

Multidisipliner Bir Yaklaşımla Özel İlgi Turizmi

Editör: Dr. Öğr. Üyesi İsa Bayhan



Multidisipliner Bir Yaklaşımla Özel İlgi Turizmi

Editör:

Dr. Öğr. Üyesi İsa Bayhan



Published by

Özgür Yayın-Dağıtım Co. Ltd.

Certificate Number: 45503

📍 15 Temmuz Mah. 148136. Sk. No: 9 Şhitkamil/Gaziantep

☎ +90.850 260 09 97

📞 +90.532 289 82 15

🌐 www.ozguruyayinlari.com

✉ info@ozguruyayinlari.com

Multidisipliner Bir Yaklaşım İle Özel İlgi Turizmi

Editor: Dr. Öğr. Üyesi İsa Bayhan

Language: Turkish

Publication Date: 2025

Cover design by Mehmet Çakır

Cover design and image licensed under CC BY-NC 4.0

Print and digital versions typeset by Çizgi Medya Co. Ltd.

ISBN (PDF): 978-625-5646-23-1

DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub769>



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0). To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>. This license allows for copying any part of the work for personal use, not commercial use, providing author attribution is clearly stated.

Suggested citation:

Bayhan, İ. (ed) (2025). *Multidisipliner Bir Yaklaşım İle Özel İlgi Turizmi*. Özgür Publications.

DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub769>. License: CC-BY-NC 4.0

The full text of this book has been peer-reviewed to ensure high academic standards. For full review policies, see <https://www.ozguruyayinlari.com/>



Ön Söz

Turizm, geleneksel amaçlarının ötesine geçerek bireylerin ilgi alanlarına hitap eden çok boyutlu bir yapıya evrilmiştir. “Multidisipliner Bir Yaklaşımla Özel İlgi Turizmi” başlıklı bu kitap, turizmin en dinamik ve gelişime açık alanlarından biri olan özel ilgi turizmini kapsamlı ve çok yönlü bir bakış açısıyla ele almaktadır. Bireylerin ilgi alanları, kişisel tutkuları, kültürel arayışları, değer sistemleri ve yaşam tarzları doğrultusunda şekillenen özel ilgi turizmi; doğa, kültür, sanat, tarih, arkeoloji, inanç, gastronomi, spor gibi birçok tematik alanla kesişmektedir. Bu kitap, farklı akademik disiplinlerin katkılarıyla özel ilgi turizmini teorik ve uygulamalı yönleriyle inceleyerek alana kapsamlı bir katkı sunmayı amaçlamaktadır. Bu kapsamda kitapta doğa, kültür, spor ve yaşam tarzı temelli kategorilere göre sıralanmış şekilde aşağıdaki bölümler yer almaktadır;

1. ‘Özel İlgi Turizminin Kavramsal Çerçevesi, Türleri, Etkileri, Sektördeki Yansımaları ve Gelecek Perspektifi Üzerine Genel Bir Bakış’ başlıklı ilk bölümde özel ilgi turizminin tanımı, başlıca türleri, etkileri, diğer turizm türlerinden farkları ve sektörel yansımaları ele alınırken, özel ilgi turizminin geleceğine yönelik değerlendirmeler sunulmaktadır.
2. ‘Özel İlgi Turizmi Kapsamında Doğa Turları Rehberliği Alanında Uzmanlaşma’ başlıklı ikinci bölüm doğa turizmini, doğa rotalarını, doğa temelli turların planlanmasında ve yönetiminde rehberlerin rolünü vurgulamakta ve doğa turlarında uzmanlaşmanın gerekliliğini tartışmaktadır.
3. ‘Botanik Bahçelerinin Eğitim, Araştırma ve Dijitalleşme Çalışmaları Kapsamında Karşılaştırmalı Analizi: UNESCO Dünya Mirası Listesi ve BGCP’den Örnekler’ başlıklı üçüncü bölümde botanik bahçeleri konusunda UNESCO Dünya Mirası ve BGCI örnekleri üzerinden eğitim, araştırma ve dijitalleşme bağlamında karşılaştırmalı bir analiz sunulmaktadır.
4. ‘Küreselleşme Ekseninde Sakin Şehir (Cittaslow) Hareketi: Köyceğiz Örneği’ başlıklı dördüncü bölümde Sakin Şehir Hareketi, Köyceğiz örneğinde ele alınarak küreselleşme ile yerel değerlerin korunması arasındaki denge irdelenmektedir.
5. ‘İnanç Turizmi: Kavramsal Bir Bakış’ başlıklı beşinci bölümde inanç turizmi konusunda kavramsal bir çerçeve sunularak inanç temelli seyahatlerin turizmdeki yeri örneklerle açıklanmaktadır.

6. ‘Arkeolojik Kazıların Turizm Değerine Katkısı: Konuralp Prusias ad Hypium Örneği’ başlıklı altıncı bölüm, kültürel ve arkeolojik mirasın turistik cazibe unsuru olma özelliğini incelemektedir.
7. ‘Gece Müzeciliği Uygulamaları Çerçevesinde Şekillenen Müze Deneyimi’ başlıklı yedinci bölümde gece müzeciliği, müze deneyimini farklılaştıran bir yaklaşım olarak ele alınmakta; ziyaretçi etkileşimini ve kültürel aktarımı çeşitlendiren yenilikçi bir uygulama olarak değerlendirilmektedir.
8. ‘Türkiye’de ve Dünyada Gastronomi Turizmi’ başlıklı sekizinci bölümde, gastronomi turizminin kavramsal çerçevesi ele alınarak konu ile ilgili Türkiye’de ve dünyadaki gelişmeler, destinasyonlara katkıları ile birlikte ortaya konulmaktadır.
9. ‘Sportif Havacılık Faaliyetlerinin Özel İlgi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi’ başlıklı dokuzuncu bölümde sportif havacılık faaliyetlerinin kapsamı, türleri, başlıca destinasyonları ve diğer yönleri incelenerek özel ilgi turizmi bağlamında değerlendirilmektedir.
10. ‘Alternatif Turizm Kapsamında Romantizm Turizminde Farklı Bir Boyut Yakalamak: Güneşin Doğuşu-Batışı Turizmi’ başlıklı onuncu bölümde romantizm turizmi kapsamında “güneşin doğuşu ve batışı” özel anlarının turistik ürün haline gelme süreci yenilikçi bir bakış açısıyla sunulmaktadır.
11. ‘Helal Turizmde Dijitalleşme ve Sürdürülebilirlik Ekseninde Etik Temelli Rekabet Stratejilerinin Kurumsal Kalite Açısından Değerlendirilmesi’ başlıklı on birinci bölümde helal turizm dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve etik temelli rekabet stratejileri açısından değerlendirilirken konuya ilişkin kurumsal kaliteye dayalı yaklaşımlar vurgulanmaktadır.

Kitapta belirtilen bölümler aracılığıyla, özel ilgi turizminin çeşitli alt türleri disiplinlerarası bir anlayışla inceleyenerek akademik literatüre ve sektörel profesyonellere yol gösterici bilgiler sağlanmaktadır. Her bölümde teorik bilgi alanındaki uzmanların katkıları sayesinde uygulamaya dönük çıkarımlarla zenginleştirilmiştir. Böylece okuyucular çeşitli özel ilgi turizmi türlerinin potansiyelini, kapsamını, sosyal, ekonomik ve kültürel etkilerini, güncel uygulamalarını geleceğe yönelik öngörülerle birlikte kapsamlı biçimde öğrenme fırsatı bulacaklardır. Multidisipliner Bir Yaklaşımla Özel İlgi Turizmi kitabı turizm planlayıcıları, sektörde çalışan profesyoneller, araştırmacılar, akademisyenler, turistler ve konu ile ilgili öğrenciler için öğretici ve ilham verici bir başvuru kaynağı niteliğindedir.

İçindekiler

Ön Söz

iii

Bölüm 1

Özel İlgi Turizminin Kavramsal Çerçevesi, Türleri, Etkileri, Sektördeki Yansımaları ve Gelecek Perspektifi Üzerine Genel Bir Bakış

1

İsa Bayhan

Bölüm 2

Özel İlgi Turizmi Kapsamında Doğa Turları Rehberliği Alanında Uzmanlaşma

27

Seda Çiçekli Ayyıldız

Bölüm 3

Botanik Bahçelerinin Eğitim, Araştırma ve Dijitalleşme Çalışmaları Kapsamında Karşılaştırmalı Analizi: UNESCO Dünya Mirası Listesi ve BGCP'den Örnekler

55

Nida Bayhan

Bölüm 4

Küreselleşme Ekseninde Sakin Şehir (Cittaslow) Hareketi: Köyceğiz Örneği

79

Kutay İşler

Bölüm 5

İnanç Turizmi: Kavramsal Bir Bakış

97

Niyazi Gümüüş

Bölüm 6

- Arkeolojik Kazıların Turizm Değerine Katkısı: Konuralp Prusias ad Hypium
Örneği 111
Güzin Bilir

Bölüm 7

- Gece Müzeciliği Uygulamaları Çerçevesinde Şekillenen Müze Deneyimi 139
Seda Çiçekli Ayyıldız
Kemal Birdir
Sevda Sahilli Birdir

Bölüm 8

- Türkiye’de ve Dünyada Gastronomi Turizmi 173
Fatih Bayhan

Bölüm 9

- Sportif Havacılık Faaliyetlerinin Özel İlgi Turizmi Kapsamında
Değerlendirilmesi 199
Gönül Akın

Bölüm 10

- Alternatif Turizm Kapsamında Romantizm Turizmine Yeni Bir Boyut
Kazandırmak: Güneşin Doğuşu-Batışı Turizmi 215
Yasemin Asiltürk Okutan

Bölüm 11

- Helal Turizmde Dijitalleşme ve Sürdürülebilirlik Ekseninde Etik Temelli
Rekabet Stratejilerinin Kurumsal Kalite Açısından Değerlendirilmesi 231
İlhan Keskin

Özel İlgi Turizminin Kavramsal Çerçevesi, Türleri, Etkileri, Sektördeki Yansımaları ve Gelecek Perspektifi Üzerine Genel Bir Bakış

İsa Bayhan¹

Özet

Özel ilgi turizmi, turizm sektöründe insanların belirli ilgi alanlarına veya hobilerine hitap eden bir alanı temsil eder. Bu özel alanlar farklı sanat alanları, yerel kültürler, hobiler ve farklı ayırt edici ortamlarla benzersiz deneyimler ve bağlantılar ortaya çıkmasını sağlar. Bu araştırma özel ilgi turizminin genel çerçevesinin, kavramsal arka planının, turizm sektörü içindeki yerinin, temel bileşenlerinin ve turizm alanında etkisi ile sektörün geleceğinde oynayabileceği rolün ve öneminin ortaya konulması amacıyla geleneksel derleme yöntemine uygun olarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında özel ilgi turizmi, özel ilgi turizmi türleri, özel ilgi turizminin diğer turizm türlerinden farkları, özel ilgi turizminin pazarlanması, ekonomik etkileri, özel ilgi turizmde karşılaşılan zorluklar ve geleceğine yönelik beklentiler açıklanarak teorik ve uygulamaya dönük bir zemin oluşturularak konu detaylandırılmıştır. Araştırma sonucunda bulgular tartışılarak değerlendirilmiş ve önerilerde bulunulmuştur.

Giriş

Özel ilgi turizmi turizm alanında hızla büyüyen bir sektör olarak ortaya çıkmış ve turistlerin geleneksel turistik ürünlerin ötesine geçen benzersiz deneyimlere yönelik isteklerini karşılamıştır. Turizm paradigmasının değişerek kitle turizminden kişiselleştirilmiş niş pazar segmentlerine doğru bir geçiş yaşadığı süreçte özel ilgi turizmi türlerinin popüleritesi belirgin şekilde artmaktadır (Dündar, 2015; Fernández vd., 2019; Yılmaz, 2019; Özçoban, 2020; Bahar vd., 2021; Hernández vd., 2022; Pan, 2023). Bu durum turistik hareketlilikler için özgün etkiler oluşturmuştur. Özel ilgi

1 Doktor Öğretim Üyesi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, isabayhan@ibu.edu.tr ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7109-9584>

turizmi türleri yerel ürünler ve kültürel uygulamalar arasındaki içsel bağlantıyı kullandığı için topluluk katılımını artırarak ve benzersiz kültürel anlatılar aracılığıyla yerel ekonomileri destekleyerek sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etmiştir (Fernández vd., 2019). Araştırmalar, özel ilgi turizmin doğa, kültür ve kırsal deneyimlerle bağlantılı geniş bir yelpazedeki faaliyetleri kapsadığını ve çok yönlü bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda belirtli ilgi alanlarına ve faaliyetlere odaklanan niş turizm kavramı özellikle dikkate alınır. Çünkü özel ilgi turizminde ziyaretçiler ile destinasyonlar arasında daha derin bir bağ kurulması kolaylaştır ve kitle turizmiyle sıklıkla ilişkilendirilen olumsuz etkileri azaltabilecek sürdürülebilir turizm uygulamaları öne çıkar (Rogerson & Rogerson, 2021 vd.). Benzer şekilde özel ilgi turizmi kuş gözlemciliği, yıldız gözlemciliği, gastronomi turizmi, hasat festivalleri ve kırsal turizm gibi türleri ile doğal zenginliklerden, manzaraların dingin güzelliğinden, kültürel zenginliklerden yararlanılarak çevreye duyarlı gezginlere hitap eden deneyimlerin gerçekleştirilmesine olanak sağlar.

Turizm faaliyetlerin özel ilgi alanlarının öne çıkması meraklı ve deneyimli gezginlerin geleneksel turistik yerlerden farklı, yeni ve ilgi çekici seçenekler araması ve talep etmesiyle oldukça bağlantılıdır. Özellikle sosyal girişimciliğin ve toplum katılımının söz konusu olduğu özel ilgi turizmi süreçlerinde (Boukas & Chourides, 2016) özgün ve otantik turistik deneyimler (Patterson & Tureav, 2020) mümkün hale gelebilmektedir. Bu sayede özel ilgi turizminin benzersiz özelliklerinin turist memnuniyetini artıracak ve uzun vadede destinasyon dayanıklılığına ve ekonomik sürdürülebilirliğe önemli ölçüde katkıda bulunabileceği (Chang vd., 2012; Croes, 2013; Deng vd., 2014; Zhou & Huang, 2017) ortaya konulmuştur. Bu alan gelişmeye devam ettikçe farklı yerel anlatıların ve ayırt edici faaliyetlerin entegrasyonu turizm manzarasını zenginleştirmede ve gelecekteki turizm geliştirme stratejilerinin ön saflarında yer almasını sağlamada etkili olabilecektir (McKercher & Chan, 2005). Belirtilen bağlamda yola çıkarak bu bölümde özel ilgi turizmi kavramı kapsamlı bir şekilde ele alınmış; türleri, diğer turizm türlerinden ayıran temel özellikleri, pazarlama stratejileri, ekonomik katkıları, uygulamada karşılaşılan zorluklar ve geleceğe yönelik öngörüler ele alınmıştır. Böylece, hem kuramsal çerçeveye katkı sunacak hem de uygulamaya yönelik çıkarımlar yapılmasına olanak tanıyacak derin ve çok boyutlu bir analiz zemini oluşturularak konu incelenmiştir.

1. Özel İlgi Turizmi: Tanımı ve Kapsamı

Özel ilgi turizmi genellikle bireylerin veya grupların kültürel mirastan macera sporlarına kadar geniş bir yelpazede değişebilen belirli ilgi alanlarını gezmek için seyahat ettiği bir turizm türü olarak tanımlanır. Tanrısevdi ve

Çavuş'un (2003) tanımına göre özel ilgi turizmi; belirli konulara yoğun ilgi duyan bireylerin, bu ilgi alanlarını tatmin edebilmek amacıyla belirli bir destinasyon ya da bölgeye gerçekleştirdikleri seyahatleri ya da bu seyahatlerin şekillenme biçimini ifade eder. Dünya Turizm Örgütü'ne göre özel ilgi turizmi, gezginlerin benzersiz ilgi alanlarını geliştirmeye yardımcı olan uzmanlaşmış turizm faaliyetleri ile karakterize edilir ve bu nedenle onu kitle turizmine önemli bir alternatif olarak konumlandırır (Rakhmonov & Patterson, 2021). Özel ilgi turizmi içindeki çeşitlilik, kültürel, gastronomi, macera ve sağlık turizmi gibi çeşitli alt kategorileri kapsayan bir zenginlik oluşturur (Pan, 2023). Bu kapsam ise, özel ilgi turizminin yalnızca kişisel zenginleşmeyi hedeflemediğini, aynı zamanda turistlerin varış noktalarıyla anlamlı bir şekilde etkileşim kurmalarına olanak tanıyarak sürdürülebilirliği de vurguladığını göstermektedir. Örneğin, kahve turizmi, hasat turizmi ve zeytinyağı özel ilgi alanının yükselişi, gastronomi deneyimlerinin turistlerin doğrudan yerel tarımsal uygulamalar ve mutfak gelenekleriyle etkileşime girdiği özgün süreçler ortaya çıkarmıştır (Dündar, 2015; Fernández vd., 2019; Fernández vd., 2020; Pan, 2023). Benzer şekilde İspanya ve Fransa'da özellikle kentsel ortamların tarihi ve bazen ürkütücü unsurlarına ilgi duyan gezginleri kendine çeken gotik turizm örneği özgün ve niş seçeneklerin çekici doğası öne çıkarabilmektedir (Light vd., 2021). Bu sebeple özel ilgi turizminin çok çeşitli ilgi alanlarına uyum sağlayacak şekilde uyarlanabileceğini, onu çeşitli turist demografileri için geliştirilebilir ve çekici bir seçenek haline getirdiğini göstermektedir.

Özel ilgi turizminin kazanımları, özellikle yerel ekonomileri canlandırma potansiyeli açısından giderek daha fazla kabul görmektedir. Etkileşimli ve ilgi çekici deneyimlere odaklanan turistik yerler, daha yüksek ziyaretçi memnuniyeti ve harcama sağlama eğilimindedir. Bu durum da nihayetinde bölgeye ekonomik olarak fayda sağlar (Novotná vd., 2019; Ginting vd., 2023). Örneğin, Çek Cumhuriyeti'nde, tarihi meydan ve köprüler ile kütüphane, kilise ve manastırlardaki özel ilgi turizmine uygun turistik yerlerinin turistlerin konaklamalarını ve harcama modellerini önemli ölçüde uzatabildiği ve daha büyük ekonomik katkılar sağlayabildiği ortaya konulmuştur (Novotná vd., 2019). Böylece destinasyonların özel ilgi turizminden yararlanarak ve yıl boyunca farklı kesimlere hitap ederek turizm mevsimselliğinin olumsuz etkilerini azaltabildiği (Garanti, 2022) gözlenmiştir.

Özel ilgi turizmin turizm sektöründe bir diğer etkili rolü yenilikçiliği desteklemesidir. Seyahat tercihlerinde ve turist eğilimlerinde yenilikçilik ve inovasyon geliştirilmesinde özel ilgi turizmi kritik bir rol oynar. Tüketici tercihleri geliştikçe, turizm profesyonelleri turistleri çekmek için yenilikçi

stratejiler ve teknolojiler entegre ederek gelişen özgün eğilimlere uyum sağlayabilmekte (Sousa, 2020 vd.) ve gelişen eğilimleri izleyebilmektedir. Turizm pazarlamasındaki değişen eğilimler, dijital dönüşüm ve yeni turistik ürünler büyük ölçüde turistlerin ilgi alanlarıyla uyumlu kullanıcı merkezli deneyimler yaratmak için tasarım düşünme metodolojilerinden yararlanmaya dayanmaktadır (Sutresno & Singgalen, 2023). Bu yenilikçi yaklaşımlar ise seyahat deneyimi sırasında memnuniyeti artırmakta ve tekrarlanan müşteriye teşvik ederek hem yerel toplulukların hem de turistlerin beklentilerini karşılayan özel seyahat paketleri oluşturmaya (Abdillah, 2016) yardımcı olmaktadır.

2. Özel İlgi Turizmi Türleri ve Turist Tipleri

Özel ilgi turizmi her biri benzersiz ilgi alanları ve tercihlerle motive olan farklı turistlerin seyahat süreçlerini kapsar. Özel ilgi turistlerinin tipolojilerini anlamak, turizm sağlayıcılarının belirtilen çeşitli ihtiyaçları etkili bir şekilde karşılaması için önem taşımaktadır. Bu bağlamda aktivitelere, motivasyonlara ve deneyimlere göre farklı özel ilgi turisti türleri alanyazında tanımlanmıştır ve ilgili kategorilerden yararlanılmaya devam edilmektedir. Tablo 1.'de özel ilgi turizmi Akoğlan Kozak ve Bahçe (2009), Çalık (2010), Yaylı ve Sürücü (2016), Weiler ve Firth (2021) ve diğer araştırmalardan yararlanılarak doğa, kültür, hobi ve spor temelli olmak üzere dört ana başlık altında sınıflandırılmıştır. Doğa temelli turizm türleri; ekoturizm, macera turizmi ve kırsal turizm gibi çevreyle etkileşim kurmayı hedefleyen türleri içerirken, kültür temelli turizm türü; sanat, inanç, edebiyat ve film turizmi gibi özellikle tarihsel ve entelektüel odaklı etkinlikleri kapsamaktadır. Hobi temelli turizm türlerinde; gastronomi, alışveriş, sağlık ve fotoğrafçılık gibi bireyin kişisel ilgi ve rahatlatma arzusuna yönelik seçenekler sunulmuştur. Spor temelli turizm türlerinde ise golf, bisiklet, kış sporları ve spor organizasyonlarına katılım gibi özel ilgi turizmi türleri öne çıkmaktadır. Bununla birlikte özel ilgi turizmi türleri belirli temalar altında sınıflandırılrsa da, birçok alt kategori birden fazla temayla örtüşebilmektedir. Örneğin, gastronomi turizmi yalnızca bir hobi olarak değerlendirilmemeli, aynı zamanda kültürel bir deneyim olarak da ele alınmalıdır. Çünkü yemek kültürü, bir toplumun tarihini, geleneklerini ve yaşam tarzını yansıtan önemli bir unsurdur. Benzer şekilde, fotoğrafçılık turizmi doğa temelli destinasyonlarda gerçekleştiğinde hem hobi temelli hem de doğa temelli turizm kapsamında değerlendirilebilir. Söz konusu geçişkenlikler ve kesişmeler, turist motivasyonlarının çok boyutlu olmasından kaynaklanmaktadır. Bir birey aynı seyahatte hem fiziksel bir aktivite arayışında (doğa yürüyüşü vb.) hem de kültürel deneyim peşinde (yerel halkla etkileşim kurma vb.) olabilir. Genel olarak belirtilen özgün tematik yapı hem turist

memnuniyetini artırabilmekte hem de seyahat deneyimini daha zengin ve sürdürülebilir hale getirebilmektedir. Bu bağlamda turizm türlerinin keskin sınırlarla ayrılmak yerine birbirini tamamlayan ve iç içe geçen yapılarla ele alınması, hem teorik yaklaşımlar hem de uygulamadaki başarı açısından daha işlevsel bir model sunar.

Tablo 1. Özel İlgi Turizmi Türleri

Doğa Temelli Özel İlgi Turizmi Türleri	Kültür Temelli Özel İlgi Turizmi Türleri	Hobi Temelli Özel İlgi Turizmi Türleri	Spor Temelli Özel İlgi Turizmi Türleri
Kırsal turizm	Sanat ve kültürel miras turizmi	Alışveriş turizmi	Golf turizmi
Yavaş turizm	Festivaller ve etkinlik turizmi	Gastronomi ve şarap turizmi	Bisiklet turizmi
Ekoturizm	Şehir turizm	Sağlık, spa ve sağlık merkezleri	Spor turnuvaları (futbol, basketbol vd.)
Çevre turizmi	İnanç turizmi	Gemi turizmi	Dağ ve doğa yürüyüşü
Botanik bahçesi turizmi	Edebiyat turizmi	Tema park turizmi	Kış sporları ve kayak turizmi
Macera turizmi	Film turizmi	Fotoğrafçılık turizmi ve fotosafariler	Hava ve su sporları
	Müzik turizmi	Aile turizmi	Yarış sporları ve olimpiyatlar
	Etnik turizm	Eğitim turizmi	
	Hüzün turizmi		

Kaynak: Akoğlu Kozak ve Bahçe, 2009; Çalık, 2010; Weiler ve Firth, 2021'den yararlanılarak yazar tarafından geliştirilmiştir.

Belirtilen genel kategorilerin altında yüzlerce farklı özel ilgi turizmi türünden bahsedilmesi mümkündür. Bununla birlikte macera turistleri, agro turizm, şarap turistleri, kültür turizmi, sağlık turizmi eğitim turizmi gibi ilgi alanları (Wen & Wu, 2020; Vasilieva, 2021; Zhou & Chen, 2023; Hernández vd., 2022 vd.) çalışmalarda yoğunlaşılan özel ilgi turizmi türleri arasında yer alır.

Macera turizmi yürüyüş ve kaya tırmanışı gibi aktivitelerle heyecan verici deneyimler arayan kişileri kendine çeker. Bu turizm türü yüksek risk seviyeleri ve gerekli becerilerle karakterize edilen “sert (hard)” macera turizmi ve daha erişilebilir ve daha az riskli olan “yumuşak (soft)” macera turizmi olarak ifade

edilebilmekte (Bui & Kiatkawsin, 2020; Kiatkawsin vd., 2021) ve turistlerin ilgi düzeyine göre farklı faaliyet seçenekleri sunabilmektedir. Araştırmalar, macera turistlerinin genellikle fiziksel iyilik hallerini ve ruhsal sağlıklarını geliştiren ve genel yaşam memnuniyetlerine olumlu katkıda bulunan aktivitelere katıldıklarını (Hanna vd., 2019; Pomfret, 2019) göstermektedir.

Özel ilgi turizmi içindeki bir diğer önemli alan sağlık, eğitim ve eğlenceyi kesiştiren bir niş olan sağlıklı yaşam turizmidir. Bu alan özellikle kişisel gelişim, yoga, meditasyon, detoks kampları gibi alanlar olmak üzere zihinsel ve fiziksel refahı teşvik eden bütünsel deneyimlere yönelik artan bir tüketici arzusunu yansıtır (Lehto vd., 2006). Sağlıklı yaşam turizminin yükselişi, turistlerin yaşam tarzı seçimleri ve sağlık beklentileriyle uyumlu kişiselleştirilmiş deneyimlere öncelik verdiği daha geniş bir eğilime işaret etmektedir. Bu eğilim acentelerin ve operatörlerin belirli tüketici ihtiyaç ve tercihlerine hitap etmek için özgün paketler hazırladığı turistik tecihlere uyarlanmış (Wu vd., 2016) ürünlerde belirgin şekilde dikkat çekmektedir.

Agroturizm, turistlerin tarım ve kırsal yaşamla ilgili deneyimler aradığı özel ilgi turizmi türleri içinde önemli bir kategoriyi temsil eder (Petrović vd., 2017; Zhou & Chen, 2023). Bu turizm türü kent sakinlerinin giderek daha fazla doğayla ve geleneksel çiftçilik uygulamalarıyla yeniden bağlantı kurmak istemesiyle popülerlik kazanmıştır. Çalışmalar, tarım turizmiyle ilgilenen turistlerin genellikle kırsal topluluklara katkıda bulunmalarına ve onlardan öğrenmelerine olanak tanıyan otantik deneyimlere öncelik verdiğini vurgulamaktadır (Zhou & Chen, 2023). Bununla birlikte benzer davranış kalıpları, gezginlerin yerel bağlarla etkileşime girdiği ve bölgesel kültürler ve ürünlerle daha derin bağlantılar kurdukları tadım deneyimleri gibi faaliyetler kapsamında gastronomi turizmi ve şarap turizmi gibi ilgi alanlarında da ortaya çıkmaktadır (Hernández vd., 2022). Örneğin, Dünder (2015) ve benzeri araştırmacılar mutfak deneyimlerinin turistlerin seyahat destinasyonları için kararlarını şekillendirmede hayati önem taşıdığını vurgulayarak özgün mutfak sunumlarının bir ülkenin turizm cazibesini artırdığını savunmaktadır.

Kültür turizmi müzik, tarih ve sanat dahil olmak üzere çok çeşitli ilgi alanlarını kapsayan (Dandotiya & Aggarwal, 2022 vd.) ve yerel geleneklere, performanslara ve miras alanlarına yönelmek isteyen turistleri cezbeden bir diğer özel ilgi turizmi türüdür. Örneğin, dil turizmine katılan turistler genellikle yeni diller öğrenmeye ve ilgili kültürleri anlamaya öncelik verebilirken (Carvalho vd., 2022) şehir turizmine yönelenler kentlerin turistik çekiciliklerini dikkate alabilmektedir. Kültürel miras öğeleri ise geçmiş yıllardan bu güne ulaşan somut ve somut olmayan kültürel miras öğelerini

keşfedebilmektedir. Kültür turistleri kültürel turizmin karmaşıklığını yansıtan motivasyonlarına ve kültürel çekicilikler konusundaki bağlılıklarına göre farklı kümeler ayrılabilir (Carvalho vd., 2022).

Eğitim turizmi ise boş zaman ve öğrenmenin bir araya gelmesini temsil ederek ilgi görmektedir. Bu kategorideki turistler seyahat ederken kısa kurslara, atölyelere veya diğer yapılandırılmış öğrenme deneyimlerine katılabilir (McGladdery & Lubbe, 2017). Eğitim turizminde de kültür ve dil eğitiminin birlikte gerçekleştiği eğitim programları, gastronomi ve eğitimin bir arada söz konusu olduğu gastronomi kampları, spor ve kişisel gelişimin bir araya geldiği yoga ve meditasyon eğitimleri gibi farklı özel ilgi alanlarını birlikte kapsayabilmektedir. Bu sektör gezginlerin boş zaman aktiviteleriyle birlikte bilgi ve beceri edinme ve genel seyahat deneyimini geliştirme isteğinin etkisi sebebiyle (Li vd., 2019 vd.) gelişerek büyümektedir.

Özel ilgi turisti tipolojileri özel ilgi turistlerinin deneyim seviyelerine ve özel ilgi alanlarını takip etme kararlılıklarına dayalı davranışlarındaki farklılıkları açıklamak için yardımcı olabilmektedir (Weiler ve Firth, 2021). Farklı araştırmacılar özel ilgi turistlerini ilgi düzeylerine, bilgilerine, katılım yoğunluğuna ve deneyimlerine göre genel olarak dört temel kategoriye ayırmıştır (Himmetoğlu & Brotherton, 1994; Tanrısevdi & Çavuş, 2003; Akoğlan Kozak & Bahçe, 2009; Çalık, 2010 vd.). Bunlar;

Yeni Başlayanlar: Bu gruptaki bireyler, belirli bir ilgi alanına yönelme eğiliminde olan ve henüz başlangıç aşamasında bulunan kişilerdir. Genellikle günlük hayatın monotonluğundan uzaklaşmak veya kişisel gelişimlerine katkı sağlamak amacıyla yeni uğraşlar keşfetmeye yönelirler. Motivasyonları, “Acaba ben de yapabilir miyim?” şeklinde merak ve deneme isteğine dayanır. Tercih ettikleri ilgi alanları çoğunlukla popüler aktiviteler olur. Yeni başlayanlar, ilgi duydukları alan hakkında derinlemesine bilgiye sahip olmadıklarından güven duygusu onlar için önemlidir. Bu yüzden kendileriyle benzer deneyim düzeyine sahip bireylerle birlikte olmayı (Akoğlan Kozak & Bahçe, 2009; Çalık, 2010 vd.) tercih ederler.

Meraklılar: Bu grup, yeni başlayanlardan belirli yönleriyle ayrışır. Artık kendilerine uygun olan belirli bir özel ilgi alanını keşfetmiş ve bu alana dair daha derin bir farkındalık geliştirmişlerdir. Kendi yeteneklerini, sınırlarını ve kapasitesini tanıma konusunda daha bilinçlidirler. Bu nedenle, ilgili oldukları konular hakkında daha fazla bilgi edinmeye yönelirler. Ayrıca, bilgi düzeylerini artırmak ve yetkinliklerini geliştirmek için kurslara, atölyelere veya eğitim programlarına katılma eğilimindedirler. Bu ilgi yalnızca tatil dönemlerinde geçici bir uğraş değil, aynı zamanda günlük yaşantının bir

parçası (Himmetoğlu & Brotherton, 1994; Tanrısevdi & Çavuş, 2003) haline gelmeye başlar.

Uzmanlar: Bu kategoride yer alan bireyler, belirli bir özel ilgi alanında derinleşmiş ve bu alanda bilgi, beceri ve deneyim bakımından ileri düzeye ulaşmış kişilerdir. İlgi alanlarını daha da geliştirmek amacıyla bilinçli ve planlı bir şekilde hareket ederler; genellikle kulüplere, derneklere ya da alanla ilgili uzman topluluklara katılarak grup halinde faaliyet gösterirler. Kendileri gibi bilgi ve deneyim düzeyi yüksek bireylerle birlikte olmayı tercih ederler. Özel ilgi alanlarına dair yüksek bir kalite arayışı içindedirler (Tanrısevdi & Çavuş, 2003). Ancak bu kalite arayışı, konaklama tesislerinin lükslüğü ya da gösterişli olmasıyla değil deneyimin içeriği ve ilgi alanına uygunluğu ile ilgilidir.

Fanatikler: Bu gruptaki bireyler, belirli bir özel ilgi alanına tamamen kendilerini adanmış ve adeta hayatlarını bu uğraş etrafında şekillendiren kişilerdir. İlgi duydukları konu, onlar için yalnızca bir hobi değil; aynı zamanda vazgeçilmez bir tutku, hatta kimi zaman bir yaşam felsefesi haline gelmiştir. Macera arayışı, yüksek risk alma eğilimi ve sınır tanımayan davranış biçimleri, bu gruptaki bireylerin belirgin özelliklerindendir. Fanatikler, seyahatlerinde hizmet kalitesi ya da konfor arayışında değildir. Onlar için esas olan, tutkularına uygun deneyimi yaşayabilmektir (Yaylı & Sürücü, 2016). Ayrıca rehberlik, yönlendirme ya da dış destek beklemeden, kendi istek ve bilgileri doğrultusunda hareket ederler.

Genel olarak özel ilgi turizminin altında yatan motivasyonlar çeşitli olduğu için duygusal ve psikolojik faktörler farklı özel ilgi turizmi türlerine yaklaşımlarda rol oynar. Çünkü gerçekleşen deneyimler kişisel ifade ve tatmin için çıkış noktası görevi görebilir (Cater vd., 2018, Li vd., 2019; Wen & Wu, 2020 vd.). Bu sebeple özel ilgi turizmi türlerini ve katılımcı tiplerini kesin çizgilerle tanımlamak ve kategorilere ayırmak kavramsal olarak başarılı olsa da özel ilgi turizminin kapsamlılığı ve çok boyutluluğu yüzünden sıkça yeniden ele alınması gerekebilecek bir olgu olabilecektir. Özel ilgi turizmi her biri benzersiz ilgi alanları ve motivasyonlarla tanımlanan çeşitli turist tiplerinin zengin bir dokusuyla karakterize edildiği için bu alt kategorileri anlamak, turizm profesyonellerinin gezginlerin değişen tercihlerini karşılayan hedefli deneyimler tasarlamaları için gereklidir. Özel ilgi turizmi kapsamında ortaya çıkan turizm türlerinin, turist tiplerinin, eğilimlerin ve tercihlerin etkilerini keşfetmek için sürekli güncel ve yeni araştırmalar yapılması faydalı olabilecektir.

3. Özel İlgi Turizminin Diğer Turizm Türlerinden Farkları

Turizm sektörü giderek çeşitlenmekte ve turistlerin beklentileri doğrultusunda farklılaşan turizm türleri ortaya çıkmaktadır. Bu çeşitlilik içerisinde özel ilgi turizmi, bireylerin kişisel ilgi alanlarına, tutkularına ve yaşam tarzlarına hitap eden deneyimlere odaklanması bakımından öne çıkmaktadır. Gelenen noktada turizm endüstrisi, kitlesel turizm anlayışının ötesine geçerek bireysel tercihlere ve özgün deneyim arayışlarına daha fazla odaklanmaya başlamıştır. Bu dönüşümün bir sonucu olarak, özel ilgi turizmi giderek artan bir ilgiyle karşılanmaktadır. Kitlesel turizmin standart hizmetlerinden farklı olarak, özel ilgi turizmi daha derinlemesine, özgün ve kişiselleştirilmiş deneyimler sunmayı amaçlar. Bu farklılaşma, hem turist memnuniyetinin artırılması hem de sürdürülebilir turizm uygulamalarının teşviki açısından büyük önem taşımaktadır. Dolayısıyla, özel ilgi turizminin diğer turizm türlerinden hangi yönleriyle ayrıldığını ortaya koymak hem sektör paydaşlarının stratejik planlamalarına yön vermek hem de sürdürülebilir ve hedefe yönelik turizm politikalarının oluşturulmasına katkı sağlamak açısından dikkate değer bir önem taşımaktadır.

Özel ilgi turizmi, temel olarak turizm deneyimi içindeki belirli aktivitelere, ilgi alanlarına veya nişlere vurgu yapılmasıyla karakterize edilir. Abdullah'a göre, özel ilgi turizmi genellikle çok standartlaştırılmış ve kişiselleştirmeden yoksun olduğu için sıklıkla eleştirilen kitle turizmine bir yanıt olarak ortaya çıkmıştır (Abdullah, 2016). Kitle turizmi, büyük gezgin gruplarına kapsamlı ve geniş çapta çekici deneyimler sunmaya odaklanırken, özel ilgi turizmi bireylerin benzersiz ilgi ve isteklerine öncelik vererek kültür, sanat, edebiyat ve inanç etkinliklerine katılım gibi belirli temalar veya aktivitelerle daha derin bir etkileşimi kolaylaştırır (Gil & Curiel, 2008; Lee & Bai, 2016).

Özel ilgi turizmini ayıran belirleyici farklardan biri, özel ilgi turistlerinin destinasyonlarıyla etkileşim kurma biçimidir. Örneğin, gastronomi turizmi ve festival etkinlikleri gezginleri mutfak deneyimleri aracılığıyla yerel kültürlerle katılmaya davet eden özel ilgi alanları olarak hizmet eder (Yuan vd., 2005; Fernández vd., 2020). Bu özel alanlar yalnızca gezginlerin keyfini artırmak için değil, aynı zamanda turistler ve yerel üreticiler arasında anlamlı bağlantılar kurmak ve böylece yerel ekonomileri canlandırmak için tasarlanmıştır (Gil & Curiel, 2008). Deneyimleri metalaştırma ve kaliteden çok hacmi önceliklendirme eğiliminde olan kitle turizminin aksine, özel ilgi turizmi katılımcıları, yerel kültür ve çevrenin anlaşılması (Novotná vd., 2019) hususunda özel çaba harcarlar.

Özel ilgi turizmini diğer turizm türlerinden ayıran farklardan bir diğeri turistlerin motivasyonlarıdır. Özel ilgi turistlerinin motivasyonları genellikle

kitle turistlerinin motivasyonlarından önemli ölçüde farklıdır. Araştırmalar, özel ilgi turistlerinin genellikle kişisel zorluk, kültürel zenginleşme ve belirli hobileri veya tutkuları takip etmekten kaynaklanan tatmin gibi içsel faktörlerden motive olduğunu göstermektedir (Light vd., 2021). Bu noktada bireylerin yerel topluluklara olumlu katkıda bulunurken turizme katıldığı gönüllü turizm, özel ilgi turizminin benzersiz bir alt kümesini temsil eder ve geleneksel turizmin tüketici doğasıyla keskin bir fark oluşturur (Zhang vd., 2023). Etkili deneyimlere olan bu bağlılık, çevresel ve sosyal sorumluluğu önceliklendiren sürdürülebilir turizm ilkeleriyle uyumludur (Susanto vd., 2022).

Özel ilgi turizminin bir diğer ayırt edici özelliği turizmin mevsimsel yoğunlaşma etkilerini azaltabilme hususundadır. Özel ilgi turizmi genellikle seyahatteki mevsimselliğin ortaya çıkardığı zorlukları hafifletir. Örneğin, özel ilgi turizmi düşük sezonda niş pazarlara hitap eden alternatifler içerir ve ekonomik faydaların yıl boyunca dağıtılmasına yardımcı olur (Garanti, 2022). Bu durum genellikle mevsimsel olan, hava ve sezona bağlı dalgalanmalara duyarlı olan ve bu tür ziyaretçilere aşırı bağımlı olan destinasyonlar için ekonomik istikrarsızlığa yol açan kitle turizminin (Cuccia & Rizzo, 2011) etkilerini dengeleyici bir unsur niteliği taşır. Genel olarak değerlendirildiğinde özel ilgi turizmi belirli ilgi alanlarını ve motivasyonları karşılayan kişiselleştirilmiş deneyimlere odaklanarak özellikle kitle turizminden ve diğer turizm türlerinden belirgin bir şekilde ayrılır. Özgünlük, sürdürülebilirlik ve yerel kültürlerle daha derin etkileşime odaklanmasıyla farklılaşan özel ilgi turizmi, hem turistlere hem de topluluklara geleneksel turizm uygulamaları hususunda zenginleştirici bir alternatif sunar.

4. Özel İlgi Turizminin Pazarlaması

Özel ilgi turizmi pazarlaması, benzersiz deneyimler arayan niş kitlelere yönelik hedefli pazarlama stratejileriyle karakterize edilen özelliğiyle turizm sektöründe kritik bir bileşen haline gelmiştir. Bu stratejilerde belirli sanatsal, kültürel, spor ve eğlence ilgi özgün alanlar kullanılarak farklı gezgin motivasyonlarında etki oluşturan yaklaşımları ve özel uygulamaları içinde barındırır.

Özel ilgi turizmi için tercih edilen pazarlama stratejileri genellikle kültür, sanat, gastronomi ve sağlık (Wang vd., 2024; Rogerson & Rogerson, 2024) gibi belirli ilgi alanlarına hitap eden pazar segmentasyonunu içeren hedef demografinin derinlemesine anlaşılmasını gerektirir. Örneğin, bütünsel yaklaşımlar turist etkileşimini artırmak ve destinasyon imajı oluşturmada belirli hedef pazarlar için pazarlama karışımını özelleştirme hususunda

önemli bir araçtır (Li vd., 2023). Niş kitlelere hitap etmeyi amaçlayan bu özelleştirme çalışmaları mutfak kültürü öğeleri ve geleneksel kıyafetler gibi yerel unsurların dahil edilmesini içerebilir.

Popüler kültürü bir tanıtım aracı olarak kullanmak özel ilgi turistleri arasında destinasyon imajını oluşturmada faydalanılabilen stratejiler arasındadır. Destinasyon pazarlama organizasyonlarının, destinasyon çekiciliğini artırmak için popüler kültürü kullanması ve belirli gruplarla dinamik bir şekilde bağlantı kurması gerekebilmektedir (Lee & Bai, 2016). İlgi çekici unsurların özel ilgi turistleri özelinde doğru kurgulandığı süreçler, turist görüşlerinin etkinlik organizasyonunu ve destinasyon pazarlama stratejilerini şekillendirdiği bir geri bildirim döngüsünü teşvik ederek güçlü topluluk bağlarını da teşvik edebilir.

Deneyimsel pazarlama ise özellikle sürükleyici ve otantik deneyimler aracılığıyla özel ilgi turistlerinin ilgi alanlarını etkili bir şekilde yakalayabilir. Özel ilgi turizmi için pazarlama stratejilerinin, ağızdan ağıza tavsiyelerini ve tekrar ziyaretlerini teşvik eden olumlu bir destinasyon imajı yaratması gerektiği bilinmektedir (Wulandari vd., 2022). Bu yaklaşım yerel geleneklere, aktivitelere ve etkileşim uygulamalarına katılım imkanı sunan bütüncül ve benzersiz deneyimler oluşturmayı içerir. Bu sayede turistler arasında daha uzun konaklamaları ve daha yüksek harcamaları teşvik eder.

Etkinlik pazarlaması, planlı özel etkinliklerin turizm tanıtımına etkisini analiz eden çalışmalarda kanıtlandığı gibi, özel ilgi turizmi pazarlaması içinde bir diğer temel stratejiyi oluşturur. Özel etkinliklerin turizm gelişimi için bir katalizör görevi gördüğü, marka tanınırlığını teşvik ettiği ve yerel gelenekleri ve kültürleri vurgulayan deneyimler aracılığıyla ziyaretçileri çektiği farklı araştırmacılar tarafından vurgulamaktadır (Abdelmoaty & El-latief, 2023). Bununla birlikte özel ilgi turizminin pazarlanmasında sosyal medya stratejilerinin dahil edilmesi göz ardı edilemez. Sosyal medyanın bilgileri verimli bir şekilde yayarak ve benzer ilgi alanlarına sahip turistler arasında topluluk oluşturarak güçlü bir tanıtım aracı olarak hizmet ettiğini belindiği için özgün yerel olanakları vurgulayan stratejik içerikler hedef kitleyi çekerek ilgi ve katılımı teşvik edebilir.

Özel ilgi turizmi pazarlaması ve etkili pazarlama stratejileri derin bir pazar farkındalığı, deneyimsel katılım, stratejik iş birlikleri ve aktif topluluk katılımının bir kombinasyonuna dayanır. Sektör gelişmeye devam ederken sğrece uyum sağlanmalı, teklifler geliştirilmeli ve niş turist kitleleriyle aktif olarak etkileşim kurmak için ortaya çıkan trendler ve teknolojiler kullanılmalıdır. Özel ilgi turizmi alanının geleceği muhtemelen bu stratejileri, küresel turizm değişimlerine yanıt verirken yerel benzersizliği kullanabilen

ve tutarlı pazarlama çerçevelerine entegre etmeyi başaran yaklaşımlara bağlı olacaktır.

5. Özel İlgi Turizminin Ekonomik Etkileri

Özel ilgi turizminin özellikle benzersiz kültürel veya doğal cazibe merkezlerinden yararlanan bölgelerde ekonomik büyümeye önemli ölçüde katkıda bulunabileceği bilinmektedir. Raporlar, turizm uzmanlaşması ile ekonomik kalkınma arasında olumlu bir ilişki olduğunu belirterek özel ilgi turizmine odaklanan destinasyonların önemli gelirler elde edebileceğini vurgulamaktadır. Örneğin, Chang ve diğerleri (2012) turizm uzmanlaşmasının ekonomik büyüme ile olumlu bir korelasyona sahip olduğunu öne sürerek, yerel ekonomileri canlandırmada kişiye özel turist deneyimlerinin önemini vurgulamıştır. Deng ve diğerleri (2014) ise bu ilişkiyi daha ayrıntılı olarak ele alarak, turizmin ekonomik büyümeyi teşvik edebileceğini ancak aşırı uzmanlaşmanın azalan getirilere yol açabileceğini ve turizm sektöründe çeşitlendirmeye ihtiyaç duyulduğunu vurgulamıştır. Özel ilgi turizm türlerine katılım yoluyla turizmde uzmanlaşılma, piyasa dalgalanmalarına karşı dayanıklılığı artırabilir ve yerel ekonomilere olumlu katkıda bulunarak küresel zorluklar karşısında bile sürdürülebilir büyümeye olanak tanır (Croes, 2013). Çeşitli bölgelerde yürütülen araştırmalar, turizmin hane halkı gelirlerinin ve iş fırsatlarının artmasına yol açabileceğini ortaya koymuştur. Örneğin, Zhou ve Huang (2017) çalışmalarında farklı turizm türlerine yoğunlaşan bölgelerde turizmin ekonomik kazanımlarında gözlenen artışın Turizm Önderliğindeki Büyüme Hipotezi (Tourism-Led Growth Hypothesis) ile uyumlu olduğunu göstermiştir.

Özel ilgi turizminin ekonomik etkileri turizm kazanımlarının istikrarının sağlanmasına ve sürdürülebilirliğinin desteklenmesine olanak tanımaktadır. Özel ilgi turizmi aracılığıyla turizm ürünlerinin çeşitlendirilmesi, ekonomik sürdürülebilirliği artırmada oldukça etkilidir. Bukola ve Olaitan (2018), farklı turizm ürünlerine sahip bölgelerin piyasa bağımlılığıyla ilişkili ekonomik riskleri azaltabileceğini ve sürdürülebilir ekonomik kalkınmaya daha kolay ulaşabileceğini ortaya koymuştur. Bu bağlamda sorumlu seyahat uygulamalarını teşvik etmesi ve turist profillerine odaklanılabilmesi sayesinde kitle turizmine kıyasla çevre ve yerel kültür üzerindeki olumsuz etkisini de azaltarak (Susanto vd., 2022) turizm gelişimine istikrar kazandırabilmektedir. Özel ilgi turizminin ekonomik etkileri dikkate değerdir, bununla birlikte belirtilen etkiler yerel kaynaklardan, altyapıdan ve pazar talebinden yararlanan bölgelere göre değişmektedir. Özel ilgi turizmi değişen gezgin tercihleriyle daha iyi uyum sağlayan yeni turizm biçimlerine geçişte olumlu ekonomik etkileri ile (Rogerson & Rogerson, 2024) sektörü desteklemektedir.

Özel ilgi turizminin gelişimi bölgelerin ekonomik olarak gelişmesine katkı sağlayabilmektedir. Bu kalkınma ve gelişme özel ilgi turizminin etkileşimi ve aktif katılımı desekleyen doğası sayesinde yerel halka yüksek düzeyde yansıyabilmektedir. Özel ilgi turizminin ekonomik etkileri elde edilen gelirin yeniden kullanılması yoluyla da gerçekleşmektedir. Marsiglio (2018), toplulukların turizmle ilgili gelirlerini yerel altyapı, sağlık hizmetleri ve eğitim hizmetlerini geliştirmeye yeniden yatırmasıyla özel ilgi turizminin yerel ekonomiler üzerindeki dönüştürücü etkilerine dikkat çekmiştir. Bununla birlikte özellikle gelişmekte olan bölgelerde özel ilgi turizmi ürünlerini etkili bir şekilde sunmanın önündeki engellerden birisinin gelişmiş altyapıya ve sermayeye erişim olduğu bilindiği (Jin & Sparks, 2017) için bu zorlukların ele alınması, özel ilgi turizminin ekonomik potansiyelini tam olarak kullanmak ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine olumlu katkıda bulunmasını sağlamak için gereklidir.

6. Özel İlgi Turizmi İle İlgili Sorunlar ve Karşılaşılan Zorluklar

Özel ilgi turizmi, turizm sektörü içinde farklı gezgin motivasyonlarına ve belirli ilgi alanlarına hitap eden çok boyutlu bir kategori olarak ortaya çıkmıştır. Fakat, büyümesine ve potansiyel ekonomik faydalarına rağmen gelişimini ve sürdürülebilirliğini sınırlandıran bir takım zorlukları ve çözüm üretilmesi gereken sorunları içinde barındırır. Pazar anlayışı, toplum katılımı, sürdürülebilirlik ve küresel değişikliklerin etkileri dahil olmak üzere özel ilgi turizmini etkileyen farklı sorunlar söz konusudur.

Özel ilgi turizmindeki önemli bir zorluk, turistlerin algılanan ihtiyaçları ile gerçek motivasyonları arasındaki farklılığı ifade eden hayalet talep (phantom demand) sorunudur. Mc Kercher ve Chan, turistlerin belirli yerleri ziyaret sebeplerinin açık bir şekilde anlaşılmasının etkili pazarlama ve gerçek turist ihtiyaçlarını karşılayan ürünler geliştirmek için çok önemli olduğunu vurgulamaktadır (McKercher & Chan, 2005). Eylemleri motivasyonlarla karıştırmak, ziyaretçilerin beklentilerini doğru tanımlamada, insanları ürüne çekmede veya tatmin etmede başarısız olan yanlış yönlendirilmiş pazarlama stratejilerinin tercih edilmesini mümkün kılarak turizmde ve özel ilgi turizminde başarısız olunmasına sebep olabilir.

Turizm sektörünün turizm türlerini ele alma ve turistleri tanımlama biçimi belirtilen kapsamda özel ilgi turizmi ile ilgili ayırt edici bir zorluğu beraberinde getirebilmektedir. Turistik ürünün bileşenlerinin bütüncül ve birbirine benzer yönleri yakın alanların kullanımı ile birleştiğinde özel ilgi turizmi türlerinin geri planda kalmasına sebep olabilmektedir. Örneğin, özel ilgi turizmiyle yakından uyumlu olsa da kültür turizmi, genellikle

belirli hobilere veya niş motivasyonlara hitap etmeyebilecek daha geniş ilgi alanlarını kapsar. Alternatif turizm faaliyetleri katılımcıları arasında satılabilecek kültür turistleri bir destinasyonla tarihi önemi, festivalleri veya sanatı için etkileşim kurabilir. Bununla birlikte kültür turizmi özel ilgi ile desteklenerek ve niş alanlara yoğunlaşarak gerçekleştiğinde bir özel ilgi turizmi süreci ortaya çıkar. Vianthi ve Putra (2022)'ya göre, kültür turizmi özel ilgi turizmi ile kesişebilir, fakat genellikle özel ilgi turizmini tanımlayan hedef odaklılıktan yoksundur. Benzer şekilde ikisi de katılıma yönelik yaklaşımlarında farklılık gösterebilir; kültürel turizm yerel geleneklerin pasif tüketimiyle sonuçlanabilirken, özel ilgi turizmi turistlerden aktif etkileşimi ve katılımı teşvik etme eğilimindedir (Garanti, 2022). Turizm sektöründe genel olarak turizm türlerini sınıflandırırken ve turistleri kategorize ederken, çoğu zaman genel geçer kalıplar üzerinden hareket edilmektedir. Bu yaklaşım, özel ilgi turizmi gibi daha niş ve tematik odaklı alanlarda katılımcının kişisel motivasyonlarına ve derinleşmiş deneyim beklentilerine uygun geliştirilmesi gereken unsurların fark edilmesini ve ürünlerin doğru konumlandırılmasını zorlaştırmaktadır.

Yerel halkın desteği ve topluluk katılımı, turistlere sunulan deneyimlerin otantikliğini artırabileceği ve sürdürülebilir uygulamalar oluşturabileceği için özel ilgi turizminin başarısında önemli rol oynar. Lee ve Bai (2016), yerel halkı turizm planlama ve geliştirme süreçlerine entegre etmenin, destinasyon imajını ve çekiciliğini etkileyebileceğini savunurlar. Fakat bu uyumlulaştırma çabalarının odak noktaları genellikle popüler kültürün destinasyon algısı üzerindeki etkisidir. Bu durum ise topluluk ihtiyaçları ile turist talepleri arasında çatışma ortaya çıkması potansiyelini içinde barındırabilir. Örneğin, turizmin yerel yaşam tarzlarını veya çevre koşullarını olumsuz etkilediği bölgelerde özel ilgi turizmi girişimlerinin uygulanabilirliğini tehdit eden gerginlikler ortaya çıkabilir (Maxim, 2014). Marsiglio, özel ilgi alanlarına yoğunlaşmasının gerekli yapısal değişikliklerle birlikte düzgün yönetilmediğinde olumsuz sonuçlara yol açabileceğini belirtmiştir (Marsiglio, 2018). Yerel halkın desteği ve doğru şekilde gelişmiş bir topluluk katılımı olmadan, turizm gelişimi yerel paydaşlar arasında desteğin azalmasını sağlayarak turizm gelişinden memnuniyetsizlik oluşmasına yol açabilir.

Sürdürülebilirlik konusu, özellikle sektör aşırı turizmin ve çevresel bozulmanın olumsuz etkileriyle boğuşurken özel ilgi turizmi için kritik bir endişe unsurudur. Kitle turizmine alternatif olarak özel ilgi turizmini teşvik etmenin, daha küçük ve daha sorumlu turist gruplarına odaklanarak bazı sürdürülebilirlik zorluklarının aşılmasına yardımcı olduğu bilinmektedir (Rogerson & Rogerson, 2024). Yine de, turistlerin ihtiyaçları ile yerel ekosistemleri ve toplulukları korumak arasında denge kurmak, planlama

aşamalarında dikkatli bir şekilde ele alınması gereken farklı tutumlar yaratabilir. Özel ilgi turizmi geliştirme stratejilerinin sürdürülebilir uygulamaları içermesini sağlamak, destinasyonların çekiciliğini korurken bütünlüklerini korumak için gereklidir (Maxim, 2014). Bununla birlikte turizm gelişimi ile sürdürülebilirlik arasındaki ilişki turistlerin yoğun olduğu bölgelerde yerel halkın yüksek yaşam standartlarına yönelik arzuları sebebiyle karmaşıklaşmaktadır. Bu çok yönlü durum, turizm planlamacılarının sürdürülebilir turizm büyümesini teşvik ederken yerel çıkarları ve çevresel sorumlulukları birlikte dikkate almasını gerektirir.

7. Özel İlgi Turizminin Geleceği Hakkında Değerlendirmeler

Özel ilgi turizmi kültür, spor, hobi ve sağlık turizmi farklı alanlara hitap eden çeşitli özel pazarları kapsadığı için özel ilgi turizminin geleceği hakkında değerlendirmelerde bulunurken ortaya çıkan trendler, değişen tüketici tercihleri ve kişiselleştirilmiş deneyimlere yönelik artan talep gibi destekleyici faktörlerin göz önüne alınması gerekir.

Turizm sektöründe gözlenen büyüme ve gelişme unsurlarının özel ilgi turizmini de olumlu etkilediği gözlenmektedir. Farklı özel ilgi türlerini inceleyen araştırmacılar özel ilgi turizmine de artarak yöneleceğini belirtmektedir. Turizm pazarında ilgi çekici bir alan olan özel ilgi turizminin büyüdüğü ve pazar payını artırdığı gözlenmektedir. Pan'a göre, benzersiz deneyimlere olan talep, destinasyonlar giderek daha fazla yerel olarak farklı ürünleri tanıttıkça özel ilgi turizminin genişlemesini sağlayacaktır (Pan, 2023). Bu gözlem özel ilgi turizmi cazibe merkezlerinin, turistler tarafından daha uzun süreli konaklamaları ve daha fazla harcamayı teşvik etmeleri durumunda yerel ekonomilere daha önemli katkılar sağlayabileceğini öne süren Novotná vd. (2019)'un beklentileriyle uyumludur. Araştırmacılar, özel ilgi turizmi pazarının gelecek yıllarda önemli ölçüde genişleyeceğini ve dünya çapında seyahat sektörünün genel büyümesine katkıda bulunacağını öngörmektedir (Rogerson & Rogerson, 2024).

Özel ilgi turizminin geleceğini değerlendirirken dikkate alınması gereken unsurlardan biri yeni turistik ürün ve trendlerdir. Özel ilgi turizminin değişen sosyal ve ekonomik koşulların etkisiyle gelişecek yeni ilgi alanlarını ve mevcut turizm faaliyetlerindeki yeni eğilimleri desteklediği bilinmektedir. Örneğin gastronomi, doğa yürüyüşü ya da kültürel miras gibi özel temalara dayanan etkinlikler, bu etkinliklerin sunum biçimi ya da pazarlama stratejilerindeki yeniliklerin etkisiyle özgün alanlar olarak görünürlüğünü artırabilmektedir. Benzer şekilde şehir turizmi, film turizmi, düğün turizmi gibi özel ilgi turizmi içindeki yenilikçi alt kategoriler, niş ziyaretçileri çekebilecek farklı turizm

biçimleri olarak ortaya çıkmaktadır (Light vd., 2021). Bu yeni biçimler, yerel kültürler ve geleneklerle daha derin bağlantılar kuran sürükleyici ve otantik deneyimler arzusuyla karakterize edilen değişen tüketici ilgi alanlarını yansıtmaktadır. Farklı araştırmacılar özel ilgi turizminin, çağdaş gezginlerin yenilik ve otantiklik tercihlerine hitap ederek kitle turizmine bir alternatif (Vianthi & Putra, 2022) olabileceğini vurgulamaktadır. Bu bağlamda, yeni eğilimlerin merkezinde olmak ve rekabetçi kalmak için turizm deneyimleri içinde sürekli yenilik gereklidir. Teknolojik çözümlerin entegrasyonu operasyonları kolaylaştırabilir, ziyaretçi deneyimlerini geliştirebilir ve nihayetinde turizm uygulamalarının sürdürülebilirliğine (Pranita vd., 2020) katkıda bulunabilir.

Özel ilgi turizminin geleceği değişen tüketici davranışları, teknolojik gelişmeler ve küresel zorluklar gibi dış faktörlerden de etkilenecektir. Bu noktada önemli unsurlardan biri değişen iklim ve çevre koşullarıdır. Dünya genelinde turistik tercih ve eğilimlerde yeni iklim koşulları ve destinasyonların mevcut koşullara adaptasyonu tartışılmaktadır. Özel ilgi turizminin turizm mevsimselliğini azaltmaya ve sektörde istikrarı korumaya yardımcı olabileceği bilindiği için (Garanti, 2022 vd.) turizm pazarında payını artırması beklenmektedir. Özel ilgi turizmi ortaya çıkan trendlerle birlikte gelişmeye devam ettikçe, teknolojinin pazarlama ve toplum katılımındaki rolü ekonomik potansiyelini daha da ileriye taşıyacaktır (Marsiglio, 2018). Dolayısıyla sektördeki paydaşların pazar taleplerine duyarlı kalması ve özel ilgi turizmi seçeneklerin görünürlüğünü artırarak turist katılımını artırmak için yöntemlerini geliştirmesi, yeni teknolojileri ürün ve hizmetlerine dahil etmesi, özellikle sosyal medya ve dijital platformlar olmak üzere etkin pazarlama kanallarından yararlanması gereklidir.

Tartışma ve Sonuç

Özel ilgi turizmi belirli bir ilgi alanına dayalı olarak gerçekleştirdikleri seyahatleri ifade eden, kişiselleştirilmiş ve tematik nitelikte bir turizm türüdür. Özel ilgi turizmi ziyaretçilerin hobilerine, uzmanlık alanlarına, kültürel ya da entelektüel meraklarına hitap eden faaliyetleri içerdiğinden, geleneksel kitle turizminden farklı olarak daha derinlemesine ve anlamlı deneyimler sunmaktadır. Bu sayede her geçen gün ilgi alanlarını ve yaşam tarzlarını yansıtan boş zaman etkinliklerinin çeşitlendirilmesinde etkili bir alan elde ederek geleneksel kitle turizminden daha kişiye özel ve deneyimsel seyahat seçeneklerine doğru ilerlemektedir.

Özel ilgi turizminin teorik arka planı ve uygulama alanları oldukça geniştir. Doğa, kültür, hobi ve spor temelli farklı ilgi alanları özel ilgi

turizmi kapsamında değerlendirilir. Doğa yürüyüşlerinden arkeoloji turlarına, gastronomi ve hasat rotalarından sağlık, eğitim ya da gönüllülük temelli seyahatlere kadar pek çok alt türü barındırır. Turizm sektöründe özel ilgi turizminin rolü, farklı turist profillerini harekete geçirerek sezon dışı dönemlerde de hareketlilik yaratması, destinasyonların çeşitlendirilmesine katkı sağlaması ve yerel kalkınmayı desteklemesi açısından oldukça büyüktür. Bu yönüyle özel ilgi turizmi, hem ekonomik hem de sosyo-kültürel açıdan turizm sektörünün stratejik öneme sahip alt dallarından biri olarak kabul edilmektedir. Bununla birlikte Bahar ve diğerlerinin (2021) vurguladığı gibi destinasyonlara ziyaretçi çekerken uygulanan stratejilerin ve bu girişimlerin ekonomik etkilerinin mevcut koşullara ve süreçlere uygun olması gereklidir.

Özel ilgi turizmi, bireylerin kişisel ilgi alanlarına, tutkularına ve deneyim beklentilerine odaklanan bir turizm biçimi olarak geleneksel kitle turizminden farklılaşmaktadır. Kültürel miras, doğa, gastronomi, sağlık, eğitim ve macera gibi tematik alanları içeren bu turizm türü, katılımcıların daha derinlemesine ve anlamlı deneyimler yaşamasını sağlamaktadır. Özçoban (2020) ve Yılmaz (2019)'ın çalışmaları gibi bibliyometrik çalışmalar inanç turizmi ve gastronomi çalışmalarına yönelik artan bir akademik ilgiyi ortaya koymuş ve bu özel ilgi alanlarının Türkiye'de ve dünyada (Hernández vd., 2022; Pan, 2023 vd.) keşif ve araştırma için zengin alanlar olarak ortaya çıktığını göstermektedir. Bu bağlamda, özel ilgi turizmi yalnızca bireysel tatmin sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda destinasyonlarda doğal ve kültürel değerlerle uyumlu bir sürdürülebilir kalkınmaya katkı sunma potansiyeline de sahiptir. Özel ilgi turizminin içeriğindeki yüksek ilgi düzeyi ve etkileşim özellikleriyle yerel kültürün korunmasına ve özgün değerlerin ön plana çıkarılmasına aracılık ederek sürdürülebilir turizm ilkeleriyle uyumlu bir gelişim çizgisi izlediği bilinmektedir.

Özel ilgi turizminin pazarlanması, hedef kitlenin öznel beklentilerinin ve değerlerinin anlaşılmasını gerektirmekte, dolayısıyla niş pazarlama stratejilerinin geliştirilmesini zorunlu kılmaktadır. Sutresno ve Singgalen (2023) turizm pazarlamasındaki değişen eğilimlerin yeni turistik ürünlerin ortaya çıkarılmasında katılımcı odaklı deneyimler ortaya çıkarmayı gerektirdiğini belirtmektedir. Bu yenilikçi yaklaşımların ise seyahat deneyimi sırasında memnuniyeti artırmakta ve tekrarlanan müşteriye teşvik etmekte (Abdillah, 2016; Wulandari vd., 2022 vd.) etkili olduğu bilindiği için turist odaklı ve etkileşimle desteklenen stratejilerin özel ilgi turizminde başarı sağlayacağı söylenebilir. Ekonomik açıdan değerlendirildiğinde bu turizm türü, bilgili ve motivasyonu yüksek turist profili sayesinde yerel ekonomilere doğrudan katkı sunmaktadır. Ancak altyapı yetersizlikleri, destinasyonların aşırı kullanım riski, uygun hizmet kalitesinin sağlanmasındaki güçlükler

ve nitelikli insan kaynağı eksikliği özel ilgi turizminde karşılaşılan temel zorluklar arasında yer almaktadır.

Geleceğe yönelik değerlendirildiğinde özel ilgi turizminin dijitalleşme, bireyselleşme eğilimleri ve sürdürülebilirlik odaklı turizm politikaları doğrultusunda büyüme potansiyeli taşıdığı öngörülmektedir. Özellikle deneyim temelli turizm anlayışının yaygınlaşmasıyla birlikte, bu alanda daha özgün ve özelleştirilmiş ürünlerin geliştirilmesi önem kazanacaktır. Fakat söz konusu gelişimin sağlıklı biçimde sürdürülebilmesi, sektör paydaşları arasında iş birliği, yerel halkın katılımı ve çevresel sorumluluk bilinciyle desteklenmiş stratejik planlamaların hayata geçirilmesine bağlıdır. Bununla birlikte tüketici davranışındaki eğilimler ve teknolojik gelişmeler, doğru ve sürdürülebilir turizm politikalarının turizm paydaşları tarafından sürekli olarak uygulanmasını ve geliştirilmesini gerektirmektedir. Dijital pazarlamanın ve sosyal medyanın hızlı büyümesi, turist ilgisini çekmek ve destinasyon görünürlüğünü sağlamak için elzemdir. Turizm sağlayıcıları bu değişen dinamiklere yanıt verebilecek ve doğru kitleleri çekmelerini sağlayacak etkili stratejiler geliştirmelidir. Jovial ve Emy (2016)'ya göre özel ilgi turizminin gelişen manzarası dijital teknolojilerin etkisini de içermektedir. Gezginler özelleştirilmiş deneyimler aradıkça, bu niş pazarları kolaylaştırmada çevrimiçi platformların rolü daha belirgin hale gelmiştir. Bu platformlar, çeşitli ilgi alanlarının keşfedilmesine ve turistlerin belirli kesimlerine özel paketlerin sunulmasına olanak tanıdığı için değer oluşturan kişiselleştirilmiş ürün ve hizmet sağlanmasında oldukça belirleyici unsurlardır. Bununla birlikte gelecekteki büyüme için olumlu göstergelere rağmen, sürdürülebilirlik özel ilgi turizmi için halen kritik bir endişe olmayı sürdürmektedir. Sürdürülebilir turizm ilkeleri, sektörü ekonomik kazanç ile çevresel ve kültürel koruma arasında denge kurmaya yönlendirmelidir. Cristobal-Fransi ve diğerleri (2020), özel ilgi turizminin başarılı büyüme ve etkili pazarlama yönetiminin, sektörün rekabetçi koşullarında uzun vadeli uygulanabilirliği güvence altına almak için büyük ölçüde sürdürülebilirlik uygulamalarına dayandığını belirtmiştir. Dolayısıyla, özel ilgi turizminin kendine özgü yapısı, hem turizm yönetiminde hem de turizm pazarlaması süreçlerinde daha dikkatli bir analiz ve ayrıştırma yaklaşımını gerektirmektedir.

Özel ilgi turizmi, bireylerin kişisel ilgi alanlarına dayalı deneyimler arayışı doğrultusunda gelişen ve giderek çeşitlenen bir turizm türü olarak, destinasyonların farklılaşmasında, yerel ekonomilerin canlanmasında ve sürdürülebilir turizmin teşvik edilmesinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Turizm sektöründe benzersiz deneyimlere yönelik artan talep ve ortaya çıkan yenilikçi nişler tarafından desteklendiği için her geçen gün sektördeki konumunu genişletmektedir. Bununla birlikte kültürel mirasın korunması,

yerel toplulukların kalkınması ve ziyaretçi memnuniyetinin artırılması gibi çok yönlü etkiler yaratmaktadır. Ancak, altyapı eksiklikleri, tanıtım stratejilerinin yetersizliği ve destinasyon yönetimi konularında gelişmeye açık alanlar bulunmaktadır. Özel ilgi turizminin gelişmesi için tüm paydaşlar sürdürülebilirliği korumaya, yerel topluluklarla yapısal etkileşim ortamları oluşturmaya, değişen tüketici tercihlerine ve teknolojik gelişmelere uyum sağlamaya odaklanmalıdır. Bu zorlukların üstesinden başarıyla gelindiğinde özel ilgi turizmi Türkiye’de ve dünyada turizm pazarının etkili ve hayati bir bileşeni olarak yerini güvence altına alabilir. Bu bağlamda, bilimsel araştırmaların, özel ilgi turizminin talep profilleri, deneyim tasarımı, yerel halkla etkileşim modelleri ve dijitalleşmenin etkisi gibi alanlara odaklanması, hem kuramsal birikimi artıracak hem de uygulamaya dönük yol haritalarının oluşturulmasına katkı sağlayacaktır. Gelecekte özel ilgi turizminin daha sürdürülebilir, kapsayıcı ve yenilikçi yaklaşımlarla geliştirilmesi, turizm sektöründe nitelikli bir dönüşümün önünü açacaktır.

Kaynakça

- Abdelmoaty, G., & Abd El-latif, M. F. (2023). Evaluating the impacts of special events on promoting and developing tourism and hospitality sectors: A case study of COP27, Sharm El-Sheikh, Egypt. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, 24(1), 136-167. <https://doi.org/10.21608/jaauth.2023.212911.1459>
- Abdillah, Y. (2016). Innovativeness in the development of special interest tourism: The case of Indonesia spa tourism. *Asia Tourism Forum 2016, May-the 12th Biennial Conference of Hospitality and Tourism Industry in Asia* (pp. 467-471), In Advances in Economics, Business and Management Research: Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/atf-16.2016.71>
- Akoğlan Kozak, M., & Bahçe, S. (2009). *Özel ilgi turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bahar, M., Topsakal, Y., Yüzbaşıoğlu, N., & Kasalak, M. (2021). The effect of casino tourism and reentry to the casino gaming industry - The case of turkey. *Journal of Yaşar University*, 16(62), 801-816. <https://doi.org/10.19168/jyasar.812620>
- Boukas, N., & Chourides, P. (2016). Niche tourism in cyprus: conceptualising the importance of social entrepreneurship for the sustainable development of islands. *International Journal of Leisure and Tourism Marketing*, 5(1), 26-43. <https://doi.org/10.1504/ijltm.2016.077128>
- Bui, N. A., & Kiatkawsin, K. (2020). Examining vietnamese hard-adventure tourists' visit intention using an extended model of goal-directed behavior. *Sustainability*, 12(5), 1747. <https://doi.org/10.3390/su12051747>
- Bukola, A. A., & Olaitan, L. L. (2018). Tourism development and sustainable economic development: Evidence from South Western Nigeria. *South Asian Journal of Social Studies and Economics*, 2(1), 1-9. <https://doi.org/10.9734/sajssc/2018/v2i125816>
- Çalık, Ö. (2010) *Özel ilgi turizmi*, Ankara Üniversitesi Uzaktan Eğitim Yayınları, No:51.
- Carvalho, I., Ramires, A., & Bakas, F. (2023). Who are the language tourists? A factor-cluster analysis based on language-related attitudes, beliefs, and travel outcomes. *International Journal of Tourism Research*, 25(1), 150-168. <https://doi.org/10.1002/jtr.2559>
- Cater, C., Funk, D., & Low, T. (2018). Adventure racing and active lifestyles. *Annals of Leisure Research*, 21(5), 605-611. <https://doi.org/10.1080/11745398.2018.1473785>
- Chang, C. L., Khamkaew, T., & McAleer, M. (2012). IV estimation of a panel threshold model of tourism specialization and economic development. *Tourism Economics*, 18(1), 5-41. <https://doi.org/10.5367/te.2012.0108>

- Cristobal-Fransi, E., Daries, N., Ferrer-Rosell, B., Mariné-Roig, E., & Martín-Fuentes, E. (2020). Sustainable tourism marketing. *Sustainability*, 12(5), 1865. <https://doi.org/10.3390/su12051865>
- Croes, R. (2013). Tourism specialization and economic output in small islands. *Tourism Review*, 68(4), 34-48. <https://doi.org/10.1108/tr-09-2013-0050>
- Cuccia, T., & Rizzo, I. (2011). Tourism seasonality in cultural destinations: Empirical evidence from Sicily. *Tourism Management*, 32(3), 589-595. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.05.008>
- Dandotiya, R., & Aggarwal, A. (2022). Study on various attributes that affects visit to a dark tourist destination. *ECS Transactions*, 107(1), 3749-3756. <https://doi.org/10.1149/10701.3749ecst>
- Deng, T., Ma, M., & Shao, S. (2014). Has international tourism promoted economic growth in China? A panel threshold regression approach-Research Note. *Tourism Economics*, 20(4), 911-917. <https://doi.org/10.5367/te.2013.0308>
- Dündar, A. (2015). An approach to culinary tourism development in Turkey. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, (International Tourism and Hospitality Management Conference, 2015) 377-386. <https://doi.org/10.35666/25662880.2015.1.377>
- Fernández, J., Casado-Montilla, J., & Carrillo-Hidalgo, I. (2019). Introducing olive-oil tourism as a special interest tourism. *Heliyon*, 5(12), e02975. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02975>
- Fernández, J., Casado-Montilla, J., & Carrillo-Hidalgo, I. (2020). Understanding the behaviour of olive oil tourists: A cluster analysis in southern Spain. *Sustainability*, 12(17), 6863. <https://doi.org/10.3390/su12176863>
- Garanti, Z. (2022). Alternative and special interest tourism to mitigate the effects of tourism seasonality: The debate from Cyprus. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 14(5), 451-460. <https://doi.org/10.1108/whatt-07-2022-0083>
- Gil, M., & Curiel, J. (2008). Religious events as special interest tourism. A Spanish experience. *Pasos Revista De Turismo y Patrimonio Cultural (PASOS)*, 6(3), 419-433. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2008.06.032>
- Ginting, N., Trenggono, T., Dewi, N., & Andani, N. (2023). The influence of tourist motivation and the quality of special interest tourism on tourist satisfaction for live-in tour packages in Ilerp tourist village. *ICTMT*, 1(2), 321-334. <https://doi.org/10.56910/ictmt.v1i2.46>
- Hanna, P., Wijesinghe, S., Paliatsos, I., Walker, C., Adams, M., & Kimbu, A. (2019). Active engagement with nature: Outdoor adventure tourism, sustainability and wellbeing. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(9), 1355-1373. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1621883>

- Hernández, A., Alarcón, S., & Ruiz, L. (2022). Segmentation of wine tourism experience in mexican wine regions using netnography. *International Journal of Wine Business Research*, 34(3), 427-446. <https://doi.org/10.1108/ijwbr-02-2021-0010>
- Himmetoğlu, B. & Brotherton, B. (1994). Özel ilgi turizmine amprik bir yaklaşım. *1. Turizm Sempozyumu*, 17-18 Kasım 1994, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları.
- Jin, X. & Sparks, B. (2017). Barriers to offering special interest tour products to the chinese outbound group market. *Tourism Management*, 59, 205-215. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.08.007>
- Jovial, F.A., & Emy, A. (2016). Motivation for ‘consumer–producer’ interactions in tourism: Disintermediation and scope for travel agencies. *Atna Journal of Tourism Studies*, 11(1), 31-45. <https://doi.org/10.12727/ajts.15.3>
- Kiatkawsin, K., Bui, N.A., Hrankai, R., & Jeong, K. (2021). The moderating roles of sensation seeking and worry among nature-based adventure tourists. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(4), 2-18, <https://doi.org/10.3390/ijerph18042021>
- Lee, S., & Bai, B. (2016). Influence of popular culture on special interest tourists’ destination image. *Tourism Management*, 52, Feb., 161-169. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.06.019>
- Lehto, X., Brown, S., Chen, Y., & Morrison, A. (2006). Yoga tourism as a niche within the wellness tourism market. *Tourism Recreation Research*, 31(1), 25-35. <https://doi.org/10.1080/02508281.2006.11081244>
- Li, C., Agyeiwaah, E., Imboden, A., & Lee, Y. (2023). Understanding young Chinese customers’ perceptions of unsafe city image restoration after Covid-19 outbreak. *International Journal of Tourism Cities*, 9(4), 940-959. <https://doi.org/10.1108/ijtc-12-2022-0265>
- Li, S. (2019). Emotional Appeals in Tourism TV Commercials: A Psycho-Physiological Study. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 43(6), 783-806. <https://doi.org/10.1177/1096348019828440>
- Light, D., Richards, S., & Ivanova, P. (2021). Exploring ‘gothic tourism’: A new form of urban tourism?. *International Journal of Tourism Cities*, 7(1), 224-236. <https://doi.org/10.1108/ijtc-01-2020-0012>
- Marsiglio, S. (2018). On the implications of tourism specialization and structural change in tourism destinations. *Tourism Economics*, 24(8), 945-962. <https://doi.org/10.1177/1354816618784788>
- Maxim, C. (2014). Drivers of success in implementing sustainable tourism policies in urban areas. *Tourism Planning and Development*, 12(1), 37-47. <https://doi.org/10.1080/21568316.2014.960599>

- McGladdery, C.A. & Lubbe, B.A. (2017). Rethinking educational tourism: proposing a new model and future directions. *Tourism Review*, 72(3), 319-329. <https://doi.org/10.1108/tr-03-2017-0055>
- McKercher, B., & Chan, A. (2005). How Special Is Special Interest Tourism? *Journal of Travel Research*, 44(1), 21-31. <https://doi.org/10.1177/0047287505276588>
- Novotná, M., Frantál, B., Kunc, J., & Kubíčková, H. (2019). Special interest tourism in the Czech Republic: Introduction and overview. *Czech Journal of Tourism*, 8(1), 49-63. <https://doi.org/10.2478/cjot-2019-0004>
- Özçoban, E. (2020). İnanç turizmi alanında yayımlanan yüksek lisans ve doktora tezlerinin bibliyometrik analizi (1998-2019). *Turkish Studies - Social Sciences*, 15 (3), 1363-1375. <https://doi.org/10.29228/turkishstudies.41530>
- Pan, Q. (2023). The past, present and future of coffee tourism. *Open Journal of Business and Management*, 11(02), 688-703. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2023.112037>
- Patterson, I. R., & Tureay, H. (2020). New developments in promoting tourism in Uzbekistan. *Journal of Tourismology*, 6(2), 201-219. <https://doi.org/10.26650/jot.2020.6.2.0005>
- Petrović, M. D., Gelbman, A., Demirović, D., Gagić, S., & Vuković, D. B. (2017). The examination of the residents' activities and dedication to the local community: An agritourism access to the subject. *Journal of the Geographical Institute "Jovan Cvijic", SASA*, 67(1), 37-52. <https://doi.org/10.2298/ijgi1701037p>
- Pomfret, G. (2019). Conceptualising family adventure tourist motives, experiences and benefits. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 28, 100193. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2018.10.004>
- Pranita, D., Sule, E., & Kaltum, U. (2020). Co-creation of experience for competitive special interest tourism. *Proceedings of the 2nd International Seminar on Business, Economics, Social Science and Technology (ISBEST 2019)*, In Advances in Economics, Business and Management Research, 143, 279-284. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200522.052>
- Rakhmonov, S., & Patterson, I. (2021). The Need for Greater Diversification of Tourism Products in the Samarkand Region of Uzbekistan. *Journal of Tourismology*, 7(2), 241-264. <https://doi.org/10.26650/jot.2021.7.2.1007707>
- Rogerson, C., & Rogerson, J. (2021). Niche tourism in South Africa: A renewed policy focus in the Covid-19 environment. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 39(4 spl), 1379-1387. <https://doi.org/10.30892/gtg.394spl08-781>
- Rogerson, C., & Rogerson, J. (2024). Historical special interest tourism: The evolution of mountaineering in South Africa. *Revista Română De Geografie Politică*, 26(1), 1-13. <https://doi.org/10.30892/rrgp.261101-373>

- Sousa, B. (2020). A theoretical contribution from the perspective of innovation process in wine tourism contexts. *Marketing and Tourism Review*, 4(2). 1.18. <https://doi.org/10.29149/mtr.v4i2.4744>
- Susanto, E., Adiwarna Prawira, M. F., Raharso, S., & Sumardi, V. (2022). Strategic environmental analysis of river-based special interest tourism development in Sukabumi City. *International Journal of Social Science Research and Review*, 5(3), 212-225. <https://doi.org/10.47814/ijssrr.v5i3.227>
- Sutresno, S., & Singgalen, Y. (2023). Digital innovation design of tourism destination marketing website using design thinking method. *Journal of Information Systems and Informatics*, 5(2), 428-444. <https://doi.org/10.51519/journalisi.v5i2.464>
- Tanrisevdi, A., & Çavuş, Ş. (2003) Özel ilgi turizmi ve özel ilgi turizmi kapsamında Kuşadası ve çevresinde var olan potansiyel kaynaklar üzerine kuramsal bir inceleme, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 14, Sayı 1, Bahar, 9-22.
- Vasilieva, A. (2021). Transformation of essential approaches to the semantics of the relationship between recreation and tourism. *E3S Web of Conferences (TPACEE-2021)*, 284, 10007. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202128410007>
- Vianthi, N., & Putra, I. (2022). Evaluation of architectural components in Bayung Gede Village Settlement, Bali as a tourism of special interest. *Astonjadro*, 11(1), 174-197. <https://doi.org/10.32832/astonjadro.v11i1.5939>
- Wang, L., Damdinsuren, M., Qin, Y., Gonchigsumlaa, G., Zandan, Y., & Zhang, Z. (2024). Forest Wellness Tourism Development Strategies Using SWOT, QSPM, and AHP: A Case Study of Chongqing Tea Mountain and Bamboo Forest in China. *Sustainability*, 16(9), 3609. <https://doi.org/10.3390/su16093609>
- Weiler, B. & Firth, T. (2021). Special interest travel: reflections, rejections and reassertions. In: Pforr, C., Dowling, R., Volgger, M. (Eds) *Consumer Tribes in Tourism*. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-15-7150-3_2
- Wen, J., & Wu, M. Y. (2020). How special is special interest tourism and how special are special interest tourists? A perspective article in a Chinese context. *Current Issues in Tourism*, 23(16), 1968–1972. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1750575>
- Wu, C. H., Ho, G. T. S., Lam, C. H. Y., Ip, W. H., Choy, K. L. & Tse, Y. K. (2016). An online niche-market tour identification system for the travel and tourism industry. *Internet Research Journal: Emerald Group Publishing*, 26(1), 167-185. <https://doi.org/10.1108/intr-08-2014-0204>
- Wulandari, W., Ramadani, A., Putri, A., Khairunnisa, H., Shofina, H., & Prasetyo, M. (2022). Special interest tourism activities planning in Cikawari

- Waterfall through risk analysis and tourist interest in visiting. *Journal of Tourism Sustainability*, 2(3), 120-127. <https://doi.org/10.35313/jtospolban.v2i3.60>
- Yaylı, A., & Sürücü, Ö. (2016). *Özel ilgi turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yılmaz, İ. (2019). Bibliometric analysis of bibliometric studies on tourism published in Turkey. *Anais Brasileiros De Estudos Turísticos (Abet, Juiz de Fora-Brasil)*, 9, 1-9. <https://doi.org/10.34019/2238-2925.2019.v9.27111>
- Yuan, J. J., Cai, L. A., Morrison, A., & Linton, S. (2005). An analysis of wine festival attendees' motivations: A synergy of wine, travel and special events? *Journal of Vacation Marketing*, 11(1), 41-58. <https://doi.org/10.1177/1356766705050842>
- Zhang, Y., Moyle, B., Dupré, K., Lohmann, G., Desha, C., & MacKenzie, I. (2023). Tourism and natural disaster management: A systematic narrative review. *Tourism Review*, 78(6), 1466-1483. <https://doi.org/10.1108/tr-08-2022-0377>
- Zhou, G. & Chen, W. (2023). Agritourism experience value cocreation impact on the brand equity of rural tourism destinations in China. *Tourism Review*, 78(5), 1315-1335. <https://doi.org/10.1108/tr-11-2022-0539>
- Zuo, B. & Huang, S. (2017). Revisiting the Tourism-Led Economic Growth Hypothesis: The case of China. *Journal of Travel Research*, 57(2), 151-163. <https://doi.org/10.1177/0047287516686725>

Özel İlgi Turizmi Kapsamında Doğa Turları Rehberliği Alanında Uzmanlaşma

Seda Çiçekli Ayyıldız¹

Özet

Bu çalışmada, özel ilgi turizmi bağlamında doğa turları rehberliği alanında uzmanlaşma konusu hem kapsamlı alan yazın taraması hem de alanda uzmanlaşmış iki doğa turu rehberiyle yapılan görüşmeler aracılığıyla ele alınmıştır. Literatür incelemesi, doğa rehberliğinin yalnızca yön bulma veya bilgi aktarma değil; ekolojik bilinç, kriz yönetimi, liderlik ve sürdürülebilirlik gibi çok katmanlı becerileri kapsayan profesyonel bir uzmanlık alanı olduğunu ortaya koymaktadır. Doğa turlarında rehberin, katılımcı profiline uygun anlatım teknikleri geliştirmesi, grup içi psikolojik dinamikleri yönetebilmesi ve çevreye duyarlı uygulamaları teşvik etmesi gerekmektedir. Görüşmelerden elde edilen bulgular ise kuramsal çerçevenin sahadaki yansımalarını somutlaştırmıştır. Rehberler, güvenlikten ekolojik eğitime, kriz anı liderliğinden grup uyumuna kadar birçok rolü eşzamanlı üstlenmektedir. Yüksek irtifa yürüyüşleri gibi zorlu koşullarda ortaya çıkan psikolojik durumlar, rehberin liderlik ve empati becerilerinin önemini ortaya koymaktadır. Ayrıca, eğitim programlarının sadece teknik bilgiyle sınırlı kalmaması; çevre hukuku, ilk yardım ve çocuklarla iletişim gibi temaları da içermesi gerektiği vurgulanmıştır. Sonuç olarak, doğa turları rehberliğinde uzmanlaşmanın; bireysel niteliklerin ötesinde kurumsal, çevresel ve etik sorumlulukları içeren çok katmanlı bir süreç olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda, doğa rehberliği yalnızca bir meslek değil, insan-doğa ilişkisini dönüştüren bilinçli bir yaşam pratiği olarak değerlendirilmektedir.

Giriş

Bireylerin seyahat motivasyonları günümüzde önemli bir dönüşüm geçirmektedir. Bu dönüşüm, geleneksel turizm anlayışının sınırlarını aşarak, turistlerin özgün, kişiselleştirilmiş ve anlam yüklü deneyimlere yönelmesine

1 Arş. Gör. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü
seda.ciceklyayildiz@ibu.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2897-3253>

neden olmaktadır (Kılıç & Ödemiş, 2024; Yurdakul, 2024). Birçok turist yalnızca bir destinasyonu ziyaret etmekle yetinmemekle beraber destinasyonun kültürel, doğal ve sosyal dokusuyla bütünleşmeyi, yerel yaşama daha yakından temas etmeyi amaçlamaktadır (Özel & Kozak, 2012; Agarwal, Busby & Huang, 2018). Bu eğilim, özel ilgi turizmi kavramının giderek daha fazla önem kazanmasına yol açmıştır (Trauer, 2006).

Özel ilgi turizmi, bireylerin belirli bir ilgi alanı doğrultusunda seyahat etmelerini temel alarak, klasik turizm pratiklerinden ayrılan ve daha derinlemesine deneyimler sunmayı hedefleyen bir yaklaşımdır. Bu seyahat biçimi, modern turist profilinin öne çıkan özellikleri olan anlam arayışı, kültürel katılım ve bireysel farkındalık gibi değerleri temel almaktadır (Trauer, 2006; Cohen, 2011a; Akıncı & Kasalak, 2016). Kültürel miras, gastronomi, sağlık, macera ve doğa gibi çeşitli temalar etrafında şekillenen turizm anlayışı, ziyaretçilere sadece fiziksel mekânları görme imkânı sunmaz aynı zamanda yerel tarih, gelenekler ve yaşam biçimlerine aktif olarak katılım fırsatı da sağlamaktadır. Örneğin bir gastronomi turunda yerel mutfak tekniklerini uygulamalı olarak öğrenmek, bir tarih gezisinde uzman rehberler eşliğinde geçmişin izlerini sürmek ya da doğayla iç içe etkinlikler aracılığıyla sürdürülebilir ekoturizm anlayışını deneyimlemek bu tür deneyimlere örnek teşkil edebilmektedir (Okutan, 2023; Lin, 2024).

Özel ilgi turizminin önemli alt başlıklarından biri olan doğa turizmi, doğal çevreyle etkileşimi, çevresel farkındalığı ve doğayla uyum içinde olmayı ön planda tutan bir turizm türüdür. Bu çerçevede düzenlenen doğa turlarında profesyonel rehberlik hizmeti hem bilgi aktarımı sağlamakta hem de güvenlik, sürdürülebilirlik ilkeleri ve deneyim zenginliği gibi unsurlar açısından kritik bir rol oynamaktadır (Bayram, 2019; Dinç, 2019). Bu bağlamda doğa rehberliği, sadece bir yürüyüş rotasının tarif edilmesinden ibaret olmayan; ekolojik bilgi, acil durum yönetimi, etkili iletişim ve etik farkındalık gibi çok boyutlu uzmanlık alanlarını içeren profesyonel bir meslek olarak değerlendirilmektedir (Ekici Çilkin, 2024; Çiftçi, 2025; Güneş, 2025). Bu kitap bölümünde, özel ilgi turizmi, özel ilgi turizminde turist rehberinin yeri ve önemi, doğa turizmi, doğa rehberliği alanında uzmanlaşma ve Türkiye'nin doğa turizmi potansiyeli ve örnekleri, saha görüşmeleriyle desteklenerek aktarılmıştır.

