelligence and seek a process to assist data analysis regarding the use of data related to all processes affecting the organization. In this sense, the most comprehensive and broad complement of data is business intelligence. In order for the business intelligence system to be applied in organizations, businesses need to determine their organizational strategies and reports in accordance with their organizational structure. BI system means cost for businesses. However, if this cost is incurred, it will be possible to access and access many data at the same time with limited devices. This system is necessary for the development of multiple applications and the provision of data flow. This system used by the enterprises will cause great competition in the internal and external environment of the enterprise and will provide an advantage. Its main purpose is to provide faster and on-site data. Increasing institutionalization in businesses today brings some innovations. These innovations appear as complexity. The accounting department can contribute to the business by presenting the data requested by the business at the desired time. However, since the information presented is past time information, it will not be of much help in making a future plan for the business. For this reason, strategic cost management will provide a better cost calculation thanks to forward-looking plans. In other words, strategic cost management is moving towards a more effective strategic approach by fulfilling its duties in the accounting department. Strategic cost management still does not have sufficient equipment and infrastructure. It's not just for strategic cost management. This is a big problem for businesses that make such investments. The system designed for successful implementation of data is open to discussion in all aspects. The data created should have features such

as being appropriate, accurate information, and accurate in terms of time. One of the biggest problems in this system is how to evaluate this new system. Because without using the system, we do not know what the result will be. For this reason, businesses do not approach this system very much unless it is very convincing.

New entrants to businesses have been put above this term. It has been observed that businesses perform more efficient activities after incorporating business analysis. It has been said that the business analyst is the person who carries out the business analysis to his duties. Since the business analyst has just entered the business such as business analysis, there are many business analyst vacancies throughout Turkey. Business intelligence is mentioned next to the business analyst. Due to the existence of business intelligence, it has been seen that the business analyst analyzes the solutions and results more quickly and effectively. Since the data revealed by business intelligence is presented visually, it becomes easier to understand both for the department and for those in different departments.

Finally, it is a fact that companies growing in the globalizing world will need business analysis. Therefore, in order for job analysis, which is a promising and difficult job, to be more successful in the future, it is necessary to support job analysis as a sub-department by the faculty of economics and administrative sciences of universities.

REFERENCES

- Abas İş Süreçleri Yönetimi Broşürü, <https://abas-erp.com/sites/default/files/abas-Is-Surecleri-Yonetimi-BPM.pdf> (Access Date: 08.04.2021).
- Akyol, A. (2001). İşlerin Yeniden Tasarlanmasında İş Analizlerinin Rolü. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Alpugan, O., Demir, H. ve Üner, N. (1993). İşletme Ekonomisi ve Yönetimi. Beta Basım.
- Aydın, A. O. (2003). Kurumsal Kaynak Planlama Yazılımlarının Kalite. Yüksek Lisans Tezi. Ankara, Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Business Intelligence: What It Is, How It Works, Its Importance, Examples, & Tools, <https://www.tableau.com/learn/articles/business-intelligence>. (Access Date: 12.11.2021).
- Cackett, D.(2013). Information Management and Big Data, A Reference Architecture. White paper. Redwood Shores: Oracle Corporation, Contributing Authors: Andrew Bond and John Gouk. <https://www.oracle.com/technetwork/topics/entarch/articles/info-mgmt-big-data-ref-arch-1902853.pdf>
- Çağlıyan, V. (2012). Kurumsal Kaynak Planlama Yazılımı Kullanımının İşletme Performansı Üzerine Etkisi: Örnek Olay Çalışması, *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5 (1) , 159-178.
- Cardinali, R. (2001).The Future of Military Logistics Lie in Outsourcing and Privatization Work Study, 50(3), MCB University Pres, 105-110.
- Chae, B. Kevin, Yang, C., Olson, D. and Sheu, C. (2014). The impact of advanced analytics and data accuracy on operational performance: A contingent resource based theory (RBT) perspective. *Decision Support Systems*, 59, 119–126.
- Cella, I., Golfarelli M. and Rizzi S. (2004). Beyond data warehousing: What's next in business intelligence?, ACM Seventh International Workshop on Data Warehousing and OLAP, Washington, DC, USA, November 12-13, 2004, Proceedings, doi:10.1.1.62.9350.
- Chen, H., Chiang, R.H.L. and Storey. V.C. (2012). Business Intelligence and Analytics: From Big Data to Big Impact. *MIS Quarterly*, 36(4), 1165. doi:10.2307/41703503.
- Çelebi, F. and Bulut, Y. (2016). Kurumsal Kaynak Planlaması (Erp) Ve Erp Yazılımı Kullanan Bir İşletmenin İncelenmesi. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, 57, 166-177.
- Davis, K. and Patterson, D. (2012). *Ethics of Big Data: Balancing Risk and Innovation*, Sebastopol, O'Reilly, 64 p. https://www.commit-nl.nl/sites/default/files/Ethics%20of%20Big%20Data_0.pdf

