



SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YAKLAŞIMIYLA ÖZEL İLGİ TURİZMİ

EDİTÖRLER

Dr. Öğr. Üyesi Ayhan BAŞÇI
Dr. Yusuf ORMANKIRAN



SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YAKLAŞIMIYLA
ÖZEL İLGİ TURİZMİ

EDİTÖRLER

Dr. Öğr. Üyesi Ayhan BAŞÇI
Dr. Yusuf ORMANKIRAN

BÖLÜM YAZARLARI

Doç. Dr. Ali İzzet YILMAZ
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet AKNAR
Dr. Öğr. Üyesi Ayhan BAŞÇI
Dr. Duran KURU
Dr. Yusuf ORMANKIRAN
Öğr. Gör. Ahmet Can GÖKSUN

Akademik unvan ve harf sırası gözetilerek sıralanmıştır.

Bu kitapta yer alan her bölümün tüm sorumluluğu (görseller, tablolar, çizelgeler, çizimler, grafikler, direkt alıntılar, etik/kurum izni vb.) yazarlara aittir.

Herhangi hukuki bir olumsuzlukta Çizgi Kitabevi Yayınları ve kitap editörü hiçbir konuda bir yükümlülük ve hukuki sorumluluğu kabul etmez, hukuki yükümlülük altına alınamaz. Her türlü hukuki yükümlülük ve sorumluluk ilgili bölüm yazar(lar)ına aittir.

Çok bölümlü/yazarlı olan bu kitap maddi bir değer ile alınıp satılamaz. Kitapta yer alan bilgiler alıntı yapılmak ve ilgili alıntıya atıf yapılmak koşulu ile kaynak gösterilmek üzere bilimsel ya da ilgili araştırmacılar tarafından kullanılabilir.

ÇİZGİ
K İ T A B E V İ

Çizgi Kitabevi Yayınları (e-kitap)

©Çizgi Kitabevi
Aralık 2025

ISBN: 978-625-396-734-5
Yayıncı Sertifika No: 52493

KÜTÜPHANE BİLGİ KARTI

- Cataloging in Publication Data (CIP) –

EDİTÖRLER

BAŞÇI, Ayhan | ORMANKIRAN, Yusuf
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YAKLAŞIMIYLA
ÖZEL İLGİ TURİZMİ

Sayfa Düzeni ve Kapak Tasarımı
Ozsum Academy
Tel: +90 541 191 57 41

Baskıya Hazırlık: Çizgi Kitabevi Yayınları
Tel: 0332 353 62 65- 66

ÇİZGİ KİTABEVİ

Sahibiata Mah.
M. Muzaffer Cad. No:41/1
Meram/**Konya**
(0332) 353 62 65

Konevi Mh.
Larende Cad. No:20/A
Meram/**Konya**
(0332) 353 62 66

Siyavuşpaşa Mh.
Gül Sk. No: 15 B
Bahçelievler/**İstanbul**
(0212) 514 82 93

www.cizgikitabevi.com

[f](#) [t](#) [@](#) /cizgikitabevi

İÇİNDEKİLER

BİRİNCİ BÖLÜM TARİHSEL BAKIŞ AÇISIYLA TURİZM 1-21

Dr. Duran KURU

- 1.1. Modern Öncesi Dönemde Turizm
- 1.2. Modern Dönemde Turizm
- 1.3. Post Modern Dönemde Turizm

İKİNCİ BÖLÜM TURİZMDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK, EKOTURİZM VE ÖZEL İLGİ TURİZMİ 22-41

Doç. Dr. Ali İzzet YILMAZ

- 2.1. Turizmde Sürdürülebilirlik
- 2.2. Ekoturizm
- 2.3. Özel İlgi Turizmi

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM KÜLTÜRE DAYALI ÖZEL İLGİ TURİZMİ 42-106