1. Özel İlgi Turizmi

Turizm endüstrisi, bireylerin yaşam tarzları, tüketim alışkanlıkları ve değer sistemlerindeki değişimlere paralel olarak sürekli bir dönüşüm içerisinde (Demirer & Hatırnaz, 2023). Bu dönüşüm, geleneksel kitlesel

turizm anlayışının sorgulanmasına ve yerine daha bireysel, deneyim temelli, anlam arayışına dayalı alternatif seyahat biçimlerinin benimsenmesine neden olmuştur. Bu bağlamda özel ilgi turizmi, çağdaş turizm anlayışının merkezinde yer alan önemli bir yaklaşım olarak öne çıkmaktadır (Cohen, 2011; Yurdakul, 2024).

Özel ilgi turizmi, turistin kişisel ilgi alanları, hobileri ya da belirli motivasyonları doğrultusunda gerçekleştirdiği bireyselleştirilmiş ve tematik seyahatleri kapsamaktadır (Yılmaz & Akay, 2023; Yurdakul, 2024). Weiler & Hall (1992), bu tür turizmi bireyin bilgi edinme, keşfetme ve içsel tatmin arayışlarıyla şekillenen bir model olarak tanımlarken; Trauer (2006), standart turizm paketlerinin ötesine geçen, anlam yüklü deneyimler sunan bir turizm biçimi olduğunu vurgulamaktadır. Douglas, Douglas & Derrett (2001) ise özel ilgi turizmini, kültürel, doğal ya da sosyal bağlamlarda turistin belirli bir konuda daha derinlemesine bilgi edinme ve deneyim yaşama amacı taşıyan bir seyahat biçimi olarak tanımlamaktadır. Zaman içerisinde çeşitlenen bu yaklaşım, pek çok alt türe ayrılarak geniş bir tematik zemin kazanmıştır. Doğa ve çevre temelli turizm (eko-turizm, jeoturizm, biyoturizm, api turizm), kültürel temelli turizm (geleneksel sanatlar, müzik, arkeoloji, edebiyat), bilim ve eğitim turizmi (botanik gezileri, astronomi turları), doğa turizmi (trekking, rafting, dağcılık) ve sağlıklı yaşam ile ruhsal dönüşüm temelli turizm (meditasyon, yoga, wellness) bu çeşitliliğin başlıca örneklerini oluşturmaktadır. Bu alt türlerin ortak noktası, aktif katılım, özelleşmiş içerik ve yüksek düzeyde etkileşim gerektirmeleridir (Göktaş, Çetin & Kızılırmak, 2017 ; Suna, 2018; Tırlı, 2018 ; Yılmaz & Akay, 2023; Lin, 2024; Kılıç & Ödemiş, 2024).

Tablo 1. Özel İlgi Turizmi Kategorileri

Boyut	Tanım	Örnek Turizm Türleri
Psikolojik	Bireyin zihinsel ve fiziksel olarak rahatlama, sağlığını destekleme	Termal turizm, Meditasyon kampları, Yoga inzivaları, Sağlık çiftlikleri
Duygusal	Kişisel bağ kurma, nostalji ya da manevi deneyimler yaşama	Hac turizmi, Doğa yürüyüşü kampları, Ruhsal arınma rotaları
Kültürel	Farklı toplumların yaşam biçimlerini tanıma ve deneyimleme	Mutfak atölyesi turizmi, Etnik festivaller, Somut olmayan miras turları
Kişisel Gelişim	Yeni beceriler kazanma ve bilgi edinme	Dil öğrenme turları, Yazarlık kampları, El sanatları atölyeleri, Arkeoloji gezileri

Kaynak: Agarwal, Busby & Huang (2018) çalışması temel alınarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Özel ilgi turizmi postmodern bireyin kimlik inşası, öğrenme isteği ve anlam üretme ihtiyacına yanıt veren deneyim odaklı bir turizm türü olarak öne çıkmaktadır (Pine & Gilmore, 2013; Akıncı & Kasalak, 2016; Çulha, 2020; Yurdakul, 2024). Bu nedenle, bu turizm biçimi sıklıkla alternatif turizm kavramıyla ilişkilendirilmiştir. Şafaklı & Erkurt (2002), özel ilgi turizmini, güneş-deniz-kum odaklı klasik turizm anlayışına alternatif olarak değerlendiren; Tsartas, Manologlou & Markou (2001), onu alternatif turizmin bir alt kategorisi olarak sınıflandırmaktadır. Ancak özel ilgi turizmini yalnızca alternatif bir biçim olarak tanımlamak yetersiz kalabilir. Özel ilgi turizmi, bireyin seyahat deneyimini sadece bir tüketim eylemi olmaktan çıkararak, ziyaret edilen doğal ve kültürel çevreye aktif biçimde katılımını teşvik eden bir perspektif sunmaktadır. Bu yönüyle aktif turizm anlayışıyla da örtüşmektedir. Ziyaret edilen doğal ve kültürel çevreyle etkileşimi önceleyen bu anlayış, çevresel sürdürülebilirliği, yerel topluluklarla iletişimi ve sorumlu turizmi merkeze almaktadır (Agarwal, Busby & Huang, 2018; Yurdakul, 2024). Kitlesel turizmle karşılaştırıldığında, özel ilgi turizminin çeşitli açılardan farklılaştığı görülmektedir. Kitlesel turizm, çoğunlukla dinlenme ve eğlence odaklı, yüzeysel deneyimlere dayalı, homojen hizmetlerin sunulduğu büyük ölçekli yapılarla karakterize edilmektedir. Buna karşın özel ilgi turizmi, bilgi edinme, keşfetme ve kişisel gelişim gibi derin motivasyonlara dayanmaktadır (Kozak, Evren & Çakır, 2013; Agarwal, Busby & Huang, 2018). Bu doğrultuda, bu tür turizme katılan bireyler araştırma, öğrenme ve anlamlandırma süreçlerine aktif olarak katılan özneler olarak değerlendirilmektedir (Moscardo, 1996 ; Akıncı & Kasalak, 2016).

Deneyim ekonomisinin yükselişiyle birlikte özel ilgi turizmi, kuş gözlemciliğinden gastronomiye, eko-turizmden su altı keşiflerine kadar çeşitli niş alanlara ayrılmıştır (Pine & Gilmore, 2013; Akıncı & Kasalak, 2016). Bu çeşitlenme, hem destinasyonların sunduğu turizm ürünlerini zenginleştirmekte hem de bireylerin özgün ve kişiselleştirilmiş deneyim taleplerine yanıt vermektedir. Genellikle küçük ölçekli ve bireyselleştirilmiş gruplar hâlinde gerçekleştirilen özel ilgi turları, hizmet sunumunun esnek ve katılımcı odaklı olmasına imkân tanımaktadır (Richards, 2011; Akıncı & Kasalak, 2016; Agarwal, Busby & Huang, 2018). Bu yeni seyahat paradigması içerisinde, turist rehberlerinin rolü köklü biçimde yeniden tanımlanmıştır (Bayram, 2019; Celep, 2022). Geleneksel turizm anlayışında genel olarak bilgi aktarıcı bir figür olarak konumlanan rehberler, özel ilgi turizmi kapsamında çok daha aktif ve etkileşimli bir rol üstlenmektedir. McDonnell (2001) rehberin bu yeni işlevini bir kültürel aracı olarak tanımlamaktadır. Weiler & Black (2015) tarafından ise rehberler, deneyim tasarımcısı ve sürdürülebilir turizmin etkin aktörleri olarak da tanımlanmaktadır. Bu bağlamda, turist

rehberliği, özel ilgi turizminin başarısında belirleyici bir unsur hâline gelmiş ve deneyimsel turizm anlayışının merkezinde konumlanmıştır (Bayram, 2019; Celep, 2022).

1.1. Özel İlgi Turizminde Turist Rehberlerinin Önemi

Özel ilgi turizminde rehberlik, yalnızca bilgi aktarımına dayalı bir süreç olmaktan öteye geçerek turistin deneyimini yönlendiren, anlamlandıran ve zenginleştiren çok katmanlı bir rol üstlenmektedir (Celep, 2022). Rehber; anlatıcı, kolaylaştırıcı, eğitici, lider ve koruyucu kimlikleriyle seyahat deneyimini bütüncül bir perspektiften şekillendirmektedir (Cohen, 1985). Örneğin, doğa temelli turlarda rehber çevresel bilgi aktarımına ek olarak katılımcıların ekosisteme saygılı davranmasını teşvik edebilmektedir. Bu yönüyle rehberlik hem deneyimin niteliğini artıran hem de sürdürülebilir turizm anlayışına katkı sağlayan stratejik bir unsur hâline gelmektedir (Bayram, 2019; Dinç, 2019; Ekici Çilkin, 2024).

Özel ilgi turizminin doğası gereği, katılımcılar belirli bir alana yoğun ilgi duyan ya da bu konuda bilgi sahibi bireylerdir (Akıncı & Kasalak, 2016; Celep, 2022; Yurdakul, 2024). Bu durum, rehberlerin alanlarına dair derinlemesine bilgi sahibi olmalarını zorunlu kılmaktadır. Genel bilgilerle sınırlı rehberlik hizmetleri, özel ilgi turizmi kapsamında yeterli görülmemektedir (Celep, 2022). Örneğin, bir kuş gözlem turu rehberinin kuş türleri, göç yolları ve ekosistem üzerine kapsamlı bilgi sunması beklenirken, botanik temalı bir gezide endemik türlerin tanıtımı ve ekolojik süreçlerin açıklanması rehberin uzmanlık gerektiren görevlerinden biri hâline gelmektedir (Black & Weiler, 2005; Özer, 2021). Sürdürülebilirlik ve etik sorumluluk, turist rehberliğinin bir diğer kritik unsuru olarak görülmektedir. Hassas çevresel ve kültürel bölgelerde gerçekleşen özel ilgi turları, rehberin sürdürülebilir davranışları teşvik eden bir eğitmen rolünü de üstlenmesini gerekli kılmaktadır. Flora ve fauna ile teması sınırlamak, doğaya zarar vermemek, atık bırakmamak gibi sürdürülebilirlik ilkeleri rehberler aracılığıyla katılımcılara aktarılabilir (Ballantyne & Packer, 2011; Bayram, 2019; Ekici Çilkin, 2024).

Deneyimsel öğrenme, özel ilgi turizminin temel unsurlarından biri olup, turistlerin yalnızca gözlem yapmasını değil, aktif olarak öğrenmesini ve katılım sağlamasını amaçlamaktadır (Çulha, 2020). Bu bağlamda rehberler, bilginin aktarımını aşarak, deneyimsel öğrenme süreçlerini destekleyen, etkileşimli anlatım, yerinde gözlem, soru-cevap oturumları ve uygulamalı etkinlikler aracılığıyla katılımcıların öğrenme düzeyleri artıran bireyler olarak görülmektedir (Weiler & Black, 2015; Celep, 2022). Bu durum bütüncül yaklaşımla ele alındığında, özel ilgi turizminde rehberlik; deneyim

tasarlayan, eğiten, sürdürülebilirliği destekleyen ve destinasyon yönetimi ile güçlü bağlar kuran çok yönlü bir profesyonellik olarak karşımıza çıkmaktadır (Akpınar & Avcı, 2021 ; Celep, 2022).

2. Doğa Turizmi

Doğa turizmi temel olarak, doğal alanların ziyaret edilmesine dayanan, sürdürülebilirlik ilkeleriyle uyumlu bir turizm türü olarak tanımlanmaktadır (Tür, 2023). Kavram olarak doğa turizminin literatürde yaygın bir biçimde kullanılmaya başlaması 1980'li yıllara dayanmaktadır. Bu dönemde çevresel farkındalığın artmasıyla birlikte, alternatif turizm türleri arasında doğaya dayalı turizm biçimleri ön plana çıkmıştır (Korkmaz, 2001). Doğa turizmi kavramının ilgili alan yazın içerisinde ilk sistematik kullanımlarından biri Valentine (1992) tarafından gerçekleştirilmiştir. Valentine (1992), doğa turizmini, ziyaretçilerin temel motivasyonunun doğada bulunma arzusu olduğu ve bu doğrultuda doğal çevrede rekreasyonel deneyimler yaşadığı bir turizm biçimi olarak tanımlamaktadır. Bu tanım çerçevesinde doğa temelli turizm, doğal çevrenin başlıca çekicilik kaynağı olduğu, ziyaretçilerin bu çevreyi deneyimleme amacıyla seyahat ettikleri bir faaliyet alanı olarak öne çıkmaktadır. Milli parklar, doğal rezervler, dağlık alanlar, ormanlar ve kıyı ekosistemleri gibi insan etkisinin görece sınırlı olduğu alanlar, bu tür turizmin başlıca mekânlarını oluşturmaktadır. Doğa temelli turizmin ayırt edici özellikleri arasında, faaliyetlerin doğrudan doğal ortamlarda gerçekleşmesi ve katılımcıların doğaya yönelik güçlü bir motivasyona sahip olması yer almaktadır (Valentine, 1992). Aynı dönemde Ceballos-Lascrain (1996), ekoturizm tanımı içerisinde doğa temelli turizmi alt başlık olarak ele almış ve doğa temelli aktivitelerin çevresel eğitim ve sürdürülebilirlik ile bağlantısını vurgulamıştır. Newsome, Moore & Dowling (2002), doğa turizmini, doğal alanlarda, doğal çekiciliklere yönelik düzenlenen turizm faaliyetleri olarak tanımlamaktadır. Bu tanımda turizmin içeriğinden çok, gerçekleştiği doğal bağlam vurgulanmaktadır. Honey (2008) doğa turizmini, doğayı birincil çekim kaynağı olarak gören, doğal alanların korunmasını ve yerel halkın refahını öncileyen bir turizm biçimi olarak tanımlamaktadır. Bu tanımlardan yola çıkarak, doğa turizmini; doğal mekânlarda gerçekleşen aktivitelerle sürdürülebilirlik, yerel halkın katılımı ve çevre eğitimi gibi çok katmanlı bileşenleri içeren bir alan olarak değerlendirmek mümkündür (Fredman, Wall-Reinius & Grundén, 2012; Winter, Selin, Cervený & Bricker, 2019).

Doğa temelli turizmin tarihsel kökenleri, Endüstri Devrimi sonrasında hızla artan kentleşme ve modernleşme süreçlerine kadar uzanmaktadır. Bu süreçle birlikte, doğadan kopan bireylerde doğal ortama duyulan özlem giderek artmış; doğa hem ruhsal bir sığınak hem de estetik bir arayışın

mekânı olarak görülmeye başlanmıştır (Runte, 1997). Özellikle 19. yüzyılda Avrupa’da ortaya çıkan romantizm akımı, doğayı yücelten bir bakış açısının gelişmesine neden olmuş ve bu durum bireylerin kırsal, dağlık ve doğal alanlara yönelmesini beraberinde getirmiştir (Macnaghten & Urry, 1998). Bu dönemde, İngiltere ve İsviçre gibi ülkelerde ilk organize doğa gezileri ve dağcılık kulüpleri kurmuştur. Böylece doğa turizminin kurumsallaşma süreci başlamıştır (Hall & Page, 2006). Amerika Birleşik Devletleri’nde 1872’de kurulan Yellowstone Ulusal Parkı, dünyanın ilk ulusal parkı olarak doğa turizminin kurumsal temellerinden biri olarak kabul edilmektedir (Runte, 1997; Kurdoğlu, 2007; Sezen, 2017). Türkiye’de doğa turizmi, özellikle 2000’li yıllardan itibaren turizm anlayışının çeşitlenmesiyle birlikte önemli bir ivme kazanmıştır. Bu gelişmeye paralel olarak, doğa rehberliği alanındaki hizmet kalitesini artırmak amacıyla çeşitli sertifikasyon programları uygulanmaya başlanmıştır (Şahinkoç & Yüksel, 2020). Ülkede doğa temelli rekreasyon faaliyetlerinin öncülerinden biri olarak kabul edilen Yozgat Çamlığı Milli Parkı, 1958 yılında kurulmuş ve bu alandaki ilk örneklerden biri olmuştur (Yıldırım, Çoban & Taşkın, 2018; Kılıç & Kervankıran, 2019). 1980’li yıllardan itibaren artan çevresel farkındalıkla birlikte, doğa turizmi kalkınma politikaları ve sürdürülebilir turizm yaklaşımları doğrultusunda giderek daha fazla önem kazanmıştır (Çalışkan & Uzun, 2023). Günümüzde ise doğa turizmi, küresel turizm gelirleri içerisinde kayda değer bir paya sahiptir. Özellikle COVID-19 pandemisinin ardından, kitle turizmine alternatif arayışlar hız kazanmış; doğayla iç içe, daha az kalabalık ortamlarda gerçekleşen turizm türlerine yönelik talepte belirgin bir artış yaşanmıştır (Türker, 2020; Gössling, Scott & Hall, 2021).

Doğa turizmi kapsamında öne çıkan etkinlikler arasında yürüyüş (trekking), kuş gözlemciliği, dağcılık, kampaçılık, yamaç paraşütü, botanik gezileri, foto-safari ve vahşi yaşam izleme gibi faaliyetler yer almaktadır. Bu faaliyetlerin gerçekleştirilmesi sırasında doğal alanların korunması, ziyaretçi yönetimi ve rehberlik hizmetlerinin niteliği gibi faktörler kritik öneme sahiptir (Korkmaz, 2001; Batman & Demirel, 2015 ; Erken, Atanur & Tanrıöver, 2019). Birçok ülkede doğa temelli turizm, kırsal kalkınma ve çevresel koruma politikalarıyla bütünleşmiş bir şekilde uygulanmaktadır. Ayrıca doğa rehberliği mesleği de profesyonelleşmekte ve standartlaştırılmaktadır. Doğa temelli turizmin profesyonelleşmesi, küresel düzeyde geliştirilen standartlar ve sertifikasyon programlarıyla desteklenmektedir. Örneğin, Global Sustainable Tourism Council, sürdürülebilir turizm için küresel kriterler belirleyerek rehberlerin çevresel ve toplumsal sorumluluklarını teşvik etmektedir (Global Sustainable Tourism Council, 2025). Adventure Travel Guide Standard ise doğa ve macera rehberlerinin güvenlik, çevresel hassasiyet ve katılımcı deneyimi

konularında profesyonel hizmet sunmalarını amaçlamaktadır (Adventure Travel Trade Association, 2025). Avustralya merkezli EcoGuide Certification programı da doğa rehberlerinin sürdürülebilirlik ve çevre eğitimi konularında yetkinliğini belgelemektedir (Ecotourism Australia, 2025).

Doğa rehberliği, doğa temelli turizm faaliyetleri kapsamında turistlere çevresel bilgi, güvenlik, yönlendirme ve yorumlama hizmeti sunmakta olan profesyonel bir uzmanlık alanıdır. Bu rehberlik türü yalnızca yol gösterme faaliyetiyle sınırlı kalmamakta; katılımcıların doğal çevreyle kurduğu etkileşimi yönlendirmekte, çevresel farkındalığı artırmakta ve sürdürülebilir turizm ilkelerine hizmet eden çok boyutlu bir disiplini ifade etmektedir (Weiler & Black, 2015; Bayram, 2019; Dinç, 2019).

3. Doğa Rehberliği ve Profesyonel Doğa Turu Rehberleriyle Görüşme Notları

Doğa turları rehberliği, yalnızca fiziksel yeterlilik gerektiren bir faaliyet olmaktan ziyade; psikolojik dayanıklılık, doğayla kurulan derin bağ ve grup dinamiklerine yönelik kavrayış gerektiren çok boyutlu bir uzmanlık alanı olarak tanımlanmaktadır. Rehberlerin bu alanda uzmanlaşmaları, turistlerin deneyim kalitesini arttırmakla beraber doğal alanların sürdürülebilir kullanımı açısından da kritik rol oynamaktadır (Sumanapala, Weerakoon & Dayawansa, 2023). Bu çerçevede, doğa rehberliği alanında aktif olarak çalışan Güneş (2025)² ve Çiftçi (2025)³ ile yapılan görüşmeler, literatürde ifade edilen kuramsal çerçevelerin uygulamadaki yansımalarına dair önemli ipuçları sunmaktadır.

Çiftçi'ye (2025) göre doğa yürüyüşü rehberliğinde öncelikli olarak doğayı tanıyan, anlayan ve koruyan kişilik özellikleri öne çıkmaktadır. Ekolojik detayları fark edebilen, katılımcıların güvenliğinden sorumluluk alabilen ve gerektiğinde soğukkanlılığını koruyabilen bireyler bu meslekte başarı sağlayabilmektedirler. Benzer şekilde de doğa yürüyüşü rehberlerinin doğaya duyarlı, çevresel farkındalığı yüksek, soğukkanlı ve sorumluluk sahibi bireyler olması gerektiğini ifade etmektedir. Rehberin doğada yön bulma, liderlik ve etkili iletişim becerilerine sahip olması gerektiğini vurgulayan Çiftçi (2025), doğaya dair temel bilgilerin yanı sıra ilkyardım gibi hayati müdahale becerilerinin de olmazsa olmaz olduğunu belirtmektedir. Suryana (2022), doğa rehberlerinin etkili olabilmesi için yalnızca bilgiye değil, sahada oluşabilecek çeşitli psikolojik durumlara da

2 Güneş, Z., T. (2025). 10.05.2025 tarihinde yazar tarafından doğa turları rehberliği alanında uzmanlaşmaya yönelik yapılan görüşme.

3 Çiftçi, B. (2025). 10.05.2025 tarihinde yazar tarafından doğa turları rehberliği alanında uzmanlaşmaya yönelik yapılan görüşme.

hazırlıklı olmaları gerektiğini belirtmektedir. Ön, Akyurt Kurnaz ve Güzel (2021), rehberin tur öncesi, sırası ve sonrasındaki görevlerini belirleyerek, profesyonel bir doğa rehberinin liderlik, kriz yönetimi ve eğitim gibi birden fazla rolü aynı anda üstlendiğini vurgulamaktadır.

Güneş'in (2025) ifadesine göre, doğa rehberliğinde uzmanlaşmak isteyen bireylerde bulunması gereken temel bilgi ve beceriler harita okuma ve yön bulma yetisi, ilk yardım bilgisi, iletişim ve liderlik becerileri, ekolojik bilinç şeklindedir. Bu beceriler yalnızca bireysel nitelikleri değil, rehberin grup dinamiklerini yönetme becerisini de kapsamaktadır. Nitekim Dinç (2019) doğa rehberliğini, yalnızca bir alan bilgisi değil; çok yönlü ve bütünleşmiş bir uzmanlık gerektiren mesleki bir faaliyet olarak tanımlamaktadır. Bu bağlamda, bir doğa rehberinin, görev yaptığı bölgenin doğal özelliklerine, özellikle flora ve fauna çeşitliliğine ilişkin kapsamlı bilgiye sahip olması beklenmektedir. Aynı şekilde, güzergâh boyunca izlenecek rota ve parkurlar hakkında teknik yeterliliğe ulaşmış olması; rotaların zorluk dereceleri, arazi yapısı ve erişilebilirlik gibi konulara hâkimiyet geliştirmesi gerekmektedir (Dinç, 2019; Ekici Çilkin, 2024). *Çiftçi (2025) de benzer şekilde, doğa rehberliği eğitimlerinin yalnızca temel yön bulma ya da kampçılık gibi teknik konularla sınırlı kalmaması gerektiğini, bu eğitimin sürdürülebilir turizm ilkeleri, ekoturizm, botanik, zooloji, çevre hukuku, çocuklarla çalışma gibi çok çeşitli bilgi alanlarını içermesi gerektiğini ifade etmektedir.*

Güneş (2025), doğa yürüyüşlerine katılan grupların oldukça heterojen olduğunu belirtmektedir. Katılımcılar genellikle spora ilgi duyan ve beden farkındalığı yüksek bireyler olsa da aynı grupta doğada deneyimli yürüyüşçülerle bu alana yeni adım atanların bir araya gelmesi sık rastlanan bir durumdur. Bu durum, rehberin hem rota hem de iletişim stratejilerini katılımcı profiline göre esnetmesini zorunlu kılmaktadır. Deneyimli yürüyüşçülere daha teknik bilgi ve fiziksel zorluklar sunulurken, deneyimsiz katılımcılar için daha fazla psikolojik destek ve temel doğa bilgisi gerekmektedir. Güneş, yüksek irtifada gerçekleşen bir yürüyüş sırasında gruptaki bir katılımcının yükseklik korkusu nedeniyle ciddi bir panik tepkisi verdiğini belirterek, rehberin yalnızca fiziksel değil, psikolojik süreçleri de yönetme yeterliliğine sahip olması gerektiğini vurgulamaktadır. Korku gibi duyguların grup içinde bulaşıcı olabileceğini bu nedenle rehberin sakin, kendinden emin ve yönlendirici bir tavır sergilemesinin elzem olduğunu da ifade etmektedir. Bu örnek, Güzel ve Köroğlu'nun (2014) rehberin liderlik ve aracılık rollerinin tur deneyimini doğru bir şekilde şekillendirdiğine dair bulgularını da sahada doğrulamaktadır. Kök ve Akyurt Kurnaz (2020), Bolu'nun yürüyüş yolları üzerinden yaptıkları çalışmada da bölgesel farklılıkların hem destinasyon yönetimini hem de rehberlerin uzmanlaşma alanlarını etkilediğini belirtmektedir.

Çiftçi'nin (2025) ifadesine göre, rehberin karşılaştığı sorunlar yalnızca doğadan değil, katılımcılardan da kaynaklanabilmektedir. Fiziksel yetersizlik, uygun olmayan ekipman kullanımı, grup içi anlaşmazlıklar ve rehberin yönlendirmelerine uyulmaması gibi durumlar sıkça yaşanmaktadır. Öte yandan, organizasyonel eksiklikler; rota planlamasındaki yetersizlikler, rehberin deneyim eksiklikleri ve iletişim hataları gibi çeşitli başlıklar altında toplanabilmektedir. Çiftçi (2025) doğaya verilen zararın azaltılması konusunda da önemli bir unsura dikkat çekmektedir. Bu unsur; "Leave No Trace" (İz Bırakma) ilkelerinin benimsenmesidir. Bu kapsamda, katılımcılara çevre farkındalığı kazandırılması, sınırlı katılımcı sayısı ile belirlenmiş patikalarda kalınarak yapılan yürüyüşler, atıkların doğadan uzaklaştırılması ve kamp faaliyetlerinde doğal kaynakların tasarruflu kullanılması temel ilkelerdendir. Ayrıca yerel halkla uyumlu sürdürülebilir turizm uygulamaları da doğa rehberliğinin çevresel etkilerini en aza indirmede önemli bir rol oynamaktadır.

Doğa rehberi, yalnızca coğrafi yönlendirme yapan bir kişi değil; ekolojik sistemler, yerel flora ve fauna, jeolojik oluşumlar ve kültürel peyzaj hakkında bilimsel, kültürel ve estetik içerik sunan bir anlatıcı ve eğitmenidir. Bu bağlamda doğa rehberleri, çevresel eğitim ile doğa koruma arasında köprü kuran bir arabulucu niteliği taşımaktadır (Beaumont, 2001; Ballantyne, Packer & Falk, 2011; Bayram, 2019; Dinç, 2019). Doğa rehberleri, yerine getirdikleri dört temel işleve dayalı olarak doğa turizminin sürdürülebilirliğine önemli katkılar sunmaktadır:

- **Eğitici İşlev:** Doğa rehberleri, katılımcılara ekolojik süreçler, biyoçeşitlilik ve doğal alanların korunma gerekliliği hakkında bilgi sunmakta; bu yolla çevresel farkındalığın gelişmesine katkı sağlamaktadır. Özellikle nesli tehlike altında olan türlerin tanıtımı ve habitatların sürdürülebilirliği konusunda aktarılan bilgiler, ekolojik bilincin oluşmasına yardımcı olmaktadır (Ballantyne, Packer & Falk, 2011; Dinç, 2019; Çiftçi, 2025; Güneş, 2025).
- **Yorumlayıcı İşlev:** Rehberler, doğada gözlemlenen unsurları yalnızca betimlemekle kalmamakta; aynı zamanda bu unsurların ardında yer alan bilimsel, kültürel ve estetik anlamları da açıklamaktadır. Bu işlev, katılımcıların deneyimini zenginleştirmekte ve doğayla kurulan bağın güçlenmesine olanak tanımaktadır (Ham & Weiler, 2002).
- **Koruyucu İşlev:** Rehberler, turistlerin doğaya zarar verebilecek davranışlarını önleyerek ekosistemlerin korunmasına katkıda bulunmaktadır. Çevreye duyarlı tutum ve davranış modelleri sergileyerek katılımcıları çevre dostu uygulamalara yönlendirerek

sürdürülebilir turizm anlayışını desteklemektedir (Orams, 1996; Wearing & Neil, 2009; Dinç, 2019; Çiftçi, 2025; Güneş, 2025).

- Güvenlik Sağlayıcı İşlev: Doğa temelli turizm faaliyetleri, çeşitli güvenlik risklerini içerebilmektedir. Dağcılık, yürüyüş, kamp ve kano gibi etkinliklerde doğa rehberleri; güzergâh planlamasından ilk yardıma, ekipman kontrolünden kriz anı yönetimine kadar pek çok alanda sorumluluk üstlenmektedir. Bu sayede, katılımcılara güvenli, sağlıklı ve keyifli bir doğa deneyimi sunulmasına olanak sağlamaktadırlar (Dinç, 2019; Çiftçi, 2025; Güneş, 2025).

Sonuç olarak doğa rehberleri, sürdürülebilir turizm, çevre eğitimi ve doğa koruma politikalarının sahada somutlaşmasını sağlayan önemli bir unsurlardır. Rehberin bilgi düzeyi, iletişim becerisi ve etik yaklaşımı, doğa temelli turizmin hem katılımcı deneyimi hem de çevresel etkileri açısından belirleyici olmaktadır.

3.1. Doğa Turları Rehberliğinde Uzmanlaşma

Turist rehberliğinde uzmanlaşma, rehberlerin belirli bir tematik ya da bölgesel alanda derinleşmesini sağlayarak, mesleki yeterliliği ve hizmet kalitesini artırmaktadır (Celep, 2022). Akpınar & Avcı (2021) göre, uzmanlaşma eğitimleri rehberlerin mesleki niteliğini güçlendiren önemli bir araçtır. Ancak bu eğitimlerin çoğu zaman bölgesel ihtiyaçlara göre planlanmaması ve içerik açısından yetersiz kalması, sertifikaların sektördeki karşılığını zayıflatmaktadır. Bu nedenle, uzmanlaşmaya yönelik programların bölgesel gereksinimler doğrultusunda yeniden yapılandırılması, sürdürülebilir ve nitelikli bir rehberlik hizmeti için gereklidir (Kök & Akyurt, Kurnaz, 2020).

Doğa temelli turizm türlerinin artmasıyla birlikte, bu alanlarda hizmet verecek nitelikli doğa rehberlerine olan ihtiyaç da giderek artmaktadır. Doğa rehberliği yalnızca bir parkur yürüyüşünden ibaret olmayıp; katılımcılara ekolojik, jeolojik, kültürel ve tarihi bilgi aktarımı yapan, çevre farkındalığını güçlendiren çok yönlü bir uzmanlık alanıdır (Bayram, 2019; Dinç, 2019; Ekici Çilkin, 2024). Bu nedenle doğa turları alanında uzmanlaşmak, belirli eğitim süreçlerinden geçmeyi ve mevzuata uygun yeterlilik belgeleri edinmeyi gerektirmektedir.

3.1.1. Turist Rehberliği Programları

Türkiye’de doğa turları alanına ilk adım genellikle turist rehberliği lisans programları ile atılmaktadır. Bu programlarda özellikle “alternatif turizm türleri”, “sürdürülebilir turizm”, “doğa eğitimi” “doğada

yaşam” gibi seçmeli dersler aracılığıyla öğrenciler doğa turizmi alanında yönlendirilmektedir. Çeşitli üniversitelerde açılan Ekoturizm Rehberliği Yüksek Lisans programlarıyla beraber doğa rehberliğine ilgili öğrenciler daha da uzmanlaşabilmektedir (Akyurt & Ültay, 2022).

3.1.2. TUREB ve Rehber Odaları Tarafından Düzenlenen Programlar

Doğa turlarında uzmanlaşmanın önemli bir diğer boyutu, meslek örgütleri tarafından yürütülen eğitim, denetim ve kapasite geliştirme faaliyetleridir. Türkiye’de profesyonel turist rehberliği mesleği, 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu çerçevesinde düzenlenmektedir. Bu kapsamda, rehberlerin mesleki yeterliliklerinin korunması, geliştirilmesi ve etik standartlarının sürdürülmesi Türkiye Turist Rehberleri Birliği (TUREB) ve ona bağlı yerel rehber odaları eliyle yürütülmektedir. TUREB, doğa turları ve alternatif turizm alanlarında uzmanlaşmak isteyen rehberlere yönelik hizmet içi eğitim seminerleri, panel ve atölyeler düzenlemekte; ayrıca korunan alanlarda yapılacak rehberlik faaliyetleriyle ilgili rehberleri bilgilendirmektedir. Kurum, aynı zamanda Bakanlık ve ilgili kamu otoriteleriyle koordineli olarak koruma-tanıtım dengesi doğrultusunda politika önerileri de geliştirmektedir (TUREB, 2025). Örneğin, Türkiye genelinde faaliyet gösteren rehber odaları arasında İstanbul Rehberler Odası (İRO), doğa turlarına yönelik çalışmalar bakımından öne çıkan kurumlardan biridir. İRO bünyesinde faaliyet gösteren Doğa Yürüyüş Komisyonu hem meslek içi eğitimler hem de sahada uygulamalı doğa yürüyüş etkinlikleri düzenlemektedir. Ayrıca doğa rehberlerine destek olmak amacıyla İRO, İBB ve İTP iş birliğiyle Adalar Doğa ve Kültür Yürüyüş Rotaları Projesi hazırlanmıştır. Bu faaliyetlerin amacı, rehberlerin doğa içinde anlatım becerilerini geliştirmesi, doğada yön bulma, katılımcı güvenliği, flora-fauna bilgisi gibi konularda uygulamalı deneyim kazanmasıdır (İRO, 2023).

3.1.3. Doğa Rehberliği Sertifika Programları

Türkiye’de doğa yürüyüş liderliği, dağcılık rehberliği ve kuş gözlem rehberliği gibi spesifik alanlara yönelik sertifika programları bulunmaktadır. Bu programlar genellikle aşağıdaki kurumlar tarafından düzenlenmektedir:

Türkiye Dağcılık Federasyonu (TDF): Yaz ve kış dağcılığı, kaya tırmanışı ve dağ yürüyüşü rehberliği gibi alanlarda teknik eğitimler sunmaktadır. Rehber adayları belirli seviye kurslara katılarak federasyon onaylı belge alabilmektedir (<https://tdf.tr/>).

Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü (DKMP): Alan kılavuzluğu eğitimleriyle, özellikle korunan alanlarda görev alacak rehberlerin flora-fauna bilgisi, doğada güvenlik, ilk yardım gibi konularda uzmanlaşması sağlanmaktadır (T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, 2014).

Sivil Toplum Kuruluşları: Kuş gözlemciliği, doğa fotoğrafçılığı ve doğa temelli çevre eğitimi gibi konularda kısa süreli ve nitelikli eğitim programları sunmaktadır. Örneğin, Doğa Derneği ve Kuş Araştırmaları Derneği gibi kuruluşlar kuş gözlem rehberliği alanında uzmanlık eğitimi sunmaktadır (Doğa Araştırmaları, 2025).

3.1.4. Alan Kılavuzluğu ve Yasal Mevzuat

Doğa turlarında görev alacak kişiler için bazı alanlarda “alan kılavuzluğu” zorunlu hale gelmiştir. Bu rehberler, özellikle milli parklar, özel çevre koruma bölgeleri ve Ramsar alanları gibi koruma statüsü yüksek sahalarda görev alırken ekolojik dengeye zarar verilmemesi, ziyaretçilerin eğitilmesi ve yönlendirilmesi açısından kritik bir rol üstlenmektedirler. Alan kılavuzları, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü tarafından açılan eğitimlere katılarak sertifika almakta ve belirli sahalarda sınırlandırılmış bir yetkiyle çalışmaktadırlar. Bu, doğa rehberliğinin kamu denetimi altında uygulanmasını sağlamaktadır (T.C. Orman Bakanlığı Alan Kılavuzu, 2014).

Türkiye’de doğa rehberliği giderek daha profesyonel bir yapıya kavuşmakta; eğitim ve sertifikasyon süreçleri aracılığıyla sürekli olarak gelişmektedir. Bu alanda uzmanlaşmak, yalnızca bilgi edinmek değil; doğayla etik bir ilişki kurmak, katılımcılara etkili anlatım sunmak ve güvenliği sağlamak gibi önemli unsurları içeren kapsamlı bir süreçtir. Doğa turları rehberliği; bilgi aktarımının ötesine geçerek liderlik, empati, kriz yönetimi ve çevresel farkındalık gibi birçok beceriyi bir araya getirmeyi gerektirir. *Güneş (2025) ve Çitçi’nin (2025) saha deneyimleri de doğa rehberliğinin bir meslekten öte, doğayla sürdürülebilir ve sorumlu bir yaşam biçimi olduğunu göstermektedir.*

4. Türkiye’nin Doğa Turizm Potansiyeli

Türkiye, zengin biyolojik çeşitliliği, farklı iklim tiplerine ev sahipliği yapan coğrafi yapısı ve barındırdığı kültürel miras öğeleriyle doğa turizmi ve doğa rehberliği açısından kayda değer bir potansiyele sahiptir. Bu potansiyelin etkin bir biçimde değerlendirilmesinde ise millî parklar, özel çevre koruma bölgeleri, Ramsar alanları ve uzun mesafe yürüyüş rotaları gibi doğal alanlar, belirleyici unsurlar olarak öne çıkmaktadır (Demir, 2013; Bandoğlu, 2015; Erken, Atanur & Tanrıöver, 2019).

4.1. Milli Parklar

Tarım ve Orman Bakanlığı'nın 2025 yılı verilerine göre Türkiye genelinde 49 milli park bulunmaktadır. Bu alanlar hem biyolojik çeşitlilik hem de kültürel değerleriyle doğa turizmi ve rehberliği açısından önemli cazibe merkezleridir (T.C. Orman Bakanlığı, 2025). Bunlardan birkaçı aşağıdaki gibidir;

Yozgat Çamlığı Milli Parkı (Yozgat): Türkiye'nin ilk milli parkı olan bu alan, 264 hektarlık bir bozkır çam ormanını içermektedir. 500 yıla ulaşan yaşlı çam ağaçları ile çevre eğitimi temelli rehberli yürüyüşler ve kamp faaliyetleri için uygundur (Kılıç & Kervankıran, 2019 ; Yozgat Valiliği, 2025).

- Küre Dağları Milli Parkı (Kastamonu-Bartın): Türkiye'nin ilk PAN Parks (Protected Area Network) sertifikalı milli parkı olan bu alan, Batı Karadeniz'in bozulmamış orman ekosistemini yansıtmaktadır. 157 endemik bitki türü, 48 memeli türü ve çok sayıda kuş türüyle dikkat çekmektedir. Yaban hayatı gözlemi, botanik turları, orman içi trekking ve kültürel köy ziyaretleri burada öne çıkan faaliyetler arasındadır (Görmüş, 2012; T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, 2025a).
- Köprülü Kanyon Milli Parkı (Antalya): 1973 yılında koruma altına alınan ve 366 km²'lik alanı kapsayan park, rafting, kaya tırmanışı, doğa yürüyüşü ve jeolojik formasyonların gözlemi gibi macera turizmi odaklı etkinliklere ev sahipliği yapmaktadır (Çelik, 2019; Mansuroğlu & Dağ, 2020).
- Abant Gölü Tabiat Parkı (Bolu): 1.328 metre rakımda yer alan ve çevresi sık ormanlarla kaplı bu göl, doğa fotoğrafçılığı, kuş gözlemciliği, kampçılık ve sezonluk flora gezileri açısından büyük potansiyele sahiptir (Müderrişoğlu ,Yerli, Turan & Duru, 2005; T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, 2025b).
- Yedigöller Milli Parkı (Bolu): Yedi heyelan gölü ile meşhur bu park, mevsimsel renk geçişleri, orman ekosistemleri ve çeşitli yaban hayatı ile tanınmaktadır. Patika yürüyüşleri, kampçılık, kuş gözlemciliği ve doğa eğitim kampları bu alanda yapılabilecek başlıca etkinliklerdir. Doğa rehberliği açısından iyi işaretlenmiş yürüyüş yolları ve ziyaretçi merkezleri sayesinde planlı ve sürdürülebilir faaliyetler mümkündür (Göktaş & Kızılırmak, 2017; T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, 2025c).

4.2. Özel Çevre Koruma Bölgeleri

Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı'nın 2025 verilerine göre Türkiye'de 19 adet ÖÇKB bulunmaktadır. Bu bölgeler, hassas ekosistemlerin

korunması ve sürdürülebilir kullanımının sağlanması amacıyla belirlenmiştir (T.C Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2025). Doğa rehberliği açısından bu alanlar, özgün ekolojik yapıların tanıtılması ve korunmasına yönelik eğitim odaklı turlar için elverişlidir. Bu alanda ön plana çıkan birkaç örnek aşağıdaki şekildedir;

- Köyceğiz-Dalyan ÖÇKB (Muğla): Caretta caretta ve Nil kaplumbağalarının üreme alanı olan bölge, tekne turları, lagün gözlemi, sazlık alanlarda kuş gözlemciliği ve kıyı temizliği gibi bilinçlendirici doğa etkinlikleriyle öne çıkmaktadır (Kaya, Aslan & Yılmaz, 2011; T.C Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2025a).
- Pamukkale ÖÇKB (Denizli): Termal turizm ile kültürel mirasın kesiştiği bu alanda traverten oluşumlarının jeolojik yapısı ve sıcak su kaynakları doğa rehberliği ile anlatılabilmektedir (Önez, 2018; T.C Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2025b).
- Tuz Gölü ÖÇKB (Konya-Aksaray-Ankara): Türkiye'nin en büyük tuzlu göllerinden biri olan bu alan, flamingolar başta olmak üzere birçok kuş türüne ev sahipliği yapmaktadır. Kuş gözlem kuleleri ve fotoğraf rotaları ile doğa rehberliği açısından önemli bir merkezdir (Çanga, 2020; T.C Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2025c).

4.3. Ramsar Alanları ve Sulak Alanlar

Türkiye, Ramsar Sözleşmesi'ne 1994 yılında taraf olmuş ve bu kapsamda 14 sulak alanı koruma altına almıştır. Toplam 184.487 hektarlık bu alanlar, biyoçeşitlilik açısından kuş gözlemciliği ve doğa turları gibi özel ilgi turları açısından değer taşımaktadır (T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, 2025a). Bu alanlardan bazıları aşağıdaki gibidir;

- Göksu Deltası (Mersin): Göksu Deltası, Mersin'in Silifke ilçesinde yer alan ve 1994 yılında Ramsar Alanı ilan edilen 15.000 hektarlık geniş bir kıyı deltasıdır. Akdeniz'in en önemli sulak alanlarından biri olan Göksu, tatlı su, tuzlu su, lagün, sazlık ve kumul ekosistemlerini bir arada barındıran nadir alanlardan biridir. Alanda bugüne dek 330'un üzerinde kuş türü tespit edilmiştir. Delta, kuş gözlemciliği rehberliği gibi birçok unsuru içerisinde barındırmaktadır (Karabulut, 2015; Birdir, Çiçekli Ayyıldız & Birdir, 2024; T.C Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2025d).
- Milleyha Kuş Cenneti (Hatay): Hatay'ın Samandağ ilçesinde yer alan Milleyha Kuş Cenneti, henüz Ramsar listesine dahil edilmemiş olsa

da Türkiye'nin ulusal öncelikli sulak alanları arasında yer almakta ve Önemli Kuş Alanı (IBA) olarak tanımlanmaktadır. Asî Nehri'nin Akdeniz'e döküldüğü deltaya yakın konumu sayesinde, özellikle ilkbahar ve sonbahar göç dönemlerinde çok sayıda kuş türüne ev sahipliği yapmaktadır. Bölgede tespit edilen kuş türü sayısı 270'i aşmakta olup, bu durum alanın uluslararası ölçekte korunması gerektiğini göstermektedir. Doğa rehberliği açısından Milleyha, yerel sivil toplum kuruluşları ve üniversitelerin iş birliğiyle gerçekleştirilen kuş sayımları, tür tanıma eğitimleri ve habitat izleme gezileri gibi bilimsel temelli etkinlikler için önemli bir uygulama alanı sunmaktadır (Kayıkçı, Atahan, Gül, Atahan, Gül, 2021; T.C Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2025c).

- Aladağ Göleti (Bolu): Bolu merkez ilçeye bağlı Aladağ ormanları içinde yer almakta olup, çevresindeki orman ekosistemiyle birlikte hem kuş gözlemi hem de flora-fauna eğitimi açısından ideal bir doğa rehberliği alanıdır. Gölet çevresi, özellikle ilkbahar ve sonbaharda göçmen kuşların konaklama alanı olarak işlev görmektedir (Kiniş & Duyar, 2017; T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, 2025d).
- Yeniçağa Gölü (Bolu): Bolu'nun doğusunda, Dörtdivan ile Yeniçağa ilçeleri arasında yer almakta ve Türkiye'nin önemli kuş alanlarından biri olarak tanımlanmaktadır. Alan, sazlıklar, tatlı su habitatı ve çevresindeki tarım alanlarıyla su kuşları için önemli bir üreme ve beslenme sahasıdır. Yeniçağa Gölü çevresinde doğa rehberliği kapsamında kuş gözlem rotaları, yerel tarım-kültür etkileşimi ve ekolojik farkındalık yürüyüşleri gibi etkinlikler gerçekleştirilmeye uygundur (Eken, Bozdoğan, İsfendiyaroğlu, Kılıç & Lise, 2006; T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, 2025c).

4.4. Doğa Rotaları

Türkiye, uzun mesafe yürüyüş yolları, dağcılık parkurları ve kıyı rotaları açısından oldukça zengindir (Kültür Rotaları Derneği, 2025). Doğa rehberliği uygulamaları bu rotalarda hem doğa eğitimi hem de kültürel aktarım için önemli bir araç olarak görülmektedir. Bunlardan birkaç tanesi aşağıda şekildedir:

- Likya Yolu (Muğla- Antalya): Türkiye'nin güney kıyılarında, Muğla'nın Fethiye ilçesinden başlayarak Antalya'nın Geyikbayırı köyüne kadar uzanan Likya Yolu, yaklaşık 760 kilometrelik uzunluğu ve ortalama 29 gün süren yürüyüş süresiyle Türkiye'nin ilk uzun mesafeli yürüyüş rotasıdır. Eski Roma yolları, antik patikalar ve geleneksel katır yolları

üzerine kurulu olan bu işaretli rota, genel olarak kayalık ve taşlık bir zemine sahiptir. Bu nedenle yürüyüşe uygun olmakla birlikte dağ bisikleti için elverişli değildir. Likya Yolu güzergâhı boyunca Olympos, Xanthos, Patara ve Myra gibi antik kent kalıntıları, Akdeniz maki florası, kıyı ekosistemleri ve yüksek biyolojik çeşitlilikle iç içe geçmiştir. İlkbahar (Şubat–Mayıs) ve sonbahar (Eylül–Kasım) ayları yürüyüş için en elverişli dönemler olup, yaz aylarında bölgenin yüksek sıcaklıkları nedeniyle uzun yürüyüşler önerilmemektedir. Doğa rehberliği açısından Likya Yolu, sadece doğal peyzaj gözlemleriyle sınırlı kalmayıp antik yol mimarisi, taş işçiliği, yerel mitolojiler ve halk anlatılarına da yer veren bütüncül bir anlatı zemini sunmaktadır. Ayrıca güzergâh üzerinde çeşitli toplu taşıma imkânları ve yüzme, kano, yamaç paraşütü gibi doğa temelli etkinlik seçenekleri bulunmakta; bu da rotayı doğa turizmi açısından çok yönlü bir destinasyon hâline getirmektedir (Kurar & Kavacık, 2022; Tunç & Yıldırım, 2024; Kültür Rotaları Derneği, 2025a).

- Kaçkarlar Yolu (Rize–Artvin): Doğu Karadeniz’de Rize ve Artvin illeri arasında yer alan Kaçkar Dağları, 3.937 metreye ulaşan zirveleriyle Türkiye’nin en yüksek dağ silsilelerinden biridir. Milli park statüsündeki bu bölge, zengin bitki örtüsü, buzul gölleri, şelaleler ve geleneksel yayla yerleşimleriyle dikkat çekmektedir. Bölgede, ana Kaçkar geçitlerini kapsayan ve 3 ila 6 gün süren sekiz uzun yürüyüş rotası ile Hevek Vadisi çevresinde yönlendirme tabelalarıyla donatılmış sekiz günübirlik parkur bulunmaktadır. Haritalanmış ve yürüyüşe uygun hale getirilmiş bu rotalar, genellikle orta-zor zorluk derecesine sahiptir. Alçak kesimlerdeki yollar Haziran’dan itibaren yaklaşık altı ay boyunca açık olmakla birlikte, yüksek geçitlerde Haziran ayında kar ayakkabısı gerekebilir; kar örtüsü ise genellikle Temmuz-Eylül döneminde tamamen erimektedir. Kaçkarlar, yaz aylarında rehberli dağ yürüyüşleri, kamp faaliyetleri ve yayla kültürünü içeren turlarla öne çıkabilmektedir. Doğa rehberleri, bu bölgede jeomorfolojik oluşumları, endemik bitki türlerini ve geleneksel mimari unsurları aktarmada önemli bir rol üstlenmektedir (Zaman & Birinici, 2009; Akçin, İslam, Pelit & Yavuz, 2010; Zaman, 2018; Kültür Rotaları Derneği, 2025b).
- Ağrı Yürüyüş Rotaları (Ağrı- Iğdır): Türkiye’nin en yüksek zirvesi olan Ağrı Dağı, 5.137 metrelik rakımıyla yalnızca bir dağcılık merkezi değil, aynı zamanda yüksek irtifa doğa rehberliği açısından stratejik öneme sahip bir destinasyondur. Ağrı ve Iğdır illeri sınırlarında yer alan dağ gerek volkanik kökenli jeolojik yapısıyla gerekse Nuh’un

Gemisi anlatısı gibi mitolojik öğelerle kültürel ve doğal değerlerin iç içe geçtiği özgün bir coğrafya sunmaktadır. Temmuz ve Eylül ayları arasında gerçekleştirilen rehberli zirve tırmanışları, yüksek fiziksel dayanıklılık gerektirirken, katılımcılara zengin bir doğa ve kültür öğrenme ortamı sağlamaktadır. Büyük ve Küçük Ağrı Dağları'nın yanı sıra bölgedeki Süphan ve Köse Dağları da tırmanış rotaları açısından çeşitlilik sunmakta; Balık ve Küp Gölleri gibi doğal alanlar ise flora, fauna ve peyzaj gözlemleri için rehberli turlar kapsamında değerlendirilebilmektedir. Bölge, vaşak, yaban keçisi ve çeşitli yırtıcı kuş türleri gibi yaban hayatı unsurlarına ev sahipliği yapmaktadır. Ayrıca Urartu medeniyetine ait eski kalıntılar, dağların eteklerine yayılmış kale yapıları ve 17. yüzyıldan kalma İshak Paşa Sarayı gibi tarihî miraslar, doğa rehberlerinin kültürel anlatıları desteklemesi açısından güçlü anlatım materyalleri oluşturmaktadır. Tüm bu nitelikleriyle Ağrı Dağı ve çevresi, doğa turizmi ve kültürel miras odaklı rehberlik etkinlikleri bakımından uluslararası potansiyel taşıyan nadir alanlardan biridir (Bayram, Şam & Demirel, 2024 ; Kültür Rotaları Derneği, 2025c).

Sonuç ve Öneriler

Bu bölümde, doğa turları rehberliğinin özel ilgi turizmi bağlamındaki yeri ve önemi kuramsal literatür ve saha deneyimleri ışığında değerlendirilmektedir. Bulgular, doğa rehberliğinin yalnızca güzergâh bilgisi aktarmakla sınırlı olmadığını; ekolojik bilgi sunumu, grup dinamiği yönetimi, kriz anlarında liderlik ve çevresel farkındalık gibi çok boyutlu yeterlilikler gerektirdiğini göstermektedir.

Bu uzmanlık alanı, bireysel bilgi ve becerilerin yanı sıra, bölgesel farklılıkları gözetken eğitim programları, yasal çerçeveler ve sektörel ihtiyaçlarla doğrudan ilişkilidir. Nitelikli bir doğa rehberinin başarılı olması, yalnızca rota bilgisine sahip olmakla değil; flora ve fauna bilgisi, ilk yardım becerileri, sürdürülebilirlik ilkeleri, çevre hukuku ve katılımcı psikolojisi gibi çeşitli alanlarda yetkinlik kazanmasıyla mümkündür. Bu çok katmanlı yapı, mesleği yalnızca teknik bir görev olmaktan çıkararak, sorumluluk bilinci gerektiren bir yaşam biçimine dönüştürmektedir. Uzmanlaşmış doğa rehberleri, turistik deneyimin kalitesini artırırken, çevresel sürdürülebilirliği destekleyen uygulamalar geliştirmekte, yerel kültürlerin korunmasına katkı sağlamakta ve ekoturizmin etik temellerini güçlendirmektedir. Bu çerçevede, doğa rehberliği sadece turizm odaklı bir meslek değil, insan ve doğa arasındaki bilinçli ilişkiyi sahada temsil eden bir uzmanlık alanı olarak değerlendirilmelidir.

Bu doğrultuda geliştirilen öneriler aşağıdaki gibidir:

- Doğa rehberliği eğitim programlarının içerikleri bölgesel ihtiyaçlara göre yenilenmeli; ekoturizm, çevre hukuku, iletişim stratejileri, ilk yardım ve liderlik gibi konular ders müfredatlarına entegre edilmelidir.
- Rehber adaylarının saha deneyimi kazanmasını desteklemek amacıyla uygulamalı eğitimler, kamp ortamları ve gerçek doğa koşullarında simülasyonlar içeren programlar teşvik edilmelidir.
- Mevcut sertifika programları kalite ve kapsam açısından yeniden değerlendirilmeli, belirli standartlar oluşturularak rehberlerin sürekli mesleki gelişimini destekleyen hizmet içi eğitimler sağlanmalıdır.
- Tur gruplarının farklı yapıları göz önünde bulundurularak, rehberlere iletişim ve anlatım teknikleri konusunda eğitim verilmelidir.
- Yerel halk ile iş birliği teşvik edilerek, doğa rehberleri aracılığıyla ekoturizm uygulamalarının bölgesel kalkınmaya katkısı artırılmalıdır.
- Doğa rehberliği kapsamında, kültürel miras ve arkeoloji unsurlarını içeren hikâye anlatıcılığı temelli eğitimler verilmelidir. Bu sayede doğa rehberlerinin anlatım becerileri gelişirken, ziyaretçilerin çevresel ile kültürel farkındalık düzeyleri önemli ölçüde artabilir.
- Üniversitelerde doğa turizmi ve rehberliği alanında lisansüstü eğitim programları açılarak akademik bilgi üretimi desteklenmeli, bilimsel altyapı güçlendirilmelidir.

Kaynakça

- Agarwal, S., Busby, G., & Huang, R. (2018). Special interest tourism: An introduction. In S. Agarwal, G. Busby & R. Huang (Ed.), *Special interest tourism: concepts, contexts and cases*. (pp. 1-17). CABI.
- Akbayır, A. H., Elitez, B., Bozkurt, E., Kartal, Ş., & Garip, Y. A. (2025). *Likya Yolu'nun açılış süreci ve turizme kazandırılması* (Öğrenci projesi, Bilkent Üniversitesi). Bilkent Üniversitesi Açık Erişim Arşivi. <https://hdl.handle.net/11693/116017>
- Akçin, Ö., İslam, A., Pelit, B., & Yavuz, C. (2010). Doğu Karadeniz Bölgesi'nin agroekoturizm açısından değerlendirilmesi. *I. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi: 23-44*, Nevşehir
- Akıncı, Z., & Kasalak, M. A. (2016). Sürdürülebilir turizm yönetimi açısından özel ilgi turizminin yeri ve önemi. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (1), 161-182.
- Akpınar, A., & Avcı, N. (2021). Turist rehberliğinde uzmanlaşma: uzman rehberlere yönelik bir durum çalışması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(2), 755-787. <https://doi.org/10.16953/deusosbil.817730>
- Akyurt, H., & Ültay, E. (2022). Ekoturizm ve ekoturizm rehberliği eğitimi lisansüstü tezlerinin bibliyometrik analizi. *Dünya Multidisipliner Araştırmalar Dergisi*, 5(2), 56-70.
- Ballantyne, R., & Packer, J. (2011). Using tourism free-choice learning experiences to promote environmentally sustainable behaviour: The role of post-visit 'action resources'. *Environmental Education Research*, 17(2), 201-215. <https://doi.org/10.1080/13504622.2010.530645>
- Ballantyne, R., Packer, J., & Falk, J. (2011). Visitors' learning for environmental sustainability: Testing short-and long-term impacts of wildlife tourism experiences using structural equation modelling. *Tourism Management*, 32(6), 1243-1252. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.11.003>
- Bandeoğlu, Z. (2015). Türkiye'de kültür turizmi potansiyeli üzerine bir değerlendirme. *Kabramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(02), 155-168.
- Batman, Z. P., & Demirel, Ö. (2015). Altındere Vadisi Meryemana Deresi güzergâhında doğa temelli turizm etkinliği: yamaç paraşütü. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 5(11), 13-26.
- Bayram, G. E. (2019). Turist rehberleri bakış açısıyla ekoturizm: algı, sorumluluk ve rollerin tespitine yönelik bir araştırma. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 6(1), 81-91. <https://doi.org/10.31771/jrtr.2019.17>
- Bayram, M., Şam, C. T., & Demirel, N. (2024). Ağrı Dağı ve spor turizminin bölge ekonomisine katkısı. *Research in Sport Education and Sciences*, 26(1), 26-30. <https://doi.org/10.62425/rses.1460105>

- Beaumont, N. (2001). Ecotourism and the conservation ethic: Recruiting the uninitiated or preaching to the converted? *Journal of Sustainable Tourism*, 9(4), 317–341. <https://doi.org/10.1080/09669580108667405>
- Birdir, S. S., Ayyıldız, S. Ç. & Birdir, K. (2024). Mersin ili kuş gözlemciliği: Göksu Deltası. İçinde Atasoy, A. (Ed.) *Silifke (Mersin) Turizmi* içinde, (ss. 135-156). Ankara: Nobel Akademik
- Black, R., & Weiler, B. (2005). Ecotour guiding. In R. Buckley (Ed.), *Environmental impacts of ecotourism* (pp. 38–55). CABI Publishing.
- Ceballos-Lascurain, H. (1996). Tourism, Ecotourism, and Protected Areas: The State of Nature-Based Tourism Around the World and Guidelines for Its Development. IUCN.
- Celep, O. (2022). Özel ilgi turlarında rehber ihtiyacı kapsamında uzmanlaşma eğitimi. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 5(1), 27-45. <https://doi.org/10.34090/tured.1127771>
- Cohen, E. (1985). The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5–29.
- Cohen, E. (2011). Contemporary tourism: Diversity and change. Emerald Group Publishing.
- Cohen, S. A. (2011a). “Lifestyle travellers: Backpacking as a way of life.” *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1535–1555.
- Çalışkan, S. E. A., & Uzun, O. (2023). Ekoturizm’in Türkiye ve dünyadaki gelişimi. *Kent Akademisi*, 16(2), 989-1002. <https://doi.org/10.35674/kent.1189580>
- Çanga, A. Ç. (2020). Tuz Gölünde rekreasyonel turizm olanaklarının belirlenmesi. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 51(1), 21-31. <https://doi.org/10.17097/ataunizfd.585677>
- Çelik, H., Y. (2019). Köprülü Kanyon Milli Parkı, İçinde, Kozak, N. (Editör), Online Türkiye Turizm Ansiklopedisi, <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/koprulu-kanyon-milli-parki> (Erişim tarihi: 22.05.2025).
- Çiftçi, B. (2025). 10.05.2025 tarihinde yazar tarafından doğa turları rehberliği alanında uzmanlaşmaya yönelik yapılan görüşme.
- Çulha, O. (2020). Turizmde deneyim ekonomisi uygulamaları. *Alanya Akademik Bakış*, 4(2), 495-519. <https://doi.org/10.29023/alanyaakademik.699160>
- Demir, A. (2013). Sürdürülebilir gelişmede yükselen değer; biyolojik çeşitlilik açısından Türkiye değerlendirmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 12(24), 67-74.
- Demirer, D., & Hatırnaz, B. (2023). Alternatiflik mi, aşırılığa mı? turizm çeşitlerinin son güncel durumu. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 32–62.

- Dinç, N. T. (2019). Doğa turları rehberliği alanında uzmanlaşma. İçinde Güzel, Ö. & Koroğlu, Ö. (Ed.) *Turist rehberliğinde uzmanlaşma, özel ilgi turlarından özel konulara* (ss.311-336). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Douglas, N., Douglas, N., & Derret, R. (2001). Special interest tourism. Melbourne, Australia: Wiley.
- Eken, G., Bozdoğan, M., İsfendiyaroğlu, S., Kılıç, D.T., Lise, Y. (Ed.). 2006. *Türkiye'nin önemli doğa alanları*. Doğa Derneği, Ankara, I. Cilt, 224-225.
- Ekici Çilkin, R. (2024). Ekoturizm rehberliği. İçinde Apaydın, F. (Ed.), *Doğa turizmi* (ss. 219-232). Nobel Yayıncılık.
- Erken, K., Atanur, G., & Tanrıöver, A. A. (2019). Bursa florasının doğa turizmi potansiyeli. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 20(1), 92-101.
- Fredman, P., Wall-Reinius, S., & Grundén, A. (2012). The nature of nature in nature-based tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 12(4), 289-309.
- Göktaş, L. S., & Kızılırmak, İ. (2017). Bolu Yedigöller Milli Parkı'nın glamping turizmi potansiyeli açısından değerlendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(4), 43-51.
- Göktaş, L. S., Çetin, G., & Kızılırmak, İ. (2017). Özel ilgi turizmi olarak glamping turizminin mevcut durumu: Bir örnek olay analizi araştırması, 4. *Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı*, 107-120.
- Görmüş, S. (2012). Korunan alan planlama stratejilerinin değerlendirilmesi: Kastamonu-Bartın Küre Dağları milli parkı örneği. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 14 (1. Special Issue), 37-48.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2021). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Güneş, Z., T. (2025). 10.05.2025 tarihinde yazar tarafından doğa turları rehberliği alanında uzmanlaşmaya yönelik yapılan görüşme.
- Güzel, F. Ö., & Koroğlu, Ö. (2014). Turist rehberlerinin liderlik ve aracılık rollerinin tur deneyimine etkisi: Doğa turları üzerine bir araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(31), 1-20.
- Hall, C. M., & Page, S. J. (2006). The geography of tourism and recreation (4th ed.). London: Routledge
- Ham, S., & Weiler, B. (2002). Interpretation as the centrepiece of sustainable wildlife tourism. In R. Harris, T. Griffin & P. Williams (Eds.), *Sustainable tourism: A global perspective* (pp. 35-44). Butterworth-Heinemann.
- Honey M. (2008). Ecotourism and sustainable development: who owns paradise? Washington, DC: Island Press

- Karabulut, M. (2015). Farklı uzaktan algılama teknikleri kullanılarak Göksu deltası göllerinde zamansal değişimlerin incelenmesi. *Journal of International Social Research*, 8(37), 347-363.
- Kaya, L. G., Aslan, F., & Yılmaz, B. (2011). Muğla-Dalyan turizminin özel çevre koruma bölgesi üzerine etkileri. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(3), 255-266.
- Kayıkçı, S., Atahan, A., Gül, O., Atahan, M., Gül, M., (2021). Milleyha sulak alanının biyoçeşitliliği ve güncel durum raporu. *Antakya Doğa Sanat ve Turizm Derneği & Subaşı Kuş ve Kelebek Gözlem Derneği*, 45 s, Hatay.
- Kılıç, M., & Kervankıran, İ. (2019). Türkiye’de milli parkçılığın kısa bir hikâyesi: Yozgat Çamlığı Milli Parkı örneği. *Türk Coğrafya Dergisi*, (72), 21-34. <https://doi.org/10.17211/tcd.463690>
- Kılıç, M., & Ödemiş, M. (2024). Özel ilgi turizmi kapsamında eski Gümüşhane’nin (Süleymaniye’nin) değerlendirilmesi. *Erciyes Akademi*, 38(1), 184-202. <https://doi.org/10.48070/erciyesakademi.1418155>
- Kiniş, S., & Duyar, A. (2017). Bolu Aladağ yaylacılarının ekoturizme yaklaşımı. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(6), 59-70.
- Korkmaz, M. (2001). Orman kaynaklarında doğa turizmi etkinliklerinin ekonomik çözümlemeleri. *Turkish Journal of Forestry*, 2(1), 111-134.
- Kozak, M. A., Evren, S., & Çakır, O. (2013). Tarihsel süreç içinde turizm paradigması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 7-22.
- Kök, A., & Akyurt Kurnaz, H. (2020). Doğa rehberliğine bir nefes: Bolu’nun yürüyüş yolları. *Turist Rehberliği Nitel Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 66-78.
- Kurar, İ., & Kavacık, M. (2022). Alternatif turizm kapsamında Likya Yolu ve rekreasyon aktiviteleri. *Journal of History, Culture & Art Research/Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 11(4), 1-23.
- Kurdoğlu, O. (2007). Dünyada doğayı koruma hareketinin tarihsel gelişimi ve güncel boyutu. *Arvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 8 (1), 59-76.
- Lin, M. P. (2024). Gastronomy tourism, cultural heritage, and quality of life: evidences from Taiwan and Catalonia. *Via. Tourism Review*, (25). <https://doi.org/10.4000/123hm>
- Macnaghten, P., & Urry, J. (1998). *Contested natures*. SAGE Publications, London.
- Mansuroğlu, S., & Dağ, V. (2020). Antalya’daki korunan alanlarda turizm ve rekreasyon etkinliklerine bağlı kullanım sorunları: Köprülü Kanyon Milli Parkı örneği. *Peyzaj Araştırmaları ve Uygulamaları Dergisi*, 2(2), 85-95.
- McDonnell, I. (2001). The role of the tour guide in transferring cultural understanding. Working paper no. 3, School of leisure, sport and tourism, University of Technology Sydney.

- Moscardo, G. (1996). Mindful visitors: Heritage and tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 376–397. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00068-2](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00068-2)
- Müderrişoğlu, H., Yerli, Ö., Turan, A. A., & Duru, N. (2005). ROS rekreasyonel fırsat dağılımı yöntemi ile Abant Tabiat Parkı'nda kullanıcı memnuniyetinin belirlenmesi. *Journal of Agricultural Sciences*, 11(04), 397-405.
- Newsome, D., Moore, S. A., & Dowling, R. K. (2002). *Natural Area Tourism: Ecology, Impacts and Management*. Channel View Publications.
- Okutan, Y. A. (2023). Yaratıcı Turizmin Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Değerlendirilmesi. *Journal of New Tourism Trends*, 4(2), 1-15. <https://doi.org/10.58768/joinntt.1316640>
- Orams, M. B. (1996). A conceptual model of tourist–wildlife interaction: The case for education as a management strategy. *Australian Geographer*, 27(1), 39–51. <https://doi.org/10.1080/00049189608703172>
- Ön, F., Akyurt Kurnaz, H., & Güzel, Ö. (2021). Doğa turu deneyimi ve doğa yürüyüşü yönetimi: Turist rehberlerinin perspektifinden fenomenolojik bir çözümleme. *Turizm Akademik Dergisi*, 8(2), 191–206.
- Öncz, Z. (2008). Özel çevre koruma bölgeleri yönetim sorunları kapsamında: Pamukkale Özel Çevre Koruma Bölgesi. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 3(1), 55-73.
- Özel, Ç. H., & Kozak, N. (2012). Motive based segmentation of the cultural tourism market: A study of Turkish domestic tourists. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 13(3), 165-186.
- Özer, O. (2021). Kayseri Hürmetçi Sazlığının ornito turizm potansiyelinin değerlendirilmesi. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 3(1), 37-54. <https://doi.org/10.51525/johti.926528>
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2013). The experience economy: past, present and future. In *Handbook on the experience economy* (pp. 21-44). Edward Elgar Publishing.
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225–1253. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>
- Runte, A. (1997). National parks: The American experience (3rd ed.). University of Nebraska Press.
- Sezen, J. (2017). Türkiye ve dünyada korunan alanlara yönelik çevre bilincinin önemi. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (IBAD)*, 2(2), 165-177.
- Sumanapala, A. P., Weerakoon, D. K., & Dayawansa, N. D. K. (2023). Enhancing tour guide training for delivering nature-based tourism experiences in a developing country. *Tourism and Hospitality Research*, 23(1), 3–17. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2023.2253561>

- Suna, B. (2018). Api turizm'in Türkiye'deki yeri ve önemi. *Uludağ Arıcılık Dergisi*, 18(1), 42-51.
- Suryana, M. (2022). A systematic literature review of tour guide performance. *Journal of Tourism Sustainability*, 2(2), 71-78.
- Şafaklı, O. V., & Erkurt, B. (2002). Alternatif turizm türleri ve Kuzey Kıbrıs için öneriler. *EMU Journal of Tourism Research*, 3(1), 43-56.
- Şahinkoç, E. M., & Yüksel, Ö. (2020). Türkiye'de turizm çeşitlendirmesi gerekliliği ve küresel salgın sürecinde gerçekleştirilebilecek alternatif turizm türleri. *Current Debates on Social Sciences* 5, 147-160.
- Tırıl, A. (2018). Bir özel ilgi turizmi olarak edebiyat turizmi ve Türkiye'nin edebiyat turizmi potansiyeli. *International Journal of Social And Humanities Sciences*, 2(2), 161-184.
- Topdağ, C., & Urker, O. (2024). Türkiye'de biyokaçakçılığa ilişkin mücadele yönetimi hakkında güncel değerlendirme. *Anadolu Orman Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 16-25. <https://doi.org/10.53516/ajfr.1415028>
- Trauer, B. (2006). Conceptualizing special interest tourism—frameworks for analysis. *Tourism management*, 27(2), 183-200.
- Tsartas, P., Manologlou, E., & Markou, A. (2001). Domestic tourism in Greece and special interest destinations: The role of alternative forms of tourism. *Anatolia*, 12(1), 35-42. <https://doi.org/10.1080/13032917.2001.9686997>
- Tunç, T., & Yıldırım, E. (2024). Doğal ve kültürel peyzaj değerleri ile alternatif turizm rotaları: Finike, Antalya. *Journal of Agriculture Faculty of Ege University*, 61(4), 501-517. <https://doi.org/10.20289/zfdergi.1456452>
- Tür, E. (2023). Doğa turizmi kapsamında Kaz dağlarını ziyaret eden turistlerin yaptıkları çevrimiçi yorumların incelenmesi: TripAdvisor örneği. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 1-27.
- Türker, G. Ö. (2020). Covid-19 salgını turizm sektörünü nasıl etkiler? Turizm akademisyenleri perspektifinden bir değerlendirme. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(2), 207-224.
- Valentine, P. (1992). Nature-based tourism. In *Special Interest Tourism* (pp. 105-127). Belhaven Press
- Wearing, S., & Neil, J. (2009). Ecotourism: Impacts, potentials and possibilities? (2nd ed.). Butterworth-Heinemann.
- Weiler, B., & Black, R. (2015). *Tour guiding research: Insights, issues and implications*. Channel View Publications.
- Weiler, B., & Hall, C. M. (1992). *Special interest tourism*. Belhaven Press.
- Winter, P. L., Selin, S., Cervený, L., & Bricker, K. (2019). Outdoor recreation, nature-based tourism, and sustainability. *Sustainability*, 12(1), 81.

- Yıldırım, M., Çoban, O., & Taşkın, A. K. (2018). Yozgat Doğa Sporları Potansiyelinin Bölge Ekonomisine Katkısı 3. Uluslararası Bozok Sempozyumu, Yozgat.
- Yılmaz, İ., & Akay, E. (2020). Özel ilgi turizminde şarap turizmi. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 13(2), 83-94.
- Yurdakul, D. (2024). Özel ilgi turizminde yeni eğilimler: Değişen tüketici ve tüketici toplulukları motivasyonları. İçinde Aslan, Ö. F. & Küçükali, A. (Eds.), *Sosyal, iktisadi, beşerî ve yönetim alanları perspektifinde sorunlara bakış 3* (ss. 103–120). Efe Akademi Yayıncılık.
- Zaman, M. (2008). Fırtına deresi havzası ve Kaçkar Dağları Milli Parkı'nın alternatif turizm açısından önemi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(2), 1-33.
- Zaman, M., & Birinici, S. (2009). Kaçkar Dağları'nda alternatif bir turizm aktivitesi: Heliski (Dağ Kayağı). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(2), 33-46.

İnternet Kaynakları

- Adventure Travel Trade Association. (2025). *Adventure Travel Guide Standard*. <https://learn.adventuretravel.biz/guide-standard> (Erişim Tarihi: 17.05.2025).
- Doğa Araştırmaları. (2025). Doğa'ya yönelik yapılan çeşitli projeler ve eğitimler <https://dogaarastirmalari.org.tr/tamamlanan-projeler/> (Erişim Tarihi: 18.05.2025).
- Ecotourism Australia. (2025). EcoGuide Certification. <https://savannah-guides.com.au/tour-guide-training/ecoguide-certification/> (Erişim Tarihi: 17.05.2025).
- Global Sustainable Tourism Council. (2025). GSTC Criteria, Standards, and Certification. <https://www.gstcouncil.org/> (Erişim Tarihi: 17.05.2025).
- İstanbul Rehberler Odası [İRO]. (2023). *Doğa Yürüyüş Komisyonu Eğitim Takvimi*. <https://www.iro.org.tr> (Erişim Tarihi: 17.05.2025).
- Kültür Rotaları Derneği (2025). Tüm Rotalar <https://cultureroutesinturkey.com/tr/tum-rotalar/> (Erişim Tarihi: 17.05.2025).
- Kültür Rotaları Derneği (2025a). Likya Yolu. <https://cultureroutesinturkey.com/tr/likya-yolu/> (Erişim Tarihi: 18.05.2025).
- Kültür Rotaları Derneği (2025b). Kaçkarlar Yolu <https://cultureroutesinturkey.com/tr/kackarlar/> (Erişim Tarihi: 18.05.2025).
- Kültür Rotaları Derneği (2025c). Ağrı Yürüyüş Rotaları. <https://cultureroute-sinturkey.com/tr/agri-dag/>
- T.C Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı (2025). Özel Çevre Koruma Bölgeleri <https://ockb.csb.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 17.05.2025).

- T.C Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı (2025a). Köyceğiz-Dalyan ÖÇKB <https://ockb.csb.gov.tr/koycegiz-dalyan-ozel-cevre-koruma-bolgesi-i-2753> (Erişim Tarihi: 17.05.2025).
- T.C Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı (2025b). Pamukkale ÖÇKB <https://ockb.csb.gov.tr/pamukkale-ozel-cevre-koruma-bolgesi-i-2754> (Erişim Tarihi: 17.05.2025).
- T.C Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı (2025c). Tuz Gölü ÖÇKB <https://aksaray.csb.gov.tr/tuz-golu-ockb-i-100497>. (Erişim Tarihi: 17.05.2025).
- T.C Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı (2025d). Göksu Deltası <https://tvk.csb.gov.tr/goksu-deltas-i-393>. (Erişim Tarihi: 17.05.2025).
- T.C Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı (2025e). Milleyha Kuş Cenneti <https://csb.gov.tr/bakan-kurum-dan-milleyha-kus-cenneti-i-cin-koruma-projesi-talimati-bakanlik-faaliyetleri-41641> (Erişim Tarihi: 17.05.2025).
- T.C Tarım ve Orman Bakanlığı. (2025a). Ramsar Alanları ve Sulak Alanlar <https://www.tarimorman.gov.tr/DKMP/Menu/31/Sulak-Alanlar> (Erişim Tarihi: 17.05.2025).
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı (2014). Alan Kılavuzluğu Mevzuat [https://www.tarimorman.gov.tr/DKMP/Belgeler/MEVZUAT/2873%20Say%C4%B1%C4%B1%20Milli%20Parklar%20Kanunu/3-\)%20Alan%20K%C4%B1lavuzlar%C4%B1n%C4%B1n%20Se%C3%A7imi,%20E%C4%9Fitimi,%20%C3%87al%C4%B1%C5%9Fma%20Usul%20ve%20Esaslar%C4%B1%20Hakk%C4%B1nda%20Y%C3%B6netmelik.pdf](https://www.tarimorman.gov.tr/DKMP/Belgeler/MEVZUAT/2873%20Say%C4%B1%C4%B1%20Milli%20Parklar%20Kanunu/3-)%20Alan%20K%C4%B1lavuzlar%C4%B1n%C4%B1n%20Se%C3%A7imi,%20E%C4%9Fitimi,%20%C3%87al%C4%B1%C5%9Fma%20Usul%20ve%20Esaslar%C4%B1%20Hakk%C4%B1nda%20Y%C3%B6netmelik.pdf) (Erişim Tarihi: 17.05.2025).
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı (2025). Milli Parklar, <https://www.tarimorman.gov.tr/DKMP/Menu/27/Milli-Parklar> (Erişim Tarihi: 17.05.2025).
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı (2025a). Küre Dağları Milli Parkı <https://bolge10.tarimorman.gov.tr/Menu/39/Kure-Daglari-Milli-Parki> (Erişim Tarihi: 17.05.2025).
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı (2025b). Abant Gölü Tabiat Parkı <https://bolge9.tarimorman.gov.tr/Menu/53/Bolu-Abant-Golu-Milli-Parki> (Erişim Tarihi: 17.05.2025).
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı (2025c). Yedigöller Milli Parkı <https://bolge9.tarimorman.gov.tr/Menu/54/Bolu-Yedigoller-Milli-Parki>. (Erişim Tarihi: 17.05.2025).
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı (2025d). Aladağ Göleti <https://bolge9.tarimorman.gov.tr/Menu/194/Bolu-Aladag-Goleti-Mahalli-Oneme-Haiz-Sulak-Alani> (Erişim Tarihi: 17.05.2025).

- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı (2025c). Yeniçağa Gölü <https://bolge9.tarimorman.gov.tr/Menu/86/Bolu-Yenicaga-Golu-Ulusal-Onemc-Haiz-Sulak-Alani> (Erişim Tarihi: 17.05.2025).
- TDF – Türkiye Dağcılık Federasyonu. (2025). *Doğa Yürüyüşü Liderliği Eğitimi*. <https://www.tdf.gov.tr> (Erişim Tarihi: 16.05.2025).
- Türkiye Turist Rehberleri Birliği [TUREB]. (2022). *Meslek İçi Eğitim Faaliyetleri Raporu*. <https://www.tureb.org.tr> (Erişim Tarihi: 17.05.2025).
- TÜRSAB. (2023). Alternatif Turizm ve Rehberlik Alanında Sertifikasyon Programları. <https://www.tursab.org.tr> (Erişim Tarihi: 17.05.2025).
- Yozgat Valiliği. (2025). Yozgat Milli Parkı. <http://www.yozgat.gov.tr/camlik-milli-parki> (Erişim Tarihi: 19.05.2025).

Botanik Bahçelerinin Eğitim, Araştırma ve Dijitalleşme Çalışmaları Kapsamında Karşılaştırmalı Analizi: UNESCO Dünya Mirası Listesi ve BGCI'den Örnekler

Nida Bayhan¹

Özet

Bu bölümde, botanik turizmi bağlamında belirlenen botanik bahçelerinin dijitalleşme stratejileri ile bilimsel eğitim ve araştırma faaliyetlerine yönelik yaklaşımları incelenmiştir. Çalışmada, UNESCO Dünya Miras Listesi'nde yer alan ve Uluslararası Botanik Bahçeleri Koruma Örgütü (BGCI)'ne Türkiye'den kayıtlı belirli botanik bahçelerinin dijitalleşme girişimleri ile bilimsel eğitim ve araştırma faaliyetlerinin karşılaştırmalı olarak analiz edilmesi amaçlanmıştır. İnternet sitelerinden elde edilen verilere dayanarak, botanik bahçelerinin hem küresel ölçekte hem de Türkiye özelinde değişen rollerine, teknolojik uyum süreçlerine ve bilgi üretme kapasitelerine yer verilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular analiz edilmiş ve bu doğrultuda çeşitli öneriler sunulmuştur.

Giriş

“Botanik” kelimesi Fransızca “*botanique*” kelimesinden gelmektedir ve “bitki bilimi” anlamındadır. “Botanik bahçesi” “her türlü bitkinin örnek olarak yetiştirilip meraklılarının incelemesine açık bulundurulmuş yer; botanik parkı, nebatat bahçesi” anlamında Türk Dil Kurumu Sözlüğünde yer almaktadır (URL-1). Botanik turizmi ise; özel ilgi turizmi kapsamında özellikle endemik bitkileri incelemeye olanak tanıyan, bitkilerin özelliklerine duyulan ilgi ve keşfetme isteği ile gerçekleştirilen bir turizm çeşididir (Albayrak, 2013; Akt. Ray vd., 2019). Botanik kaynaklarını korumak, bu kaynakların tanınırlığını artırmak ve bu verileri sistematik bir şekilde kullanmak aynı

1 Doktora Öğrencisi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, snidaaksoy@gmail.com, 0000-0001-5432-632X

zamanda sürdürülebilir bir turizm yaklaşımı olarak değerlendirilmektedir (Dilaver, 2017). Botanik turizmi faaliyeti ile ziyaretçiler hem gezerken eğlenme olanağı bulmakta hem de sergi, konser, festival, eğitim, bitki temini ve bitkilerin gözlemlenmesi gibi çeşitli aktiviteleri gerçekleştirebilmektedir (Hepcan ve Özkan, 2005). Botanikle ilgilenen turist profiline bakıldığında; doğaya saygılı ve konuya ilgili turistler karşımıza çıkmaktadır (Wood, 2002; Akt., Çarbuğa ve Pekerşen, 2017, s.28). Bu profildeki turistlerin de botanik turizm ile ilgilenmelerinin altındaki temel motivasyonlarının keşfetme ve ardından gelen rahatlatma hissi, yeni bir çevre oluşturma, doğaya daha az zarar veren bir faaliyette bulunma ve kültürel kazanımlar elde etme şeklinde olduğunu görebiliriz (Çarbuğa ve Pekerşen, 2017).

UNESCO Dünya Miras Listesi, uluslararası açıdan ve dünya için önemli kültürel ve doğal mirasları korumak amacıyla oluşturulmuştur. Bir ülkenin eserinin bu listeye girebilmesi için öncelikle o ülkenin 1972 yılında çıkarılan Dünya Doğal ve Kültürel Mirası Koruma Sözleşmesi'ni imzalamış olması gerekir. Bu şekilde ülkeler doğal ve kültürel varlıklarını korumak için "Dünya Mirası" ünvanı alabilmektedir (Şentürk, 2012). Kültürel tanınırlık ve saygınlık, varlıkların korunması ve sürdürülebilirlik, turizm ve ekonomik kalkınma, kültürel kimlik ve farkındalık, uluslararası iş birliği ve finansman ile eğitim ve bilimsel araştırma konuları UNESCO'nun önemini ortaya koyan argümanlardır. 2025 Mayıs ayı itibarıyla UNESCO'nun Dünya Mirası Listesi'nde Dünya Mirası olarak 1223 miras bulunmaktadır. Bunlardan 952'si kültürel, 231'i doğal ve 40'ı karma miraslardır. Bu listede de üç adet botanik bahçesi bulunmaktadır. Bunlar; Birleşik Krallık'taki Kraliyet Botanik Bahçesi, Singapur Botanik Bahçeleri ve İtalya'daki Padova (Padua) Botanik Bahçesi'dir. Türkiye'nin ise bu listede 19'u kültürel, 2'si karma olmak üzere toplamda 21 miras alanı bulunmaktadır (URL-2). Tarihsel zenginliğin ve kültürün tanıtılması, koruma bilincinin artırılması, uluslararası imaj ve yumuşak güç, yerel kalkınma ve katılım ile bilimsel araştırmalar için potansiyel oluşturmaları nedeniyle bu listede Türkiye'den miras alanlarının bulunması önemli bir kazanımdır. Ancak bu listede Türkiye'deki botanik bahçeleri yer almamaktadır.

Bir yerin UNESCO tarafından Dünya Miras Alanı olarak tanınması hem tarihi hem de sanatsal mirasını korumak, bölgeye ziyaretleri teşvik etmek için önemlidir. Bu bağlamda miras listeleri, tarih ve sanat perspektifi açısından hayranlık uyandıran yerlerin ve anıtların tanımlanmasını, korumasını ve gelecek kuşaklara aktarılmasını güçlü bir şekilde ortaya koyar. Temel olarak bu alanların korunması ve muhafaza edilmesi öncelikli olsa da turist ziyaretinin önemli ölçüde artışı ve bu listeler ile turizm arasında güçlü bir bağlantı olduğu belirtilmektedir (Breakey, 2012). Bu nedenle kültür turizmine ilgi

duyan kişilerin bu destinasyonları seçmesinde dünya miras listeleri önemli bir motivasyon kaynağı olmuştur (Correia vd., 2013). Botanik bahçeleri doğa temelli turizm kapsamında yer alırlar ve ziyaretçilerine biyolojik çeşitlilik, yerli ve egzotik bitki türleri hakkında bilgi sunarak çevre bilincinin artmasına katkı sağlarlar. Bunun yanında özellikle öğrenciler, araştırmacılar ve öğretmenler için adeta canlı bir laboratuvar olarak görülmektedir. Ziyaretçilere sakinlik ve doğa ile temas sağlarken; yerel istihdamı ve o yerin ekonomisini de ayakta tutmaya yardımcı olmaktadır.

Uluslararası Botanik Bahçeleri Koruma Örgütü (BGCI), dünya genelindeki botanik bahçelerini ve bitki koruma çalışmalarını bir ağ altında birleştiren uluslararası bir sivil toplum kuruluşudur. Merkezi İngiltere'nin Kew Gardens bölgesindedir (URL-3). Küresel bitki koruma stratejisine katkı sağlaması, nesli tehlike altındaki bitki türlerinin doğal alan dışı (ex-situ) korunması, botanik bahçelerinin toplumsal katkı, bilimsel araştırma ve çevresel farkındalık rollerini küresel ölçekte desteklenmesi ve eğitim materyalleri, fon desteği ve dijital araçlar sunarak üye bahçelerin gelişimini teşvik etmesi nedeniyle BGCI oldukça önemlidir (Donaldson, 2009; Mounce vd., 2017). Türkiye'den BGCI listesinde olan 11 adet botanik bahçesi bulunmaktadır. Bunlar; Artvin Çoruh Üniversitesi Ali Nihat Gökyiğit Botanik Bahçesi, Atatürk Arboretum, Ege Üniversitesi Botanik Bahçesi, Çukurova Üniversitesi Ali Nihat Gökyiğit Botanik Bahçesi, Düzce Üniversitesi Süs ve Tıbbi Bitkiler Botanik Bahçesi, Gaziantep Büyükşehir Belediyesi Botanik Bahçesi, İstanbul Üniversitesi Alfred Heilbronn Botanik Bahçesi, Konya Tropikal Kelebek Bahçesi, MALVA Biofarm & Arboretumu Sultançiftliği, Nezahat Gökyiğit Botanik Bahçesi ve Süleyman Demirel Üniversitesi Botanik Bahçesi'dir (URL-4).

BGCI, doğrudan bir turizm kuruluşu olmasa da, botanik bahçelerinin turizmdeki işlevlerini destekleyen ve yönlendiren küresel bir ağ olarak, bu alanda dolaylı fakat oldukça önemli bir rol üstlenmektedir. Dünya genelindeki botanik bahçelerinin küresel bir platformda görünür olmasını sağlayan bu kuruluş, özellikle "GardenSearch" veri tabanı sayesinde turistler ve araştırmacılar için güvenilir bir bilgi kaynağı sunmaktadır. Eğitim, koruma, sergileme ve araştırma gibi işlevleri bulunması nedeniyle eğitim turizmi, bilim turizmi ve kültür turizmi açısından önemli merkezler olmuşlardır. Biyoçeşitliliğin korunması temel misyon olduğundan bu kuruluşa üye olan botanik bahçeleri sürdürülebilir turizm uygulamaları geliştirirler. Böylece kitle turizmine alternatif olarak yeşil turizm ve ekoturizm destinasyonları oluşturulmasına katkıda bulunurlar. Dolayısıyla botanik bahçeleri yalnızca ekonomik açıdan değil; çevresel, kültürel ve sosyal boyutlarda da sürdürülebilir bir şekilde turizme değer katan çok

yönlü mekânlardır. Günümüzde sürdürülebilir turizm ve kültürel peyzaj kavramlarının giderek daha fazla önem kazanmasıyla bu alanların değerinin daha da arttığı görülmektedir.

1. UNESCO Dünya Miras Listesi'nde yer alan botanik bahçeleri hakkında genel bilgiler

UNESCO tarafından Dünya Miras Listesi'ne alınan botanik bahçeleri hem kültürel miras alanı hem de koruma merkezi olarak taşıdıkları çift yönlü role sahiptirler. Bu bahçeler hem ekolojik katkıları hem de tarihî ve estetik değerleri nedeniyle küresel ölçekte tanınmaktadır (Caballero, 2015). Tarih boyunca botanik bahçeleri, yalnızca fikirlerin ve kavramların değil, aynı zamanda bitkilerin ve bilginin aktarımında, paylaşımında önemli bir köprü görevi görmüştür. Bu bağlamda botanik bahçeleri hakkındaki bilgilere ve örnek görsellere (Şekil 1) aşağıda yer verilmiştir.

Şekil 1. UNESCO Dünya Miras Listesi'nde Yer Alan Botanik Bahçelerinden Örnek Görseller



a. Kraliyet Botanik Bahçesi (Kew Gardens), b. Singapur Botanik Bahçesi, c. Padova (Padua) Botanik Bahçesi Kaynak: UNESCO World Heritage List

1.1. Kraliyet Botanik Bahçeleri (Kew Gardens), Birleşik Krallık

1759 yılında kurulan Kew Botanik Bahçeleri, 18. yüzyıldan 20. yüzyıla kadar bahçe sanatının önemli dönemlerini barındıran, yüzyıllar boyunca önemli ölçüde zenginleştirilmiş botanik koleksiyonuna sahiptir. Gerek peyzaj tasarımı gerekse bitki koleksiyonları ve içerisindeki yapılar itibarıyla ünü tüm dünyaya yayılmıştır. 18. yüzyılda İngiliz peyzaj bahçesi konsepti Avrupa'da benimsenince buradaki bahçecilik, bitkilerin sınıflandırılması ve botanikğin ekonomi perspektifi de uluslararası alanda yayıldı. Bununla birlikte Kew Bahçeleri, özellikle botanik ve ekoloji olmak üzere pekçok bilimsel disiplinlerin ilerlemesine de katkı sağlamıştır. Charles Bridgeman,

William Kent, Lancelot ‘Capability’ Brown ve William Chambers gibi ünlü bahçe tasarımcılarının oluşturduğu peyzaj bahçeleri ve yapılar sayesinde botanik bahçeleri uluslararası etki oluşturmuştur. Kew Botanik Bahçeleri tasarım, malzeme ve fonksiyonları açısından hala özgünlüklerini korumaktadır. Bu bahçede eski dönem, şimdiki zaman ve gelecekte esintiler bulmak mümkündür. Ayrıca bu bahçeler ve tampon bölgesi olarak ayrılan kısmı Richmond upon Thames Londra Belediyesi ve Hounslow Londra Belediyesi’ndeki bir koruma alanına dahil edilmiştir (URL-5).