- Diebold, Francis X. (2012). *A Personal Perspective on the Origin(s) and Development of 'Big Data': The Phenomenon, the Term, and the Discipline*, Second Version (November 26, 2012). PIER Working Paper No. 13-003.
- Elzinga, D. J., Horak, T., Chung-Yee, L. and Bruner, C. (1995). Business Process Management: Survey and Methodology, *IEEE Transactions on Engineering Management*, 42 (2), 119 – 128.
- Erl, T., Wajid, K. and Paul B.(2016). *Big Data Fundamentals, Concepts, Drivers & Techniques*. Indiana: Arcitura Education Inc.
- Ertugut, R. (2012). The Future of Supply Chain and Logistics Management in the Strategic Organizations: Contractor Companies and New Generation Suppliers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 46, 4221–4225. doi:10.1016/j.sbspro.2012.06.230
- Ersan, E. (2019). Media Click. Media Click Web Sites: <https://www.mediaclick.com.tr/blog/sap-nedir>
- Gangadharan, G. R. (2004). *Business Intelligence Systems: Design and Implementation Strategies*. 2 th International Conferances on Information Technology Interfaces, 139-144.
- Garner Group. (2006). *Survey of 1,400 CIOs Shows Transformation of IT Organization is Accelerating*. Stamford, ABD: Gartner Group.
- Gibson, M, Arnott, D. and Jagielska, I (2004). *Evaluating the Intangible Benefits of Business Intelligence Review & Research Agenda*, Proceedings of the 2004 IFIP International Conference, 295-305.
- Gray, P. and Negash, S. (2003). *Business Intelligence. Proceedings of the 9th Americas Conference on Information Systems*, Florida, USA, 3190-3199.
- Han, J., Kamber, M. and Pei, J. (2006). *Data Mining- Concepts and Techniques*. 3rd edition, San Francisco, ABD: Elsevier Inc. 740 p.
- Jayanthi, R. (2009). Business Intelligence: Concepts, Componenets, Techniques and Benefits. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 9(1), 60-70.
- Ko, N., Jeong, B., Yoon, J. and Son, C. (2020). Patent-trademark linking framework for business competition analysis. *Computers in Industry*, 122, 103242. doi:10.1016/j.compind.2020.103242
- Kronios, A. and Yeoh, W. (2010). Critical success factors for business intelligence systems. *Journal of Computer Information Systems*, 23-32.
- Kumar, G., Saha, R., Buchanan, W. J., Geetha, G., Thomas, R., Rai, M. K., ... Alazab, M. (2020). Decentralized Accessibility of e-commerce Products through Blockchain Technology. *Sustainable Cities and Society*, 102361. doi:10.1016/j.scs.2020.102361.
- Larosa, F. and Mysiak, J. (2019). Business models for climate services: An analysis, *Climate Services*, 17, 100111. doi:10.1016/j.cliser.2019.100111.
- Lee, C.-C. (2021). Analysis on the strategy of improving management consulting business performance: Evidence on a management consulting company established by an accounting firm. *Asia Pacific Management Review*, 26(3), 137–148. doi:10.1016/j.apmr.2020.12.002
- Liebowitz, J. (2006). *Strategic Intelligence, Business Intelligence, Competitive Intelligence, and Knowledge Management*, Auerbach Publications, Taylor & Francis Group, 244 p.
- Lustig, I., Dietrich, B., Johnson, C., and Dziekan, C. (2010). The analytics journey., An IBM view of the structured data analysis landscape: descriptive, predictive and prescriptive analytics. *Analytics Magazine*, 3, 11–13.
- Olszak, C.M. and Ziemba, E. (2007). Approach to building and implementing business intelligence systems. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge and Management*, 2, 135-148.
- Oncioiu, Bunget, Türkeş, Căpuşeanu, Topor, Tamaş, ... Hint. (2019). The Impact of Big Data Analytics on Company Performance in Supply Chain Management. *Sustainability*, 11(18), 4864.