Dr. Öğr. Üyesi Ayhan BAŞÇI

- 3.1. Arkeo Turizm
- 3.2. Dark Turizm
- 3.3. Diaspora Turizmi
- 3.4. Etkinlik Turizmi
- 3.5. Etnik Turizm
- 3.6. Film-Dizi Turizmi
- 3.7. İnanç Turizmi
- 3.8. İpek Yolu Turizmi
- 3.9. Kongre Turizmi
- 3.10. Miras Turizmi

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
DOĞAYA DAYALI ÖZEL İLGİ TURİZMİ
107-187

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet AKNAR

- 4.1. Tarım Turizmi (Agro Turizm - Çiftlik Turizmi)
- 4.2. Deniz Turizmi
- 4.3. Akarsu Turizmi
- 4.4. Fauna ve Flora Turizmi
- 4.5. Dağ ve Kış Turizmi
- 4.6. Yayla Turizmi
- 4.7. Mağara Turizmi
- 4.8. Kuş Gözlemciliği Turizmi (Ornito - Avi Turizm)
- 4.9. Hava Sporları
- 4.10. Sorumlu Turizm

BEŞİNCİ BÖLÜM
AMACA DAYALI ÖZEL İLGİ TURİZMİ
188-227

Öğr. Gör. Ahmet Can GÖKSUN

- 5.1. Alışveriş Turizmi
- 5.2. Foto Safari
- 5.3. Gastronomi Turizmi
- 5.4. Golf Turizmi
- 5.5. Sağlık Turizmi
- 5.6. Spor Turizmi
- 5.7. Şarap Turizmi
- 5.8. Yat Turizmi

ALTINCI BÖLÜM
ÖZEL İLGİ TURİZMİNİN GELECEĞİ,
YENİ TRENDLER VE GELECEK PERSPEKTİFLERİ
228-286

Dr. Yusuf ORMANKIRAN

- 6.1. Efsane ve Söylence Turizmi
- 6.2. Ev Turizmi
- 6.3. Evlilik Turizmi
- 6.4. Lüks Çadır Turizmi (Glamping Tourism)
- 6.5. İntihar Turizmi

- 6.6. İslami Turizmi
- 6.7. Karavan Turizmi
- 6.8. Kutup Turizmi
- 6.9. Sanal Turizm
- 6.10. Sınır Turizmi (Frontier Tourism)
- 6.11. Son Şans Turizmi (Yok Olmadan Keşfet)
- 6.12. Toplum Temelli Turizmi
- 6.13. Uzay Turizmi
- 6.14. Varoş Turizmi
- 6.15. Yalnız Seyahat (Solo Travel)
- 6.16. Yaratıcı Turizmi

YEDİNCİ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİR ÖZEL İLGI TURİZMİNİN ÖNEMİ VE ETKİLERİ

287-316

Dr. Duran KURU

- 7.1. Sürdürülebilir Özel İlgi Turizminin Etkileri
- 7.2. Yerel Yönetimlerin Rolü ve Sorumlulukları
- 7.3. Turizm İşletmelerin Sürdürülebilirlik Uygulamaları
- 7.4. Eğitim ve Farkındalık: Turistlerin ve Yerel Halkın Katılımı

ÖNSÖZ

Turizm olgusu, küresel ölçekte yaşanan çevresel, toplumsal ve ekonomik dönüşümlerle birlikte nicelikten çok niteliğin ön plana çıktığı yeni bir evreye girmektedir. Bu dönüşüm süreci, kitle turizminin yarattığı baskılar karşısında daha duyarlı, sorumlu ve bilinçli turizm anlayışlarını zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda sürdürülebilirlik yaklaşımı, yalnızca doğal kaynakların korunmasını değil; kültürel mirasın devamlılığını, yerel toplumların güçlendirilmesini ve ekonomik faydanın adil paylaşımını da kapsayan bütüncül bir çerçeve sunmaktadır.