1.2. Singapur Botanik Bahçesi

Singapur’un merkezinde yer alan bu bahçe, İngiliz tropikal sömürge botanik bahçesinin zamanla modern, dünya standartlarında bir bilimsel merkeze dönüşümünü yansıtmaktadır. 1859 yılında kurulan bu bahçenin yıllar içindeki evrimini sergileyen çeşitli tarihi unsurlar, bitki türleri ve yapılar barındırmaktadır. 1875’ten itibaren Güneydoğu Asya’daki kauçuk plantasyonlarının gelişimi başta olmak üzere, bilim, araştırma ve bitki koruma faaliyetlerinde kritik bir rol üstlenmiştir. Bahçenin peyzaj tasarımı ve planlanan amacı doğrultusundaki sürekliliği, özellikle tropikal botanik ve bahçecilik sahalarında bilimsel bilgi birikiminin gelişmesinde, kauçuğun plantasyon düzeyinde geliştirilmesi gibi süreçlerde önemli katkılarda bulunmuştur. Bu özellikleriyle Singapur Botanik Bahçeleri, İngiliz tropikal botanik bahçelerinin olağanüstü bir temsilindedir. Singapur Botanik Bahçeleri, koruma ve geliştirmeyi düzenleyen ve yeni geliştirme veya çalışmalar için izin alınmasını gerektiren Singapur Planlama Yasası ile çeşitli yönergeler tarafından korunmaktadır (URL-6).

1.3. Padova (Padua) Botanik Bahçesi, İtalya

Dünyanın ilk üniversite botanik bahçesi, 1545 yılında Padua’da kurularak Padua Botanik Bahçesi’nin, türünün hayatta kalan en eski örneği olmasını sağlamıştır. Padua Botanik Bahçesi, Avrupa’daki botanik bahçelerinin orijinal modeli olarak kabul edilmektedir ve botanikğin gelişimi, bilimsel paylaşımlar ile doğa ve kültür arasındaki bağın anlaşılmasında bir dönüm noktası olarak öne çıkmaktadır. Bahçe, özgün tasarımını koruyarak dikkat çekici bir düzen sunmaktadır: Dünyayı simgeleyen dairesel bir merkezi alan, okyanusu temsil eden bir su halkası ile çevrilmiştir. Bu tasarım, dört ana birime bölünmüş ve ana yönler göre hizalanmış ortogonal yollarla şekillenen mükemmel bir daireyi içermektedir. Ayrıca, dört giriş 1704 yılında yeniden düzenlenmiş; ferforje kapılar sekiz sütun üzerine konumlandırılarak dört çift demir bitkiyle süslenmiştir. Dairesel duvarın üst kısmı da 18. yüzyılın ilk yarısında tamamlanan korkuluklarla daha etkileyici bir görünüme

kavuşmuştur (URL-7). Tongiorgi Tomasi bir çalışmasında Padova Botanik Bahçesi'nin tasarımını platonik ve yeni-platonik düşüncede mükemmel bir form olarak kabul edildiğini, hem Cennet Bahçesinin hem de Göksel Şehir'in simgesi olduğunu belirtmiştir (Tongiorgi Tomasi, 2005). Bugün bahçede 6.000'den fazla bitki türü, sistematik, kullanıma yönelik ve çevresel-ekolojik kriterler doğrultusunda düzenlenmiş tematik koleksiyonlar dahilinde sergilenmektedir. Padua Botanik Bahçesi'nin kütüphanesi ve herbaryumu, dünya çapında en değerli akademik kaynaklar arasında yer almakta ve bilimsel açıdan oldukça yüksek bir prestij taşımaktadır. Kütüphane, tarihi ve bibliyografik açıdan önemli olan el yazmaları ile birlikte 50.000'den fazla cilt içerirken, herbaryum İtalya'nın en kapsamlı ikinci koleksiyonu olarak dikkat çekmektedir. Bahçe, deneysel araştırmalar, eğitim faaliyetleri ve bitki koleksiyonları açısından benzersiz bir merkezdir. Botanik, tıp, ekoloji ve eczacılık gibi alanlarda modern bilimlerin ilerleyişine önemli katkılar sağlamış; kültürel mirasını korumaya devam ederek birçok disipline ışık tutmuştur (URL-7).

2. BGCI Listesinde yer alan Türkiye'deki botanik bahçeleri hakkında genel bilgiler

Uluslararası Botanik Bahçelerini Koruma Örgütü (BGCI), dünya çapından 100'ü aşkın ülkedeki botanik bahçelerini temsil etmekte ve botanik bahçelerindeki bitkilerin korunması stratejisini küresel bir ağda birleştirmek amacıyla bağımsız bir yardım kuruluşu olarak faaliyet göstermektedir. Önemli canlı bitki koleksiyonları, dünya standartlarında tohum bankaları, seralar, doku kültürü çalışmaları, bitki koruma politikasının uygulamaları ve bilimsel eğitim yaklaşımını bünyesinde bulundurmaktadır (URL-8). Türkiye, zengin biyolojik çeşitliliği, çeşitli iklim bölgeleri ve derin tarihi geçmişiyle botanik bahçecilik alanında kayda değer bir potansiyele sahiptir. Bu çerçevede, BGCI'nin veri tabanına kayıtlı botanik bahçeleri, yerel flora türlerinin korunması ve toplumda farkındalık oluşturulması açısından hayati bir öneme sahiptir. Türkiye'den BGCI listesine kayıtlı olan bahçeler, sadece bitki koleksiyonlarını sergilemenin ötesinde, koruma, eğitim, araştırma ve rekreasyon işlevlerini bir arada yürüten çok yönlü kurumlardır. Bu bağlamda bu listedeki botanik bahçeleri hakkındaki bilgilere ve örnek görsellere (Şekil 2) aşağıda yer verilmiştir.

Şekil 2. BGCI Listesi'nde Türkiye'den Yer Alan Bazı Botanik Bahçelerinden Örnek Görseller



a. Nezahat Gökyiğit Botanik Bahçesi (URL-4), b. Atatürk Arboretumu (URL-10), c. Ege Üniversitesi Botanik Bahçesi (URL-4)

2.1. Artvin Çoruh Üniversitesi Ali Nihat Gökyiğit Botanik Bahçesi (ANGBB)

Artvin ilinde, barajların yapımıyla birlikte yok olma riski altındaki bitki türlerini koruma amacıyla kurulan Ali Nihat Gökyiğit Botanik Bahçesi, bir yaşam müzesi, eğitim merkezi, bilimsel bitki araştırma tesisi ve aynı zamanda bir doğa koruma kuruluşu olarak hizmet vermektedir. Dünyada oldukça yaygın ve öneme sahip olan botanik bahçelerinin ülkemizdeki sayısı ise ne yazık ki sınırlıdır. Bu bağlamda, Artvin ANGBB Türkiye'deki uluslararası standartlara sahip bir botanik bahçesi olarak benzersiz bir örnek teşkil etmektedir (Eminağaoğlu ve Eminağaoğlu, 2024). Botanik Bahçesi'nde; giriş kontrol üniteleri, misafirhane, toplantı salonu, yönetim ofisleri ile birlikte Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Ürün Laboratuvarları, derslikler, panoramik manzaraya sahip kafe, AR-GE ve Sergi Serası, Üretim Serası gibi farklı tesisler yer almaktadır. Ayrıca tıbbi-aromatik bitkiler, endemik bitkiler, ballı bitkiler, yem bitkileri, gül bahçesi ve meyveli türlerin yer aldığı Gen Bahçesi gibi özel koleksiyon alanları oluşturulmuştur. Bunun yanı sıra organik gölet, tema alanı, arkatlı yürüyüş yolları, bitki tünelleri, labirent bahçe, yöresel evler ve Bitkiler Sokağı gibi dikkat çekici bölgelere de sahiptir. Bahçede 400'ü nadir, 200'ü tıbbi-aromatik özellikte ve yaklaşık 1400'ü dekoratif olmak üzere toplamda 2000 farklı türe ait yaklaşık 30.000 bitki yetiştirilmektedir (URL-9).

2.2. Atatürk Arboretum, İstanbul

Arboretumlar ya da botanik bahçeleri, koruma altına alınmış alanlar olarak yerli ve yabancı ziyaretçiler için rekreasyonel aktiviteler bakımından önemli cazibe merkezleridir. Bu alanlar, çevrenin korunmasına katkıda bulunmanın yanı sıra ziyaretçilerine eğitici deneyimler sunmayı hedefler. Ancak, bu

hedeflere ulaşmak için etkili yorumlama stratejilerinin geliştirilmesi büyük önem taşır; bu da ziyaretçilerin ilgi alanları ve motivasyonları hakkında detaylı bilgi sahibi olmayı gerektirir (Ballantyne vd., 2008). Doğayla iç içe bir turizm türü olarak oldukça ilgi gören arboretumlar, yalnızca ağaçların bulunduğu ya da odunsu bitki türlerinden oluşan canlı koleksiyonları barındırır. Aynı zamanda, bu özel botanik koleksiyonları genellikle bilimsel araştırmalar için kısmen tasarlanmış alanlar olarak da öne çıkar (Şat, 2002). Atatürk Arboretumu, İstanbul'un Sarıyer ilçesinde, Belgrad Ormanı'nın güneydoğusunda yer alan 296 hektarlık bir orman alanı üzerine kurulmuş; zengin bitki çeşitliliğiyle hem yerli hem de yabancı botanikçilerin dikkatini çeken önemli bir doğa alanıdır. Sınırları içerisinde Osmanlı döneminde inşa edilen Kirazlıbent ile 1916'da Neşet Hoca tarafından kurulan Türkiye'nin ilk fidanlığını barındıran arboretum, dünya çapındaki diğer arboretum ve botanik bahçeleriyle tohum ve fidan temini konularında iş birliği yapmaktadır. Orman Genel Müdürlüğü'ne bağlı İstanbul Orman Bölge Müdürlüğü'nün Bahçeköy Orman İşletme Müdürlüğü bünyesinde faaliyet gösteren arboretum, bir danışma kurulunca yönetilmektedir. Bilimsel otorite olarak İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi, idari otorite olarak ise Orman Genel Müdürlüğü danışma kurulunda görev almaktadır. Mülkiyeti ve finansman kaynağı tamamen Orman Genel Müdürlüğü'ne ait olan bu özel alan, bilimsel ve doğal değerleriyle öne çıkmaktadır (URL-10). Arboretum, içerisinde 2000'i aşkın ağaç ve bitki türüne ev sahipliği yapmaktadır (Yılmaz ve Yılmaz, 2012). Meşe, çam, ginkgo ve kızılçık gibi farklı türlerin yer aldığı bu botanik cennet, zengin bir biyolojik çeşitlilik sunmaktadır.

2.3. Ege Üniversitesi Botanik Bahçesi

Ege üniversitesi bünyesinde yer alan Fen Fakültesine bağlı olarak 1962 yılında kurulan botanik bahçesi, o dönemde bir binanın balkonu camla kapatılarak ufak bir sera haline getirilmiş ve 1963 yılında ilk tohum kataloğu yayımlanmıştır. Daha sonra yönetim binası tamamlanıp çeşitli iyileştirmeler yapılarak 1974 yılında enstitü ve 1997 yılında ise "Botanik Bahçesi ve Herbaryum Uygulama ve Araştırma Merkezi" statüsüne yükselmiştir (URL-11). Bu bahçede yönetim binası, seralar, arboretum, meyve bahçesi gibi bölümler ve farklı büyüklüklerde 13 adet sera bulunmaktadır. Botanik bahçesinde tropikal kökenli ağaçlar, çalılar ve süs bitkileri olmak üzere 2 bine yakın bitki türü yer almaktadır (URL-12).

2.4. Çukurova Üniversitesi Ali Nihat Gökyiğit Botanik Bahçesi, Adana

Çukurova Üniversitesi Ali Nihat Gökyiğit Botanik Bahçesi'nde farklı temalara sahip çeşitli koleksiyonlar bulunmaktadır. Bunlar; Doğal Akdeniz Vadisi, Tıbbi ve Aromatik Bitkiler, Kaya Bahçesi, Palmiye Bahçesi, İbrelî Bitkiler ve Meşe Bahçesi'dir. Doğal Akdeniz Vadisi; Akdeniz maki formasyonunun doğal bir temsilcisi olarak yer almaktadır. Bu vadi ziyarete açıktır ve 300'ün üzerinde farklı doğal bitki türü bulunmaktadır. Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Bahçesi; yaklaşık olarak 200 adet tıbbi ve aromatik bitkiye ev sahipliği yapmaktadır ve bu bitkiler etken maddelerine (alkaloid, glikozit, flavanoid vb.) göre sınıflandırılmıştır. Kaya Bahçesi bölümünde 49 türe ait 302 çeşit koleksiyon yer almaktadır. Palmiye Bahçesi 2.600 m²'lik bir alana sahiptir ve 37 türe ait 107 çeşitten oluşan canlı palmiye koleksiyonu mevcuttur. İbrelî Bitkiler Bahçesi ise 14 türe ait 44 çeşitten oluşmaktadır (URL-13).

2.5. Düzce Üniversitesi Süs ve Tıbbi Bitkiler Botanik Bahçesi

Düzce Üniversitesi Süs ve Tıbbi Bitkiler Botanik Bahçesi, 2021 yılında Düzce Üniversitesi kampüsü sınırları içerisinde kurulmuş olup, Batı Karadeniz Bölgesi'nde yok olma tehlikesi altında bulunan endemik bitki türlerinin korunmasını amaçlayan önemli bir bilimsel ve ekolojik proje olarak ortaya çıkan bir botanik bahçesidir. Toplamda 60 dönümlük bir alanı kapsayan bu botanik bahçesinde, günümüze kadar 23 ender bulunan bitki türünün başarılı bir şekilde çoğaltılması sağlanmış ve bu türler kayıt altına alınmıştır. Bunun yanı sıra, Türkiye genelinde iklim değişikliği nedeniyle nesli tükenme riski taşıyan yaklaşık 10 endemik bitki türü de kademeli olarak bahçeye kazandırılmakta ve koruma altına alınmaktadır. Bahçede 600 farklı bitki türüne ait 10 bin bitki çeşidi tematik olarak parsellere ayrılan bölümlerde yer almaktadır (URL-14). Bu botanik bahçesinde yer alan bölümler; Türk Bahçesi, Arboretum, İç Anadolu Bozkır Bitkileri, Egzotik Türler, Ex-Situ Düzce Bitkileri, Gölet ve Sucul Bitkiler, Kaya Bahçesi, Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Bahçesi vb. şeklindedir (URL-15).

2.6. Gaziantep Büyükşehir Belediyesi Botanik Bahçesi

Gaziantep Büyükşehir Belediyesi'ne ait botanik bahçesinde yaklaşık 1.000 tür ve yüzbinlerce bitki bulunmaktadır (URL-16). İçerisinde tıbbi ve endemik türlerin bulunduğu bahçeyle birlikte su bitkileri, açık tohumlular, kaya bitkileri, üç boyutlu bitkilerin olduğu bahçe ve "Ekolojik Derslik" mevcuttur. Geniş bir hedef kitlesi bulunan bu botanik bahçesinde sesli

tanıtım ve interaktif kiosk sistemleri kullanılarak aynı anda onlarca kişiye bilgi verilmektedir. (URL-17).

2.7. İstanbul Üniversitesi Alfred Heilbronn Botanik Bahçesi

İstanbul Üniversitesi Biyoloji Bölümü, 1933 yılında gerçekleştirilen üniversite reformu sonrasında, Mustafa Kemal Atatürk'ün davetiyle Türkiye'ye gelen saygın botanik uzmanları Prof. Dr. Alfred Heilbronn ve Prof. Dr. Leo Brauner tarafından temelleri atılmıştır. 1935 yılında botanik bahçesine ait ilk tohum kataloğu yayımlanmıştır. Botanik bahçesinde ağaçlardan çalılara, otsu bitkilerden tropik ve subtropik türlere kadar yaklaşık 5000 farklı bitki barındırıyor. Türkiye'nin en eski botanik bahçesi olarak hem yurt içinde hem de yurt dışında önemli bir itibara sahip olup, 400 botanik bahçesiyle tohum alışverişi yapmaktadır (URL-18).

2.8. Konya Tropikal Kelebek Bahçesi

Avrupa'nın en büyük kelebek uçuş alanına sahip ve Türkiye'nin ilk kelebek bahçesi olan Konya Tropikal Kelebek Bahçesi 7.200 m²'lik bir alana sahiptir. Bu bahçede 60 farklı türde 20 bin adet kelebeğin uçuşunu seyretmek mümkündür. Bunun yanında 195 türde canlı bitki bulunmaktadır. Bunlar; Afrika Baobab Ağacı, Gezgin palmyesi, Mercan Girdabı, Hint Lotusu, Boynuzlu Eğrelti Otu, Yarasa Çiçeği, Mercan Asması, Dev Starlıçe ve Beşiz Çiçeği'dir. Ayrıca bahçede Böcek Müzesi, Kelebek Yaşam Döngüsü, Böcek Sineması, Kelebek Sınıflandırması, Kelebek Davranışı ve Böcek Köyünden oluşan bölümler yer almaktadır (URL-19).

2.9. MALVA Biofarm & Arboretumu Sultançiftliği

Bu arboretum 148 dönümlük alanı kapsamaktadır ve 1860'lı yıllara uzanan köklü bir geçmişe sahiptir. 20 yılı aşkın süredir organik tarım uygulanmaktadır. Bunun yanında agro-ormancılık, agroekoloji, seralar, yağmur hasadı sistemi ve gıda ormanı uygulamalarına da ev sahipliği yapmaktadır. Ülkemize ait Kızılçam ve Mürver gibi ağaç ve çalı gruplarından Siyez ve Kavılca buğdaylarına kadar yerli popülasyonlar ve ender bitkiler yer almaktadır. Geniş bir bitki koleksiyonuna sahiptir. Maydanozgillerden (Apiaceae) küpe çiçeğigillere kadar (Onagraceae) toplam 4475 tür bulunmaktadır (URL-20).

2.10. Nezahat Gökyiğit Botanik Bahçesi (NGBB), İstanbul

Nezahat Gökyiğit Botanik Bahçesi (NGBB), 1995 yılında Ali Nihat Gökyiğit tarafından merhum eşi Nezahat Gökyiğit anısına bir hatıra parkı oluşturmak amacıyla kurulmuş ve başlangıçta bu amaca uygun olarak

bitkilendirme ve ağaçlandırma çalışmaları gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada yaklaşık 50.000 ağaç ve çalı, 46 hektarlık park alanına dikilmiştir. Zamanla bahçenin bir botanik bahçesi olmasına yönelik adımlar atılmış ve nihayet 2002 yılında ziyaretçilerin kullanımına açılmıştır. 2003 yılına gelindiğinde ise adı resmi olarak “Nezahat Gökyiğit Botanik Bahçesi” olarak belirlenmiştir. Bahçe aynı zamanda bir araştırma, eğitim ve öğrenim merkezi olarak da hizmet vermektedir. Bu botanik bahçenin içerisinde Merkez Ada, Ertuğrul Adası, Mesire Adası, İstanbul Adası, Arboretum Adası, Meşe Adası, Anadolu Adası ve Trakya Adası gibi alanlar bulunmaktadır. Bununla birlikte NGBB Herbariumu’nda tohumlu bitkiler, eğreltiler, likenler, karpoloji ve kültür bitkileri koleksiyonlarından oluşan yaklaşık 16.000 bitki örneği yer almaktadır. 2022 yılı itibarıyla NGBB Herbariumu’nda bulunan örneklerle ait veriler ve görüntüler dijital ortama taşınarak sanal herbarium erişime açılmıştır (URL-21). Sahip olduğu bitki çeşitliliği ve bilimsel çalışmaların yürütülmesindeki esneklik nedeniyle Türkiye’nin en iyi durumdaki botanik bahçesi olarak görülmektedir (Kırmacı ve Aslan, 2024).

2.11. Süleyman Demirel Üniversitesi Botanik Bahçesi

Süleyman Demirel Botanik Bahçesi hem Türkiye’den hem de dünya genelinden bitki türlerinin yetiştirildiği ve bilimsel yöntemlerle sergilenip incelendiği bir açık hava müzesi işlevi görmektedir. Toplamda 260 dekarlık bir arazi üzerine kurulu olan bahçe, Isparta Valiliği mülkiyetindedir. Bahçe, farklı botanik ve peyzaj işlevleri gözetilerek çeşitli bölümlere ayrılmıştır. Arboretum ve seralar bu bölümler arasında yer almakta olup, Tropik Bitkiler Serası, Yerli Bitkiler Gösteri Serası ve Üretim Serası gibi alt birimleri içermektedir. Bunun yanı sıra yaprak döken ve her dem yeşil orman ağaçları parselleri, tıbbi ve aromatik bitkilere ayrılan özel alanlar, Rosarium (gül bahçesi), sistematik ve coğrafi düzenlemelere dayalı tematik alanlar, geofit bahçesi ve iğneli orman alanı gibi tematik bahçeler bulunmaktadır. Bahçede ayrıca doğal ve kültür yer örtücüler, yabani meyve ağaçları koleksiyonu, kaya bahçesi, çit ve sarmaşık bitkileri bölümü ile endemik bitkilerin yer aldığı özel alanlar da mevcuttur (Özçelik vd., 2006).

3. Yöntem

UNESCO Dünya Miras Listesi ve BGCP’de yer alan seçilmiş botanik bahçesi destinasyonlarının Türkiye örneklerinde dijitalleşme ve bilimsel eğitim ve araştırma faaliyetleri kapsamındaki uygulamalarının ortaya konulması amacıyla gerçekleştirilen bu araştırma nitel araştırma yöntemine uygun olarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma yöntemi olarak seçilen botanik bahçesi destinasyonlarının dijitalleşme boyutu ve bilimsel eğitim faaliyetleri

hakkında yapılan uygulamaları incelemek amacıyla içerik analiz yöntemi tercih edilmiştir. İçerik analizi, belirli bir zaman dilimi içerisinde, belirlenmiş alan ya da konulara yönelik gerçekleştirilen araştırmaların sistematik bir şekilde incelenerek belirli yöntemler, amaçlar ve ölçütler ışığında değerlendirilmesini hedefleyen bir analiz tekniği olarak tanımlanabilir. Bu yaklaşım, ele alınan çalışmaları derinlemesine anlamayı ve yorumlamayı kolaylaştırır (Falkingham ve Reeves, 1998; Erdem, 2017). İçerik analizi, yazılı ve sözlü verilerin belirli bir sistem çerçevesinde toplanıp incelendiği, kayıtların özelliklerinin belirlenerek karşılaştırmaların yapıldığı bir tekniktir. Bu süreç aynı zamanda içerik araştırması gerçekleştirilmesine de olanak tanır (Tutar ve Erdem, 2020). Örneklem olarak UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan Kew Gardens, Padova ve Singapur Botanik Bahçeleriyle, Türkiye'den BGCI Listesi'nde yer alan Nezahat Gökyiğit Botanik Bahçesi (NGBB), Atatürk Arboretum'u ve Ege Üniversitesi Botanik Bahçesi seçilmiştir. Bu doğrultuda araştırmada ele alınan konulara yönelik ilgili bilgilere örneklerin internet sitelerinde yer alan verilere, raporlara vb. ulaşılarak analizler yapılmıştır.

4. Bulgular

Örneklem olarak seçilen botanik bahçelerinin kuruluş yılı, Herbaryum koleksiyon sayısı, bulundukları ülkelerdeki iklim temsiliyeti ve yıllık ziyaretçi sayıları ile ilgili bilgiler Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. UNESCO Dünya Miras Listesi'ndeki ve BGCI Listesine Türkiye'den Kayıtlı Botanik Bahçeleri Hakkında Genel Bilgiler

Kriterler / Bahçeler	Kew Gardens	Padova	Singapur	NGBB	Atatürk Arboretum	Ege Üniversitesi
Kuruluş Yılı ¹	1759	1545	1859	1995	1949	1962
Herbaryum bitki örnekleri ¹	7+ milyon	6000+	~800.000	~16.000	~2.000	~2.000
İklim Temsiliyeti ²	Ilıman	Akdeniz	Tropikal	Ilıman	Ilıman	Akdeniz
Yıllık Ziyaretçi	~2 milyon ³	~180.000 ⁴	~4.5 milyon ⁵	~247.984 ¹	~200.000 ⁶	~15.000 ⁷

Tablodaki veriler ilgili kaynaklardan elde edilen bilgiler derlenerek oluşturulmuştur. *Kaynaklar* ¹Kurumlara ait internet siteleri, ²Climate Change Knowledge Portal (URL-22), ³Paiva vd. (2020), ⁴italia.it (t.y.) (URL-23), ⁵Singapore Academy (t.y.) (URL-24), ⁶Bahçeköy Orman İşletme Müdürü Fatih Altunordu'nun Milliyet Gazetesi Röportajı (2022) (URL-25), ⁷Dr. Öğr. Üyesi Ademi Fahri Pirhan'ın Ege Üniversitesi Haber Ajansı Röportajı (2022) (URL-26)

Tablo 1'e göre örneklem olarak seçilen botanik bahçelerinin kuruluş yılları göz önünde bulundurulduğunda köklü bir geçmişe sahip olduğu görülmektedir. Botanik bahçelerinin yıllık ziyaretçi sayısı kurumlar arasında değişkenlik göstermektedir. İklim temsiliyetleri genellikle ılıman Akdeniz iklimidir. Herbaryum bitki örneklerine baktığımızda ise en yüksek sayı Kew Gardens bahçesine aittir. Bu yeri sırasıyla Singapur Botanik Bahçesi, Nezahat Gökyiğit Botanik Bahçesi, Padova (İtalya) Botanik Bahçesi ve Atatürk Arboretum'u ile Ege Üniversitesi Botanik Bahçesi izlemektedir.

4.1. Botanik Bahçelerinin Dijitalleşme Uygulamaları

UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde bulunan botanik bahçelerinin dijitalleşmeye yönelik girişimleri ve uygulamaları, modern botanik bahçecilik anlayışını hem koruma hem de toplumsal erişilebilirlik açısından yansıtan önemli bir adım olarak görülebilir. Bu bahçeler, teknolojiyi kapsamlı bir şekilde entegre ederek bilimsel araştırmaları desteklerken aynı zamanda halka yönelik etkinlik ve bilgilendirme işlevlerini de güçlendirmektedir. Aşağıda bu dijital dönüşüme dair öne çıkan bazı örnekler sıralanmaktadır:

- *Kraliyet Botanik Bahçeleri (Kew Gardens)*: Kullanıcıların çevrim içi olarak bahçeyi gezebileceği sanal turlar, etkileşimli haritalar ve akıllı telefon mobil uygulaması gibi çeşitli uygulamalar geliştirilmiştir. Bu sayede fiziksel olarak bahçeye ulaşamayan ziyaretçiler bu yöntemleri kullanarak içeriklere erişebilmektedir. Bahçelere ait çekimlere de botanik bahçesinin Youtube kanalından ulaşılabilir. Aynı zamanda bahçenin internet sitesinin mağaza sekmesinden bilimsel yayınlar satın alınabilmektedir. Bununla birlikte gıda, doğa ve biyoçeşitlilik gibi konularda "podcast" yayınları mevcuttur. 8 milyondan fazla bitki ve mantar örneklerini küresel bir çevrim içi kaynağa dönüştürmek için dijitalleştirme süreci devam etmektedir. Bu süreçle ilgili ilerlemeler "Kew Bilimi" sekmesinde rapor olarak paylaşılmaktadır. Sosyal medya araçları da aktif olarak kullanılmaktadır.
- *Padova (Padua) Botanik Bahçesi*: Botanik Bahçesi için geliştirilen Alternatif Artırıcı İletişim (AAC) rehberi, çeşitli ihtiyaçlara sahip bireyler için özel olarak tasarlanmıştır. Bu rehber, öğrenme güçlükleri veya bilişsel zorluklar yaşayan çocuklar, okumayı ve yazmayı henüz öğrenmemiş bireyler, ana dili İtalyanca olmayan kişiler, otizm spektrumundan etkilenen gençler ve yetişkinler ile bilişsel engelleri bulunanlar için faydalı bir kaynak sunmaktadır. Bahçenin botanik kütüphanesinde multimedya araçları yer almaktadır. Botanik bahçesine ait bölümler sanal tur olarak ziyarete açıktır. Bununla

birlikte uzaktan bağlanan bir rehber eşliğinde dijital modda tematik rotalar planlanabilmektedir. Youtube kanalı üzerinden içeriklere ulaşılabilmektedir. Sosyal medya araçları aktif olarak kullanılmaktadır.

- *Singapur Botanik Bahçesi*: Singapur Botanik Bahçesi'nde Öğrenme Ormanı Sesli Tur özelliği bulunmaktadır. Yaklaşık 1 km'lik rotada dokuz farklı noktada sesli rehber ziyaretçilere eşlik etmektedir. Bu sesli turu küçük çocuklar, yaşlı bireyler ve engelli kişiler kullanabilmektedir. Bunların yanında bahçeleri keşfetmek için 11 farklı parkur yer almaktadır. Bu parkurlar detaylı haritasına akıllı telefonlardan ve tabletlerden ulaşılabilmektedir.

Uluslararası Botanik Bahçelerini Koruma Örgütü (BGCI) listesine kayıtlı botanik bahçeleri, bilimsel, eğitsel ve toplumsal işlevlerini daha erişilebilir, sürdürülebilir ve etkili bir hale getirmek amacıyla dijitalleşme sürecinde dikkate değer ilerlemeler kaydetmektedir. Bu dijital dönüşüm, yalnızca teknolojik bir değişimle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda bitkilerin korunmasına yönelik stratejilerin güçlendirilmesi, toplumsal katılımın artırılması ve açık bilim politikalarının yaygınlaştırılması bakımından da önemli bir gelişme niteliği taşımaktadır. Aşağıda örneklem olarak seçilen botanik bahçelerinin dijitalleşmeye dair uygulamalarına yer verilmiştir:

- *Nezahat Gökyiğit Botanik Bahçesi (NGBB)*: Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı himayelerinde Nezahat Gökyiğit Botanik Bahçesi merkezli, "Flora Araştırmaları Derneği" ve "Ali Nihat Gökyiğit Vakfı" iş birlikleriyle "Türkiye e-Florası" isimli çalışma yürütülmektedir. Bu proje ile Türkiye'de yetiştirilen bitkiler hakkında sistem üzerinden bilgi almak mümkündür. Bununla birlikte botanik bahçesindeki hava durumunun anlık olarak incelenebilmesi için "Meteoroloji İstasyonu" isimli uygulama bulunmaktadır. Aynı zamanda "Biyçeşitlilik Veri tabanı" özelliği ile tehdit altındaki bitkiler, çiçekler, bitkiler ve bahçeler hakkında bilgi alınabilmektedir. Herbaryum'da bulunan örneklerle ait veriler ve görseller de dijital ortama aktarılarak ilgililerin hizmetine sunulmuştur.
- *Atatürk Arboretumu*: Arboretumun internet sitesinde ziyaretçiler için sanal tur özelliği sunulmuştur. Arboretum hakkında önceden bilgi almak isteyen ya da ziyaret etme olanağı olmayan kişiler internet ortamında ziyaretlerini gerçekleştirebilmektedirler. Aynı zamanda canlı izle eklentisi ile bahçenin çevrim içi ortamda izlenmesi mümkündür. Fakat eklentinin düzgün çalışabilmesi, görüntünün izlenebilmesi için gerekli iyileştirmelerin yapılması gerektiği anlaşılmaktadır.

Bununla birlikte internet sitesi üzerinden e-Randevu, e-Bilet işlemleri yapılabilmektedir.

- *Ege Üniversitesi Botanik Bahçesi*: EÜ Botanik Bahçesinin internet sitesinde “Engelsiz Çeviri” isimli işaret dili çeviri sistemi bulunmaktadır. Bu sayede botanik bahçesinin bağlı olduğu araştırma merkezi hakkında engelli bireyler de bilgi sahibi olabilmektedir. Bahçeyi ziyaret etmek için randevular internet sitesinde belirtilen e-posta üzerinden yapılmaktadır.

4.2. Botanik Bahçelerinin Bilimsel Eğitim ve Araştırma Faaliyetleri

UNESCO Dünya Mirası Listesi’nde bulunan botanik bahçeleri, yalnızca doğal ve kültürel mirasın birer temsilcisi olmakla kalmayıp aynı zamanda bilimsel eğitim ve akademik araştırmaların yürütüldüğü önemli merkezler olarak da dikkat çekmektedir. Bu bahçeler, uluslararası düzeyde kazandıkları tanınmışlık sayesinde çok disiplinli araştırmalara ortam sunmakta ve hem yerel hem de küresel ölçekte bilimsel bilgi üretimine kayda değer katkılar sunmaktadır. Aşağıda UNESCO botanik bahçelerinin bilimsel eğitim ve araştırma faaliyetlerine dair örnek uygulamalar sunulmuştur:

- *Kraliyet Botanik Bahçeleri (Kew Gardens)*: Kew’in insanların refahı ve dünya üzerindeki canlıların geleceği için bitkilerin ve mantarların korunması amacıyla hazırlanan “Bilim Stratejisi” bulunmaktadır. Bu stratejide Kew, stratejik önceliklerini belirlemiş, her öncelik kapsamında da hedefler hazırlamıştır. Aynı zamanda bilimsel gelişmelerden haberdar olmak için “Kew Bilim” aylık bültenine kayıt alınmaktadır. 400’den fazla bilim insanıyla 100’den fazla ülkede iş birlikleri bulunmaktadır. Kew Bilim’in bazı projelerine; nesli tükenmekte olan bitkiler için tohum bankası projesi, önem derecesi yüksek tropikal bitki alanlarının belirlenmesi ve haritalanması projesi, bitki özelinde (örneğin; ayıpençesigiller, papirüs-giller vb.) çeşitlilik ve korunmasına odaklanan çalışmalar, polen fitosterollerin haritalanması projesi, iklim değişikliği araştırmaları gibi faaliyetler örnek gösterilebilir. Aynı zamanda fitokimya ve tıbbi bitkiler konusunda şirketlere, profesyonellere ya da araştırmacılara danışmanlık sağlanmaktadır. Bunların yanında çocuklara yönelik okul programları, okul gezileri mevcuttur. Bitki bilimi ve çevre konusunda etkileşimli öğrenme kaynakları, kütüphane ve eğitim programları bulunmaktadır.
- *Padova (Padua) Botanik Bahçesi*: Botanik bahçesinde ısıtılmış seralar, kütüphane, herbaryum, derslik, kimyasal ve fizyolojik araştırmalar için laboratuvarlar bulunmaktadır. Biyoçeşitlilik, koruma, kültürel

miras, bitkilerin dayanıklılığı konularında araştırma projeleri desteklenmektedir. Bazı biyoçeşitlilik konulu çalışmalar; bitki materyalini öğrencilere sağlamak ve bitkilerin morfolojik tanınmasını genetik bir tanımlayıcıyla bütünleştirmek için DNA Barkodlama Projesi, *Ginkgo biloba* bitkisinin üreme yapılarının genetik ve moleküler düzeyde incelenmesi, bitkilerde oluşan gal (safra) yapılarının koleksiyonunun incelenmesi, Nilüfergiller familyasında çiçek ve meyve gelişiminde rol oynayan genlerin incelenmesi projeleri örnek gösterilebilir. Koruma alanında devam eden araştırmalar genellikle germ plazma bankasının geliştirilmesine odaklanmıştır. Alp florasının korunması, mikroalg ve mantarların yerinde korunması ve entegre koruma programları bulunmaktadır. Kültürel miras yönüyle çalışmalara da yer verilmiştir. Padova Botanik Bahçesinin tarihi koleksiyonları ve bazı önemli kişilerin çalışmalarını incelemek, anlamak, geliştirmek ve tarih ile bilim arasında disiplinler arası araştırmayı teşvik etmek amaçlanmıştır. Achille Forti koleksiyonları ve tarih-bilim perspektifinden incelenmesi, Achille Forti algariumunun (alg herbaryumu) dijitalleştirilmesi örnek projeler arasında yer almaktadır. Bunların yanında bitkilerin işlevsel özellikleri, patojenlere ve istilacı türlere karşı savunmaları üzerine yapılan çalışmalarda yenilik yapmayı amaçlayan çeşitli araştırmalar da vardır. Örneğin; topraktaki yararlı bakteriler ile bitkiler arasındaki etkileşimlerin moleküler düzeyde incelenmesi ve sürdürülebilir tarıma yönelik stratejiler geliştirilmesi çalışması ile kaya çatlakları ve kaya yüzeylerinde yetişen bitkilerin sağlığını değerlendirmek ve üzerlerinde etkili olan çeşitli çevresel streslere nasıl uyum sağladıklarını öğrenmek amacıyla da gerekli faaliyetler yürütülmektedir.

- *Singapur Botanik Bahçesi*: Bahçedeki eğitim programları her yaştan doğa tutkunu için mevcuttur. Öğrenciler için Programlar; turlar rehberlidir ve kontenjan sınırlıdır. Okul öncesi ve ilkokul/ortaokul düzeyinde tur programlarında çevre karşı olumlu tutum geliştirmek, doğayı ve canlıları duyularla keşfetmek, dil ve okuryazarlık becerilerini geliştirmek için hikaye dinletileri ve başkalarıyla iletişim kurmaya fırsat tanıyan faaliyetler, fiziksel aktivitelerle ince ve kaba motor becerilerinin geliştirilmesi ve sosyal ve duygusal gelişim uygulamaları, alan tabanlı öğrenme faaliyetleri, ulusal semboller hakkın bilgi edinme, Singapur Botanik Bahçelerinin mirası ve bölgenin ekonomik, sosyal ve bilimsel gelişimine katkısını öğrenme, bitki sistemleri ve işlevlerini anlama, ekosistemler içerisindeki etkileşimleri anlama, tropikal yağmur ormanlarının önemi gibi konulara yer verildiği görülmüştür. Yetişkin bireyler için daha çok doğa turları ve uygulamalı atölye çalışmaları

bulunmaktadır. Öğrenme Ormanı, Şifa Bahçesi, Miras Turu, Orkide Turu, Tohum Bankası Turu, Etnobotanik Turu ile bitkileri teraryumda yetiştirme ve düzenleme sanatının öğretildiği Konteyner Bahçe, evde bitki çoğaltma ve yetiştirme tekniklerinin öğretildiği Ev Bahçeciliği, orkidelerin temel özellikleri, yetiştirme ihtiyaçları ve temel bakımının ele alındığı Orkidelerin Yetiştirilmesi, Asya mutfağında yaygın olarak kullanılan otların ve baharatların tarihsel önemi, bitkisel ilaç olarak kullanımı ve çoğaltma yöntemlerinin incelendiği Otlar ve Baharatlar temalı atölye çalışmalarına da yer verilmiştir. Bununla birlikte profesyonellere özel değişim programları bulunmaktadır. Bu programda profesyoneller herbaryum, ağaççılık yönetimi, bahçecilik yönetimi, orkide bahçesi, genel fidanlık yönetimi, mikroçoğaltım ve moleküler laboratuvarı gibi geniş bir yelpazesi olan uzmanlık programlarında yer alabilmektedirler. Singapur Botanik Bahçesi'nde aynı zamanda her ay farklı etkinliklere yer verilmekte, Youtube kanalı üzerinden de içerik üretilmektedir. Ayrıca e-kitaplar ve çeşitli yayınlara da internet sitesi üzerinden ulaşılabilir.

Uluslararası Botanik Bahçelerini Koruma Örgütü (BGCI) listesine kayıtlı botanik bahçeleri, bilimsel eğitim ve araştırma açısından ülkelerin biyolojik çeşitliliğinin korunmasında ve toplumda çevresel farkındalık oluşturulmasında önemli birer odak noktasıdır. Bu bahçeler, üniversitelerle iş birliği içinde akademik faaliyetler yürütmekte ve aynı zamanda halkı bilinçlendirmeye yönelik çeşitli eğitim programları sunmaktadır. Aşağıda örneklem olarak BGCI listesinde Türkiye'den seçilen botanik bahçelerinin bilimsel eğitim ve araştırma faaliyetlerine dair örnek uygulamalar sunulmuştur:

- *Nezahat Gökyiğit Botanik Bahçesi (NGBB)*: Bahçede, botanik bilimi ile ilgilenenler için 5.000'in üzerinde kitap, 160 süreli yayın ve 400'e yakın makale koleksiyonu olan bir ihtisas kütüphanesi bulunmaktadır. Botanik bahçesinde yürütülen çeşitli koruma projeleri (Geven, Tülüşah, Zingit, Yitik Lâle, Yatak Süseni) geliştirilmiştir. Bununla birlikte farklı bölgelerde yürütülen arazi çalışmaları mevcuttur. NG Botanik Bahçesi'nin araştırmacılara özgü projelerinin yanında toplumsal katkıyı da önemseyen faaliyetler yürütülmektedir. Anaokul, ilköğretim, ortaokul, lise okul gruplarına yönelik gezi programları ve atölye çalışmaları yürütülmektedir. Atölye çalışmalarında öğrencilerle; habitat kavramı, botanik bahçesinin keşfi, tohumdan bitki yetiştirilmesi, suyun önemi, ağaçların tanıtılması, bitkilerin yaşam hikayesi gibi çok sayıda etkinlik gerçekleştirilmektedir. Bunun yanında çocuklar için bahçıvanlık, faydalı bitkiler projeleri ile yaz kampı gibi faaliyetler yapılmaktadır. Öğretmen eğitim programları ile öğretmenlerin doğa ile buluşmaları, doğa ve

ekoloji kavramlarını uygulamalı olarak öğrenmelerini hedefleyen NG Botanik Bahçesi, Keşif Bahçesi ile de yediden yetmişe herkesin bitkiler dünyasını deneyimleyebileceği alanlar açmıştır. Tüm bu faaliyetlere ilave olarak; çocuklar için yapraktan ağaç bulma oyunu olan Teşhis Yolu, altı farklı çeşit meşe ağacını bulma ve farklılıklarını keşfetme oyunu olan Meşemi Bulamıyorum gibi oyunlarla çocukların doğa ile etkileşim içerisinde olmaları sağlanmaktadır. Bununla birlikte her ay hem yetişkinler hem de çocuklar için etkinlikler gerçekleştirilmektedir.

- *Atatürk Arboretumu*: Bu Arboretumun ilk amacı bağlı olduğu üniversitenin Orman Fakültesi akademisyenleri ile öğrencilerinin, orman mühendisleri, peyzaj mimarları, ulusal ya da uluslararası alanda çalışmalar yürüten bilim insanlarının, doğa severlerin ve botanik bilimine ilgi duyan herkesin inceleme ve araştırma yapabilecekleri bir laboratuvar görevi görmektedir. Bunun için de “Atatürk Arboretumu Ağaç ve Çalıları” hakkında kitap basılmıştır. Bilimsel araştırma ve eğitim kapsamında hangi çalışmaların yürütüldüğü, Arboretum içerisinde eğitim programlarının olup olmadığı hakkında internet sitesinden yeterli bilgiye ulaşılamamıştır.
- *Ege Üniversitesi Botanik Bahçesi*: EÜ Botanik Bahçesi eğitim amaçlı her yıl farklı düzeylerden binlerce öğrenciyi misafir etmekte, ilgili çalışanlar ve Biyoloji Bölümü Anabilim Dalı öğrencileri tarafından sunum gerçekleştirilmektedir. Ziyaretçilere bitki basım atölyesi etkinliği düzenlenmektedir. Bu atölyede ziyaretçiler hem doğayı tanıma hem de kendi hayal dünyalarını bitkilerle birleştirerek sanatsal faaliyet yürütme olanağı bulmaktadırlar. Rehber eşliğinde bahçeyi gezen ziyaretçiler doğadan topladıkları yaprakları kullanarak baskı çalışmaları yapmaktadırlar. Atölyelerin haricinde paneller, seminerler, sergiler düzenlenmektedir. Ayrıca botanik bahçesinde mum çiçekleri olarak da bilinen *Hoya* koleksiyonu bulunmaktadır.

Sonuç

Bu çalışma, UNESCO Dünya Miras Listesi’nde yer alan ve BGCI listesine kayıtlı belirli botanik bahçelerinin dijitalleşme girişimleri ile bilimsel eğitim ve araştırma faaliyetlerini karşılaştırmalı olarak analiz etmeyi amaçlamıştır. İnternet sitelerinden elde edilen verilere dayanarak, botanik bahçelerinin hem küresel ölçekte hem de Türkiye özelinde değişen rolleri, teknolojik uyum süreçleri ve bilgi üretme kapasiteleri incelenmiştir. Elde edilen bulgular, botanik bahçelerinin yalnızca biyolojik çeşitliliği koruyan fiziksel mekânlar olmakla sınırlı kalmayıp, dijital çağda bilgiyi üreten, paylaşan ve topluma aktaran dinamik yapılar olarak dönüştüğünü göstermektedir.

Araştırmadaki bulgular, dünya genelindeki örneklerin özellikle UNESCO statüsüne sahip olan Kew Gardens (İngiltere), Singapur Botanik Bahçesi ve Padova (İtalya) gibi botanik bahçelerinin dijitalleşme süreçlerine büyük önem verdiğini ortaya koymaktadır. Bu yerler, sanal turlar, podcastlar, mobil uygulamalar ve çevrim içi veri tabanları gibi araçlarla hem ziyaretçi deneyimini hem de bilimsel erişimi kayda değer bir şekilde geliştirmektedir. Böylece bu botanik bahçeleri, fiziki mekânların ötesine geçerek dijital alanlarda da bilgi üreten ve bunu geniş çapta yaygınlaştıran, topluma sunan çok yönlü merkezler olarak öne çıkmaktadır. Türkiye’den seçilen örneklemelerin arasında Nezahat Gökyiğit Botanik Bahçesi’nin özellikle bilimsel araştırma ve eğitim faaliyetleri açısından diğer bahçelerden gözle görülür bir şekilde öne çıktığı görülmektedir.

Türkiye’de, BGCI listesine kayıtlı botanik bahçeleri genellikle üniversitelerin bünyesinde yer almakta ve özellikle bitki sistematiği, endemik türlerin korunması ile tıbbi ve aromatik bitkilere yönelik araştırmalar gibi alanlarda bilimsel bilgi üretimine önemli katkılar sunmaktadır. Bununla birlikte, örneklemdeki bu bahçelerde dijitalleşme süreçlerinin henüz yeterince gelişmediği dikkat çekmektedir. Özellikle çevrim içi etkileşimli içerikler, kapsamlı veri tabanları, sanal sergiler ve mobil uygulamalar gibi dijital araçların yaygın olarak kullanılmadığı gözlemlenmiştir.

Sonuç olarak, UNESCO tarafından onaylanan ve BGCI listesine kayıtlı botanik bahçeleri, çalıştıkları coğrafyanın önceliklerine ve kaynaklarına bağlı olarak farklı yaklaşımlar sergilese de bilimsel bilgi üretimi, bitki koruma stratejilerinin hayata geçirilmesi ve topluma yönelik eğitim faaliyetlerinde kritik bir rol üstlenmektedir. Dijitalleşme, bu süreçleri destekleyen stratejik bir araç olarak dikkat çekmekte ve özellikle kullanıcı katılımını artırma, veri paylaşımını güçlendirme ve sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşma açısından kayda değer bir katkı sunmaktadır.

Türkiye özelinde ele alındığında, botanik bahçelerinin dijital altyapılarının güçlendirilmesi; uluslararası standartlarla uyumlu, işlevsel veri paylaşım sistemlerinin geliştirilmesi ve toplumla daha etkin bir etkileşim sağlamak amacıyla dijital eğitim araçlarının tasarlanması gibi adımlar, hem ulusal düzeyde botanik stratejilerinin etkinliğini artıracak hem de küresel doğa koruma hedeflerine daha güçlü bir katkı sunulmasına olanak sağlayacaktır. Kurumsal yapıların güçlendirilmesi, dijitalleşme süreçlerinin hızlandırılması ve politika yapıcılarla entegrasyonun artırılması önem arz etmektedir.

Kaynaklar

- Albayrak, A. (2013). *Alternatif turizm*. Detay Yayıncılık.
- Ballantyne, R., Packer, J., & Hughes, K. (2008). Environmental awareness, interests and motives of botanic gardens visitors: Implications for interpretive practice. *Tourism Management*, 29(3), 439-444. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.05.006>
- Breakey, N. M. (2012). Studying world heritage visitors: The case of the remote riversleigh fossil site. *Visitor Studies*, 15(1), 82-97. <https://doi.org/10.1080/10645578.2012.660845>
- Caballero, G. V. (2016). Understanding the different histories and heritage meanings of the Singapore Botanic Gardens, to interpret its importance to people and the state. In: *International Conference on Heritage Education: Historical Education in Asia, Issues & Challenges*, 27-29 August 2015, Manila, Philippines.
- Correia, A., Kozak, M., & Ferradeira, J. (2013). From tourist motivations to tourist satisfaction. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(4), 411-424. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-05-2012-0022>
- Çarbuğa, Ü., & Pekerşen, Y. (2017). Botanik bahçeleri ve turizm. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 1(1), 26-35.
- Dilaver, Z. (2017). Ankara'nın botanik turizmi potansiyeli. *International West Asia Congress of Tourism Research (IWACT)* (28 Sept – 01 Oct 2017), ss. 556-569. (Genişletilmiş Baskı) ISBN:978-605-67761-8-2. Van: Paradigma Akademi Basın Yayın Dağıtım.
- Donaldson, J. S. (2009). Botanic gardens science for conservation and global change. *Trends in Plant Science*, 14(11), 608-613. <https://doi.org/10.1016/j.tplants.2009.08.008>
- Eminağaoğlu, Z., & Eminağaoğlu, Ö. (2024). Planning and design principles of Artvin Çoruh University Ali Nihat Gökyiğit Botanical Garden in a sustainable approach. *Biological Diversity and Conservation*, 17(2), 160-174. <https://doi.org/10.46309/biodicon.2024.1454490>
- Erdem, A. T. (2017). Kurumsal girişimcilik üzerine yapılan çalışmaların içerik analizi yöntemiyle incelenmesi. *European Journal of Managerial Research (EUJMR)*, 1(1), 1-8.
- Falkingham, L. T., & Reeves, R. (1998). Context analysis - A technique for analysing research in a field, applied to literature on the management of R&D at the section level. *Scientometrics*, 42, 97-120.
- Hepcan, Ç. C., & Özkan, B. (2005). Botanik bahçelerinin kentsel dış mekânlar olarak kullanıcılara sunduğu olanakların belirlenmesi. *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 42(3), 159-170.

- Kırmacı, M., & Aslan, G. (2024). Nezahat Gökyiğit Botanik Bahçesi karayosunları florası. *Bağbahçe Bilim Dergisi*, 11(3), 247-258.
- Mounce, R., Smith, P., & Brockington, S. (2017). Ex situ conservation of plant diversity in the world's botanic gardens. *Nature Plants*, 3, 795–802. <https://doi.org/10.1038/s41477-017-0019-3>
- Özçelik, H., Dutkuner, İ., Balabanlı, C., Akgün, İ., Gül, A., Karataş, A., Kılıç, S., & Deligöz, A. (2006). Süleyman Demirel botanik bahçesinin tanıtımı. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 10(3), 352-373.
- Paiva, P. D. D. O., Sousa, R. D. B., & Carcaud, N. (2020). Flowers and gardens on the context and tourism potential. *Ornamental Horticulture*, 26(1), 121-133. <https://doi.org/10.1590/2447-536X.v26i1.2144>
- Ray, U. C., Demirtaş, N., & Pirçek, M. (2019, 25-27 Haziran). Bir Hatay endemiği: Kırmızı guddeme (*Helicbrysum sanguineum*)'un botanik turizmi açısından incelenmesi [Sempozyum]. *Eğitim Bilimleri ve Sosyal Bilimler Sempozyumu*, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.
- Şat, B. (2006). Doğa koruma ve çevre eğitimi açısından arboretumların işlevleri ve Atatürk Arboretumu. *Journal of the Faculty of Forestry Istanbul University*, 56(2), 253-270.
- Şentürk, A. (2012). *UNESCO Dünya Miras Listesinde yer almanın, ülke kültürel miras koruma politikalarına etkileri üzerine bir değerlendirme*. [Yüksek lisans tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi]. Polen – İTÜ Akademik Açık Arşiv. <https://polen.itu.edu.tr:8443/server/api/core/bitstreams/7f919f75-26bf-440f-b41f-29d28d3a6169/content>
- Tongiorgi Tomasi, L. (2005). The origins, function and role of the botanical garden tn sixteenth-and seventeenth-century Italy. *Studies in the History of Gardens & Designed Landscapes*, 25(2), 103-115. <https://doi.org/10.1080/014601176.2005.10435338>
- Tutar, H., & Erdem, A. T. (2020). *Örnekleriyle bilimsel araştırma yöntemleri ve SPSS uygulamaları*. Seçkin Yayıncılık.
- URL-1, Türk Dil Kurumu Sözlük, <https://sozluk.gov.tr/> E. T.: 07.05.2025
- URL-2, UNESCO World Heritage Convention <https://whc.unesco.org/en/stat-parties/tr> E. T.: 23.05.2025
- URL-3, Botanic Gardens Conservation International (BGCI) <https://www.bgci.org/about/> E. T.: 23.05.2025
- URL-4, BGCI GardenSearch <https://gardensearch.bgci.org/> E. T.: 23.05.2025
- URL-5 UNESCO World Heritage Convention Royal Botanic Gardens, Kew <https://whc.unesco.org/en/list/1084> E. T.: 23.05.2025
- URL-6 UNESCO World Heritage Convention Singapore Botanic Gardens, <https://whc.unesco.org/en/list/1483> E. T.: 23.05.2025

- URL-7 UNESCO World Heritage Convention Botanical Garden (Orto Botanico), Padua <https://whc.unesco.org/en/list/824> E. T.: 23.05.2025
- URL-8 BGCI/About <https://www.bgci.org/about/about-bgci/our-organisation-strategy/> E. T.: 23.05.2025
- URL-9 Artvin Çoruh Üniversitesi Ali Nihat Gökyiğit Botanik Bahçesi Araştırma Merkezi <https://botbamer.artvin.edu.tr/tanitim-79> E. T.: 23.05.2025
- URL-10 Atatürk Arboretum <https://ataturkarboretumu.ogm.gov.tr/tr/sayfa/genel-bilgiler> E. T.: 23.05.2025
- URL-11 Ege Üniversitesi Botanik Bahçesi <https://botanik.ege.edu.tr/> E. T.: 23.05.2025
- URL-12 Ege Ajans <https://egeajans.ege.edu.tr/?p=4388> E. T.: 23.05.2025
- URL-13 Çukurova Üniversitesi Ali Nihat Gökyiğit Botanik Bahçesi <https://botanik.cu.edu.tr/> E. T.: 23.05.2025
- URL-14 Düzce Postası <https://www.duzcepostasi.com/haber/24471336/duzce-universitesinin-botanik-bahcesi-uluslararası-listede> E. T.: 23.05.2025
- URL-15 Düzce Üniversitesi Botanik Bahçesi <https://botanikbahce.duzce.edu.tr/Home/Index> E. T.: 23.05.2025
- URL-16 Gaziantep Büyükşehir Belediyesi/Haberler https://www.gaziantep.bel.tr/tr/haberler/dunya-bitkileri-bu-bahcede?utm_source=chatgpt.com E.T.: 24.05.2025
- URL-17 Gaziantep Gündem https://www.gundemgaziantep.com/spor/gaziantep-botanik-bahcesi-ziyaretcilerine-kapisini-acti?utm_source=chatgpt.com E.T.: 24.05.2025
- URL-18 Alfred Heilbronn Botanik Bahçesi <https://muzeyum.istanbul.edu.tr/tr/content/koleksiyonlar/alfred-heilbronn-botanik-bahcesi> E.T.: 24.05.2025
- URL-19 Konya Tropikal Böcek Bahçesi <https://konyatropikalkalebekbahcesi.com/tr/bahcemiz> E. T.: 24.05.2025
- URL-20 Malva Culture <https://www.malvaculture.com/arboretum/#bitki-listesi> E. T.: 24.05.2025
- URL-21 Nezahat Gökyiğit Botanik Bahçesi <https://www.ngbb.org.tr/index.html> E. T.: 24.05.2025
- URL-22 Climate Change Knowledge Portal <https://climateknowledgeportal.worldbank.org/> E. T.: 24.05.2025
- URL-23 İtalia.it <https://www.italia.it/en/veneto/padova/things-to-do/padua-botanical-garden#:~:text=What%20is%20Padua's%20Botanical%20Garden%3F&text=The%20result%2C%20for%20all%20to,over%20the%20world%20every%20year> E. T.: 24.05.2025
- URL-24 Singapore Academy <https://singapore-academy.org/index.php/en/education/library-media-center/places-to-visit-tourist-attractions-of-sin>

gapore/item/269-singapore-botanic-gardens#:~:text=The%20Botanic%20Gardens%20receives%20about%204.5%20million%20visitors%20annually E. T.: 24.05.2025

URL-25 Fatih Altınordu Röportajı 2022 Tarihli Röportaj <https://www.milliyet.com.tr/galeri/istanbulun-ortasinda-dogal-cennet-ataturk-arboretumu-6365704/8> E. T.: 24.05.2025

URL-26 Ademi Fahri Pirhan 2022 Tarihli Röportaj <https://www.cuegeajans.com/index.php/2022/08/18/egc-universitesinin-endemik-tur-cenneti-botanik-bahcesi/> E. T.: 24.05.2025

Wood, M. E. (2002). *Ecotourism: Principles, practices and policies for sustainability*. United Nations Environment Programme Division of Technology, Industry and Economics (UNEP).

Yılmaz, O., & Yılmaz, H. (2012). Atatürk Arboretumu coğrafi bilgi veri tabanının oluşturulmasında özgür açık kaynak kodlu yazılım kullanımı. *Tarım Bilimleri Dergisi*, 18(4), 308-314. https://doi.org/10.1501/Tarimbil_00000001219

Küreselleşme Ekseninde Sakin Şehir (Cittaslow) Hareketi: Köyceğiz Örneği

Kutay İşler¹

Özet

Kentlerde ciddi bir şekilde tehlike altında olan sosyal dokuya özgü yapıları, mimariyi, kültürel değerleri, yerel mutfağı, tarihi kimliği, doğal kaynakları ve yaşam kalitesini korumak için önlem alınması gerekliliği son yıllarda bir zorunluluk haline gelmiştir. “Sakin şehir” anlamına gelen ve yaklaşık yirmi altı yıl önce İtalya’da ortaya çıkan Cittaslow hareketi bugün 305 üyesiyle beraber bu tehditlere karşı tepki olarak ortaya çıkmıştır. Bu amaçla Cittaslow hareketi, kentlerin yerel kimliklerini koruyarak, yaşam kalitesini yükseltme hedefleriyle kalkınmayı amaçlayan bir dizi hedef doğrultusunda çalışmaktadır. Küreselleşmenin meydana getirdiği olumsuzluklara tepki olarak doğan hareketler ışığında Türkiye’de Cittaslow’un 14’üncü üyesi olarak 2019 yılında sakin şehir ünvanı alan Köyceğiz ele alınmıştır. Bu bağlamda küreselleşme tanıtılarak, yavaş yemek ve sakin şehir hareketi oluşumları incelenmiştir. Ardından cittaslow üyelik kriterleri incelenerek, Köyceğiz ilçesi doğal, beşeri, sosyal, ekonomik ve tarihi yapıları ve turizm potansiyeli ele alınmıştır. Son bölümde ise Kültür ve Turizm Bakanlığından ve Türkiye İstatistik Kurumundan Köyceğiz için elde edilen veriler ortaya konularak değerlendirilmiştir.

Giriş

İnsan, yaşadığı dünyada önce hayatta kalabilmek daha sonra da kaliteli bir hayat sürebilmek için sürekli mücadele içerisinde olmak durumundadır. Ancak kaliteli yaşarken sahip olunan özün korunması her geçen gün daha da zor hale gelmiştir. Nitekim artık sıcak, düz ve kalabalık bir yapı haline gelen dünyada küreselleşmenin hırçın etkilerine maruz kalınmaktadır. Böyle bir dünyada, hayvan ve bitki türlerinin yok olma tehlikesi ortaya çıktığı gibi iklimler değişmekte, yenilenebilir enerji kaynaklarının yok olma süreci

1 Öğr. Gör. Kutay İŞLER, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Köyceğiz Meslek Yüksekokulu, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü, kutayisler@mu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-7361-6610>

hızlanarak enerji yoksulluğu yaratılmakta ve insanlar daha hızlı bir yaşama zorlanmaktadır.

İnsan yaşamını daha hızlı kılmaya zorlayan bu süreç bir takım sorunları da meydana getirmiş ve yaşam alanları üretilenden çok tüketilen ve dolayısıyla kendi kendine yetmeyen bir yapı haline gelmiştir. Hızlı yaşanan, hızlı çalışılan hatta yemek yiyecek veya kahve içecek kısa bir zamanı olmayanlar için ayakta yemek veya kahve hizmeti verenlerin bir hayli arttığı bir düzen oluşmuştur.

Toplumlari hızlı hayat tarzlarına zorlayan, en temel insan ilişkilerini dahi sekteye uğratan, eylemlerini sonuçlandırmak için acele ettiren, yerelliği unutturan kısacası farkında olmadan kaybedilmeye yüz tutan bu olumsuz tabloya kayıtsız kalınmamış ve tepkiler başlamıştır. İlk etapta bir grup eylemci tarafından 1986 yılında İtalya’da hızlı yaşayarak yerel yemeklerin kaybolma riskine karşı bir hareket doğmuştur. Buna göre küreselleşmenin hızına karşı, yemek sektöründe hala varlığını sürdüren ünlü bir fast food restoranına bir tepki olarak ortaya çıkan ve resmi olarak 1989 yılında temelleri atılan Slow Food (Yavaş Yemek) hareketi karşımıza çıkmaktadır. Her geçen gün büyüyen bu hareket sonrasında yeni oluşumlarda meydana gelmeye başlamıştır. Bunların içerisinde en önemlisi, 1999 yılında yine İtalya’da ortaya çıkan ve kentlerin kendi öz kimliklerini ön plana çıkararak sürdürülebilir yerel kalkınmayı ve kendi dokusuna uygun yapıları geliştirmeyi aynı zamanda merkezleşmeden, yerel sakinlerin yaşam kalitelerini iyileştirme amacı güden Cittaslow (Sakin Şehir) hareketidir.

1. Küreselleşme Kavramı

Özellikle 20. yüzyılın sonlarına doğru Doğu Bloku’nun yıkılmasıyla beraber hız kazanan küreselleşme olgusunun kesin bir tanımı yapılamamaktadır. İçerdiği anlamların fazlalığı, her kesimin bu konuyu kendi penceresinden yorumlanması sağlanmış ve dolayısıyla net bir kalıba oturtulamamıştır. Ancak genel olarak küreselleşme, en temelinde insanın bulunduğu ekonomik, siyasî ve kültürel ilişkilerin karşılıklı entegrasyonudur. Ülkeler arasındaki iletişimin ve bağımlılığının artması kısacası insanlığın üretebildiği her şeyin dünyanın her tarafına yayılımındaki engellerin kalkarak evrensel bir yapının oluşma sürecidir (Yayla, 2011: 79). Dünyanın daha etkileşimli bir hal almasına sebep olan küreselleşme; insanları, toplumları ve nihayetinde dünyayı birleştirmektedir. Burada yediklerimizin, duyduklarımızın, düşündüklerimizin veya ürettiklerimizin dünyanın öbür ucuna ulaşması, hatta ayınlarının oralarda da olmasıdır. Dünyanın giderek küçülmesi, uzak yerlerin yakınlaşıyor olması bazı kesimler için olumlu kabul

edilmektedir. Ancak tüm bunların gerçekleşmesi beraberinde birtakım sıkıntılar doğurmaktadır. Küreselleşmenin sınırları kaldırması hayatın çok daha hızlı yaşanmasına neden olmaktadır. Sürekli bir yerlere yetişme çabası, yemek yiyecek vaktin bile bulunmaması, sakinliği, huzuru yok etmektedir. Her bölgenin kendisine ait yerel kültürünü yok etmekle beraber üretmenin yavaş yavaş yerini tüketme anlayışına dönüştürmesine neden olmaktadır.

Kanadalı gazeteci Carl Honore, geçen 150 yıl içerisinde her şeyin gitgide daha hızlanmakta olduğunu ve bu durumun insanlara yarardan çok zarar getirdiğini ifade etmiştir (Güven, 2011: 117). Aynı zamanda hayatın hızlı yapıma baskısı, söz konusu hayatı yaşamak yerine yarışmaya başladığımız bir sürece dönüştürmektedir. Yavaş bir dişli kullanıldığında her şeyin yerine oturacağını, daha fazla bağlanacağını, daha fazla yaratacağını, daha fazla odaklanacağı ve daha fazlasının elde edilebileceği belirterek küreselleşmeye karşı duruş sergilemiştir (Carlhonore, 2020).

Küreselleşmeyi kitlesel iletişim araçları çerçevesinde inceleyen Marshall McLuhan'a göre küreselleşmeyle beraber hızla gelişme kaydeden internet ve sosyal ağlar ile bir yerde bir zaman diliminde gerçekleşen herhangi bir şey yine aynı anda birden çok yerde olabilmektedir. Örneğin herhangi bir sosyal paylaşım sitesinde yazılan herhangi bir yazının veya düşüncenin retweet edilerek tüm dünyaya aynı anda yayılması yalnızca saniyeler almaktadır. İletişim teknolojilerinin asıl amacı insanları tek tip bir yapıya dönüştürmektir. Aynı markada ve tarzda kıyafetlerin giyilmesi, aynı yiyeceklerin veya içeceklerin tüketilmesi, aynı şekilde düşünülmesini hedefleyen teknolojiler sadece insanların kullandığı icatlar olmaktan çıkıp insanları yeniden inşa eden araçlar olmaktadır. Bu anlamda yaşadığımız yeri Küresel Köye dönüşmeye başlamıştır (Biamag, 2018). Günümüzde çetin bir mücadele verilmesi gereken küreselleşme, tek tip insanlar yaratarak farklılıkları yok etmektedir. Aynı zamanda hayatı hızlı yaşayarak kısa zamanda hızlı tüketmeye yöneltmektedir. En büyük zenginliklerden olan yerel kültürler yok edilerek küresel kültürün önü açılmaktadır. Bu süreç evrenselleşmeye (benzerleşmeye) neden olarak yerelleşmeyi (farklılaşmayı) yok saymaktadır.

2. Küreselleşmenin Hızına Karşılık Yavaş Hareketi

Küreselleşme sürecinin doğal sonucu olan hızlı yaşam farkında olmadan tüm dünyayı etkisi altına almış, bireyleri kendi benliğinden çıkararak adeta daha hızlı ve monoton bir şekilde yaşlanmalarına neden olan bir düzen haline getirmiştir. Bu olumsuz tablo başlangıçta bir takım kesimin dikkati çekerek bu düzene müdahale edilmesi gerekliliğini doğurmuş ve yavaş yaşam kültürünün temelleri atılmıştır.

Yavaş yaşam kültürü insanların gündelik yaşantılarını sadece işe gitme, alışveriş yapma ve televizyon karşısında vakit geçirme gibi kısır döngü bağlamında geçirmelerine sebep olan hızlı yaşama karşında durmuştur. Bu nedenledir ki yavaş yaşam, stres içerisinde bir yerlere yetişme çekincesi olmadan, aldığı her nefesin, yaşadığı her saniyenin tadına vararak zamanı daha kaliteli kullanmayı ifade etmektedir (Yurtseven vd., 2010: 10). Diğer taraftan günümüzde ülkelerin, kentlerin ve temelinde insanların içine sürüklendiği hızlı yaşantıların, insanlarda sebep olduğu yaşam tarzlarındaki olumsuz yönlü güncellemeler, kentleri ve dolayısıyla insanları “Yavaş Yemek” ve “Yavaş Şehir” gibi hareketlere yöneltmektedir (Sağır, 2017: 52).

2.1. Slow Food (Yavaş Yemek) Hareketi

Küreselleşmeye ve zincir fast foodlaşmaya doğrudan bir cevap olarak doğan Slow Food, 1986’da İtalya’nın Roma kentinde zincir bir fast food restoranının açılışının yaygın ulusal protestoları tetiklemesiyle hayata geçmiştir. Nitekim açılan restoran “açıldığı yerdeki meydanın estetiğinin bozulacağı” kaygısı ile “yemek yemenin abur cuburla doymak ve yemeği hızla tüketmek olmadığı” düşüncesine karşı İtalyan yazar Carlo Petrini ve diğer destekçiler tarafından makarnalı protesto eylemleriyle Slow Food hareketi doğmuştur (Slow Food Association, 2025a).



Şekil 1: Slow Food’un sembolü

Slow Food hareketi 1989 yılından bir manifesto imzalandıktan itibaren uluslararası bir boyut kazanmıştır. Ayrıca kuruluşundan bu yana 79 ülkede “convivia” olarak bilinen 886 yerel şubesi ve 115 ülkede 1.205 topluluğu olan yavaş yemek savunucusu ciddi bir yapıya dönüşmüştür (Slow Food, 2025b). Bu hareket yerel gıda kültürlerini ve sürdürülebilir uygulamaları tanıtabilmek amacıyla çeşitli etkinlikler, atölyeler ve kampanyalar düzenlemekte, taze, yöresel ve mevsimsel ürünlerin öneminin yanı sıra aile veya arkadaşlarla birlikte yenilen yiyeceklerin sosyal rolüne dikkat çekmektedir (Karadeniz, 2014: 85). Slow food’un sembolü kırmızı bir salyangozdur. Salyangoz’un

seçilme nedeni ise yavaş hareketli bir hayvan olduğu ve aynı zamanda slow food hareketinin çıktığı Kuzey İtalya'daki Bra kasabasında salyangozun sevilen bir yemek olmasıdır (Şekil 1).

2.2. Cittaslow (Sakin Şehir) Hareketi

İtalyanca Citta (şehir) ve İngilizce slow (sakin/yavaş) sözcüklerinden meydana gelen Cittaslow “sakin şehir” anlamına gelmektedir. Temeli slow food’a dayanan Cittaslow, İtalya’nın Greve in Chianti kentinde 30 tane yavaş yemek kentinin katılımı ile 1999 yılında İtalya’daki dört belediye başkanı tarafından kurulmuştur (Cittaslow International 2016; Amrhein & Hospers, 2024: 378). Çünkü bu kentler giderek hızlanan dünya tarafından ezilme riski altında oldukları değerlendirilmiş, ve bölgelerdeki turizm potansiyeli, araç trafiği ve fast food restoranları sayısı artmıştır. Bunun sonucunda her taraf reklam tabelaları ile donatılmış ve ışık kirliliğine yol açılmıştı. Tam bu noktada şehirler sakinleştirilmek istenilmiş ve bu amaçla yavaş yemek ilkelerini yerel topluluklara aktarma amacıyla kurulmuştur (Cittaslow International 2013; Karadeniz, 2014: 86). Cittaslow’un sembolü turuncu renkli ve kabuğunun üstünde şehri taşıyan bir salyangozdur (Şekil 2).



Şekil 2: Cittaslow’un sembolü

Cittaslow, sürekli artan yaşam hızı, sağlıksız ve hızlı yeme alışkanlıkları ile gelenek, yerel kültür ve yaşam sevincinin kaybına karşı koymayı amaçlamaktadır. Diğer taraftan vatandaşları için yüksek yaşam kalitesi aranan küçük kasabaların küresel bir ağıdır. Kurulduğundan bugüne kadar toplam 306 üyeye (Haziran 2025 itibarıyla) ulaşmıştır. Halen Türkiye’de 27 üyesi bulunan Cittaslow bölgeleri; Ahlat, Akyaka, Arapgir, Daday, Eğirdir, Finike, Foça, Gerze, Gökçeada, Göynük, Güdül, Halfeti, İbradı, İznik, Kemaliye, Köyceğiz, Mudurnu, Perşembe, Safranbolu, Seferihisar, Şarköy, Şavşat, Uzundere, Vize, Yalvaç, Yenipazar ve Çameli’dir.

2.2.1. Cittaslow Olabilme Kriterleri

Cittaslow ağının bir üyesi olmak için belediyeler 50.000 nüfus sınırını aşmamalıdır. Ayrıca, Cittaslow Manifestosu'nun imzalanması ve yıllık üyelik ücretinin ödenmesi gerekmektedir. Cittaslow olabilmek için birlik, çevre politikaları (13 adet), altyapı politikaları (9 adet), kentsel yaşam kalitesi politikaları (17 adet), tarımsal, turistik, esnaf ve sanatkarlara dair politikalar (10 adet), misafirperverlik, farkındalık ve eğitim için planlar (10 adet), sosyal uyum (11 adet) ve ortaklıklar (3 adet) olmak üzere 7 temel ve bunların altında 73 alt kriter belirlenmiştir (Şekil 3).



Şekil 3: Cittaslow Kriterleri (2025)

Bu kriterlerden hava ve su temizliği, engellilere yönelik mimari engellerin kaldırılması, geleneksel iş tekniklerinin ve zanaatların değerinin arttırılması ve yavaş güzergahların mevcut olması gibi bir takım zorunlu karşılanması gereken kriter vardır. Aday kentlerin kriterler çerçevesinde yaptıkları çalışmalar puanlanmakta ve üye olabilmeleri için 50 ve üzerinde puan alması gerekmektedir (Cittaslow Türkiye, 2025). Aday belediyeler somut adımlar attığını ispatlar ve üyelik hedefi için planlar sunmayı başarabilirse Sakin şehir ünvanı alabilmektedir. Ayrıca her beş yılda bir değerlendirme yapılmakta ve bu süre zarfında Cittaslow katılımcı komitesi katılımcı şehirlerin hala üyelik kriterini karşılayıp karşılamadığını kontrol etmektedir (Amrhein ve Hospers, 2024: 379).

2.2.2. Türkiye’de Cittaslow Hareketi

Cittaslow Türkiye ağı Seferihisar’ın 2009 yılında üye olmasıyla “Cittaslow Derneği” tarafından kurulmuştur. “Cittaslow Türkiye Ofisi” uluslararası “Cittaslow Derneği”ne başvuru sürecini yürütmektedir. Cittaslow başvuru dosyası, aday belediyenin Cittaslow kriterleri kapsamında neler yaptığı ve yapacağını sunumudur. Başvuran belediyenin değerlendirilmesi “Cittaslow Türkiye Ofisi” tarafından teslim edilen dosya üzerinden yapılmaktadır (Cittaslowturkiye 2023; Süer, 2023: 5). Mayıs 2025 itibarıyla Türkiye’de “Cittaslow” ünvanına sahip belde ve belediyeler Tablo 1’de sunulmuştur. Tabloda “Cittaslow” hakkı kazanan 26 belediye, yıllara göre bağlı şehirler ve bölgelerle birlikte gösterilmektedir.

Tablo 1: Türkiye’de Cittaslow Bölgeleri

	Cittaslow Belediyeleri	Şehir	Bölge	Yıl
1	Seferihisar	İzmir	Ege Bölgesi	2009
2	Gökçeada	Çanakkale	Marmara Bölgesi	2011
3	Akyaka	Muğla	Ege Bölgesi	2011
4	Yenipazar	Aydın	Ege Bölgesi	2011
5	Perşembe	Ordu	Karadeniz Bölgesi	2012
6	Vize	Kırklareli	Marmara Bölgesi	2012
7	Yalvaç	Isparta	Akdeniz Bölgesi	2012
8	Halfeti	Şanlıurfa	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	2013
9	Şavşat	Artvin	Karadeniz Bölgesi	2015
10	Uzundere	Erzurum	Doğu Anadolu Bölgesi	2016
11	Göynük	Bolu	Karadeniz Bölgesi	2017
12	Gerze	Sinop	Karadeniz Bölgesi	2017
13	Eğirdir	Isparta	Akdeniz Bölgesi	2017
14	Mudurnu	Bolu	Karadeniz Bölgesi	2018
15	Ahlat	Bitlis	Doğu Anadolu Bölgesi	2019
16	Köyceğiz	Muğla	Ege Bölgesi	2019
17	Güdül	Ankara	İç Anadolu Bölgesi	2019
18	Foça	İzmir	Ege Bölgesi	2021
19	Arapgir	Malatya	Doğu Anadolu Bölgesi	2021
20	İznik	Bursa	Marmara Bölgesi	2021
21	Kemaliye	Erzincan	Doğu Anadolu Bölgesi	2022
22	Finike	Antalya	Akdeniz Bölgesi	2023
23	Şarköy	Tekirdağ	Marmara Bölgesi	2023
24	Safranbolu	Kastamonu	Karadeniz Bölgesi	2024
25	Daday	Kastamonu	Karadeniz Bölgesi	2024
26	İbradı	Antalya	Akdeniz Bölgesi	2024
27	Çameli	Denizli	Ege Bölgesi	2025

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 1 incelendiğinde, Türkiye’de Cittaslow ağına ilk katılan belediye İzmir’e bağlı Seferihisar (2009) iken son katılan belediye ise Denizli’ye bağlı Çameli (2025)’dir. Köyceğiz ise ağı 2019 yılında kabul edilmiştir. Diğer taraftan ağı 2011 yılında katılan Sakarya’nın Taraklı ilçesi, şartları yerine getirmedeği gerekçesiyle 2022 yılında üyelikten çıkarılmıştır. Karadeniz bölgesi (7) belediye ile en fazla üyeye sahipken onu sırasıyla Ege bölgesi (6), Marmara, Akdeniz ve Doğu Anadolu bölgesi (4)’er, İç Anadolu ve Güney Doğu Anadolu Bölgesi ile (1)’er üyeyle takip etmiştir.

3. Sakin Şehirden Sakin Turizm

İnsanların keyif alarak yaptıkları en önemli faaliyetlerinden biri turizmdir. Turizm yapısı itibarıyla çok çeşitlidir ve özellikle bölgenin beşerî ve fiziki coğrafi özelliklerine bağlı; tarihsel yapı, deniz ve plajları, doğa ve orman alanları, gastronomisi ve bunun gibi birçok konuyu kapsamaktadır. Coğrafi çekiciliğinin yanı sıra ulaşım ve konaklama imkanları da turizmin gelişiminde önemli kriterlerdir. Tüm dünyada nüfus yoğunluklarının artması ve buna bağlı olarak yaşam kalitesinin düşmesi, trafiğin, stresin, gürültünün artarak devam etmesi insanların turizmden beklentilerini de değiştirmiştir (Ünal, 2016: 15).

Yiyecek, içecek ve eğlencenin sınırsız olduğu, standartlaşan ve hızlanan konseptlerde tatil yapmak yerine nüfus yoğunluğunun olmadığı sakin, doğa ile etkileşimli ve organik beslenme isteklerine göre turizm şeklini tercih edenlerin sayısı giderek artmaktadır. İnsanların eski zamanlardan kalan miras yapıları ile özelliğini yitirmemiş ve halen devam eden yerel kültür insanların ilgisini çekmeye başlamış, bu da insanlara daha kaliteli bir yaşam ortamı sunan yavaş turizmi ortaya çıkarmıştır.

Yavaş turizmin temel özellikleri arasında hızdan uzak, tarihi değerlere ile çevreye duyarlı ve yerel kültürün korunması yer almaktadır. Ancak sakin şehir ve yavaş yemek hareketlerinin her ikisi de misafirperverliğin önemine vurgu yapmış olsalar da hareketlerin temel amacı turizm değildir. Amaçları bu olmasa da sakin şehir hareketiyle beraber beldeler turist destinasyonları olarak anılmakta ve bu şekilde gelişmektedir. Turizmin bu şekilde yavaş olması yerel kültürlerle kaynaşmayı sağlayarak o bölgelerde turizmin canlanmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla sakin şehirler gerek bölgesel gerekse de küresel çapta tanınırlığa sahip olarak yerli ve yabancı çok sayıda turist çekmektedirler (Heitmann vd, 2011: 117-118; Ayhan, 2024: 202).

Sakin şehirlerde asıl hedef turizmi geliştirmenin aksine öze dokunulmadan yerel halkın yaşam kalitesini artırmaktır. Ancak yerel halka daha kaliteli hizmet sağlarken Cittaslow hareketindeki kriterlerin yerine getirilmesi,

turizmin gelişimine de neden olmaktadır. Diğer taraftan turizm alanında adını duyurmak isteyen beldelerin de sakin şehir ünvanı almasıyla tanınırlığı artmış ve kalabalık kentlerde modern ve hızlı yaşamın stresinden kurtulmak isteyenlerin daha kaliteli ve yavaş hareket edebilecekleri bölgelere yönelimleri artmıştır (Coşar 2019: 43; Ayhan, 2024: 202). Bu durum turizm açısından olumlu sonuçlar yaratsa da sakin şehirler için olumsuz tablo yaratmaya başlayacaktır. Nitekim tanınırlıkla beraber artan nüfus sakin şehirlerin sakinliğini bozacak ve artan talebe karşı yetersiz yerel üretim seri üretime dönüşecektir. Zamanla doku bozulmadan kalitenin yükselmesi amacından saparak yerel halkın kalitesi düşmeye başlayacaktır.

4. Sakin Şehir Köyceğiz

Köyceğiz ilçesi Muğla iline bağlı olup, Ege ve Akdeniz Bölgelerinin birleştiği yerde ve Muğla-Fethiye-Marmaris kavşağında bulunmaktadır. Sığla ormanları ve zengin narenciye bahçeleri içerisinde doğal güzelliklere sahip sakin bir turistik beldedir. İlçe adını da aldığı Köyceğiz gölünün kuzeyinde kuruludur. Türkiye'nin ilk 20 gölü arasında yer alan Köyceğiz gölü 5.400 hektarlık alana sahiptir. Yüzölçümü 1524,25 km² olan Köyceğiz, Türkiye ölçeğinde büyük sayılabilecek kıyı alana sahiptir. İlçe, zengin bitki örtüsüne sahip ve özel çevre koruma bölgesi içinde en önemlisi "sığla ağacı" olan önemli endemik türlere sahiptir. Ayrıca Köyceğiz merkezinde yaklaşık 6 km uzunluğunda kumlu bir sahil bandı vardır (Uslu ve Avcı, 2020: 120). Köyceğiz'in kıyı kesiminde Akdeniz iklimi görülürken, dağlık bölgelerde ise Karasal iklim hakimdir. Ayrıca Türkiye'nin Rize' den sonra en çok yağış alan bir bölge olmasına rağmen son yıllarda yağış miktarı gözle görülür şekilde azalmıştır.

4.1. Turizm Karakteristiği

Köyceğiz'in turistik noktaları ise Köyceğiz Gölü (Şekil 4), Kaunos Aslan Heykeli, Kaunos Antik Kenti (Şekil 5), Sultaniye Kaplıcaları (Şekil 6), Horozlu Kaplıcaları, Akköprü, Şeyh Hasan Dede ve Çiçek Baba Türbesi, Gedova Adası, Çandır Ekolojik Köyü, Ekincik Plajı, Delta Plajı, Sandras Dağı, Yuvarlakçay, Topgöz Kanyonu, Toparlar Şelalesi, Ölemez Dağı, Ağla Yaylası ve Sığla Ağaçları şeklinde sıralanabilir (Köyceğiz Belediyesi Cittaslow Raporu, 2017; Uslu, 2020: 98).



Şekil 4: Köyceğiz Gölü



Şekil 5: Kaunos Antik Kenti-Kaya Mezarları



Şekil 6: Sultaniye Kaplıcaları

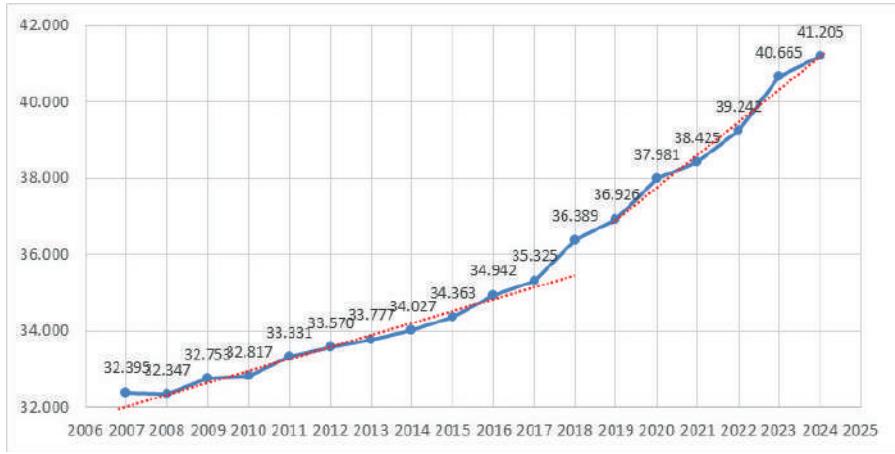
Köyceğiz’de gölden kaynaklı turizm, balıkçılık ve sportif faaliyetler yapılabilmektedir. Özellikle Köyceğiz gölünün de kendisi gibi sakin ve durgun olması ulusal ve uluslararası düzeyde kürek ve kano takımlarının uğrak kamp alanı olmasını sağlamıştır. Köyceğiz göl kenarından başlayarak ormanlık alanda devam eden doğal yürüyüş yolları ile bisiklet rotaları turistlerden ilgisini çekmektedir. Sultaniye ve Horozlu Kaplıcaları bölgede sağlık turizmi çerçevesinde şifalı suları ile birçok hastalığa şifa kaynağı olmaktadır. Belirli periyodlarla kurulan Noel pazarı, yabancı pazarı, ikinci el pazarı ve doğal halk pazarı yerli ve yabancı misafirleri ağırlamaktadır. Ayrıca Köyceğiz’de her yıl Kaunos Altın Aslan Film Festivali, Cennet Köyceğiz Brıç Festivali, Yağlı Pehlivan Güreşleri, Plaj Hentbolu/Voleybolu, Kano Yarışları, Hıdırellez Kültür Şenliği, Ramazan Ayı etkinlikleri ile belirli dönemlerde yapılan “Ege Yolcu Motosiklet Festivali” ülke çapında birçok motosiklet tutkununa ev sahipliği yapmaktadır (Köyceğiz Belediyesi Cittaslow Raporu, 2017; Uslu, 2020: 98). Köyceğiz, portakal, mandalina, limon ve nar meyvelerinde ciddi üretim ve ihracat potansiyeline sahiptir. Ayrıca “Köyceğiz Portakalı” 2022 yılında Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından tescillenmiştir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2025).

4.2. Resmi Veriler Işığında Köyceğiz

Köyceğiz, doğal güzelliklerinin yanı sıra lokasyon itibarıyla da turistlerinin dikkatini çekmektedir. Nitekim Muğla-Marmaris-Fethiye ilçeleri arasında kalan Köyceğiz’e gelen turist konaklamasını bu bölgede yaparak diğer beldelerdeki çeşitli koy, plaj, kamp alanı veya mesire alanlarını kolaylıkla ziyaret etme imkânı bulmaktadır. Özellikle dünya çapında tanınırlığa sahip Muğla’nın Bodrum, Fethiye, Marmaris ve Datça ilçelerine göre daha az bir bilinirliğe sahip bir ilçe olan Köyceğiz, sakin şehir ünvanı almasından sonra hem ulusal hem de uluslararası düzeyde merak uyandıran bir yer olmuştur.

Turizme olan talep; turist sayıları, turizm geliri, istihdamı ve turistlerin harcama düzeyi ile ölçülebilmekte iken geceleme/konaklama süreleri, nüfus artış hızı ve bölgedeki tesis sayıları da diğer alternatif ölçü olarak kullanılabilir. Konaklama tesisi ile konaklama sürelerine dayalı turizm verilerini kullanarak turizm talebindeki zamansal değişimleri ortaya koymak turizme katkı sunacaktır (Kervankıran ve Aktürk, 2017: 85-86; Ayhan, 2024: 205). Nitekim Köyceğiz’de Kültür ve Turizm Bakanlığı belgeli konaklama tesis sayıları incelediğinde 2025 Mayıs ayı itibarıyla 40 basit konaklamalı ve 6 işletme belgeli olmak üzere toplamda 46 tesis yer almaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2025).

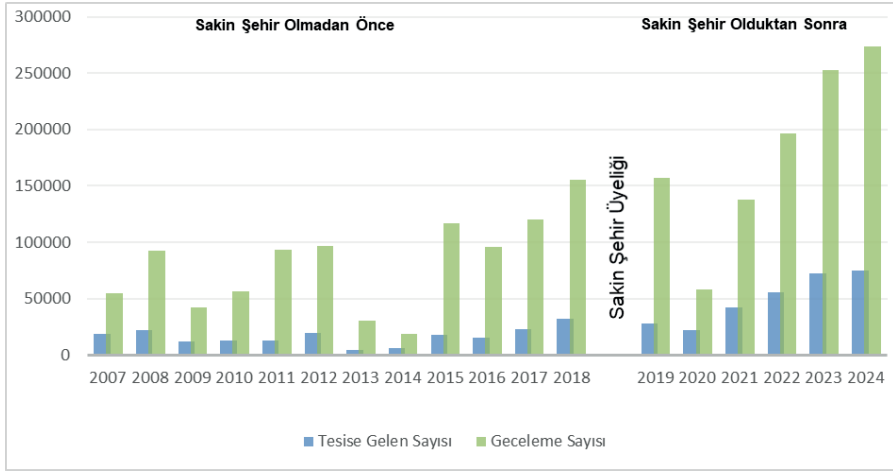
Şekil 7’de ise Köyceğiz nüfusu gösterilmiştir. Buna göre 2008 yılı hariç olmak üzere nüfus sürekli artan bir eğilime sahiptir. 2008 yılında ise bir önceki yıla göre sadece %0,15’lik azalma vardır. Köyceğiz’in 2007-2018 yılları arasındaki nüfus artış trendi, özellikle 2019 yılında Cittaslow ağına katıldıktan sonra 2019-2024 yılları arasındaki nüfus artış trendinden daha azdır. Cittaslow ağına katılması Köyceğiz’in tanınırlığına katkı sağlamıştır. Turistik amaçlarla ziyaret edenlerin bir şekilde mülk edinerek yerleşik nüfus statüsüne geçmesi 2019 yılı öncesine göre nüfusun daha fazla artmasını açıklamaktadır.



Şekil 7: Köyceğiz’in 2007-2024 Yıllarına Ait Nüfusu (Kaynak: TÜİK tarafından alınmış ve yazar tarafından oluşturulmuştur).