- Pazarçeviren, Selim Y. , Zor, .and Gürbüz, F.(2015). İş Zekâsı: Kavramsal Çerçeve, Bileşenler ve İşleyiş. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi* 3 / 1 (Ocak 2015), 75-91 .
- Pham, D. V., Nguyen, G. L., Nguyen, T. N., Pham, C. V. And Nguyen., A. V. (2020). Multi-topic Misinformation Blocking With Budget Constraint on Online Social Networks. *IEEE Access*, 1–1. doi:10.1109/access.2020.2989140.
- Ram, J., Zhang, C., and Koronios, A. (2016). The Implications of Big Data Analytics on Business Intelligence: A Qualitative Study in China. *Procedia Computer Science*, 87, 221–226. doi:10.1016/j.procs.2016.05.152
- Robert Jacobs, F. and Ted Weston, F. C. (2007). Enterprise resource planning (ERP)—A brief history. *Journal of Operations Management*, 25(2), 357–363. doi:10.1016/j.jom.2006.11.005.
- Rotondo, F., Corsi, K., and Giovanelli, L. (2019). The social side of sustainable business models: An explorative analysis of the low-cost airline industry, *Journal of Cleaner Production*, 806-819. doi:10.1016/j.jclepro.2019.03.345
- Schönberger, V.M. and Cukier, K. (2013). Büyük Veri - Yaşama, Çalışma ve Düşünme Şeklimizi Dönüştürecek Bir Devrim, Çevirmen: Banu Erol, İstanbul, Paloma.
- Sebetci, Ö. , Günay, M. B. and Sebetci, E. (2018). İş Süreç Yönetimi (BPM) ve İş Akış Yönetimi (WFM) Kavramlarına Yaklaşım. *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 9 (33) , 115-126
- Shehab, E.M., Sharp, M.W., Supramaniam, L. and Spedding, T.A. (2004). Enterprise resource planning: An integrative review. *Business Process Management Journal*, 10(4), 359-386. <https://doi.org/10.1108/14637150410548056>
- Sherman, R. (2014). *Business Intelligence Guidebook: From Data Integration to Analytics Edition 1*, Morgan Kaufmann, 550 p.
- Srivastava, U. ve Gopalkrishnan, S. (2015). Impact of Big Data Analytics on Banking Sector: Learning for Indian Banks. *Procedia Computer Science*, 50, 643-652
- Tsai, C., Lai, C., Chao, H.C. and Vasilakos, A.V. (2015). Big data analytics: a survey. *Journal of Big Data*, 2, 1-32.
- Tunç, E. (2019). Big Data (Büyük Veri) ve Önemi, <https://medium.com/@esra.tuuncc/big-data-b%C3%BCy%C3%BCK-veri-ve-%C3%B6nemi-68f99621b62a>
- Vercellis, C. (2009). Business Intelligence: Data Mining and Optimization for Decision Making, Willey, *Computers – Cybernetics*, 420 p.
- Vitt, E., Luckevich, M. and Misner, S. (2008). *Making Better Business Intelligence Decisions Faster*. Redmond: Microsoft Press, 202 p.
- What is Business Intelligence (BI)?, <https://olap.com/learn-bi-olap/olap-bi-definitions/business-intelligence/>
- What is Business Intelligence? <https://www.guru99.com/business-intelligence-definition-example.html>
- Williams, S. (2016), *Business Intelligence Strategy and Big Data Analytics*, Morgan Kaufmann (Elsevier) 1st Edition, 217 p.
- Zhang , H., Zhang , Z., Zhu, H., Uddin, M.I and Amin, M.A. (2022). Big data-assisted social media analytics for business model for business decision making system competitive analysis, 59(1), *Information Processing & Management*, 102762
- Zeng, X., Lin, D. and Xu, Q.(2011). *Query performance tuning in supply chain analytics*. In *Proceedings of the 4th International Conference on Computational Sciences and Optimization (CSO)*, Kunming and Lijang City, China, 15–19 April 2011, p.327