Özel ilgi turizmi, bireylerin özgün ilgi, değer ve motivasyonlarına dayalı olarak şekillenen yapısıyla sürdürülebilir turizm anlayışının en önemli taşıyıcılarından biri olarak değerlendirilmektedir. Bu turizm yaklaşımı, turistlerin pasif tüketiciler olmaktan çıkarak deneyimin aktif bir parçası hâline gelmelerini sağlamakta; yerel kültürle, doğayla ve toplumsal yapı ile daha derin ve anlamlı ilişkiler kurmalarına olanak tanımaktadır. Böylelikle özel ilgi turizmi, destinasyonların kimliğini koruyan, çevresel hassasiyetleri gözetken ve yerel kalkınmayı destekleyen bir gelişim modeli sunmaktadır.

Bu kitap, sürdürülebilirlik yaklaşımıyla özel ilgi turizmini ulusal ve uluslararası boyutlarıyla ele alarak kavramsal, kuramsal ve uygulamalı çerçevede bütüncül bir biçimde incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmada, sürdürülebilirlik ilkeleri çerçevesinde özel ilgi turizminin turizm sistemine etkileri disiplinlerarası bir yaklaşımla ele alınmakta; kitap ise farklı paydaşlar için hem kuramsal hem de uygulamaya dönük bir başvuru kaynağı niteliği taşımaktadır.

Günümüzde turizmin geleceği, sorumluluk, etik ve bilinç temelli yaklaşımlar doğrultusunda şekillenmektedir; bu eser ise özel ilgi turizminin sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle uyumlu biçimde geliştirilmesine yönelik kuramsal bir çerçeve sunarak, turizmin ekonomik boyutunun ötesinde insan, doğa ve kültür arasındaki dengeyi esas alan çok boyutlu bir anlayışla ele alınmasını amaçlamaktadır.

Editörler

Dr. Öğr. Üyesi Ayhan BAŞÇI

Dr. Yusuf ORMANKIRAN

BİRİNCİ BÖLÜM

TARİHSEL BAKIŞ AÇISIYLA TURİZM

Duran KURU¹

GİRİŞ

Modern çağda turizm olarak tanımlanan çoğu aktivitelerin kökenleri, antik dönemlerden bu yana devam eden hareketlilik biçimlerine kadar uzanmaktadır. Turizmi, yalnızca ekonomik bir etkinlik veya boş zamanı değerlendiren aktiviteler bütünü olarak değil; aynı zamanda kültürel, sosyal, tarihsel ve teknolojik dönüşümlerin bir yansıması olarak değerlendirmek mümkündür. Dolayısıyla turizmin tarihsel gelişimi, sektörel çözümler, insanlık tarihindeki değişen değerler, inanç biçimleri, teknolojik gelişmeler ve toplumsal dönüşümlerle doğrudan ilişkili olmaktadır (Towner, 1996; Urry ve Larsen, 2011; Walton, 2000).

Modern anlamda turizmin doğuşu, 18. ve 19. yüzyıllarda yaşanan sanayi devrimi ile yüksek bir ivme kazanmış olsa da modern öncesi dönemde çeşitli toplulukların sergilemiş oldukları seyahat biçimleri, günümüz turizminin temellerini atmaktadır. İnsanlık tarihi boyunca gerçekleştirilen hac yolculukları, ticari seferler, keşif gezileri, eğitim amaçlı seyahatler ve kültürel değişim odaklı geziler birer turistik niteliğe sahip insan hareketliliği örneklerini oluşturmaktadır. (Jafari ve Xiao, 2016).