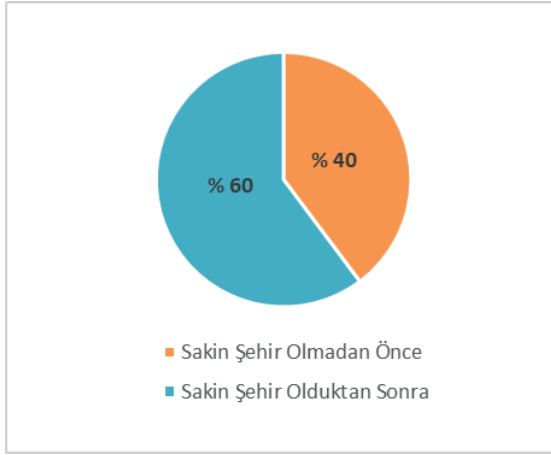
Köyceğiz’in 2007-2024 yılları arasındaki verileri kullanılarak sakin şehir ağına katılmadan önce ve katıldıktan sonraki tesise gelen ve tesiste konaklayan sayıları Şekil 8’de incelenmiştir. Buna göre Cittaslow üyesi olunan 2019 yılı öncesi ele alındığında 2007-2012 yılları arasında belirgin artışlar görülmemiştir. 2013 ve 2014 yıllarında tesislere giriş yapan ve konaklayan sayılarında ciddi düşüşler gözlemlenmiştir. 2015 yılından 2019 yılı sonuna kadar özellikle konaklayan sayılarında belirgin artış söz konusudur. Yalnızca 2016 yılında, terör örgütü tarafından gerçekleştirilmeye çalışılan darbe girişiminin yarattığı olumsuz tablodan dolayı olduğu değerlendirilen, tesislere gelen ve konaklayan sayılarında bir miktar düşüş gözlemlenmiştir. Diğer taraftan 2019 Aralık ayında Çin’in Wuhan kentinde Covid-19 vakası tespit edilerek, Dünya Sağlık Örgütü tarafından 30 Ocak 2020 tarihinde “Uluslararası Kamu Sağlığı Acil Durumu” ilan edilmiş ve 1 Mart 2020’de küresel bir pandemi olarak adlandırılmıştır. Bu durum küresel

ölçekte bütün dünyada büyük endişe yaratmıştır. Bunun bir sonucu olarak 2020 yılında çok büyük ölçüde Covid-19 kaynaklı olduğu değerlendirilen tesislere gelen ve konaklayan sayılarında ciddi düşüşler gözlemlenmiştir. 2019 yılında Cittaslow üyeliğine kabul edildikten sonra 2020 yılı hariç olmak üzere (Covid-19) 2021 yılından 2024 yılı sonuna kadar tesislere gelen ve konaklayan sayılarında ciddi miktarda artışlar görülmüştür. Tesislere giriş yapan ve konaklayan toplam turist sayısı değerlendirildiğinde en düşük sayı olarak 24.627 kişi ile 2014 yılında olurken, en yüksek sayı ise, 348.373 kişi ile 2024 yılında olmuştur. Köyceğiz'in keşfedilmeyi bekleyen bütün doğal güzellikleri Cittaslow ağına katıldıktan sonra tanınmaya başlayarak ziyaretçilerin dikkatini çekmeyi başarmıştır.

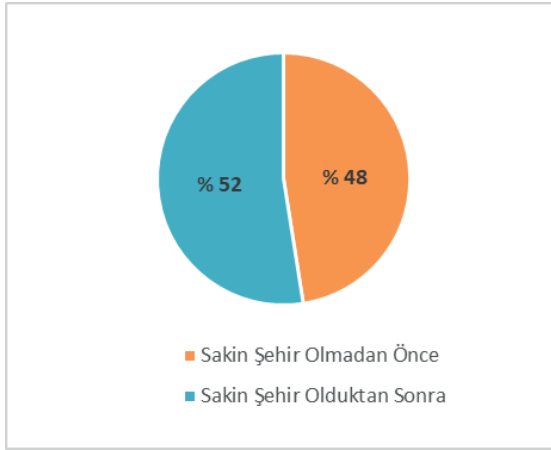


Şekil 8: Köyceğiz'de 2007-2024 Yılları Arasında Bakanlık Belgeli Tesislerine Gelen ve Konaklayan Sayıları (Kaynak: Veriler Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından alınmış ve yazar tarafından oluşturulmuştur).

Köyceğiz'in sakin şehir ünvanı almadan önceki 2007-2018 yılları arası ile sakin şehir ünvanı aldığı 2019-2024 yılları arasında tesislere gelen sayılarının oranları Şekil 9'da incelenmiştir. Söz konusu dönemde Köyceğiz sakin şehir olmadan önce tesislere gelenlerin oranı %40 iken, sakin şehir olduktan sonra %60'a yükselmiştir. Köyceğiz'in sakin şehir ünvanı almadan önceki 2007-2018 yılları arası ile sakin şehir ünvanı aldığı 2019-2024 yılları arasında tesislerde konaklayan sayılarının oranları Şekil 10'da incelenmiştir. Buna göre sakin şehir ünvanı almadan önce konaklayanların oranı %48 iken, sakin şehir ünvanı alınmasından sonra bu oran %52'ye yükselmiştir.



Şekil 9: Köyceğiz'de 2007-2018 Yılları ile 2019-2024 Yılları Arasında Bakanlık Belgeli Tesislerine Gelenlerin Oranı



Şekil 10: Köyceğiz'de 2007-2018 Yılları ile 2019-2024 Yılları Arasında Bakanlık Belgeli Tesislerde Konaklayanların Oranı

Köyceğiz'de 2019 yılından sonra turist sayılarında meydana gelen artışa bağlı olarak oranların yükselmesi, tanınırlığa bağlı olarak ziyaretçi sayısını artırmıştır. Ayrıca özellikle 2019 yılından sonra tesise gelip, konaklamaya karar verildiğini göstermektedir. Dolayısıyla sakin şehir Köyceğiz'de turizmin hareketlendiği açık bir şekilde görülmektedir.

Sonuç

Küreselleşmeyle başlayan olumsuz bir süreç olan hızlı yaşam, hayatın her alanında etkisini göstermeye başlamıştır. Bugün dünyanın büyük bir bölümünde insanlar, gündelik yaşantılarını sadece işe gitme, alışveriş yapma

ve televizyon karşısında vakit geçirme gibi monotonlaşmış bir kısır döngünün içerisinde kendisini bulmuştur. Nitekim stres içerisinde bir yerlere yetişme çabası insanları, aldığı her nefesin ve her saniyenin tadına varmadan kalitesiz bir yaşam biçimine dönüştürmüştür. Dolayısıyla temelinde insanların bulunduğu, şehirlerin veya ülkelerin içine sürüklendiği hızlı yaşantıların sebep olduğu yaşam tarzlarındaki olumsuz yönlü gelişmeler, kentlere ve dolayısıyla insanlara Yavaş Yemek ve Yavaş Şehir gibi hareketlere yöneltmekte zorunluluğu hissettirmiştir. Nitekim ilk olarak 1989 yılında imzalanan bir manifesto ile ilk yavaş yemek hareketi olan Slow Food hareketi ve daha sonra 1999 yılında 30 tane yavaş yemek kentinin katılımıyla Cittaslow hareketi başlamıştır. Bugün bakıldığında gerek 1205 topluluğa sahip Slow Food, gerekse de 306 üyeli bir ağa dönüşen Cittaslow hareketi dünyada hali hazırda ciddi bir altyapı oluşturmuş ve ciddi destek sayısına ulaşmıştır. Cittaslow hareketi gelecek nesiller için şehirlerin dokusunun, sakinliğinin ve yaşam biçimlerinin standartlaşmasını ve küreselleşmeye bağlı hızlı gelişimin etkisiyle yerel değerlerin yok edilmesini ortadan kaldırmayı hedeflemekte ve bunun için çalışmaktadır. Ayrıca gelişmiş üyelik şartları olan Cittaslow aday kentlere şart koştuğu üyelik koşullarıyla da kentlerin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Cittaslow üyeliği, kentleri turizm destinasyonları olarak tasarlamamış olsa da mevcut üye kentler turizm açısından çekicilik unsurları içermekte ve bu nedenle de çekim noktaları olmuşlardır. Türkiye’de Cittaslow ağına 2009 yılında ilk olarak Seferihisar üyeliği ile katılırken, Köyceğiz bu ağa 16’nci üye olarak 2019 yılında katılmıştır.

Köyceğiz doğal güzelliklerinin bol olduğu gerek narenciyesiyle gerek sığla ormanlarıyla ver merkezi konumu ile muhteşem bir ilçedir. Ancak yapı izninin 2 kat olmasına bağlı butik yapısı ve bakir alanları itibariyle nüfusu sınırlı kalmıştır. 2007 yılında 32.395 kişi olan nüfus, 2018 yılı sonunda 36.389 olmuştur. Artış hızı düşük kalarak sadece 3.994 kişi artmıştır. 2019 yılında Cittaslow üyeliğiyle beraber 36.389 olan nüfus sayısı 2024 yılı itibariyle 41.205 olarak 4.816 kişi artmıştır. Nitekim nüfus 11 yılda 3.994 kişi artarken 2019’dan sonra 6 yılda 4.816 kişi artarak üyeliğin nüfusa olumlu katkısı olmuştur. Diğer taraftan tesislere gelen ve tesislerde konaklayan turist sayıları değerlendirildiğinde; 2007 yılında 73538 olan sayı 2018 yılı sonunda %94 oranında artmış ve 142.782 olmuştur. 2019 yılında Cittaslow üyeliğiyle beraber 142.782 olan sayı 2024 yılı itibariyle %144 oranında artarak 348.373 kişi olmuştur. Zaten yükselme eğiliminde olan turist sayısı söz konusu üyelikle beraber katlanarak daha fazla artış göstermiş ve Köyceğiz turizmine katkı sağlamıştır.

Köyceğiz’de zamanla sayıları bir hayli artan “Bungolow”, “Tiny House” konseptli yapılar ile yerel halkın konutlarını günlük olarak kiraya vermeleri, bu

bölgeye gelen turist sayılarının mevcut kayıtlardan çok daha fazla olduğunu göstermektedir. Bölgenin popülerleşmesiyle birlikte kaçak yapı sayısındaki artış, buralardan konaklayan turist sayıları hakkında doğru bilgiye ulaşılmasını zorlaştırmaktadır. Diğer taraftan bu bölgede konaklayan turistlerin bölgeden olumlu yönde etkilenmeleri sonucu konaklama sonrasında yerleşme planlı arsa veya mülk arayışları nüfus artış hızını açıklamaya katkı sağlamaktadır.

Cittaslow üyeliği sonrası artan nüfus eğilimi, temel şart olan 50.000 nüfusa ulaşmayı hızlandırmaktadır. Dolayısıyla Cittaslow ‘un temel ilkelerine aykırı olabilecek bu durum üyeliğin yeniden değerlendirilmesine yol açabilecektir. Cittaslow üyeliği yerli ve yabancı turistlerin dikkatini çekmiş ve bölge, tatilcilerin ziyaretlerinde öncelikli yerini almıştır. Ancak ziyaret eden turistlerin yerleşme planlı toprak veya mülk arayışları bölgedeki fiyatları yükseltmiş bu da yerli halkın konut veya toprağa ulaşabilmesini zorlaştırmıştır. Ayrıca artan nüfusa oranla daha sınırlı miktarda artan yerel işletmelerin yerini hızlı yaşam ürünü olan “Zincir” sistemler almaya başlamıştır. Bu haliyle yavaş yaşama yavaş yavaş zarar vermeye başlamıştır. Sakin şehir statüsünde kalarak yerelliği ve kaliteyi devam ettirebilmek için üye belediyeler başta olmak üzere yerel halkın yanı sıra, sivil toplum örgütleri ile bölgedeki tüm kurum ve kuruluşlara büyük görevler düşmektedir.

Kaynakça

- Amrhein, S. & Hospers, G. J. (2024). Cittaslow: Degrowth Approach or Place promotion? An Analysis Exemplified by The Case of Artà, Mallorca. *European Planning Studies*, 33(3), 377–397. Doi: <https://doi.org/10.1080/09654313.2024.2443626>
- Ayhan, G., (2024). “Yavaş Şehir Hareketinin Yavaş Turizme Etkisinin Değerlendirilmesi: Türkiye’den Örnekler”, *Asia Minor Studies*, 12(2), 198-212.
- Biamag (2020). Teknolojinin Asıl Hedefi; Küresel Köy’den Kölesel Köy’e, <http://bianet.org/biamag/kultur/113761-teknolojinin-asil-hedefi-kuresel-koy-den-kolesel-koy-e> (Erişim Tarihi: 15 Mayıs 2025).
- Carlhonore (2020). Yavaş Hareketi Nedir?, <http://www.carlhonore.com/in-praise-of-slow/>, (Erişim Tarihi: 09 Mayıs 2020).
- Coşar, Y. (2019). Yavaş Şehir–Sürdürülebilir Turizm Paradoksu Üzerine Eleştirel Bir Bakış. *Journal of Tourism Theory and Research*, 5(1), 40-50. Doi: <https://dx.doi.org/10.24288/jttr.476350>.
- Cittaslow International (2016). ‘Welcome to Cittaslow International’ <https://www.cittaslow.org/>
- Cittaslow Türkiye (2025). Üyelik süreci ve Kriterler. <https://cittaslowturkiye.org/tr/uyelik-sureci-ve-kriterler/> (Erişim tarihi: 09 Mayıs 2025).
- Güven, E. (2013). Yavaş Güzeldir: ‘Yavaş Yemek’ten ‘Yavaş Medya’ya Hızlı Tüketime Dair Bir Çözüm Önerisi. *Selçuk İletişim*, 7(1), 113-121. Doi: <https://doi.org/10.18094/si.81742>
- Heitmann, S., Robinson, P., & Povey, G. (2011). Slow food, Slow Cities and Slow Tourism. In *Research Themes For Tourism* (pp. 114-127). Wallingford UK: CABI.
- Karadeniz, C.B. (2014). Sürdürülebilir Turizm Bağlamında Sakin Şehir Perşembe. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(29), 85-86.
- Kervankıran, İ ve Aktürk, M. (2017). Türkiye’deki Konaklama İstatistiklerinin İllere Göre Mekânsal Analizi, *Marmara Coğrafya Dergisi*, 36, 83-96.
- Sağır, G. (2017). Küreselleşmeden Geleneksele Dönüşte Slow Food ve Cittaslow Hareketi, *The Journal of Social Science*, 1 (2), 50-59.
- Slow Food (2025a). Our History. <https://www.slowfood.com/our-history/> (Erişim Tarihi: 08.05.2025).
- Slow Food (2025b). Our Annual Report. <https://www.slowfood.com/our-annual-report/> (Erişim Tarihi: 08.05.2025).
- Süer, S. (2023). Cittaslow Notion for Sustainable Tourism: Cittaslow Movement in Turkey. *Journal of Academic Tourism Studies*, 4(Special Issue): 1-20.
- Türk Patent ve Marka Kurumu, (2025). Coğrafi İşaretler. <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/liste?il=48> (Erişim Tarihi: 11.05.2025).

- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2025). Belgeli Konaklama Tesisleri. <https://tga.gov.tr/kultur-ve-turizm-bakanligi-belgeli-konaklama-tesisleri> (Erişim Tarihi: 12.05.2025).
- Uslu, A. ve Avcı, U. (2020). Yerel Halkın Cittaslow Hareketine Bakış Açısına Yönelik Bir Araştırma: Köyceğiz Örneği, *Turizm Akademik Dergisi*, 7(1), 117-131.
- Uslu, A. (2020). Seyahat Motivasyonlarına İlişkin Çevrimiçi Turist Yorumlarının İçerik Analiziyle İncelenmesi: Cittaslow Köyceğiz Üzerine Bir Araştırma, *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 4, 93-111.
- Ünal, Ç. (2016). Turizm Coğrafyasında Yeni Kavramlar ‘Yavaş Şehirler ve Yavaş Turizm’. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 36, 13-28.
- Yayla, A. (2011). *Siyasi Düşünce Sözlüğü*, Ankara: Adres Yayınları.
- Yurtseven, H. R., Kaya, O ve Harman, S. (2010). *Yavaş Hareketi*, Ankara: Detay Yayıncılık.

İnanç Turizmi: Kavramsal Bir Bakış

Niyazi Gümüş¹

Özet

Bu çalışma, insanlık tarihinin en eski seyahat türlerinden biri olan inanç turizmini kavramsal, tarihsel ve işlevsel boyutlarıyla ele almayı amaçlamaktadır. İnanç turizmi; bireylerin kutsal kabul ettikleri mekânlara dini vecibelerini yerine getirmek, manevi tatmin yaşamak veya kültürel meraklarını gidermek amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatleri kapsamaktadır. Araştırmada, inanç turizminin tarihsel kökenleri, temel özellikleri ve diğer turizm türleriyle olan ilişkileri detaylı bir şekilde incelenmiş; bu turizm biçiminin günümüzdeki yapısı ve gelişim potansiyeli değerlendirilmiştir. Özellikle Mekke, Kudüs, Vatikan, Santiago de Compostela ve Varanasi gibi merkezler üzerinden inanç turizminin küresel ölçekteki etkilerine değinilmiştir. Ayrıca Türkiye bağlamında Mevlâna Türbesi, Meryem Ana Evi, Balıklıgöl gibi önemli ziyaret alanlarının turistik değeri vurgulanmış; bu alanların ekonomik, sosyal ve kültürel açılardan bölgesel kalkınmaya katkıları analiz edilmiştir. Son bölümde ise inanç turizminin turizm gelirleri üzerindeki etkisi, istihdam yaratma potansiyeli ve kırsal bölgelerde kalkınmayı destekleyici rolü kapsamlı biçimde ele alınmıştır. Çalışmanın genel sonucu olarak inanç turizmi, yalnızca dini motivasyonla yapılan bir faaliyet değil, aynı zamanda sürdürülebilir kalkınmaya hizmet eden, kültürlerarası etkileşimi teşvik eden çok boyutlu bir turizm türü olarak değerlendirilmektedir.

Giriş

İnsanlık tarihi boyunca inanç olgusu, bireylerin yaşamını şekillendiren en temel dinamiklerden biri olmuştur. Dini inanışlar yalnızca bireysel bir ruhsal deneyim olarak kalmamış, aynı zamanda toplumların kültürel yapılarının, yaşam biçimlerinin ve mekânsal organizasyonlarının oluşumunda belirleyici rol oynamıştır. Bu bağlamda, inanç temelli seyahatler tarih boyunca farklı uygarlıkların sosyal ve ekonomik yapılarında önemli izler bırakmıştır.

1 Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu MYO, niyazigumus@ibu.edu.tr, orcid.org/0000-0001-8737-3114

Günümüzde ise bu seyahatler, “inanç turizmi” veya “dini turizm” adı altında organize edilmiş bir turizm türü olarak karşımıza çıkmaktadır.

İnanç turizmi; bireylerin kutsal saydıkları mekânları ziyaret etme, dini vecibeleri yerine getirme ya da manevi bir deneyim yaşama amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatleri ifade eder. Bu tür turizm faaliyetleri hem dini motivasyonlara dayanan bireysel taleplerin karşılanmasına hem de yerel ve ulusal düzeyde ekonomik, kültürel ve sosyolojik katkıların sağlanmasına olanak tanımaktadır. Özellikle son yıllarda artan kültürel çeşitlilik ve küreselleşme etkisiyle inanç turizmi, yalnızca dindar bireylerin değil, farklı kültürleri ve dini yapıları tanımak isteyen geniş bir turist kitlesinin de ilgisini çekmektedir.

Bu çalışmada, inanç turizmi kavramı teorik bir çerçevede ele alınarak tarihsel gelişimi, temel özellikleri ve diğer turizm türleriyle olan ilişkileri irdelenmektedir. Ayrıca inanç turizminin toplumsal, ekonomik ve kültürel etkileri değerlendirilerek; kavramsal temeller üzerinden bu turizm türünün mevcut durumu ve potansiyel gelişim alanları tartışılmaktadır.

1. İnanç Turizmi Kavramı

İnanç, insanlık tarihinin en eski ve en güçlü sosyal kurumlarından biridir. İnsanlar tarih boyunca dini inançları doğrultusunda kutsal kabul ettikleri mekânlara yönelmiş, bu mekânları ziyaret etmek adına kimi zaman zorlu ve uzun yolculuklara çıkmışlardır. Bu bağlamda ortaya çıkan inanç temelli seyahatler, modern anlamda “inanç turizmi” ya da “dini turizm” olarak adlandırılmaktadır. Literatürde bu kavram farklı şekillerde tanımlanmış; bazı araştırmacılar “hac turizmi”, “manevi turizm” ve “spiritüel turizm” gibi kavramlarla inanç turizmi arasında anlam farkları olduğunu öne sürerken, bazıları bu kavramları birbiriyle iç içe geçecek şekilde kullanmıştır (Timothy & Olsen, 2006; Rinschede, 1992; Collins-Kreiner, 2010).

İnanç turizmi genel anlamda, bireylerin dini gerekçelerle kutsal kabul ettikleri yerleri ziyaret etmeleri, dini törenlere katılmaları, dua etmeleri ve manevi bir deneyim yaşamaları amacıyla yaptıkları seyahatler olarak tanımlanabilir (Shackley, 2001). Ancak bu tanım zamanla genişlemiş; yalnızca dini vecibelerin yerine getirildiği bir faaliyet olmaktan çıkıp, aynı zamanda kültürel, tarihî ve estetik unsurlar barındıran çok yönlü bir turizm biçimi hâline gelmiştir. Özellikle günümüzde, farklı inançlara mensup kişilerin veya seküler bireylerin de bu tür destinasyonlara ilgisi artmıştır (Reader, 2007).

2. İnanç Turizminin Sınıflandırılması

Araştırmacılar, inanç turizmini motivasyon temelli olarak farklı kategorilere ayırmışlardır. Rinschede (1992), dini turizmi iki temel gruba ayırır: Hac ibadetini yerine getirmeyi amaçlayan hac ziyaretleri (pilgrimage tourism) ve dini değer taşıyan mekânlara turistik amaçlarla yapılan ziyaretler (religious tourism). Hac ziyaretleri, kişinin dini yükümlülüğünü yerine getirmesi açısından kutsal kabul edilirken, dini turizm daha çok kültürel ve tarihî merakla ilişkilendirilmektedir.

Bu bağlamda, dini motivasyonlar doğrultusunda yapılan seyahatler zorunlu (örneğin hac) ve gönüllü (örneğin kutsal sayılan türbeleri veya manastırları ziyaret) olarak da ayrılabilir (Egresi, 2016). Zorunlu ibadet niteliğindeki hac örneği İslam dünyasında Mekke ziyareti olarak öne çıkarken, Hristiyanlıkta Kudüs, Roma veya Santiago de Compostela; Hinduizm'de Varanasi gibi yerler gönüllü ya da yarı-zorunlu hac merkezleri olarak tanımlanmaktadır.

2.1. Tarihsel Arka Plan

İnanç temelli seyahatlerin tarihi oldukça eskilere dayanmaktadır. Antik Yunan'da tanrı ve tanrıçaların tapınaklarına yapılan yolculuklar, Orta Çağ Avrupası'nda Hristiyan hac hareketleri ve İslam dünyasında hicret ve hac gibi uygulamalar bu tarihsel sürekliliğin örnekleridir (Nolan & Nolan, 1992). Özellikle Orta Çağ'da dini merkezlere yapılan seyahatler sadece dini bir ritüel değil, aynı zamanda sosyal dayanışmanın, kültürel paylaşımın ve ticaretin bir parçası olarak da değerlendirilmiştir.

Modern çağda ise inanç turizmi, küreselleşme, ulaşım olanaklarının artması ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle daha organize ve kurumsal bir yapıya bürünmüştür. Günümüzde pek çok ülke, inanç turizmini ulusal turizm stratejilerinin bir parçası olarak görmektedir. UNESCO tarafından koruma altına alınan dini miras alanları, bu alandaki uluslararası tanınırlığın ve turistik çekiciliğin önemli göstergeleri arasındadır (Shackley, 2001).

2.2. İnanç Turizminin Günümüzdeki Yeri ve Önemi

İnanç turizmi günümüzde yalnızca dini inancı güçlü bireylerin değil; farklı kültürleri tanımak, manevi bir deneyim yaşamak ya da tarihî yapıları görmek isteyen turistlerin de ilgisini çekmektedir (Collins-Kreiner, 2010). Bu durum, inanç turizminin hem duygu ve inanç temelli hem de kültürel ve deneyim temelli bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca bu turizm türü, dört mevsime yayılan yapısıyla sürdürülebilir turizm anlayışına da katkı sağlamaktadır.

Timothy ve Olsen (2006), inanç turizminin sadece bireysel bir deneyim değil, aynı zamanda kültürel kimlik, toplumsal hafıza ve tarihsel sürekliliğin bir yansıması olduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca bu turizm biçimi, dini toleransın artırılması, kültürler arası diyalogun gelişmesi ve yerel ekonomilerin canlanması gibi birçok pozitif etkiye de sahiptir.

3. Türkiye’de İnanç Turizmi

Türkiye, üç semavi dinin tarihsel izlerini taşıyan zengin bir coğrafyada yer alması nedeniyle inanç turizmi açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Hem Müslümanlar hem de Hristiyanlar ve Yahudiler için kutsal kabul edilen pek çok mekâna ev sahipliği yapmaktadır. Örneğin İslam inancına göre Mevlâna Türbesi (Konya), Hacı Bektaş-ı Veli Dergâhı (Nevşehir), Eyüp Sultan Türbesi (İstanbul) gibi yerler önemli ziyaret merkezlerindendir. Hristiyanlık açısından ise Meryem Ana Evi (İzmir), Antakya’daki St. Pierre Kilisesi, Sümela Manastırı (Trabzon) gibi yapılar öne çıkmaktadır (Yılmaz & Yıldız, 2010).

Yılmaz ve Yıldız (2010), Türkiye’de inanç turizminin henüz yeterince profesyonelce ele alınmadığını, ancak bu alanda ciddi bir potansiyelin bulunduğunu vurgulamaktadır. Özellikle Anadolu’nun kırsal bölgelerinde bulunan türbe, zaviye ve tekkelerin restorasyonu, tanıtımı ve turizme entegrasyonu, yerel kalkınmayı destekleyecek stratejik bir unsur olabilir.

4. İnanç Turizmi Tarihsel Gelişimi

İnanç turizmi, insanlık tarihinin en eski ve en köklü seyahat biçimlerinden biridir. Dini inançlar doğrultusunda kutsal kabul edilen mekânlara yapılan ziyaretler, ilk çağlardan günümüze kadar devam eden süreklilik gösteren bir sosyal ve kültürel pratiktir. Tarihsel süreçte farklı uygarlıklar, dinler ve coğrafyalar bu tür seyahatlerin şekillenmesinde belirleyici olmuş; inanç turizmi zamanla ritüel odaklı hac ziyaretlerinden, kültürel ve turistik içerik taşıyan çok yönlü yolculuklara evrilmiştir (Timothy & Olsen, 2006; Rinschede, 1992).

4.1. Antik Dönemde İnanç Temelli Seyahatler

İnanç temelli seyahatlerin kökeni, organize dinlerin ortaya çıkmasından çok daha önceye dayanmaktadır. Arkeolojik bulgular ve tarihsel kayıtlar, ilk insanların doğa olaylarına kutsallık atfettiklerini ve belirli mekânlara tapınma amacıyla yöneldiklerini göstermektedir. Bu bağlamda mağaralar, dağlar, su kaynakları ve ağaçlar gibi doğal unsurlar ilk kutsal mekânlar olarak görülmüş ve ziyaret edilmiştir (Shackley, 2001).

Antik Mısır'da tanrı ve tanrıçaların tapınaklarını ziyaret etmek hem dini bir görev hem de sosyal bir statü göstergesiydi. Benzer şekilde, Antik Yunan ve Roma'da Apollon Tapınağı (Delphi), Artemis Tapınağı (Efes), Zeus Tapınağı (Olimpia) gibi kutsal kabul edilen mekânlara yapılan seyahatler dini olduğu kadar siyasi ve kültürel işlev de taşımaktaydı (Nolan & Nolan, 1992). Bu tür seyahatler çoğu zaman festivaller, kehanet törenleri ve şifacılık uygulamalarıyla birlikte gerçekleştirilirdi.

4.2. Orta Çağ'da Hac Yolculukları

İnanç turizminin sistematik ve kitlesel bir nitelik kazanması özellikle Orta Çağ'da, büyük dinlerin kurumsallaşmasıyla başlamıştır. Hristiyanlık, İslam ve Hinduizm gibi dinlerin kutsal mekânlara yapılan hac yolculukları, bireyin dini vecibesini yerine getirme aracı olmanın ötesinde, zamanla sosyo-kültürel ve ekonomik bir boyut da kazanmıştır (Reader, 2007).

Hristiyanlıkta, Orta Çağ boyunca Avrupa'dan Kudüs'e, Roma'ya ve Santiago de Compostela'ya yapılan haclar, inançla birlikte kefare, bağışlanma ve azizlik arayışıyla da ilişkilendirilmiştir. Bu hac yolları zamanla yapılaşmış, güzergâhlar boyunca hanlar, kiliseler ve hastaneler inşa edilmiştir (Collins-Kreiner, 2010). Ayrıca bu güzergâhlar üzerinde yer alan yerleşim yerleri ekonomik olarak gelişmiş, dini mirasın yayılmasına katkı sağlamıştır.

İslam dünyasında ise hicret (Medine'ye göç) ve hac (Mekke ziyareti) uygulamaları önemli dini vecibeler arasında yer alır. İslam'ın ilk dönemlerinden itibaren Müslümanlar, yılda bir kez hac görevini yerine getirmek amacıyla uzun yolculuklara çıkmışlardır. Özellikle Abbasi döneminden itibaren bu yolculuklar devlet tarafından desteklenmiş, hac yolları güvence altına alınmış ve hacılar için konaklama ve iâşe hizmetleri sağlanmıştır (Egresi, 2016).

4.3. Yeni Çağ'da İnanç Turizminin Yapısal Değişimi

Yeni Çağ (15.–18. yüzyıl) ile birlikte coğrafi keşifler, kentleşme, din savaşları ve reform hareketleri, inanç temelli seyahatleri önemli ölçüde etkilemiştir. Hristiyan dünyasında Protestan Reformu, Katolik hac geleneklerini sorgulatmış; buna karşın Katolik kilisesi, karşı-reform sürecinde hac mekânlarını daha görünür kılmaya çalışmıştır (Timothy & Olsen, 2006). Bu dönemde hac turizmi, dini sadakat göstergesi olduğu kadar politik bir enstrüman olarak da kullanılmıştır.

Bu süreçte Osmanlı İmparatorluğu'nda hac organizasyonları kurumsallaşmış; Mekke ve Medine'ye yapılan seferler için kervan yapıları oluşturulmuştur. Surre alayları hem dini bir gelenek hem de siyasi bir güç gösterisi olarak yorumlanmıştır. Osmanlı coğrafyasında yer alan türbe, tekke

ve zaviyeler, inanç merkezli iç turizmin gelişmesine katkıda bulunmuştur (Yılmaz & Yıldız, 2010).

4.4. Sanayi Devrimi ve Modernleşme Süreci

19. Yüzyıl ile birlikte Sanayi Devrimi, ulaşım ve iletişim olanaklarında önemli gelişmelere yol açmış; bu da inanç turizminin daha geniş kitleler tarafından erişilebilir hâle gelmesini sağlamıştır. Tren yolları, deniz taşımacılığı ve sonrasında motorlu taşıtlar sayesinde uzak mesafeler daha kısa sürede kat edilebilmiştir. Bu durum hem iç hem de uluslararası düzeyde hac ve dini seyahatlerde artışa neden olmuştur (Shackley, 2001).

Aynı dönemde seyahat rehberleri, broşürler ve haritalar gibi materyallerle hac ve dini seyahatler daha planlı hâle getirilmiş; tur operatörleri bu alanda hizmet sunmaya başlamıştır. Özellikle Hristiyan dünyasında Lourdes (Fransa), Fatima (Portekiz) ve Czestochowa (Polonya) gibi yeni hac merkezleri ön plana çıkmıştır (Reader, 2007).

4.5. 20'nci ve 21'nci Yüzyılda İnanç Turizmi

20'nci yüzyıl, inanç turizminin hem niceliksel hem de niteliksel anlamda büyümesine tanıklık etmiştir. Bir yandan dini inançların devam etmesi ve ibadet ihtiyacının sürmesi, diğer yandan seyahat kültürünün yaygınlaşması bu büyümeyi desteklemiştir. Ayrıca II. Dünya Savaşı sonrası barış ve manevi arayış temalı turizm anlayışı öne çıkmış; insanlar yalnızca hac ibadeti değil, huzur bulmak, dua etmek, manevi bir arınma yaşamak için kutsal mekânlara yönelmiştir (Collins-Kreiner, 2010). 20'inci ve 21'inci yüzyıla gelindiğinde inanç turizmi, çok yönlü bir olgu hâline gelmiş; dinsel motivasyonların yanı sıra kültürel miras, mimari ilgi, tarihî bağ ve kişisel gelişim gibi unsurlar da seyahat motivasyonları arasında yer almıştır. Günümüzde UNESCO'nun Dünya Mirası Listesi'nde yer alan birçok dini yapı ve mekân hem hacıların hem de turistlerin uğrak noktası olmuştur. Bu durum, inanç turizminin kültürel turizmle iç içe geçerek hibrit bir yapıya kavuştuğunu göstermektedir (Timothy, 2011). Ayrıca modern dönemde dijital teknolojiler sayesinde sanal hac deneyimleri, dijital rehberlik uygulamaları ve çevrimiçi rezervasyon sistemleri gibi yenilikler, inanç turizminin dönüşümünü hızlandırmıştır. Pandemi süreci ise sanal hac ve dijital ibadet kavramlarını tartışmaya açmış; gelecekte inanç temelli turizmin biçimsel olarak nasıl şekilleneceği üzerine yeni araştırma alanları doğmuştur.

İnanç turizmi, günümüzde sadece dini ritüellerin yerine getirildiği bir faaliyet olmaktan çıkmış, aynı zamanda kültürel mirasın, tarihsel yapıların ve manevi deneyimlerin bir bütün olarak sunulduğu çok boyutlu bir

turizm türü haline gelmiştir. Küreselleşme, ulaşım imkânlarının gelişmesi ve dijital medyanın etkisiyle birlikte milyonlarca insan her yıl farklı dinlere ait kutsal mekânları ziyaret etmektedir (Timothy & Olsen, 2006). Bu bağlamda, günümüz inanç turizminde öne çıkan merkezler yalnızca hac destinasyonlarıyla sınırlı kalmayıp, aynı zamanda mimari, kültürel ve sembolik değerler barındıran çeşitli coğrafyalara yayılmıştır.

4.6. Mekke ve Medine (Suudi Arabistan) – İslam Dünyasının Kalbi

İslam dünyasında en önemli inanç turizmi merkezleri Mekke ve Medine şehirleridir. Mekke, her yıl milyonlarca Müslümanın hac ve umre ibadetlerini yerine getirdiğı Kâbe'ye ev sahipliğı yapmaktadır. Hac ibadeti İslam'ın beş şartından biri olup, ekonomik ve fiziksel imkânı olan her Müslüman'ın ömründe en az bir kez Mekke'yi ziyaret etmesi farzdır (Egresi, 2016). Medine ise Hz. Muhammed'in mezarının bulunduğu Mescid-i Nebevî ile öne çıkmakta, hac yolculuğunun ruhani tamamlayıcısı olarak görülmektedir.

Suudi Arabistan hükümeti, 2000'li yıllardan itibaren bu şehirlerdeki turizm altyapısını geliştirmeye yönelik büyük yatırımlar yapmış; ulaşım, konaklama, güvenlik ve sağlık hizmetlerinde önemli ilerlemeler kaydedilmiştir (Henderson, 2011). Bununla birlikte, kutsal alanların etrafındaki modern yapılaşma ve kültürel mirasın dönüşümü bazı eleştirileri de beraberinde getirmiştir.

4.7. Vatikan (İtalya) – Katolik Dünyasının Merkezi

Hristiyanlık dininde en kutsal mekânlardan biri olan Vatikan hem dini liderliğin merkezi hem de mimari ve sanatsal açıdan eşsiz bir turizm destinasyonudur. Vatikan'da yer alan Aziz Petrus Bazilikası, Sistine Şapeli ve Vatikan Müzeleri her yıl milyonlarca Katolik ve kültürel turist tarafından ziyaret edilmektedir (Nolan & Nolan, 1992). Özellikle Paskalya ve Noel dönemlerinde Vatikan'a olan ziyaretlerde büyük artış yaşanmakta; Papa'nın konuşmaları turistik ve dini etkinlikler haline gelmektedir.

Vatikan'ın inanç turizmindeki özel konumu, dini motivasyonların yanı sıra tarihi, sanatsal ve sembolik değerlerin de etkili olduğunu göstermektedir. Bu durum, inanç turizminin sadece ibadet amaçlı değil, aynı zamanda kültürel mirasın deneyimlenmesi temelli bir yönü olduğunu da ortaya koymaktadır (Timothy, 2011).

4.8. Kudüs (İsrail/Filistin) – Üç Semavi Din İçin Ortak Miras

Kudüs, Yahudilik, Hristiyanlık ve İslam dinleri açısından kutsal kabul edilen, çok katmanlı dini yapıları ve sembolleri bünyesinde barındıran eşsiz

bir inanç turizmi merkezidir. Yahudiler için Ağlama Duvarı, Hristiyanlar için Kutsal Kabir Kilisesi ve Müslümanlar için Mescid-i Aksa bu şehirde yer almaktadır (Shackley, 2001). Bu çeşitlilik, Kudüs'ü yalnızca dini bir merkez değil, aynı zamanda küresel ölçekte dinler arası bir kültürel etkileşim noktası haline getirmiştir.

Bununla birlikte, Kudüs'ün dini merkezi olmasının yanında politik ve güvenlik boyutu da inanç turizmini doğrudan etkilemektedir. Zaman zaman yaşanan çatışmalar, turizm akışını olumsuz etkilese de Kudüs hâlâ milyonlarca inançlı insan için vazgeçilmez bir destinasyon olma özelliğini sürdürmektedir (Collins-Kreiner, 2010).

4.9. Santiago de Compostela (İspanya) – Hac Yolu Deneyimi

Hristiyan dünyasında önemli bir diğer hac merkezi ise İspanya'da bulunan Santiago de Compostela'dır. Aziz James'in mezarının bulunduğu inanılan bu şehir, özellikle Katolik hacıların yürüyerek gerçekleştirdiği Camino de Santiago (Aziz Yakup Yolu) rotasıyla öne çıkmaktadır. UNESCO tarafından Dünya Mirası olarak kabul edilen bu güzergâh, inanç turizmi ile doğa yürüyüşü ve kültürel turizmi birleştiren eşsiz bir deneyim sunmaktadır (Reader, 2007).

Son yıllarda yalnızca dini değil, ruhsal arayış içinde olan seküler bireylerin de bu rotayı tercih etmeye başlaması, inanç turizminin sınırlarının genişlediğini ve bireysel dönüşümle bağlantılı hale geldiğini göstermektedir (Digance, 2006).

4.10. Varanasi ve Bodh Gaya (Hindistan) – Hinduizm ve Budizm'in Kutsal Noktaları

Varanasi, Hinduizm'in en kutsal şehirlerinden biri olarak kabul edilmekte ve Ganj Nehri kıyısındaki ritüel yıkamalar ile öne çıkmaktadır. Hindu inancına göre Varanasi'de ölmek ve burada yakılmak mokşa (kurtuluş) elde etmenin bir yolu olarak görülmektedir. Bu durum şehri hem dini hacılar hem de ruhani arayıştaki gezginler için cazip hale getirmektedir (Singh, 2004).

Bodh Gaya ise, Buda'nın aydınlanmaya ulaştığı yer olarak Budistler için büyük öneme sahiptir. Bu kutsal alan, özellikle Güneydoğu Asya ve Doğu Asya ülkelerinden gelen hacı ve turistler tarafından ziyaret edilmektedir. UNESCO koruması altındaki Mahabodhi Tapınağı bu bölgedeki turizmin odak noktasıdır (Eck, 2012).

5. İnanç Turizminin Ekonomiye Katkıları

İnanç turizmi, dini inançlar doğrultusunda kutsal kabul edilen mekânlara yapılan seyahatleri kapsamakla birlikte, aynı zamanda önemli bir ekonomik faaliyet alanı olarak da dikkat çekmektedir. Tarihsel olarak ibadet, hac ve ziyaret niyetiyle yapılan bu seyahatler, günümüzde milyonlarca insanın katıldığı ve turizm sektörünün alt kollarından biri haline gelen bir endüstriye dönüşmüştür. Bu kapsamda inanç turizminin ekonomik katkısı yalnızca doğrudan turizm gelirleriyle sınırlı kalmayıp, dolaylı olarak birçok sektörü de etkilemektedir (Timothy & Olsen, 2006).

5.1. Turizm Gelirlerine Katkı

İnanç turizmi hem uluslararası hem de yerel ölçekte önemli ekonomik çıktılar üretme potansiyeline sahiptir. Bu turizm türü kapsamında gerçekleşen seyahatler, turizm ekonomisinin çeşitli alt sektörlerini doğrudan etkilemektedir. Konaklama, ulaşım, yiyecek-içecek, rehberlik, hediyelik eşya ve kültürel etkinlik harcamaları, inanç turizmini destinasyon ekonomileri için önemli bir gelir kaynağına dönüştürmektedir (Timothy & Olsen, 2006). Bu yönüyle inanç turizmi, yalnızca ibadet amacıyla gerçekleştirilen bir eylem değil, aynı zamanda ciddi bir ekonomik hareketliliğin de tetikleyicisidir.

Özellikle hac destinasyonları bu etkinin en yoğun görüldüğü merkezlerdir. Örneğin, Suudi Arabistan, yalnızca hac ve umre turizminden elde ettiği gelirin 2022 yılında yıllık yaklaşık 150 milyar doları aşacağı tahmin edilmektedir (tr.shafaqna.com, 2022). Benzer şekilde, Vatikan ve çevresi, Katolik dünyasına yönelik dini seyahatlerin odak noktası olmakla birlikte İtalya'nın kültürel turizm gelirleri içinde ciddi bir paya sahiptir (Nolan & Nolan, 1992).

Türkiye özelinde değerlendirildiğinde ise Konya'daki Mevlânâ Türbesi, Şanlıurfa'daki Balıklıgöl, İzmir'deki Meryem Ana Evi gibi dini mekânlar hem yerli hem de yabancı turistler tarafından yıl boyunca yoğun şekilde ziyaret edilmektedir. Bu destinasyonlara yapılan ziyaretler, başta konaklama ve yeme-içme olmak üzere pek çok sektöre doğrudan ekonomik katkı sağlamaktadır (Yılmaz & Yıldız, 2010). Özellikle aralık ayında Konya'da düzenlenen Şeb-i Arus törenleri sırasında otel doluluk oranları yüzde 100'e yaklaşmakta, şehir ekonomisinde belirgin bir canlanma yaşanmaktadır (Özdemir & Yiğit, 2013).

Ayrıca inanç turizmi, mevsimsellik etkisinin daha az hissedildiği bir turizm türü olması nedeniyle gelirlerin yıl içine dengeli bir şekilde yayılmasını sağlamaktadır. Bu yönüyle sürdürülebilir turizm ekonomisine katkı sunmaktadır (Shackley, 2001). Böylece yalnızca büyük şehir merkezleri

değil, dini mekânlara ev sahipliği yapan küçük yerleşim birimleri de turizm gelirlerinden pay alma şansı bulabilmektedir.

5.2. İstihdam Yaratma Potansiyeli

İnanç turizminin bir diğer önemli ekonomik katkısı, istihdam yaratma potansiyelidir. Kutsal kabul edilen alanlar etrafında oluşan turizm hareketliliği; oteller, pansiyonlar, restoranlar, kafeler, hediyelik eşya dükkânları, ulaşım firmaları ve rehberlik hizmetleri gibi çeşitli sektörlerde istihdam ihtiyacını artırmaktadır. Bu durum doğrudan ve dolaylı iş gücü talebi yaratarak, özellikle yerel halk için istihdam olanakları yaratmaktadır (Shackley, 2001).

UNWTO (2023) verilerine göre, dünya genelinde dini temelli seyahatlerin yoğunlaştığı dönemlerde istihdam geçici olarak değil, kalıcı biçimde artış göstermekte; bölgedeki ekonomik yapı hizmet sektörüne doğru kaymaktadır. Ayrıca, inanç turizmi kapsamında gelişen yerel üretim ve el sanatları faaliyetleri, özellikle kadınlar, yaşlılar ve gençler gibi dezavantajlı grupların ekonomik sürece katılımını kolaylaştırmaktadır (Egresi, 2016). Bu yönüyle inanç turizmi, yalnızca ekonomik değil aynı zamanda sosyal bir kalkınma aracı olarak da değerlendirilmektedir.

Türkiye örneğinde, Şanlıurfa gibi inanç turizmi potansiyeli yüksek kentlerde yapılan araştırmalar, turizm faaliyetlerinin kentteki genç işsizliği azaltma potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir (Karagöz & Kılıçlar, 2015). Benzer şekilde Konya ve Nevşehir gibi şehirlerde de dini ziyaret alanlarının çevresinde gelişen mikro girişimlerin sayısında gözle görülür artışlar kaydedilmiştir. Dolayısıyla, inanç turizmi kapsamında geliştirilecek stratejilerin yalnızca ziyaretçi sayısını artırmaya değil, aynı zamanda yerel halkın bu süreçte aktif rol almasına olanak tanıyacak şekilde planlanması büyük önem taşımaktadır. Nitekim Timothy (2011), inanç turizminin yerel topluluk merkezli kalkınma modeline entegre edilmesinin sürdürülebilirlik açısından kritik olduğunu vurgulamaktadır.

5.3. Bölgesel Kalkınmaya Katkı

İnanç turizmi, özellikle kalkınmada öncelikli bölgelerde ve kırsal alanlarda ekonomik ve sosyal canlanmayı tetikleyici bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Çünkü bu turizm türü genellikle merkezi olmayan, kırsal ya da yarı-kırsal alanlarda yoğunlaşmakta; böylece ekonomik faaliyetlerin büyük şehirlerden çevreye yayılmasına katkı sağlamaktadır (Rinschede, 1992).

Bu katkı yalnızca ekonomik boyutla sınırlı değildir. İnanç turizmi destinasyonlarına yönelik altyapı yatırımları (yol, ulaşım, konaklama, sağlık

vb.), bölge halkının yaşam kalitesini yükseltmekte ve kamu hizmetlerinin daha etkin sunulmasına zemin hazırlamaktadır. Hindistan'daki Varanasi ve Bodh Gaya örneklerinde olduğu gibi, inanç merkezleri etrafındaki bölgelerde kamu yatırımlarının arttığı, ulaşılabilirliğin geliştiği ve yerel halkın refah düzeyinin yükseldiği gözlemlenmektedir (Singh, 2004; Eck, 2012).

Türkiye'de Şanlıurfa, Konya, Hatay, Nevşehir gibi kentlerde inanç turizminin gelişmesi, konaklama ve ulaşım altyapısının modernizasyonunu hızlandırmış; çeşitli kültürel etkinliklerin düzenlenmesini teşvik etmektedir (Karagöz & Kılıçlar, 2015). Örneğin Şanlıurfa'da Balıklıgöl ve çevresindeki restorasyon projeleri, yalnızca turistik değil aynı zamanda sosyo-kültürel bir dönüşümün öncüsü olmaktadır.

Bölgesel kalkınma açısından bir diğer önemli nokta, inanç turizminin yıl boyuna yayılması sayesinde turistik mevsimselliğin olumsuz etkilerini azaltmasıdır. Bu durum özellikle yaz aylarında turizm faaliyetlerine erişemeyen bölgeler için önemli bir avantaj oluşturmaktadır. Ayrıca inanç turizmi kapsamında düzenlenen dini etkinlikler, festivaller ve anma günleri sayesinde kentlerin kültürel marka değerinde de artış yaşanmakta, bu da uzun vadede yatırım çekme potansiyelini yükseltmektedir (Timothy & Olsen, 2006).

5.4. Yerel Ekonomilerin Desteklenmesi

İnanç turizmi, büyük yatırım gerektiren lüks turizm türlerinden farklı olarak, daha mütevazı harcamalara dayansa da yaygınlığı sayesinde mikro ölçekli işletmelerin desteklenmesini sağlamaktadır. Özellikle hediyelik eşya üreticileri, zanaatkârlar ve küçük esnaflar inanç turizminden doğrudan fayda sağlayan kesimlerdir (Cohen, 1998). Bu durum hem ekonomik çeşitliliği hem de geleneksel üretimin sürdürülebilirliğini desteklemektedir.

Ayrıca bu tür turizm faaliyetlerinin, büyük sermaye sahiplerinden çok yerel halkın işletmelerine kaynak aktardığı ifade edilmektedir. Bu nedenle, inanç turizminin "topluluk temelli turizm" kapsamında değerlendirilmesi gerektiğini savunan araştırmacılar da bulunmaktadır (Timothy, 2011).

Sonuç

İnanç turizmi, yalnızca bireylerin dini inançlarını yaşama pratiklerine hizmet etmekle kalmayıp aynı zamanda kültürel etkileşimi, ekonomik kalkınmayı ve sosyal bütünleşmeyi de destekleyen çok boyutlu bir turizm türü olarak öne çıkmaktadır. Bu turizm biçimi, tarihsel süreç içerisinde kutsal mekânlara yapılan ziyaretler aracılığıyla şekillenmiş, zamanla dini

motivasyonların yanı sıra kültürel ve merak odaklı nedenlerle de gelişim göstermiştir.

Küreselleşme, ulaşım ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, inanç turizminin erişilebilirliğini artırarak hem yerel hem de uluslararası ölçekte daha geniş kitlelere ulaşmasına olanak tanımıştır. Bu bağlamda, inanç turizmi destinasyonları; yerel halk için ekonomik fırsatlar yaratırken, ziyaretçilere de manevi tatminin yanı sıra tarihî ve kültürel mirası deneyimleme imkânı sunmaktadır. Çalışmada da ortaya konulduğu üzere, inanç turizmi kavramının tanımlanması, kapsamının belirlenmesi ve tarihsel gelişiminin anlaşılması; bu alanda sürdürülebilir ve bilinçli bir turizm politikası geliştirilebilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Bu doğrultuda hem kamu hem özel sektörün iş birliği içinde hareket ederek altyapı yatırımları, tanıtım faaliyetleri ve ziyaretçi yönetimi konularında kapsamlı çalışmalar yürütmesi gerekmektedir. Sonuç olarak, inanç turizmi sadece dini bir faaliyet değil; aynı zamanda barış, anlayış ve kültürlerarası diyalog için güçlü bir araç olarak değerlendirilmelidir.

Kaynakça

- Collins-Kreiner, N. (2010a). Researching pilgrimage: Continuity and transformations. *Annals of Tourism Research*, 37(2), 440–456. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.10.016>
- Collins-Kreiner, N. (2010b). The geography of pilgrimage and tourism: Transformations and implications for applied geography. *Applied Geography*, 30(1), 153–164.
- Cohen, E. (1998). Tourism and religion: A comparative perspective. *Pacific Tourism Review*, 2(1), 1–10.
- Digance, J. (2006). Religious and secular pilgrimage: Journeys redolent with meaning. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 54(2), 169–179.
- Eck, D. L. (2012). *India: A sacred geography*. Harmony Books.
- Egresi, I. (2016). The tourism–religion relationship: A complex and controversial one. In I. Egresi (Ed.), *Alternative tourism in Turkey* (137–155). Springer.
- Henderson, J. C. (2011). Religious tourism and its management: The Hajj in Saudi Arabia. *International Journal of Tourism Research*, 13(6), 541–552.
- Karagöz, M., & Kılıçlar, A. (2015). İnanç turizminin bölgesel kalkınmadaki rolü: Şanlıurfa örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(4), 63–79.
- Nolan, M. L., & Nolan, S. (1992). *Christian pilgrimage in modern Western Europe*. University of North Carolina Press.
- Özdemir, G., & Yiğit, T. (2013). Türkiye’de inanç turizmi: Mekânlar ve gelişim potansiyeli. *Turizm Akademik Dergisi*, 2(1), 35–48.
- Reader, I. (2007). Pilgrimage growth in the modern world: Meanings and implications. *Religion*, 37(3), 210–229. <https://doi.org/10.1016/j.religion.2007.06.009>
- Rinschede, G. (1992). Forms of religious tourism. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 51–67. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90106-Y](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90106-Y)
- Shackley, M. (2001). *Managing sacred sites: Service provision and visitor experience*. Continuum.
- Singh, R. P. B. (2004). Pilgrimage in Hinduism: Historical context and modern perspectives. In *Religions and the sacred in tourism* (101–121).
- Timothy, D. J. (2011). *Cultural heritage and tourism: An introduction*. Channel View Publications.
- Timothy, D. J., & Olsen, D. H. (2006). *Tourism, religion and spiritual journeys*. Routledge.

- tr.shafaqna.com (2022). Suudi Arabistan'ın 'Hac Geliri' 150 Milyar Dolar
<https://tr.shafaqna.com/archives/288677/suudi-arabistanin-hac-geliri-150-milyar-dolar/> (Erişim tarihi: 15.05.2025)
- UNWTO. (2023). *Religious tourism and global trends*. United Nations World Tourism Organization.
- Yılmaz, S., & Yıldız, Z. (2010). Türkiye'de inanç turizmi ve gelişim potansiyeli. *Sosyoekonomi Dergisi*, 12(1), 123–140.

Arkeolojik Kazıların Turizm Değerine Katkısı: Konuralp Prusias ad Hypium Örneği

Güzin Bilir¹

Özet

Antik Çağ'da Bithynia Bölgesi sınırları içerisinde yer alan Prusias ad Hypium Antik Kenti, günümüzde Batı Karadeniz Bölgesi'nde, Düzce il merkezine yaklaşık 8 km uzaklıkta bulunan Konuralp Mahallesi sınırları içerisinde konumlanmaktadır. Türkiye'deki birçok antik kentte olduğu gibi, Prusias ad Hypium'da da çağlar boyunca kesintisiz bir yerleşim süreci yaşanmıştır. Ancak bu kent, süreklilik arz eden yerleşim yapısına rağmen arkeolojik mirasını büyük ölçüde koruyabilmiş olması bakımından benzer kentlerden daha avantajlı bir konumdadır. Yaklaşık iki bin beş yüz yıllık bir tarihsel geçmişe sahip olan Prusias ad Hypium, Helenistik ve Roma dönemlerine tarihlenen anıtsal tiyatrosu, geç dönem sur kapısı olan atlı kapı, Roma su kemerleri, Roma köprüsü ve surlarında devşirme malzeme olarak kullanılmış yazıtlı adak taşları gibi yapılarla dikkat çekmektedir. Ayrıca kentte Osmanlı Dönemi'ne ait yapı kalıntıları da gözlemlenmektedir. Bu çok katmanlı kültürel doku, Prusias ad Hypium'un tarihsel sürekliliğini belgeleyen somut bir miras niteliğindedir. Kentteki ilk bilimsel yüzey araştırması, 1948-1950 yılları arasında Arkeolog İsmail Kılıç Kökten tarafından gerçekleştirilmiştir. Ardından, 1948-1960 yılları arasında İstanbul Arkeoloji Müzeleri Müdürü Rüstem Duyuran tarafından arkeolojik kazılar yürütülmüştür. 1998 yılında yine İstanbul Arkeoloji Müzeleri tarafından kentte kurtarma kazıları yapılmıştır. Ancak kentte uzun bir aradan sonra gerçekleştirilen sistematik kazılar, 2013-2019 yılları arasında Düzce Üniversitesi Arkeoloji Bölümü ile Konuralp Müzesi Müdürlüğü iş birliğinde, antik tiyatro alanında başlatılmıştır. 2019 yılından itibaren ise kazılar, Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Arkeoloji Bölümü'nün bilimsel danışmanlığında, Konuralp Müzesi Başkanlığı ve Düzce Belediyesi'nin destekleriyle yılın on iki ayı kesintisiz olarak sürdürülmektedir. Bu kapsamda, 2016-2021 yılları arasında Konuralp Müzesi Müdürlüğü tarafından yürütülen çalışmalar

1 Dr. Arkeolog, gbilir@gmail.com , ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8061-2386>

sonucunda, kentin batısında yer alan Roma köprüsü ve çevresi kazılarla açığa çıkarılmış ve köprünün restorasyonu tamamlanmıştır. Aynı dönemde Aynalı Köyü'nde gerçekleştirilen kazılarda ise, dikkat çekici taban mozaikleri gün yüzüne çıkarılmıştır. Tüm bu arkeolojik buluntular ve koruma çalışmaları neticesinde, Prusias ad Hypium Antik Kenti “Batı Karadeniz’in Efes’i” olarak anılmaya başlanmış ve “kentsel arkeolojik sit alanı” ilan edilmiştir. Bu bağlamda, Prusias ad Hypium Antik Kenti’nin arkeo-turizm potansiyeli oldukça yüksektir. Kentte sergilenen fiziksel buluntular yalnızca akademik çevreler için değil, aynı zamanda kültür turizmi kapsamında bölgeyi ziyaret eden turistler için de büyük ilgi çekmektedir. Kültürel mirasın turistik ürün olarak değerlendirilmesiyle hem yerel hem de ulusal ölçekte ekonomik katkı sağlanabileceği gibi, sürdürülebilir miras yönetimi anlayışı da desteklenmiş olacaktır. Bu çalışmada, Prusias ad Hypium Antik Kenti’nin sahip olduğu arkeolojik mirasın ortaya çıkarılması, korunması ve tanıtılması süreçlerinin turizm potansiyeline katkıları ele alınmakta; bu kadim yerleşimin kültürel ve ekonomik açıdan değerlendirilmesinin önemi vurgulanmaktadır.

Giriş

Kültürel mirasa dayalı turizm, dünya genelinde hızla gelişen ve turizm sektörünün önemli bir parçası haline gelen bir faaliyet alanı olmuştur. Bu alan içinde özellikle arkeolojik miras, turizmin çekici unsurlarından biri olarak öne çıkmaktadır. Türkiye, tarihsel süreçte birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış olması sebebiyle oldukça zengin bir arkeolojik potansiyele sahiptir. Tarih öncesi dönemlerden başlayarak, Tunç Çağı ile devam eden, ardından Klasik, Helenistik, Roma ve Geç Roma dönemlerine kadar kesintisiz biçimde süren bu birikim, ülkeyi benzersiz bir konuma getirmektedir (Erdoğan, 2020: 344). Ancak bu geniş miras potansiyeline rağmen, arkeo-turizm uygulamaları ülkede sınırlı düzeyde kalmakta, yeterince değerlendirilememektedir (Walker-Carr, 2013). Türkiye’de arkeo-turizm çoğu zaman bağımsız bir turizm formu olarak ele alınmamış; arkeolojik alanlar genellikle ikincil derece cazibe merkezleri şeklinde değerlendirilmiştir. Arkeologların, turizmin arkeolojik alanlara zarar vereceği yönündeki endişeleri turizm profesyonellerinin bu alanlara yönelik planlamalarını da sınırlamaktadır (Erdoğan, 2020: 345)

Arkeo-turizm, başta arkeologlar olmak üzere turizm planlamacıları ve iletişim uzmanları gibi farklı disiplinlerden uzmanların ortak çalışmasıyla tam multidisipliner bir çalışma alanıdır. Arkeolojik miras, yalnızca bilimsel çalışmalarla sınırlı kalamayacak kadar ilgi çekici; yalnızca turistik amaçlarla yönetilemeyecek kadar hassas ve korunması gereken bir değerdir (McKercher, du Cros, 2003). Bu çalışmada, Düzce ili Konuralp Mahallesi’nde yer alan Prusias ad Hypium Antik Kenti’nde bugüne kadar gerçekleştirilen arkeolojik araştırmalar sonucu ortaya çıkarılan somut kültürel

varlıkların, arkeo-turizm bağlamında taşıdığı potansiyel ortaya konulmaya çalışılmaktadır. Söz konusu antik kent hem bölgesel hem de uluslararası ölçekte değerlendirilebilecek düzeyde bir kültürel miras zenginliğine sahiptir.

1. Kültürel Miras, Arkeoloji ve Turizm

Turizm, literatürde “Bireylerin alışılmış çevreleri dışında bir yere, belirli bir süreden kısa olmamak kaydıyla ve temel amacı gelir elde etmek olmayan seyahatleri” şeklinde tanımlanmaktadır (Olalı, 1990: 3). Bu süreç boyunca turizm sektörü birçok farklı bilim dalıyla etkileşim hâlinindedir. Dolayısıyla, turizm sosyoloji, ekonomi, siyaset bilimi, tarih, arkeoloji, hukuk ve işletme gibi çeşitli disiplinlerin çalışma alanına girmektedir.

Kültürel miras geçmişten gelip günümüze kadar varlığını sürdüren gelenekler, ilmi ve sanatsal eserler ve objeler tarihi yapıların bütünü olarak tanımlanmaktadır. Günümüzde yaşayan ve geçmişten günümüze varlığını sürdürmüş, insan ürünü, somut ve somut olmayan tüm varlıkları içinde barındırmakla birlikte çok geniş bir anlam yelpazesine sahiptir (Poulios, 2014; Gullino, Beccaro & Larcher, 2015). Geçmişte yaşamış olan insanlar ya da toplulukların yaşam alanları ve mimarisi, sanatı, gündelik yaşama dair materyalleri, inançları, atıkları, dönemin flora ve faunasının yiyecek kalıntıları vb. materyaller kültürel mirası oluşturan donelerdir (Erdoğan 2020: 344-345).

Günümüzde kültürel mirasa dayalı turizm, dünya genelinde hızla gelişen ve turizm sektörünün önemli bir parçası haline gelen bir faaliyet alanı olmuştur. Böylece kültürel miras turizmi, küresel turizm gelirlerinin büyük bir yüzdeliğini oluşturarak güçlü bir ekonomik yapı teşkil etmektedir (Richards & Munsters, 2010). Bu alan içinde özellikle arkeolojik miras, turizmin çekici unsurlarından biri olarak öne çıkmaktadır.

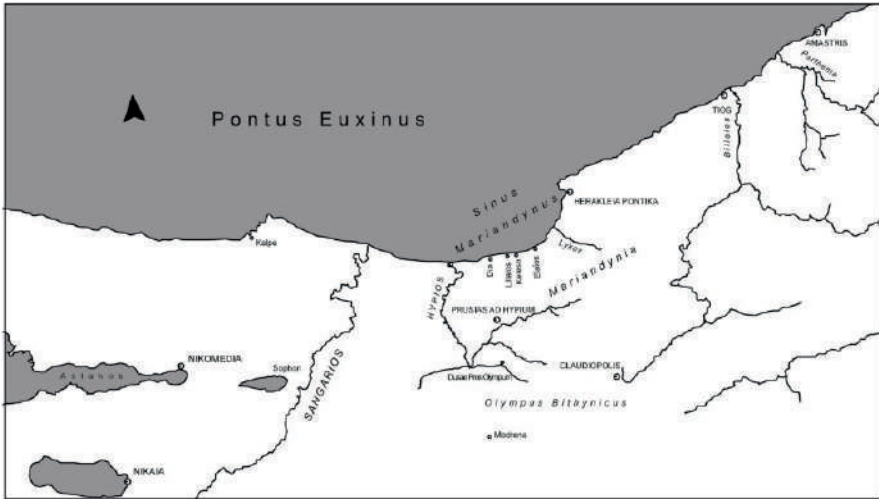
Arkeoloji ve turizm kelimelerinin birleşiminden oluşan arkeo-turizm arkeolojik verileri korurken, arkeolojiye toplumun ve kamunun ilgisini teşvik etmeyi hedefleyen bir kültürel turizm şeklidir (Jusoh vd., 2017: 1167; Erdoğan 2021: 685). Arkeo turizm aynı zamanda arkeolojik kültür miras varlıklarının ziyaretini amaçlayan turizm faaliyetidir (Jusoh, Sabin, Nayan & Ramli, 2017). Böylece odak noktası çoğunlukla antik kentler, tarihi bölgeler, müzeler ve diğer arkeolojik kazı alanlarıdır (Giraud, Porter, 2010: 7-8; Srivastava, 2015: 31-32; Thomas & Langlitz, 2019: 69).

Anadolu, tarihsel süreçte birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış olması sebebiyle oldukça zengin bir arkeolojik geçmişe sahiptir. Tarih öncesi dönemlerden başlayarak, Tunç Çağı ile devam eden, ardından Klasik, Helenistik, Roma ve Geç Roma dönemlerine kadar kesintisiz biçimde süren

bu birikim, ülkeyi benzersiz bir konuma getirmektedir (Erdoğan, 2021, 684). Ancak bu geniş miras potansiyeline rağmen, arkeo-turizm uygulamaları ülkede sınırlı düzeyde kalmakta, yeterince değerlendirilememektedir (Walker & Carr, 2013).

Türkiye’de arkeo-turizm çoğu zaman bağımsız bir turizm formu olarak ele alınmamış; arkeolojik alanlar genellikle ikinci derece cazibe merkezleri şeklinde değerlendirilmiştir. Arkeologların turizmin arkeolojik alanlara zarar vereceği yönündeki endişeleri (Erdoğan, 2021: 685), turizm profesyonellerinin bu alanlara yönelik planlamalarını da sınırlamaktadır. Oysa arkeo-turizm, arkeologlar, konservatörler ve turizm planlamacıları gibi farklı disiplinlerden uzmanların iş birliğini gerektiren çok yönlü bir alan olarak ele alınmalıdır. Arkeolojik miras, yalnızca bilimsel çalışmalarla sınırlı kalamayacak kadar ilgi çekici; yalnızca turistik amaçlarla yönetilemeyecek kadar hassas ve korunması gereken bir değerdir (McKercher, du Cros, 2003).

2. Prusias ad Hypium Antik Kenti: Arkeolojik Önemi ve Arkeoturizm Potansiyeli



Resim 1. Prusias ad Hypium Kenti

Bithynia Birliği’ni oluşturan 12 kentten biri olan kent (Doğancı, 2013: 167-186), Helenistik Dönemle birlikte Bithynia Kralı I. Prusias kenti ele geçirmiş ve kendi ismini vermiştir. Kent böylece yakın çevresindeki diğer Prusias isimindeki kentlerden ayırt edilebilmek için Melen Nehri kıyısındaki anlamına gelen Prusias ad Hypium ismini almıştır (Karakuş, 2017: 242; IK 27: 1-3). Kent, İ.Ö. 74 yılında vasiyet yoluyla Roma’ya devredilmiş

ve böylece Roma İmparatorluğu'nun Anadolu'daki ilk eyaletlerinden biri olan Bithynia'nın Eyaleti'nin sınırları içerisine girmiştir. Epigrafik verilerden edindiğimiz bilgilere göre kent, MS 2 yüzyılla birlikte İmparator Hadrianus'un Anadolu'da başlattığı imar faaliyetlerinden nasibini almış, Caracalla ve Elagabalus gibi Roma İmparatorların kente yaptıkları ziyaretler neticesinde kent oldukça gelişmiş, yapısal bir dönüşüm içerisine girmiştir (Karakuş, 2020: 20-23). Kent, Geç Antik Çağda Honorias eyaleti içinde yer almıştır (Belke, 2001: 264-265). Yazar Khoniates'in eserinde kent, Plousias olarak geçmektedir (Niketas Khoniates, 9, 641: 351-352).

Kent 1323 yılında Osman Bey'in uçbeylerinden Konuralp Gazi tarafından Osmanlı topraklarına dâhil edilmiştir. 19. yüzyıl gezginleri tarafından kent, Eski Bağlar/Üskübi olarak anılmaktadır (Perrot-Guillaume, 1872: 21; Texier, 1862: 140). Sonradan Konuralp adını almış ve günümüze de bu isimle gelmiştir (Okan, Bilir, & Çalışkan, 2022: 34).

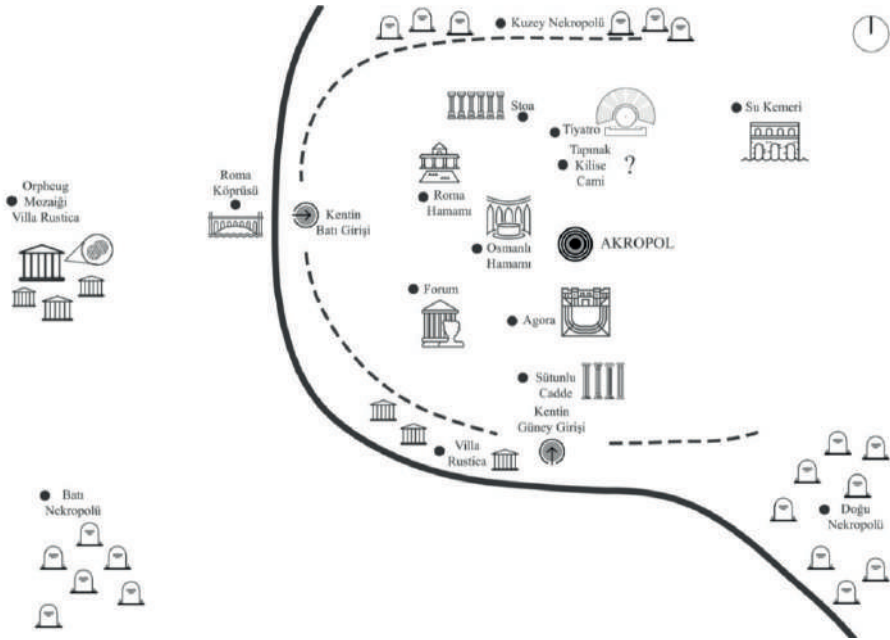
Düzce İli Konuralp mahallesi modern yerleşim alanının altında kalmış Prusias ad Hypium Antik Kenti, tarih boyunca kesintisiz yerleşim alanı olmuştur. Kentin önceki isminin Kieros olduğunu ve Herakleia'ya bağlı bir koloni kenti olduğunu antik yazar Herakleialı Memnon öğrendiğimiz Prusias kenti, Melen nehri kıyısında korunaklı bir tepenin güney yamacına kurulmuştur (Arslan, 2007). Kentin güneyinde kalan bereketli ova kentin territoriumu içinde kalmaktadır (Resim 1).

Çağlar boyunca yerleşimin devam ettiği antik kentlerde, özellikle Prusias ad Hypium örneğinde olduğu gibi, Antik Çağ'a ait yapıların büyük bir bölümü, alanın çağlar boyunca sürekli iskâna sahne olması nedeniyle günümüze ulaşamamış ya da hâlihazırda toprak altında kalmıştır. Bu nedenle, bu tür kentlerin antik dönem mimari programlarını ortaya koymak, doğrudan arkeolojik kalıntıların yanı sıra dolaylı verilerden de faydalanmayı zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda, epigrafik belgeler, nümizmatik materyaller ve arkeolojik buluntular, ilk başvurulacak temel kaynaklar arasında yer almaktadır.

Sikkeler, ilk kez ortaya çıktıkları dönemde temel işlevleri olan ödeme aracı olmanın yanı sıra, üzerinde bulundukları simgesel ve figüratif unsurlarla kent kimliğinin önemli bir temsil aracı olmuşlardır. İlk örneklerinde çoğunlukla kentin koruyucu tanrısı ya da yerel semboller yer alırken, Helenistik dönemde bu yerini hükümdar portrelerine bırakmıştır. Roma İmparatorluk Çağı'nda ise sikkeler, yalnızca ekonomik bir araç olmanın ötesine geçmiş; üzerlerindeki betimlemeler aracılığıyla imparatorların siyasi ve ideolojik propagandasının taşındığı etkili bir iletişim aracı hâline gelmiştir. Bu döneme ait sikkelerin ön yüzlerinde imparatorların portrelerine yer verilirken, arka

yüzlerinde ise kentlere kazandırılan mimari yapılar, kazanılan askerî zaferler ve gerçekleştirilen çeşitli yardım faaliyetleri gibi temalar işlenmiştir. Bu tür betimlemeler, yalnızca imparatorluk propagandasını yansıtmakla kalmaz, aynı zamanda ilgili dönemdeki mimari faaliyetlerin izini sürmek açısından da önemli ipuçları sunar. Bu nedenle, sikkeler aracılığıyla elde edilen veriler, epigrafik bulgular ve arkeolojik kazılarla desteklendiğinde, antik kentlerin yapı programlarına dair daha bütüncül ve sağlam bir perspektif geliştirilebilir.

Prusias ad Hypium gibi kesintisiz yerleşimin sürdüğü antik kentlerde mimari geçmişi anlamak, yalnızca kazı verilerine değil, aynı zamanda sikkeler, yazıtlar ve hali hazırda toprak üstünde bulunan arkeolojik materyeller gibi dolaylı kaynaklara dayalı çok katmanlı bir değerlendirme sürecini gerektirmektedir. Bu üç veri grubunun bir arada incelenmesi, günümüzde kayıp ya da toprak altında kalmış mimari unsurları anlamamız açısından büyük önem taşımaktadır (Çizim 1).



Çizim 1. Kentin olası kent planı

2.1. Sur İçi

2.1.1. Kent Surları

Antik kentlerde surlar, kentin savunma sisteminin temel yapı taşıdır. Söz konusu yapılar, sadece dış tehditlere karşı askeri koruma sağlamamış, aynı zamanda kentin sınırlarını belirleyerek, içerideki sosyal ve idari düzenin şekillenmesine katkı sunmuştur. Surların planları ve konumlandırılmaları, genellikle kentin topografyasına bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Vitruvius'a göre (1998), savunma duvarlarının genellikle mukavemet açısından sağlam zeminler üzerine, özellikle kaya yüzeylerine oturtulduğu ifade edilmektedir. Sur planları düz çizgili olabildiği gibi, dirsekli ya da çokgen biçimli düzenlemeler de içerebilmektedir. Bu duvarların uzunlukları ise hem coğrafi koşullara hem de dönemin siyasi ve askeri ihtiyaçlarına göre farklılık göstermiştir. Klasik Dönem'den Roma İmparatorluğu'na kadar geçen süreçte, sur duvarları daha uzun ve güçlü hale getirilmiş, savunma sistemleri geliştirilmiştir (Akarca, 1998).

Prusias ad Hypium antik kentinin sur yapıları hakkında ilk bilgileri 20. yüzyılın ortalarında yapılan araştırmalar sunmaktadır. Dörner (1952), kent surlarının M.S. 3. yüzyılın ikinci yarısında, devşirme küboid taşlardan oldukça hızlı bir şekilde inşa edildiğini ve bu surların tüm kenti değil, yalnızca akropolis alanını çevrelediğini belirtmiştir. Magic'e (1984) göre ise, şehir surlarının inşası, M.S. 258 yılında Roma İmparatorluğu'nda baş gösteren İmparatorluk Krizi'nin bir sonucu olarak, acil bir savunma ihtiyacına yanıt vermek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Akropolisin kuzey kısmı, sarp ve dik bir topografyaya sahip olması nedeniyle doğal bir savunma sınırı oluşturmuştur. Bu durum, surların yalnızca batı, güney ve doğu yönlerinde inşa edilmiş olduğunu düşündürmektedir. Günümüzde bu surlardan sadece batı bölümünün bir kısmı ve güney surların bazı kesimleri ayakta kalabilmiştir. Surların inşa edildiği malzeme, teknik ve yerleşim planı üzerine henüz ayrıntılı bir arkeolojik çalışma yapılmamış olsa da mevcut kalıntılar bu yapıların dönemin askeri mimarisine dair önemli ipuçları taşıdığını göstermektedir.

2.1.2. Kent Kapıları

Antik kentlerin savunma mimarisi içinde giriş kapıları hem stratejik hem de sembolik işlevler üstlenmiştir. Kapılar, kente giriş çıkışın sağlandığı geçitler olmanın ötesinde, şehrin kimliğini yansıtan anıtsal yapılar olarak da tasarlanmıştır. Prusias ad Hypium (günümüz Konuralp) antik kentinin giriş kapıları hakkındaki bilgiler, sınırlı arkeolojik bulguya rağmen, özellikle İmparator Gallienus (M.S. 253–268) dönemine tarihlenen sikkeler aracılığıyla önemli ipuçları sunmaktadır (Resim 2). Gallienus dönemine ait

bronz sikkelerin arka yüzlerinde, Prusias ad Hypium'un ana giriş kapısını betimleyen sahneler yer almaktadır. Bu tasvirlerde ortada kemerli bir ana giriş kapısı, her iki yanında ise konik çatılı, silindirik biçimli burçlar görülmektedir. Burçların üzerinde küçük kemerli geçitler de yer almakta, bu da mimaride savunma ve geçiş işlevlerinin birlikte ele alındığını göstermektedir (Franke, 1968: 2007). Söz konusu mimari unsurlar, yalnızca Prusias ad Hypium'a özgü değildir. Aynı döneme tarihlenen Nikaia (İznik) sikkelerinde de benzer giriş kapısı tasvirlerine rastlanmakta, bu da Gallienus'un yönetimi sırasında şehir surları ve kapılarında sistemli bir güçlendirme programının uygulandığını düşündürmektedir. Nitekim bu dönem, Roma İmparatorluğu'nda Goth saldırılarının yoğunlaştığı, dolayısıyla savunma mimarisinin ön plana çıktığı bir evredir (Magic, 1984).



Resim 2. Kent Kapısının sikke üzerindeki betimi

Prusias ad Hypium kent kapılarından herhangi bir mimari kalıntı günümüzde bütünüyle gün yüzüne çıkarılamamış olmakla birlikte hem topografik veriler hem de yerel buluntular kapıların olası konumları hakkında fikir vermektedir. Kentin kuzey kısmı, sarp ve dik bir topografyaya sahip olduğu için doğal bir savunma sınırı oluşturmaktadır. Bu nedenle girişlerin batı, güney ve doğu yönlerinden sağlandığı anlaşılmaktadır (Dörner, 1952).

İlk olası giriş, batı kapısıdır. Bu bölge, günümüzde Düzce-Akçakoca karayolunun Konuralp beldesine ulaştığı Çarşı İçi Caddesi civarında yer almaktadır. Antik batı surlarının bu hatta uzandığı bilinmektedir. Ayrıca Roma dönemine ait taş köprüünün bu kapıyla neredeyse karşılıklı konumlanması, kent girişinin burada olabileceğine işaret etmektedir. Aynı aks üzerinde yer alan Roma hamamı kalıntıları (külhanlar), girişin bu bölgede yoğun kentsel

kullanım alanlarıyla ilişkili olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda Genç Plinius'un, İmparator Trajan'a yazdığı mektuplarda ifade ettiği gibi, Roma hamamlarının kentlerin giriş ve çıkış noktalarına yakın konumlandırıldığı bilgisi dikkate değerdir (Plin. Epist). İkinci olası giriş ise güney kapısıdır. Bu bölgede geçmiş yıllarda sulama kanalı inşaatı sırasında çok sayıda sütun, kaide ve üst yapı elemanı bulunmuştur. Mellink (1965), bu güzergâhın antik dönemde sütunlu bir caddeye ev sahipliği yapmış olabileceğini belirtmektedir. Günümüzde de bu alanda, eski Konuralp Belediye binasının yer aldığı Ali Hamza Sokak çevresinde sütun ve kaide parçalarına rastlanmaktadır. Bu buluntular, güney kapısından başlayan bir caddenin akropolise ve agoraya yöneldiğini düşündürmektedir.

Prusias ad Hypium'un giriş kapıları hakkında net arkeolojik veriler sınırlı olsa da, sikkeler üzerinde yer alan detaylı betimlemeler ile topografik ve mimari veriler bir araya getirildiğinde, kapıların olası konumları hakkında bilimsel öngörülerde bulunmak mümkündür. Batı kapısının, hem sur kalıntıları hem de çevresindeki yapılar bağlamında, Gallienus dönemine ait sikkelerde betimlenen anıtsal giriş kapısı olabileceği değerlendirilmektedir. Güney kapısı ise sütunlu cadde ve mimari elemanların varlığı ile desteklenen ikinci önemli geçiş noktasıdır. Bu iki kapının, kentin Roma dönemindeki savunma ve ulaşım sistematığında kritik işlevler üstlendiği anlaşılmaktadır. İleride yapılacak sistemli kazılar, bu varsayımların kesinliğe kavuşturulmasını sağlayacaktır.

2.1.3. Agora

Eski Yunan'da toplanma anlamına gelen agora, zamanla toplanma yeri, pazar yeri ve kent merkezi gibi işlevsel anlamlar kazanmıştır (Çelgin, 2018: 20). Özellikle kralların aristokrasi yoluyla devrilmesi ve demokrasiye geçişin hızlanmasıyla birlikte, kentlerin merkezi yönetim organları agoralara taşınmıştır. Böylece agoralar, yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda siyasal işlevler üstlenerek kentin kalbi hâline gelmiştir. Genellikle kentin yayılım alanı içerisinde, ana caddelerin kesiştiği merkezi ve düz alanlarda inşa edilmişlerdir (Wycheley, 2011: 72). Roma İmparatorluk Dönemi'nde ise agora yalnızca ticaretin yapıldığı bir alan değil; aynı zamanda zafer takları, zafer sütunları ve heykeller gibi mimari unsurların yer aldığı, Roma imparatorlarının siyasi propaganda yürüttüğü bir merkez hâline gelmiştir (Zanker, 1988: 33-43).

Prusias ad Hypium kentinin agora yapısının, kent sikkeleri üzerinde kentin giriş kapısı gibi bir betimi yoktur. Fakat kentin epigrafik belgelerinde karşımıza çıkmaktadır. Örneğin kentteki agora yapısının varlığını, M. Iulius Gavinius Sacerdos'u onurlandırmak için diğer kamu görevlilerince dikilmiş

onur yazıtı kanıtlar niteliktedir. Yazıtta; “Kentin soylularından olan M.Iulius Gavinius Sacerdos’un 50.000 denarius vererek agoranın onarılmasına katkıda bulunduğu yazmaktadır (IK 27, No.20). Ayrıca bahsi geçen 50.000 denariusun büyük bir miktar olmasından, agoranın son derece büyük ve ihtişamlı olduğu yorumunu çıkartabiliriz. Yine yazıttan anlaşılabileceği üzere agoranın 2-3. yüzyılda onarım gördüğü gerçeğine göre yapımının bu tarihten daha önce olduğunu anlayabiliriz.

2.1.4. Sütunlu Cadde

Antik çağ kent planlamalarına göre kentin sütunlu caddeleri agoralara çıkmaktadır. Bu yüzden yukarıda değindiğimiz kentin güney girişinin devamı niteliğindeki sütunlu cadde eğer eski Konuralp Belediye binasının bulunduğu yer olan Ali Hamza Sokaktaysa eğer agora da hemen hemen aynı mevkide veya yine yakın lokalizasyonda olan günümüzde Konuralp’in meşhur Cuma pazarlarının kurulduğu alan olabilir. Agoraların Roma imparatorlarının propaganda amaçlı heykeller, onurlandırma yazıtlarının sergilendiği alanlar olduğundan bahsetmiştik. Prusias ad Hypium kentinin personifikasyonu olan Tyckhe heykelinin 1931 yılında aynı mevkide bulunduğunu da göz önünde bulundurursak bahsi geçen mevkii kentin agora yapısının olduğu tezini güçlendirebilir. Yine aynı mevkide 1991 yılında günümüzde Bolu Müzesi’nde sergilenmekte olan Antonius Pius büstü de bu savımızı destekler durumdadır.

Yine kent sikkeleri üzerinde şimdiye kadar herhangi bir betimiyle karşılaşmadığımız, kentin hamam veya gymnasium yapısı ile bilgileri epigrafik verilerden öğrenmekteyiz. Yazıttan İmparator Septimus Severus döneminde (193-211) M.Iulius Gavinius Sacerdos’un desteğiyle onarılan ve adının Domitius Hamam’ı olduğunu öğrenmekteyiz (IK 27, 85). Onarım tarihi 2-3. yüzyıl olduğuna göre yapım tarihi ise daha önceki yıllara tekabül etmektedir.

2.1.5. Hamam

Antik dönem kentlerinde bulunan önemli yapılardan biri olan hamamlar, yalnızca yıkanma işlevi görmemiş, aynı zamanda toplumsal etkileşim alanları olarak da işlev görmüştür. M.Ö. 6. yüzyıla kadar uzanan hamam kültüründe, kadın ve erkeklerin yıkandıkları alanların yakınında fiziksel ve zihinsel egzersizlerin gerçekleştirildiği mekânlar da yer almaktadır (Bonneville, 1994). Roma Dönemi’ne ait hamam yapıları, işlevsel olarak farklı bölümlere ayrılmıştır. Bu yapılar arasında apodyterium (soyunma odası), sudatorium (terleme odası), caldarium (sıcak suyla yıkanma alanı), tepidarium (ılık oda, aynı zamanda sosyal etkileşim alanı) ve frigidarium (soğuk su alanı)

gibi mekânsal bölümler yer almaktadır. Bu bölümler, hem hijyen hem de sosyal bütünleşme amacıyla kullanılmıştır. Antik dönem kentlerinde bulunan önemli yapılardan biri olan hamamlar, yalnızca yıkanma işlevi görmemiş, aynı zamanda toplumsal etkileşim alanları olarak da işlev görmüştür. M.Ö. 6. yüzyıla kadar uzanan hamam kültüründe, kadın ve erkeklerin yıkandıkları alanların yakınında fiziksel ve zihinsel egzersizlerin gerçekleştirildiği mekânlar da yer almaktadır (Bonneville, 1994.).

Prusias ad Hypium kentinde bulunan bir yazıttan, İmparator Septimius Severus'un hükümdarlığı döneminde, M. Iulius Gavinus Sacerdos'un desteğiyle onarılan ve adının Domitius Hamamı (balancia) (τοῦ Δομιτείου βαλανείου) olduğu anlaşılan bir hamam yapısının bulunduğu anlaşılmaktadır (IK 27, 85; Magic, 1950: 590), bu yapının, auxilia olarak bilinen yardımcı birliklerden ikisinin praefectus'luğunu ve iki Roma lejyonunda tribunus görevini üstlenmiş olan Domitius Proclus anısına yapılmış olabileceğini belirtmektedir. Karakuş'a (2017: 63) göre ise, bu hamam yapısı, Domitius ailesinin önemli üyelerinden Proclus ya da Honoratus tarafından inşa ettirilmiş ya da bu kişilere ithafen yaptırılmış olabilir. Bir başka yazıtta ise, kentin gymnasium yapısının inşasına, Tib. Klaudios Nestor'un kendi bütçesini kullanarak başladığı, ardından İmparator Vespasian döneminde prokonsüllüğe getirilen M. Salvidenus Asprenas'ın MS 76-77 yıllarında kente gelerek bu yapıyı ziyaret ettiği anlaşılmaktadır (IK 27, No. 42). Roma İmparatorluğu kent planlarında hamam ve gymnasium yapılarının genellikle bir kompleks içinde ve birbirine yakın konumlandığı göz önüne alındığında, bu iki yapının Prusias ad Hypium'da da yakın alanlarda yer aldığı varsayılabilir. Ancak, kentteki arkeolojik kazıların sınırlılığı nedeniyle bu yapıların tam konumu hakkında elimizde yalnızca yazılı belgeler bulunmaktadır. Buna ek olarak, günümüzde Çarşı İçi Caddesi başlangıcında tespit edilen ve bir hamam yapısına ait olduğu düşünülen külhan kalıntıları, bu yapıların varlığına ilişkin fiziksel veriler arasında yer almaktadır.

2.1.6. Tiyatro

Antik çağda tiyatrolar, kent yaşamının en önemli kamusal yapılarından biri olarak öne çıkar. Dini törenlerden dramatik oyunlara, şenliklerden siyasal gösterilere kadar pek çok etkinliğin gerçekleştirildiği bu yapılar, hem sosyal yaşamın merkezinde yer almış hem de dönemin mimari anlayışını yansıtan başlıca örneklerden olmuştur. Antik tiyatrolar genellikle kentin topoğrafik yapısı göz önünde bulundurularak inşa edilmiştir. Yapıların çoğu, doğal bir yamaca yaslanarak hem yapısal sağlamlık hem de geniş bir görüş açısı sağlayacak biçimde planlanmıştır. Bu konumlandırma, aynı zamanda seyircinin sahneyi ve arka plandaki peyzajı net bir şekilde görebilmesine

olanak tanımıştır. Tiyatro yapılarında oturma sıralarının yer aldığı cavea bölümü genellikle güney yönüne bakacak şekilde yerleştirilmiş, böylece güneş ışığından en az etkilenecek biçimde tasarlanmıştır. Akropolis gibi önemli yapılar, tiyatroya arka fon oluşturacak biçimde bütünsel bir plan anlayışıyla değerlendirilmiştir.

Antik dönemde tiyatro mimarisi zamanla gelişmiş, bu gelişim özellikle Yunan ve Roma kültürlerinin yapı anlayışında kendini göstermiştir. Yunan tiyatroları genellikle arazinin doğal eğimine uygun olarak tasarlanmış, yamaca yaslanan bir yapı sistemi benimsenmiştir. Bu yapılar doğal topografyaya entegre edilerek inşa edilmiş, yapay destek sistemleri çok sınırlı düzeyde kullanılmıştır. Roma döneminde ise mimari teknolojinin gelişmesiyle birlikte tiyatroların yapımında tonoz, kemer gibi taşıyıcı elemanlar ön plana çıkmış, bu sayede düz arazilerde de büyük tiyatrolar inşa edilebilmiştir. Bu yapı tekniği, tiyatro mimarisine daha fazla yükseklik ve seyirci kapasitesi kazandırmıştır. Ayrıca bu dönemde tiyatrolar yalnızca doğal eğime bağlı kalmaksızın kent merkezlerine daha yakın ve anıtsal biçimde konumlandırılmıştır.

Tiyatro yapılarında görülen biçimsel farklılıklar da dikkat çekicidir. Antik Yunan tiyatrolarında cavea genellikle at nalı şeklinde, orkestra ise tam daire formundadır. Roma tiyatrolarında ise bu düzen yarım daireye dönüşmüştür. Yine sahne binası (scaena) Yunan tiyatrolarında daha sade ve alçakken, Roma tiyatrolarında oldukça yüksek, süslemeli ve anıtsal bir görünüme sahiptir. Roma tiyatrolarında sahne, proskenion adı verilen yükseltilmiş bir platformda oynanırken, bu platformun arkasında görkemli sahne cepheleri yer alır. Seyirci girişleri de farklılık gösterir: Yunan tiyatrolarında girişler açık paradoslarla sağlanırken, Roma tiyatrolarında bu geçitler kapalı ve daha sistematiktir. Tiyatro yapılarının mimari detayları, yalnızca estetik değil; aynı zamanda akustik, işlevsellik ve seyirci konforu açısından da titizlikle düşünülmüştür. Orkestra bölümü, oyuncularla seyirci arasındaki etkileşimi sağlarken, sahne binası hem akustiğe katkı sağlar hem de görsel bir sınır oluşturur (Vitruvius, 1998) .

Antik tiyatrolar, bu özellikleriyle yalnızca sanatsal faaliyetlerin gerçekleştiği mekânlar değil; aynı zamanda dönemin mühendislik bilgisinin, estetik anlayışının ve toplumsal örgütlenmesinin birer göstergesi olarak değerlendirilmelidir.

Prusias ad Hypium kentinde en önemli anıtsal nitelikteki antik yapılarından biri kentin antik tiyatrosudur. Tiyatroda bilimsel nitelikli arkeolojik kazılar ilk kez 2013–2019 yılları arasında, Konuralp Müzesi başkanlığında ve Düzce Üniversitesi Arkeoloji Bölümü'nün bilimsel danışmanlığında gerçekleştirilmiştir (Resim 3).



Resim 3. Prusias ad Hypium Tiyatrosu, 2014

2025 yılında halen devam eden kazılar ise yine Konuralp Müzesi başkanlığında, Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi'nin bilimsel danışmanlığında sürdürülmektedir (Resim 4).



Resim 4. Prusias ad Hypium Tiyatrosu, 2024

Oldukça görkemli bir mimariye sahip olan sahne binası, üç kapı ve altı pencereden oluşmaktadır. Üç bölümden oluşan cavea'nın oturma basamakları, topografyanın el verdiği ölçüde yamaca yaslanarak yükselmiştir. Cavea'nın doğu ve batı uçları ise tonozlu geçitlerle (vomitorium) desteklenerek yükseltilmiştir (Okan vd. 2022: 37). Ayrıca, tiyatronun yalnızca dramatik performanslara değil, başka türden gösterilere de ev sahipliği yaptığını gösteren doğu ve batı yönlerinde yer alan aditus maximus üzerindeki tribunalia alanları dikkat çekmektedir (Okan vd. 2022: 43).

Aphrodisias'ta ele geçen bir yazıtta, Aphrodisiaslı pankreas boksörü M. Aelius Aurelius Menander'in yarışmalara katıldığı kentler arasında Prusias ad Hypium'un da yer alması (Ameling 1985: 13–14), tiyatronun dövüş müsabakaları gibi etkinlikler için de kullanılmış olabileceğini düşündürmektedir. Tiyatro ile ilgili bir başka epigrafik örnek ise Konuralp Müzesi'nde sergilenen, mezar taşında kabartma tiyatro maskı bulunan Atinalı tragedya oyuncusu Tiberius Klaudius Philoksenos'a aittir. Mezar yazıtında, Philoksenos'un Yunanistan'dan gelen bir tiyatro topluluğunun üyesi olduğu, Prusias'ta öldüğü ve buraya gömüldüğü belirtilmektedir (Karakuş 2017: 206–207; Ameling 1985, No.97). Tiyatronun sahne binası arşitrav blokları üzerindeki bir yazıtta ise Prusias ad Hypium'lu M. Iuslius Proklos'un İmparator Rahipliği'ne terfi etmesinin ardından, sahne binasının proskenion bölümünü ve bazı heykelleri yaptırdığı yazmaktadır. 2021 yılında proskenion alanında yürütülen kazılar sırasında bulunan Apollon heykeli ve diğer heykeller, bu yazıtı doğrular niteliktedir. Tiyatro yapısı, güncydeki ova manzarasına hâkim olacak biçimde yamaca yaslanarak inşa edilmiştir. Cavea'nın sahne binasından yüksek konumda olması, orkestranın yarım daireyi aşan formu ve Helenistik döneme tarihlenebilecek siyah firnisli seramik örneklerinin bulunmuş olması; yapının Yunan tiyatrolarına özgü özellikler taşıdığını göstermektedir. Bu bağlamda, tiyatronun ilk inşa tarihinin Helenistik Dönem'e uzandığı; ancak mevcut mimari biçiminin Roma Dönemi'nde yapılan eklemeler ve genişletmelerle şekillendiği anlaşılmaktadır (Okan, Bilir & Çalışkan, 2022, 40–42).

2.1.7. Dini Mimari

Antik kentlerin akropolislerinde yer alan en önemli yapılardan biri de dini mimarilerdir. Pagan inanca sahip Antik Çağ toplumu, çok sayıda tanrıları için çeşitli tapınaklar inşa etmiştir. Bu yapılar, yalnızca dini değil, aynı zamanda toplumsal ve kentsel bütünlüğün de ayrılmaz parçaları olmuştur. Antik dönemde kentler, dinsel bir topluluk yapısı sergilemiş ve tapınaklar, kutsal mekânlar ile kentsel dokunun önemli bileşenleri hâline gelmiştir (Tuna, 2014: 10). Kutsal alanlar genellikle, tanrı ya da tanrıçaya adanmış

bir arazi ile birlikte tanımlanmış ve bu alanlar, doğal ya da yapay işaretlerle belirginleştirilmiştir. Bu bağlamda, yapay işaret olarak inşa edilen tapınaklar, kentin dini işlevini yerine getiren kültürel yapılar olarak, kent dokusu içerisinde merkezi bir konuma sahip olmuştur.

Prusias ad Hypium kentine ait dini yapılarla ilgili bilgiler, büyük oranda sikkelere ve epigrafik verilere dayanmaktadır. Kent sikkelerinde Zeus, Helios, Hermes, Herakles, Athena, Dionysos, Serapis, Asklepios, Hypios gibi tanrıların yanı sıra Tyche, Hygieia, Homonoia, Kybele ve Nike gibi tanrıçaların betimlemeleri yer almaktadır (Brandis, RE III,I, 524; Sikkeler için Bkz. Roman Provincial Coinage, 2025, <https://rpc.ashmus.ox.ac.uk/>). Epigrafik verilerde ise, kentte Zeus Olympos'a yönelik tapınım oldukça belirgindir. Örneğin, M. Iulius Gavinius Sacerdos'un "İmparatorluk Tapınakları Rahibi" ve "Zeus Olympos'un Rahibi" unvanlarını taşıması, Zeus Olympos'un baş tanrı olarak kabul edildiğini göstermektedir (Karakuş, 2017: 94-95; IK 27, No. 20). Hadrianus'a ithaf edilmiş bir başka yazıtta geçen "...Zeus Olympos ve kentin kurucusu Hükümdar Trajanus oğlu Hadrianus Yüce Caesar'a" (IK 27, No. 35) ifadesi, baş tanrı ile imparatorun aynı kült yapısı içinde yer aldığını, dolayısıyla ortak bir tapınımın mevcut olduğunu ortaya koymaktadır.

Prusias ad Hypium'un, Anadolu'daki önemli Apollon kehanet merkezlerinden biri olan Klaros ile dini bağa sahip olduğunu belirtmektedir (Debord, 1982: 19, 21; IK 27, T8.). Klaros'a bağlı diğer Bithynia kentleri arasında Nikomedia, Nikaia, Kios, Creteia-Flaviopolis, Caesarea-Germanike ve Apameia yer almakta, bu durum bölge kentleri arasında bir dini ortaklık olduğunu göstermektedir.

Roma İmparatorluğu döneminde kentte hangi tanrıya adandığı bilinmeyen bir tapınağın yeniden inşa edildiği bilgisine ulaşılmıştır (Price, 2005: 30). Ayrıca, Moesia Inferior cyaletinde yer alan Ulpia Nikopolis ad Istrum kentinde bulunan bir yazıtta, Apphos oğlu Iason adlı bir Prusias ad Hypium vatandaşının, Theos Hypsistos (Zeus Hypsistos) adına bir tapınak inşa ettirdiği belirtilmektedir. Bu durum, Zeus Hypsistos'un Prusias ad Hypium'da da tanındığını ve tapınım gördüğünü düşündürmektedir (Sharankov, 2014: 30-31,47). Her ne kadar kentte sayıca fazla tapınağın bulunduğu varsayılsa da günümüze ulaşan hiçbir tapınak yapısı mevcut değildir. Bunun başlıca nedenlerinden biri, 2. yüzyıldan itibaren başlayan ve hızla ilerleyen Hristiyanlaşma süreci olabilir. Mango'nun (2006: 45,48.) da belirttiği gibi, pagan tapınakları yeni din için uygun yapılar olarak görülmediğinden, çoğu terk edilmiş, bazıları kiliseye dönüştürülmüştür.

Prusias ad Hypium’da ise, tapınaklara ait mimari parçaların, kentin sur duvarlarının onarımı sırasında devşirme malzeme olarak kullanıldığı tespit edilmiştir. Ayrıca, Konuralp Müzesi bahçesinde sergilenen ve buluntu yeri bilinmeyen mimari öğeler, dini mimarinin zamanla uğradığı yıkımı belgelemektedir. Müzede yer alan İon düzenindeki sütun başlıkları, üzerlerindeki panter ve asma yaprakları süslemeleriyle, Dionysos Tapınağı’nın varlığını düşündürmektedir. Daha sonra 2014 yılında yapılan tiyatro kazılarında tespit edilen bir fırın yapısı çevresinde, kireç üretimi için bir araya getirilmiş mimari parçalar bulunmuştur. Bu bulgular, terk edilen tapınakların yapı taşlarının kireç fırınlarında yakılarak başka amaçlar için kullanıldığını ortaya koymaktadır. Ayrıca, 2017 kazılarında bulunan yüksek kaliteli Korinth düzeninde bir sütun başlığı, tapınağa ait bir mimari öğe olarak değerlendirilmektedir. Bulunduğu yer itibarıyla ya tiyatronun sahne binasından devşirilmiş ya da yakılmak üzere getirilen bir tapınak parçası olduğu düşünülmektedir.

Sonuç olarak, Prusias ad Hypium’daki dini mimari kalıntıların günümüze ulaşmamış olması, sadece kültürel dönüşüm ve yıkımla değil, aynı zamanda arkeolojik kazıların sınırlılığıyla da açıklanabilir. Ancak İmparator Antoninus Pius dönemine ait bir sikkede yer alan, dört sütunlu Korinth düzeninde bir tapınak betimi, kentteki dini mimari hakkında dolaylı da olsa önemli bilgiler sunmaktadır. Bu betimde, kült heykelinin vurgulanması amacıyla orta sütun aralığının geniş bırakıldığı gözlenmektedir, ancak sikkedeki korozyon nedeniyle heykelin hangi tanrıya ait olduğu belirlenememektedir (SNG Pontos 888). Pagan tapınım merkezleri olan tapınaklar, direkt pagan inancını yansıtan, ayıplı yapılar olarak görüldükleri için ya terk edilip yok edilmişler ya da kiliseye dönüştürülmüşlerdir. Sagalasos kentindeki iki tapınağın ve Aphrodisias’ta bulunan Aphrodit tapınağının kiliseye dönüştürülmesi gibi örnekler mevcuttur. Tapınaklar birçok kilise inşa edilirken devşirme malzemesi olarak kullanılmışlardır.

Hristiyanlaşma sonucunda terk edilen tapınaklar, âtıl duruma düşen tapınak yapı elemanlarının devşirme malzeme olarak kullanılması ya da fırınlarda yakılarak kirece dönüştürülmesine bir de kazı araştırmaların yetersizliği de eklenince, kentin tapınaklarının, kent planı içerisinde nerede oldukları hakkındaki bilgiler şimdilik tahminden öteye geçemez. Antik çağ kent planlarında tapınakların, sur duvarlarının içinde yani kentin akropolüne, yüksek bir tepenin üzerine konumlandırıldığı bilinen bir durumdur. Bu bağlamda akropol tepesine yaslı bir şekilde günümüze kadar ulaşan kentin tiyatro yapısının civarında olabileceğini Anadolu’daki diğer antik kent plan örnekleriyle karşılaştırıp tahmin edebiliriz.

2.2. Sur Dışı

2.2.1. Köprü

Prusias ad Hypium antik kentinin surları dışında, batı yönünde yer alan ve Tabak Deresi ya da Aktun Çayı olarak bilinen küçük bir akarsu üzerinde, üç kemerli bir köprü bulunmaktadır. Beyaz mermer bloklardan inşa edilen bu yapının bazı taşlarının devşirme malzeme olarak kullanıldığı anlaşılmaktadır. Köprü yapısı, mimari özellikleri bakımından tiyatro ile aynı döneme tarihlenebileceği bazı araştırmacılar tarafından ifade edilmiştir (Rollas, 1967: 8-9). Belke (2001), köprünün Geç Roma İmparatorluk Dönemi'nde meydana gelen bir sel felaketi sonucunda zarar gördüğünü ve sonrasında kapsamlı bir onarım geçirdiğini belirtmektedir (Belke 2001: 265). Köprünün yaklaşık 100 metre yukarısında Osmanlı dönemine ait olduğu düşünülen bazı mimari kalıntıların bulunması, Akropolis dışında kalan bu alanın uzun süre boyunca iskâna sahne olduğunu göstermektedir (Belke, 1996: 265). Prusias ad Hypium'un batısında yer alan ve Büyük Melen Çayı (Hypios) üzerinde inşa edilmiş bir köprüye ait kalıntıların, Düzce çanağında güney yönünde devam eden, Romalıların doğu seferlerinde kullandıkları antik yolun bir parçası olduğunu ileri sürülmektedir (Bittel, 1945: 62-63). Robert (1980) ise, Akropolis'in batısındaki Aktun Çayı (Aktun Boğazı) üzerinde yer alan köprünün Geç Roma Dönemi'nde ve sonrasında onarım gördüğünü, ancak daha sonraki dönemlerde yaşanan sel felaketleri sonucu tahrip olduğunu aktarmaktadır. Aynı araştırmacı, bu köprünün sütunlu bir caddeyle bağlantılı olduğunu ve günümüzdeki köprüden yaklaşık 100 metre yukarıda bulunan antik köprü kalıntılarının Osmanlı döneminde korunduğunu belirtmiştir. Düzce Konuralp Müzesi Müdürlüğü tarafından 2012-2021 yılları arasında gerçekleştirilen kurtarma kazısı sonucunda söz konusu antik köprü gün yüzüne çıkarılmıştır. Kuzey ayağı günümüze ulaşmamış olan bu üç kemerli köprünün mevcut uzunluğu 30,25 metredir. Kuzey ayağı da dahil edildiğinde köprünün toplam uzunluğu 39,20 metreye ulaşmaktadır. Köprünün doğu ve batı kenarlarında yer alan 10 cm'lik döşeme çıkıntıları hariç genişliği 4,80 metredir. Ana kemerin derinliği ise 3,17 metre olarak ölçülmüştür (<https://duzce.ktb.gov.tr/TR-210468/prusias-ad-hypium-antik-kenti.html>) (Resim 5).



Resim 5. Roma Köprüsü

2.2.2. Villa Rustica

Roma İmparatorluk Dönemi'nde nüfusun artışıyla birlikte tahıl üretimi ve saklanması giderek önem kazanmış, bu durum kırsal alanlarda geniş üretim alanlarının ve mülkiyet sistemlerinin gelişimini teşvik etmiştir. Bu bağlamda ortaya çıkan villa rustica yerleşimleri, merkezî bir ana yapı ve etrafında çeşitli üretim, işçilik ve konaklama alanlarının bulunduğu tarımsal kompleksler olarak tanımlanır. Başlangıçta salt tarımsal üretim amacıyla kurulan bu yapılar, zamanla zengin sınıfların şehir yaşamından uzaklaştığı, dinlenme ve ikamet işlevi gören kırsal konutlara dönüşmüştür.

Özellikle M.S. 4 ila 7. yüzyıllar arasında villa rusticaların sayısında gözle görülür bir artış yaşanmış; bu süreç, Roma kırsal mimarisinde önemli bir evrimi beraberinde getirmiştir (Tülek, 2009). Bu tür yapıların Anadolu'daki önemli örneklerinden biri, antik Prusias ad Hypium kentinde tespit edilmiştir. Kentin güneyinde, eski bir Roma yolu olduğu düşünülen Kanal mevkisi, önemli bir arkeolojik buluntu alanı olarak dikkat çekmektedir.

Söz konusu alanda, 1952 yılında ilk olarak Dörner tarafından bildirilen raporla ve daha sonra İstanbul Arkeoloji Müzesi ile 1997-1998 yıllarında Bolu Arkeoloji Müzesi denetiminde yürütülen kazılarda, 40 metrekare büyüklüğünde bir taban mozaığı gün yüzüne çıkarılmıştır. Mozaikte merkezde lir çalan Orpheus figürü ve çevresinde çeşitli hayvanlar betimlenmiş, dört köşeye ise dört mevsimi temsilen kadın personifikasyon figürleri yerleştirilmiştir (Rollas, 1967; Zeyrek, Çelik, 2005; Sezer, 2015) (Resim 6).



Resim 6. Konuralp Müzesi Orpheus Mozaikçi

Aynı bölgede yer alan bir diğer mozaik ise, Skyros Adası'nda Kral Lykomedes'in sarayında gizlenen Akhilleus'un, Odysseus tarafından tanınarak ortaya çıkarılması sahnesini konu edinmektedir. Bu mozaik, 26 panodan oluşmakta ve toplamda 50,8 m² alanı kaplamaktadır. Aynı kompozisyon içinde ziyafet hazırlığı ve av sahneleri de yer almakta olup, bu tür temalar Roma ve Yunan kültürlerinde yaygın olarak tercih edilen ikonografik unsurlardır (Sezer, 2018).

Her iki mozaik de büyük olasılıkla M.Ö. 1. yüzyıla tarihlendirilmekte ve varlıklı bir Roma vatandaşının konutunun salon zeminine ait olduğu düşünülmektedir. Bu buluntular, Prusias ad Hypium'un yalnızca bir kentsel merkez değil, aynı zamanda zengin kırsal villalarla çevrili bir yerleşim dokusuna sahip olduğunu göstermektedir. Bu duruma ilişkin bir diğer önemli buluntu ise, 2016 yılında Aynalı Köyü'nde tespit edilen 125 metrekarelik büyük bir mozaiktir. Mozaik'in boyutu ve kalitesi, Prusias ad Hypium'un sur dışı kırsal alanlarında bulunan villaların zenginliğini açıkça ortaya koymaktadır. Ayrıca

kentteki yazıtlar, bu tür villaların sahiplerinin genellikle yönetsel elitler olduğunu göstermektedir. Özellikle, Titius Ulpius Aelianus Papianus adına dikilmiş olan onurlandırma yazıtı, söz konusu bireyin hem kent yönetiminde etkili bir figür hem de büyük toprak sahibi olduğunu ortaya koymaktadır (IK 27, No.17). Bu durum, Prusias ad Hypium’da tüccar ve zanaatkarların kent merkezinde, Roma ordularında görev yapmış veteran askerler ile soyluların ise sur dışındaki villalarda ikamet ettiğini belgelemektedir (Karakuş 2017: 65).

2.2.3. Su Kemerleri

Antik kentlerde su temini, başlangıçta kuyu ve sarnıçlar aracılığıyla sağlanmıştır. Ancak kentlerin büyümesi ve nüfusun artmasıyla birlikte, artan su ihtiyacı daha gelişmiş su taşıma sistemlerini zorunlu hale getirmiştir. Bu bağlamda, kemerli su yolları (aquaeductus), Roma mühendisliğinin en dikkat çekici örneklerinden biri olarak ortaya çıkmıştır. Üzerinden su taşınan bu kemerli yapılar, yalnızca birer teknik başarı değil, aynı zamanda Roma kentlerinin simgesel ve işlevsel yapı taşlarıdır (Owens, 2000). Roma İmparatorluk Dönemi’nde inşa edilen su kemerlerinin başlıca amacı, özellikle hamam yapıları gibi suya büyük miktarda ihtiyaç duyan kentsel yapıların su ihtiyacını karşılamaktır (Macready, 1987). Aynı şekilde, çeşmeler, halka açık tuvaletler (latrinae) ve diğer kamusal yapılar da bu sistemlerle beslenmiştir (Ward-Perkins, 1974). Roma mühendisliği, suyun kaynağından kilometrelerce uzaklıktaki şehir merkezlerine kesintisiz ve sağlıklı şekilde ulaşmasını sağlayan su kemerleri inşa ederek bu alandaki ihtiyacı etkili bir biçimde çözmüştür (Howatson, 2013). Bu sistemlerin Anadolu’daki önemli örneklerinden biri, Prusias ad Hypium antik kentinde yer almaktadır. Kentin su sistemine ilişkin kalıntılar, kent merkezinin yaklaşık 5 km doğusunda yer alan Kemerkasım Köyü’nde tespit edilmiştir. Suyun, Kozluk Köyü’nün Dokuzpınarlar mevkiinden çıkarak, Kemerkasım’daki kemerler aracılığıyla kente ulaştırıldığı anlaşılmaktadır. Günümüzde, kent akropolünde bu sisteme ait sadece 11 kemer ayağı ayakta kalabilmiştir. Buna karşılık Kemerkasım’daki kalıntılar, mimari olarak daha farklıdır; burada çift katlı kemer yapıları gözlemlenmiştir (Bilir, 2013: 278).

Söz konusu altyapının sadece fiziksel kalıntılarla değil, epigrafik belgelerle de desteklendiği görülmektedir. Kentte bulunan bir yazıtta, Prusias’lı bir kent yöneticisinin kente temiz su getirdiği açıkça belirtilmiştir (IK 27, No. 19). Bu tür yazıtlar, Roma kentlerinde su temininin yalnızca bir mühendislik faaliyeti değil, aynı zamanda siyasi ve sosyal prestij unsuru olduğunu da ortaya koymaktadır.

2.2.4. Nekropoller

Antik kentlerde nekropoller, genellikle şehir merkezinden uzakta, sur dışına konumlandırılmış mezarlık alanlarıdır. Prusias ad Hypium antik kentinin nekropoller de bu geleneğe uygun şekilde, kent surlarının dışında yer almaktadır. Kentin batısında yer alan Batı Nekropolü, günümüzde Düzce ilinin Konuralp beldesinde bulunan Şehit Hüseyin Kıl Mahallesi, Tepecik mevkiinde konumlanmaktadır. Bu bölgede 1937 yılında gerçekleştirilen kazılar sırasında Roma Dönemi'ne tarihlenen ve günümüzde Konuralp Müzesi'nde sergilenen "Girlandlı Lahit" gün yüzüne çıkarılmıştır. Kapakla birlikte yüksekliği 1.20 metre, genişliği ise 2.47 metre olan bu lahitin uzun kenarlarında motifleri, kısa kenarlarında ise thyrsos betimlemeleri yer almaktadır. Lahitin bir uzun yüzeyinde girland kıvrımları arasında yuvarlak madalyonlar içinde yaban domuzu, aslan, kartal ve kuş kabartmaları dikkat çekmektedir (Zeyrek 2005). Aynı nekropol alanından çıkarılan bir başka lahit de günümüzde Konuralp Müzesi bahçesinde sergilenmektedir.

Doğu Nekropolü ise Orhangazi Mahallesi sınırları içerisindeki Yörükler Nekropolü olarak bilinmektedir. Konuralp Müzesi tarafından yapılan yüzey araştırmalarında bu alanda çeşitli kültürel varlıkların izlerine rastlanmıştır. Kuzey Nekropolü ise Konuralp'in Hatipli mevkiinde yer almaktadır. Bu üç ana nekropol alanından elde edilen buluntular, Prusiaslıların gömü geleneklerini anlamada önemli ipuçları sunmaktadır. Tümülüsler, farklı mimari özellikler gösteren mezar yapıları ve lahitler, bölgede çeşitli gömü tiplerinin bir arada bulunduğuna işaret etmektedir (Zeyrek 2005). Ancak, bugüne dek bu nekropol alanlarında sistematik ve bilimsel nitelikte kapsamlı bir arkeolojik kazı çalışması gerçekleştirilmemiştir.

Sonuç

Günümüzde, arkeolojik kültürel miras alanlarının yerel, bölgesel, ulusal ve küresel düzeylerde değer üretme kapasitesi üzerine çeşitli çalışmalar yürütülmektedir. Bu alanların, toplumda eğitim, ekonomi, sosyalleşme ve kültürel bilinç gibi çok boyutlu farkındalıkların gelişimine katkı sağladığı yönündeki görüşler giderek daha fazla önem kazanmaktadır (Kirshenblatt, Gimblett, 1998: 151). Ortak kültürel miras niteliği taşıyan arkeolojik kültür varlıkları, kültürler arası diyalogun kurulmasında ve uluslararası ortak hafızanın şekillenmesinde merkezi bir rol üstlenmiştir (Jameson, Eogan, 2013: 3–4). Bu bağlamda, arkeoloji bilimi ve arkeologlar, günümüzde kültürel miras alanlarının toplum tarafından anlaşılması ve değerinin kavranması amacıyla gerçekleştirilen ulusal ve uluslararası seyahatlerin temel unsurları hâline gelmiştir. Sürdürülen arkeolojik araştırmaların temel hedeflerinden

biri, bilimsel bilgi üretmek ve yeni kuşak arkeologların yetişmesini sağlayarak akademik alana katkı sunmaktır (Özdoğan, 2008: 25). Bununla birlikte, bu çalışmaların bir diğer amacı ise, geniş kitlelerin arkeolojik alanları ziyaret etmesini teşvik ederek bu miras alanlarını turizme kazandırmaktır (Özdoğan, 2006: 10). Turizm için potansiyel çekicilik özelliği taşıyan arkeolojik çalışmaların kent için planlanan turist destinasyonu planlanmasında yer alması gerekmektedir. Arkeologların aktif bir rol almadığı bir arkeoturizm planlaması anlamını yitirecek ve terkedilecektir (Court, 2019:32).

Konuralp Prusias ad Hypium Antik Kenti, sahip olduğu arkeolojik miras unsurlarıyla yalnızca bilimsel araştırmalar açısından değil, aynı zamanda bölgesel kalkınma, kültürel kimlik inşası ve turizm potansiyeli bakımından da stratejik bir öneme sahiptir. 2013 yılından bu yana sürdürülen sistematik kazı çalışmaları, antik kentin tarihsel katmanlarını ortaya çıkarmanın yanı sıra, yerel halkta kültürel aidiyet duygusunun gelişmesine katkı sağlamış; tiyatro, sur duvarları, Roma köprüsü ve su kemerleri gibi anıtsal yapılar üzerinden geçmişle kurulan bağlar güçlenmiştir. Bu bağlamda, Konuralp Prusias ad Hypium Antik Kenti'nin arkeoturizm ekseninde değerlendirilmesi, hem bilimsel üretimin yaygınlaştırılması hem de yerel ekonominin çeşitlendirilerek sürdürülebilir hale getirilmesi açısından önemli fırsatlar sunmaktadır. Antik kentte yapılacak yeni kazı ve koruma çalışmaları, kültürel mirasın bilimsel değerini artırırken, alandaki görsel sunum ve yorumlama tekniklerinin geliştirilmesi yoluyla ziyaretçi deneyimini de zenginleştirecektir. Ancak bu süreçte, arkeoturizm faaliyetlerinin kontrolsüz bir ticarileşmeye dönüşmemesi için, sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda hareket edilmesi elzemdir.

Konuralp örneği göstermektedir ki, sürdürülebilir bir arkeoturizm planlaması ancak disiplinler arası bir yaklaşımla mümkün olabilir. Arkeologlar, tarihçiler, turizm uzmanları, şehir plancıları, iletişimciler ve yerel paydaşların iş birliği içinde hareket ettiği bütüncül bir strateji, bu tür kültürel miras alanlarının hem korunmasını hem de etkin bir şekilde değerlendirilmesini sağlayacaktır (Resim 7-8). Bu doğrultuda, Konuralp Prusias ad Hypium Antik Kenti'nin, ulusal ve uluslararası düzeyde tanınırlığı artırılarak, Türkiye'nin sürdürülebilir kültürel turizm hedeflerine somut katkı sunabilecek örnek bir destinasyona dönüştürülmesi mümkündür.



Resim 7. 2017 yılı kazı çalışmalarından kesit. Tiyatronun alt caveasının yaklaşık 2000 yıl sonra gün yüzüne çıktığı an



Resim 8. Prusias ad Hypium tiyatrosu kazısı ekibi

Kaynakça

- Akarca, A. (1998). *Şehir ve savunması*. Ankara: TTK yayınları.
- Ameling, W. (1985)-IK 27. *Die inschriften von Prusias ad Hypium*. Bonn: Dr.Rudolf Habelt GMBH.
- Arslan, M. (2007). *Memnon Herakleia Pontike Tarihi (Peri Herkleias)*. Ankara: Odin Yayıncılık.
- Aydın, S. (2023). Kültür varlıklarının sürdürülebilirliği bağlamında Prusias Ad Hypium antik kentine genel bir bakış, *Balukesir Arkeoloji Buluşmaları Sempozyumu*, 377- 399.
- Belke, K. (1996). *Tabula Imperii Byzantini 9. Paphlagonien und Honorias*. Wien: Verlag der Österreichischen Akademie der Sissenschaften.
- Belke, K. (2001). *Tabula Imperii Byzantini: Bithynia and Hellespontus 13*. Wien: Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften.
- Bilir, A. (2013). Prusias ad Hypium (Konuralp) Su Kemerleri. 3. *Uluslararası Bursa Su Kongresi ve Sergisi*, 278-2684.
- Bittel, K. & Schneider, A. (1944). Fund-und Forschungsbericht Türkei 1943. *Archäologischer Anzeiger*, 45, 33-81.
- Bonneville, J. (1994). *The Roman baths and bathing culture*. Oxford University Press.
- Brandis, K. (1897). Bithyniarches. *RE*, III-I, 539-542.
- Debord, P.(1982). *Aspects sociaux et rconomiques de la vie religieuse dans l'Anatolie Gréco-Romanine*. Leiden: Brill Press.
- Doğancı, K. (2013). Antik Kaynaklara Göre Bithynia'daki Civitas'lar. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(24), 167-186.
- Dörner, F. K. (1952). *Bericht über eine reise in Bithynien: Ausgeführt im Jahre 1948 im auftrage der Österreichischen Akademie der wissenschaften*. Wien: R.M.Rohrer.
- Erdoğan, H. A. (2020). Arkeolojik kültür varlıkları turizmi arkeoturizm planlamasında arkeolog etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (43), 343-351.
- Erdoğan, H.A. (2021). *Türkiye'de kültürel miras turizmi ve arkeoturizm*. İstanbul: Detay Yayıncılık, 685-692.
- Franke, P. R. (1968). *Die antiken Münzen von Bithynien*: C. H. Beck.
- Franke, P. R. (2007). *Katalog der Bithynien-Münzen*. Verlag für Numismatik.
- Giraud, R. F., & Porter, B. W. (2010). Archaeotourism and the crux of development, *Anthropology News*, 51 (8), 7–8.
- Gullino, P., Beccaro, G., & Larcher, F. (2015). Assessing and monitoring the sustainability on rural heritage sites. *Sustainability*, 7, 14186-14210.

- Howatson, M. C. (2013). *Oxford classical dictionary (4th ed.)*. Oxford University Press.
- Jameson, J. H. (2013). Introduction. *One World Archaeology Training and Practice for Modern Day Archaeologists Eogan J.* (Eds.) Vol. 1, pp.3-14. New York: Springer Science Business Media.
- Jusoh, A., Sauman, S., Yunu, S., Nayan, N., & Ramli, Z. (2017). Archaeotourism and its attractiveness in the context of heritage tourism in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7 (4), 1162-1174.
- Karakuş, O. (2017). *Roma İmparatorluk Döneminde Prusias Ad Hypium*. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Eskişehir: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Karakuş, O. (2020). Severus Hanedanı dönemindeki Parth Seferleri sırasında Prusias ad Hypium kenti. *Konur Alp Gazi ve Düzce Tarihi Sempozyumu Bildirileri (15-37)*, 23-24 Kasım 2018,, Ertuğrul, A., Yaşa, F. (Ed.), Ankara,.
- Kirshenblatt-Gimblett B. (1998). *Destination Culture: Tourism, Museums and Heritage*. Berkeley: University of California Press.
- Macready, S. (1987). Water Management in Roman Cities. In S. Macready & F. H. Thompson (Eds.), *Roman Architecture in the Greek World (70-91)*. Society of Antiquaries of London,
- Magie, D. (1984). *Roman rule in Asia Minor to the end of the third century after Christ* (Vols. 1-2). New Jersey: Princeton University Press.
- Mango, C. A. (2006). *Bizans mimarisi*. M. Kadiroğlu (çev.). Ankara: Rekmay.
- McKercher, B., & du Cros, H. (2003). Testing a cultural tourism typology. *International Journal of Tourism Research*, 5(1), 45-58.
- Mellink, M. J. (1965). Archaeological news. *American Journal of Archaeology*, 69 (1), 85-113.
- Niketas Khoniates O City of Byzantium, Annals of Niketas Choniates, (Byzantine Texts in Translation: H.J. Magoulias 1984): Detroit.
- Okan, E, Bilir, A., & Çalışkan, D. (2022). Prusias Ad Hypium Antik Tiyatrosu: Yeni kazılar, ilk veriler. *Höyük*, (9), 33-66.
- Olalı, H. (1990). *Turizm politikası ve planlaması*. İstanbul: İşletme Fakültesi Yayını.
- Owens, E. J. (2000). *The city in the Greek and Roman World*. Routledge.
- Özdoğan, M. (2006). *Arkeolojinin politikası ve politik bir araç olarak arkeoloji*. İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Özdoğan, M. (2008). *Türk arkeolojisinin sorunları ve koruma politikaları*, C. I. İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları,

- Perrot, G., Guillaume, E.J., & Delbet (1861). *Exploration archeologique de la Galatie et de la Bithynie, d'une partie de la Mysie, de la Phrygie de la Cappadoce et du Pont*. Paris: Librairie de Firmin Didot Freres.
- Plin.Epist. :Plinius. The letters of Pliny the younger: With Observations on Each Letter. (Çev: J.Boyle), Vol.2, London: J. Bettenham for P. Vaillant. 1751.
- Poulios, I. (2014). Discussing strategy in heritage conservation: Living heritage approach as an example of strategic innovation. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 4 (1): 16-34.
- Price, S.R.F. (2005). *Ritüel ve iktidar, Küçük Asya'da Roma İmparatorluk Kültü* (Çev. T. Esin), İstanbul: İmge Kitabevi Yayınları.
- Richards, G. ve Munsters, W. (2010). Developments and perspectives in cultural tourism research. *Cultural Tourism Research Methods (s.1-12)*. Wallingford, Cambridge: MA CABI.
- Robert, L. (1980). *À Travers l'Asie mineure*. Paris: École française d'Athènes.
- Rollas, A. (1967). *Konuralp- Üskübü kılavuzu* (Çev: N.Fıratlı ve S.Moralı), İstanbul: Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu Yayınları.
- Roman Provincial Coinage (2025). <https://rpc.ashmus.ox.ac.uk/> (Erişim Tarihi 08.06.2025)
- Sezer, S. (2015). The Orpheus mosaic of Prusias ad Hypium. *Journal of Mosaic Research*, Vol.8, 123-140.
- Sezer, S. (2018). Prusias ad Hypium Akhilleus Mozaiği. *Journal of Mosaic Research* (11), 207-224.
- Sharankov, N. (2014). Nadpis za stroyej na hram at Nikopolis ad Istrum. *Arheologiya, Bulgarska Akademiya na Naukite Natsionalen Arheologiceski Institut i Muzei*, 1, 30-47.
- Srivastava, S. (2015). Archacotourism: An Approach to heritage conservation and area development: Case Analysis of Badoli Temples, *Global Journal of Engineering, Science & Social Science Studies*, 01 (02): 31-42.
- Texier, C. (1997). *Küçük Asya: Bithynia* (Çev: R. Kaplanoglu). İstanbul: Avrasya Etnografya Vakfı.
- Thomas, B., & Langlitz, M. (2019). Archacotourism, archacological site preservation, and local communities. *Feasible Management of Archaeological Heritage Sites Open to Tourism*, Eds.: D. Comer, A. Willems (pp. 69-78). Cham: Springer.
- Tuna, A. (2014). *Sürdürülebilir antik kentler kapsamında arkeolojik parklar: Düzcce-Konuralp örneği*. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Ankara: Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Tülek, F. (1998). *Efsuncu Orpheus* (Vol. 3). Arkeoloji Ve Sanat Yayınları.
- Vitruvius. (1998). *On architecture* (Çev. F. Granger). Harvard University Press.

- Walker, B., & Carr, G. (2013). *Tourism and archaeology: Sustainable meeting grounds*. Routledge.
- Ward-Perkins, J. B. (1974). *Roman imperial architecture*. Yale University Press.
- Wycherley, R. E. (2011). *Antik çağda kentler nasıl kuruldu?*. İstanbul: Arkoloji ve Sanat Yayınları.
- Zanker, P. (1988). *The power of images in the Age of Augustus* (A. Shapiro, Trans.). University of Michigan Press.
- Zeyrek, T., & Baran-Çelik, G. (2005). *Prusias ad Hypium (Kieros) Anadolu'nun kuzeybatısında antik bir kent*. İstanbul: Ege Yayınları.

Gece Müzeciliği Uygulamaları Çerçevesinde Şekillenen Müze Deneyimi

Seda Çiçekli Ayyıldız¹

Kemal Birdir²

Sevda Sahilli Birdir³

Özet

Bu çalışma, müze deneyiminin zaman ve mekân boyutunda yeniden şekillendirilmesini mümkün kılan çağdaş bir uygulama olarak gece müzeciliğini kuramsal açıdan ele almaktadır. Kapsamlı bir alan yazın taraması ve güncel haber içeriklerinden elde edilen veriler doğrultusunda, gece müzeciliğinin Avrupa'daki kurumsallaşmış örnekleri ile Türkiye'deki gelişim süreci değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular, özellikle Efes Antik Kenti ve Hierapolis Ören Yeri'nde uygulanan gece müzeciliğinin ziyaretçi sayısını %47 oranında artırdığını; turizm gelirleri, gece ekonomisi ve yerel kalkınma açısından anlamlı katkılar sunduğunu ortaya koymaktadır. Araştırma, gece saatlerinde düzenlenen kültürel etkinliklerin yalnızca ziyaret süresini uzatmakla kalmayıp; mekânsal çeşitlilik, toplumsal kapsayıcılık ve kültürel katılımı da artırdığını göstermektedir. Bu etkinlikler, şehirlerin daha güvenli algılanmasına ve kültürel cazibesinin artmasına katkı sağlarken; genç ziyaretçileri çekmede etkili olmakta ve kent merkezlerinin geleneksel kullanım biçimlerini dönüştürmektedir. Ayrıca, eğlence ile kültürel mirasın korunması arasında denge kuran bu yaklaşım, farklı ziyaretçi profillerine hitap eden kapsayıcı stratejilerin geliştirilmesine olanak tanımaktadır. Çalışmada, ışık ve ses tasarımı, deneyim kurgusu, güvenlik planlaması ve rehberlik gibi çok disiplinli uzmanlık alanlarının çağdaş müzecilikteki tamamlayıcı rolü vurgulanmıştır.

- 1 Arş. Gör. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü
seda.cicekliayyildiz@ibu.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2897-3253>
- 2 Prof. Dr. Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü,
kemalbirdir@mersin.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1353-3618>
- 3 Prof. Dr. Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü,
birdirss@mersin.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1568-5837>

Giriş

Müzeler, kültürel mirasın korunması, sergilenmesi ve toplumla paylaşılmasını sağlayan en önemli kurumlardan biridir. Bu yapılar, sadece geçmişin maddi ve manevi izlerini taşıyan eserlerin sergilendiği mekânlar değil aynı zamanda eğitim, kültürel aktarım ve toplumsal bilinçlenme süreçlerinde merkezi bir rol oynayan dinamik alanlardır (Karadeniz, 2017; Folga-Januszewska, 2020). Müzecilik anlayışı, değişen toplumsal ihtiyaçlar, teknolojik gelişmeler ve ziyaretçi profillerine bağlı olarak dönüşüm geçirmiştir. Bu dönüşüm, geleneksel müzecilikten deneyim odaklı ve kapsayıcı bir yaklaşıma evrilen yeni nesil müzecilik anlayışlarını da beraberinde getirmiştir (Karadeniz & Okvuran, 2014; Kervankıran, 2014; Nalcioğlu, 2023).

Müzelerin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamak ve kültürel etkileşimi artırmak amacıyla uyguladığı yenilikçi yöntemlerden biri gece müzeciliğidir (Huang & Wei, 2024). Müzelerin ziyaret saatlerini günün ilerleyen vakitlerine taşıyan bu uygulama, özellikle turistik bölgelerde kültürel deneyimi zaman ve mekân açısından genişletmekte ve ziyaretçilere alternatif bir keşif imkânı sunmaktadır. Gece müzeciliği uygulamaları, farklı ülkelerde kültürel politikalar doğrultusunda şekillenmiş olup, ziyaretçi memnuniyetini artırma, yoğunluk yönetimi, ekonomik katkı sağlama ve yerel halkla etkileşimi güçlendirme gibi çeşitli amaçlara hizmet etmektedir (Gordin & Dedova, 2014; Mavrin & Glavaš, 2014).

Türkiye’de gece müzeciliği uygulaması görece yeni olmakla birlikte, turizm sezonunu yıl geneline yayma, kültürel turizmi çeşitlendirme ve turizmin sürdürülebilirliği hedefleri doğrultusunda önem kazanmaktadır. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın 2024 yılına yönelik 60 milyon turist ve 60 milyar dolar gelir hedefleri doğrultusunda, Geleceğe Miras programı kapsamında gece müzeciliği stratejik bir uygulama olarak öne çıkmaktadır. Bu uygulama, tarihî ve arkeolojik alanların daha geniş kitlelerle buluşmasını sağlarken, sürdürülebilirlik ve katılımcılık temelli çağdaş turizm politikalarının somut bir yansıması olarak değerlendirilmektedir. Özellikle antik kentler ve açık hava müzelerinde hayata geçirilen gece müzeciliği örnekleri, somut kültürel mirasın farklı bir perspektiften deneyimlenmesine olanak tanımaktadır. (Demmuseums, 2024; SICPA Türkiye, 2024; Turizm News, 2024). Bu çalışmada; müzecilik kavramı ve sınıflandırılması tarihsel gelişimi, dünyada ve Türkiye’deki süreçleri, gece müzeciliği uygulamaları ile Efes Antik Kenti örneği ele alınmakta; ayrıca gece müzeciliğini geliştirmeye yönelik teorik ve pratik önerilere yer verilmektedir.

1. Müzecilik ve Müzeciliğin Tarihsel Gelişimi

Müzeler, toplumun kültürel ve tarihi mirasını koruma, sergileme ve aktarım süreçlerini üstlenen kurumlardır. Bu yapılar, bireylerin hem maddi hem de manevi değerlerle ilişki kurmasını sağlayarak bilgi düzeylerini yükseltmeyi ve yaşam kalitesini artırmayı hedeflemektedir (DesRoches, 2015; İşçi vd., 2020). Müzeler aracılığıyla bireyler, içinde yaşadıkları medeniyetin değerlerini anlamlandırabilmekte ve kültürel kimliklerini pekiştirebilmektedir (Kervankıran, 2014). Uluslararası Müzeler Konseyi (ICOM), müzecilik alanında evrensel ilke ve standartların belirlenmesinde öncü bir kuruluş olarak kabul edilmektedir. Bu kapsamda müze kavramına yönelik yaptığı tanımlar, tarihsel süreçte toplumsal, kültürel ve mesleki değişimlere paralel olarak farklılaşmıştır. Kavrama yönelik 1946 yılında yapılan ilk tanım, müzeleri maddi kültürel varlıkların korunması ve sergilenmesine odaklanan kalıcı kurumlar olarak tanımlamaktadır. Bu anlayış, dönemin müzecilik pratiğinde hâkim olan nesne merkezli ve koruma odaklı yaklaşımı yansıtmaktadır. Buna karşılık, ICOM'un 2022 yılında Prag'da gerçekleştirilen Genel Konferansı'nda kabul edilen güncel müze tanımı, müzelerin yalnızca koleksiyonları saklayan ve sergileyen yapılar olmaktan öte, çok boyutlu işlevler üstlendiğini ortaya koymaktadır. Yeni tanıma göre müzeler; kâr amacı gütmeyen, kalıcılığı esas alan ve toplumun hizmetinde faaliyet gösteren kurumlardır. Bu kurumlar, somut ve somut olmayan kültürel mirası araştırma, toplama, koruma, yorumlama ve sergileme sorumluluğunu üstlenmektedirler. Ayrıca, kamuya açık, erişilebilir ve kapsayıcı yapılarıyla kültürel çeşitliliği teşvik eder ve sürdürülebilirliğe katkı sağlarlar. Bu çerçevede, ICOM'un 1946 ve 2022 tarihli tanımları karşılaştırıldığında, müzenin yalnızca kültürel varlıkların korunduğu pasif bir mekândan, toplumsal katılımı teşvik eden, çok işlevli ve dinamik bir kültürel aktöre dönüştüğü görülmektedir. Bu dönüşüm, müzelerin sadece geçmişin izlerini taşıyan kurumlar olmanın ötesine geçerek, günümüzün toplumsal gereksinimlerine yanıt veren ve kültürel sürdürülebilirliği destekleyen platformlar olarak yeniden konumlandırıldığını göstermektedir (Mairesse, 2019; Sandahl, 2019; Folga-Januszewska, 2020; ICOM, 2022).

UNESCO ise müzeleri, sadece nesnelerin korunduğu ve sergilendiği mekânlar olarak görmeyen ötesinde, kültürel turizmin gelişimiyle birlikte toplumların eğitim, kültür ve kalkınma süreçlerinde temel rol oynayan aktörler olarak tanımlamaktadır. UNESCO'ya göre müzeler, kültürel mirası bütünlüklü şekilde ele alarak geçmişle günümüz arasında bağ kurmaya aracı kurumlardır. Ayrıca, özellikle yerel topluluklar ve dezavantajlı grupların kendi kültürel kökenlerini keşfetmelerine ve farklı kültürlerle etkileşimde bulunmalarına imkân sağlamaktadırlar (UNESCO, 2025). Müze tanımları,

zamanla değışen toplumsal dinamikler ve kültürel ihtiyaçlar doğrultusunda evrim geçirmiştir (Mairesse, 2019). Günay'a (2012) göre, geçmişin koruyucuları olarak görülen müzeler, çoğunlukla sanat ve bilimle ilişkili eserlerin korunduğı, saklandığı ve ziyaretçilerle buluşturulduğu mekânlar ya da yapılar olarak tanımlanmaktadır. Buyurgan (2017), müzelerin özellikle kalıcı ve anlamlı öğrenme süreçlerinde önemli bir pedagojik işlev üstlendiğini, ziyaretçilere disiplinler arası etkileşim alanları sunarak deneyim temelli öğrenmeyi teşvik ettiğini ve kültürel farkındalık ile tarihsel bağlam kurma becerilerinin gelişimine katkı sağladığını ifade etmektedir. Sandahl'a (2019) göre, müzeler küresel ölçekte hem sayıca artmakta hem de işlevsel olarak çeşitlenmektedir. Toplumlarda meydana gelen güncel eğilimler ve sosyal değışimler, müzeleri doğrudan ya da dolaylı biçimde etkilemekte, müzecilik pratiklerini dönüştürmektedir. Bu süreçte müzeler, geleneksel yapılarından koparak kendilerini esnetmekte, değıştirmekte ve yeni yollarla yeniden tanımlanmaktadır. Bu nedenle, müze kavramı yalnızca tek bir bilgi sistemi ya da dünya görüşüne dayanmamalı; farklı kültürel perspektifleri ve çoklu bilgi biçimlerini kapsayan çoğulcu bir anlayışla ele alınmalıdır. Folga-Januszevska'ya (2020) göre, müzeler daima kolektif hafızanın birer taşıyıcısı olarak, geçmişin olaylarını ve başarılarını barındıran mekânlardır. Her dönemde bu miras unsurlarının yeniden yorumlanmasına olanak tanıyacak şekilde düzenlenmişlerdir. Bu bağlamda, müzeler insanlığın ortak yararı için bilgi toplayarak, bu bilginin geniş kitlelere ulaştırılmasını, anlaşılmasını ve toplumsal düzeyde onay görmesini sağlamaktadır. Müzecilik, insanlığın somut ve soyut değerlerini toplama, biriktirme ve koruma süreçleri bakımından önemli bir işlev üstlenmektedir. Bununla birlikte, geçmişle bağ kurmanın temel araçlarından biri olarak; kültürel, tarihi, sanatsal ve teknik açıdan değer taşıyan eserleri koruma ve sergileme sorumluluğunu da yerine getirmektedir (Greenhill, 1992; Kervankıran, 2014; İşçi vd., 2020).

Müzelerin tarihsel kökeni Antik Çağ'a kadar uzanmaktadır. İlk müzeler, ilham perileri olan Mousalar'a adanmış mekânlarda kurulmuştur. Bu anlayışın en bilinen örneğı, I. Ptolemaios Soter tarafından İskenderiye'de kurulan ve bünyesinde ünlü kütüphaneyi de barındıran Mouseion'dur. Söz konusu yapı, yalnızca sanat eserlerinin sergilendiğı bir alan olmanın ötesinde, araştırma ve bilimsel çalışmaların yürütüldüğü önemli bir merkez işlevi görmüştür. Aynı dönemde Bergama ve Antakya'da da benzer nitelikte müzeler inşa edilmiş; bu tür yapılar Bizans döneminde de varlığını sürdürmüştür (Findlen, 1989; Kuruloğlu, 2010; Folga-Januszevska, 2020). Müze kavramı, etimolojik açıdan mitolojide tanrıların kralı Zeus ile bellek tanrıçası Mnemosyne'nin kızları olan Müz'lerden türemiştir. Bu nedenle müzelerin, tarihsel ve toplumsal belleğı koruma ile unutmamayı sağlama işlevinin kökeni, bu mitolojik

bağlama dayandırılmaktadır (Kuruloğlu, 2010; Dönmez & Kılınçer, 2011). İlham perileri, farklı sanat ve bilim dallarını temsil etmektedir: Kalliope hitabet ve epik şiiri; Kleio tarihi ve kutlamayı; Polhymnia ilahi ve uyum sanatlarını; Euterpe lirik şiir ile flütü; Tersikhore dansı; Erato aşk şiirini; Melpomene trajedi ve müziği; Thalia doğa ve komediyi; Urania ise astronomi ve gökbilimini simgelemektedir (Yaldız, 1993; Bostancı, 2019; Uçar, 2019). Bu temsiller, müzelerin yalnızca nesne sergilenen alanlar değil, aynı zamanda bilgi, sanat ve ilhamın buluştuğu entelektüel merkezler olarak görülmesinin temelini oluşturmuştur (Abt, 2006). Müze terimi, Latince’de *museum*, Fransızca’da *musée*, İngilizce’de ise *museum* şeklinde kullanılmıştır. Türkçeye ise 17. yüzyıldan itibaren, bilgi ve nesne koleksiyonlarının sergilendiği kurumları tanımlamak amacıyla uyarlanmıştır (Ayдын, 2020).

İnsanların geçmişte nesneleri toplama ve biriktirme motivasyonlarının tam olarak ne olduğu kesinleşmemiştir (Johnson vd., 2023). Ancak, insanlık tarihine ilişkin bulgular, Paleolitik döneme ait mezar yapılarında çeşitli nesneler, koleksiyonlar ve sanatsal öğelerin bir arada saklandığını göstermektedir. Müzelerin kökeninde nesneleri koruma amacıyla yapılan bu toplama faaliyeti yer aldığından, tapınaklar, okullar, kütüphaneler ve sarayların da müze işlevi gördüğüne dair görüşler öne sürülmektedir (Bennett, 2013; Uçar, 2019). Modern müzecilik anlayışı, 15. yüzyılda Rönesans dönemiyle birlikte şekillenmeye başlamıştır. Bu süreçte, yeni coğrafyaların keşfi, sanatın önem kazanması ve bilim, tarih ile edebiyat gibi disiplinlere yönelik ilginin artması, koleksiyonculuk faaliyetlerinin yaygınlaşmasına zemin hazırlamıştır. Özellikle aristokratlar ve soylu sınıfa mensup kişiler, toplumsal statülerini güçlendirmek ve entelektüel kimliklerini oluşturmak amacıyla antik dönem eserlerini toplamaya yönelmişlerdir. Bu bireysel koleksiyonlar zamanla daha sistemli bir yapıya dönüşmüş “Cabinets of curiosities” ya da “Wunderkammer” adı verilen özel koleksiyonlar ortaya çıkmıştır. Doğa tarihi, arkeoloji, sanat ve etnografya gibi farklı disiplinlerden nesneleri içeren bu koleksiyonlar, müzeciliğin kurumsallaşmasına giden yolda ilk adımlar olarak kabul edilmektedir (Geczy, 2019; Johansson Dahre, 2020). Kamusal müzeciliğin kurumsallaşmasında önemli bir dönüm noktası ise 1683 yılında Oxford Üniversitesi bünyesinde kurulan Ashmolean Museum’dur. Koleksiyoncu Elias Ashmole, 1660’larda sahip olduğu koleksiyonu üniversiteye bağışlayarak müzenin temelini atmıştır (Aykaç Leidholm, 2020; Burgess, 2021). Ashmolean Museum, halka açık ve ücretsiz ziyaret imkânı sunması nedeniyle modern müzeciliğin ilk resmi örneği olarak kabul edilmektedir (MacGregor, 2001). 18. yüzyılda, Fransız Devrimi sonrasında 1793’te Louvre Müzesi’nin halka açılması, müzeciliğin demokratikleşmesi açısından önemli bir eşik oluşturmuştur (Bennett, 1995). Bunu takip eden

19. yüzyılda ise Avrupa genelinde müze binaları inşa edilmiş, koleksiyonlar bilimsel yöntemlerle sınıflandırılmış ve müzeler ulusal kimlik inşasında etkili araçlar hâline gelmiştir (Greenhill, 1992).

Osmanlı Devleti’nde müzecilik faaliyetleri, Batı’daki örneklerle kıyasla geç başlamış olsa da zamanla kurumsal bir kimlik kazanmıştır. Bu alandaki ilk farkındalık, 18. yüzyılın sonlarından itibaren Osmanlı topraklarını gezen Avrupalı seyyah ve araştırmacıların yazılı anlatımlarıyla oluşmuştur. Ardından, tarihi eserlerin korunması ve sergilenmesine yönelik düşünceler gelişmiş, ilk somut adım ise 1846’da Fethi Ahmed Paşa’nın Topkapı Sarayı’nda düzenlediği sergilerle atılmıştır (Öz, 1946; Shaw, 2003; Aykaç Leicdholm, 2020). Bu girişim, modern müzeciliğe geçişin temelini oluşturmuştur. Osmanlı Devleti’nde müzecilik faaliyetleri her ne kadar 19. yüzyılın ikinci yarısında kurumsal bir nitelik kazanmaya başlasa da eski eser toplama geleneği daha erken dönemlere uzanmaktadır. Fatih Sultan Mehmed döneminde Aya İrini Kilisesi’nde savaş ganimeti silahlar ve işlevini yitirmiş askeri malzemelerin bir araya getirilmesi, Askeri Müze’nin temellerini oluşturmuştur. Ayrıca, Fatih’in Topkapı Sarayı’nın iç avlusunda Bizans dönemine ait mimari parçaları toplattığı da bilinmektedir (Kuruloğlu, 2010).

Osmanlı’da müze kavramı ilk kez 29 Ocak 1869 tarihli ve sadrazamlıktan Maarif Nezareti’ne gönderilen resmi bir yazıda “müzehane” ifadesiyle yer bulmuştur. Aynı yıl, eski eserlere artan ilgi ve kaçakçılığın önlenmesi amacıyla yürürlüğe giren Âsâr-ı Atika Nizamnamesi, Osmanlı müzeciliğine yasal bir zemin kazandırmıştır. Yedi maddeden oluşan bu düzenleme; kazıların yürütülmesi, eserlerin mülkiyeti ve korunmasına ilişkin esasları belirlemiştir (Önge, 2018). 1869’da açılan Müze-i Hümayûn ise müzecilik faaliyetlerinin kurumsallaşmasında önemli bir dönüm noktası olmuştur (Meriç, 2011; Aydın, 2020). Bu kurumun ilk müdürlüğüne ise 8 Temmuz 1869’da Katolik İrlandalı Edward Goold atanmıştır (Kuruloğlu, 2010). Ancak dönemin siyasi ve hukuki zorlukları nedeniyle uygulamada yetersizlikler ortaya çıkmış, bu da 1874 yılında daha kapsamlı bir “nizâmnâme-i cedid” hazırlanmasını zorunlu kılmıştır. Yeni düzenleme, kazı izni, eser tanımı ve mülkiyet gibi konularda daha ayrıntılı hükümler içermiştir (Kuruloğlu, 2010; Rukancı & Anameriç, 2019). Gerçek anlamda dönüşüm ise 1881’de sanatçı ve arkeolog Osman Hamdi Bey’in müze müdürü olarak atanmasıyla gerçekleşmiştir (Çal, 1997; Sönmez, 2020).

Osman Hamdi Bey’in Müze-i Hümayun müdürlüğüne atanması, Osmanlı müzeciliği açısından bir dönüm noktası teşkil etmiştir. Bu görev süresince, yalnızca eser toplayıcılığıyla sınırlı kalmayan, sistematik, disiplinlerarası ve bilimsel temellere dayalı bir müzecilik anlayışı geliştirmiştir. Batı’daki

modern müzecilik yaklaşımlarını Batı'daki müzecilik anlayışını Osmanlı'nın kültürel ve idari yapısıyla harmanlayarak özgün bir müzecilik modeli geliştirmiştir. Ayrıca, devlet denetiminde yürütülen arkeolojik kazıların kurumsallaşmasını sağlayarak “milli kazılar” sürecini başlatmıştır (Tataroğlu, 2019). Osman Hamdi Bey'in en önemli katkılarından biri, 1884 yılında yürürlüğe giren Asar-ı Atika Nizamnamesi'nin hazırlanmasına öncülük etmesidir. Bu düzenleme, arkeolojik eserlerin izinsiz şekilde yurt dışına çıkarılmasını yasaklamış ve kültürel mirasın korunmasına yönelik hukuki bir çerçeve oluşturmuştur. Böylece Osmanlı topraklarında bulunan tarihi eserlerin sistemli biçimde kayıt altına alınması ve korunması sağlanmıştır (Çal, 1997). Müze-i Hümayun'un koleksiyonlarını zenginleştirmek amacıyla Osman Hamdi Bey, birçok arkeolojik kazıya bizzat katılmıştır. Özellikle 1887 yılında Sidon Krallar Nekropolü'nde gerçekleştirdiği kazılar sonucunda, “İskender Lahdi” gibi son derece önemli eserlerin gün yüzüne çıkarılması sağlanmış ve bu buluntular İstanbul'a getirilerek müzede sergilenmiştir (Sönmez, 2020). Öte yandan, 1883 yılında kurduğu Sanayi-i Nefise Mektebi (günümüz Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi), sanat eğitiminin kurumsallaşmasına öncülük etmiş ve müzecilik faaliyetleriyle sanat eğitimi arasındaki bağı güçlendirmiştir. Osman Hamdi Bey'in müzecilik alanındaki çalışmaları, Osmanlı İmparatorluğu'nda kültürel mirasın korunması, bilimsel arkeolojinin gelişmesi ve modern müzecilik anlayışının yerleşmesi açısından dönüştürücü bir rol oynamıştır. Gerek mevzuat düzenlemeleri gerekse kurumsal yapılandırmalar aracılığıyla ortaya koyduğu vizyonla beraber sonraki dönemlerde Türkiye Cumhuriyeti müzeciliğinin temellerini oluşturacak bir miras bırakmıştır (Shaw, 2003; Tataroğlu, 2019; Gündüz, 2024).

Osman Hamdi Bey'in vefatının ardından müze yönetimi, kardeşi Halil Edhem Bey'e devredilmiştir. Halil Edhem Bey, sergileme anlayışında önemli bir değişiklik yaparak eserlerin kronolojik düzende sunulmasını hedeflemiştir (Yüksel, 2021; Yılmaz, 2022). Bu doğrultuda, müze mekânında yeniden düzenlemelere gidilmiş, içeriye sığmayan büyük heykeller ve lahitler bahçede sergilenmeye başlanmıştır. Ancak koleksiyonun sürekli genişlemesi, mevcut alanların yetersiz kalmasına yol açmış; ekonomik zorluklar nedeniyle yeni bir müze binasının inşası mümkün olamamıştır. Bu sorunu aşmak adına 1917 yılında Sanayi-i Nefise Mektebi binası Müzeler İdaresi'ne tahsis edilerek yapılan tadilatlarla Eski Şark Eserleri Müzesi kurulmuştur (Kuruloğlu, 2010; Edhem, 2019). Öte yandan, Anadolu'nun farklı bölgelerindeki vakıf yapılarından toplanan eserlerle, Süleymaniye Külliyesi'nin imaret kısmında Evkaf-ı İslamiyye Müzesi oluşturulmuş ve böylece İslam sanatına odaklanan bir müze anlayışı ortaya çıkmıştır. Ayan Meclisi üyelerinden Ali Rıza Paşa

ve Ahmed Muhtar Paşa'nın 1908 yılındaki girişimleriyle temelleri atılan askeri müze çalışmaları, Müze-i Askeri-i Hümayun adıyla kurumsallaşmıştır. Bu müze, yalnızca savaş hatıralarını sergileyen bir mekân olmanın ötesine geçerek; kütüphane, sinema salonu, atış poligonu, yayın birimi, kıyafetname ve mehterhane gibi unsurlarıyla dönemin çok yönlü kültürel kurumları arasında yerini almıştır. Söz konusu yapının tam anlamıyla faaliyete geçmesi ise 1916–1917 yıllarına tekabül etmektedir. Bu süreçte atılan adımlar, Osmanlı müzeciliğinin hem içerik hem de mekân bakımından çeşitlenerek geliştiğini göstermektedir (Mumcu, 1969; Kuruloğlu, 2010; Karaca, 2024).

Cumhuriyet'in ilanıyla birlikte Türkiye'de müzecilik faaliyetleri, Osmanlı'dan devralınan mirasın ötesine geçerek daha planlı ve sistematik bir yapıya kavuşmuştur. Bu durum, 1923-1950 yılları arasındaki erken Cumhuriyet döneminde, kültürel mirasın korunması ve müze kurumlarının yaygınlaştırılması, modernleşme ve ulus inşası projelerinin ayrılmaz bir parçası haline gelmesine olanak sağlamıştır. Bu çerçevede hem müze sayısını artırmaya hem de koruma faaliyetlerini yürütecek kurumsal yapıların oluşturulmasına yönelik önemli adımlar atılmıştır. Mustafa Kemal Atatürk'ün, Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin 1923 yılı açılış konuşmasında müzelerin eğitim ve kültür alanındaki işlevine dikkat çekmesi, bu alandaki reformların ideolojik temelini ortaya koymuştur (Kervankıran, 2014; Önge 2018). Aynı yıl hazırlanan hükümet programında, eski eserlerin toplanarak korunmasının önemi vurgulanmış; bu doğrultuda Maarif Vekâleti bünyesinde Türk Âsar-ı Atika Müdürlüğü kurulması öngörülmüştür (Çetin, 2007; Engin, 2021).

Atatürk, müzelerin çağdaş bir anlayışla yeniden düzenlenmesini hedeflemiş ve bu doğrultuda, Osmanlı döneminden miras kalan ve bazı büyük illerde bulunan Müze-i Hümayun şubelerini geliştirerek yeniden işlevlendirmiştir. Çevreden toplanan eserlerin yer aldığı bu depo niteliğindeki yapılar, Cumhuriyet döneminde müze müdürlüklerine dönüştürülerek halka açılmıştır. Cumhuriyet öncesinde kültürel mirasın korunması, genel olarak bu varlıkların ülkeye aidiyetini kanıtlama çabasına dayanırken; Cumhuriyet sonrasında bu anlayış gelişmiş, koruma ve teşhirin yanı sıra restorasyon çalışmalarına da önem verilmeye başlanmıştır. Ayrıca, kaçak kazılar ve tarihi eser kaçakçılığıyla mücadele amacıyla bu dönemde önemli yasal ve idari düzenlemeler hayata geçirilmiştir (Çetin, 2007; Yaşayanlar, 2018). Türkiye'nin çeşitli bölgelerinde yürütölen arkeolojik kazılarla elde edilen eserlerin korunması ve müzelerde sergilenmesi, devletin kültürel mirasa verdiği önemin somut bir göstergesi olmuştur. Atatürk'ün arkeolojiye ve tarihi yapıların korunmasına duyduğu ilgi ise bu alandaki gelişmeleri doğrudan etkilemiştir. Bu bağlamda, Ankara'da milli bir müze kurulması hedeflenmiş ve uygulamaya konulmuştur. Atatürk'ün Hitit medeniyetine olan ilgisi

doğrultusunda, 1923 yılında Kurşun Han ile Mahmut Paşa Bedesteni, Milli Eğitim Bakanlığı tarafından restore edilerek Ankara Arkeoloji Müzesi olarak ziyarete açılmıştır. Müzedeki eser çeşitliliğinin zamanla artması üzerine, 1967 yılında yeniden düzenlenmiş ve bu kapsamda adı Anadolu Medeniyetleri Müzesi olarak değiştirilmiştir (Karadeniz & Okvuran, 2014; Engin, 2021).

Cumhuriyet döneminde müzeciliğin kurumsallaşması ve gelişmesinde çeşitli yapıların önemli katkıları olmuştur. Maarif Vekâletine bağlı olarak 1922 yılında kurulan Hars Müdürlüğü, 21 Aralık 1925 tarihinde Müzeler, Kütüphaneler ve Güzel Sanatlar şubelerine ayrılmış; 1933 yılında ise “Müzeler Müdürlüğü” adını almıştır. Bu birim, 1940’lı yıllarda genel müdürlük statüsüne kavuşarak ilerleyen süreçte kurulacak Kültür Bakanlığı’nın temelini oluşturmuştur. Müzelerin zenginleştirilmesi adına atılan önemli adımlardan biri de 30 Kasım 1925’te çıkarılan “Tekke, Zaviye ve Türbelerin Kapatılmasına Dair Kanun” olmuştur. Bu düzenleme ile birçok yapı, müze işlevi görebilecek şekilde kamusal alana kazandırılmıştır (Çetin, 2007). Ayrıca, Mustafa Kemal Atatürk’ün öncülüğünde 1932 yılında kurulan Halkevleri de müzeler ve sergiler şubesi aracılığıyla müzeciliğe katkı sunmuştur. Türk müzeciliği ve arkeolojisinin gelişmesinde rol oynayan bir diğer önemli kurum ise, bilimsel çalışmalarıyla bu alana akademik zemin kazandıran Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi olmuştur (Karadeniz & Okvuran, 2014; Engin, 2021).

Milletlerarası Müzeler Konseyi (ICOM), 1947-1949 yılları arasında UNESCO’nun kültürel kuruluşlarından biri olarak hayata geçirilmiştir (ICOM, 2025). Türkiye, 1950’li yıllardan itibaren UNESCO ve ICOM ile ilişkilerini güçlendirmiş, bu iş birliği özellikle 1960’lı ve 1970’li yıllarda kurumsal bir boyut kazanmıştır. Türk müzeciliğinin uluslararası normlarla uyum sürecinde önemli bir adım, 1970 yılında yürürlüğe giren “Türkiye ICOM Milli Komitesi Yönetmeliği” ile atılmıştır. Bu düzenlemeyle ICOM ile ilişkiler resmîyet kazanmış ve Kültür Bakanlığı çatısı altında kurumsal bir yapı oluşturulmuştur (Akmehmet & Ödekan, 2011; Akkuş & Efe, 2016). Öte yandan, Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi (ICOMOS), 1965 yılında kurulmuş; Türkiye’deki ulusal yapılanması ise 1974’te yayımlanan bir yönetmelikle Kültür Bakanlığı’na bağlı yarı resmi bir konsey olarak teşkil edilmiştir. Bu yapı, zaman içerisinde çeşitli yasal düzenlemelere tabi tutulmuş; nihayetinde 1992’de yürürlüğe giren ve hâlen geçerliliğini sürdüren yönetmelikle kurumsal çerçevesi netleşmiştir (Kejanlı, Akın & Yılmaz, 2007; ICOMOS Türkiye, 2025).

Günümüzde müzeler, yalnızca eserlerin sergilendiği mekânlar olmanın ötesine geçerek, geniş kitleler tarafından ilgi gören önemli cazibe merkezleri

hâline gelmiştir. Bu durum, müzelerin kültürel turizmin gelişimindeki kritik rolünü açıkça ortaya koymaktadır (Lord, 2002; Merciu, Merciu & Cercleux, 2018). Artan rekabet ortamı, müzelerin geleneksel işlevlerini dönüştürmüş; onları toplumla daha dinamik bir ilişki kurmaya yöneltmiştir (Nalcioğlu, 2023). Bu bağlamda müzeler, ziyaretçi odaklı yaklaşımlarla yeniden yapılandırılmış; çağdaş eğilimler ile turist beklentilerine uyum sağlayacak biçimde değişim geçirmiştir (Bjeljac, Brankov & Lukić, 2011; Sheng & Chen, 2012; Kervankıran, 2014).

2. Müze Sınıflandırılması

Müzelerin sınıflandırılmasına yönelik literatürde çeşitli yaklaşımlar bulunmaktadır. Bu sınıflandırmalar genellikle müzelerin kuruluş amacı, koleksiyon türü, hedef kitlesi ve sergileme biçimi gibi temel ölçütlere dayanmaktadır. Örneğin, müzeler arkeoloji, sanat, doğa tarihi ya da oyuncak gibi belirli temalar etrafında şekillenebilmektedir. Ancak tarihsel gelişimleri, kurumsal yapıları ve toplumsal işlevleri birbirinden farklı olan müzeleri evrensel geçerliliğe sahip tek bir sınıflandırma sistemi içerisinde tanımlamak çoğu zaman mümkün olmamaktadır (Kervankıran, 2018; Güncan, 2023). Standart sınıflandırma ölçütleri dikkate alındığında dâhi, bazı müzelerin tek bir kategoriye indirgenmesi güçleşmektedir. Özellikle koleksiyonun kapsamı ve içeriği çok katmanlı olduğunda, müzeler birden fazla tür altında değerlendirilmek durumunda kalabilmektedir. Koleksiyonların tarihsel süreç içerisinde genişlemesi ve tematik olarak çeşitlenmesi, bu çoklu sınıflandırma ihtiyacını beraberinde getirmiştir. Nitekim, Louvre Müzesi de sahip olduğu zengin arkeolojik koleksiyonlar nedeniyle arkeoloji müzesi olarak değerlendirilebilmekte; ancak Antik Yakın Doğu'dan Antik Mısır'a, İslam sanatından Avrupa resim ve heykel sanatına uzanan kapsamlı eser çeşitliliği sayesinde evrensel bir müze kimliği taşımaktadır (Rashed, 2024). Dolayısıyla, müze türlerinin belirlenmesinde koleksiyon türü önemli bir ölçüt olsa da müzelerin işlevsel ve yapısal çeşitliliği bu yaklaşımın sınırlılıklarını ortaya koymaktadır (Kalyoncuoğlu, Güneş & Memikoğlu, 2021). Bu nedenle, müzeleri daha sağlıklı bir biçimde tanımlayabilmek ve sınıflandırabilmek için çok boyutlu ve esnek yapılar içeren sistematik modellere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu çerçevede, ICOM'un 7 Temmuz 1995 tarihinde Norveç'te düzenlenen 18. Genel Kurulu'nda sunulan bildirge temel alınarak Kervankıran (2014) tarafından geliştirilen ayrıntılı sınıflandırma ile Rashed'in (2024) müze türleri ve sınıflandırma kriterlerine ilişkin yaptığı kapsamlı çalışma doğrultusunda aşağıdaki tablo hazırlanmıştır.

Tablo 1. Müze Sınıflandırılması

<i>Sınıflandırma Kriteri</i>	<i>Müze Türleri</i>
<i>Müzenin Misyonu</i>	☐ Ekolojik Müze (Ekomüze) ☐ Toplum Müzesi ☐ Eğitim Müzesi ☐ Fikir Müzesi
<i>Hedef Kitle</i>	☐ Çocuk Müzesi ☐ Toplum Müzesi ☐ Eğitim Müzesi
<i>Koleksiyon Kapsamı</i>	☐ Küresel Müze ☐ Ulusal Müze ☐ Bölgesel Müze ☐ Kent Müzesi ☐ Yerel Müze
<i>Koleksiyon Türü</i>	☐ Doğa Tarihi Müzesi ☐ Tarih Müzesi ☐ Arkeoloji Müzesi ☐ Sanat Müzesi ☐ Etnografya Müzesi ☐ Bilim ve Teknoloji Müzesi
<i>Sahiplik (Mülkiyet)</i>	☐ Özel Müze ☐ Kamusal Müze
<i>Mekân / Alan Tipi</i>	☐ Kapalı Alan Müzesi ☐ Açık Hava Müzesi ☐ Gezici Müze - Sanal Müze

Kaynak: Kervankıran (2018) ve Rashed (2024) çalışmaları temel alınarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

2.1. Misyonuna Göre Müze Sınıflandırması

Bazı müzeler, sahip oldukları koleksiyonlardan ziyade belirli bir düşüncüyü, temayı ya da toplumsal amacı temsil etmek üzere kurgulanmaktadır. Bu tür müzelerde koleksiyonlar, esasen belirli bir düşüncüyü veya amacı aktarmak için kullanılan araçlardır. Müzenin temel işlevi, fiziksel nesneleri sergilemekten çok, soyut kavramları ve toplumsal mesajları ziyaretçilere iletme (Uz, 2015; Demir, 2017; Akın, 2022). Eko-müzeler, topluluk müzeleri ve eğitim müzeleri bu yaklaşımın öne çıkan örnekleri arasında yer almaktadır. Bu kurumlar, geleneksel müzecilik anlayışının sınırlarını aşarak yerel katılımı teşvik eden, çevresel farkındalığı öne çıkaran ve eğitsel işlevleri önceleyen bir model sunmaktadır (Eröz, Özgürel & Yılmaz, 20170; Nalcioğlu, 2023). Bu bağlamda şekillenen bir alt tür olan “fikir müzeleri” ise doğrudan insan hakları, savaş ve barış, göç, adalet ya da gelecek gibi evrensel meselelere odaklanmakta; ziyaretçileri bu konular üzerine düşünmeye, tartışmaya ve

pozisyon almaya yönlendirmektedir (Lord, 2002; Rashed, 2024). Örneğin 1965 yılında İbrahim Paşa Sarayı'nın Türk ve İslam Eserleri Müzesi'ne tahsis edilmesiyle birlikte, yalnızca tarihi bir yapı müze işlevi kazanmakla kalmamış, aynı zamanda İslam medeniyetine ait eserlerin korunması, sergilenmesi ve kültürel mirasın aktarılması misyonunu üstlenen tematik bir kurum niteliği kazanmıştır (Sunter & Nuhoglu, 2016).

2.2. Hedef Kitlelerine Göre Müze Sınıflandırması

Müzelerin sınıflandırılmasına yönelik bir diğer yaklaşım ise, hedef kitlenin demografik ve sosyo-kültürel özelliklerine göre yapılan ayrımları esas almaktadır (Boyras, 2013). Bu yaklaşım, müzelerin toplumsal kapsayıcılık ve eşit erişim ilkelerine zarar vermeksizin, belirli ziyaretçi gruplarına yönelik özel yapılandırmalarını tanımlamayı amaçlamaktadır (Boyras, 2012). Bu çerçevede eğitim müzeleri, çocuk müzeleri ve topluluk müzeleri gibi kurumlar, belirli yaş aralıklarına, sosyal gruplara ya da eğitim düzeylerine göre farklılaşan hedef kitlelere hitap edecek şekilde tasarlanmıştır (Güneröz, 2022; Rashed, 2024). Eğitim müzeleri, çoğunlukla eğitim kurumlarıyla özellikle okullar ve üniversitelerle iş birliği içinde faaliyet gösteren, akademik ve pedagojik amaçları önceleyen yapılardır. Bu müzeler, öğrenci ve araştırmacılara yönelik etkileşimli ve deneyim temelli öğrenme ortamları sunarak, bilgi edinme süreçlerini desteklemektedir (Hooper-Greenhill, 1999; González-Herrera vd., 2023). Benzer şekilde, çocuk müzeleri de çocukların gelişimini merkeze alarak oyun temelli öğrenmeyi teşvik etmektedir. Uygulamalı ve keşfe dayalı içerikleriyle bu müzeler, çocukların hem bireysel hem de sosyal öğrenme becerilerini destekleyici bir rol üstlenmektedir (Karadeniz, 2013; Arnas, 2017). Özellikle çocuk müzeleri ve bilim merkezleri, etkileşimli sergileme yöntemleri sayesinde iş birliği öğrenme süreçlerinin gözlemlenmesine olanak tanımaktadır (Willard vd., 2019). Topluluk müzeleri ise, yerel bir topluluğun belleğini yaşatma, kültürel kimliğini koruma ve aktarma gibi işlevleri üstlenmektedir (Özrili & Başak, 2021). Bu müzeler, katılımcı müzecilik ilkeleri doğrultusunda, topluluk üyelerinin aktif katkısıyla şekillenen etkileşimli alanlar yaratmayı hedeflemektedir. Bu sınıflandırma, müzelerin genel halk için hizmet vermeye devam ederken, belirli toplum gruplarına özel katkılar sağlamayı amaçladığını göstermektedir (Nalcioğlu, 2023; Rashed, 2024).

2.3. Koleksiyon Kapsamına Göre Müze Sınıflandırması

Müzelerin sınıflandırılmasında uzun süredir kullanılan temel yöntemlerden biri, koleksiyon kapsamına dayalı yapılan ayrımlardır (Goode, 1896; Hooper-Greenhill, 1999). Bu yaklaşım, müzenin barındırdığı eserlerin niteliği,

çeşitliliği ve uzmanlık alanlarını temel almaktadır. Ancak koleksiyonların zamanla genişlemesi, farklı türdeki objelerin bir araya gelmesi ve içeriklerin çok boyutlu hâle gelmesi, bu yöntemin uygulanmasını giderek daha karmaşık bir sürece dönüştürmüştür (Boyras, 2013; Başak & Özürlü, 2020). Koleksiyon temelli sınıflandırmalar; zamansal (eserlerin ait olduğu tarihsel dönemler), coğrafi (eserlerin geldiği bölgeler), tematik (koleksiyonun ele aldığı konu alanları) ve malzeme türü (eserlerin üretildiği materyaller) gibi çeşitli alt kategoriler üzerinden şekillenmektedir. Bu ölçütler, müze koleksiyonunun yapısını tanımlamanın ötesinde, müzenin uzmanlık alanlarını belirleyerek sunduğu kültürel, sanatsal ve tarihsel değerlerin toplum tarafından daha açık ve bütüncül şekilde anlaşılmasına katkı sağlamaktadır (Salderay & Çalimli, 2020; Rashed, 2024).

2.4. Koleksiyon Türüne Göre Müze Sınıflandırması

Müzeler, barındırdıkları koleksiyonların niteliğine göre doğa temelli ya da kültür temelli olmak üzere sınıflandırılmaktadır. Bu yaklaşım, müzeciliğin erken dönemlerinden bu yana benimsenmiş olup günümüzde de geçerliliğini koruyan temel sınıflandırma yöntemlerinden biri olma özelliğini sürdürmektedir (Uzgıdim & Tozun, 2020; Rashed, 2024). Arkeoloji, sanat, tarih, bilim ve teknoloji ile etnografya müzeleri bu kapsamda en yaygın görülen türler arasında yer almaktadır. Koleksiyon türüne göre yapılan bu ayırmada, müzeler sahip oldukları eserleri satın alma, bağış, kazı çalışmaları ya da müzeler arası değişim gibi çeşitli yollarla edinmektedir. Bu müzelerde, farklı uygarlıklara, dönemlere veya bireylere ait koleksiyonlar sergilenmektedir (Magazine, 2000; Ekinci, 2022). Ancak literatürde bu sınıflandırmalara dair ortak bir standardın bulunmaması, kavramsal düzeyde bazı karışıklıklara yol açabilmektedir. Özellikle ana türler ile alt türler arasındaki sınırların net biçimde tanımlanamaması, müze türlerinin zaman zaman birbirine karışmasına ya da eksik şekilde tanımlanmasına neden olmaktadır. Örneğin, doğa tarihi müzeleri çoğu zaman jeoloji müzeleri ve botanik bahçeleri gibi alt türleri kapsayan bir üst çerçeve olarak kullanılmaktadır. Koleksiyon temelli sınıflandırma sistemi, yalnızca temel türleri değil, bu türlerin kendi içinde uzmanlaştığı alt dalları da kapsamaktadır. Sanat müzeleri; modern, çağdaş veya dijital sanat odaklı alt kategorilere ayrılabilirken, tarih müzeleri de dönemsal ya da tematik odaklara göre çeşitlenebilmektedir. Bu çeşitlilik, müzelerin hem içeriksel yapısının hem de hedef kitlelerinin farklılık göstermesi açısından önemli bir göstergedir (Bostancı, 2019; Delibalta & Güz, 2024; Salderay & Çalimli, 2020; Rashed, 2024).

2.5. Mülkiyet Temelli Müzelerin Sınıflandırılması

Müzeler, mülkiyetlerine göre genellikle kamusal ve özel olmak üzere iki ana gruba ayrılmaktadır. Bu ayırım, müzenin mülkiyetini elinde bulunduran kişi ya da kurumun yapısına göre şekillenmektedir (Hergüner, 2023). Kamusal müzeler, kamu kurum ve kuruluşlarına bağılı olarak faaliyet gösteren ve kamu kaynaklarıyla finanse edilen yapılardır. Bu tür müzeler, toplumsal yararı esas alarak halkın erişimine açık olacak şekilde organize edilmektedir (Bollo & Zhang, 2017; Kocaer & Aras, 2024). Buna karşılık, özel müzeler bireyler ya da özel tüzel kişiler tarafından kurulmakta ve işletilmektedir. Bu müzeler, koleksiyon oluşturma, sergileme ve faaliyet yürütme süreçlerinde bağımsız karar alma yetkisine sahip olup, genellikle belirli bir temaya ya da koleksiyon tipine odaklanmaktadır (Bulduk, 2018; Taşkara & Bakır, 2018; Kolbe vd., 2022). Mülkiyet temelli bu sınıflandırma, müze yönetimi, finansman modelleri, toplumsal işlevler ve erişilebilirlik gibi konularda belirgin farklılıklar ortaya koymaktadır. Bu yönüyle de müzecilik literatüründe sıkça başvurulanan önemli bir ayırım biçimi olarak öne çıkmaktadır (Salderay & Çalımlı, 2020; Rashed, 2024).

2.6. Mekâna Dayalı Müze Sınıflandırması

Müzeler, tarihsel süreçte genellikle fiziksel yapılar içerisinde konumlanan kurumlar olarak tanımlanmış olsa da 21. yüzyıla gelindiğinde bu mekânsal yapı önemli ölçüde çeşitlenmiştir. Günümüzde müzeler, yalnızca kapalı sergi salonlarıyla sınırlı kalmayıp; açık hava müzeleri, taşınabilir (mobil) müzeler ve sanal müze platformları gibi farklı mekân türlerini de bünyelerinde barındırmaktadır (Arvanitis, 2010; Vargün, 2022). Bu gelişmeler, müze kavramının hem fiziksel hem de dijital ortamlarda yeniden tanımlanmasına neden olmuştur (Kunt, 2023). Mekâna dayalı müze sınıflandırması, temel olarak fiziksel mekâna sahip müzeler ile sanal (dijital) müzeler olmak üzere iki ana grupta değerlendirilmektedir (Kahraman, 2021; Ergin, 2022). Fiziksel müzeler kategorisinde; açık hava müzeleri, taşınabilir müzeler ve tarihi yapılar içerisinde konumlanmış müzeler gibi alt türler yer almaktadır. Bu müze türleri, çoğunlukla geleneksel, kültürel veya doğal mirasın korunması ve kamuyla buluşturulması işlevini üstlenmektedir (Altınbaş & Etikan, 2021; Külük, 2025). Buna karşılık, sanal müzeler dijital teknolojilerin sunduğu imkânlar sayesinde oluşturulan çevrimiçi sergi alanlarıdır ve fiziksel bir mekâna bağılı kalmaksızın geniş ve çeşitlenmiş kullanıcı kitlelerine ulaşma olanağı sunmaktadır (Ergin, 2022). Bu bağlamda, mekâna dayalı sınıflandırma; müzelerin geleneksel fiziksel sınırlarının ötesine geçerek, daha kapsayıcı ve çok boyutlu yapılara evrildiğini ortaya koyması bakımından dikkat çekicidir (Schweibenz, 2004; Kahraman, 2021; Rashed, 2024).

Modern müzecilikte benimsenen bütüncül yaklaşımlar, sadece sergi biçimlerini değil, müzelerin toplumsal rollerini de değiştirmekte ve çeşitlendirmektedir (Nalcıoğlu, 2023). Katılımcılığı ön planda tutan, erişilebilir ve etkileşim temelli bu yeni anlayış, müzeleri kültürel paylaşım ve öğrenme mekânlarına dönüştürmektedir (Garcia Carrizosa vd., 2020; Özçınar, 2024). Bu dönüşüm çerçevesinde, müzelerin işlevselliğini ve ziyaretçi çeşitliliğini artıran yeni sınıflandırma türleri ortaya çıkmaktadır. Bu sınıflandırmalardan biri de gece müzeciliğidir. Gece müzeciliği, kültürel turizmi destekleyerek farklı ziyaretçi gruplarına ulaşmayı sağlamakta ve müzelerin içerik ile zaman açısından işlevselliğini genişletmektedir (Gordin & Dedova, 2014; Mavrin & Glavaš, 2014).

3.Gece Müzeciliği

Gece müzeciliği, klasik müze ziyaret saatlerinin ötesine geçerek akşam veya gece saatlerinde müze deneyimi sunmayı amaçlayan alternatif bir müzecilik yaklaşımıdır. Alışılmış olan sabah 9 akşam 5 saatlerinin ötesine geçerek, kurumlarca belirlenmiş saat aralıklarında müzelerin gece saatlerinde de faaliyet göstermesi esasına dayanmaktadır (Mavrin & Glavaš, 2014). Bu uygulama ışık, ses, rehberli turlar, performanslar, multimedya ve dijital teknolojilerle müze deneyimini yeniden şekillendirebilmektedir. Dolayısıyla gece müzeciliği hem yeni hedef kitlelere ulaşmayı hem de kültürel katılımı artırmayı amaçlayan çağdaş bir müze stratejisi olarak değerlendirilmektedir (Gordin & Dedova, 2014).

Gece müzeciliği uygulamaları, 1990'ların ortalarından itibaren gelişim göstermeye başlamıştır. Bu dönemde özellikle Avrupa ülkeleri öncü rol üstlenerek gece müzeciliğini yalnızca ziyaret saatlerini uzatmak değil, kapsamlı bir kültürel deneyim alanı olarak yapılandırmıştır. Bununla birlikte 1997 yılında UNESCO, Avrupa Konseyi ve Uluslararası Müzeler Konseyi desteğiyle başlatılan “Lange Nacht der Museen” (Müzelerin Uzun Gecesi) etkinliği, Berlin Müzesi’nde hayata geçirilmiş ve önemli bir örnek oluşturmuştur. Bu etkinliğin temel amacı, kültürel farkındalığı artırmak ve müze ziyaretlerine katılımı teşvik etmektir (Bjeljac, 2011; Gordin & Dedova, 2014; Huang & Wei, 2024). Fransa’da 2005 yılında düzenlenen “La Nuit des Musées” (Müzeler Gecesi) etkinliği ise Avrupa Konseyi ve UNESCO’nun destekleriyle kurumsallaşmış ve gece müzeciliği uluslararası boyutta bir kültürel etkinlik haline gelmiştir. Her yıl Mayıs ayında gerçekleşen bu organizasyon kapsamında, Avrupa genelinde binlerce müze gece boyunca ziyaretçilere açılarak katılımı önemli artışlar sağlamaktadır (ICOM France, 2025).

Gece müzeciliği uygulamaları, zaman içinde farklı coğrafyalarda çeşitlenerek yerel özelliklere göre farklı biçimlerde uygulanmıştır. Washington’da bulunan Smithsonian Ulusal Doğa Tarihi Müzesi, 8-14 yaş arası çocuklar ve onların yetişkin refakatçilerine yönelik “Smithsonian Sleepovers” adlı programlar düzenlemektedir. Katılımcılar, müzenin dinazor galerisi gibi sergi alanlarını keşfetmekte, çeşitli etkileşimli etkinliklere katılmakta ve gece boyunca müze binasında konaklamaktadır (Smithsonian Associates, 2025). Benzer şekilde Dallas’ta yer alan Perot Doğa ve Bilim Müzesi de 6-14 yaş arası çocuklar için hazırladığı geceleme programlarıyla aileler ve izci gruplarına yönelik eğitici ve eğlenceli bir müze ortamı sunmaktadır (Perot Museum of Nature and Science, 2025). İngiltere’de bu yaklaşımın öne çıkan örneklerinden biri, Tate Modern’in “Late at Tate” (Tate Müzesi’nde Gece Etkinlikleri) adlı etkinliktir. Bu etkinlikler, müze ziyaret saatlerini akşam saatlerine uzatarak ziyaretçilere performanslar, söyleşiler, atölye çalışmaları ve geçici sergiler gibi çeşitli kültürel deneyimler sunmaktadır (Tate Modern, 2025). Evans’ın (2010) çalışması, İngiltere özelinde, özellikle Londra’daki uygulamalar üzerinden gece etkinliklerini ve kültürel miras alanlarının yaratıcı kullanımını incelemektedir. Tate Modern bu bağlamda örnek olarak ele alınan mekânlardan biridir. Çalışma, kültürel miras alanlarının yaratıcı biçimlerde değerlendirilmesine ilişkin olanakları ve karşılaşılan zorlukları ele almakta; özellikle gece saatlerinde gerçekleştirilen kültürel etkinliklerin turizm deneyimini zamansal, mekânsal ve toplumsal boyutlarda zenginleştirdiğini vurgulamaktadır. Bu tür etkinliklerin, şehirlerin hem daha güvenli algılanmasına hem de kültürel açıdan daha cazip destinasyonlar haline gelmesine katkı sağladığı belirtilmektedir. Geç saatli etkinliklerin genç ziyaretçileri çekmede etkili olduğu ve kent merkezlerinin geleneksel kullanım biçimlerini çeşitlendirdiğini belirtmektedir. Eğlence ile kültürel mirasın korunması arasında denge kurmayı amaçlayan bu yaklaşımların, farklı izleyici gruplarını kültürel etkinliklere çekme potansiyeli taşıdığı düşünülmektedir. Bu doğrultuda, gece müzeciliğinin müzeleri yalnızca birer sergi alanı olmaktan çıkarak, toplumsal etkileşimi güçlendiren kültürel paylaşım mekânlarına dönüştürmeye katkı sağladığı ifade edilebilir. (Evans, 2010).

Kültürel turizmi çeşitlendirme ve turizm sezonunu yıl geneline yayma hedefleri doğrultusunda Türkiye’de gece müzeciliği uygulamaları giderek önem kazanmaktadır. Özellikle 2024 yılı için belirlenen 60 milyon turist ve 60 milyar dolar turizm geliri hedefi kapsamında, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından başlatılan Geleceğe Miras programı çerçevesinde gece müzeciliği stratejik bir açılım olarak konumlandırılmıştır. Bu yaklaşım, tarihi ve arkeolojik alanların daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlarken,

sürdürülebilirlik ve katılımcılık ilkeleri doğrultusunda geliştirilen çağdaş turizm politikalarının etkili bir uygulaması olarak öne çıkmaktadır. Gece müzeciliği uygulamaları, özellikle yaz aylarında Ege ve Akdeniz bölgelerinde görülen yüksek sıcaklıkların ziyaretçi deneyimini olumsuz etkilediği dönemlerde, ören yerlerinin serinleyen akşam saatlerinde gezilebilmesine olanak tanımaktadır. Bu sayede hem ziyaret konforu artırılmakta hem de kültürel mirasın daha nitelikli bir şekilde deneyimlenmesi sağlanmaktadır. Bu kapsamda geliştirilen projeler, turizm faaliyetlerinin günün daha geniş bir zaman dilimine yayılmasını hedeflerken, Türkiye'nin 2028 yılına kadar ulaşmayı planladığı 100 milyar dolarlık turizm geliri hedefine katkı sunması açısından da stratejik bir önem taşımaktadır (Turizm Proje Dergisi, 2024).