Turizmi tarihsel bir bakış açısıyla ele almak, tarihin belirli dönemsel kırılma noktaları üzerinden incelenmesiyle mümkün olabilmektedir. Bu bağlamda turizmin tarihsel süreçteki dönüşümü modern öncesi dönem, modern dönem ve post modern dönem olmak üzere üç temel tarihsel evrede incelenmesi yapılabilmektedir. Bu evrelerden modern öncesi dönem, seyahatin daha çok dini, ticari ya da keşif amaçlı gerçekleştiği; modern dönem, ulaştırma teknolojilerinin ve sanayileşmenin etkisiyle seyahatin kitleselleştiği; post modern dönem ise dijitalleşme, deneyim ekonomisi ve

¹ Öğr. Gör. Dr., Hitit Üniversitesi, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı, durankuru@hitit.edu.tr, 0000-0002-7487-8911

sürdürülebilirlik kavramlarının ön plana çıktığı bir tarihsel dönüşümü temsil ettiği söylenebilmektedir (Towner, 1996; Cohen ve Cohen, 2015).

1.1. Modern Öncesi Dönemde Turizm

Turizm bugünkü anlamıyla modern öncesi dönemde tam olarak gerçekleşmese de bu dönemde seyahat olayı hem bireysel hem de toplumsal yaşamın önemli bir parçası olmaktadır (Walton, 2000). Bugünkü anlamda yapılan turistik seyahatlerden ziyade modern öncesi dönemde seyahatlerin çoğu dinsel, ticari, diplomatik, eğitim, keşif veya zorunlu nedenlerle gerçekleştirilmektedir. Ayrıca bu dönemde ulaşım olanaklarının sınırlı olması, gerçekleştirilen bu yolculukların hem süre açısından hem de güvenlik boyutuyla birçok zorluğun aşılması gerektiği anlamına gelmektedir. Bu zorluklara rağmen insanlar farklı coğrafyalara gitme arzusundan vazgeçmeyerek turizmin temelleri olarak kabul edilebilecek bir seyahat kültürü oluşturmuşlardır (Casson, 1978).

1.1.1. Antik Dönemde Seyahatler

Seyahat kavramının toplumsal bir faaliyet olarak yaygınlaşmaya başladığı ilk dönemler Antik Yunan ve Roma uygarlıkları dönemleri olarak bilinmektedir. Antik Yunan'da gerçekleştirilen seyahatler, bilhassa dini ritüellere katılım ve kehanet merkezlerini ziyaret etme gibi nedenlerle yapılmaktadır. Bu dönemde büyük kitle katılımlarıyla organize edilen Olimpiyat Oyunları, Pythian Oyunları ve İsthmia Oyunları gibi Panhelenik Oyunlar, yalnızca sportif faaliyetlerin düzenlendiği yerler değil, aynı zamanda büyük bir sosyal-kültürel buluşma ve kaynaşma alanları olmaktadır (Leiper, 1990). Bu oyunların başlangıcından bitimine kadar geçen süre boyunca şehirlerarası hareketlilik artmakta, konaklama ve ticaret faaliyetleri bu süreçte canlanmaktadır. Bu canlılık durumunun erken dönem turistik hareketlilik örneğini oluşturduğu söylenebilmektedir.

Roma uygarlıkları döneminde ise özellikle Via Appia, Via Egnatia gibi adlandırılan yollar, ulaşım altyapısının gelişmesine ve hem askeri hem de sivil amaçlı seyahatlerin sistematik biçimde yapılabilmesine katkı sağlamaktadır. Bu yollar sayesinde Roma vatandaşları arasında sağlık amacıyla kaplıca ziyaretleri, kültürel geziler ve yazlık villalara yapılan kısa süreli seyahatler yaygınlaşmaktadır (Towner, 1996). Kimi araştırmacılar bu dönemi erken tatilcilik olarak adlandırmaktadır (Toner, 2013).