Gece müzeciliği projesi, Kültür ve Turizm Bakanlığı ile SICPA Türkiye iş birliğinde yürütülmektedir. Bu iş birliği çerçevesinde, SICPA Türkiye kendi kaynaklarını kullanarak kapsamlı bir aydınlatma altyapısı geliştirmiştir. Proje kapsamında uygulanan özel aydınlatma teknolojileri, tarihi yapıların özgün dokusuna zarar vermeyecek biçimde ve gerekli resmi izinler alınarak titizlikle planlanmış ve uygulanmıştır. Bu sistem sayesinde ören yerleri gün batımından sonra etkileyici bir atmosferde ziyarete açılmaktadır. Böylece hem kültürel mirasın görsel güzelliği öne çıkmakta hem de ziyaretçi sayısı artmaktadır. Gece müzeciliği uygulamasının temel hedefleri arasında, ziyaretçi yoğunluğunun zamana yayılması, kültürel alanların sürdürülebilirlik ilkesi doğrultusunda korunması ve bu alanların ekonomik değer üretme kapasitesinin artırılması yer almaktadır. Türkiye'de bu uygulamanın ilk örneği 9 Nisan 2024 tarihinde Efes Antik Kenti'nde hayata geçirilmiş, ardından Hierapolis Ören Yeri de gece müzeciliği kapsamına dâhil edilmiştir (SICPA Türkiye, 2024; Turizm Ajansı, 2025; Dünya Gazetesi, 2025).

Gece müzeciliği, turizm gelirlerini artırmanın ötesinde, kültürel mirasın farklı biçimlerde deneyimlenmesini sağlayarak ziyaretçilerin tarihi alanlarla etkileşimini güçlendiren bir girişim projesidir. Bu yönüyle, Türkiye'nin kültürel turizm politikaları içinde yenilikçi ve sürdürülebilir bir uygulama olarak öne çıkmaktadır (Turizm Ajansı, 2025; Turizm Proje Dergisi, 2024). 2025 yılı itibarıyla 1 Haziran - 1 Ekim tarihleri arasında birçok müze ve ören yerinde gece müzeciliği uygulamalarına devam edilmesi planlanmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2025).

Tablo 2. Gece Müzeciliği Projesi Kapsamında Planlanan Müze ve Ören Yerleri

İl	Müze ve Ören Yerleri	Kapanış Saati
Adıyaman	Nemrut Ören Yeri	04:00-09:00
Ankara	Anadolu Medeniyetleri Müzesi	21:00
	Etnografya Müzesi	21:00
Antalya	Antalya Müzesi	22:00
	Alanya Müzesi	22:00
	Aspendos Ören Yeri	22:00
	Patara Ören Yeri	22:00
	Side Ören Yeri	22:00
	Nekropol Müzesi	22:00
Aydın	Didim Ören Yeri	21:00
Denizli	Hicrapolis Ören Yeri	23:00
Erzurum	Erzurum Müzesi	21:00
Gaziantep	Zcugma Mozaik Müzesi	21:00
İstanbul	Arkeoloji Müzeleri	22:00
	Galata Kulesi	23:00
	Ayasofya Tarih ve Deneyim Müzesi	22:00
	Türk ve İslam Eserleri Müzesi	22:00
İzmir	Müze İzmir Kültür Sanat Fabrikası	21:00
	Efes Ören Yeri	23:00
Muğla	Bodrum Sualtı Arkeoloji Müzesi	22:00
Nerşehir	Zelve-Paşa Bağları Ören Yeri	21:00
	Derinkuyu Yeraltı Şehri	21:00
	Kaymaklı Yeraltı Şehri	21:00
	Özkonak Yeraltı Şehri	21:00
Samsun	Samsun Müzesi	22:00
Şanlıurfa	Şanlıurfa Müzesi	21:00
	Haleplibahçe Mozaik Müzesi	21:00

Kaynak: (Kültür Turizm Bakanlığı, 2025).

Gece müzeciliği, modern dünyanın değişen dinamikleri ve gelişen aydınlatma teknolojileriyle her geçen gün daha fazla ilgi görmektedir. Uzmanlar, yaz tatillerini kültürel keşiflerle birleştirmek isteyenler için bu yeni trendin ideal bir çözüm sunduğunu belirtmektedir. Ziyaretçiler, gündüzün yoğun kalabalığından uzak, daha dingin ve atmosferik bir ortamda tarihi mekânları keşfetme fırsatı bulmaktadır. Bu uygulama yalnızca turistlere hitap etmemekle beraber yerel halk için de cazip bir alternatif sunarak bölgenin sosyal hayatına canlılık katmaktadır. Bunun yanı sıra, gece müzeciliği şehirlerin gece ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır. Gece saatlerinde açık olan restoranlar, kafeler ve diğer işletmeler, artan ziyaretçi sayısı ile daha fazla müşteri ağırlayarak yerel ekonominin canlanmasına yardımcı olmaktadır.

Dünyadaki birçok müze, gece müzeciliğiyle turist çekebilmektedir. Gece müzeciliğiyle kişi başı turist harcaması yükselirken, ziyaretçi sayısı da yüzde 20 ila 30 artmıştır. Türkiye’de ise gece müzeciliğiyle Efes ve Pamukkale travertenlerinde ziyaretçi sayısının yüzde 47 arttığı belirtilmektedir (Turizm Ajansı, 2025; Turizm Proje Dergisi, 2024).

Sonuç olarak, gece müzeciliği, müzelerin kültürel yaşamdaki rolünü zaman ve mekân bağlamında yeniden tanımlayan çağdaş bir uygulama olarak öne çıkmaktadır. Farklı zaman dilimlerinde gerçekleştirilen bu ziyaretler, kültürel katılımı artırmakta ve ziyaretçilere geleneksel müzecilik anlayışının ötesinde, özgün ve derinleştirici deneyimler sunmaktadır. Uluslararası düzeyde olduğu gibi Türkiye’de de yaygınlaşan bu model, kültürel mirasın sürdürülebilir biçimde değerlendirilmesine ve toplumun daha geniş kesimlerine ulaşmasına katkı sağlayan stratejik bir araç niteliğindedir (Turizm Proje Dergisi, 2024).

3.1.Gece Müzeciliği Kapsamında Efes Ören Yeri

Efes Antik Kenti, İzmir’in Selçuk ilçesi yakınlarında yer almakta olup, Türkiye’nin en büyük açık hava müzelerinden ve en sık ziyaret edilen antik kentlerinden biridir. Tarih boyunca ticari, politik ve sosyal açıdan büyük önem taşıyan Efes, sahip olduğu antik dünyanın yedi harikasından biri olan Artemis Tapınağı, dönemin en büyük kütüphanelerinden biri olan Celsus Kütüphanesi ve felsefe okullarıyla da dikkat çekmektedir (Fidan, 2016; Tanrısever, 2021). Bu zengin mirası sayesinde Efes, 1994 yılında UNESCO tarafından geçici miras listesine alınmış; 2015 yılında ise kalıcı Dünya Mirası Listesi’ne dâhil edilmiştir (UNESCO, 2025a).

Yaklaşık 9000 yıllık geçmişe sahip olan Efes, tarihsel süreç içerisinde farklı nedenlerle dört kez yer değiştirmiştir. Arkeolojik bulgular, Efes’in ilk yerleşim yerinin Neolitik döneme ait Çukuriçi ve Arvalya Höyükleri olduğunu; ardından Tunç Çağı’nın sonlarına doğru Ayasuluk Tepesi’ne taşındığını ortaya koymaktadır (Fidan, 2016; Özbey & Saban, 2019). Efes’in kuruluşuna ilişkin çeşitli efsaneler bulunmaktadır. Bunlardan en bilineni, Yunanistan’daki Dor istilalarından kaçarak Batı Anadolu’ya gelen Androklos’un hikâyesidir. Kehanete göre, “balık sıçrayacak, domuz kaçacak ve sen orada geleceği parlak bir kent kuracaksın” sözüyle yola çıkan Androklos, kâhinlerin onayını alarak Ege kıyılarına doğru hareket eder. Küçük bir ırmağın çevresinde adacıkların, vadilerin ve tepelerin bulunduğu bir yer keşfederler ve burada dinlenip yemek ihtiyaçlarını karşılamak isterler. Androklos ve arkadaşları avladıkları balıkları kızartırken, tava içerisindeki yağın patlamasıyla balık sıçrar ve sıçrayan kızgın yağ çevredeki çalıları ateşle tutuşturur. Çalılar arasından bir domuz koşarak çıkar. Androklos, kehaneti

hatırlayarak domuzun peşine düşer. Böylece, domuzun durduğu yerde Efes kentini kurar ve kehanet gerçekleşmiş olur (İltar & Yıldız Pesen, 2016; Tanrısever, 2021). Diğer bir efsaneye göre ise Efes, Amazonlar tarafından kurulmuş olup, Arzawa Krallığı döneminde “tanrıça şehri” anlamına gelen “Apasas” ismiyle anılmıştır. Hitit kaynaklarında geçen bu ifade, antik sikkelerde yer alan arı ve geyik figürleriyle de desteklenmektedir (Keser, 2010; Tanrısever, 2021).

Efes Antik Kenti’nin bilimsel olarak ortaya çıkarılması 19. yüzyıla dayanmaktadır. British Museum tarafından 1863-1874 yılları arasında Artemis Tapınağı’nı bulmak üzere John Turtle Wood görevlendirilmiş, ancak maddi yetersizlikler nedeniyle çalışmalar yarıda kalmıştır. Daha sonra, 1893 yılında, Avusturya Arkeoloji Enstitüsü başkanı Otto Benndorfun girişimiyle Osmanlı Devleti’nden kazı izni alınmış ve sonrasında farklı dönemlerde çeşitli başkanlar eşliğinde kazı çalışmaları sürdürülmüştür. Bu çalışmalar sonucunda, Artemis Tapınağı, Celsus Kütüphanesi, Yamaç Evler, St. John Bazilikası, Kureter Caddesi, Hadrianus Tapınağı, Aziz Meryem Kilisesi gibi birçok önemli yapı gün yüzüne çıkarılmıştır (Keser, 2010; Tamtürk & Bayrakdar, 2019; Tanrısever, 2021). Efes, Antik Yunan döneminde İyonya’nın on iki şehrinden biri olup; Helenistik, Roma, Bizans ve Osmanlı dönemleri boyunca sürekli yerleşime sahne olmuştur. Anadolu’nun antik çağlardaki başkenti olarak kabul edilen Efes, doğu ile batı arasında bir geçiş noktası olması sebebiyle daima stratejik ve kültürel önem taşımıştır. Bu bağlamda, Artemis Tapınağı, Agora Meydanı, Trajan Çeşmesi, Domitian Tapınağı ve 25 bin kişilik tiyatrosu gibi yapılar, Efes’in sadece ulusal değil, uluslararası düzeyde de tanınmasını sağlamıştır (Fidan, 2016; Tanrısever, 2021).

Her yıl yaklaşık 2 milyon ziyaretçi ağırlayan Efes Antik Kenti, gün ışığına bağlı geleneksel ziyaret saatleri nedeniyle daha yüksek bir turistik potansiyeli değerlendirememeye riskiyle karşı karşıya kalmıştır. Bu bağlamda Kültür ve Turizm Bakanlığı ve SICPA Türkiye tarafından hazırlanan “Gece Müzeciliği Projesi” kapsamında Efes’te gece ziyaretleri uygulaması başlatılmıştır. Türkiye’de gece müzeciliği uygulamasının ilk kez 9 Nisan 2024 tarihinde Efes Antik Kenti’nde hayata geçirilmiş olması bu yönüyle dikkat çekicidir. Gece müzeciliği uygulaması ile Efes Antik Kenti özel ışıklandırmalarla aydınlatılmış; ses düzenlemeleri, tematik anlatımlar ve zaman zaman düzenlenen canlı performanslarla ziyaretçilere daha etkileyici bir deneyim sunulmuştur (Demmuseums, 2024; SICPA Türkiye, 2024). Bakanlık tarafından yapılan açıklamalarda, pek çok ziyaretçinin Efes’in gece aydınlatmalarını özellikle görmek istediği ve bu anı ölümsüzleştirmek amacıyla bilinçli olarak akşam saatlerini tercih ettiği ifade edilmiştir. Bu bağlamda gece müzeciliği, ziyaret süresini uzatmanın ötesine geçerek, mekânsal deneyimi zamansal olarak

çeşitlendirmiş ve böylece kültürel mirasın daha geniş kitlelere ulaştırılmasına katkı sunmuştur (Anadolu Ajansı, 2024; Turizm Proje Dergisi, 2024).

Gündüz saatlerinde yaşanan yüksek sıcaklıkların ziyaret deneyimini olumsuz etkilemesi, gece müzeciliğini hem yerli hem de yabancı turistler için cazip bir alternatif haline getirmiştir. Bu doğrultuda hızla popülerlik kazanan gece müzeciliği uygulamaları, kısa sürede kültürel turizmin öne çıkan etkinliklerinden biri olmuştur. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verilerine göre, yalnızca 2024 yılının ilk yarısında gece saatlerinde Efes Antik Kenti'ni 284.240 kişi, Hierapolis Ören Yeri'ni ise, 76.975 kişi ziyaret etmiştir. Böylece bu iki önemli tarihi alan, altı aylık süreçte toplamda 361.215 ziyaretçiyi ağırlamıştır. Yapılan değerlendirmeler, gece müzeciliği uygulamalarının ören yerlerine olan ilgiyi %47 oranında artırdığını ortaya koymaktadır. Bu veriler, uygulamanın yalnızca kültürel erişimi artırmakla kalmadığını; aynı zamanda Türkiye turizmine yeni bir ivme kazandırarak hem yerel hem de ulusal düzeyde ekonomik katkılar sunduğunu göstermektedir (Anadolu Ajansı, 2024; Turizm Proje Dergisi, 2024; Turizm365, 2024). Dolayısıyla, Efes Antik Kenti'nde yürütülen gece müzeciliği uygulamaları, kültürel mirasın farklı ziyaretçi profillerine ulaştırılması, deneyim biçimlerinin çeşitlendirilmesi ve müzelerin zaman-mekân kavramı çerçevesinde yeniden yapılandırılması açısından örnek teşkil etmektedir.

4. Sonuç ve Öneriler

Gece müzeciliği, kültürel turizmin çeşitlendirilmesine önemli katkılar sunan, müze deneyimini zaman ve mekân bağlamında yeniden tanımlayan çağdaş bir uygulamadır. Bu yaklaşım, sadece müze ziyaret saatlerini uzatmakla kalmayıp, kültürel mirası farklı atmosferlerde, çeşitli ziyaretçi profilleriyle ve zengin deneyimlerle bir araya getirme imkânı tanımaktadır (Gordin & Dedova, 2014; Mavrin & Glavaš, 2014). Özellikle Efes Antik Kenti örneğinde görüldüğü üzere, gece müzeciliği uygulamaları ziyaretçi sayısını önemli ölçüde artırmış; kültürel alanların ekonomik, toplumsal ve estetik işlevlerini daha geniş kitlelere ulaştırmayı başarmıştır (Anadolu Ajansı, 2024; Turizm Proje Dergisi, 2024).

Gece müzeciliği, yalnızca bir turizm stratejisi olarak değil, çok disiplinli uzmanlık alanlarının kesiştiği bir kültürel deneyim modeli olarak değerlendirilmelidir. Işık tasarımı, dijital anlatım, ziyaretçi yönetimi, gece rehberliği ve güvenlik planlaması gibi uzmanlık alanlarını bir araya getiren bu model, müzelerin geleneksel işlevlerini dönüştürerek onları daha kapsayıcı, erişilebilir ve katılımcı mekânlara dönüştürmektedir. Gece müzeciliği uygulamalarında rehberlik, bilgi aktarımının ötesine geçerek bir deneyime

dönüşmektedir. Bu deneyimde rehber, atmosferi yönetir, anlatımı dramatize eder ve ziyaretçiyi tarihsel bir yolculuğa çıkarır. Bu nedenle, gece rehberliğinde başarılı olabilmek için ışık, mekân atmosferi ve ziyaretçi psikolojisi gibi alanlarda temel bilgiye sahip olmak kritik öneme sahiptir. Aynı şekilde, ışık ve ses tasarımı gibi teknik alanlar da kültürel mirasla etkileşimde kritik rol oynamaktadır. Tarihi yapıların doku bütünlüğünü bozmadan etkileyici bir aydınlatma tasarımı yapılması gerekliliği, kültürel miras aydınlatması ve gece mekân koreografisi gibi müze teknolojileri alanında yükselen uzmanlık alanlarını beraberinde getirmektedir. Ancak bu dönüşüm, ziyaretçi güvenliği ve kalabalık yönetimi gibi önemli sorunları da gündeme getirmektedir. Bu durum, gece saatlerinde risk analizleri yapabilen, güvenlik planlaması geliştirebilen ve ziyaretçi konforunu gözetebilen profesyonel yöneticilerin önemini artırmaktadır.

Dijital dönüşüm bağlamında, gece müzeciliğinde sanal gerçeklik (VR), artırılmış gerçeklik (AR), sesli rehber uygulamaları, ışık haritalama ve projeksiyon destekli anlatımlar giderek daha fazla yer bulmaktadır. Bu gelişmeler, müze teknolojileri ve deneyim tasarımı alanında uzmanlaşan yeni nesil kültür profesyonellerinin yetişmesini zorunlu kılmaktadır. Ayrıca, bu uygulamalar gece ekonomisine katkı sunmakta ve yerel toplulukların kültürel üretim süreçlerine katılımını teşvik etmektedir. Bu yönüyle kültür odaklı turizm girişimciliği, yerel rehberlik ve bölgesel kalkınma politikalarıyla da yakından ilişkilidir.

Sonuç olarak gece müzeciliği, müze profesyonelleri ile profesyonel turist rehberlerinin yeni beceriler kazandığı; teknolojik, sanatsal ve güvenlik odaklı uzmanlık alanlarının kesiştiği çok disiplinli bir uygulama alanı olarak öne çıkmaktadır. Özellikle Türkiye’de ve dünya genelinde kültürel mirasın farklı saat dilimlerinde deneyimlenmesini sağlayan yenilikçi bir müzecilik yaklaşımı olarak dikkat çeken bu alan, uygulamada artış göstermesine rağmen akademik anlamda henüz yeterince ele alınmamıştır. Bu çerçevede, mevcut literatürün sınırlılığı ve uygulamalara dair bilgilerin daha çok güncel haberlere dayanması, konunun derinlemesine incelenmesini gerekli kılmaktadır. Gece müzeciliği uygulamalarının daha etkin ve sürdürülebilir hâle getirilmesi için teorik ve pratik öneriler aşağıda sunulmuştur:

4.1. Teorik Öneriler

- Gece müzeciliğine katılan ziyaretçilerin algı, beklenti, memnuniyet ve kültürel deneyim düzeylerinin anket ve derinlemesine görüşmeler yoluyla analiz edilebilir.

- Türkiye’de gece müzeciliği uygulamaları, mekânsal düzenlemeler, ziyaretçi profilleri, güvenlik önlemleri ve operasyonel süreçler gibi bileşenler üzerinden detaylı vaka analizleriyle incelenebilir.
- Gece müzeciliği olgusunun kültürel turizm, özel ilgi turizmi, deneyimsel pazarlama ve yaratıcı endüstriler gibi kavramlar ekseninde kurumsallaştırılabilir.
- Gece müzeciliği kapsamında görev alacak rehberler, müze çalışanları, ışık-ses tasarımcıları ve güvenlik personelleri için kapsamlı ve sertifikalı eğitim programları oluşturulmalıdır. Bu programlar, konunun multidisipliner yapısını yansıtabilmelidir.
- Yükseköğretim kurumlarındaki kültürel miras ve turizm temelli programlar içerisinde “gece müzeciliği”, “deneyim tasarımı” ve “kültürel miras aydınlatması” gibi uzmanlık alanlarını kapsayan yeni dersler geliştirilebilir.
- Tarihsel anlatımı teatral unsurlarla birleştiren interaktif sahnelemeler, turist rehberliği eğitim programlarına entegre edilerek rehberlerin anlatım yetkinlikleri artırılabilir.
- Ziyaretçilerin gece deneyimlerine ilişkin geri bildirimleri düzenli olarak analiz edilmeli, dijital araçlar aracılığıyla etkileşimli içerikler ve anketler sunulmalıdır.
- Gece müzeciliği uygulamaları, ulusal kültür politikalarının bir parçası olarak sürdürülebilirlik, katılımcılık ve dijitalleşme ilkeleri doğrultusunda yaygınlaştırılabilir.
- Kültürel miras alanlarının fiziksel koşulları, güvenlik altyapısı ve ışık düzenlemeleri yeniden değerlendirilerek, gece müzeciliği için uygun standartlar belirlenmeli ve uygulama ölçeği genişletilmelidir.
- Gece müzeciliği, bölgesel kalkınma stratejileriyle entegre edilerek; bu süreçte yerel işletmelerin ve yaratıcı sektörlerin aktif rol alması teşvik edilebilir.

4.2. Pratik Öneriler

- Yerel halkın gece müzeciliği sürecine katılımı teşvik edilerek, uygulamanın sosyal, ekonomik ve kültürel fayda üretimi yönünden toplumsallaşması sağlanabilir.
- Türkiye genelinde gece müzeciliği temalı ulusal bir etkinlik haftası düzenlenebilir. Her yıl mayıs ayında Avrupa’da kutlanan Avrupa Müzeler Gecesi’ne paralel olarak “Türkiye Müzeler Gecesi” resmi

takvime alınmalı; müzeler bu hafta boyunca geç saatlere kadar açık tutulmalı ve tematik etkinlikler organize edilmelidir.

- “Gece Müzesinde Konser”, “Gece Müzesinde Masal Anlatımı”, “Yıldızların Altında Arkeoloji” gibi özgün formatlar tasarlanarak, tarihi mekânlarda edebiyat, müzik, gastronomi ve bilim gibi farklı sanat ve bilim dalları birleştirilebilir.
- Çocuklara ve ailelere yönelik Efes, Troya, Anadolu Medeniyetleri Müzesi gibi simgesel alanlarda “Müzedeki Geceleme” programları kurgulanabilir, kontrollü ortamlarda interaktif eğitim ve yaratıcı atölye çalışmaları düzenlenebilir.
- Antik tariflerin modern yorumlarla sunulduğu tematik gece tadımları (örneğin şarap-balı temelli mutfaklar, zeytinyağlılar) düzenlenerek kültürel mirasın yalnızca görsel değil, tat ve koku duyularıyla da deneyimlenmesi sağlanabilir.
- Müze deneyimini entelektüel düzeye taşımak amacıyla, gece ziyaretlerinde felsefi yürüyüşler ve tematik söyleşiler organize edilebilir. “Antik çağda kadın olmak” veya “Efes’te felsefenin gelişimi” gibi konular etrafında gerçekleştirilebilecek bu etkinlikler, ziyaretçilerin tarihi mekânla derinlemesine bir entelektüel bağ kurmasını sağlayacaktır.
- Yerel yönetimlerle iş birliği içerisinde “Gece Müzesi Rotası” haritaları hazırlanabilir; bu rotalar kültür ve gastronomi gibi unsurlarla desteklenerek destinasyon markalaşmasına katkı sunabilir.
- Elektrik ve enerji kullanımında çevre dostu aydınlatma teknolojileri tercih edilerek sürdürülebilirlik ilkeleri gözetilebilir.

Kaynakça

- Abt, J. (2006). The origins of the public museum. *A Companion to Museum Studies*, 115-134.
- Akın, E. G. (2022). Yeni müzecilik kapsamında Odunpazarı Modern müze faaliyetlerinin incelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Edebiyat Fakültesi*, 16(17), 154-163.
- Akmehmet, K. T., & Ödekan, A. (2006). Müze eğitiminin tarihsel gelişimi, *İTÜ Dergisi*, 3(1), 47-58.
- Altınbaş, S., & Etikan, S. (2021). Kültürel mirasın korunmasında “yaşayan köy” anlayışı ve bazı yaşayan köy açık hava kültürel miras müzeleri. *Folklor Akademisi Dergisi*, 4(1), 23-39.
- Arnas, Y. A. (2017). Oyun, öğrenme ve deneyimin birleşimi: Çocuk müzeleri. *Yaratıcı Drama Dergisi*, 12(2), 17-30.
- Arvanitis, K. (2010). Museums outside walls: mobile phones and the museum in the everyday. In R. Parry (Ed.), *Museums in a digital age* (pp. 170-176). London: Routledge.
- Aydın, D. U. (2020). Koleksiyon toplanmasından müze yapılarına geçiş aşamaları ve ilk müze okulu (İzzediniye) açma girişimi. *The Journal of International Lingual Social and Educational Sciences*, 6(1), 82-91.
- Aykaç Leidholm, P. (2020). Kentsel bağlamda müzeleşme: Sultanahmet Bölgesi'nin müze alanına dönüşümü. *TÜBA-KED Türkiye Bilimler Akademisi Kültür Envanteri Dergisi*, (21), 145-163. <https://doi.org/10.22520/tubaked.2020.21.008>
- Başak, O., & Örzili, Y. (2020). Müze yönetimi ve organizasyonu. *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 197-217. <https://doi.org/10.31463/aicusbed.757559>
- Bennett, T. (2013). *The Birth Of The Museum: History, Theory, Politics*. London: Routledge.
- Bjeljac, Ž., Brankov, J., & Lukić, V. (2011). The ‘Museum Night’ event-the demographic profile of the visitors in Serbia. *Forum geografic*, X(2), 229-234. <https://doi.org/10.5775/fg.2067-4635.2011.005.d>
- Bollo, S., & Zhang, Y. (2017). Policy and impact of public museums in China: Exploring new trends and challenges. *Museum International*, 69(3-4), 26-37. <https://doi.org/10.1111/muse.12170>
- Bostancı, M. (2019). Dijital müzecilik ve interaktif iletişim: SFMOMA ve MORİ Dijital Sanat Müzesi örneklemeleri. *Unimuseum*, 2(2), 34-39.
- Boyras, B. (2012). İletişim bağlamında müze teknolojileri ve müzelerde enformasyon. *Dokuz Eylül Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 1(2), 23-33.
- Boyras, B. (2013). Müze teknolojileri ve sergileme farklılıkları. *İdil Sanat ve Dil Dergisi*, 2(08), 113-128.

- Bulduk, B. (2018). Müze kavramı ve modern müze örnekleri. *Journal of Institute of Economic Development and Social Researches*, 4 (9), 162- 169.
- Burgess, W. G. (2021). *Monuments of Dust: Public Legacies in English Museums*, [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Queen Mary University of London, School of English & Drama, London.
- Buyurgan, S. (2017). Verimli bir müze ziyaretini nasıl gerçekleştirebiliriz? *Milli Eğitim Dergisi*, 46(214), 317-343.
- Çal, H. (1997). Osmanlı Devleti'nde Asar-ı Atika Nizamnameleri. 391-400. <https://acikerisim.fsm.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/11352/540/%-C3%87al.pdf?sequence=1>
- Çetin, Y. (2007). Mustafa Kemal Atatürk döneminde (1920-1938) müze ve eski eserler konusunda yapılan çalışmalar. *Sanat Dergisi*, (12), 117-121.
- Delibalta, A. F., Güz, H. (2024). Yerel siyasette müzelerin bellek mekânı olarak kullanımı üzerine bir çalışma: Türk Tarih Müzesi ve Parkı Örneği. *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi*, 11 (2), 1230-1256, <https://doi.org/10.46868/atdd.2024.741>
- Demir, S. (2017). Sandık ve çeyiz kültürüne müzecografik (müze işlemleri) açıdan yaklaşmak. *Folklor/Edebiyat*, 23(89),131-14. <https://doi.org/10.22559/folkloredebiyat.2016.17>
- DesRoches, D. (2015). The marketized museum: New muscology in a corporatized world. *The Political Economy of Communication*, 3(1), 1-24.
- Dönmez, B. M., & Kılınçer, Z. (2011). Müziğin Yunan mitolojisi ve batı kültürü içindeki algılanışı. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(1), 101-113.
- Edhem, H. (2019). *Müzecilik yazıları: Modern sanat müzesinin tasarımı*, A. Artun (Der.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Ekinci, B. (2022). Hayat Bilgisi ve Sosyal Bilgiler öğretiminde müze gezilerinin yeri ve önemi. *Karabük Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 62-73.
- Engin, H. (2021). Cumhuriyet dönemi müzeciliğinin gelişmesinde bir kültür kurumu olarak "halkevlerinin" önemi. *Pearson Journal*, 6(16), 135-144. <https://doi.org/10.46872/pj.414>
- Ergin, G. (2022). Müze deneyiminin dijital teknolojilerle oyunlaştırılması. *IDA: International Design and Art Journal*, 4(2), 200-213.
- Eröz, S. S., Özgürel, G., & Yılmaz, N. (2017). Kültürel mirasın aktarılmasında kültür evlerinin rolü: Kırklareli örneği. *Uluslararası Afro-Avrasya Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 126-141.
- Evans, G. (2010). New events in historic venues: A case of London. *Rivista di Scienze del Turismo-Ambiente Cultura Diritto Economia*, 1(2), 149-166.

- Fidan, A. (2016). Antik liman kentlerindeki sosyal ve düşünsel yaşam üzerinde deniz ticaretinin etkisi. Ticion / Teion Antik Kenti üzerine bir inceleme Karadeniz'in Efes'i Teion!'. *Reviewed Journal of Urban Culture and Management*, 9 (3), 84-101.
- Findlen, P. (1989). The Museum: Its classical etymology and renaissance genealogy. *Journal of the History of Collections*, 1(1), 59-78.
- Folga-Januszcwka, D. (2020). History of the museum concept and contemporary challenges: introduction into the debate on the new ICOM museum definition. *Muzealnictwo*, 61, 39-57. DOI:10.5604/01.3001.0014.1129
- Garcia Carrizosa, H., Sheehy, K., Rix, J., Scale, J., & Hayhoe, S. (2020). Designing technologies for museums: accessibility and participation issues. *Journal of enabling technologies*, 14(1), 31-39. <https://doi.org/10.1108/JET-08-2019-0038>
- Geczy, A. (2019). Curating curiosity: imperialism, materialism, humanism, and the Wunderkammer. *A companion to curation*, 23-42. <https://doi.org/10.1002/9781119206880.ch2>
- González-Herrera, A. I., Díaz-Herrera, A. B., Hernández-Dionis, P., & Pérez-Jorge, D. (2023). Educational and accessible museums and cultural spaces. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 1-8. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01563-8>
- Goode, G. B. (1896). On the classification of museums. *Science*, 3(57), 154-161.
- Gordin, V., & Dedova, M. (2014). Cultural innovations and consumer behaviour: the case of Museum Night. *International Journal of Management Cases*, 16(2), 32-40.
- Greenhill, E. H. (1992). *Museums and the Shaping of Knowledge*. London: Routledge.
- Günay, B. (2012). Museum concept from past to present and importance of museums as centers of art education. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 55, 1250-1258. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.622>
- Güncan, Ö. (2023). Türkiye'deki çocuk müzelerinin turizm bağlamında incelenmesi. *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 3(1), 71-103
- Gündüz, B. (2024). Bir Osmanlı müzecisi ve arkeoloğu: Osman Hamdi Bey. *Uluslararası Sosyal Bilimlerde Yeni Ufuklar Dergisi*, 1(2), 106-115. <https://orcid.org/0009-0000-9688-8187>
- Güneröz, C. (2022). Müzecilik yaklaşımlarıyla yeni normalde çocuk müzeleri. *Uluslararası Müze Eğitimi Dergisi*, 4(1), 55-69. <https://doi.org/10.51637/jimuseumed.876138>
- Hergüner, B. (2023). Kültürel miras yönetimi ve üniversite müzeleri: sürdürülebilir kalkınma çerçevesinde Cambridge Üniversite müze sisteminin analizi. *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 13(İhtisarlaştırma), 108-118. <https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.1307332>

- Hooper-Greenhill, E. (1999). *The educational role of the museum*. London: Psychology Press.
- Huang, T., & Wei, J. (2024). Management strategies for museum night opening in China: a SWOT-TOWS analysis of Shanghai museums. *Cogent Social Sciences*, 10(1), 2327857. <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2327857>
- Iltar, E., & Yıldız Pesen, S., (2016). Efes Antik kenti ve Efesli Filozof Herakleitos. *14. Uluslararası Türk Dünyası Sosyal Bilimler Kongresi* (5-10). Üsküp - Gostivar, Macedonia.
- İşçi, C., Güzel, B., Canko, D. M., İşçi, T., & Moroğlu, F. (2020). Müze deneyimi: yönetim ve ziyaretçi perspektiflerinin karşılaştırılması. *Turizm Akademik Dergisi*, 7(1), 29-45.
- Johansson Dahre, U. (2020). *The return of the cabinet of curiosity*. In Naum, M., & Ingvardson, G. (Eds.) *Collecting curiosities: Eighteenth-century Museum Stobaeum and the development of ethnographic collections in the nineteenth century*. Lund University. Swedish.
- Johnson, K. R., Owens, I. F., & Global Collection Group. (2023). A global approach for natural history museum collections. *Science*, 379(6638), 1192-1194. DOI: 10.1126/science.adf6434
- Kahraman, Z. (2021). Sanal müzecilikte yeni yaklaşımlar. *Ankara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, 3(2), 145-160.
- Kalyoncuoğlu, M., Güneş, E., & Memikoğlu, İ. (2021). Çağdaş sanat müzesi yapılarında iç mekân tasarımı: Müze Evliyagil örneği. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, (28), 279-300.
- Karaca, M. (2024). Halil Edhem'in Almanca Müze-i Hümayun Tarihi. *Toplumsal Tarih Akademi*, (5), 105-114.
- Karadeniz, C. (2013). Amerika Birleşik Devletleri'nde çocuk müzeleri: Miami çocuk müzesi örneği. *Folklor/edebiyat*, 19(74), 225-240.
- Karadeniz, C. (2017). Müze ve toplum: Müzeyle topluma ulaşmak. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(8), 19-37.
- Karadeniz, C., & Okvuran, A. (2014). A night at the museum: Museum education with Ankara University students at Çorum Museum of Archeology. *Elementary Education Online*, 13(3), 865-879.
- Kejanlı, T., Akın, T., Yılmaz, A. (2007). Türkiye'de koruma yasalarının tarihsel gelişim üzerine bir inceleme, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(19), 179-196.
- Kervankiran, İ. (2014). Dünyada değişen müze algısı ekseninde Türkiye'deki müze turizmine bakış, *Turkish Studies*, 9(11), 345-369.

- Keser, H. (2010). Efes Müzesi'nde bulunan bir grup Roma Dönemi Heykel. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Arkeoloji Ana Bilim Dalı, Konya.
- Kocaer, R., & Aras, F. (2024). Pandemi sürecinin müze ziyaretçi sayılarına etkisi İstanbul Kamu Müzeleri. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(3), 1367-1378. <https://doi.org/10.32709/akusosbil.1182900>
- Kolbe, K. J., Velthuis, O., Aengenheyster, J., Rozenbaum, A. F., & Zhang, M. (2022). The global rise of private art museums a literature review. *Poetics*, 95(101712), 1-13 <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2022.101712>
- Kunt, S. (2023). Dijitalleşme Çağında Kültürel Mirası Yeniden Yorumlamak. *Kültürel Miras Araştırmaları*, 4(2), 49-60. <https://doi.org/10.59127/kulmira.1364908>
- Kuruloğlu, F. (2010). Osmanlı Devleti'nde müzecilik. *Tarih Okulu Dergisi*, Sayı VI, 45-61.
- Külük, C. Ş. (2025). Somut olmayan kültürel mirasın taşınabilir temsilcileri: Bolu/Mudurnu örneği üzerinden gezici bavul müzeler. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 15(2), 362-376. <https://doi.org/10.7456/tojdac.1614845>
- Lord, B. (2002). Cultural tourism and museums. *Cultural Resources Planning and Management Inc*, 1-12.
- MacGregor, A. (2001). The Ashmolean as a museum of natural history, 1683–1860. *Journal of the History of Collections*, 13(2), 125-144. <https://doi.org/10.1093/jhc/13.2.125>
- Magazine, D. L. (2000). Collection Level Description-the Museum Perspective. *D-Lib Magazine*, 6(9), 1-5.
- Mairesse, F. (2019). The definition of the museum: History and issues. *Museum International*, 71(1-2), 152-159. <https://doi.org/10.1080/13500775.2019.1638072>
- Mavrin, I., & Glavaš, J. (2014). The Night of the Museums event and developing new museum audience—Facts and misapprehensions on a cultural event. *Interdisciplinary Management Research*, 10, 265-274.
- Merciu, F. C., Merciu, G. L., & Cercleux, A. L. (2018). The role of museums in the development of cultural tourism. Case study: Bucharest Municipality. In *International Economic Conference of Sibiu* (pp. 173-186). Cham: Springer International Publishing.
- Meriç, H. (2011). Osmanlı Devleti'nde ilk müze/Müze-İ Hümayûn: Çinili Köşk. *Sigma*, 3, 308-314.
- Mumcu, A. (1969). Eski eserler hukuku ve Türkiye. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 26(3), 45-78.

- Nalcioğlu, Z. S. B. (2023). Müzeler değişiyor: müzecilikte yeni yaklaşımlar. *Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(29), 206-217. DOI: 10.34189/asbd.10.29.007
- Önge, M. (2018). Kültür mirasını tanımlamak için Türkiye’de kullanılan ilk özgün terim: Âsâr-I Atika. *Avrasya Terim Dergisi*, 6(1), 8-14.
- Öz, T. (1949). Ahmet Fethi Paşa ve müzeler. *Türk Arkeoloji Dergisi*, (5), 1-15.
- Özbey, V., & Saban, D. (2019). Unesco Dünya Miras Listesi’ne Doğru Anavaz Antik Kenti. *Art-Sanat Dergisi*, (11), 299-324.
- Özçınar, A. G. A. (2024). Çocuklardan yetişkinlere: Bekir Onur’un müze eğitime katkıları ve yeni müzebilim anlayışı. *19th Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Kongresi*, (16-17 Mart 2024), 247-257. Ankara.
- Özrili, Y., & Başak, O. (2021). Hafıza odası müzeler ve kültürel kimlik. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (26), 83-93.
- Rashed, M. G. (2024). Museum types and criteria for classification: an in-depth book review. *Egypt Heritage Journal*, 3(1), 74-97.
- Rukancı, F., & Anameriç, H. (2019). Arşiv Belgeleri ile II. Abdülhamid Dönemi müzecilik faaliyetleri. *Tarih Araştırmaları Dergisi*, 38(66), 383-418. <https://doi.org/10.35239/tariharaştırmaları.529776>
- Salderay, B., & Çalimli, Z. G. (2020). Müze Kavramı, Süleyman Saim Tekcan ve Imoga-İstanbul Grafik Sanatlar Müzesi. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, (26), 83-99.
- Sandahl, J. (2019). The museum definition as the backbone of ICOM. *Museum International*, 71(1-2), 1-10. <https://doi.org/10.1080/13500775.2019.1638019>
- Schweibenz, W. (2004). Virtual museums. *The Development of Virtual Museums, ICOM News Magazine*, 3(3), 1-2.
- Shaw, W. (2003). *Possessors and possessed: museums, archaeology, and the visualization of history in the late Ottoman Empire*. California: Univ of California Press.
- Sheng, C. W., & Chen, M. C. (2012). A study of experience expectations of museum visitors. *Tourism management*, 33(1), 53-60. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.01.023>
- Sönmez, A. (2020). Osman Hamdi Bey’in Sayda Kazısı ve Bu Kazının Müze-i Hümayûn’un gelişimine etkisi. *History Studies*, 12(3), 765-788.
- Sunter, S., & Nuhoglu, M. (2016). Tarihi bir yapının müze olarak işlevlendirilmesi İbrahim Paşa Sarayı-Türk ve İslam Eserleri Müzesi örneği. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(8), 2422-2435.
- Tamtürk, S., & Bayrakdar, B. (2019). Osmanlı İmparatorluğu’nda Efes Harabeleri’nin İngiltere’ye Götürülmesi Üzerine Bazı Düşünceler. *İzmir Democracy University Social Sciences Journal*, 2(1), 51-73.

- Tanrısever, C. (2021). *Efês. Çakmak, İçinde Çakmak, T., F. (Ed.) Turist Rehberleri İçin Anadolu'da Antik Kent ve Merkezler*, (2. Baskı), (ss. 311-336). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Taşkara, M., & Bakır, Z. N. (2018). Simgesel sermayenin yeniden üretimi: özel müzelerin kurumsal kimlik sunumunda katalizör olarak kullanılması. *Folklor/Edebiyat*, 24(93), 105-122. DOI: 10.22559/folkloredebiyat.2017.72
- Tataroğlu, E. (2019). Osman Hamdi Bey: 19. yüzyılın Türk müzecisi-devlet adamı-ressamı sanat eğitimcisi-arkeoloğu. *Millî Eğitim Dergisi*, 48(221), 175-185.
- Uçar, M. (2019). Türkiye'de müzeciliğin tarihsel gelişiminin kurumsalcı bakış açısıyla analizi. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Bursa.
- Uz, S. (2015). Müze evler. *Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu*, 267-284.
- Uzgidim, G., & Tozun, H. (2020). Vekam Ankara bağ evi örneğinde tarihi müze evler. *Akdeniz Sanat*, 14(26), 267-280.
- Vargün, Ö. (2022). Teknolojinin belirleyiciliğinde müzelerde dijitalleşme süreci ve insan odaklı tasarım yaklaşımları. *İdil Sanat ve Dil Dergisi*, 11(92), 565-584. doi: 10.7816/ıdil-11-92-09
- Willard, A. K., Busch, J. T., Cullum, K. A., Letourneau, S. M., Sobel, D. M., Callanan, M., & Legare, C. H. (2019). Explain this, explore that: A study of parent-child interaction in a children's museum. *Child Development*, 90(5), e598-c617. <https://doi.org/10.1111/cdev.13232>
- Yaldız, M., (1992), Atatürk ve Müzecilik. Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara. Erişim Adresi: https://books.google.com.tr/books?id=yBYxDwAAQ-BAJ&pg=PA1930&hl=tr&source=gbs_selected_pages&cad=1#v=onepage&q&f=false, Erişim Tarihi: 27.05.2025.
- Yaşayanlar, İ. (2018). Devlet, Arkeoloji ve Âsâr-I Atika: Vilayet Müzeciliği Örneği Olarak Müze-i Hümayûn Bursa Şubesi. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(35), 555-585. <https://doi.org/10.21550/sosbilder.422777>
- Yılmaz, E. (2022). Teşhirin Gölgesinde: İmparatorluktan Cumhuriyet'e Türkiye'de Sergilemenin İdeolojisi. *MSGSÜ Sosyal Bilimler*, 1(25), 78-91. <https://doi.org/10.56074/msgsusbd.1123741>
- Yüksel, A. E. (2021). Osmanlı müzeciliğinin işleyişine bir örnek: Müze-i Hümayûn Kurşun Mühür Kataloğu. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 20(1), 212-238.

İnternet Kaynakları

- Anadolu Ajansı (2024). Efes Antik Kenti'nde yıldızlar altında tarih yolculuğu başladı haberi. <https://www.aa.com.tr/tr/kultur/efes-antik-kentin->

de-yildizlar-altinda-tarih-yolculugu-basladi/3207914 (Erişim Tarihi 30.05.2025).

Demmuseums. (2024). Gece Müzeciliği: kültür ve sanatın ışıltılı dünyası isimli blog yazısı. <https://www.demmuseums.com/tr/Blog/Blog-Detay/gece-muzeciligi-kultur-ve-sanatin-isiltili-dunyasi> (Erişim Tarihi 27.05.2025).

Dünya Gazetesi (2025). Gece müzeciliği ile tarihi ve kültürel miras aydınlatılıyor haberi. <https://www.dunya.com/kultur-sanat/gece-muzeciligi-ile-tarihi-ve-kulturel-miras-aydinlatiliyor-haberi-759288> ((Erişim Tarihi 27.05.2025).

ICOM (2025). History of ICOM <https://icom.museum/en/about-us/history-of-icom/> (Erişim Tarihi 27.05.2025).

ICOM (2022). Museum Definition. <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/#:~:text=%E2%80%9CA%20museum%20is%20a%20not,museums%20foster%20diversity%20and%20sustainability.> (Erişim Tarihi 27.05.2025).

ICOM France (2025). La nuit européenne des musées <https://www.icom-musees.fr/actualites/la-nuit-des-musees-la-journee-internationale-des-musees#:~:text=Depuis%20plus%20de%2045%20ans,des%20mus%C3%A9es%20dans%20la%20soci%C3%A9t%C3%A9>. (Erişim Tarihi 27.05.2025).

ICOMOS Türkiye (2025). Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi Türkiye Milli Komitesi <https://www.icomos.org.tr/?Sayfa=Icomos&dil=tr> (Erişim Tarihi 27.05.2025).

Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2025). Gece Müzeciliği uygulaması planlanan müze ve ören yerlerine dair bilgi. <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-397268/gece-muzeciligi-1-haziran-2025--1-ckim-2025.html> (Erişim Tarihi 29.05.2025).

Perot Museum of Nature and Science (2025). Snore & Explore Sleepovers. <https://perot-museum.imgix.net/03-programs-events/children-and-teens/sleepovers/download/Perot-Museum-Sleepover-Welcome-Packet.pdf> (Erişim Tarihi 29.05.2025).

SICPA Türkiye (2024). Efes Ören Yeri hakkında haber. <https://www.sicpaturkey.com.tr/tr/etkinlikler/x9> (Erişim Tarihi 29.05.2025).

Smithsonian Associates (2025). Smithsonian Sleepover at the Natural History Museum <https://smithsonianassociates.org/ticketing/programs/smithsonian-sleepover-1p0807> (Erişim Tarihi 29.05.2025).

Tate Modern. (2025). Tate Modern Lates. <https://www.tate.org.uk/whats-on/tate-modern/tate-modern-lates> (Erişim Tarihi 29.05.2025).

- Turizm Ajansı (2025). Gece Müzeciliği <https://www.turizmajansi.com/haber/gece-muzeciligi-sezonu-basliyor-antik-kentlerde-gecenin-buyusu-h69063> (Erişim Tarihi 27.05.2025).
- Turizm News. (2024). Efes Antik Kenti'ndeki 'gece müzeciliği'ne dair haber <https://www.turizmnews.com/efes-antik-kenti-ndeki-gece-muzeciligi-basladi/31829/> (Erişim Tarihi 27.05.2025).
- Turizm Projesi Dergisi (2024). Gece müzeciliği hakkında haber <https://www.turizmprojedergisi.com/haber-detay/gece-muzeciligiyle-ziyaretci-yuzde-47-artti/3508> (Erişim Tarihi 27.05.2025).
- Turizm365 (2024). Gece müzeciliği hakkında haber <https://www.turizm365.com/gece-muzeciligiyle-ziyaretci-sayisi-yuzde-47-artirdi/308/> (Erişim Tarihi 27.05.2025).
- UNESCO (2025). About Museums. <https://www.unesco.org/en/museums/about#:~:text=Museums%20foster%20an%20integrated%20approach,roots%20and%20approach%20other%20cultures.> (Erişim Tarihi 27.05.2025).
- UNESCO (2025a). Ephesus <https://whc.unesco.org/en/list/1018> (Erişim Tarihi 30.05.2025).

Türkiye’de ve Dünyada Gastronomi Turizmi 8

Fatih Bayhan¹

Özet

Bu çalışma, gastronomi ve gastronomi turizmi kavramlarını çok boyutlu bir perspektiften ele alarak, bu alanların kültürel mirasın korunması, ekonomik kalkınma ve sürdürülebilir turizm hedefleriyle ilişkisini incelemektedir. Gastronomi, yalnızca yeme içme faaliyetlerinden ibaret olmayan; tarihsel, kültürel ve sosyolojik yönleriyle bireysel ve toplumsal kimliğin bir parçası olarak değerlendirilmekte, kültürel etkileşimin önemli bir aracı olarak kabul edilmektedir. Gastronomi turizmi ise, özgün lezzetleri deneyimleme amacıyla yapılan seyahatleri kapsayan, turizm çeşitliliğini artıran ve destinasyonlara ekonomik değer kazandıran alternatif bir turizm çeşididir. Çalışmada, gastro turist profili detaylı biçimde ele alınmakta; bu turistlerin kültürel ve estetik motivasyonlarla seyahat ettikleri, yerel mutfaklarla etkileşim kurma arzusuyla hareket ettikleri belirtilmektedir. Ayrıca, gastronomi festivalleri ve müzeleri gibi unsurların gastronomi turizmini destekleyen stratejik araçlar olduğu vurgulanmakta; coğrafi işaretlerin ise yöresel ürünlerin korunması, markalaşması ve tanıtımı açısından önemli rol oynadığı ifade edilmektedir. Bu bağlamda, gastronomi turizmi, bireysel tüketimden çok daha fazlasını içeren; yerel kalkınmayı destekleyen, kültürel sürekliliği sağlayan ve sürdürülebilir turizme katkı sunan kapsamlı bir alan olarak değerlendirilmektedir.

Giriş

Turizm sektörü, yalnızca deniz-kum-güneş üçlüsüne dayalı klasik tatil anlayışından uzaklaşarak, bireylerin kültürel, tarihsel ve sanatsal deneyimlere yönelik artan ilgisini karşılayacak şekilde çok boyutlu bir yapıya dönüşmektedir. Bu dönüşümün önemli bileşenlerinden biri olan gastronomi turizmi; destinasyonlara sağladığı ekonomik faydalar, kültürel mirasın korunmasına olan katkısı ve yerel kimliklerin tanıtımındaki rolüyle alternatif turizm türleri arasında öne çıkmaktadır. Küreselleşme süreciyle birlikte,

1 Bilim Uzmanı, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, fatihbayhan.14@gmail.com, ORCID: 0000-0003-0410-7553

homojenleşen kültürel yapıya karşı bir tepki olarak yerel lezzetlere olan ilgi artmış; bu durum, gastronomi turizmini hem akademik hem de sektörel açıdan daha fazla görünür kılmıştır.

Gastronomi, sadece yeme ve içme faaliyetlerini tanımlayan basit bir olgu değil; üretim, hazırlık, sunum ve tüketim süreçlerini içeren çok yönlü bir disiplindir. Bu alan, tarihsel birikimi, sosyolojik etkileşimleri ve kültürel kimlikleri yansıtan yönüyle, bireysel ve toplumsal hafızada önemli bir yer edinmiştir. Yemek, artık yalnızca fizyolojik bir gereksinimi karşılamakla kalmayıp; estetik bir deneyim, kültürel bir sembol ve sosyal bir etkileşim aracı olarak anlam kazanmaktadır. Bu bağlamda, gastronomi turizmi; gastronominin içerdiği kültürel katmanların turizmle buluştuğu bir kesişim noktasında konumlanmaktadır. Bu turizm türü, yalnızca farklı yemeklerin tadına bakma arzusuyla sınırlı kalmamakta; aynı zamanda ziyaretçilere üretim süreçlerini gözlemleme, otantik uygulamaları deneyimleme ve yerel halkla doğrudan etkileşim kurma fırsatları da sunmaktadır. Bu yaklaşım, gastronomi turizmini klasik tüketici davranışlarının ötesine taşıyarak, deneyimsel ve katılımcı bir boyuta ulaştırmaktadır. Nitekim bu nitelikler, gastronomi turizmini diğer turizm türlerinden ayıran özgün yönlerin başında gelmektedir.

Gastronomi turizminin etkili biçimde sürdürülebilmesi, beraberinde bazı kurumsal ve yapısal düzenlemeleri de gerekli kılmaktadır. Bu çerçevede, coğrafi işaretleme sistemleri yerel üretimin korunması, markalaşmanın teşvik edilmesi ve kırsal kalkınmanın desteklenmesi açısından stratejik bir araç olarak değerlendirilmektedir. Aynı zamanda gastronomi festivalleri ve müzeleri gibi kültürel organizasyonlar hem destinasyonların turistik cazibesini artırmakta hem de geleneksel mutfak mirasının korunması ve tanıtılması yönünde işlevsel roller üstlenmektedir. Bu yapılar, ziyaretçilerin gastronomik değerlerle daha derin bir bağ kurmasını sağlamak ve destinasyonlara yönelik bağlılığı güçlendirmektedir. Gastronomi turizmi, yalnızca bireysel damak zevkine hitap eden bir faaliyet alanı olmaktan öteye geçerek, kültürel mirasın korunması, yerel üretimin teşviki ve turizm ekonomisinin çeşitlendirilmesi gibi çok yönlü kazanımlar sunan bir alan olarak değerlendirilmektedir. Bu yönüyle, sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle uyumlu stratejiler geliştirilmesi ve bu alandaki potansiyelin daha etkin kullanılması hem akademik hem de sektörel planlamalar açısından büyük önem taşımaktadır.

1. Gastronomi Kavramı ve Gastronomi Turizmi

Gastronomi, yalnızca yeme-içme eylemini değil, aynı zamanda bir kültürün tarihini, kimliğini ve yaşam biçimini yansıtan çok katmanlı bir olgudur. Bu

çok yönlü uzmanlık alanı gelinen noktada sadece mutfak sanatlarıyla sınırlı kalmayıp turizmle de güçlü bağlar kurarak gastronomi turizmi kavramını ön plana çıkarmıştır. Artık gezginler bir bölgeyi yalnızca doğal güzellikleri ya da tarihi mirası için değil, o coğrafyaya özgü tatları deneyimlemek, yerel mutfak kültürüne tanıklık etmek ve otantik sofralarda benzersiz hikâyelere ortak olmak için de ziyaret etmektedir. Bu bağlamda gastronomi, yerel kalkınma, kültürel sürdürülebilirlik ve destinasyon markalaşması gibi birçok alanda stratejik bir araç haline gelmiştir.

1.1. Gastronomi

Akademik çevrelerde ve gündelik yaşamda sıkça kullanılan gastronomi terimi, sanıldığı gibi modern döneme özgü bir kavram olmayıp, tarihsel kökeni oldukça eskilere, Antik Yunan dönemine kadar uzanan bir geçmişe sahiptir. Bu kavramın bilinen en eski yazılı kaynaklarından biri, M.Ö. 4. yüzyılda yaşamış olan Sicilyalı Yunan şair Archestratus tarafından kaleme alınmıştır. Archestratus, özellikle Akdeniz havzasında gerçekleştirdiği seyahatlerden edindiği gözlemleri, dönemin edebi anlatım biçimlerine uygun olarak şiirsel bir dilde ifade etmiş ve böylece yemek kültürüne ilişkin ilk edebi belgelerden birini ortaya koymuştur (Dalby, 2013). Eserinde yemek tarifleri ve gastronomik deneyimlerini şiir formunda sunması, metnin yalnızca bir yemek kitabı olmanın ötesinde, gastronomi tarihinin edebi temsilcisi olarak değerlendirilmesine neden olmuştur (Gürsoy, 2014).

Modern anlamda gastronomi kavramının sistematik bir tanıma kavuşması ise 19. yüzyılın başlarına dayanmaktadır. Fransız şair ve hukukçu Joseph de Berchoux'un 1801 yılında yayımladığı *Gastronomie ou l'homme des champs à table* (Gastronomi ya da Tarladan Sofraya İnsan) adlı eseri, bu terimi ilk kez edebi ve düşünsel bir bağlamda ele alarak gastronomiyi yalnızca yeme içme faaliyetiyle sınırlı görmeyip, kültürel ve toplumsal boyutları olan bir yaşam biçimi olarak değerlendirmiştir (Özbay, 2017). Berchoux'un bu yaklaşımı, gastronomi kavramının çok boyutlu yapısının temelini oluşturan önemli adımlardan biri olarak kabul edilmektedir.

Etimolojik açıdan bakıldığında ise gastronomi sözcüğü Fransızcadan Türkçeye geçmiş olup, kökeni Eski Yunanca'daki "gastṛ" (mide) ve "nomos" (kural, yasa) kelimelerine dayanmaktadır. Bu doğrultuda kavram, kelime anlamı itibarıyla mide kuralları ya da beslenme yasaları şeklinde yorumlanabilir. Ancak zamanla bu anlam genişlemiş ve gastronomi yalnızca fizyolojik bir ihtiyaç olan beslenme eyleminin kurallarını tanımlamakla kalmayıp, estetik, kültürel, tarihsel ve sosyolojik boyutları içeren kapsamlı bir disiplini ifade etmeye başlamıştır (Kivela & Crotts, 2006).

Gastronomi alanında tarihsel olarak öne çıkan bir diğer önemli isim ise Fransız hukukçu ve siyasetçi Jean Anthelme Brillat-Savarin’dir. 1825 yılında yayımladığı *La Physiologie du Goût* (Tat Alma Fizyolojisi) adlı eseriyle Brillat-Savarin, gastronomiyi yalnızca gıda tüketimi olarak değil, duyular aracılığıyla deneyimlenen, anlamlarla örülü ve kültürel olarak şekillenmiş bir etkinlik olarak ele almıştır (Kivela & Crotts, 2006). Ona göre gastronomi, bireyin beslenmesine ilişkin tüm bilgilerin sistemli bir şekilde ele alındığı bir bilim dalıdır (Brillat-Savarin, 2009). Bu yaklaşım, gastronomiye hem bilimsel hem de sanatsal bir boyut kazandırarak, onun bir bilgi alanı olarak konumlandırılmasını sağlamıştır.

Beslenme, tıpkı solunum gibi, insan fizyolojisinin temel gereksinimleri arasında yer almaktadır. Tarih boyunca yemek yeme eylemi, yalnızca yaşamsal bir zorunluluk olmanın ötesinde, çeşitli kültürel, sosyal ve sembolik anlamlar da taşımıştır (Akdağ vd., 2016). Gastronomi günümüzde yalnızca yiyeceklerin hazırlanması ve tüketilmesi süreciyle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda kültürel mirasın korunması, sürdürülebilir beslenme sistemlerinin geliştirilmesi, yerel ürünlerin değerlendirilmesi ve yaşam tarzlarının ifadesi gibi çeşitli sosyal ve kültürel boyutları da içermektedir (Küçükökmürler vd., 2018). Bu çok katmanlı yapısı sayesinde gastronomi, bireylerin ve toplumların kimliklerini yansıtan güçlü bir kültürel ifade biçimi haline gelmiştir. Bir toplumun mutfak kültüründe yer alan malzemeler, hazırlanış teknikleri ve sunum biçimleri, yalnızca damak zevkini değil, aynı zamanda tarihsel kökleri olan geleneksel değerleri ve kimlikleri de temsil etmektedir.

Gastronomi ve mutfak kültürleri, gelişen teknik olanaklar, artan kaynak çeşitliliği, ulaşım altyapısındaki ilerlemeler ve kültürlerarası bilgi ve tat aktarımı sayesinde sürekli bir evrim içindedir. Bu evrimsel süreç, gastronomi disiplininin içerisindeki tekniklerin daha fazla önem kazanmasına neden olmuş; edinilen tat bilgisi, birikmiş deneyim ve profesyonelleşme sayesinde mutfak sanatları içindeki yerini daha da sağlamlaştırmıştır. Böylece gastronomi, yalnızca uygulamalı bir alan olmaktan çıkarak, kültürel bir birikimi ifade eden çok katmanlı bir bilgi alanına dönüşmüştür (Akoğlu vd., 2017).

Gastronomi disiplini, farklı kültürlerin mutfak pratiklerini karşılaştırmalı bir biçimde ele alarak, bu kültürler arasındaki ortak yönleri ve ayırt edici özellikleri analiz etme imkânı da sunmaktadır. Bu bağlamda gastronomi, tarihsel süreç içinde şekillenen beslenme alışkanlıklarını kültürel bağlamda inceleyen ve toplumların yaşam tarzlarını anlamada önemli bir gösterge sunan çok disiplinli bir bilim dalı olarak değerlendirilmektedir (Hatipoğlu, 2010). Yapılan bilimsel araştırmalar, gastronominin yalnızca bir tüketim

biçimi olmanın ötesinde, estetik ve sembolik bir anlam taşıyan bir sanat dalı ve akademik bir inceleme alanı olduğunu ortaya koymaktadır. Bu çerçevede gastronomi, bireylerin yemekle kurduğu ilişkiyi hem bireysel hem de toplumsal düzeyde çok yönlü olarak inceleyerek, farklı coğrafyalarda gelişen mutfak kültürlerini daha derinlemesine anlamamıza katkı sağlamaktadır (Akgöl, 2012).

1.2. Gastronomi Turizmi

Gastronomi turizmi, yalnızca kültürel bir cazibe unsuru olmanın ötesine geçerek, farklı kültürel öğeleri tamamlayıcı ve birleştirici işleviyle çok katmanlı bir yapıya sahiptir. Yöresel mutfaklara özgü ürünlerin turistik değere dönüştürülerek ziyaretçilere sunulması, sadece damak zevkine hitap eden bir deneyim sağlamakla kalmayıp; aynı zamanda yerel ekonomiye doğrudan katkıda bulunmaktadır. Bu katkı, üretimden tüketime kadar pek çok sektörü kapsayan geniş bir etki alanı yaratarak yerel kalkınmayı desteklemekte ve çeşitli ekonomik faaliyetlerde canlanma sağlamaktadır (Deveci, vd., 2013). Türkiye özelinde ise, son yıllarda gastronomiye yönelik faaliyetlerde gözle görülür bir artış yaşanmakta; şehirlerin geleneksel tatları, yerel gıda ürünleri ve mutfak kültürleri, turizm aracılığıyla ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtılmakta ve pazarlanmaktadır. Gastronomi turizmi, bireylerin yeni lezzetler keşfetme arzusuyla yönlendirdiği ve bu arzunun seyahat kararlarını doğrudan etkilediği özel bir turizm türü olarak tanımlanmaktadır (Harring & Ottenbacher, 2010).

Literatürde sıklıkla kullanılan yemek turizmi ve mutfak turizmi kavramları ile benzerlik taşısa da gastronomi turizmi daha geniş bir perspektife sahiptir. Yemek turizmi çoğunlukla belirli yiyeceklerin tüketimine, mutfak turizmi ise yemeklerin hazırlanışı ve sunumuna odaklanırken; gastronomi turizmi bu süreçlerin tamamını kapsayan bütünsel bir deneyim sunar. Gastronomi turizmi, gidilen destinasyonlarda özgün yemeklerin ve içeceklerin keşfedilmesi, bu deneyimlerden kültürel haz duyulması ve kalıcı anılar biriktirilmesi süreci olarak tanımlanabilir (Kyriakaki, vd., 2013). Ayrıca, bu turizm türü sadece bireysel deneyimi değil, aynı zamanda ekonomik gelişimi de destekleyen bir potansiyele sahiptir (Küçükkömürler vd., 2018).

Turizm faaliyetleri yalnızca bir tüketim biçimi olarak değil, aynı zamanda kültürel aktarımın ve ekonomik paylaşımın bir aracı olarak da değerlendirilmektedir. Bu kapsamda, yerel mutfak kültürüne ait ürünlerin turistler tarafından tüketilmesi, bir destinasyonun cazibesini ve rekabet gücünü artıran temel unsurlardan biri hâline gelmektedir. Yeme içme faaliyetleri, insan yaşamının vazgeçilmez gereksinimleri arasında yer

aldığı için, turizm faaliyetlerinde de merkezi bir konuma sahiptir. Yapılan araştırmalar, turistlerin toplam seyahat bütçelerinin yaklaşık üçte birinin gıda ve içecek harcamalarına ayrıldığını ortaya koymaktadır. Bu durum, gastronomi sektörünün turizm gelirleri içerisindeki belirleyici rolünü açık bir şekilde gözler önüne sermektedir (Mak, vd., 2012).

Destinasyonların ekonomik kalkınmasında gastronomiye yönelik stratejik çalışmaların artırılması, gastronomi turizmi hedefleri açısından büyük önem taşımaktadır. Gastronomi hem iç turizm hem de dış turizm bağlamında değerlendirildiğinde stratejik bir kaynak olarak ön plana çıkmaktadır. Hall, vd. (2004), gastronomi turizminin çeşitli işlevlerini şu şekilde sıralamaktadır: turistlerin deneyimlediği yerel kültür ürünleri, bölgesel turizmi destekleyici tanıtım aracı, destinasyonlara rekabet avantajı sağlayan stratejik unsur, yerel ekonomik kalkınmayı tetikleyen bir bileşen ve belirli tüketici gruplarının beklentilerine yönelik özelleştirilmiş hizmet sunumu. Özellikle yerel lezzetler, coğrafi işaret taşıyan ürünler ve yöresel tarifler; turistlerin ilgisini çeken ve destinasyonları tercih nedeni hâline getiren güçlü unsurlar arasında yer almaktadır.

Gastronomi turizmini şekillendiren başlıca motivasyon unsurları; kültürel, fiziksel, sosyal ve prestij temelli olmak üzere dört temel kategoride incelenebilir. Kültürel motivasyon, bireylerin farklı kültürlerle ait yemekleri tanıma ve deneyimleme isteğini ifade ederken; bu bağlamda geleneksel üretim alanlarının ziyareti, yerel restoranların tercih edilmesi ve gastronomi festivallerine katılım ön plana çıkmaktadır. Fiziksel motivasyon, seyahat süresince temel beslenme ihtiyacının karşılanması ile ilgilidir. Sosyal motivasyon, bireylerin gastronomi deneyimlerini sosyal çevreleriyle paylaşma arzusunu ve bu sayede sosyal ilişkilerini güçlendirme eğilimlerini yansıtır. Prestij motivasyonu ise, edinilen gastronomik deneyimlerin bireylerin sosyal statüsüne katkı sağlamasıyla ilgilidir.

Gastronomi turizmi yalnızca yemek tüketimiyle sınırlı bir etkinlik değildir; aynı zamanda bölgenin kültürel yapısını, üretim pratiklerini ve sosyal etkileşim biçimlerini keşfetmeye olanak tanır. Örneğin, yöresel yemeklerin hazırlanış sürecini izlemek, ünlü şeflerin özel tariflerini tatmak veya farklı mutfak kültürlerine özgü uygulamalara katılmak, bu turizm türünün çok boyutlu doğasını gözler önüne sermektedir (Akgöz, 2018). Bu kapsamda; yerel pazar ziyaretleri, gastronomi festivalleri, kırsal alanda mantar toplama etkinlikleri, şeflerle yürütülen atölyeler, peynir üretimi deneyimi, bağ bozumu ve şarap tadımı gibi faaliyetler gastronomi turizminin deneyimsel zenginliğini oluşturan başlıca örneklerdir.

Dünya genelinde öne çıkan gastronomi destinasyonları arasında İtalya'nın Toscana bölgesi, Amerika Birleşik Devletleri'nde Kaliforniya'daki Napa Vadisi, Fransa'nın Champagne ve Burgundy bölgeleri, Güney Afrika, Avustralya ve Şili gibi ülkeler yer almaktadır. Bu bölgeler, gastronomi temelli turistik faaliyetlerin geliştiği ve yoğun turist akışı alan merkezlerdir. Örneğin, yaklaşık 142.000 nüfuslu Napa Vadisi, 2015 yılında Amerika'nın en çok ziyaret edilen ikinci turizm destinasyonu olmuştur. Bölgedeki 200'ün üzerindeki şarap üretim merkezi, turistlerin bölgeyi tercih etmesinde kilit rol oynamaktadır. Benzer şekilde, Toscana bölgesi; Chianti şarabı, trüf mantarı, Floransa usulü et yemekleri ve Lucca zeytinyağı gibi yöresel ürünleriyle başta Kuzey Avrupa olmak üzere pek çok bölgeden turist çekmektedir. Ayrıca, Belçika ve İsviçre'deki çikolata turları, Japonya ve Sri Lanka'daki çay turları ile Kosta Rika'daki kahve turları da gastronomi turizmi kapsamında önemli destinasyonlar arasında yer almaktadır (Üzümcü, 2018).

Gastronomi turizmi kapsamında turistler yalnızca tüketici değil; aynı zamanda üretim sürecine katılan, deneyimleyen ve öğrenen bireyler olarak da konumlandırılmaktadır. Fransa, İtalya ve İspanya gibi ülkelerde düzenlenen gastronomi temalı eğitim turları, katılımcılara hem teorik bilgi hem de uygulamalı beceriler kazandırmayı hedeflemektedir. Fransa'daki peynir tadımları, İtalya'da zeytinyağı üretimi deneyimleri ve İspanya'da tapas yapımı gibi etkinlikler bu bağlamda dikkat çekmektedir. Ayrıca, gurmelere yönelik hazırlanan özel turlar ve profesyonel şeflerin katılım sağladığı yarışmalar, seminerler ve mutfak gösterileri gastronomi turizminin profesyonel ayağını oluşturmaktadır (Özer, 2013).

Türkiye'de ise gastronomi turları genellikle paket tur konseptiyle düzenlenmekte ve yakın coğrafyadaki yöresel mutfaklara odaklanmaktadır. Bu turlar, özellikle Akdeniz'in doğusunda Adana, Hatay, Kahramanmaraş; Güneydoğu Anadolu'da ise Gaziantep ve Şanlıurfa gibi mutfak zenginliği yüksek şehirlerde yoğunlaşmaktadır. Ancak, mevcut uygulamaların çoğunlukla kültürel temele dayandığı, buna karşın yöresel mutfak unsurlarının etkin biçimde sunulmadığı bazı araştırmalarla ortaya konmuştur (Kızıllırmak, vd., 2016). Bununla birlikte, Ege Bölgesi'nde yer alan Ayvalık-Bodrum zeytinyağı rotası ile Çeşme ve Urla'da gelişmekte olan sağlıklı beslenme, bağcılık ve şarap rotaları Türkiye'nin öne çıkan gastronomi turizmi örnekleri arasında yer almaktadır.

2. Gastro Turist

Gastronomi turizmi kapsamında değerlendirildiğinde, seyahat eden bireylerin önemli bir kesimi, özgün ve geleneksel yiyecek ve içecek deneyimleri

yaşama arzusuyla hareket etmektedir. Bu doğrultuda ortaya çıkan gastro turist kavramı, turistik tercih ve seyahat kararlarını büyük oranda otantik ve bölgesel tatları keşfetmeye yönelik motivasyonlarla şekillendiren özel bir turist profiline işaret etmektedir (Hall vd., 2004). Akademik literatürde bu tür turistler için gastronom, gastroturist veya gastronomi turisti gibi farklı terimler kullanılmakla birlikte, hepsi benzer eğilimler ve davranış modellerini ifade etmektedir.

Hegarty (2005), insanın diğer canlılardan ayrılan en temel özelliklerinden birinin, yemek hazırlama ve tüketme süreçlerine salt fizyolojik bir gereklilik olarak değil, aynı zamanda bilişsel ve kültürel bir bilinçle katılması olduğunu vurgular. Bu perspektiften bakıldığında, gastro turistler, sadece beslenme ihtiyacını karşılamadan ötesinde, yiyecek ve içeceği estetik, sosyal ve kültürel bir değer olarak algılayan bireylerdir. Dolayısıyla, gastronomi turizmi bu bireyler için sadece bir ihtiyaç karşılamadan ziyade, deneyimsel, öğrenme odaklı ve kimlikssel bir faaliyet alanıdır.

Gastro turistlerin ilgisi özellikle yerel ürünlerle hazırlanan ve geleneksel yöntemlerle sunulan yemeklere odaklanır. Bu turist segmenti, destinasyonlarda standartlaşmış turistik etkinliklerin dışına çıkarak, doğrudan o bölgenin özgün mutfak kültürünü deneyimlemek ve yerel gastronomik kimliğin aktif bir parçası olma arzusuyla hareket eder. Örneğin, Guzman ve Canizares’in (2011), İspanya’nın Cordoba kentinde yaptıkları araştırmada, gastro turistlerin genellikle yüksek eğitim seviyesine sahip, konaklama süreleri ortalamanın üzerinde ve yerel yiyecek-içecek ürünlerine yoğun ilgi duyan bireylerden oluştuğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, gastronomi turizminin özellikle bilgi ve kültür düzeyi yüksek turist grupları arasında yaygın olduğunu göstermektedir. Bu turist profili, destinasyonlara yönelik ilgisini yalnızca tüketim temelli bir ziyaret biçimiyle sınırlamaz, aynı zamanda yerel halkla doğrudan etkileşim kurmayı, üretim süreçlerine dair bilgi edinmeyi, geleneksel mutfak uygulamalarını gözlemlemeyi ve bizzat bu süreçlere katılmayı amaçlar. Böylece gastronomi turizmi, sadece bir boş zaman aktivitesi olmanın ötesine geçerek, kültürel keşif, kimlik arayışı ve estetik tatmin gibi çok boyutlu bir deneyim alanı haline gelir. Gastro turistler öğrenmeye, kültürel etkileşime ve yerel topluluklarla anlamlı bağlar kurmaya açık bilinçli katılımcılar olarak ön plana çıkar.

Gastro turistler seyahatlerinde lezzet temelli kültürel değerleri merkeze alan, gastronomi deneyimini kapsamlı bir öğrenme süreci ve kültürel etkileşim fırsatı olarak gören özgün bir turist segmentini temsil etmektedir. Bu özellikleriyle gastronomi turizmine yönelik bilinçli, tutkulu ve deneyim

odaklı bir katılım sergileyerek, destinasyonların kültürel ve ekonomik sürdürülebilirliğine önemli katkılar sağlamaktadırlar.

3. Gastronomi ve Coğrafi İşaret

Coğrafi işaretler, yerel üretimle güçlü bir bağ kuran ürünlerin tescili ve korunması amacıyla geliştirilen önemli bir fikri mülkiyet hakkı türü olarak literatürde ön plana çıkmaktadır. Türkçede genellikle “CI” kısaltmasıyla ifade edilen bu kavram, uluslararası alanda “Geographical Indication (GI)” terimiyle adlandırılmakta ve ürünün ait olduğu coğrafi bölgenin özellikleriyle sıkı bir ilişkiyi vurgulamaktadır (Türkpatent, 2025). Coğrafi işaretler, yalnızca ürünün menşei değil, aynı zamanda o ürünün kalitesini, ününü ve özgün niteliklerini doğrudan etkileyen coğrafi çevre, iklim, toprak yapısı gibi doğal koşullarla beraber, bölgenin tarihsel gelişimi, geleneksel bilgi birikimi ve kültürel değerler gibi insan faktörlerini de kapsayan bütüncül bir ilişkiler ağını temsil eder.

Hukuki açıdan coğrafi işaretler üç ana grupta sınıflandırılmaktadır: menşe adı, mahreç işareti ve geleneksel ürün adı. Bu sınıflandırma, ürünlerin üretim sürecindeki coğrafi bağlılık derecesi, üretim biçimi ve tarihsel süreklilik kriterlerine göre yapılmaktadır. Menşe adı, coğrafi işaretler içinde en kapsamlı ve sıkı koruma sağlayan kategori olarak kabul edilir. Bu tür işaretlerde, ürünün hammaddesinden işlenmesine, paketlenmesine ve nihai ürün haline getirilmesine kadar tüm üretim süreçlerinin kesinlikle belirlenen coğrafi sınırlar içerisinde gerçekleştirilmesi zorunludur. Menşe adı kapsamında korunan ürünler hem doğal faktörlerin hem de beşerî unsurların etkisiyle şekillenen özgün özelliklere sahiptir. Bu nedenle, menşe adıyla tescil edilen bir ürünün coğrafi alan dışındaki üretimi söz konusu olduğunda, ilgili koruma hükümleri geçerliliğini yitirmektedir (Yenipınar vd., 2014).

Mahreç işareti, üretim süreçlerine daha fazla esneklik tanıyan bir kategori olarak öne çıkar. Mahreç işareti kapsamında, ürünün belirli bir özelliği, üretim sürecinin bir aşaması ya da ünü coğrafi bir bölgeyle ilişkilendirilebilir. Üretimin tüm aşamaları ilgili bölgede gerçekleşmeyebilir; ancak ürünün coğrafi işaretle tescil edilen bölgeyle anlamlı bir bağının devam etmesi için üretimden en az bir aşamanın bu alanda yapılması gerekmektedir. Böylece mahreç işareti, menşe adına kıyasla üretim süreçlerinde coğrafi bağlılık bakımından daha esnek bir yaklaşım sunar (Polat, 2017).

Coğrafi işaretler kapsamında üçüncü kategori olan geleneksel ürün adı ise, doğrudan coğrafi sınırlamalarla tanımlanmayan; ancak uzun yıllardır geleneksel yöntemlerle üretilmekte olan ve kültürel bellekte yer edinmiş ürünleri kapsar. Bu ürünlerin en az otuz yıl boyunca kamuoyunda tanınırlığa

sahip olması, üretim süreçlerinin kuşaktan kuşağa aktarılması ve geleneksel yöntemlere dayanması gerekmektedir. Geleneksel ürün adı koruması, coğrafi sınırlamalardan bağımsız olarak kültürel sürekliliğin ve üretim tekniklerinin yaşatılmasına olanak tanır. Bu kategori, tüketici nezdinde tarihsel bağların ve kültürel kimliğin somut göstergeleri olarak değer kazanır (Türkpatent, 2025). Coğrafi işaretleme sistemi, sadece ürünlerin kalitesinin ve özgünlüğünün garanti edilmesini sağlamakla kalmaz; aynı zamanda kırsal kalkınmanın desteklenmesi, yerel ekonomilerin güçlendirilmesi ve tüketici güveninin artırılması açısından stratejik bir araç işlevi görür. Bu sistem, yerel üreticilerin emeğini ve bilgi birikimini koruyarak adil rekabet ortamı yaratmakta, ürünlerin taklit edilmesini engellemekte ve tüketicilere ürün kalitesine dair güvence sunmaktadır. Ayrıca, coğrafi işaretleme, yerel kültürel kimliğin korunması ve sonraki nesillere aktarılması konusunda da önemli katkılar sağlamaktadır.

Coğrafi işaretli ürünler, özellikle gastronomi turizmi ve destinasyon pazarlaması alanlarında kritik bir rol üstlenmektedir. Bu ürünler, sadece damak tadına hitap etmekle kalmayıp, aynı zamanda bir bölgenin kültürel ve tarihsel zenginliğini simgeleyen özgün değerler olarak kabul edilmektedir. Durlu, vd. (2013), coğrafi işaretlerin bölgesel kalkınmaya güçlü katkıları olduğunu vurgularken, Çekal ve Aslan (2017), bu işaretlerin turistler için cazibe unsuru yarattığını ve turistik hareketliliği desteklediğini belirtmektedir. Benzer şekilde Hazarhun ve Tepeci (2018), yerel yiyecek ve içeceklerin destinasyonun gastronomik imajını güçlendirdiğine işaret ederek, coğrafi işaret tescil süreçlerinin tanıtım ve markalaşma açısından önemine dikkat çekmektedir.

Bunun yanında coğrafi işaretleme sistemleri, gastronomi turizmin geliştirilmesinde de önemli işlevler üstlenmektedir. Geleneksel üretim tekniklerinin korunması, özgün hammaddelerin kullanımı ve kültürel mirasın yaşatılması yoluyla hem çevresel hem de kültürel sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşılması mümkün hale gelmektedir. Zaman ve Kayserili (2015), coğrafi işaretlerin kültürel mirasın korunmasında ve ürünlerin ekonomik değerinin artırılmasında oynadığı kritik role vurgu yaparken, Kan vd., (2012) ise bu sistemlerin bölgesel kalkınma ve gastronomi turizmi üzerinde olumlu etkiler sağladığını ortaya koymaktadır.

Bu bağlamda coğrafi işaretler, ekonomik kazanç sağlamanın ötesinde toplumsal, kültürel ve çevresel sürdürülebilir kalkınmayı destekleyen çok yönlü bir araç olarak değerlendirilmektedir. Coğrafi işaretler yalnızca bir ürün etiketleme sistemi olmayıp, geleneksel bilgi sistemlerinin yaşatılması, yerel üreticilerin desteklenmesi, kültürel kimliğin korunması ve turizm

sektörünün canlandırılması gibi geniş kapsamlı kalkınma süreçlerine entegre olmuş bütüncül bir mekanizmadır. Türkiye'nin bu potansiyelinden azami düzeyde faydalanabilmesi için coğrafi işaretleme uygulamalarının teşvik edilmesi, tescil edilen ürünlerin ulusal ve uluslararası pazarlarda etkin biçimde tanıtılması ve coğrafi işaretlerin sürdürülebilirlik ekseninde değerlendirilmesi büyük önem taşımaktadır.

4. Gastronomi Temalı Festivaller

Yiyecek ve içecekler, turizm sektöründe sunulan ürünlerin pazarlanmasında merkezi bir konuma sahiptir ve bu durum gastronomi turizminin gelişiminde belirleyici bir etken olarak kabul edilmektedir (Richards, 2012). Gastronomi, temelde yiyecek ve içecek kültürünü kapsayan çok disiplinli bir alan olması sebebiyle, bu ürünlerle olan etkileşimi doğrudan destinasyonların turistik çekiciliğine yansıtmakta; çeşitli festivaller ve gastronomi odaklı etkinlikler aracılığıyla destinasyonların algısını güçlendirmektedir. Festival kavramı, köken itibarıyla eğlence, kutlama ve sosyal dayanışmayı ifade eden kültürel etkinlikleri kapsamakta olup (Çetin vd., 2019), turizm bağlamında ise destinasyonların turizm talebini artırmaya yönelik stratejik araçlar olarak işlev görmektedir. Morgan (2006), destinasyon yöneticilerinin bu tür özel etkinliklere açıklıklarının, turistik çekim gücünü artırmada önemli bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır.

Gastronomi etkinlikleri genel anlamda dört ana kategoride sınıflandırılabilir: birincisi, doğrudan tüketim deneyimini esas alan aktiviteler; ikincisi, gastronomiyi merkezine alan seyahat ve gezi programları; üçüncüsü, eğitim ve gözlem amaçlı düzenlenen etkinlikler; dördüncüsü ise gastronomiyi tamamlayan diğer yardımcı faaliyetlerdir. Bu çerçevede, restoranda özgün yemek deneyimlerinden gastronomi festivallerine katılım, üretim tesisleri ve çiftçi pazarlarının ziyareti, sektörel seminerler ve çiftlik turları gibi çok yönlü etkinlikler, ziyaretçilerin destinasyona ilgisini artırmakta ve deneyimlerini derinleştirmektedir (Smith & Costello, 2009).

Gastronomi turizminin en önemli bileşenlerinden biri olan yiyecek ve içecek festivalleri, ziyaretçilere bölgesel ürünleri tanıma, deneyimleme ve bu ürünlerle kültürel bağ kurma fırsatı sunması bakımından büyük önem taşır (Kim, vd., 2010). Bu tür festivaller, turistlerin destinasyonla olan bağlarını güçlendirmekte, tekrar ziyaret etme eğilimini artırmakta ve böylelikle destinasyonun sürekliliğini desteklemektedir (Harrington & Ottenbacher, 2010). Farklı coğrafi bölgelerde yetişen özgün ürünler, gastronomi festivallerinin oluşumuna zemin hazırlayarak hem yerel halkın hem de turistlerin dikkatini çekmektedir. Bu süreç hem bölgesel kalkınmayı teşvik

etmekte hem de destinasyonun marka değerini yükseltmektedir (Hjalager & Corigliano, 2000).

Gastronomi festivalleri, bir destinasyonun gastronomik mirasını ve yöresel kültürünü öne çıkaran vazgeçilmez turizm unsurları olarak kabul edilmektedir. Mason ve Paggiaro (2009), gastronomi turizmini destekleyen bu tür festivallerin, yerel ürünlerin tanıtımında oynadığı kritik rolü vurgulamaktadır. Bu etkinlikler, yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde düzenlenmekte ve yiyecek içecek eksenli kültürel ve sosyal öğeleri kapsamlı biçimde içermektedir. Dolayısıyla gastronomi festivalleri, turizmin sürdürülebilirliğine katkı sağlayan, ekonomik ve kültürel değer yaratan çok boyutlu süreçler olarak ortaya çıkmaktadır.

Festival organizasyonlarının zamanlaması, iklim koşulları, ürünlerin hasat dönemleri ve bölgesel tarımsal döngüler gibi unsurlar göz önünde bulundurularak belirlenmektedir. Genellikle bu etkinlikler, ilgili ürünün en taze ve kaliteli olduğu dönemlere denk getirilmekte, böylece ürünlerin özgünlüğü ve çekiciliği maksimize edilmektedir (Bozok & Karaman, 2018). Bunun yanı sıra, gastronomi festivalleri farklı kültürel ve gastronomik değerlerin paylaşılmasını sağlayarak sosyal etkileşimi artırmakta, toplumsal bağların güçlenmesine olumlu katkılar sunmaktadır. Günümüzde bu festivaller, geçmişten gelen geleneksel gastronomik değerlerin korunmasını ve çağdaş yaklaşımlarla harmanlanarak yaşatılmasını sağlamaktadır.

Yiyecek ve içecek odaklı gastronomi etkinlikleri ve festivaller, destinasyonların turizm sektöründe rekabet avantajı elde etmelerinde kilit bir rol üstlenmekle kalmayıp, yerel kültürün yaşatılması, sosyal kaynaşmanın artırılması ve bölgesel ekonomik kalkınmanın desteklenmesi açısından da vazgeçilmez bileşenlerdir. Bu nedenle destinasyon yönetimleri, gastronomi festivallerine stratejik önem atfetmeli ve gastronomi turizmi gelişimini desteklemek amacıyla bu alanlara yönelik yatırımlarını artırmalıdır (Silkes vd., 2013).

5. Gastronomi Temalı Müzeler

Uluslararası Müzeler Konseyi (ICOM), müzeleri; insanlığın maddi ve manevi mirasını bünyesinde barındıran, bu mirası koruyup geleceğe aktaran, bilimsel yöntemlerle araştıran ve toplumla paylaşan; aynı zamanda eğitim, eğlence ve araştırma gibi işlevler yürüten, kamuya açık ve kâr amacı gütmeyen sürekli kuruluşlar olarak tanımlamaktadır (ICOM, 2007). Türkiye’de yürürlükte olan Müzeler İç Hizmetler Yönetmeliği (1990) de benzer bir çerçeve çizer; müzeleri, kültürel miras unsurlarını tespit eden, bu unsurları bilimsel esaslara uygun biçimde açığa çıkararak analiz eden, değerlendiren

ve koruyan, bunun yanı sıra, topluma kültürel birikim kazandıran ve estetik duyarlılığı artırmayı amaçlayan kalıcı kurumlar olarak tanımlar. Bu tanımlamalar ışığında, müzeler yalnızca geçmişe ait eserlerin sergilendiği mekânlar olmaktan öte, kültürel üretime katkı sağlayan, toplumun tarihsel belleğini canlı tutan ve toplumsal gelişimi destekleyen dinamik yapılardır. Nitekim çağdaş müzecilik anlayışı, giderek artan ziyaretçi beklentileri ve kültürel rekabet ortamı doğrultusunda geleneksel sergileme biçimlerinin ötesine geçmekte; etkileşimli, deneyim temelli ve katılımcı modellerle yeniden şekillenmektedir (Toblem, 1997). Bu dönüşüm, müzelerin tematik çeşitliliğini artırmakta ve klasik sanat, arkeoloji ya da tarih müzelerinin yanında; farklı alanlara odaklanan, özgün ve yenilikçi müze türlerinin doğmasına zemin hazırlamaktadır. Bu bağlamda gastronomi müzeleri hem içerik hem de işlev bakımından farklılaşan ve günümüzde giderek artan bir ilgiyle karşılanan alternatif müzeler arasında yer almaktadır.

Gastronomi müzeleri, özellikle yerel mutfak kültürünü tanıtmak, bu kültürel mirası belgelemek ve gelecek kuşaklara aktarmak amacıyla kurulmaktadır. Bu müzeler, yiyeceklerin tarihçesinden üretim süreçlerine, pişirme tekniklerinden sunum biçimlerine ve kullanılan araç gereçlere kadar geniş bir yelpazede bilgi sunarak hem yerli hem de yabancı ziyaretçilere zengin bir içerik deneyimi sağlamaktadır (Hjalager & Richards, 2002). Bu yönüyle gastronomi müzeleri yalnızca sergileme işleviyle sınırlı kalmaz aynı zamanda kültürel belleğin korunması, yerel mutfak mirasının sistematik biçimde belgelenmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından önemli bir rol üstlenir. Gastronomik değerlerin kamusal alanda görünür kılınması, toplumların kültürel kimliğinin pekişmesine katkı sağlarken; bu müzeler de bu sürecin temel aktörlerinden biri hâline gelir (Çağlı, 2012).

Tarihsel ve kültürel açıdan önemli alanlarda konumlandırılan müzelerin, mimari özellikleri ve etkileyici sunumlarıyla birleştiğinde, uluslararası turizm açısından cazibe merkezlerine dönüşebileceğini belirtmektedir. Bu doğrultuda, gastronomi müzeleri sadece kültürel mirasın korunmasına hizmet eden kurumlar değil, aynı zamanda bu mirası bir turizm ürünü olarak sunarak destinasyonların cazibesini artıran yapılar olarak değerlendirilmelidir.

Nitekim günümüz turist profili, yalnızca yöresel tatları denemekle yetinmeyip; bu tatların ardındaki tarihsel, kültürel ve sosyolojik arka planı da merak etmektedir. Gastronomi müzeleri, ziyaretçilerin bu bilgi talebine cevap verebilecek derinlikte içerikler sunmakta ve onları etkileşimli, bilgiye dayalı deneyimlerle buluşturmaktadır (Aksoy & Sezgi, 2015). Ziyaretçiler bu müzelerde yalnızca görsel ve metinsel sunumlarla değil; atölye çalışmaları, tat alma deneyimleri ve interaktif uygulamalarla da aktif katılım sağlayabilmektedir.

Gastronomi müzeleri, mutfak kültürünün korunması, belgelenmesi ve gelecek kuşaklara aktarılması açısından önemli bir kültürel misyon üstlenmekte aynı zamanda gastronomi turizminin gelişimine katkı sunarak bölgesel kalkınmanın desteklenmesinde etkili bir araç olarak öne çıkmaktadır. Bu tür müzeler, ziyaretçilerin bilgi edinme, kültürel etkileşim kurma ve özgün deneyimler yaşama beklentilerine yanıt vermekte aynı zamanda şehirlerin marka değerini artırarak sürdürülebilir turizm politikalarına entegre edilebilecek stratejik kültür kurumları olarak değerlendirilmektedir.

6. Dünyada Gastronomi Turizmi

Günümüzde gastronomi yalnızca bir beslenme biçimi ya da yemek hazırlama sanatı değil aynı zamanda toplumsal hafızayı yansıtan bir kültürel kimlik ögesi ve turizm faaliyetlerinin merkezinde yer alan önemli bir unsurdur. Bu bağlamda gastronomi turizmi, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından, gıda ve içecek odaklı cazibe merkezlerine yapılan seyahatler kapsamında, bu unsurları içeren eğlence, dinlenme ve kültürel deneyimlerin bütününe kapsayan bir turizm türü olarak tanımlanmaktadır (UNWTO, 2017). Bu çerçevede yerel mutfakların tanıtıldığı gastronomi festivalleri, geleneksel yemeklerin sunulduğu gösteriler, gıda temalı kültürel etkinlikler ve yöresel tatlar üzerine kurgulanan turlar, gastronomi turizminin başlıca yapıtaşlarını oluşturmaktadır.

Gastronomi turizminin yükselen değeri, yalnızca turistlerin damak zevkine hitap eden deneyimlerle sınırlı kalmamakta aynı zamanda yerel halk için ekonomik kalkınma fırsatları yaratmakta ve turistik destinasyonların uluslararası tanınırlığını artıran bir marka unsuru hâline gelmektedir. Özellikle yerel ürünlerin ticarileştirilmesi ve gastronomik mirasın ekonomik bir değere dönüştürülmesi, bu turizm türünün sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlayan yönlerini pekiştirmektedir (UNWTO, 2017). Bununla birlikte, günümüz tüketicilerinin yeme içme eylemine yalnızca fizyolojik bir gereksinim olarak değil, sosyo-kültürel bir deneyim, keşif ve öğrenme süreci olarak yaklaşmaları, gastronomi turizminin küresel ölçekte daha fazla ilgi görmesine zemin hazırlamaktadır. Bu bağlamda yemek, bireyler için yalnızca doymanın ötesinde bir anlam taşımakta, kültürel kimliklerin ifadesi, geçmişle bağ kurma aracı ve yeni deneyimlere kapı aralayan bir sosyal etkinlik olarak konumlanmaktadır. Örneğin, İtalyan mutfağının önemli bir ögesi olan “makarna”, uluslararası düzeyde “pasta” adıyla bilinir hâle gelmiş ve dünya genelinde birçok restoranın menüsünde yer alarak küresel bir gastronomik kimliğe bürünmüştür (Demir, 2011).

Gastronomi turizminin sürdürülebilirliği açısından, dünya mutfaklarının sahip olduğu özgünlük, çeşitlilik ve tanınırlık gibi nitelikler büyük önem arz etmektedir. Bu nitelikler, kültürel mutfakların sınırları aşarak farklı coğrafyalarda ilgi görmesini ve kültürlerarası etkileşimlerin zenginleşmesini sağlamaktadır. Bu kapsamda Fransız, Türk, Japon, Çin, Meksika, İspanyol, İskandinav, Orta Asya, Orta Doğu ve Afrika mutfakları, uluslararası gastronomi turizminin öne çıkan aktörleri arasında yer almaktadır (Özgen, 2015). Her biri kendi kültürel, tarihsel ve coğrafi bağlamıyla özgün bir mutfak mirası sunmakta bu yönüyle gastronomi turizmine küresel düzeyde katkı sağlamaktadır.

Öte yandan, gastronomi turizmini destekleyen fiziksel altyapılar da bu sürecin başarısı açısından kritik rol oynamaktadır. Şaraphaneler, zanaatkar bira üretim merkezleri, yerel gıda işleme tesisleri, üretici pazarları, geleneksel ürünlerin sunulduğu butik dükkânlar, otantik restoranlar ve gastronomi müzeleri gibi mekânlar hem kültürel aktarım alanları hem de deneyim temelli turistik çekim merkezleri olarak işlev görmektedir. Bu tür yapılar, ziyaretçilere yerel kültürü yakından tanıma fırsatı sunarken, aynı zamanda gastronomi turizminin somut uygulama alanlarını temsil etmektedir (Özdemir, 2022).

UNWTO (2017), tarihli raporunda da vurgulandığı üzere, gastronomiye dayalı seyahat türleri, genel turizm hareketliliğiyle paralel şekilde artış göstermekte ve bu tür turizm, sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda değerlendirilmesi gereken stratejik bir alan olarak öne çıkmaktadır. Dolayısıyla, gastronomi turizminin sadece bir tüketim biçimi değil kültürel mirasın korunması, toplumsal değerlerin yaşatılması ve yerel ekonomilerin desteklenmesi gibi çok boyutlu katkılar sunduğu kabul edilmektedir.

Gastronomi turizmi, geleneksel yiyecek ve içecek tüketiminin çok ötesinde, kültürel çeşitliliğin sergilenmesine, yerel ekonomilerin güçlendirilmesine ve uluslararası kültürel etkileşimin teşvik edilmesine hizmet eden kapsamlı bir turizm türü olarak değerlendirilmektedir. Bu yönüyle gastronomi turizmi, sadece tat alma deneyimi sunmakla kalmaz; aynı zamanda kültürel diplomasi, ekonomik kalkınma ve sürdürülebilir turizm politikalarının uygulanmasında stratejik bir araç olarak ön plana çıkmaktadır. Dolayısıyla, gastronomi turizmine yönelik akademik çalışmaların, uygulamalı projelerin ve politika geliştirme süreçlerinin artırılması, bu alanın potansiyelinden azami düzeyde faydalanmak açısından büyük önem taşımaktadır.

7. Türkiye’de Gastronomi Turizmi

Gastronomi turizmi, çoğunlukla yalnızca iyi yemek yeme pratiğiyle özdeşleştirilse de bu algının çok ötesinde üretimden tüketime uzanan

bütüncül bir yapıya sahiptir. Tarımsal üretim süreçlerinden başlayan, işleme teknikleri, sunum biçimleri ve tüketim pratiklerine kadar uzanan bu süreç, gastronomi turizmini sadece damak tadına hitap eden bir alan olmaktan çıkarak kültürel, ekonomik ve sosyolojik bir fenomen hâline getirmektedir. Stanley ve Stanley (2015) gastronomi turizminin, destinasyonların benzersizliğini ön plana çıkaran ve turistik ürün çeşitliliğini artıran bir unsur olarak, küresel turizm hareketliliği içinde önemli bir konuma sahip olduğunu belirtmektedir.

Küreselleşmenin etkisiyle birlikte, yerel mutfaklar farklı kültürlerle etkileşime girerek evrilmekte, bu durum ise geleneksel yemek kültürlerinin korunmasını ve gelecek kuşaklara aktarılmasını gerekli kılmaktadır (Aslan, 2010). Bu çerçevede gastronomi, yalnızca bir beslenme biçimi değil, aynı zamanda ulusların kültürel belleğini oluşturan bir miras ögesi olarak değerlendirilmelidir. Gastronomi turizmi ise bu mirasın tanıtımı, korunması ve ekonomik bir değere dönüştürülmesi açısından stratejik bir araç işlevi görmektedir.

Türkiye, zengin tarihsel geçmişi, coğrafi çeşitliliği ve kültürel derinliğiyle dünya mutfakları arasında öne çıkan bir profile sahiptir (Dilsiz, 2010). Türk mutfağı, sahip olduğu yöresel çeşitlilik sayesinde farklı damak tatlarına hitap etmekte ve gastronomi turizmi açısından ciddi bir potansiyel sunmaktadır. Hatay, Gaziantep, Adana, Şanlıurfa, Mardin ve Mersin gibi iller, özgün yemek kültürleriyle yalnızca yerli değil, yabancı turistler açısından da cazibe merkezlerine dönüşmüştür. Örneğin, Mersin’de özgü tantuni, geleneksel hazırlama teknikleri ve sokak kültürüyle bölgenin gastronomik imajına katkı sunmaktadır.

Her bölgenin kendine özgü mutfak kültürü, gastronomi turizminin çeşitlenmesini sağlamakta ve destinasyonların farklılaşmasına katkı sunmaktadır. Bu bağlamda, geleneksel lezzetlerin tanıtımı ve yaşatılması amacıyla kurulan tematik gastronomi müzeleri hem kültürel hafızayı canlı tutmakta hem de ziyaretçilere deneyim odaklı öğrenme alanları sunmaktadır (Güzel, vd., 2015). Hatay, Gaziantep ve Şanlıurfa’da kurulan gastronomi müzeleri, yalnızca sergi mekânları değil, aynı zamanda mutfak sanatlarının uygulamalı olarak öğretildiği, kültürel aktarımın sağlandığı merkezlerdir.

Türkiye genelinde gastronomiye özgü tematik müzeler arasında öne çıkan yapılardan biri, İzmir’de bulunan Olcatrium Zeytinyağı Müzesi’dir. Avrupa’nın en büyük zeytinyağı müzesi olarak kabul edilen bu yapı, antik dönemlerden günümüze kadar uzanan zeytinyağı üretim tekniklerini, kültürel bağlamıyla birlikte ziyaretçilere sunmaktadır. Benzer şekilde Tekirdağ’daki Mürefte Feyzi Kutman Şarap Müzesi, Türkiye’nin şarap üretim kültürünü

belgeleyen ilk ve tek müze olması bakımından önem arz etmektedir. Bu tür yapılar, gastronomi turizminin yalnızca tüketim merkezli değil, aynı zamanda üretim süreçlerinin ve kültürel temsillerin de dahil olduğu çok katmanlı bir alan olduğunu göstermektedir.

Gastronomi odaklı festivaller ve şenlikler, yerel mutfak kültürünün tanıtımını sağlayan ve destinasyonlara yönelik farkındalık yaratan etkinliklerdir. Bu organizasyonlar sayesinde ziyaretçiler, yerel halkla doğrudan etkileşim kurarak kültürel deneyimlerini derinleştirme fırsatı bulmakta, aynı zamanda bölge ekonomisine katkı sunmaktadırlar. Bu yönüyle gastronomi festivalleri, turizmin sürdürülebilirliğini destekleyen, kültürel değerlerin güncel biçimde yaşatıldığı ve toplumsal etkileşimin teşvik edildiği önemli sosyal platformlar olarak değerlendirilmektedir (Çağlı, 2012).

Türkiye’de gastronomi turizmine yönelik gerçekleştirilen akademik çalışmalar, bölgesel potansiyellerin analiz edilmesine ve turist tercihlerinin anlaşılmasına olanak sağlamaktadır. Örneğin, Güzel vd. (2015), İstanbul’da en çok pazarlanabilir gastronomik ürünler arasında Osmanlı saray mutfacı, geleneksel Türk yemekleri ve deniz ürünlerinin yer aldığını belirtmiştir. Gökdeniz vd., (2015) ise, Ayvalık bölgesine gelen yerli turistlerin en çok Cunda Adası, taş mimarili evler ve deniz ürünlerinden etkilendiklerini tespit etmiştir. Gaziantep özelinde yürütülen çalışmalarda Kargiglioğlu ve Akbaba (2016), gastronomi odaklı turistlerin otantik restoranları tercih ettiğini, yerel ürünlere yoğun ilgi gösterdiklerini ve alışverişlerinde bu ürünlere öncelik verdiklerini ifade etmiştir. Ayrıca, Türker ve Akmanoğlu (2022) tarafından yapılan araştırma, “yeni yiyecek fobisi” (food neophobia) olarak bilinen kavramın, gastronomi turizmi üzerindeki etkilerini ele almış ve bazı bireylerin kültürel olarak yabancı yiyeceklerle karşı geliştirdiği çekincelerin, gastronomik deneyimlerin kapsamını daralttığını ortaya koymuştur. Gastronomi turizmi, sadece yiyecek ve içecek tüketimiyle sınırlı olmayan, kültürel mirasın korunması, yerel üreticilerin desteklenmesi, destinasyonların farklılaşarak markalaşması ve sürdürülebilir turizm politikalarının oluşturulması gibi çok boyutlu katkılar sunan bir turizm türüdür. Bu doğrultuda, gastronomi turizminin etkin biçimde geliştirilmesi için akademik araştırmalar, tematik müzeler, kültürel festivaller ve yerel düzeyde oluşturulacak iş birlikleri temel stratejik araçlar olarak değerlendirilmektedir. Türkiye’nin sahip olduğu gastronomik zenginlik, bu araçların etkili biçimde kullanılmasıyla küresel düzeyde rekabetçi bir avantaja dönüştürülebilir.

Sonuç ve Öneriler

Gastronomi, yalnızca bir yeme içme pratiği değil, aynı zamanda üretimden tüketime, hazırlıktan sunuma kadar birçok aşamayı kapsayan, tarih, kültür, estetik ve toplumsal ilişkilerle iç içe geçmiş çok disiplinli bir alandır. Antik çağlardan günümüze kadar uzanan bir geçmişe sahip olan bu alan, günümüz toplumlarında bireylerin kimliksel aidiyetlerini ifade ettikleri, sosyal ilişkilerini pekiştirdikleri ve kültürel etkileşim kurdukları önemli bir platform hâline gelmiştir. Dolayısıyla yemek, yalnızca fiziksel bir gereksinimin karşılanması değil, aynı zamanda kültürel bir iletişim biçimi ve estetik bir deneyim olarak da anlam kazanmaktadır. Bu bağlamda ortaya çıkan gastronomi turizmi, bireylerin özgün mutfak kültürlerini keşfetme, geleneksel tatlarla buluşma ve bu süreçte deneyimlerin bir parçası olma isteğiyle şekillenmektedir. Günümüzde seyahat motivasyonları sadece fiziksel dinlenme ve eğlenceyle sınırlı kalmamakta; kültürel anlam arayışları, otantik deneyimler ve yerelle doğrudan temas kurma arzusu ön plana çıkmaktadır. Gastro-turist olarak tanımlanan bu yeni turist profili, yalnızca lezzet odaklı bir tüketici değil aynı zamanda üretim süreçlerini gözlemleyen, yerel halkla etkileşime giren, geleneksel teknikleri deneyimlemek isteyen, öğrenme odaklı ve kültürel olarak duyarlı bir katılımcı olarak değerlendirilmektedir. Bu nitelikler, gastronomi turizmini diğer turizm türlerinden ayıran temel unsurlar arasında yer almaktadır.

Gastronomi turizminin sürdürülebilir gelişiminde en kritik unsurlardan biri olan coğrafi işaretler, belirli bir bölgeyle özdeşleşmiş tarımsal veya geleneksel ürünlerin kalitesini, üretim yöntemini ve yerel bağlamını koruma altına alarak bu ürünlere hem kültürel hem de ekonomik bir değer kazandırmaktadır. Coğrafi işaretli ürünler, kırsal ekonomilerin güçlendirilmesi, geleneksel üretim tekniklerinin yaşatılması ve yerel markalaşmanın desteklenmesi açısından önemli bir işlev üstlenmektedir. Aynı zamanda tüketici nezdinde güven ve sadakat oluşturarak turistik ürünlerin katma değerini artırmakta, böylece destinasyonların rekabet gücünü yükseltmektedir.

Gastronomi turizmini destekleyen diğer önemli araçlar arasında gastronomi festivalleri ve gastronomi müzeleri yer almaktadır. Festivaller hem yöresel lezzetlerin tanıtımı hem de toplumsal birlikteliğin güçlendirilmesi açısından çok yönlü katkılar sağlamaktadır. Bu tür etkinlikler, turistlerin yerel halkla doğrudan etkileşime geçmesine olanak tanıyarak kültürel etkileşimi artırmakta ve destinasyonların tanıtımına önemli ölçüde katkı sunmaktadır. Öte yandan gastronomi müzeleri, sadece sergileme alanları olmanın ötesinde, mutfak tarihinin belgelendiği, yemek kültürünün sistematik biçimde korunduğu ve ziyaretçilere eğitsel içerikler sunan kurumsal yapılarıdır. Bu

müzeler, geçmişle günümüz arasında bir bağ kurarak kültürel aktarım süreçlerinin sürekliliğini sağlamaktadır.

Türkiye, binlerce yıllık tarihsel geçmişi, etnik ve coğrafi çeşitliliği, çok katmanlı kültürel dokusu ve zengin mutfak mirası sayesinde gastronomi turizmi açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Ancak bu potansiyelin etkin bir şekilde değerlendirilmesi için yalnızca geleneksel tatların sunulması yeterli değildir. Bunun ötesinde, coğrafi işaretleme süreçlerinin yaygınlaştırılması, gastronomi alanında uzman insan kaynağının yetiştirilmesi, tematik etkinliklerin ve müzelerin artırılması, dijital tanıtım stratejilerinin geliştirilmesi ve bütüncül bir destinasyon yönetimi anlayışının benimsenmesi gibi çok yönlü adımların atılması gerekmektedir. Böyle bir yaklaşım, gastronomi turizminin hem kültürel sürdürülebilirlik hem de ekonomik gelişme açısından daha etkili bir düzleme taşınmasını mümkün kılacaktır.

Bu doğrultuda çalışmanın önerileri şu şekilde sıralanabilir:

- Gastronomi turizmi, ulusal ve yerel düzeyde kalkınma stratejilerine entegre edilmelidir. Gastronomi turizmi, yalnızca turizm sektörünün çeşitlendirilmesine katkı sağlamakla kalmamakta; aynı zamanda yerel kalkınmayı destekleyen, kırsal bölgelerde istihdam yaratan ve kültürel değerlerin korunmasına hizmet eden çok boyutlu bir alandır. Bu bağlamda, merkezi hükümetlerin ve yerel yönetimlerin kalkınma planlarında gastronomi turizmine stratejik öncelik tanımaları, bu alanın sistematik biçimde gelişmesini sağlayacaktır. Politikaların belirlenmesinde kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları arasındaki iş birliği büyük önem arz etmektedir.
- Coğrafi işaretleme süreçleri yaygınlaştırılmalı ve tescilli ürünlerin ulusal ve uluslararası pazarlarda tanıtımı için kapsamlı tanıtım stratejileri geliştirilmelidir. Coğrafi işaretli ürünler hem yerel üreticilerin haklarını koruyan hem de tüketicilere kalite ve özgünlük güvencesi sunan önemli bir fikrî mülkiyet aracıdır. Bu ürünlerin etkin bir şekilde pazarlanması ve tanıtılması, sadece ekonomik kazanç sağlamakla kalmayacak; aynı zamanda yöresel mutfakların küresel düzeyde tanınırlığını artırarak gastronomi turizminin sürdürülebilirliğini de destekleyecektir.
- Gastronomi temalı festivallerin, şenliklerin ve tematik müzelerin sayısı artırılmalı ve bu etkinliklerin sürekliliği sağlanmalıdır. Yerel lezzetlerin tanıtımını amaçlayan etkinlikler hem turistik hareketliliği teşvik etmekte hem de yerel halkın gastronomik mirasa olan bağlılığını pekiştirmektedir. Bu etkinliklerin düzenli biçimde gerçekleştirilmesi,

destinasyonların marka değerini artırmakta ve bölgesel turizm potansiyelinin sürdürülebilir kullanımına olanak tanımaktadır. Ayrıca gastronomi müzeleri, kültürel aktarımın kurumsallaşmış biçimleri olarak değerlendirilerek eğitim ve tanıtım işlevleri açısından desteklenmelidir.

- Gastro turist profiline yönelik ampirik araştırmalar artırılmalı ve bu verilere dayalı hedefleme stratejileri oluşturulmalıdır. Gastronomi turizmine katılım gösteren bireylerin motivasyonlarını, beklentilerini, harcama eğilimlerini ve davranış örüntülerini anlamaya yönelik sosyolojik ve istatistiksel araştırmaların sayısı artırılmalıdır. Bu doğrultuda elde edilecek bulgular, destinasyon pazarlaması ve ürün geliştirme stratejilerinin daha etkin ve hedef odaklı biçimde tasarlanmasını mümkün kılacaktır.
- Gastronomi alanında nitelikli insan kaynağı yetiştirilmesine yönelik mesleki eğitim programları yaygınlaştırılmalıdır. Gastronomi turizminin gelişimi, ancak sektörde hizmet sunan profesyonellerin yeterlilik düzeylerinin yükseltilmesiyle mümkün olabilir. Bu nedenle üniversitelerin gastronomi ve mutfak sanatları bölümlerinde uygulamalı eğitime ağırlık verilmesi, sektöre yönelik sertifikalı eğitim programlarının artırılması ve yerel ustaların bilgi birikiminden faydalanılacak şekilde usta-çırak ilişkilerinin yeniden yapılandırılması büyük önem taşımaktadır.
- Dijital platformlar üzerinden gastronomi turizmiyle ilgili tanıtım faaliyetleri artırılmalı ve dijital pazarlama stratejileri güçlendirilmelidir. Günümüzde dijital medya araçları, tüketici davranışlarını etkileyen en önemli iletişim kanalları arasında yer almaktadır. Sosyal medya, bloglar, sanal turlar ve dijital gastronomi rehberleri aracılığıyla yerel mutfak kültürlerinin daha geniş kitlelere ulaştırılması mümkündür. Bu bağlamda, dijital tanıtım stratejileri profesyonel biçimde planlanmalı ve gastronomi içerikleri özgün görseller, kısa belgeseller ve hikâyeleştirme teknikleriyle desteklenmelidir.
- Gastronomi turizmi uygulamalarında sürdürülebilirlik ilkeleri merkeze alınmalıdır. Gastronomi turizmi, çevresel, kültürel ve ekonomik sürdürülebilirlik hedefleriyle doğrudan ilişkili bir alandır. Bu nedenle destinasyonlar, gastronomi turizmi faaliyetlerini planlarken yerel üretim zincirlerinin desteklenmesi, mevsimsel ürün kullanımının teşvik edilmesi, israfın azaltılması ve çevre dostu hizmet uygulamalarının benimsenmesi gibi sürdürülebilirlik kriterlerini göz önünde bulundurmalıdır. Aynı zamanda yerel toplulukların sürece aktif

katılımı hem kültürel mirasın korunması hem de sosyal kalkınmanın sağlanması açısından önem arz etmektedir.

Sonuç olarak, gastronomi turizmi yalnızca bir tat alma pratiği değil, kültürel mirasın yaşatılması, yerel üretimin desteklenmesi ve toplumlar arası etkileşimin güçlendirilmesi gibi çok yönlü katkılar sunan bir kalkınma aracıdır. Bu yönüyle, gastronomi turizmi hem bireysel düzeyde anlamlı deneyimler sunmakta hem de küresel ölçekte sürdürülebilir ve kapsayıcı turizm politikalarının inşasına katkı sağlamaktadır. Gastronomi turizmi bireysel tüketim alışkanlıklarının ötesine geçerek kültürel mirasın korunması, toplumsal bağların güçlendirilmesi ve destinasyonların sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşması açısından stratejik öneme sahip, çok katmanlı ve dinamik bir alan olarak değerlendirilmelidir. Akademik çalışmalar, politikalar ve uygulamalar bu çok boyutlu yapıyı göz önünde bulundurarak geliştirilmelidir.

Kaynakça

- Akdağ, G., Özata, E., Sormaz, Ü., & Çetinsöz, B. C. (2016). Sürdürülebilir gastronomi turizmi için yeni bir alternatif: Surf&Turf.
- Akgöz, E. (2018). Gastronomik Ürünlerin Turizm Amaçlı Kullanılmasının Önemi ve Etkileri. *İçinde: Turizmde Niş Pazarlar*, (Ed. Ramazan Göral), Konya, Eğitim Yayınevi.
- Akoğlu, A., Çavuş, O., & Bayhan, İ. (2017). Michelin yıldızlı restoran şeflerinin moleküler gastronomi algı ve eğilimleri: San. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 43, 59.
- Aksoy, M., & Sezgi, G. (2015). Gastronomi turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi gastronomik unsurları. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.
- Aslan, Y. (2010). *Yeme içme kültürü ve gastronomi turizmi*. Ankara: Turizm Yayınları.
- Bozok, D., & Karaman, A. S. (2018). *Gastronomi turizmi kapsamında Türkiye’de düzenlenen gastronomi festivallerinin değerlendirilmesi*. Uluslararası Turizm ve Otelcilik Kongresi, 40–48.
- Brillat-Savarin, J. A. (2009). *Tat alma fiziolojisi* (İ. Yerguz, Çev.). Oğlak Yayıncılık. (Orijinal eser 1825’te yayımlanmıştır)
- Çağlı, I. B. (2012). Türkiye’de yerel kültürün turizm odaklı kalkınmadaki rolü: Gastronomi turizmi örneği.
- Çekal, N., & Aslan, B. (2017). Gastronomik bir değer olarak tarhana ve coğrafi işaretlemeye tarhananın yeri ve önemi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 124-135.
- Çetin, M., Demirel, H., & Çetin, K. (2019, April). Gastronomi konulu festivaller: Türkiye örneği. In *VIII. National IV. International Eastern Mediterranean Tourism Symposium* (Vol. 19, No. 20, pp. 882-893).
- Dalby, A. (2013). *Siren Feasts: a History of Food and Gastronomy in Greece*, Routledge.
- Demir, C. (2011). Mutfak turizminin destinasyon pazarlamasındaki önemi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Ana Bilim Dalı, Ankara.
- Deveci, B., Türkmen, S., & AVCIKURT, C. (2013). Kırsal turizm ile gastronomi turizmi ilişkisi: Bigadiç örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 3(2), 29-34.
- Dilsiz, B. (2010). *Türkiyede gastronomi ve turizm (İstanbul örneği)* (Master’s thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Durlu, F. Ö., Sünnetçioğlu, S., & Can, A. (2013). Sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinde coğrafi işaretlemenin rolü.
- Gökdeniz, A., Erdem, B., Dinç, Y., & Çelik, S. U. (2015). Gastronomi turizmi: Ayvalık’ta yerli turistler üzerinde görgül bir araştırma.

- Gürsoy, D. (2014). Deniz Gürsoy'un gastronomi tarihi. *İstanbul: Oğlak Yayıncılık*.
- Hall, CM, Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. ve Cambourne, B. (Ed.). (2004). *Dünya çapında gıda turizmi*. Routledge.
- Harrington, R. J., & Ottenbacher, M. C. (2010). Culinary tourism—A case study of the gastronomic capital. *Journal of Culinary Science & Technology*, 8(1), 14-32.
- Hatipoğlu, A. (2010). *İnançların gastronomi üzerine etkileri: Bodrum'daki beş yıldızlı otellerin mutfak yöneticilerinin görüşlerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma* (Master's thesis, Sakarya Üniversitesi (Turkey)).
- Hazarhun, E., & Tepeci, M. (2018). Coğrafi işarete sahip olan yöresel ürün ve yemeklerin Manisa'nın gastronomi turizminin gelişimine katkısı. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), 371-389.
- Hegarty, J. A. (2005). A framework for understanding globalization and its impact on hospitality curriculum design. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(1), 72-83.
- Hjalager, A. M., & Richards, G. (Eds.). (2002). *Tourism and gastronomy* (Vol. 11). London: Routledge.
- Hjalager, A.-M., & Corigliano, M. A. (2000). Food for tourists—Determinants of an image. *International Journal of Tourism Research*, 2(4), 281-293.
- ICOM. (2007). *Museum definition*. International Council of Museums.
- Kan, M., Gülçubuk, B., ve Küçükçongar, M. (2012). Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma Olanakları. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 1, 93-101.
- Kargiglioğlu, Ş., & Akbaba, A. (2016). Yerli gastroturistlerin eğitim seviyeleri ve yaş gruplarına göre destinasyondaki gastronomi turizmi etkinliklerine katılımları: Gaziantep'i ziyaret eden gastroturistler üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 4(1), 87-95.
- Kızıllırmak, İ., Ofluoğlu, M., & Şişik, L. (2016). Türkiye'de uygulanan gastronomi turları rotalarının web tabanlı analizi ve değerlendirmesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 4(Special Issue 1), 258-269.
- Kim, Y. G., Suh, B. W., & Eves, A. (2010). The relationships between food-related personality traits, satisfaction, and loyalty among visitors attending food events and festivals. *International journal of hospitality management*, 29(2), 216-226.
- Kivela, J., & Crotts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of hospitality & tourism research*, 30(3), 354-377.

- Küçükkömürler, S., Şırvan, N. B., & Sezgin, A. C. (2018). Dünyada ve Türkiye’de gastronomi turizmi. *Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2), 78-85.,
- Kyriakaki, A., Zagkotsi, S., & Trihas, N. (2013, May). Creating authentic gastronomic experiences for tourists through local agricultural products: the ‘Greek breakfast’ project. In *International Scientific Conference-Tourism Trends and Advances in the* (Vol. 21).
- López-Guzmán, T. ve Sánchez-Cañizares, S. (2012). Gastronomi, turizm ve destinasyon farklılaştırması: İspanya’da bir vaka çalışması. *Ekonomi ve Finans Dergisi*, 1, 63-72.
- Mak, A. H., Lumbers, M., & Eves, A. (2012). Globalisation and food consumption in tourism. *Annals of tourism research*, 39(1), 171-196.
- Mason, M. C., & Paggiaro, A. (2009). Celebrating local products: The role of food events. *Journal of Foodservice Business Research*, 12(4), 364-383.
- Morgan, M. (2006). Making space for experiences. *Journal of Retail & Leisure Property*, 5, 305-313.
- Müzeler İç Hizmetler Yönetmeliği. (1990, Haziran 16). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. *Resmî Gazete*, 20583.
- Özbay, G. (2017). Düünden bugüne gastronomi. *Tüm yönleriyle gastronomi bilimi*, 1-35. Özgen, N. (2015). *Gastronomi Turizmi ve Türkiye’deki Uygulamaları*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Özdemir, Ö. (2022). *Tüketicilerin seyahat motivasyonlarının geliştirilmesinde gastrorehberliğin rolüne ilişkin model önerisi: Türkiye örneği* [Doktora tezi, Gazi Üniversitesi].
- Polat, E. (2017). Turizm ve coğrafi işaretleme: Balıkesir örneği. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 17-31.
- Richards, G. (2012). Food and the tourism experience: major findings and policy orientations. *Food and the tourism experience*, 13-46.
- Silkes, CA, Cai, LA, & Lehto, XY (2013). Mutfak turistine pazarlama. *Seyahat ve Turizm Pazarlaması Dergisi*, 30 (4), 335-349.
- Smith, S., & Costello, C. (2009). Culinary tourism: Satisfaction with a culinary event utilizing importance-performance grid analysis. *Journal of vacation marketing*, 15(2), 99-110.
- Stanley, J., & Stanley, L. (2014). *Food tourism: A practical marketing guide*. Cabi.
- Şahin, G. G., & Ünver, G. (2015). Destinasyon pazarlama aracı olarak “gastronomi turizmi”: İstanbul’un gastronomi turizmi potansiyeli üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 3(2), 63-73.
- Tobelem, J. M. (2007). The marketing approach in museums. In *Museum Management and marketing* (pp. 294-312). Routledge.

- Türk Patent ve Marka Kurumu, (2021). Coğrafi işaret, www.turkpatent.gov.tr, Erişim Tarihi: 28.05.2025
- Türker, N., & Akmanoğlu, E. (2022). Yeni Yiyecek Fobisi Ve Gastronomi Turizminin Gelişmesine Etkisi: Kalitatif Bir Çalışma. *Gastroia: Journal Of Gastronomy And Travel Research*, 6(1), 177-198.
- UNWTO (United Nations World Tourism Organization). (2017). *Second Global Report on Gastronomy Tourism*. Madrid: UNWTO.
- Üzümcü, O. O. (2018). *Gastronomi kültürü ve gastronomi turizmi açısından Likya bölgesini ziyaret eden turistler üzerine bir inceleme* (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Yenipinar, U., Köşker, H., & Karacaoğlu, S. (2014). Turizmde yerel yiyeceklerin önemi ve coğrafi işaretleme: Van otlu peyniri. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 2(2), 13-23.
- Zaman, S., & Kayserili, A. (2015). The role of geographical signs in gastronomy tourism: A case study of Erzurum çag kebab. *International Journal of Academic Research in Environment and Geography*, 2(1), 40-45.

Sportif Havacılık Faaliyetlerinin Özel İlgi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi

Gönül Akın¹

Özet

21'inci yüzyılda teknolojiadaki gelişmeler, sosyal medyanın gücü, jenerasyonlar arasındaki farklılıklar, bireylerin ilgi alanlarının ve tatil beklentilerinin değişmesine yol açmış, bu durum turizm çeşitlerinin artmasına neden olarak giderek gelişen özel ilgi turizmini ön plana çıkarmıştır. Bu bağlamda sportif havacılık faaliyetleri, turistlere fiziksel olduğu kadar psikolojik anlamda da farklı deneyimler sunarak özel ilgi turizmi kapsamında önemli bir yer edinmiştir. Yamaç paraşütü, planör uçuşları, sıcak hava balonculuğu, yelkenkanat ve motorlu yamaç paraşütü gibi sportif havacılık türleri; macera, adrenalin, doğa ile etkileşim ve özgürlük hissi yaşama arayışında olan turistler için cazip birer seçenek haline gelmiştir. Bu bölümde sportif havacılık faaliyetleri birer turistik ürün olarak değerlendirilmekte ve özel ilgi turizmi kapsamında ele alınmaktadır. Literatür taraması aracılığıyla gerçekleştirilen bu araştırma, sportif havacılığın turizm destinasyonlarının tanıtımına ve markalaşmasına önemli katkılarda bulunduğunu, sürdürülebilir turizmin gelişimine ivme kazandırdığını ortaya koymaktadır. Literatür araştırmasından elde edilen bulgular, sportif havacılık faaliyetlerinin destinasyonların rekabet gücünü artırdığını ve yerel kalkınmayı desteklediğini göstermektedir. Bu çerçevede turizm profesyonellerine ve yöneticilerine sportif havacılık faaliyetlerine özel ilgi turizmi kapsamında daha fazla önem vermeleri ve destinasyonların pazarlanmasında stratejik bir araç olarak ele almaları önerilmektedir.

Giriş

Turizm bireylerin ilgi alanlarına, sürekli değişen ihtiyaçlarına, tatilden beklentilerine ve yaşam tarzlarına göre giderek çeşitlenmiş ve farklı alt türlere ayrılmıştır. Bu durum geleneksel ve kitlesel turizmin ötesine geçerek yeni turizm türlerinin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Bu bağlamda ortaya çıkan

1 Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Beykent Üniversitesi, gonulakin@beykent.edu.tr, 0000-0002-7279-4511

özel ilgi turizmi kişilerin hobileri, tutkuları veya merak duyguları etrafında şekillenerek, daha içsel ve deneyim temelli seyahatlere dönüşmüştür (Trauer, 2006). Özel ilgi turizmi, doğadan kültüre, spordan sağlığa kadar pek çok alanı kapsayan tematik turizm türlerini içermekte olup; tüketicinin pasif bir izleyici değil, aktif bir katılımcı olduğu bir turizm biçimini ifade etmektedir (Read, 1980; Douglas, Douglas & Derrett, 2001). Özel ilgi turizmi; doğa turizmi, kültür turizmi, gastronomi turizmi, sağlık turizmi gibi çeşitli alt türlere ayrılmakta olup son yıllarda adrenalin ve macera arayışının yükselmesiyle birlikte sportif faaliyetlerini de kapsamına almaya başlamıştır. Özel ilgi turizmine olan ilginin giderek arttığı günümüzde sportif havacılık faaliyetlerine olan ilgi ve merak da aynı doğrultuda artmaktadır (Akın & Karaca, 2024).

Sportif havacılık yamaç paraşütü, planör uçuşu, sıcak hava balonculuğu, drone uçuşları, paraşütle atlama gibi motorlu veya motorsuz hava araçlarıyla yapılan bireysel veya küçük grup temelli uçuş faaliyetleridir (Kekeç vd., 2020). Sportif havacılık, sadece bir spor etkinliği değil, aynı zamanda doğayla etkileşimi ve mekânsal bir keşfi de barındıran çok amaçlı deneyimler bütünüdür. Sportif havacılık, katılımcılarının belirli teknik bilgiye, fiziksel yeterliliğe ve özgüvene sahip olmasını gerektirdiğinden, bu faaliyetlere katılım gösteren bireyler çoğu zaman niş bir turist profili yansıtmaktadır (Buckley, 2010). Bu da sportif havacılığı, özel ilgi turizminin bir alt dalı haline getirmekte; kişiselleşen turizm deneyimleriyle örtüşen özgün bir tema üzerinden yeniden tanımlamaktadır.

Bu bölümde, sportif havacılık kavramı literatür temelli olarak ele alınmış ve özel ilgi turizmi ile olan kesişim noktaları ve etkileşim potansiyeli irdelenmiştir. Öncelikle sportif havacılığın tanımı ve kapsamı, türleri, tarihsel gelişimi açıklanmıştır. Daha sonra sportif havacılığın özel ilgi turizmi çerçevesinde nasıl konumlandığı, Türkiye’de hangi destinasyonlarda gerçekleştiği ve gerçekleştiği destinasyonlara nasıl sosyal ve ekonomik katkılar sunduğu ortaya konulmuştur. Son olarak, sportif havacılıkta karşılaşılan güvenlik sorunları, sürdürülebilirlik ve çevre ile ilgili sorunlar tartışılmış, bu sorunların giderilmesine ve sportif havacılığın geliştirilmesine yönelik tavsiyelerde bulunulmuştur. Yapılan bu değerlendirme, alanyazında sınırlı sayıda çalışılan bu özgün temayı kavramsal bir çerçeveye oturtmayı ve gelecekteki araştırmalar için teorik bir zemin sunmayı amaçlamaktadır.

1. Sportif Havacılığın Tanımı, Türleri ve Tarihsel Gelişimi

Bireylerin sportif amaçlarla gerçekleştirdiği uçuş faaliyetlerini kapsayan sportif havacılık genel olarak tanımı, türleri ve tarihsel süreç içerisindeki gelişimi ile aşağıdaki şekilde ele alınabilir.

1.1. Sportif Havacılığın Tanımı ve Kapsamı

Sportif havacılık ile ilgili çeşitli kuruluşlar ve akademisyenler tarafından yapılmış olan farklı tanımlamalar mevcuttur. Bu tanımlardan birkaçı şöyledir;

- Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü (SHGM) sportif havacılığı amatör havacılık faaliyetleri olarak sınıflandırmakta ve “600 kg ağırlığı geçmeyen hava araçlarıyla sportif ya da eğitsel amaçla yapılan ve profesyonel olmayan uçuşlar” şeklinde tanımlanmaktadır (SHGM, 2016).
- Dünya Hava Sporları Federasyonu (FAI) ise sportif havacılığı, insanların kendilerini gökyüzünde özgürce ifade ettikleri bir dizi aktivite olarak tanımlamaktadır (FAI, 2022).
- Türkiye Hava Sporları Federasyonu (THSF), sportif havacılığın tanımını, uçuşun sportif ve eğitsel yönlerine odaklanan, katılımcıların amatör olarak katıldığı ve belirli kurallar çerçevesinde yürütülen hava sporları şeklinde yapmaktadır (THSF, 2023).
- Yılmaz ve Yeşilyurt (2020) sportif havacılığın, havacılığın doğuşuyla birlikte ortaya çıktığını ifade etmekte ve zamanla rekreasyon, yarışma, eğitim gibi amaçlarla yapılan özel uçuş faaliyetleri haline geldiğini belirtmektedir.

Yapılan bu tanımlamalardan yola çıkarak sportif havacılığın tanımı ve kapsamı için şunlar söylenebilir;

Sportif havacılık, ticari ve askeri olmayan amaçlarla yapılan, bireylerin genellikle hobi, spor, eğitim veya rekreasyon gibi amaçlarla gerçekleştirmiş oldukları uçuş faaliyetlerini kapsamaktadır. Sportif havacılık faaliyetleri hafif hava araçlarıyla yapılan, profesyonellik gerektirmeyen ama bazı beceriler isteyen, katı düzenlemelerin olmadığı ama belli kurallar çerçevesinde gerçekleştirilen uçuşları içermektedir.

1.2. Sportif Havacılık Türleri

Literatürde sportif havacılık çeşitli alt türlere ayrılmaktadır. Bunlar arasında en yaygın olanlar şöyledir;

- **Planör Uçuşu (Gliding/Soaring):** Motor gücü olmadan hava akımlarını kullanarak yapılan uçuşlardır. Dünyada oldukça yaygın olarak tanınan ancak Türkiye’de yaygın olmayan sportif faaliyetlerden olan planör uçuşları (Keskin vd., 2019), alışlagelmiş tatil anlayışının dışında macera arayışı ve merak, keşif, başarı gibi güdüler ile yapılmaktadır (Ewert, 1994 & Pomfret, 2006). Macera turizmi katılımcı profili üzerine araştırmalarda bulunan Williams ve Soutar (2009), katılımcıların büyük çoğunluğunun eğitim seviyesi yüksek, orta yaş ve üstü, doğasever, macera sever ve risk almaktan çekinmeyen özgüvenli bireyler olduğunu ortaya koymuştur. Bu bulgular planör uçuşu katılımcı profili ile uyumaktadır. Ayrıca teknik bilgi ve beceri gerektirmesi nedeniyle eğitim almadan yapılması mümkün olmayan planör uçuşları, deneyimsel öğrenmenin bir parçasıdır ve diğer turistik aktivitelerden ayrılan en önemli özelliği uzmanlaşmadır (Wurdinger & Carlson, 2010).
- **Yamaç Paraşütü (Paragliding):** Hafif ve taşınabilir paraşüt benzeri bir kanatla yüksek tepelerden yapılan uçuş türüdür (Pirselimoğlu Batman & Demirel, 2015). Bireylerin rutinin dışına çıkma, heyecan ve özgürlük hissi yaşama (Buckley, 2007; Pomfret, 2006), kendini gerçekleştirme (Ewert & Hollenhorst, 1989; Houge Mackenzie & Kerr, 2013) motivasyonlarıyla örtüşmektedir. Csikszentmihalyi (1990), yamaç paraşütü ile akış deneyimini ilişkilendirdiği çalışmalarıyla tanınmaktadır ve bu aktivitelere katılan bireylerin anda kalma, anı yaşama, zamanın akışına kapılma hisselerinde olduğunu vurgulamaktadır.
- **Motorlu Yamaç Paraşütü (Paramotor):** Yamaç paraşütüne motor eklenerek yapılan uçuş türüdür. Paramotor uçuş, sırtta veya üç tekerlekli bir taşıyıcı sisteme entegre edilen küçük bir motorla gerçekleştirilmektedir. Yaklaşık 20–30 kg ağırlığındaki bu motor sistemi, pilotun kısa bir koşu mesafesiyle havalanmasına olanak tanımaktadır. Bu sistem sayesinde yüksek dağlık alanlara ihtiyaç duyulmazken düz zeminlerden de kolaylıkla kalkış yapılabilir (Graham vd., 2008). Bu yönüyle klasik yamaç paraşütünden ayrılan motorlu yamaç paraşütü daha kontrollü olduğundan Swarbrooke ve diğerleri (2003) tarafından soft macera turizmi olarak adlandırılmaktadır. Bu sportif aktivite katılımcılarının en önemli motivasyonları arasında doğal manzaralar seyretme ve özgürlük hissi yaşama yer almaktadır (Gyimóthy & Mykletun, 2004).

- **Yelkenkanat (Hang Gliding):** Motorsuz sportif havacılık faaliyetlerinden biridir. Delta şeklinde sabit kanatlarla ve pilotun gövdesine bağlı bir süspansiyon sistemiyle havada süzülmesini sağlamaktadır. Pilotun yaptığı bedensel hareketlerin uçuşa yön vermesi nedeniyle aerodinamik uçuş deneyimini ön plana çıkarmaktadır (Celsi vd., 1993). Yapılan araştırmalar yelkenkanat severlerin risk ve macera seven, orta ve üstü gelir seviyesinde ve yüksek düzeyde eğitilmiş kişiler olduğunu göstermektedir (Ewert & Hollenhorst, 1989; Gyimóthy & Mykletun, 2004).
- **Mikro Işık Uçuşlar (Microlight/Ultralight Flight):** Ultralight ya da microlight olarak adlandırılan hafif (**450-600 kg arasında değişen** maksimum kalkış ağırlığına sahip) genellikle iki kişilik motorlu küçük uçaklarla yapılan sportif uçuşlardır (CAA, 2021). Özellikle dağlık, kıyı veya ormanlık alanlarda yapılan bu uçuşlar, doğal manzara gözlemi, adrenalin arayışı ve özgürlük hissi gibi motivasyonlarla tercih edilen bir sportif havacılık türüdür (Buckley, 2010).
- **Sıcak Hava Balonculuğu (Hot Air Ballooning):** Havanın ısıtılarak bir balon zarfı içinde yükseltilmesi prensibine dayanan bir uçuş türüdür. Tarihte ilk kez 1783 yılında Montgolfier kardeşler tarafından Fransa’da denenmiş ve bu başarılı deneyim ilk insanlı sportif havacılığın başlangıcı olarak kabul edilmiştir (Gifford, 2013). Balon uçuşlarının kapsamı sadece yolcu taşımacılığı değil, aynı zamanda doğa gözlemi, fotoğraf çekimi ve romantik bir deneyim yaşama güdülerıyla özel olarak da kiralanabilen turistik gezileri içermektedir (Gerede, 2006).
- **Drone Uçuşu (Drone Flight):** İnsansız hava araçları (İHA) olarak bilinen drone uçuşları, genellikle hobi ve yarışma amaçlı kullanılan uzaktan kumandalı hava araçları ile yapılan uçuşlardır. Askeri amaçlar için geliştirilen dronelar (Konar & Kekeç, 2021), zamanla tarım, güvenlik gibi amaçlarla kullanılmaya başlanmış (Colomina & Molina, 2014), daha sonraları ise fotoğraf-video çekimi, eğlence-spor ve turistik amaçlara hizmet etmeye başlamıştır (Herkes İçin Havacılık Derneği, 2023). Günümüzde giderek yaygınlaşan dronelar, turistik destinasyonların tanıtımında ve sportif yarışmalarda yoğun olarak yer almaktadır (Sunar vd., 2018).

1.3. Sportif Havacılığın Tarihsel Gelişimi

Sportif havacılık tarihi aslında havacılık tarihi kadar eskiye dayanmaktadır. Havacılığın öncüleri olarak bilinen Wright Kardeşler’in 1903 yılında gerçekleştirdikleri ilk motorlu uçuştan kısa bir süre sonra, uçmanın sadece

ulaşım ya da askeri amaçlar için değil, aynı zamanda bireysel bir tutku ve spor olarak da yapılabileceği anlaşılmıştır. 20. yüzyılın başlarında Wright Kardeşlerin bu uçuşları ile birlikte bireysel uçuş denemeleri de hız kazanmıştır (Yılmaz & Yeşilyurt, 2020). 1920'lerden günümüze sportif havacılık faaliyetlerinin tarihsel gelişimini aşağıdaki dönemler halinde incelemek mümkündür;

- **1920'ler-30'lar:** 1920'li yıllarda, I. Dünya Savaşı sonrası dönemde pilotluk eğitimi alan kişilerin sivil yaşamda da uçuşa isteği, sportif havacılık faaliyetlerinin gelişmesine zemin hazırlamıştır. Özellikle Avrupa'da Almanya, Fransa ve İngiltere gibi ülkelerde planör uçuşları yaygınlaşmış ve havacılık kulüpleri kurulmuştur. Kulüpler tarafından düzenlenen hava gösterileri ve yarışmalar halkın yoğun ilgisini çekmeye başlamıştır (AOPA, 2020). Türkiye'de ise sportif havacılık Türk Hava Kurumu'nun (THK) 1925 yılında kurulması ile birlikte gelişmeye başlamış ve gençlerin havacılığa ilgisini artırmak amacıyla planör ve paraşüt gibi branşlar yaygınlaştırılmıştır (THK, 2024).
- **1940'lar-50'ler:** II. Dünya Savaşı sonrasında sivil havacılık büyük bir ivme kazanmış, sivil havacılığa ilgi artmış ve pek çok savaş pilotu sportif havacılığa yönelmiştir (İnan, 2020).
- **1960'lar-80'ler:** Teknolojik ilerlemeler, hafif ve ucuz hava araçlarının gelişimini sağlamış ve böylece sportif havacılıkta kullanılan hava araçları popüler hale gelmiştir (Kekeç vd., 2020).
- **1990'lar- 2000'ler:** Uluslararası spor federasyonlarının kurulmasıyla sportif havacılık daha kurumsal bir yapıya kavuşmuş, FAI (Fédération Aéronautique Internationale) birçok dalı standartlaştırmıştır. Bu kurumlar tarafından sportif havacılık (planör, yamaç paraşütü, yelkenkanat, balon, mikrolight, vb.) daha sistematik hale gelmiş, tanımları ve kuralları belirlenmiş ve resmîyet kazanmıştır. Ayrıca bu dönemden itibaren havacılık sporları olimpiik düzeyde tanınma ve organizasyon yapıları açısından önemli gelişmeler göstermiş, ulusal ve uluslararası yarışmalara katılımın artmasıyla ivme kazanmıştır (FAI, 2023).
- **2000-Günümüz:** Sportif havacılık faaliyetleri turizm, eğitim ve kişisel gelişim amaçlı olarak hem bireysel hem de ticari anlamda geniş bir yelpazede sürdürülmekte ve geniş kitleler tarafından tercih edilmektedir (Yıldız, 2018).

2. Sportif Havacılığın Turizmle Kesişimi

Sportif havacılık faaliyetleri turizm sektöründe çekicilik olma özelliği ve macera turizmindeki yeri sebebiyle etkili bir role sahiptir. Bu faaliyetler Türkiye’de ve dünyada artarak yaygınlaşmaktadır.

2.1. Sportif Havacılık Faaliyetlerinin Turistik Çekiciliği

Günümüzde turizm sektörü seyahat, konaklama, yeme-içme gibi faaliyetler içeren geleneksel yapıdan uzaklaşarak deneyim temelli ve katılımcı etkinliklerin ön plana çıktığı yeni bir forma dönüşmüştür. Bu bağlamda sportif havacılık faaliyetleri doğayla iç içe, fiziksel efor gerektiren ve yüksek düzeyde kişisel tatmin sağlayan özellikleriyle çekici bir turistik ürün haline gelmiştir. Macera turistleri için oldukça çekici olan sportif havacılık faaliyetleri bazı destinasyonların gelişmesine ve markalaşmasına da zemin hazırlamıştır.

2.2. Sportif Havacılık Faaliyetlerinin Macera Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi

Opaschowski (2001), 21. Yüzyılın seyahatlerini “satın alınan cennet” olarak tanımlamakta ve turizm endüstrisinin giderek deneyim endüstrisi kimliğine büründüğünü ifade etmektedir. Turistlerin ürünler değil hisler satın almak istediklerini, seyahatlerinde macera, estetik, ambiyans gibi duygusal uyarılar aradıklarını ve kısıtlı zamanda en iyi deneyimleri yaşamak istediklerini vurgulamaktadır. Macera turizmi doğa temelli, fiziksel aktivite içeren ve katılımcıda heyecan ve adrenalin yaratan deneyimlere dayalı bir turizm türü olarak tanımlanmaktadır. Bu turizm türü; trekking, dağcılık, rafting, yamaç paraşütü, dalış, zipline, kampçılık ve bungee jumping gibi çok çeşitli faaliyetleri kapsamaktadır (UNWTO, 2014). Bu faaliyetler havada, suda ya da karada yapılabilmektedir. Havada yapılan sportif faaliyetlerden olan yamaç paraşütü, sıcak hava balonu, planör uçuşu, microlight uçuşlar, yelkenkanat ve drone gibi turistik amaçlı sportif havacılık etkinliklerinin turistik çekiciliği büyük ölçüde katılımcıların motivasyonlarına dayanmaktadır. Literatürde bu motivasyonlar; macera arayışı, heyecan ve adrenalin ihtiyacı, doğa ile etkileşim, özgürlük hissi ve doğal eşsiz manzaraları deneyimleme arzusu şeklinde özetlenmektedir (Buckley, 2007; Pomfret, 2006). Macera turizminin doğa temelli yapısı, fiziksel aktivite gerektirmesi, katılımcıda heyecan ve adrenalin yaratması sportif havacılık faaliyetlerinin motivasyonları ile birebir uyuşmakta olduğundan sportif havacılığın macera turizmi kapsamında değerlendirilmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır.

2.3. Dünyada ve Türkiye’de Sportif Havacılık Turizmi Potansiyeli

Read’e (1980) göre kişiler özel ilgi duydukları faaliyetleri gerçekleştirebilmek amacıyla özel bölgelere seyahat etmektedirler. Sportif havacılık türlerinin her biri farklı bir özellik taşıdığından bu faaliyetler için özel olarak belirlenmiş destinasyonlar bulunmaktadır. Aşağıda sportif havacılık faaliyetlerinin gerçekleştirildiği başlıca destinasyonlar yer almaktadır.

2.3.1. Başlıca Destinasyonlar

Sportif havacılık hem dünyada hem Türkiye’de büyük ilgi görmektedir. Her nerede yapılırsa yapılsın bölgenin gerçekleştirilen sportif aktivite için en uygun yer olarak seçilmesi gerekmektedir. Özellikle dağlık, yüksek rakımlı ve termal hava akımlarının elverişli olduğu bölgelerde planör turizmi gelişme göstermektedir. Avrupa’da Alpler, Yeni Zelanda’da Omarama ve Türkiye’de Eskişehir-İnönü planör uçuşlarında öne çıkan destinasyonlardır (Buckley, 2012). Yamaç paraşütünün dünyada en meşhur olduğu ülke İsviçre iken Türkiye’de Muğla-Fethiye’de yoğun ilgi görmektedir (Hazar, 2007). Türkiye’de Fethiye-Babadağ yamaç paraşütünde ilk sırayı korurken, Denizli-Pamukkale, Ankara-Gölbaşı, Bolu-Abant, Isparta-Eğirdir, Kayseri-Ali Dağı, Eskişehir-İnönü diğer başlıca uçuş noktalarıdır (Pirselimioğlu Batman & Demirel, 2015). Motorlu yamaç paraşütü olan paramotor uçuşlar Ankara-Gölbaşı, Antalya-Alanya ve Denizli-Pamukkale bölgelerinde yapılmaktadır (Yılmaz, 2018; Baruk vd., 2019). Yelkenkanat dünyada Brezilya-Rio de Janeiro, İsviçre-Interlaken, Fransa-Annecy oldukça meşhurken; Türkiye’de yamaç paraşütüyle de ön plana çıkan destinasyonlar olan Fethiye-Babadağ ve Erzincan-Munzur Dağlarında yapılmaktadır, ancak yamaç paraşütüne oranla oldukça sınırlıdır. Sıcak hava balonculuğunun dünyada ünlü olduğu destinasyonlar Myanmar-Bagan ve ABD-Napa Vadisi iken Türkiye’de özellikle Nevşehir-Kapadokya bölgesinde önemli bir turistik çekim unsurudur (Güzel ve Şahin, 2019).

2.3.2. Eğitim, Organizasyonlar ve Etkinlikler

Dünyada sportif havacılığın en yetkili kuruluşu olan Uluslararası Havacılık Federasyonu (FAI), World Air Games (Dünya Havacılık Oyunları) adıyla akrobasi, balonculuk, planörcülük, yamaç paraşütü gibi disiplinlerde yarışmalar düzenlenmektedir (FAI, 2025). Uluslararası Fethiye Ölüdeniz Hava Oyunları Festivali, Türkiye’nin en kapsamlı hava sporları etkinliği olup yamaç paraşütü başta olmak üzere birçok sportif havacılık disiplinini içermektedir (Fethiye Belediyesi, 2023). Kapadokya, dünyanın en yoğun sıcak hava balonu turizmine sahip bölgelerden biridir. Düzenlenen festivaller bölge turizmine büyük katkı sağlamaktadır (Özen & Özdemir,

2019). Türk Hava Kurumu sportif havacılığın her dalında çeşitli eğitimler ve yarışmalar düzenleyerek havacılığın gelişimine katkı sağlamaktadır (THK, 2024). TEKNOFEST kapsamında düzenlenen insansız hava araçları (İHA) yarışmaları gençlerin teknoloji ve havacılıkla buluşmasına olanak sağlamaktadır (T3 Vakfı, 2023).

2.3.3. Sportif Havacılığın Ekonomik ve Sosyal Etkileri

Sportif havacılık faaliyetlerinin, Pine ve Gilmore' un 4E modeli olan entertainment, educational, escapist, esthetic olarak sınıflandırdığı deneyim ekonomisi çerçevesinde ele alınarak eğlence, eğitim, kaçış ve estetik deneyim bileşenlerini içerdiği söylenebilir. 4E modeline göre işletmeler rekabet avantajı yakalamak için tüketicilere ürünlerin ötesinde unutulmaz deneyimler sunmalıdır (Pine & Gilmore, 1999). Bu durum sadece işletmeler için değil, aynı zamanda destinasyonlar için de geçerlidir. Yapılan araştırmalarda planör uçuşlarının yapıldığı küçük kasaba ve kırsal alanlarda turizmi canlandırıcı etkileri olduğu ifade edilmiştir. Bu tür sportif aktiviteler yerel işletmeler, konaklama, yeme-içme ve eğitim merkezleri aracılığıyla ekonomik döngüye önemli katkılar sağlamaktadır (Higham & Hinch, 2009). Benzer şekilde Türkiye'de Fethiye, Erzincan, Kayseri gibi bölgelerde yamaç paraşütü turizminin yerel kalkınmaya ve destinasyon markalaşmasına katkıda bulunduğu tespit edilmiştir (Barut vd., 2019; Işık vd., 2022; Tosun, 2000). Yelkenkanat ekipman kiralama gerektiren bir spor olduğundan bulunduğu bölge ekonomisine katkı sağlamaktadır (Higham & Hinch, 2009). Son yıllarda açık hava rekreasyonel faaliyetleri spor malzemesi endüstrisi için oldukça gelir getirici ve talep yaratan bir endüstri haline gelmiştir (Fuchs & Hovemann, 2022). Sıcak hava balonculuğu da diğer sportif havacılık branşlarında olduğu gibi bulunduğu bölgenin yerel istihdamını destekleyerek ekonomik katkı sağlamaktadır (UNWTO, 2020). Görüldüğü üzere sportif havacılık faaliyetleri gerçekleştiği bölgenin yerel işletmelerine gelir getirici etki yaratarak olumlu ekonomik faydalar sağlamaktadır. Aynı zamanda destinasyonların tanıtımında aktif rol oynayarak destinasyonların pazarlanmasına ve rekabet avantajı elde etmesine ışık tutmaktadır.

2.3.4. Sportif Havacılık Faaliyetlerinde Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri

Sportif havacılık faaliyetlerinde sık sorunla karşılaşılan konular ve dikkatle üzerinde durulması gereken çözüm önerileri bulunmaktadır. Güvenlik, risk yönetimi, sürdürülebilirlik ve çevresel etkiler belirtilen hususlar arasında yer alır.

2.3.4.1. Güvenlik ve Risk Yönetimi

Sportif havacılık faaliyetlerinin bazıları motorlu bazıları motorsuz gerçekleştirilen aktiviteler olup her birinin belli oranda risk taşıdığı bilinmektedir. Literatürde nispeten az risk taşıyanlar soft macera turizmi kapsamında değerlendirilirken, yüksek risk taşıyan aktiviteler hard macera turizmi kapsamına girmektedir. Yamaç paraşütü, yüksek risk içeren bir doğa sporudur (Bahadır vd., 2023). Yapılan araştırmalar sonucunda uzun yıllar bu sportif aktiviteye katılanların risk algılarının, yeni başlayanlara nazaran daha düşük olduğu görülmüştür (Holyfield, 1999). Motorlu yamaç paraşütü ise, kalkış ve inişte klasik yamaç paraşütünde olduğu gibi paraşütün açılmaması gibi olumsuz durumları ortadan kaldırdığı için avantaj sağlamaktadır; ancak beklenmedik motor arızaları, yanlış yakıt yönetimi veya mekanik bakım eksikliği gibi durumlarda kazaların meydana gelmesi kaçınılmazdır (ICAO, 2019). Yelkenkanat, yüksek düzeyde hava durumu yorumlama yeteneği gerektirmekte olup yetersiz ekipman riski çok yüksek bir sportif aktivitedir (Holyfield, 1999). Sıcak hava balonculuğu hava koşullarına son derece duyarlı olup, riski minimuma indirebilmek için genellikle sabahın çok erken saatlerinde gerçekleştirilmektedir (UNWTO, 2020). Buradan hareketle, sportif havacılıkta riski minimuma indirebilmek adına tüm güvenlik önlemleri çok iyi bir şekilde alınmalıdır. Bununla birlikte katılımcıların belli bir bilgi, beceri ve deneyimi olması da risk yönetimi açısından önem arz etmektedir.

2.3.4.2. Sürdürülebilirlik ve Çevresel Etkiler

Turizm ve çevre karşılıklı etkileşim içinde olup, birbirini etkilemektedir (Day & Cai, 2012). Özel ilgi turizmi, kitle turizminin hareketsiz yapısına tepki olarak doğan daha aktif, çevreye karşı daha duyarlı bir turizm türüdür (Tanrısevdi & Şenol, 2003). Yamaç paraşütü motor kullanımı gerektirmediğinden genellikle çevreye olumsuz etkisi olmayan, çevre dostu bir sportif faaliyet olarak tanımlanmaktadır. Bu yönüyle sürdürülebilir turizm için önemli ve doğal alanların bilinçli kullanımını teşvik edebilecek bir faaliyettir. Costa ve Chalip (2005) yamaç paraşütü aktivitesine katılan turistlerin çevreye duyarlı bireyler olduğunu araştırmasında açıkça ifade etmektedir. Ancak motorlu yamaç paraşütü (paramotor) için aynı şeyi söylemek mümkün değildir. Motorlu yamaç paraşütü, klasik yamaç paraşütü ile kıyaslandığında motor gürültüsü, yakıt kullanımı gibi bir takım olumsuz çevresel etkiler yaratabilmektedir. Literatürde çevresel etki değerlendirmeleri ile ilgili konularda özellikle koruma altındaki doğal alanlarda yapılması araştırmalara konu olmuştur (Hill & Gale, 2009). Bütün bunlar sportif havacılık faaliyetlerinin çevreye duyarlı aktiviteler olduğunu göstermekte olup turizmin çevresel sürdürülebilirliğine katkıda bulunmaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Bu bölümde, sportif havacılık faaliyetlerinin her biri özel ilgi turizmi kapsamında değerlendirilmiştir. Yapılan kapsamlı literatür araştırmaları sonucunda elde edilen bulgular, sportif havacılık faaliyetlerinin sadece birer spor dalından ibaret olmadığı, aynı zamanda turizm açısından yüksek potansiyele sahip birer deneyim türü olduğunu ortaya koymaktadır. Yamaç paraşütü, planör uçuşu, sıcak hava balonculuğu, motorlu yamaç paraşütü, yelkenkanat gibi sportif havacılık türleri, macera arayışı içinde olan turistler için özgün ve unutulmaz deneyimler sunmaktadır. Doğayla iç içe gerçekleştirilen bu aktiviteler fiziksel sağlığın yanında yüksek düzeyde kişisel tatmin de sağlamaktadır. Hissedilenler genellikle haz, mutluluk, özsaygı, sıra dışı hissetme ve özgürlük hissi olmaktadır. Sportif havacılık sadece birey üzerinde pozitif etkiler yaratmakla kalmayıp gerçekleştirildiği destinasyonlara da önemli katkılar sağlamaktadır. Bu katkılar arasında turizm sezonunu uzatma, destinasyonları farklılaştırarak cezbedici ve tercih edilir hale getirme ve yerel kalkınmaya destek olma sayılabilir. Türkiye’de özel ilgi turizmi açısından sportif havacılık faaliyetlerinin daha tanınır, daha güvenilir ve daha tercih edilir olmasına yönelik bazı öneriler getirilmiştir;

- Sportif havacılığın yoğun olarak yapıldığı destinasyonlarda altyapı ve ulaşım olanakları güçlendirilerek bu alanların özel ilgi turizmi destinasyonu olarak markalaşması sağlanmalıdır.
- Sportif havacılık faaliyetleri ve destinasyonları, dijital platformlar ve içerikler aracılığıyla tanıtılarak hedef kitlelere daha etkili biçimde ulaşması sağlanmalıdır.
- Sportif havacılığın geliştiği bölgelerde yerel halkın bu faaliyetlere katılımı sağlanarak bu kapsamda kooperatifler ve yerel girişimler teşvik edilmelidir.
- Üniversiteler, turizm işletmeleri ve yerel yönetimler arasında kurulacak üniversite-sektör iş birlikleriyle sportif havacılık faaliyetlerinin turizmdeki rolünü arttırmaya yönelik geliştirici politikalar oluşturulmalı ve uygulanmalıdır.

Kaynakça

- Akın, G., & Karaca, C. (2024). Sportif havacılık faaliyetlerinde ototelik kişiliğin ekstrem spor tüketim güdülerine etkisi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 7(4), 1271–1289. Doi: 10.33083/joghat.2024.468
- Aircraft Owners and Pilots Association (AOPA). (2020). *A history of general and sport aviation*. <https://www.aopa.org>
- Bahadır, Z., Yoka, O., & Yoka, K. (2023). Yamaç paraşütçülerindeki heyecan arayışının, yaralanma kaygısı ve özgüven ile ilişkisi. *Sportive*, 6(2), 217–228. <https://doi.org/10.53025/sportive.1313325>
- Barut, A. İ., Demir, A., Ballıkaya, E., & Çifçi, F. (2019). Doğa yürüyüşü ve yamaç paraşütü sporu yapan bireylerin yaşam doyumu ve öz yeterliklerinin incelenmesi. *Spor Eğitim Dergisi*, 3(2), 137–145. <https://doi.org/10.16950/std.12739>
- Buckley, R. (2007). Adventure tourism products: Price, duration, size, skill, remoteness. *Tourism Management*, 28(6), 1428–1433. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.01.003>
- Buckley, R. (2010). *Adventure tourism management*. London: Butterworth- Heinemann.
- Celsi, R. L., Rose, R. L., & Leigh, T. W. (1993). An exploration of high-risk leisure consumption through skydiving. *Journal of Consumer Research*, 20(1), 1–23. <http://jcr.wisc.edu/>
- Civil Aviation Authority (CAA). (2021). *Microlight aircraft: operational rules and definitions*. Retrieved from <https://www.caa.co.uk>
- Colomina, I., & Molina, P. (2014). Unmanned aerial systems for photogrammetry and remote sensing: A review. *ISPRS Journal of Photogrammetry and Remote Sensing*, 92, 79–97. <https://doi.org/10.1016/j.isprsjprs.2014.02.013>
- Costa, C. A., & Chalip, L. (2005). Adventure sport tourism in rural revitalisation-An ethnographic evaluation. *European Sport Management Quarterly*, 5(3), 257-279.
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*. Harper & Row
- Özen, İ.A., Güneren Özdemir, E. (2019). Kapadokya sıcak hava balonculuğu üzerine nitel bir araştırma. *Nerşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 9(2), 579-595.
- Day, J., & Cai L. (2012). Environmental and energy-related challenges to sustainable tourism in the United States and China. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 19(5), 379-388.
- Douglas, N., Douglas, N., & Derrett, R. (2001). *Special interest tourism: Context and cases*. John Wiley & Sons.

- European Union Aviation Safety Agency (EASA). (2015). *Light aircraft and sport aviation: General aviation roadmap*. <https://www.casa.europa.eu>
- Ewert, A., & Hollenhorst, S. (1989). Testing the adventure model: Empirical support for a model of risk recreation participation. *Journal of Leisure Research*, 21(2), 124–139.
- Ewert, A. (1994). Playing the edge: Motivation and risk taking in a high-adultitude sport. *Journal of Sport Behavior*, 17(2), 67–81.
- Fédération Aéronautique Internationale (FAI). (2022). International aeronautical sports. <https://www.fai.org/>
- Fédération Aéronautique Internationale (FAI). (2023). *History of air sports*. Fédération Aéronautique Internationale. <https://www.fai.org/history>
- Fédération Aéronautique Internationale (FAI). (2023). *About air sports*. <https://www.fai.org/airsports>.
- Fethiye Belediyesi. (2023). 22. Uluslararası Ölüdeniz Hava Oyunları Festivali Programı. <https://www.fethiye.bel.tr>
- Fuchs, M., & Hovemann, G. (2022). The circular economy concept in the outdoor sporting goods industry: Challenges and enablers of current practices among brands and retailers. *Sustainability*, 14, 7771. <https://doi.org/10.3390/su14137771>
- Gerede, E. (2006). *Sivil havacılık faaliyetlerin sınıflandırılması ve Türkiye’de hava taşımacılığı faaliyetlerinin tanımlanmasına ilişkin sorunlar. Kayseri VI. Havacılık Sempozyumu*, 12-14 Mayıs, Nevşehir.
- Gifford, C. (2013). *The development of flight*. Gareth Stevens Publishing.
- Gössling, S., & Hall, C. M. (2021). *Tourism and drones: Challenges and opportunities*. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(5), 813–833. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1817040>
- Graham, A., Papatheodorou, A., & Forsyth, P. (Eds.). (2008). *Aviation and tourism: Implications for leisure travel*. Routledge.
- Gyimóthy, S., & Mykletun, R. J. (2004). Play in adventure tourism: The case of Arctic trekking. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 855–878.
- Hall, C. M., & Page, S. J. (2014). *The geography of tourism and recreation: Environment, place and space* (4th edition). Routledge.
- Hazar, A. (2007). Spor ve turizm, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Herkes İçin Havacılık Derneği (HİDD). (2023). <https://herkesicinhavacilik.com/2023/04/20/dronelarin-en-sik-kullanildigi-alanlar-nerelerdir/>
- Higham, J., & Hinch, T. (2009). *Sport and tourism: Globalization, mobility and identity*. Butterworth-Heinemann.
- Hill, J., & Gale, T. (2009). *Ecotourism and environmental sustainability: Principles and practice*. Ashgate.

- Holyfield, L. (1999). Manufacturing adventure: The buying and selling of emotions. *Journal of Contemporary Ethnography*, 28(1), 3–32.
- Houge Mackenzie, S., & Kerr, J. H. (2013). Stress and emotions at work: An adventure tourism guide's experiences. *Tourism Management*, 36, 3–14. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.11.013>.
- ICAO (2019). *Manual on Remotely Piloted Aircraft Systems (RPAS)*. International Civil Aviation Organization.
- Işık, H. H., Yıldız, Y., Yumuk, E. D., & Güngörmüş, H. A. (2022, Mayıs 16–19). *Destinasyon markalaşmasında yamaç paraşütü turizminin rolü: Ölüdeniz örneği*. 3. Uluslararası Rekreasyon ve Spor Yönetimi Kongresi Bildiri Kitabı, Club Calimera Serra Palace, Antalya.
- İnan, T. T. (2020). *Sivil havacılıkta güncel konular: Sivil havacılık tarihi ve değişen trendler*. Hiper Yayın, İstanbul.
- Güzel, F. Ö., & Şahin, İ. (2019). Experiential aspects of balloon tourism within the context of destination marketing: A qualitative study. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(3), 793–810.
- Kekeç E.T., Konar M., Dalkıran F. (2020). Sportif havacılık için düşük maliyetli, kullanışlı variometre tasarımı ve gerçekleştirimi. *Journal of Aviation*, 4(1), 79-88.
- Keskin, G., Durmuş, S., Karakaya, M., Teoman, A., & Kuşhan, M. C. (2019). Motorsuz uçuş prensibi: Planör. *Mühendis ve Makina*, 60(695), 165–177.
- Konar, M., & Kekeç, E. T. (2021). İnsansız hava araçlarının uçuş süresinin termal hava akımları kullanılarak arttırımı. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi* (23), 394-400. <https://doi.org/10.31590/ejosat.874809>
- Lüttgens, F., & Winker, R. (2012). *Introduction to microlight flying*. Aviation Press.
- Opaschowski, H. W. (2001). Tourismus im 21. Jahrhundert, das gekaufte paradies. Hamburg: B.A.T. Freizeit-Forschungsinstitut GmbH.
- Pine, B. J., & Gilmore, tJ. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Harvard Business Press.
- Pirselimoğlu Batman, Z., & Demirel, Ö. (2015). Altındere Vadisi Meryemana Deresi güzergâhında doğa temelli turizm etkinliği: Yamaç paraşütü. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 5(11), 13–26. <https://doi.org/10.16950/std.12739>
- Pomfret, G. (2006). Mountaineering adventure tourists: A conceptual framework for research. *Tourism Management*, 27(1), 113–123. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.08.003>
- Pomfret, G., & Bramwell, B. (2014). The characteristics and motivational decisions of outdoor adventure tourists: A review and analysis. *Current Issues*

- in *Tourism*, 19(14), 1447–1478. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.925430>
- Read, R. (1980). Special interest travel. In J. Christopher Holloway (Ed.), *The Business of Tourism* (pp. 137–150). McGraw-Hill.
- SHGM. (2016). SHY-6C/Amatör Havacılık Faaliyetleri Yönetmeliği. Ankara.
- Sunar, H., Gökçe, F., Kılınç, C., & Cihangir, İ. S. (2018, Nisan 20–21). **Gençlik turizmi kapsamında yeni trend: Drone yarışları / New trend in the context of youth tourism: Drone races. VII. Ulusal III. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı** (ss. 712–718). İskenderun Teknik Üniversitesi.
- Swarbrooke, J., Beard, C., Leckie, S., & Pomfret, G. (2003). *Adventure tourism: The new frontier*. Butterworth-Heinemann.
- Tanrısevdi, A., & Çavuş, Ş. (2003). Özel ilgi turizmi ve özel ilgi turizmi kapsamında Kuşadası ve çevresinde var olan potansiyel kaynaklar üzerine kuramsal bir inceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14(1), 9–21.
- T3 Vakfı. (2023). *TEKNOFEST Teknoloji Yarışmaları*. <https://www.teknofest.org>
- Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. *Tourism Management*, 21(6), 613–633.
- Trauer, B. (2006). Conceptualizing special interest tourism—Frameworks for analysis. *Tourism Management*, 27(2), 183–200. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.10.004>
- Türk Hava Kurumu (THK). (2024). *Sportif havacılık faaliyetleri*. <https://www.thk.org.tr>
- Türkiye Hava Sporları Federasyonu (THSF). (2023). *Hava sporları branşları*. <https://www.thsf.org.tr>
- UNWTO. (2014). *Global report on adventure tourism*. Madrid: United Nations World Tourism Organization.
- UNWTO. (2020). *Adventure tourism development index*. World Tourism Organization.
- Yıldız, S. (2018). Türkiye’de sportif havacılığın gelişimi ve gençlik politikalarıyla ilişkisi. *Journal of Aviation and Space Studies*, 4(1), 22–36.
- Yılmaz, M. (2018). Türkiye’de sportif havacılık faaliyetleri ve gençlik eğitimi: Planör uçuşları örneği. *Türk Havacılık Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 45–58.
- Yılmaz, M., & Yeşilyurt, M. (2020). *Sportif havacılık: Türkiye’deki sportif havacılık faaliyetleri üzerine stratejik bir değerlendirme, temel sorun alanları ve çözüm önerileri*. İksad Yayınevi, Ankara.
- Weed, M., & Bull, C. (2009). *Sports tourism: Participants, policy and providers* (2nd ed.). Elsevier.

- Williams, P., & Soutar, G. (2009). Value, satisfaction and behavioral intentions in an adventure tourism context. *Annals of Tourism Research*, 36(3), 413–438. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.02.002>
- Wurdinger, S. D., & Carlson, J. A. (2010). *Teaching for experiential learning: Five approaches that work*. Rowman & Littlefield Education.

Alternatif Turizm Kapsamında Romantizm Turizmine Yeni Bir Boyut Kazandırmak: Güneşin Doğuşu-Batışı Turizmi ☺

Yasemin Asiltürk Okutan¹

Özet

Turizm, her geçen gün büyüme potansiyeli gösteren ve kendini sürekli geliştiren en önemli hizmet sektörlerindendir. Bu yönü ile yalnızca ulusal düzeyde değil, uluslararası arenada da toplum için önemli etkiye sahiptir. Turizm farklı endüstrilerden ürün talep etmekte ve çeşitli tüketim faaliyetlerinden oluşmaktadır. Turizm her insan için farklı anlamlar ifade etmektedir. Bu sebeple turistler farklı seyahat motivasyonlarına sahiptirler. Bu noktada turizm turistlerin farklı beklenti ve ihtiyaçlarını karşılamak için toplum ve endüstri ile birlikte gelişmektedir.

Turizm dendiğinde insanların aklına gelen deniz-kum-güneş üçlüsünü kırmak ve yeni alternatifler ortaya koymak turizmde sürdürülebilirliği sağlamak için önemli bir adımdır. Bu sebeple turizmi çeşitlendirmek, turistlere farklı deneyimler sunmak ve turizmi her mevsime yayarak sürdürülebilirliğini sağlamak için alternatif turizm ortaya çıkmıştır. Alternatif turizm, destinasyonların geliştirilmesi noktasında tüm paydaşların katılımı ile gerçekleşen taşıma kapasitelerini temel alarak planlanan turizm için önemli bir alan oluşturmaktadır.

İnsanlar yeni deneyimler edinmek, daha önce yaşamadığı duyguları yaşamak ve eşsiz anlar geçirmek için alternatif turizm türlerine yönelmektedir. İnsanların içinde bulunan merak, onları yeni destinasyonları keşfetmeye ve farklı kişisel deneyimler edinmeye yönlendirmektedir. İnsanların ilgi alanlarına göre tercih ettiği alternatif turizmlerden biri de romantizm turizmidir. Bu bağlamda turistler keyifli anlar yaşamak ve yeni hazlar edinmek için romantik noktaları belirlemektedir. Bu noktalar arasında güneşin doğuşunun veya batışının izlendiği destinasyonlar da yer almaktadır. Turistler romantizm turizmi kapsamında bu destinasyonlarda vakit geçirerek aynı zamanda bölgesel kalkınmaya katkı sağlamaktadır.

1 Dr. Öğr. Üyesi, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, yasilturkokutan@agri.edu.tr, ORCID No: 0000-0001-9134-6995

Giriş

Turizm, her geçen gün büyüme potansiyeli gösteren ve kendini sürekli geliştiren en önemli hizmet sektörlerindendir. Bu yönü ile yalnızca ulusal düzeyde değil, uluslararası arenada da toplum için önemli etkiye sahiptir. Turizm farklı endüstrilerden ürün talep etmekte ve çeşitli tüketim faaliyetlerinden oluşmaktadır. Turizm her insan için farklı anlamlar ifade etmektedir. Bu sebeple turistler farklı seyahat motivasyonlarına sahiptirler. Bu noktada turizm turistlerin farklı beklenti ve ihtiyaçlarını karşılamak için toplum ve endüstri ile birlikte gelişmektedir. Yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkması ile birlikte internet daha etkin bir hal alarak turizm alanında yenilikleri beraberinde getirmiştir. Çok fazla verinin bulunması insanların ilgisini çekmiş ve deneyimlerini etkilemiştir. Yeni bilgi iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sosyal medya araçlarının etkisini artırmış ve turistlerin istek ve beklentileri değişmiştir. Turizm bu beklentileri karşılayabilmek için turistler için yeni eğilimler ortaya çıkarmaktadır.

Turizm dendiğinde insanların aklına gelen deniz-kum-güneş üçlüsünü kırmak ve yeni alternatifler ortaya koymak turizmde sürdürülebilirliği sağlamak için önemli bir adımdır. Bu sebeple turizmi çeşitlendirmek, turistlere farklı deneyimler sunmak ve turizmi her mevsime yayarak sürdürülebilirliğini sağlamak için alternatif turizm ortaya çıkmıştır. Alternatif turizm, destinasyonların geliştirilmesi noktasında tüm paydaşların katılımı ile gerçekleşen taşıma kapasitelerini temel alarak planlanan turizm için önemli bir alan oluşturmaktadır. Alternatif turizm, farklı turizm destinasyonlarının turizme kazandırılması, turizmin tüm yıla yayılması ve elde edilen gelirden yerel halkın faydalanması gibi hedeflere sahiptir.

Alternatif kelime olarak iki olasılık arasında seçim yapmak, biri yokken diğerini yerine kullanmak şeklinde ifade edilmektedir. Bu noktada alternatif turizm kitle turizmine karşı olarak mevsimsellikte yaşanan yoğunluğun önüne geçmeyi amaçlamaktadır. Bu sebeple alternatif turizm, bir bölgede bulunan ana turizm faaliyetine alternatif olarak turizm çeşidi ortaya çıkarmaktadır. Değişen tüketici davranışlarına karşılık vermek için özellikle de son yıllarda sürdürülebilir turizmi yaygınlaştırmak için alternatif turizmin önemi artmaktadır. Doğal kaynakların etkin kullanımını temel alan sürdürülebilirlik anlayışı alternatif turizmin de temelini oluşturmaktadır. Turistlerin daha bilinçli olması ve gelişen çevre bilinci ile alternatif turizm destinasyonlarının geliştirilmesi hız kazanmıştır. Bunun yanı sıra ülkelerin turizmi bütün yıla yayarak turizmden elde edecekleri gelirler, ekonomik ve sosyal gelişimleri için de önemlidir.

Yaşam standartlarının artması, toplumun bilinçlenmesi ve teknolojik gelişmeler diğer endüstrileri olduğu gibi turizm sektörünü de değişime uğratmıştır. İnsanlar yeni deneyimler edinmek, daha önce yaşamadığı duyguları yaşamak ve eşsiz anlar geçirmek için alternatif turizm türlerine yönelmektedir. İnsanların içinde bulunan merak, onları yeni destinasyonları keşfetmeye ve farklı kişisel deneyimler edinmeye yönlendirmektedir. İnsanların ilgi alanlarına göre tercih ettiği alternatif turizmlerden biri de romantizm turizmidir. Bu bağlamda turistler keyifli anlar yaşamak ve yeni hazlar edinmek için romantik noktaları belirlemektedir. Bu noktalar arasında güneşin doğuşunun veya batışının izlendiği destinasyonlar da yer almaktadır. Turistler romantizm turizmi kapsamında bu destinasyonlarda vakit geçirerek aynı zamanda bölgesel kalkınmaya katkı sağlamaktadır.

1. Alternatif Turizm

Alternatif kelimesi, Oxford sözlüğünde birden fazla şeyden biri, bir diğer seçenek olarak ifade edilmektedir (Oxford, 2016). Başka bir sözlükte ise bir seçim yapma ihtimali olarak belirtilmektedir. Türk Dil Kurumu sözlüğünde alternatif kelimesi seçenek, değişik, farklı, karşı şeklinde ifade edilmektedir (TDK, 2016). Alternatif turizm, bir fikir veya felsefe olarak ortaya çıkmakta, modern turizm olarak yansımaları görülmektedir. Alternatif turizm olgusu, kitle turizmine alternatif olarak ortaya atılmıştır. Alternatif turizmde kitle turizminin büyük ölçekli işletmelerinin yerine yerel özellikli küçük işletmeler yer almaktadır (Weaver, 2006).

Alternatif turizm, doğaya duyarlı ve sürdürülebilir ilkelere bağlı gelişen turizm şeklidir (Baytok, 2017). Diğer bir ifadeye göre alternatif turizm, kitle turizminin oluşturduğu etkileri azaltan, turizmden elde edilen gelirleri daha dengeli ve yerel halkı öncelik alarak dağıtmak daha geniş zamanda turistik ürün ve hizmet içeren turizm şeklidir (Kozak ve Bahçe, 2012). Kitle turizmindeki standartlaşmış turistik ürünlerin yerini alternatif turizmde daha kişiselleştirilmiş ve farklı konseptli ürünler almaktadır.

Alternatif turizm, kitle turizmine karşıt olarak değerlendirilirken olumlu ekonomik etkiler sağlamakta ve ideal bir turizm ifade etmektedir. Azalan kaynaklara karşın sürdürülebilirliği sağlamak adına ortaya konan bu turizm anlayışında tüketicilerin klasik turizm anlayışından sıkılarak farklı beklentilere girmesi ve turizmin tüm yıla yayılarak gerçekleşmesi esastır. Tüketicilerin farklı heyecanlarının karşılanması alternatif turizmde çıkış noktasıdır.

Kitle turizmi ile alternatif turizmin karşılaştırılması ile ortaya çıkan özelliklere bakıldığında;

- Kitle turizm kontrolsüz ve hızlı gelişirken, alternatif turizm yavaş ve kontrollü büyümektedir.
- Kitle turizmi büyümeye odaklı, çevre ve topluma duyarlı değilken, alternatif turizm planlı, uzun dönemde büyüme vadeden özellik taşımaktadır.
- Kitle turizminde kentsel yeni mimari yapılar ön planda iken, alternatif turizmde mevcut olan binalar değerlendirilmektedir.
- Kitle turizmini tercih eden turistler gruplar halinde seyahat ederken, alternatif turizmde daha bireysel turistler bulunmaktadır.
- Kitle turizmi herkese hitap eden paket turlar, kısa süreli ve konforlu seyahat içermekte iken, alternatif turizm kişiye özel programlar sunarak, kendi ilgisi doğrultusunda seyahat edenleri kapsamakta ve uzun süreli olmaktadır.

Alternatif turizmin kendine has özellikleri bulunmaktadır. Bunlar (Kozak ve Bahçe, 2012):

- Küçük ölçekli ve yerel yatırımlara öncelik verilmektedir.
- Sürdürülebilir anlayışı temel alınmakta ve yavaş bir gelişim göstermektedir.
- Zaman ve mekân açısından yayılma bulunmaktadır.
- Çevresel, toplumsal, ekonomik taşıma kapasiteleri dikkate alınmaktadır.
- Yerel ve özgün mimari yapıya özen gösterilmektedir.
- Gelişiminde tüm paydaşların katılımı önemlidir.
- Hem yerel halkın hem de tüketicinin yaşam kalitesini artırıcı faaliyetler içermektedir.
- Yerel halk ile turistler arasında pozitif bir etkileşim sağlamak öngörülmektedir.
- Doğal, sosyal ve toplumsal değerlerle tutarlı çevre bilinci ön plandadır.
- Kitle hareketler yerine küçük gruplar yer almaktadır.
- Geleneksel, yerel ve özgün ürünlerin korunmasına ve üretilmesine önem verilmektedir.
- Bireysel turizm faaliyetleri ön plandadır.
- Her bölgede geliştirilebilmektedir.

Alternatif turizm gelecek kuşakların haklarının gözetilerek günümüz turizm faaliyetlerinin planlanmasının yapılmasını, gelecekteki turizm gelişmelerine öncülük edecek çözüm modellerini içermektedir (Duran ve Özkul, 2018). Öte yandan, plansız ve dengesiz gelişmeye karşın başta yerel halk olmak üzere turizmden elde edilen faydaların eşit dağılımının sağlanması alternatif turizm için çıkış noktasıdır. Buna ek olarak turistlerin farklı deneyim yaşama isteklerinin oluşması, yeni şeyler keşfetme arzusu alternatif turizme verilen önemi artırmaktadır.

Turizm kalkınması hem arz hem de talep odaklıdır. Modern dönemin oluşturduğu standart ve kitlesel talepler, bireyci yaklaşım ile yeniden şekillenmektedir. Alternatif turizm kitle turizminde yer alan üretim ve satış odaklı yaklaşımın aksine tüketici odaklı yeni yaklaşımın hem sonucu hem de nedenidir.

Alternatif turizm ortaya çıkarken temel amaç, insanların değişen seyahat beklentilerine daha iyi karşılık vermek, ülkenin potansiyellerini daha iyi kullanmak, ekonomik, sosyal ve kültürel kazanımları artırmaktır (Albayrak, 2013). Alternatif turizmin temel amacı, yerel halk ve ziyaretçiler arasında kültürel ve karşılıklı iletişim kurmaktır.

Alternatif turizm, kitle turizminden daha esnek üretime ve organizasyona sahip olan ürünler içermektedir. Örneğin alternatif turizmde ziyaretçiler yerel halkın evlerinde konaklamaktadır. Bu bağlamda alternatif turizm, yerel halk ve misafirlerin olumlu yönde karşılıklı etkileşimini sağlayan, doğal, sosyal ve toplumsal değerleri içermektedir (Kozak ve Bahçe, 2012).

Alternatif turizm, küçük ölçekli ve düşük yatırım düzeyine sahip, yerel halkın yüksek katılımını kapsayan nitelikler taşımaktadır (Triarchi ve Karamanis, 2017). Alternatif turizm toplum temelli turizm şeklidir ve özellikle toplumsal ve çevresel duyarlılığa dayalıdır.

Alternatif turizm, kaynakların korunmasını ve geliştirilmesini amaçlayarak, yerel halkı turizme dâhil etmekte ve turizmin olumsuz etkilerinin azalmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda fiziksel, psikolojik, ekonomik taşıma kapasitesi dikkate alınarak turizm anlayışı ortaya konmaktadır. Yerel unsurlar temel alınarak, yerel değerlerin korunması, eski yapıların özgünlüklerinin kaybedilmeden turizm faaliyetlerine kazandırılması amaçlanmaktadır. Turizmin çevre üzerindeki etkileri en aza indirgenerek ekolojik sürdürülebilirliğin sağlanması sağlanacaktır.

Aynı zamanda kültürel sürdürülebilirliğin de dikkate alındığı alternatif turizm turistlerin aktif katılımını sağlayan model önermektedir. Alternatif turizme katılan turistler, ziyaret ettikleri bölgelerin özelliklerine göre kültürel

yaşam tarzlarına aktif olarak katılım sağlamaktadır. Alternatif turistler girişimci ruha sahip, risk alabilen ve alışılmadık yerleri keşfeden kişilerdir. Bu bilgiler ışığında alternatif turistlerin özellikleri şu şekilde belirtilmektedir (Akış ve Kaya, 2013).

- Özgür ve bağımsız gezginlerdir.
- Bir yerde uzun süre kalabilirler.
- Bireysel olarak seyahat ederler.
- Mevsimsellikten etkilenmezler.
- Yeni deneyimlere açıktırlar.
- Kendilerine güvenirlir.
- Diğer kültürlere saygı gösterirler.
- Gelir seviyeleri yüksektir.

Alternatif turizmin çıkış noktasının kitle turizmine karşı çıkmak ve onun olumsuz etkilerini azaltmak olduğu göz önüne alınarak, doğru planlama, doğru yönlendirme yapılması gerekmektedir. Aksi takdirde alternatif turizm kontrol edilmediğinde kitle turizmine dönüşerek topluma ve çevreye zararlı sonuçlar oluşturabilecektir.

2. Turizmde Yeni Eğilimlerin Ortaya Çıkması

Günümüzde turizm hem içerik hem de biçimsel olarak değişime uğramıştır. Önceleri ekonomik düzeyi yüksek olan seçkinler tarafından yapılan faaliyetler olan turizm artık lüks bir deneyimden ziyade ihtiyaç haline gelmiştir (Gomez vd., 2016).Ekonomik, sosyal, çevresel ve politik etkenler turizmde farklı yaklaşımlara ihtiyaç duyulduğunu ortaya koymaktadır. Kitle turizminin çevrede oluşturduğu olumsuz etkiler, ülkeler arası eşitsizlikler ve post-modern kültür alternatif turizm türlerini ortaya çıkarmıştır (Triarchi ve Karamanis, 2017).

Yaşam standartlarının artması, gelişen teknoloji ve turistlerin bilinçlenmesi gibi etkenler turizmde yaşanan değişimleri beraberinde getirmiştir. İnsanlar yeni deneyimler edinmek ve seyahat etme konusundaki farkındalıklarının artması yeni turizm eğilimlerini geliştirmiştir. İnternetin etkin kullanımı insanların yaratıcılıklarını ve meraklarını artırmış, turistlerin yeni destinasyonlar bulma ihtiyacı artmıştır. Bu sebeple yeni trendlerin ve taleplerin ortaya çıkmasına katkı sağlamıştır. Turizmde yer alan bu eğilimler yeni turizm türlerini beraberinde getirmiştir.

Afet turizmi: Uluslararası turizmde karanlık turizmin alt dalı olarak görülmekte olan afet turizmi, turistlerin afet bölgesindeki mevcut durumu öğrendiği, yerel pazarda para harcayıp bölge ekonomisine katkı sağlayan turizm türüdür (Nagai, 2012). Turistler, doğal afetlerin yaşandığı merkezlere ziyaret gerçekleştirmektedir.