Bu dönemde özellikle Pompei, Herculaneum ve Capri gibi kıyı bölgelerde bulunan yazlık villalardaki yaşam biçimi, günümüzdeki sahil turizminin (Laurence, 2002); soyluların Roma'daki termal sularının şifalı olduğuna inanılan Baiae bölgesine (bugünkü Napoli Körfezi civarları) sağlık ve dinlenme amaçlarıyla gerçekleştirdikleri seyahatler ise sağlık turizminin (Casson, 1978) başlangıcı olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca bu dönemlerde Tabernae (hanlar), mansio (devlet konaklama merkezleri) gibi yerler, seyahat edenler için temel konaklama imkânının, güvenlik ve hijyen koşullarının oldukça sınırlı olması nedenleriyle modern otelciliğin sunmuş olduğu hizmet kavramından farklılık göstermektedir.

Tablo 1.1. Roma Dönemi Seyahat Türleri ve Sosyoekonomik Dağılımı²

Seyahat Türleri	Katılımcı Sınıflar	Amaçlar	Örnek Bölgeler
Hac Yolculukları	Alt-Orta Sınıf	Dini	Efes, Roma
Villa Tatilleri	Üst Sınıf	Dinlenme / Statü	Napoli Körfezi
Tiyatro Festivalleri	Orta Sınıf	Kültürel Etkinlik	Atina, Pompeii
Eğitim Gezileri	Elit Gençlik	Öğrenme / Dil	Atina, İskenderiye

1.1.2. Orta Çağ'da Dini ve Ticari Seyahatler

Orta Çağ'da Avrupa, Orta Doğu ve Asya coğrafyalarında seyahat eğilimi çoğunlukla dini motivasyonlarla ilişkilendirilmektedir. Bu dönemde hac merkezlerine insanların hacı olmak için yaptıkları seyahatler İnanç Turizmi olarak değerlendirilmektedir. Özellikle Mekke, Medine, Kudüs, Santiago de Compostela ve Roma, milyonlarca insanın dini inanışlarıyla ziyaret ettiği hac merkezleri olarak adlandırılmaktadır (Turner ve Turner, 2011).

Bu hac merkezlerine gerçekleştirilen seyahatler, modern turizmin ulaşım ağları, konaklama imkanları (han, kervansaray), rehberlik hizmetleri ve güvenlik önlemleri gibi birçok bileşenin temelini oluşturmaktadır (Nolan ve Nolan, 1992). Bu duruma İspanya'daki Santiago de Compostela rotası üzerinde yer alan Albergue adı verilen

² Bölümde yer alan tüm tablolar literatür çerçevesinde yazar tarafından hazırlanmıştır.

konaklama imkânı sağlayan tesisler, günümüz otellerinin işlevsel öncüllerine örnek olarak verilebilmektedir.

Bu rotalar, Avrupa'nın çeşitli coğrafyalarından başlayıp, Fransa, Almanya ve İtalya üzerinden İspanya'nın kuzeybatısındaki Santiago'ya ulaşmaktadır. Bu rotalarda bulunan dini mabetler, konaklama imkânları ve kurulan pazarlar İnanç Turizmi'nin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Ayrıca UNESCO tarafından “Dünya Kültürel Mirası” olarak ilan edilen bu rotalar, modern dönemde de kültürel turizm örneği olarak görülmektedir (Badone ve Roseman, 2004; UNESCO, 1993).

Aynı zamanda Orta Çağ'da gerçekleştirilen seyahatler ticaretin de önemli bir parçası olmaktadır. Özellikle İpek Yolu, Akdeniz Ticaret Yolları ve Arap Yarımadası'ndaki kervan yolları, bu coğrafyalarda hem mal ve hizmet hem de kültür akışını sağlamaktadır. Dolayısıyla, bu amaçla gerçekleştirilen seyahatler sadece ekonomik değil, kültürel bir değiş tokuş aracı olarak da işlev görmektedir (Abu-Lughod, 1989).

Tablo 1.2. Orta Çağ Hac Merkezleri ve Ekonomik Etkileri

Hac Merkezleri	Bölgeler	Ziyaretçi Profilleri	Ekonomik Etkiler
Mekke, Medine	Arap Yarımadası	Müslüman	Ticaretin artışı, kervansaray ağı
Santiago	İspanya	Hristiyan	Yerel zanaat, konaklama gelişimi
Kudüs	Levant	Hristiyan ve Müslüman	Tüccar ağlarının büyümesi
Roma	İtalya	Hristiyan	Altyapı ve konaklama gelişimi

1.1.3. Asya ve İslam Dünyasında Seyahatler

Batıda olduğu kadar Doğu toplumlarında da seyahat kültürü bu dönemde oldukça gelişim göstermektedir. Özellikle İslam dünyasında 8 ila 14. yüzyıllar arasında gerçekleştirilen bilimsel ve dini amaçlı seyahatler önemli seyahat eğilimleri arasında yer almaktadır. Bu dönemde İbn-i Battuta, Evliya Çelebi gibi seyyahların, seyahatleri boyunca yazdıkları modern anlamda turizmin öncülleri sayılabilecek seyahat kayıtları literatüre katkı sağlamaktadır. Literatüre bırakılan bu seyahatnameler sadece coğrafi

bilgiler içermemekte, aynı zamanda sosyal yaşam, mimari özellikler, yeme-içme kültürü ile misafirperverlik anlayışına dair ayrıntılı gözlemler içermektedir (Hillenbrand, 1999).

Özellikle İbn-i Battuta'nın 14. yüzyılda Kuzey Afrika'dan Çin'e kadar uzanan 120.000 km'lik yolculuğu, modern seyahat yazınının öncü bir örneğini oluşturmaktadır. Onun gezileri, dönemin ticari, dini ve kültürel etkileşim biçimlerini ayrıntılı bir biçimde göstermesi açısından büyük önem taşımaktadır (Dunn, 2012). Bu seyahatler hem coğrafi keşif hem de kültürel turizm açısından önemli bir örnek oluşturmaktadır.

Benzer şekilde, Çin'de 7 ile 10. yüzyıllar arasında Tang Hanedanlığı döneminde, Budist hacıların Hindistan'a seyahat ederek kutsal metinleri taşımaları kuşaklar arası kültürel aktarımın temellerini oluşturmaktadır. Ayrıca Hindistan'da gerçekleştirilen Kumbh Mela gibi büyük kitlelerin katılım sağladığı dini festivaller, her dönemde milyonlarca insanın belirli bir destinasyona akın ettiği seyahat olaylarına örnek teşkil etmektedir (Sen, 2003). Bu hareketlilikler ise, Asya'daki erken dönem İnanç Turizmi anlayışının bir göstergesi sayılabilmektedir.

1.1.4. Bölgesel Farklılıklar ve Erken Turistik Ağlar

Bölgesel olarak turizm çeşitleri ve bu turizm çeşitlerinin tercih edilme yoğunluğu modern öncesi dönemde büyük farklılıklar göstermektedir. Örneğin Avrupa'da, dini duygular ve feodal yapılar nedeniyle seyahat çoğunlukla dini ya da askeri sebeplerle gerçekleştirilmektedir. Orta Doğu'da, seyahatler genellikle ticaret yolları üzerinde ve hac güzergâhları doğrultusunda yapılmaktadır. Asya'da, insanların seyahat etme nedenleri arasında eğitim, kültür ve dini hareketlilik ön plana çıkmaktadır. Amerika'da, yerli halkların kutsal mabet ve mekânlara yaptıkları ziyaretler seyahat biçimi olarak gösterilirken Afrika'da ise, ticaret amacıyla yaşanan göçebe hareketleri ve dini ritüeller insanların seyahatlerine yön vermektedir (Timothy ve Olsen, 2006).

Bu dönemde ulaşım olanaklarının gelişmemesinden dolayı seyahatlerin çoğunluğu deneyimsel, manevi duygular ışığında ve kolektif bir eylem niteliğinde gerçekleştirilmektedir. Genel itibariyle bölgesel olarak yaşanan bu farklılıklar arasında coğrafya, kültürel değerler, din, ekonomik koşullar ve teknolojik gelişmeler sayılabilmektedir (MacCannell, 1999).