Atom turizmi: Dünyanın her yerinde nükleer santral olarak inşa edilen, atom bombalarının test edildiği ve bilim adamlarının atom enerjisi üzerine incelemeler yaptığı mekânları turistik yerler haline gelmiştir. Turistlerin nükleer felaketlerle ilgili olan bu yerleri ziyaret etmesini içeren turizm şeklidir (Petroman ve Tiberiu, 2021).

Babymoon turizmi: Bu tür turizm şekli, ebeveynlerin bebekleri doğmadan önce yaptıkları romantik veya rahatlatıcı tatilleri kapsamaktadır (Gabor ve Oltean, 2019). Çiftler bebekleri doğmadan önce eğlenmek için son kez tatile çıkmaktadır.

Doğum turizmi: Hamile kadınların doğum yapmak için yurtdışına seyahat ettikleri bu turizm türünde (Wang, 2018), amaç ebeveynlerin bebeklerinin başka bir ülke vatandaşlığını almalarını sağlamaktır (Choi ve Lai, 2020). Bu turizm şeklinde, insanlar çocuklarının geleceğini garanti altına almayı hedeflemektedir.

Gecekondu turizmi: Bu turizm şeklinde etnik, kültürel ve yaşam tarzı farklılıkları ön plandadır. Farklı yaşam tarzlarını deneyimlemek isteyen meraklı turistler, bu turizm türünde talep oluşturmaktadır (Choe, 2015). Bu turizm şeklinde turistler metruk binaları ziyaret etmekte ve yeni bir deneyim edinmektedir.

Glamping turizmi: Geleneksel kampçılığın daha konforlu ve lüks türü olan bu turizm çeşidinde (Hrgovic vd., 2018), vahşi doğada özel konaklama hizmeti sunulmaktadır. Doğa ve kamp turizminin bir arada olduğu glamping turizmi ev rahatlığında kamp yapmayı esas almaktadır (Yıldırım ve Erkiş, 2019). Şehir hayatından uzaklaşmak isteyen, doğayı ve kampı seven turistler için alternatiftir.

Köpekbalığı turizmi: Eko turizmin bir türü olan bu turizm şeklinde köpekbalıklarının korunması esastır. Bu turizmde yapılan etkinlikler arasında su altına dalış yapılarak, köpekbalıklarının gözlemlenmesi ve bu alanlara teknik gezi yapılması bulunmaktadır (Ziegler vd., 2012). Deniz yaban hayatının sürdürülebilirliği için önemli bir alternatif turizmdir.

Pokemon Go Turizmi: Bu turizm çeşidinde turistlerin destinasyonları keşfetmeleri ve daha yüksek düzeyde etkileşim sağlamaları için mobil oyunlar kullanılmaktadır (Zach ve Tussyadiah, 2017). Konum tabanlı artırılmış

geçeklik mobil oyunu ile gerçek yerlere konumlandırılmış karakterler destinasyonlarda gezi gerçekleştirmektedir.

Son şans turizmi: Küresel ısınmalar ve çevresel faktörler sebebiyle yok olmaya yüz tutmuş turistik yerlerin seyahat edilmesini kapsayan (Wu, 2019). bu turizm türü yeni bir eğilim olarak karşımıza çıkmaktadır. Turistler bu destinasyonları kaybolmadan önce son kez görebilmektedir.

Soy turizmi: Kişisel miras ve aile tarihi alanlarına yapılan seyahatler olarak tanımlanan (Mehtiyeva ve Prince, 2020), bu turizm türünde turist soy ağacının izini sürmektedir. Bu kapsamda turistler atalarıyla bağları olan yerlere seyahat etmekte, kuşakları ile yeniden bağlantı kurmaktadır.

Oyuncak turizmi: Bu turizm şeklinde çeşitli nedenlerle seyahat edemeyen kişilerin bağ kurdukları oyuncakları kendi yerlerine seyahate göndermeleri ve seyahatlerden fotoğraflar gönderilmesi yer almaktadır (Pekerşen vd., 2017). Turistik yerleri ziyaret eden gezgin oyuncakların olduğu bu turizm türünde oyuncakların seyahati tasvir etmesi, deneyimlemesi ve belgelemesi turist için odak noktasıdır.

Ünlü turizmi: Ünlülerin ana cazibe merkezi olduğu turizm şeklidir. Halkın ünlülere olan hayranlığının ve onlarla kişisel bağlantı kurmalarının temelinde gerçekleşen bu turizm türü özellikle reklamlar için sıkça kullanılmaktadır (Glover, 2009). Ünlüler, kitle iletişim araçları ile yönlendirilen toplumlarda kültürel bir simge olmaktadır. Bu sebeple turistlerin destinasyon seçim süreçlerini ve seyahat davranışlarını etkilemektedir.

Vegan turizmi: Veganlık, hayvanların yiyecek, içecek veya diğer amaçlarla sömürülmesine karşı duran bir yaşam tarzıdır (Kojic, 2020). Vegan beslenmek isteyen tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamak için bazı popüler şehirlerde vegan restoranlar ve vegan menüler yer almaktadır. Vegan turizmde hayvanların besin veya başka bir amaçla sömürülmesine karşı çıkmak üzere yapılan seyahatlerdir.

Romantizm turizmi: Bu turizm şeklinde ekonomik olarak zengin ülkelerden gelen turistler gelişmekte olan ülkelerdeki yerel halk ile yakın ilişkiler kurmaktadır (Berdychevsky, 2016). Turistler ile yerel halkın arasında yaşanan romantik, cinsel ve maddi ilişkiler bu turizmin temelinde yer almaktadır.

Değişen turist ihtiyaç ve beklentilerine karşılık verebilmek için turizmde yeni eğilimler ortaya çıkmıştır. Günümüzde turistlerin daha bilinçli olması sebebiyle deniz-kum-güneş üçlüsünden farklı turizm anlayışları aramaktadır. Kitle turizmden sıkılan turistler artık daha bireysel ve farklı deneyimler sağlayan turizm türlerine yönelmiştir.

Önceleri kendi kültürlerine yakın destinasyonları ziyaret eden turistler günümüzde farklı kültürleri ve yaşamları gözlemlemek ve deneyimlemek istemektedir. Bu sebeple turistlerin farklı deneyimler yaşaması için yeni turizm türleri ve yeni yaklaşımlar ortaya çıkmaktadır. Bunlara e olarak değişen turist profilleri, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarının farklılaşması, moda, sosyal medya gibi etkenler turizmde yeni eğilimlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Turizmin ülkelerin ekonomilerine olan katkısı göz ardı edilemez bir gerçektir. Bu sebeple turizmden elde edilen gelirin mevsimsellikten ziyade 12 aya yayılarak bölgelerin ekonomik düzeylerine katkıları artırılmak istenmiştir. Bunun yanı sıra ekolojik dengeyi korumak amacıyla da yeni eğilimler ortaya çıkmıştır.

2.1. Romantizm Turizmi

Romantik turizm kavramsal olarak, ekonomik yönden zengin olan ülkelere gelen kadın turistlerin az gelişmiş ülkeleri ziyaretleri esnasında oradaki yerel erkekler ile maddi, erotik, romantik ilişkiler yaşamasıdır (Frohlick, 2007). Bu kavrama göre bu ilişkiler kadın turistler ile yerel erkekler arasındaki duygusal, romantik katılımlar üzerine gerçekleşmektedir. Romantizm turizmi kadın turistlerin kimliğinin denenmesi, dönüştürülmesi ve cinsiyet rollerinde alan açması özellikleri ile seks turizmden ayrılmaktadır (Berdychevsky, 2016).

Romantizm turizmi ile seks turizmi arasındaki ayrım cinsiyete dayalı olmaktadır. Turist kadınların yerel erkekler ile kurdukları cinsel, romantik, duygusal ilişkiler romantizm turizm olarak değerlendirilirken, turist erkeklerin yerel kadınlar ile benzer ilişkileri seks turizmi olarak incelenmektedir. Bu bağlamda iki kavram arasındaki çizgiler cinsiyete dayalı olarak bölünmektedir.

Bazı araştırmalarda erkekler ve kadınlar arasındaki cinsel turizm deneyimleri farklı şekilde değerlendirilmektedir. Erkeklerin eğilimleri daha çok haz arayışını içerirken kadınlarda romantik ve duygusallık yer almaktadır. Bazı araştırmalar ise her iki cinsiyette de benzer motivasyonlar olduğu ifade edilmektedir. Bu sebeple romantik turizm tam olarak net ifade edilememektedir.

Romantizm turizmi, bazı kaynaklarda çift turizmi veya balayı turizmi olarak da ifade edilmektedir. Samimi, romantik, gözlerden uzak olmayı tercih eden çiftler için özel olarak tasarlanmış seyahatleri ifade etmektedir (Taylor, 2006). Balayı, yıl dönümü, özel günleri kutlamak isteyen bireyler

veya sadece romantik kaçamak arayan kişiler romantizm turizmini tercih etmektedir.

Romantizm turizmi, çiftlere özel ve samimi bir ortamda bağ kurabilme, rahatlama ve aşklarını yaşayabilme imkânları sunmaktadır. Bu özellikleri ile çiftlere kalıcı anlar yaşatarak ilişkilerini güçlendirmeyi amaçlamaktadır. Romantizm turizmine yönelik olan destinasyonlar, romantik bir ortamda kaliteli zaman geçirmek ve ortak deneyimler yaşamak isteyen çiftlere hitap etmektedir. Ayrıca bu çiftlerin özel arzu ve beklentilerini karşılamak için hizmetler sunmaktadır.

Romantizm turizminin sahip olduğu özellikler şu şekildedir:

Balayı seyahatleri: Romantik turizmin başlıca bileşenlerinden biri olan balayı seyahatleri, yeni evli çiftlerin evliliklerini kutlamak için çıktığı seyahatlerdir. Balayına yönelik destinasyonlar, çiftler için özel olarak tasarlanan, mahremiyet içeren romantik deneyim sunan yerlerdir.

Özel günler: İnsanların yıl dönümleri, doğum günleri gibi özel günleri kutlayabilmeleri için tasarlanan seyahatlerdir. Çiftlere bu özel anlarını yeniden anmaları için samimi ve romantik bir ortam sağlar.

Gözlerden uzak ve samimi destinasyonlar: Bu tarz destinasyon genellikle özel tatil köyleri, butik otellerin yanı sıra, samimi yatak ve kahvaltılarının olduğu sessiz, تنها yerleri içermektedir. Çiftler bu destinasyonlarda ayrıcalık ve mahremiyet aramaktadır.

Lüks konaklama: Romantik turizm için tasarlanan tatil köyleri, özel villalar, spa küvetleri gibi mekânların yanı sıra mum ışığında akşam yemekleri, çift aktiviteleri gibi hizmetleri içermektedir.

Romantik aktiviteler: Bu destinasyonlarda çiftlere özel hizmetler sunulmaktadır. Çift masajları, gün batımında yemekler, sahildeki yürüyüşler, özel geziler ve spalar çiftlere sunulan romantik aktiviteler arasında yer almaktadır.

Manzaralı mekanlar: Bu tarz destinasyonlar genelde doğa güzelliklerinin, nefes kesen manzaraların olduğu ve romantik anların yaşandığı çarpıcı ortamlardır.

Macera ve romantizm: Bu aktiviteleri seçen çiftler genelde sıcak hava balonu ile gezmek, manzaralı yürüyüşlere çıkmak ve yeni kültürleri birlikte keşfetmek istemektedir. Macerayı romantizmle birleştiren destinasyonları arayan çiftlerin tercihleridir.

Sağlık rahatlama: Romantizm turizminde sağlıklı yaşam seçenekleri, inzivalar, birlikte gevşeme ve rahatlama gibi huzurlu ortamları tercih eden çiftler için hizmetler sunulmaktadır. Bu destinasyonlarda bulunan tesisler bu özelliklere sahiptir.

Sadece yetişkinler için özel deneyimler: Bazı destinasyonlar yalnızca yetişkin çiftlere hitap ederek onlara yönelik etkinlikler sunmaktadır. Bu destinasyonlar ailelerin ve çocukların dikkat dağıtıcı etkilerinden uzak ortamlar sağlar.

Kültürel mutfak deneyimler: Kültürlere ve mutfağa ilgisi olan çiftler için özel mutfak deneyimleri, şarap tadımları, tarihi yerele yapılan ziyaretler içeren seyahatlerdir. Kültürel zenginlilerin romantizm ile içe içe olduğu aktiviteler yapılmaktadır.

Romantizm turizmi her ne kadar güzel duygular temelinde gerçekleşse de bazı olumsuz yönleri de sahiptir. Özellikle kadınların romantik duygular ile yaşadıkları bu deneyimler seyahatleri esnasında geçici mutluluklar yaşamalarına sebep olmaktadır. Özellikle yurt dışında yaptıkları romantik kaçamaklar özgüven ve cinsel özne olma hissi uyandırmaktadır. Ancak bu deneyimlerin geçici olması, tatil sonrasında yaşanacak yalnızlığı, hayal kırıklığını ve ruhsal zararları beraberinde getirecektir.

2.2. Güneşin Doğuşu-Batışı Turizmi

Gün batımını izlemek, insanların sevdikleri kişiler ile geçireceği romantik anların arka planı olmanın yanı sıra kişinin kendi başına kalıp hayatı yeniden anlamlandırmasıdır. Romantizm turizmi turuna çıkmak isteyen bireyler gün doğuşunu veya batışını izleyerek hem sevdikleri ile duygusal anlar yaşamakta hem de eşsiz anlar bırakmaktadır.

Geleneksel turizm anlayışından ve kitle turizminden sıkılan bireyler özel anlar yaşamak ve bireysel turizm faaliyetleri gerçekleştirmek için alternatif turizm türlerine yönelmektedir. Doğa turizmi, kamp turizmi, karavan turizmi doğada olmayı sevenler tarafından seçilen turizm türleridir. Bu alternatif turizm türlerine bağlı olarak insanlar romantizm turizmi kapsamında belirli noktalarda güneşin doğuşunu veya batışını izlemektedir. Turistlere yeni bir alternatif oluşturmak adına bu noktaların turizme kazandırılması ve güneşin doğuşunu-batışını izlemeye yönelik destinasyonlar haline gelmesi önemlidir.

Türkiye’de veya dünyada güneşin doğuşunun ya da batışının rahatlıkla gözlemlendiği yerler bulunmaktadır. İnsanların burada kamp kurarak veya günü birlik olarak vakit geçirebileceği, gerek sevdikleri ile gerekse bireysel olarak turistik faaliyetler gerçekleştirebileceği bu yerlerin

turizme kazandırılması alternatif turizm kapsamında değerlendirilmesine katkı sağlayacaktır. Bu bölgelerin romantizm turizmine yeni bir boyut kazandırmak için kullanılması, güneşin doğuşunu ve batışını izlemeye yönelik turizm faaliyeti olarak değerlendirilmesi alternatif turizm türlerine katkı sağlayacaktır.

Türkiye’de gün doğumu veya batımının en iyi izleneceği yerlere bakıldığında hepsinin ortak noktasının insanlara eşsiz bir deneyim sunması olduğu görülmektedir. Eşsiz bir manzaraya sahipliği yapan bu yerler ise şunlardır:

Nemrut Dağı: Adıyaman sınırlarında bulunan ve gizemini hala koruyan tarihi bu yer, birçok eseri barındırmasının yanı sıra mükemmel bir gün batımı manzarasına sahiptir. Nemrut kalıntıları ve dev kafa heykelleri arasında güneşin batışını izlemek mistik bir an oluşturmaktadır.

Kapadokya: Türkiye’de gün batımı denilince akla ilk gelen yerlerden olan Kapadokya’da Peri Bacaları eşliğinde güneşin batışının ve doğuşunun oluşturduğu ışık dansları büyüleyici manzaralar oluşturmaktadır. Turistler ayrıca bu eşsiz gün batımı manzarasını sıcak hava balonları ile farklı bir boyuta taşıyabilmektedir.

Knidos Antik Kenti: Muğla’da yer alan bu destinasyon, Akdeniz ve Ege’nin birleştiği noktadadır. Tekir burnu üzerinde olan bu antik kent olağanüstü bir doğa manzarası olan ve güneşin batışının ölümsüz anlar oluşturacağı bir yerdir.

Polento Feneri: Bozcaada’da bulunan bu nokta gün batımı manzarası ile sıkça tercih edilen yerlerdendir. Hem gün doğumunu hem de gün batımını izleme fırsatı sunan Polento Feneri romantizm turizmine katılmak isteyen turistler için anlamlı bir yerdir.

Kaş Seyir Tepesi: Ülkemizin tatil rotalarından olan Kaş harika gün batımı karelerini yakalama fırsatı da sunmaktadır. Mavi ve kıvılcı birleştiği bu yer, turistlere deniz keyfinden sonra panoramik manzarada gün batımı izleme keyfi vermektedir.

Şeytan Sofrası: Ayvalık ilçesinde bulunan bu yer, kendine hayran bırakan bir manzaraya sahiptir. Efsanelere konu olan hikâyesi eşsiz gün batımı manzarası ile birleşince turistler tarafından sıkça tercih edilen bir nokta haline gelmektedir.

Gümüşlük: Bodrum’un en keyifli yerlerinden olan Gümüşlük, sahip olduğu mavi bayraklı plajları ile hem deniz, kum, güneş turizmi için güvenli

bir nokta olmasının yanı sıra, romantik anlara ilham veren gün batımı manzaralarına da sahiptir.

Kelebekler Vadisi: Ege denizinin eşsiz bir manzarasına sahip olan bu vadi güneşin doğuşunun ve batışının izlenebileceği bir konumdadır. Deniz, orman ve doğa manzarasının bir arada olduğu eşsiz kareye güneşin doğuşunun ve batışının da katılması ile ölümsüz anlar yaşanmaktadır.

Bingöl Kale Tepesi: Karlıova ilçesinde bulunan bu tepede güneşin doğuşu birbirinden farklı görüntüleri ortaya koymaktadır. 3250 rakımda yer alan Bingöl Dağları Kale Tepesi güneşin doğuşunun izleneceği eşsiz yerlerdendir.

Apollon Tapınağı: Manavgat Side'de bulunan bu yer hem güneşin doğumu hem de batışını izlemek için tercih edilen yerlerdendir. Sarı, kırmızı ve turuncu renklere boyanan gökyüzünde güneşin doğuşunu ve batışını izlemek turistlere keyif verecektir.

Assos Antik Kenti: Volkanik bir tepeye kurulu olan Assos'ta eski zamanlardan kalma tarihi yapılar bulunmaktadır. Turistler bu yapıları gezerken aynı zamanda gün batımı manzarasına denk gelerek farklı bir deneyim yaşayabilmektedir.

Amasra: Fatih Sultan Mehmet'in dünyanın gözbebeği diye ifade ettiği Amasra kendine hayran bırakan gün batımı manzarasına sahiptir. Turistlere mükemmel gün batımı fotoğrafları sunacak olan bu nokta romantizm turizmi için tercih edilecek yerlerdendir.

Sonuç

Tatil, insanların günlük hayatlarından, sorumluluklarından ve rutinlerinden uzaklaşmak, özgürleşmek ve kendini keşfetmek için ayırdığı bir zamandır. Özgür olma hissi bireylere sosyal normların dışına çıkarak sıradan alışkanlıkların yerine yeni deneyimler yaşamayı hissettirmektedir. Bu yeni deneyimler arasında romantizm turizmi de yer almaktadır. Bu bağlamda cinsellik ve seyahatin birlikte deneyimlendiği farklı haz biçimleri turistler için tercih edilen özgür anlardandır. Alternatif turizm türleri sunmak isteyen turizm endüstrisinde seksüel simgeler kullanılarak destinasyonlara cazibe katılmak istenmektedir.

Seyahat yalnızca yeni yerler görmek değil, kişilerin kendilerini keşfetmesi, güçlenmesi, daha önce deneyimlemediği şeyler ile tatmin olmasını da kapsamaktadır. Bu bağlamda ele alınan romantizm turizmi, özellikle kadın turistlere özgürlük ve kendilerini yeniden bulma hissi vermektedir.

Turistik kültür içinde yer alan romantik çerçeve, turizmin ve özellikle romantizmin fantezi ve duygusal tatmin idealleri ile şekillenmektedir. Özellikle kadınlara yönelik pazarlanan romantizm turizminin, duygusal ve romantik deneyimler yaşanması için daha geçiş kitleye yayılması gerekmektedir. Romantizm turizminde yalnızca cinsellik değil, romantik duygular, aşk ve tutku gibi hisler de yer almaktadır. Turistik kültürdeki romantik çerçeve bir yandan kişisel özgürlük ve kendini bulmak öte yandan daha önce yaşanmamış deneyimler sunmaktadır.

Romantik anlayışa sahip olanlar, dünyayı daha estetik bir hale getirmek ve büyüleyici kılmak isteyenlerdir. Bazen sahiplenici bireycilikteki ruhları bazen de şiddetli tutkuları ile günlük yaşamın sıkıcılığını reddetmektedir. Romantizm turizminin yalnızca cinsellik ile değerlendirmesinin önüne geçmek adına farklı faaliyetlerinde gerçekleştirilmesi önemlidir. Bu bağlamda belirli rotalarda güneşin doğuşunun ve batışının izlenmesi romantizm turizmi kapsamında değerlendirilmeli ve destinasyonlar bu yönde geliştirilmelidir.

Turizmin hem büyüleyici hem de tartışmalı olduğu romantizm turizminde, turizm alanındaki aktörler ve temsilciler bilinçli bir anlayış geliştirmek zorundadır. Yeni mekânların keşfedilmesi ya da var olan mekânların farklı yönlerinin ortaya konması turizme olan talebin arttığı ve turist beklentilerinin farklılaştığı günümüzde turistler için alternatifler sunmaktadır. Bu noktada doğal güzellikleri ile ön planda olan destinasyonların güneşin doğuşu ve batışının izlenebileceği ve kişilere romantik duyguların yaşatıldığı yerler haline gelmesi önemlidir.

Kaynakça

- Albayrak, A. (2013). Alternatif Turizm, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akış ve Kaya, (2013). Manavgat'ın (Antalya) Alternatif Turizm Potansiyeli, Coğrafyacılar Derneği Yıllık Kongresi Bildiriler Kitabı: 95-102.
- Baytok, A. (2017) "Alternatif Turizm Mi Turizmde Çeşitlilik Mi? Kavramsal Bir Değerlendirme", Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (Erzsosde), ÖS-IV, s. 1-14.
- Berdychevsky L. (2016). Romance tourism. In: J. Jafari & H. Xiao (Eds.). Encyclopedia of tourism. Springer.
- Choe J. (2015). Ghetto, tourism. In: J. Jafari & H. Xiao (Eds.). Encyclopedia of tourism. Springer.
- Choi, S. Y. P., ve Lai, R. Y. S. (2020). Birth tourism and migrant children's agency: The 'double not' in post-handover Hong Kong. Journal of Ethnic and Migration Studies, 1-17.
- Duran, E. ve Özkul, E. (2018) Değişen Dünya Turizminde Yeni Alternatifler. (Ed.) Erol Duran ve Özlem Sertkaya Doğan, Türkiye Turizm Coğrafyası, Paradigma Akademik, Çanakkale.
- Frohlick, S. (2007) Akışkan değişimler: Karayipler'deki Kosta Rika'da ulusötesi bir kasabada turist kadınlar ile yerel erkekler arasındaki yakınlık müzakereleri . Şehir ve Toplum 19 , 139 – 168. doi: 10.1525/city.2007.19.1.139 .
- Gabor, M. R., ve Oltean, F. D. (2019). Babymoon tourism between emotional well-being service for medical tourism and niche tourism. Development and awareness on Romanian educated women. Tourism Management, 70, 170–175.
- Glover, P. (2009). Celebrity endorsement in tourism advertising: Effects on destination image. Journal of Hospitality and Tourism Management, 16, 16–23.
- Gómez, M., Medina, F., & Puyuelo, J. (2016). New trends in tourism? From globalization to postmodernism. International Journal of Scientific Management Tourism, 2(3), 417-433.
- Kojic, T. (2020). The environmental benefits of veganism in the context of responsible tourism (Unpublished master dissertation). Uppsala University, Sweden Teknisk-naturvetenskaplig Fakultet UTH-Enheden.
- Kozak, M.A. ve Bahçe, A.S. (2012). Özel İlgi Turizmi, Gözden Geçirilmiş 2.Baskı, Ankara, Detay Yayıncılık.
- Mehtiyeva, A., ve Prince, S. (2020). Journeys of research, emotions and belonging: an exploratory analysis of the motivations and experience of ancestral tourists. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 20(1), 85-103.

- Nagai, N. (2012). Disaster tourism the role of tourism in post-disaster period of Great East Japan earthquake (Unpublished master dissertation). International Institute of Social Studies, Netherland.
- Oxford (2016). <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/alternative>].
- Pekçen, Y., Gülenç Birsen, A., ve Aslan, N. (2017). Oyuncak turist paradoksu. *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 3(4), 653-662.
- Petroman, I. M., ve Tiberiu, I. (2021). Atomic tourism subtype of dark tourism. *Multidisciplinary Conference on Sustainable Development*, 20-21 Mayıs 2021.
- Sanchez-Taylor, J. (2006) Kadın seks turizmi: Terimler açısından bir çelişki mi? *Feminist Review* 83 , 43 – 56 .
- TDK (Türk Dil Kurumu Sözlüğü) (2016). Alternatif nedir?
- Triarchi E. ve Karamanis, K. (2017). The Evolution of Alternative Forms of Tourism: A Theoretical Background, *Business & Entrepreneurship Journal*, 6(1), s. 39-59.
- Triarchi E. ve Karamanis, K. (2017). Alternative Tourism Development: A Theoretical Background, *World Journal of Business and Management*, 3(1), s. 35-54.
- Wang, S. H. (2018). Intra-Asian infrastructures of Chinese birth tourism: Agencies' operations in China and Taiwan. In Y. W. Chan & S. Y. Koh (Eds.). *New Chinese Migrations: Mobility, Home, and Inspirations* (pp. 112-127). Routledge.
- Weaver, D. (2006). *Sustainable Tourism: Theory and Practice*, Oxford;,Elsevier, Butterworth-Heinemann.
- Wu, X. (2019). Analysis of doom of tourism development from the perspective of the tourist demand. *International Journal of Intelligent Information and Management Science*, 8(1), 18-22.
- Yıldırım, G., ve Erkiş, E. (2019). An overview of glamping tourism within the context of the middle east tourism: The case of Turkey. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 6(4), 475-489.
- Zach, F. J., ve Tussyadiah, I. P. (2017). To catch them all – The (un)intended consequences of Pokémon GO on mobility, consumption, and wellbeing. In R. Schegg, R. & B. Stangl (Eds.). *Information & Communication Technologies in Tourism 2017*. Springer International Publishing.
- Ziegler, J., Dearden, P., ve Rollins, R. (2012). But are tourists satisfied? Importance-performance analysis of the whale shark tourism industry on Isla Holbox, Mexico. *Tourism Management*, 33, 692-701.

Helal Turizmde Dijitalleşme ve Sürdürülebilirlik Ekseninde Etik Temelli Rekabet Stratejilerinin Kurumsal Kalite Açısından Değerlendirilmesi

İlhan Keskin¹

Özet

Bu çalışma, helal turizm sektöründe dijital dönüşüm, sürdürülebilirlik ve etik mükemmellik ilkelerinin kurumsal kaliteye etkilerini ele almakta ve bu çerçevede geliştirilebilecek küresel rekabet stratejilerini incelemektedir. Helal turizm, yalnızca İslami gerekliliklere uygun hizmetler sunmakla kalmayıp, aynı zamanda günümüz tüketicilerinin beklentilerini karşılayan kapsamlı ve niş bir özel ilgi seyahati sağlamayı hedeflemektedir. Dijitalleşme, helal turizm sektöründe müşteri deneyiminin kişiselleştirilmesinden operasyonel verimliliğin artırılmasına kadar geniş bir uygulama alanı bulmaktadır. Yapay zekâ (YZ) teknolojileri ise kullanıcıların tercihlerine göre helal seyahat önerileri sunmakta, namaz vakitleri ve helal gıda gibi dini ihtiyaçlara yönelik hizmetler sağlamaktadır. Ayrıca, sanal gerçeklik (VR) ve artırılmış gerçeklik (AR) uygulamaları, özellikle dini ziyaretler öncesinde deneyimi zenginleştirmektedir. Ancak, helal turizmde YZ sistemlerinin İslami esaslara uygun etik prensipler doğrultusunda tasarlanması gerekmekte; bu durum şeffaflık, hesap verebilirlik ve algoritmik önyargıların engellenmesini zorunlu kılmaktadır. Sektörün sürdürülebilir büyümesi, teknolojik yeniliklerin İslami değerlerle uyumlu biçimde benimsenmesine bağlıdır. Bu doğrultuda, politika yapıcılar ve sektör paydaşlarının iş birliğiyle uluslararası standartların geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Böylece hem ekonomik potansiyelin artırılması hem de turistlerin güven ve sadakatının korunması mümkün olacaktır. Sonuç olarak; dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve etik değerlerin bütüncül entegrasyonu, helal turizmde kurumsal kalitenin yükseltilmesi ve rekabet gücünün artırılmasında belirleyici rol oynamaktadır. Çalışma, bu kapsamda politika oluşturucular ve sektör temsilcileri için değerli çıkarımlar sunmaktadır.

1 Dr., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, ilhankeskin@ibu.edu.tr
Orcid: 0000-0002-4790-8599

Giriş

Helal turizm sektörü, küresel ekonomide hızla büyüyen ve giderek daha fazla önem kazanan bir segment olarak öne çıkmaktadır. Dünya genelindeki 2 milyarı aşkın Müslüman nüfusun 2030 yılına kadar 2,2 milyara ulaşması beklentisi, helal turizm endüstrisine yönelik talebin önemli ölçüde artacağını göstermektedir (Çıkkı & Tanrıverdi, 2025). Bu demografik genişleme, helal turizmi küresel seyahat pazarının kritik ve hızla genişleyen bir parçası haline getirmektedir (Timur vd., 2025). Sektördeki müşteri harcamalarının 2025 yılına kadar 189 milyar ABD dolarına (Timur vd., 2025) ve 2026 yılına kadar 200 milyar ABD dolarını aşması beklenmektedir (Isaac, 2024). Bu kayda değer ekonomik değer, helal turizmin küresel çaptaki stratejik önemini vurgulamaktadır. Global turizm trendleri içinde yükselen bu segment, kaliteli hizmet sunumu ile dini değerleri entegre edebilme yeteneğiyle öne çıkmaktadır. Bu bağlamda, kurumların dijital dönüşüme adaptasyonu, sürdürülebilirlik stratejileri ve etik ilkelerle uyumlu yönetim yaklaşımları kurumsal kaliteyi belirleyen temel unsurlar arasındadır.

Helal turizm, İslami gereklilikleri yerine getiren uygun ortamlar ve hizmetler sunarak, izin verilen koşullar altında gerçekleştirilen turistik faaliyetler olarak tanımlanmaktadır. Bu tanım, helal gıda seçeneklerinin mevcudiyeti, ibadet tesislerine erişim (cami, mescit), uygun konaklama seçenekleri (örneğin, cinsiyet ayrımı olan tesisler, alkol ve kumarın bulunmaması) ve İslami geleneklere yönelik kültürel hassasiyet gibi unsurları kapsamaktadır (Çıkkı & Tanrıverdi, 2025). Helal turizm, sadece diyet uyumluluğunun ötesine geçerek, Müslüman gezginlerin etik ve dini değerleriyle uyumlu bütünsel bir seyahat yaklaşımını benimsemektedir. Bu yaklaşım, Müslümanların seyahat ederken dinî ibadetlerini (örneğin; namaz, oruç) rahatça yerine getirmelerini sağlamayı amaçlamaktadır (Marlina vd., 2024).

Bu hızlı büyüme ve önemli ekonomik potansiyel, helal turizm sektörünün dijital dönüşümü benimsemesini zorunlu kılmaktadır. Sektörün, bu hızla genişleyen ve ekonomik açıdan güçlü demografiye etkin bir şekilde hitap edebilmesi için operasyonel yeteneklerini, hizmet sunumunu ve pazar erişimini geliştirmesi gerekmektedir. Dijitalleşme ve yapay zekâ (YZ), kişiselleştirme, verimlilik ve daha geniş pazar erişimi sağlayarak bu tür geliştirmeler için gerekli araçları sunmaktadır. Dolayısıyla, helal turizmde dijitalleşme ve YZ'nin benimsenmesi, sadece rekabet avantajı sağlamakla kalmayıp, bu gelişen pazardan önemli bir pay almak ve sürdürülebilir büyümeyi sağlamak için bir ekonomik zorunluluktur. Bu durum, belirli ve yüksek değerli bir pazar segmentini en iyi şekilde yakalamakla ilgilidir.

Dijitalleşme, turizm endüstrisinde dijital teknolojilerin entegrasyonunu ifade eder ve hem turist deneyimini hem de iş verimliliğini artırmayı hedefler. Bu kavramsal çerçeve, dijital tanıtımı, kişiselleştirilmiş hizmetleri ve sürükleyici teknolojileri kapsayarak turizm deneyimini ve sunumunu yeniden şekillendirmektedir (Alfarizi vd., 2025). Yapay zekâ ise, gelişmiş algoritmaları ve büyük veri işleme kapasitesiyle turizm de dahil olmak üzere çeşitli endüstrilerin işleyişini temelden dönüştürmektedir (Azwar & Usman, 2025). YZ, verimliliği, üretkenliği artırabilir ve daha kişiselleştirilmiş seyahat deneyimleri sunabilir (Putri, Iswanto ve Yunarni, 2025).

Dijital platformlar (web siteleri, mobil uygulamalar, sosyal medya) aracılığıyla helal dostu destinasyonlar ve hizmetler hakkında doğru, kapsamlı ve güvenilir bilgi sağlanmalıdır. Bu, gezginlerin kolayca araştırma yapmasına ve rezervasyon yapmasına olanak tanır (Akim vd., 2023: 1). Dijital araçlar, yapay zekâ (AI) uygulamaları sayesinde Müslüman gezginlerin tercihlerine göre kişiselleştirilmiş hizmetler sunmak için kullanılabilir (Battour vd., 2021b). Dijital platformların güvenliği, veri gizliliği ve bilgi doğruluğu, müşteri güveni için hayati öneme sahiptir. Yanlış bilgi (misinformation) ve kötüye kullanımın önüne geçilmelidir (Akim vd., 2023: 1; Najib vd., 2024: 2).

Helal turizm, İslami değerlere uygun hizmet sunmayı amaçlayan ve hızla büyüyen bir turizm segmentidir. Katılımcıların seyahatlerinde inanç temelli özel taleplerini karşılaması ve özel plajlar ya da helal sertifikalı oteller gibi hizmetlerle standart turizmden farklılaşması, helal turizmi niş bir alan haline getirir. Sektörel planlarda ve çeşitli araştırmalarda helal turizm inanç turizmi ya da dini turizmle karıştırılsa da, esasen ibadet amaçlı seyahatten çok inanç temelli yaşam tarzını destekleyen bir seyahat türüdür. Özellikle belirli hassasiyetlerdeki yaşam biçimine hitap etmesi ve sorumlu-etik turizm çerçevesinde tüketicilerin inançlarına uygun davranışlar sergilenmesi yönüyle özel ilgi turizmi kapsamında gerçekleşmektedir. Bu alanda rekabet avantajı sağlamak isteyen işletmeler için kurumsal kalite, dijital dönüşüm, sürdürülebilirlik ve etik mükemmellik gibi kavramlar büyük önem taşır. Bu çalışmada helal turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin, kurumsal kaliteyi nasıl tesis edebilecekleri ve sürdürülebilir rekabet stratejilerini bu çerçevede nasıl geliştirebilecekleri değerlendirilmiştir. Helal turizm sektöründe kullanılan teknoloji, dijitalleşme ve yapay zekanın kurumsal kalite üzerindeki çok yönlü etkileri incelenecektir. Geniş ve güncel bir alan yazın taranarak fırsatlar, zorluklar ve etik hususlar kapsamlı bir şekilde analiz edilerek, mevcut literatüre bütünsel bir yaklaşım getirilecektir. Çalışma, güncel uygulamaları ve bunların hizmet kalitesi, operasyonel verimlilik ve güven üzerindeki etkilerini sentezleyerek, kritik politika çıkarımlarını ve gelecekteki araştırma yönlerine ve sektöre katkı sunmayı amaçlamaktadır.

2. Helal Turizmde Kurumsal Kalite Kavramı ve Ölçümü

Helal turizmde kurumsal kalite, misafirlerin dini hassasiyetlerine uygun, güvenilir ve tutarlı hizmetlerin sunulmasında kritik bir rol oynar. Helal sertifikasyon, personel eğitimi, hijyen standartları ve mahremiyete dayalı hizmet uygulamaları gibi unsurlar, kurumsal kalitenin temel göstergeleridir. Bu kalite unsurları, hem müşteri memnuniyetini artırır hem de helal turizm işletmelerine ulusal ve uluslararası pazarda rekabet avantajı sağlar. Kurumsal kalite aynı zamanda, helal ilkelere uygunluk konusunda duyulan güveni pekiştirerek sadık bir müşteri kitlesi oluşturulmasına katkıda bulunur.

2.1. Helal Turizmde Hizmet Kalitesinin Belirlenmesinde Kurumsal Yaklaşımlar

Turizm sektöründe kurumsal kaliteyi ölçmek; müşteri anketlerinden online yorumlara, operasyonel verimlilikten çalışan mutluluğuna ve uluslararası yönetim sistemi standartlarına kadar uzanan entegre bir bakış açısı gerektirir. Sadece bir parametreye odaklanmak ya da bu parametrenin iyileştirilmesine yönelik çalışmalar yapmak resmin bütününi kaçırmak anlamına gelir. Başarılı işletmeler, bu farklı yöntemleri bir arada kullanarak sürekli bir ölçme ve iyileştirme sinerjisi içerisindeyler.

Helal turizm olarak düşünülünce değerlendirmede esas alınan ilk ve en önemli ölçüt dini inançlara uyumluluk gelmektedir. Bu açıdan sunulan tüm hizmetlerin (konaklama, yiyecek-içecek, ulaşım, etkinlikler vb.) İslami hükümlere uygun olması esas alınır. Bu, helal gıda sertifikasyonu, alkolsüz ortamlar, ayrı ibadet alanları, kadınlara özel havuzlar veya plajlar gibi unsurları içerir (Sumardi, Osman, & Sumardi, 2025: 1; Musafak & Nikmah, 2024: 2). Global Müslüman Seyahat Endeksi (GMTI) raporları da helal turizmin, turistlere karşı misafirperverliği yansıtmayı, ibadet yerleri, abdest alma yerleri gibi hizmetleri yerine getirebilmesi, temiz su ve helal içeceklerin olması, alkollü içeceklerin bulunmaması ve İslami hukuka uygun olmayan gece eğlencesi gibi kamusal tesislerin olmaması gibi vizyonların bulunması gerekir (Sumardi, Osman, ve Sumardi, 2025: 1).

Helal turizmde ortamın manevi atmosferi oldukça dikkate alınan bir durumdur. Tesislerin ve destinasyonların, Müslüman gezginlerin manevi huzurunu ve ibadetlerini rahatça yerine getirmelerini sağlayacak bir ortam sunması beklenir (Battour vd., 2021b). Bu manevi atmosferin yanında kültürel hassasiyetinde korunması önemlidir. Müslüman kültürüne ve geleneklerine saygılı, anlayışlı ve bilinçli bir hizmet anlayışı benimsenmesi beklenir (Musafak & Nikmah, 2024: 2). Bu, personelin kültürel konularda eğitilmesini ve misafirperverliğin İslami değerlerle bütünleşmesini kapsar.

Güven ve kalite helal turizmde önemlidir. Helal hizmetlerin gerçekten helal olduğu konusunda turistlere tam bir güven verilmesi, şeffaflık ve doğru bilgilendirme hayati öneme sahiptir. Bu, helal sertifikasyon süreçleri ve güvenilir referanslar aracılığıyla sağlanır (Syarofi & Syam, 2025: 28). Her ne kadar reklamlarla ve müşteri ilişkileriyle bu teminat verilse de müşterinin zihninde olan algı davranış ve tercihlerinin asıl nedeni olacaktır. Dolayısıyla sağlam kurumsal bir yapıyla hizmet kalitesini sağlayan işletmeler bu algıyı yönetebileceklerdir.

Tüm bunların yanında geleneksel ve klasik hizmetlerin, modern tüketici beklentileriyle bütünleşerek İslami esaslar çerçevesinde yeniliğe açık dengeli hizmetlerin de sunulması önemlidir (Akim vd., 2023: 1). Dini hassasiyetlerin yanı sıra, modern tüketicilerin beklentilerini karşılayacak konfor, teknoloji, çeşitlilik, yapay zekâ araçları vb. gibi modern hizmet anlayışının benimsenmesi helal turizmde etik değerli, modern, sürdürülebilir kurumsal bir sektör oluşturur.

2.2. Helal Turizmde Hizmet Kalitesi Ölçümü

Literatürde turizm sektöründe kurumsal kalitenin belirlenmesinde farklı modeller geliştirilmiştir. Bu modellerden Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1988)'nin geliştirmiş olduğu SERVQUAL (Service Quality Model) modeli en çok tercih edilen bir modeldir. Bu model hizmet kalitesini beş kategoride ele almıştır (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988):

- o Fiziksel özellikler (Tangibles)
- o Güvenilirlik (Reliability)
- o Cevap verebilirlik (Responsiveness)
- o Güvence (Assurance)
- o Empati (Empathy)

Bu model oteller, havayolu şirketleri, seyahat acenteleri ve destinasyon yönetimlerinde yaygın kullanılmaktadır. Modelin değerlendirme kategorilerine bakıldığında helal turizm alanına da uygulanabilir olduğu görülmektedir. Ancak modelin helal turizm gibi değer-temelli segmentlerde dini/etik beklentileri yansıtmadığından yetersiz kaldığı görülmektedir.

Literatürde sektörel değerlendirmede kullanılan farklı modeller de yer almaktadır. Mei, Dean ve White (1999)'nın geliştirdiği HOLSERV (Hotel Service Quality Scale) modeli sadece oteller üzerinden hizmet kalitesine göre değerlendirme yapmaktadır. Bu modelde altyapı ve fiziksel çevre, davranışsal kalite (personel ilgisi, profesyonellik), süreç kalitesi gibi kategoriler ele

alınmaktadır (Mei, Dean & White, 1999). Fiziksel olanakların helal ilkelere uygunluğu ile genişletilerek helal turizm sektörüne uyarlanabilir. Konaklama için geliştirilen LODGSERV ve restoran hizmetleri için geliştirilen DINESERV sektördeki diğer kurumsal kalite göstergelerindendir. Bu iki yöntem müşteri deneyimi yoluyla kalite değerlendirmesi yapmaktadır (Knutson vd., 1990). Bu değerlendirme modellerinin yanında kurumsal kalite yönetimi, etik değerler ve sürdürülebilir gelişim süreçlerini ele alan Avrupa Kalite Yönetimi Vakfı Mükemmellik Modeli (EFQM Excellence Model) (Sakarya & Çizel, 2022), ABD Kalite Ödülü Modeli (Baldrige Excellence Framework Model) (Yudiandri & Sulistyo, 2022), sürdürülebilir kalite standartları ve etik yönetim pratiklerine göre değerlendirme yapan Global Sustainable Tourism Council (GSTC) Kriterleri bulunmaktadır (Council, GSTC, 2016). Bu ölçme yöntemleri helal turizm sektörüne uyarlanabilmektedir. Ancak buraya kadar kullanılan modellerden hiçbiri doğrudan helal turizm sektörüne uyarlanamamaktadır.

Bunların dışında helal turizmin kurumsal kalite standartlarını doğrudan ele alan ve literatürde henüz gelişmekte olan bir gösterge olarak Halal-Friendly Hospitality Assessment Tools modeli yer almaktadır. Model henüz standartlaşmamış olmakla birlikte, helal otel/seyahat değerlendirme sistemlerinde doğrudan sektörü ele alan aşağıdaki boyutları kullanılmaktadır (Jeaheng, Al-Ansi & Han, 2020; Suci vd., 2021):

- o İslami esaslara ve ilkelere uygunluk
- o Helal gıda erişimi
- o Mescit ve ibadet imkânları
- o Mahremiyet (spa, yüzme havuzu vb.)
- o Etik iş yapış biçimi

Çalışmalarda SERVQUAL modeli turizm sektöründe hizmet kalitesinin belirlenmesinde oldukça yaygın kullanılmaktadır. Modelde daha çok klasik hizmet kalitesi ölçütleri göze çarpmaktadır. Bu ölçütler helal turizm bağlamında uyarlanarak kalite değerlendirmesine imkân sunabilir. SERVQUAL gibi klasik hizmet kalitesi modellerinin helal hizmet bağlamında nasıl uyarlanacağı tartışılabilir. Temel olarak, SERVQUAL modelinin beş temel göstergesi yukarıda belirtilmişti.

Helal turizm sektöründe kurumsal kalite denildiğinde, geleneksel hizmet kalitesi boyutlarının ötesine geçerek, İslami değerlere uygunluğu da kapsayan geniş bir kavram düşünülmelidir (Noor, 2025: 1-2). Bu, sadece fiziksel hizmetin veya ürünün kalitesiyle sınırlı kalmayıp, müslüman gezginlerin

dini hassasiyetlerine, manevi beklentilerine ve kültürel ihtiyaçlarına cevap veren bir hizmet sunumunu ifade eder (Sumardi, Osman & Sumardi, 2025: 1). Dolayısıyla referans alınan kalite göstergeleri buna göre şekillenmelidir. İlk (SERVQUAL) model ile son model (Halal-Friendly Hospitality Assessment Tools) birlikte ele alındığında helal turizm sektöründe kurumsal kalite ölçütleri daha belirgin ve gerçeği yansıtıcı, beklentilere cevap verici hale gelmektedir. Bu kategoriler helal turizme uyarlandığında aşağıdaki gibi değerlendirilebilir:

- *Fiziksel Kanıtlar / Somutluk (Tangibles)*: Hizmetin fiziksel görünümü, tesisler, ekipman, personel görünümü ve iletişim materyalleri. Helal turizmde su, temiz ve uygun ibadet alanları, İslami mimariye sahip otel tasarımı, helal sertifikalı restoranların fiziksel görünümü gibi unsurları içerebilir. Helal hizmetlerin somut yönleri, tesisler, ekipman ve personel görünümü. Tesislerin ve destinasyonların, Müslüman gezginlerin manevi huzurunu ve ibadetlerini rahatça yerine getirmelerini sağlayacak bir ortam sunması beklenir (Battour vd., 2021b).
- *Güvenilirlik (Reliability)*: Söz verilen hizmeti doğru ve güvenilir bir şekilde yerine getirme yeteneği. Helal turizmde bu, helal vaatlerin (örneğin helal yemek garantisi, namaz vakitlerinde aksaklık yaşanmaması) tutulması anlamına gelir. Helal hizmetlerin vaat edildiği gibi güvenilir ve doğru bir şekilde sunulması.
- *Duyarlılık (Responsiveness)*: Müşterilere hızlı ve yardımsever hizmet sunma isteği. Helal turizmde bu, Müslüman gezginlerin özel sorularına veya ihtiyaçlarına (örneğin, Kible yönü, yerel İslami gelenekler hakkında bilgi) hızlı yanıt verme anlamına gelir. Helal hizmet sağlayıcılarının müşterilerin ihtiyaçlarına hızlı ve istekli bir şekilde yanıt vermesi.
- *Güvence (Assurance)*: Çalışanların bilgi, nezaket ve güven verme yetenekleri. Helal turizmde bu, personelin İslami kültüre ve hassasiyetlere dair bilgili olması, güven verici ve saygılı bir tavır sergilemesiyle sağlanır. Personelin bilgi, nezaket ve güven verici bir ortam sağlama yeteneği. Helal hizmetlerin gerçekten helal olduğu konusunda turistlere tam bir güven verilmesi, şeffaflık ve doğru bilgilendirme hayati öneme sahiptir. Bu, helal sertifikasyon süreçleri ve güvenilir referanslar aracılığıyla sağlanır (Syarofi & Syam, 2025: 28).

- *Empati (Empathy)*: Müşterilere bireysel ve özenli ilgi gösterme. Helal turizmde bu, Müslüman gezginlerin özel dini ve kültürel ihtiyaçlarına karşı anlayışlı ve kişisel bir yaklaşım sergileme anlamına gelir. Helal hizmet sağlayıcılarının müşterilere bireysel ve özenli ilgi göstermesi.
- *İslami Esaslara ve Şeriata Uyumluluk*: Helal hizmetlerin İslami kurallara ile tam uyumu, helal sertifikasyonlar ve dini gereksinimlere uygunluk. Sunulan tüm hizmetlerin (konaklama, yiyecek-içecek, ulaşım, etkinlikler vb.) İslami hükümlere uygun olması temeldir. Bu, helal gıda sertifikasyonu, alkolsüz ortamlar, ayrı ibadet alanları, kadınlara özel havuzlar veya plajlar gibi unsurları içerir (Sumardi, Osman ve Sumardi, 2024: 1; Musafak & Nikmah, 2024, s. 2).
- *Maneviyat/Dindarlık*: Helal hizmet deneyiminin manevi yönleri, ibadet olanakları, dini atmosfer ve İslami değerlerin yansıtılması.

Bu boyutlar, müşterilerinin algılanan helal hizmet kalitesini etkiler ve bu da müşteri memnuniyet ve sadakatının sağlanmasına yol açar. Dolayısıyla helal hizmet kalitesinin bu geleneksel boyutlara ek olarak helal hizmetlere özgü göstergeler (örneğin; İslami ilkelere uyumluluğu, maneviyat, dini hassasiyet, ...) ile bütünleşmesi gerekir. Bu, sadece fiziksel hizmetin veya ürünün kalitesiyle sınırlı kalmayıp, Müslüman gezginlerin dini hassasiyetlerine, manevi beklentilerine ve kültürel ihtiyaçlarına cevap veren (Noor, 2025: s. 2-3; Sumardi, Osman & Sumardi, 2024: 1) ve sürdürülebilir bir hizmet sunumunu ifade eder.

3. Helal Turizmde Sürdürülebilirlik Kavramı

Dünya Turizm Örgütü (WTO)'ne göre, sürdürülebilir turizm mevcut ve gelecek ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerini tam anlamıyla dikkate alan; ziyaretçilerin, sektörün, çevrenin ve ev sahibi toplulukların ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde tüm kaynakların yönetilmesi anlamına gelirken, aynı zamanda kültürel saygınlık, ekolojik süreçler, biyolojik çeşitlilik ve yaşam destek sistemlerinin korunmasını sağlamaktadır (Liu, 2003). Başka bir tanımda turizmde sürdürülebilirlik, ihtiyaçların karşılanmasında kullanılan mevcut ürün ve hizmetlerin korunması, yenilenmesi ya da artırılması anlamına gelir. Bu sayede şimdiki neslin ihtiyaçları karşılanırken gelecek neslin de imkanları elinden alınmamış olur (Swarbrooke, 1999: 13; Collin, 2004). Sürdürülebilir turizm, bir turizm sisteminin uzun vadeli varlığını güvence altına almayı hedefler. Bu doğrultuda, turistik kaynakların aşırı veya sorumsuz bir şekilde tüketilmesini engelleyerek, destinasyonların taşıma kapasitesinin üzerinde kullanılmamasına özen gösterilmesini gerektirir. Böylece turizm faaliyetlerinin hem bugünkü hem de gelecekteki faydaları

kesintisiz bir şekilde devam ettirilebilir (Çakılcıoğlu, 2013; Koçoğlu vd., 2020). Sürdürülebilir turizm gelişimi, doğal güzellikler, tarihi miras ve sosyo-kültürel unsurlar gibi turistik çekiciliklerin gelecek nesillere aktarılabilmesi için korunmasını, geliştirilmesini ve kalitesinin yükseltilmesini zorunlu kılar (Saraç & Tanrısever, 2018).

Bu kavramsal bilgiler ışığında, sürdürülebilir turizmin gelişimi için en kritik unsurların ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel boyutlar olduğu açıkça belirtilebilir. Bu dört alan, sürdürülebilir turizm yaklaşımlarının temelini oluşturur (Koçoğlu, vd., 2020: 206) ve herhangi birinin eksikliği, uzun vadeli başarıyı engeller. Dolayısıyla bu unsurların birlikte ele alınması gerekir. Bir işletmenin turizm destinasyonlarındaki ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel boyutlarına ilişkin elde edilen veriler o işletmenin sürdürülebilirlik göstergelerini ve aynı zamanda kurumsal kalitesini oluşturacaktır.

Ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel boyutlar helal turizm içinde geçerli olmaktadır. Ancak literatürde bazı çalışmalarda kültür faktörü sosyal boyutun içine dahil edildiğinden sürdürülebilirlik üç kategori olarak değerlendirilmiştir.

Dünya turizm örgütü yapmış olduğu tanım çerçevesinde sürdürülebilir turizmin her türlü turizm faaliyetine uygulanabileceğini ifade etmiştir (UN Tourism, 2025). Kavramının helal turizm açısından değerlendirilmesi olumsuz bir durum oluşturmamaktadır. İslam'da sürdürülebilirlik genel olarak tüketiciler için refahı, ekonomik verimliliği, adaleti ve ekolojik dengeyi sağlamak anlamına gelir. Bu doğrultuda kavram helal endüstrisi açısından düşünüldüğünde sadece gıda ile sınırlı kalmayıp turizm ve konaklama gibi alanlara da yayılmıştır (Bella-Salsa vd., 2023: 48).

Kavramın çevresel, sosyal, kültürel ve ekonomik değişkenlerin kesişiminden ortaya çıkan sonuçlar sektördeki helal işletmelerin hem risklerini azaltır hem de kârlılıklarını maksimum seviyeye çıkarmalarına yardımcı olur (Bux vd., 2022). Sürdürülebilirlik performansı, helal işletmelerin başarısının kritik bir faktörüdür. Sürdürülebilir hizmet vizyonunu benimseyen organizasyonlar, performanslarını artırabilir ve helal ürün ve hizmetlere olan talebi yükseltebilir (Karudin, Shaharudin ve Zainoddin, 2024: 2919). Ancak helal sürdürülebilirlikte amaç, yalnızca ticari kârlılığı sağlamak olmamalı, aynı zamanda sosyal sorumluluk, kültürel ve çevresel koruma unsurlarını da içermelidir (Suhartanto vd., 2020).

Literatürde helal turizmin yukarıda belirtilen temel kategorilerini esas alan endeks oluşturulmuştur. Bu endeks "Sürdürülebilir Helal Turizm Bileşik Performans Endeksi (SHTCPI)", küresel helal turizm endüstrisinin

sürdürülebilir turizm perspektifinden ilerlemesini değerlendirmek amacıyla geliştirilmiştir (Torres-Delgado & Palomeque, 2018). Endeks (SHTCPI) çevresel, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlik ölçütlerinin yanında İslami ilke ve değerlere uygunluk olmak üzere dört boyutu ve 24 göstergesi kullanarak oluşturulmuştur (Torres-Delgado & Palomeque, 2018; Sulong vd., 2024). Endekste yer alan İslami ilke ve değerlere uygunluk diğer üç boyutu şekillendirmesi açısından özelleştirilmiştir.

SHTCPI, sektör düzeyinde bir performans göstergesi olarak hizmet etmekte ve politika yapıcılar ile destinasyon yöneticilerine daha sürdürülebilir helal turizm geliştirme stratejileri oluşturmada rehberlik edebilmektedir (Sulong vd., 2024). Ayrıca endeks illerin, şehirlerin ve ülkelerin helal turizm performansını ölçmek için de kullanılabilir (Sulong vd., 2024). Turizmde kurumsal kalite çok boyutlu olup, hizmet, hijyen ve güvenlik gibi çeşitli yönleri kapsamaktadır (Narayan vd., 2009). Helal turizmin Müslüman dostu nitelikleriyle ilgili kendine özgü sistematik gereksinimleri bulunmaktadır (Çıkkı & Tanrıverdi, 2025). SHTCPI çevresel, sosyal ve ekonomik boyutların yanı sıra helal turizmde dört temel boyutları bütünleştirilmesi açısından önemlidir (Torres-Delgado & Palomeque, 2018). Sektörün ekonomik, sosyal, çevresel ve dini zorunluluklarının benzersiz karışımını yansıtan bu kapsamlı endeks, çok boyutlu bir ölçek sağlayarak hem değerlendirme hem de stratejik geliştirme için önemli bir araçtır. Bu entegrasyon, helal turizmde “kurumsal kalitenin” sadece operasyonel mükemmellik veya genel müşteri memnuniyetiyle kalmayıp, aynı zamanda sürdürülebilir ve İslami ilkelere bağlılığı da içermektedir.

SHTCPI, helal turizm için kurumsal kaliteyi değerlendirmek üzere sağlam, ampirik olarak desteklenen bir çerçeve sunar. Bu çerçeve, sektörün benzersiz değerlerini ve gereksinimlerini doğal olarak bünyesinde barındırır ve geleneksel turizm kalite ölçütlerinin de ötesine geçerek helal turizm için “kurumsal kalite” kavramını etkili bir şekilde operasyonelleştirmektedir.

Turizmde sürdürülebilirliğin temel alanlarının (sosyal, çevresel, kültürel ve ekonomik) helal turizmde uygulanabilirliğine dair örnekler verilebilir. Örneğin helal turizm anlayışıyla faaliyet gösteren konaklama işletmeleri bölgedeki diğer yerel işletmeleri ve toplulukları destekleyerek ekonominin güçlendirilmesinde stratejik bir rol oynamaktadır. Bu işletmelerin yerel tedarik zincirlerine entegre olması, ekonomik etkinin tabana yayılmasını sağlarken; gastronomi ve el sanatları gibi otantik ve kültürel unsurların turistik bir çekim merkezi olarak konumlandırılması, bölgenin sürdürülebilir kalkınmasına katkıda bulunur (Battour vd., 2021a; Jalis, Che & Markwell, 2014: 6-8). Sektör, sadece turizm ve otelcilik hizmetlerinin doğrudan

içinde olanları değil, farklı disiplinlerden bireylere de mesleki gelişim ve girişimcilik olanakları sağlar. Bu yeni ücretli istihdam ve girişimcilik imkanları ekonomik sürdürülebilirliği artırır (Bella-Salsa vd., 2023: 55). Böylece, sektörde istihdamın genişlemesi ve ekonomik dinamizmin artması yoluyla helal turizmin uzun vadeli gelişimi ve sürdürülebilirliği desteklenmiş olur. Helal turizm taleplerine uygun altyapı yatırımları, ekonomik büyümeyi desteklerken sektörün uzun vadeli gelişimini de mümkün kılar.

Çevresel koruma kapsamında çevre bilincine sahip bir otel, ekolojik ayak izini azaltmayı hedefleyen çeşitli önlemler alır. Müslüman dostu oteller ve konukseverlik kavramı ile çevresel koruma arasındaki simbiyotik ilişki dini inançlarla kolayca sağlanabilir. İslami öğretilere ve değerlere bağlılık, doğaya saygılı olmayı gerektirir. Böyle bir bilinç ve doğal ekosistemin korunması ile Müslüman dostu otellerde tasarruflu ve dikkatli su ve enerji yönetimi sağlanabilir. Atıkların etkin kontrolü, biyoçeşitliliğin korunması ve yeşil bina tasarımlarının benimsenmesi önemli unsurlar olarak yer alır. Bu uygulamaların stratejik olarak benimsenmesi, otellerin piyasa konumunu ve memnuniyet algısını güçlendirir. Paydaşların desteğini sağlar ve sürdürülebilir kurumsal yaşanabilirliği temin eder. Bunların yanında artan kaynak verimliliği, atık yönetimi tasarrufları ve genel maliyet etkinliği de sağlanmış olur (Bella-Salsa vd., 2023: 58-59). Ayrıca, İslami öğretilerle uyumlu biçimde çevresel koruma ve ekolojik denge sağlama çabaları, Müslüman dostu işletmelerin temel sorumlulukları arasında yer almaktadır. Ancak bu çevresel yönetim sistemlerinin benimsenmesinde bazı zorluklarla karşılaşmaktadır. Bazı standart eksiklikleri, bilgi yetersizliği ve sadece kâr odaklı yaklaşımların benimsenmesi gibi faktörler örnek olabilir. Kamu, özel sektör ve tüketicilerin iş birliği içerisinde hareket etmesiyle bu zorlukların üstesinden gelinebilir.

4. Helal Turizmde Teknoloji, Dijitalleşme ve Yapay Zekâ Uygulamaları

Bu başlıkta teknoloji, dijitalleşme ve yapay zekanın helal turizm sektöründe nasıl uygulandığını ve pratik katkılarını detaylandırmaktadır. Teknoloji ve dijitalleşme, turizmin hızlı büyümesini destekleyen önemli bir araçtır. Bu helal turizm için de geçerlidir. Çeşitli platformlar (internet, web siteleri, mobil uygulamalar, programlar...) aracılığıyla helal hizmetler konusunda bilgi erişimini ve rezervasyonları kolaylaştırarak sektörü daha esnek ve küresel pazarda daha rekabetçi hale getirilmesine yardımcı olmaktadır (El-Gohary & El-Gohary, 2024). Örneğin, akıllı telefonların yaygınlaşmasıyla birlikte, en yakın mescitleri veya camiyi bulmak, namaz vakitlerini bildirmek ve helal yemek mekanlarını öğrenmek için mobil uygulamalar yaygın olarak

kullanılmaktadır (El-Gohary & El-Gohary, 2024). Dijital platformlar, sosyal medya ve elektronik iletişim (eWOM) ile destinasyon pazarlamasını, seyahat planlamasını ve rezervasyonları kolaylaştırmasıyla turist davranışlarını önemli ölçüde etkilemektedir (El-Gohary & El-Gohary, 2024). Artık her alanda etkisini gösteren yapay zekâ (YZ) araçları, helal turizmde müşteri deneyimini kişiselleştirmekten operasyonel verimliliği artırmaya kadar geniş bir yelpazede uygulamalar sunmaktadır.

YZ, kullanıcı tercihlerini analiz ederek verilere dayalı tercih odaklı ve kişiselleştirilmiş helal seyahat önerileri, yemek menüleri, konaklama yerleri ve mekanlar sunarak pazarlama etkinliğini artırmaktadır (Putri, Iswanto & Yunarni, 2025). Örneğin sohbet robotları ve sanal asistanlar helal, yiyecek mevcudiyeti, namaz vakitleri, konaklama yeri, oteller hakkında gerçek zamanlı yardım ve rezervasyon konularında destek sağlayabilmektedir (Putri, Iswanto & Yunarni, 2025). Özellikle yapay zekâ memnuniyet ve tekrar ziyaret niyeti arasındaki ilişkiyi dengeleyerek turist sadakatini güçlendirebilmektedir (Battour vd., 2025). YZ, Müslüman gezginlerin ekonomik şartları ve davranışsal özelliklerine göre hedef fiyatları kişiselleştirebilir (Battour vd., 2021b). Sanal Gerçeklik (VR) ve Artırılmış Gerçeklik (AR) uygulamaları, özellikle Umre ve Hacı adayları için simülasyonlarla Müslüman turist deneyimini zenginleştirebilir ve dini mekanları sanal olarak keşfetmeye yardımcı olabilir (Battour vd., 2021b).

YZ uygulamaları, genel anlamda kişiselleştirilmiş hizmetler sunarken, helal turizmin kendine özgü, temel ihtiyaçlarına (gıda, ibadet ve kültürel hassasiyet gibi) özel olarak geliştirilebilir (Çıkkı & Tanrıverdi, 2025). Bu durum, seyahat deneyiminin sadece genel anlamda kişiselleştirilmekle kalmayıp, aynı zamanda Müslüman gezginlerin bu temel değerlerine ve ihtiyaçlarına doğrudan hitap eden “helal odaklı” bir nitelik kazanmasını sağlayabilmektedir. YZ, kişiselleştirmeyi sıradan bir pazarlama aracının ötesine taşıyarak, özgün ve uyumlu bir helal seyahat deneyimi sunan, dini yükümlülüklerin ve tercihlerinin yerine getirilmesinde stratejik bir kolaylaştırıcıya dönüştürmekte önemli rol oynar.

YZ, operasyonel verimliliğin sağlanmasında ve tedarik zinciri yönetimi içerisinde bulunarak sadece müşteri deneyiminde yer almaz. Ürün ve hizmet üretim sırasında kalite izleme süreçlerini otomatikleştirebilir, helal olmayan içerikleri tespit edebilir ve üretim döngüsü boyunca helal standartlara uyumu sağlayabilir (Azwar & Usman, 2025). YZ, tedarik zinciri boyunca helal ürün izlenebilirliğini artırarak şeffaflığı sağlayabilir ve tüketici güvenini güçlendirebilir (Azwar & Usman, 2025). Yapay zekanın veri izlemesi ve analizleri, tercihleri belirlemeye ve turizm kaynaklarını optimize etmeye

yardımcı olmaktadır (Putri, Iswanto &, Yunarni, 2025). YZ, e-ticaret platformları, sosyal medya ve kullanıcı raporlarından gelen verileri analiz ederek piyasayı izleyebilir ve helal standartlara uymayan ürünleri ve hizmetleri tespit edebilir (Mahmudy & Kurnianingtyas, 2025). Yapılan açıklamalar Tablo 1’ de özetlenerek, helal turizmde temel yapay zekâ uygulamalarını ve bunların sektöre sağladığı katkılar sunulmuştur.

Tablo 1: Helal Turizmde Temel Yapay Zekâ Örnek Uygulama Alanları

Uygulama Alanı	Sağladığı Katkı	Örnek/Mekanizma
Öneri sistemleri	Kişiselleştirme, gelişmiş deneyim, memnuniyet	Kullanıcı tercih analizi, helal tercihlere dayalı seyahat önerileri (Putri, Iswanto ve Yunarni, 2025)
Sohbet robotları/ Sanal asistanlar	Gerçek zamanlı destek, Müşteri Sadakati	7/24 bilgi, rezervasyon, helal hizmetler, gıda, ibadet ve her türlü imkanlar hakkında anında yardım (Putri, Iswanto & Yunarni, 2025)
Helal sertifikasyon doğrulama Sistemi	Güvenilirlik ve şeffaflık, Operasyonel verimlilik,	Görüntü işleme ve Doğal Dil İşleme (NLP) ile sertifika kontrolü, geçerli veri tabanlarıyla karşılaştırma (Azwar & Usman, 2025)
Tedarik zinciri takibi	Güvenilirlik ve şeffaflık, Operasyonel verimlilik	Helal ürün izlenebilirliğini artırma, blok zinciri entegrasyonu ile değişmez doğru bilgi (Azwar & Usman, 2025)
Memnuniyet/ Duygu analizi	Pazar analizi ve Trend tahmini	Sosyal medya verilerinin analiziyle Müslüman turistlerin zihniyetleri ve davranışları hakkında derinlemesine bilgi (Battour vd., 2021b)
Sanal/Artırılmış gerçeklik (VR/AR)	Gelişmiş deneyim, Genişletilmiş pazar erişimi, Tecrübe kazanımı	Sanal turlar, Hac/Umre/ ziyaret deneyiminin zenginleştirilmesi (Battour vd., 2021b)
Veri analizleri	Operasyonel verimlilik, Veriye dayalı karar alma	Eğilimleri belirleme, turizm kaynaklarını optimize etme (Putri, Iswanto & Yunarni, 2025)
Piyasa izleme	Güvenilirlik ve şeffaflık	E-ticaret platformları ve sosyal medyadan gelen verileri izleyerek helal standartlara uymayan hizmet ve ürünleri tespit etme (Mahmudy & Kurnianingtyas, 2025)

Helal sertifikasyon ve uyumluluk, Müslüman tüketiciler için büyük önem taşımaktadır (Azwar & Usman, 2025). YZ, kalite izlemeyi otomatik hale getirebilir, kontaminasyonu tespit edebilir ve helal sertifikasyonları doğrulayabilir (Azwar & Usman, 2025). Böylece helal tedarik zincirinde ve hizmet sunumunda güvence ve bütünlük ihtiyacını giderebilir. YZ, helal

standartların teknolojik bir uygulayıcısı olarak hareket ederek insan hatasını azaltmakta ve helal sertifikaların güvenilirliğini artırabilmektedir. Daha genel bir ifadeyle YZ'nin helal turizmdeki rolü operasyonel verimliliğin ötesinde, hizmet ve ürünlerde İslami kurallara uyumluluğunu sağlamak için doğrulanabilir ve şeffaf mekanizmalar kurmak, tüketici güvenini inşa etmek ve bunları sürdürülebilir kılmaktır. Bu, helal turizm sektöründe kurumsal kalitenin gelişmesinde kritik bir bileşendir.

4.1. Dijitalleşme ve Yapay Zekanın Kurumsal Kaliteye Etkileri

Bu başlıkta helal turizmde teknoloji, dijitalleşme ve yapay zekanın getirdiği olumlu sonuçları ve zorlukları incelenerek kurumsal kaliteyi nasıl etkilediğine dair değerlendirme yapılacaktır.

Gelişmiş müşteri memnuniyeti ve sadakatini sağlar: Yapay zekâ destekli öneri sistemleri ve sohbet robotları, helal tercihlere göre kişiselleştirilmiş, gerçek zamanlı yardım sağlayarak kullanıcı deneyimini ve marka sadakatini artırmaktadır (Putri, Iswanto & Yunarni, 2025). Memnuniyet ve tekrar ziyaret niyeti arasındaki ilişkiyi dengeleyerek müşteri sadakatini önemli ölçüde güçlendirebilmektedir (Battour vd., 2025). Bu durum, YZ'nin teknolojik kolaylık ile kararsızlık ve ruhsal bağlılık arasındaki boşluğu kapatarak daha derin bir memnuniyete yol açabileceğini göstermektedir. YZ destekli hizmetler aracılığıyla helal dostu seyahat motivasyonlarının (örneğin, helal gıda ve ibadet tesislerinin mevcudiyeti) karşılanması, Müslüman turist memnuniyetini doğrudan etkilemektedir (Battour vd., 2025).

YZ araçları, genel olarak kolaylık ve kişiselleştirme sağlarken (Putri, Iswanto & Yunarni, 2025), helal turizm, belirli dini ve kültürel hükümlerin yerine getirilmesini gerektirmektedir (Çıkı ve Tanrıverdi, 2025). YZ, helal uyumlu hizmetlere erişimi kolaylaştırdığında (örneğin helal konaklama veya helal yiyecekleri bulma), seyahat sırasında dini ibadetle ilgili zorlukları ortadan kaldırır. Teknoloji ve YZ uygulamaları klasik müşteri hizmetlerinin ötesine geçerek dini uygulamaların seyahat deneyimine sorunsuz bir şekilde entegre edilmesini sağladığından helal turizmdeki kurumsal kaliteyi artırır.

Operasyonel verimlilik ve maliyet tasarrufu açısından önemlidir: YZ ve büyük veri analizi, turizm değer zinciri genelinde verimliliği ve üretkenliği artırmaktadır (Putri, Iswanto & Yunarni, 2025). Bilgisayar destekli YZ aracılığıyla görev ve hizmetlerin otomasyonu, ilk başlarda ek bir maliyet oluşturmaya karşın uzun vadede operasyonel maliyetleri azaltabilmektedir (Mahmudy & Kurnianingtyas, 2025). Böylece kaynak kullanımını optimize ederek önemli maliyet tasarruflarına yol açabilir (Mahmudy ve Kurnianingtyas, 2025).

Veriye dayalı sağlıklı karar alma ve pazar analizi yapılmasını sağlar: YZ destekli analitikler, işletmelerin ve turizm hizmeti sunanların müşteri ve ziyaretçi tercihlerini izlemesini, davranışlarını anlamasını ve tekliflerin optimize edilmesini sağlamaktadır (Milenović, 2025). Büyük veri analizi ile tahmin yapılarak kişilerin yeni tercihlerini ortaya çıkararak müşteri kararlarını desteklemektedir (Putri, Iswanto & Yunarni, 2025). YZ ve sosyal medya analizi, Müslüman turistlerin zihniyetleri, tutumları ve davranışları hakkında derinlemesine bilgiler sağlayarak hedeflenen yeni hizmet ve ürünleri pazarlamaya yardımcı olmaktadır (Battour vd., 2021b).

Marka imajını güçlendirir: Turizmde güçlü bir marka imajı, destinasyon seçimi ve sadakatini etkilemektedir (Wilhelmina & Xiaohua, 2024). Sürekli olarak yüksek kaliteli, dini değerlere uyumlu ve teknolojik olarak gelişmiş hizmetler sunarak, helal turizm sağlayıcıları marka değerlerini artırabilirler (Timur vd., 2025). Akıllı teknoloji ve yeşil unsurların entegrasyonu, helal destinasyonların imajını güçlendirebilir (Alfarizi vd., 2025).

Tüm bunların yanında aşırı dijitalleşme, teknoloji ve yapay zekâ kullanımı beraberinde güvenlik sorunlarını ve mahremiyet ihlallerini de getirmektedir.

Veri gizliliği ve güvenlik endişeleri en büyük sorunlardan biridir: Yapay zekâ kullanımında veri gizliliği sorunları çok sık gündeme gelmektedir (Putri, Iswanto & Yunarni, 2025). Akıllı Kişisel Asistanlar (IPA'lar) ve büyük veri toplama, anonimliğin kaybı ve kişisel bilgiler üzerindeki kontrolün kaybı konusunda endişelere yol açmaktadır (DG, 2020). Veri gizliliğiyle ilgili en büyük kaygı teknolojiyi kötüye kullananlara yönelik yasal yaptırımların belirgin olmayışı ve etik temellerinin sağlam oluşturulmamasından kaynaklanmaktadır. Bu YZ uygulamasının önemli dezavantajları arasındadır (Milenović, 2025).

Algoritmik önyargı ve etik sorunlar taşır: YZ algoritmaları önyargı oluşturmak için kasıtlı olarak kullanılabilir. YZ'nin insan ya da başka algoritmalar aracılığıyla gerçek dışı bilgiler vermesi müşteriye yanıltabilir. (Putri, Iswanto & Yunarni, 2025). Bu durumda YZ sistemleri, eğitim verilerinden veya geliştirici değerlerinden kaynaklanan sistematik önyargılara karşı hassas olabilir ve bu da haksız sonuçlara yol açabilir (DG, 2020). YZ'nin insan gözetimi olmadan İslami öğretileri yanlış yorumlayarak ve dolayısıyla dini özgünlüğü ve bütünlüğü gözetmeden müşteriye etkileme, yanıltma, yanlış bilgi yayma riski bulunmaktadır (Hashem, 2025).

Teknolojinin sektöre entegrasyonu zordur ve ilk başta yüksek maliyet gerektirir: YZ uygulaması için temel zorluklar arasında veri sınırlamaları, teknoloji entegrasyonu zorlukları ve yüksek uygulama maliyetleri yer almaktadır

(Putri, Iswanto & Yunarni, 2025). Bilgisayar destekli YZ araçlarına ve teknolojilere yapılan ilk yatırım ilave bir maliyet gibi düşünülebilir (Mahmudy ve Kurnianingtyas, 2025).

Yeni işgücü fırsatlarının yanında bazı alanlarda işgücü kaybına yol açar: YZ ve otomasyon, belirli sektörlerde, özellikle “mavi” ve “beyaz” yakalı çalışanlar için işgücü kaybına yol açabilir (DG, 2020). YZ tarafından yaratılan yeni istihdam biçimleri tekrarlayıcı ve düşük ücretli (“hayalet iş”) olabilir (DG, 2020).

Şeffaf ve hesap verebilir olması gerekir: YZ araçlarının eylemleri ve neden oldukları zararlar için hesap verebilirliği sağlamak amacıyla denetlenebilir olması gerekmektedir (DG, 2020). YZ’nin sektör içerisindeki tüm faaliyetleri şeffaf ve açıklanabilir olmalıdır. Dolayısıyla her bir adım denetlenerek kararların nasıl ve neden alındığının bilinmesi gerekir (DG, 2020).

5. Bölüm Sonu Değerlendirme

Dijitalleşme ve yapay zeka, helal turizm sektöründe kurumsal kaliteyi önemli ölçüde artırma potansiyeli taşımaktadır. Bu teknolojiler, kişiselleştirilmiş müşteri deneyimleri sunarak, operasyonel verimliliği artırarak ve veriye dayalı karar alma süreçlerini güçlendirerek sektörün gelişimine katkıda bulunmaktadır. Yapay zeka destekli öneri sistemleri ve sohbet robotları, Müslüman gezginlerin özel ihtiyaçlarına yönelik kişiselleştirilmiş hizmetler sunarak memnuniyeti ve sadakati artırmaktadır. Ayrıca, YZ’nin helal sertifikasyon doğrulama ve tedarik zinciri takibindeki rolü, sektördeki güvenilirliği ve şeffaflığı önemli ölçüde yükseltmektedir.

Ancak, bu potansiyelin yanı sıra önemli zorluklar ve etik hususlar da bulunmaktadır. Veri gizliliği ve güvenliği endişeleri, algoritmik önyargı riskleri ve yüksek başlangıç maliyetleri, teknoloji adaptasyon süreçlerinde dikkatle yönetilmesi gereken konulardır. En büyük zorluklardan biri ise, helal turizm hizmetlerinde küresel çapta tek tip bir helal sertifikasyon standardının eksikliğidir. Bu durum, YZ destekli sistemlerin tam potansiyeline ulaşmasını engellemekte ve sektörde güvenilirliği sağlamada kilit bir engel teşkil etmektedir. Ayrıca, YZ’nin dini değerlere uyumluluğun doğru bir şekilde anlaması için insan gözetimi ve İslam alimleriyle iş birliği gerekmektedir.

Helal turizm, İslami kurallara uygun (helal) koşullar altında gerçekleştirilen turizm faaliyetleri olarak geniş bir şekilde tanımlanmaktadır. Bu, Müslüman gezginlerin ihtiyaçlarını karşılayan uygun ortamlar ve hizmetler sunmayı içerir (Çıkkı & Tanrıverdi, 2025). Amaç, Müslümanların seyahat ederken dinî inançlarını (örneğin, namaz kılma, oruç tutma, haram- helal hassasiyetleri...) rahatça yerine getirebilmeleri için kolaylık sağlamaktır (Marlina vd., 2024).

Helal turizm tanımlarında, sürekli olarak “izin verilen koşullar”, “haram ve helal şeyler”, “İslami gereklilikler”, “kültürel hassasiyet” ve “etik ve dini değerler” gibi ifadeleri vurgulanmaktadır. Belirtilen özel nitelikler, temel hizmetlerin ötesine geçerek ibadet tesislerini, cinsiyet ayrımı olan alanları ve izin verilmeyen faaliyetlerin bulunmamasını içermektedir (Çıkkı & Tanrıverdi, 2025). Bu durum, helal turizmin sadece belirli bir kesime yönelik niş bir pazar olmadığını, aynı zamanda kapsamlı bir yaşam tarzı ve ruhsal deneyim olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda kurumsal kalite, geleneksel hizmet kalitesi ölçütlerinin ötesine geçerek İslami ilkelere bağlılığı, güveni teşvik etmeyi ve kültürel ve dini açıdan uyumlu bir ortam sağlamayı içermelidir.

Helal turizm sektöründe sürdürülebilir kurumsal kaliteyi artırmada teknoloji, dijitalleşme ve yapay zekanın potansiyelini tam olarak kullanmak için politika yapıcılar, sektör ve endüstri paydaşlarının stratejik adımlar atması gerekmektedir. Öncelikle, uluslararası düzeyde tek tip helal sertifikasyon standartlarının geliştirilmesi ve uygulanması kritik öneme sahiptir (Isaac, 2024). Bu tür bir standardizasyon, yapay zekâ destekli doğrulama sistemlerinin etkinliğini önemli ölçüde artıracaktır.

Helal turizm bağlamında sürdürülebilirliğe ilişkin bu çok yönlü faktörler birbiriyle sıkı bir şekilde bağlantılı karmaşık bir yapı teşkil etmektedir. Helal uygulama ilkelerinin ekolojik koruma, sosyo-ekonomik güçlenme, teknolojik yenilikler ve düzenleyici çerçevelerle uyum ve etkileşim içerisinde olması, dayanıklı ve sürdürülebilir bir helal turizm ekosistemini ortaya koyar. Bu yapının derinlemesine incelenmesi helal turizmde etik temellere dayanan ve dirençli bir geleceğe ulaşılması için bilgi temelli strateji ve politika geliştirilmesine yardımcı olacaktır (Bella-Salsa vd., 2023: 50-51).

Helal turizmde güven ve inanç esaslarına uyumluluk tüketici kabulü ve kurumsal kalite için temeldir (Azwar & Usman, 2025). Teknoloji ve YZ araçlarıyla sağlanan bir hizmette görülen herhangi bir başarısızlık (örneğin, önyargı, yanlış yorumlama, yanlış bilgilendirme, sonuçsuz işlem...), bu hizmetin veya ürünün “helal” niteliğini doğrudan zayıflatır ve böylece Müslüman tüketicilerin temel güvenini sarsabilir. Bu durum, helal turizmde YZ gelişiminin etik altyapısının İslami etik ilkelerini açıkça içermesi ve YZ sistemlerinin dini değerleri koruyacak şekilde tasarlanmasını gerektiği anlamına gelmektedir. Helal turizmin kendine özgü etik ortamı, şeffaflık, hesap verebilirlik ve algoritmik önyargının önlenmesi aynı zamanda kurumsal kaliteyi doğrudan etkileyen ahlaki ve dini yükümlülüklerdir. Bu nedenle “İslami esaslara uyumlu bir yapay zekâ çerçevesinin” oluşturulması ve benimsenmesi zorunludur.

Helal turizm sektörünün gelecekteki büyümesini sürdürebilmesi, teknolojik yenilikleri benimserken aynı zamanda İslami değerlere bağlı kalmasına göre şekillenebilecektir. Kurumsal kalitenin artırılması, teknolojik ilerlemelerin etik ve değerlerle uyumlu bir çerçevede yönetilmesini gerektirmektedir. Bu, sektörün hem ekonomik potansiyelini maksimize etmesi hem de Müslüman gezginlerin güvenliğini ve sadakatini sürdürmesi için hayati öneme sahiptir. Politika yapıcılar ve endüstri paydaşları, standardizasyon, işbirliği ve etik yönetim çerçeveleri oluşturarak bu dönüşümü desteklemelidir. Böylece helal turizm hem ekonomik hem de manevi açıdan sürdürülebilir bir büyüme sağlayabilir.

Kaynaklar

- Akim, A., Konety, N., Sari, V. P., & Nidatya, N. (2023). The effect of digital technology on the development of Halal tourism in Southeast Asia. *Edu-nity Kajian Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 2(8), 861-872.
- Alfarizi, M., Ngatindriatun, N., Arifian, R., & Widiharjanti, I. (2025). Green smart service quality and halal tourism attributes on revisit intention and quality of life: A case study from Indonesia. *International Journal of Halal Industry*, 1(1), 1-20. <https://doi.org/10.20885/IJHI.vol1.iss1.art1>.
- Azwar, A., & Usman, A. H. (2025). Artificial intelligence in the halal industry: Trends and global research opportunities. *International Journal of Halal Industry*, 1(1), 46-67. <https://doi.org/10.20885/IJHI.vol1.iss1.art4>.
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. *Tourism management perspectives*, 19, 150-154.
- Battour, M., Salaheldeen, M., Mady, K., & Elsoutouhy, M. (2021a). Halal tourism: What is next for sustainability. *Journal of Islamic Tourism*, 1, 80-91.
- Battour, M., Mady, K., Elsoutouhy, M., Salaheldeen, M., Elbendary, I., Marie, M., & Elhabony, I. (2021b). Artificial intelligence applications in halal tourism to assist Muslim tourist journey. In *International Conference on Emerging Technologies and Intelligent Systems* (pp. 861-872). Cham: Springer International Publishing.
- Battour, M., Salaheldeen, M., Anwar, I., Ratnasari, R.T., A. Hamid, A., & Mady, K. (2025), "Integrating ChatGPT in Halal tourism: impact on tourist satisfaction, e-WoM and revisit intention", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2024-0470>
- Bella-Salsa, A., Latif, S. N. B. A., Farudz, B. Z. M., Razali, M. A., & Kartika, B. (2023). Sustainability efforts related to the halal industry in the context of Muslim-friendly hotel and hospitality. *Nuqtah Journal of Theological Studies*, 3(2), 48-63.
- Bux, C., Varese, E., Amicarelli, V. & Lombardi, M. (2022). Halal Food Sustainability between Certification and Blockchain: A Review. *Sustainability*, 14, 2152.
- Collin, P. H. (2004). *Dictionary of environment and ecology*. London: Bloomsbury Publishing Plc.
- Council, G. S. T. (2016). GSTC Criteria and Indicators Hotels and Tour Operators.
- CrescentRating (2024). *Global Muslim Travel Index (GMTI) 2024*. CrescentRating & Mastercard.
- Çakılçioğlu, M. (2013). Turizm odaklı sürdürülebilir kalkınma için bir yöntem önerisi. *Tasarım + Kuram Dergisi*, 9 (16), 27-42.

- Çıkı, K. D., & Tanrıverdi, H. (2025). Understanding Muslim tourist behavior in non-Muslim countries through the stimulus–organism–response framework. *Journal of Islamic Marketing*.
- DG, E. (2020). The ethics of artificial intelligence: Issues and initiatives, 03 Haziran 2025 tarihinde erişildi, EPRS_STU(2020)634452_EN.pdf.
- El-Gohary, S., & El-Gohary, E. (2024). Future expected directions in Halal tourism: Trends, challenges, and opportunities. *International Journal of Business and Social Science*, 15(2), 75-88.
- Hashem, Heba (2025). How AI is powering the future of the Islamic economy, 03 Haziran 2025 tarihinde erişildi. How AI is powering the future of the Islamic economy | Salaam Gateway - Global Islamic Economy Gateway.
- Isaac, J. (2024). Exploring the impact of halal tourism standards on international travel choices: A comparative study of key destinations. *International Journal of Halal Ecosystem and Management Practices*, 2 (2), 11-28. DOI: 10.35631/IJHEMP.22002.
- Jalis, M.H., Che, D. & Markwell, K. (2014). Utilising local cuisine to market Malaysia as a tourist destination. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 144 (2014): 102-110, 6-8.
- Jeaheng, Y., Al-Ansi, A., & Han, H. (2020). Impacts of Halal-friendly services, facilities, and food and Beverages on Muslim travelers' perceptions of service quality attributes, perceived price, satisfaction, trust, and loyalty. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(7), 787–811. <https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1715317>
- Karudin, K. M., Shaharudin, M. R., & Zainoddin, A. I. (2024). The practical implications of Halal manufacturing on Halal organizational sustainability performance in the Malaysian Halal industry. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 8(9), 2914-2922.
- Knutson, B., Stevens, P., Wullaert, C., Patton, M., & Yokoyama, F. (1990). LODGSERV: A service quality index for the lodging industry. *Hospitality Research Journal*, 14(2), 277-284.
- Koçoğlu, C. M., Saraç, Ö. & Batman, O. (2020). Safranbolu’da sürdürülebilir turizm gelişmesine yönelik yerel halkın tutumları, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1): 202-219.
- Liu, Z. (2003). Sustainable tourism development: A critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6), 459-475.
- Mahmudy, W., & Kurnianingtyas, D. (2025). Opportunities of artificial intelligence for authentication and assurance of Halal products. *Journal of Information Technology and Computer Science*, 10(1), 37-48.
- Marlina, L., Julian, J., Nasrullah, A. A., Suhud, U., Inomjon, Q., Sutianah, C., & Nuryanti, B. L. (2024). A bibliometric review on Halal tourism development. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 8(6), 8848-8859.

- Mastercard-Crescentrating, Global Muslim Travel Index 2024 Report.
- Mei, A. W. O., Dean, A. M., & White, C. J. (1999). Analysing service quality in the hospitality industry. *Managing service quality*, 9(2), 136-143.
- Milenović, B. (2025). Cultural Tourism Management: Advanced Tools and Technologies. *ARCHive-SR*, 9(1), 26-37.
- Muslim Travel Index, (2022). Muslim Travel Index Report.
- Narayan, Bindu, Rajendran, Chandrasekharan, Sai, L. Prakash & Gopalan, Ram (2009). Dimensions of servicequality in tourism an Indian perspective, *Total Quality Management & Business Excellence*, 20:1, 61 89To link to this Article: DOI: 10.1080/14783360802614299
- Noor, N. (2025). Halal service quality: systematic review, conceptual model and future research. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*.
- Okatan, D., & Yıldırım, Y. (2021). Endüstri 4.0 teknolojilerinin turizm sektörüne yansımaları: Literatür incelemesi. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 4(2), 168-185.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of retailing*, 64(1), 12.
- Putri, B. F. S., Iswanto, D., & Yunarni, B. R. T. (2025, May). Artificial intelligence in personalizing Halal tourism marketing: A study on online travel platforms. In *Proceeding of Islamic International Conference on Education, Communication, and Economics* (Vol. 1, pp. 125-134).
- Sakarya, C., & Çizel, B. (2022). Academic studies based on the EFQM Model in the tourism sector: A Systematic Review. *Akdeniz İnsani Bilimler Dergisi*, 12, 91-112.
- Saraç, Ö. & Tanrısever, C. (2018). Kastamonu’da yeniden işlevlendirilen tarihi yapıların sürdürülebilirliğe etki eden çekicilik faktörleri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29(2), 151-163.
- Suci, A., Junaidi, Nanda, S. T., Kadaryanto, B., & van FC, L. L. (2021). Muslim-friendly assessment tool for hotel: How halal will you serve?. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 30(2), 201-241.
- Suhartanto, D., Marwansyah, M., Muflih, M., Najib, M.F. & Faturohman, I. (2020). Loyalty formation toward Halal food: Integrating the quality-loyalty model and the religiosity-loyalty model. *British Food Journal*, 122(1), 48-59.
- Sulong, Z., Chowdhury, M. A. F., Abdullah, M., & Hall, C. M. (2024). Constructing sustainable Halal tourism composite performance index for the global Halal tourism industry. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 29(7), 852-868.
- Sumardi, W. H., Osman, S., & Sumardi, W. A. (2025). Halal tourism and the Global Muslim Travel Index (GMTI): A comparative study of Malaysia

- and Brunei Darussalam. In *The Halal Industry in Asia: Perspectives from Brunei Darussalam, Malaysia, Japan, Indonesia and China* (pp. 157-178). Singapore: Springer Nature Singapore.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable tourism management* (2nd Edition). London: CABI Publishing.
- Timur, Y. P., Ridlwan, A. A., Suryaningsih, S. A., Fikriyah, K., Susilowati, F. D., & Rofiqo, A. (2025). Exploring tourist switching intention to Halal tourism with the push-pull-mooring theory. *Journal of Islamic Marketing*.
- Torres-Delgado, A., & Palomeque, F. L. (2018). The ISOST index: A tool for studying sustainable tourism. *Journal of destination marketing & management*, 8, 281-289.
- Wilhelmina D. Lazatin & Xiaohua Qin (2024). Quality dimensions of travel Products: A research perspective, *International Journal For Multidisciplinary Research*, Volume 6, Issue 6, November-December 2024, DOI: <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2024.v06i06.30105>
- Yudiandri, T. E., & Sulisty, A. (2022). Excellent and sustainable tourism management through The Baldrige Criteria: Case study: Mangunan orchard tourism attraction. *Journal of Research on Business and Tourism*, 2(2), 78-94.

Multidisipliner Bir Yaklaşımla Özel İlgi Turizmi

Editör:

Dr. Öğr. Üyesi İsa Bayhan