Tablo 1.3. Modern Öncesi Dönemde Seyahatin Bölgesel Özellikleri

Bölgeler	Baskın Seyahat Türleri	Örnek Güzergâhlar	Belirleyici Unsurlar
Avrupa	Dini Hac	Santiago Yolu	Hristiyanlık
Orta Doğu	Dini ve Ticari	Mekke – Şam	İslam ve Ticaret
Asya	Ticari / Dini	İpek Yolu	Budizm, Ticaret
Afrika	Hac / Ticaret	Timbuktu – Kahire	Kervan Ağı

1.1.5. Modern Öncesi Dönemde Seyahat Deneyimi ve Sosyal Statü

Bu dönemde gerçekleştirilen seyahatler, sadece belirli sosyal sınıfların ulaşabildiği bir imtiyaz olarak değerlendirilmektedir. Bu imtiyaza, yani seyahat etme imkânına sahip sosyal sınıfları aristokratlar, din adamları, tüccarlar ve bilginler oluşturmaktadır. Dolayısıyla bu dönemde gerçekleştirilen seyahatler, bir sosyal statü göstergesi olarak algılanmaktadır (Smith, 1989). Ayrıca, seyahat gerçekleştirilen bölgelerin (Roma, Kudüs, Mekke, Medine vb.) kültürel saygınlığı kişinin sosyal statüsünü yükseltmektedir (Said, 1978).

1.2. Modern Dönemde Turizm

1.2.1. Sanayi Devrimi ve Ulaşım

Modern dönem, 18. yy. sonlarından itibaren Avrupa’da yaşanan sanayi devrimi ile beraberinde gelen toplumsal, ekonomik ve teknolojik ilerlemelerle biçimlenmektedir. Bu dönemde, sadece üretim süreçleri, buharlı makinelerin yaygın hale gelmesi, şehirleşme ve teknolojik ilerlemeler değil, aynı zamanda insanların boş zaman, seyahat ve tüketim alışkanlıklarının da köklü bir şekilde değiştiği görülmektedir. Modern turizmin doğuşu da yaşanan bu sanayi devrimi ile başlamakta ve yaşanan bu dönüşümün bir ürünü olarak ortaya çıkmaktadır (Towner, 1996; Walton, 2000).

Sanayi Devrimi ile buharlı tren, buharlı gemi, telgraf sistemleri gibi ulaşım ve iletişim olanaklarının gelişerek yaygın hale gelmesi, kentleşme ve çalışma koşullarının iyileşmesi, seyahat olgusunu daha geniş kitlelerin erişimine açmaktadır (Boorstin, 1962). Bu dönemde tatil kavramı, yalnızca aristokratik bir imtiyaz olmaktan çıkmakta, bununla birlikte orta sınıfın da yapabildiği bir hareketlilik hâline gelmektedir. Örneğin 1825’te yapımı tamamlanan Stockton–Darlington Demiryolu ve ardından açılan Londra–

Brighton hattı, orta sınıfın ilk kez kendi ülkesi içinde de olsa kısa süreli tatil yapmasına olanak tanımaktadır (Urry ve Larsen, 2011).

Ayrıca bu dönemde ulus-devlet anlayışının yaygınlaşması ve milliyetçiliğin güçlü hale gelmesi, insanların ulusal kimlikleri ile bütünleşen coğrafyalara yönelmelerini sağlamaktadır. Bu durum da turizmin sadece ekonomik değil, aynı zamanda ideolojik bir kavram olarak da değerlendirilmesine neden olmaktadır (Hall ve Tucker, 2014).

Tablo 1.4. Modern Dönem Öncesi ve Sonrası Seyahat Motivasyonlarının Karşılaştırması

Dönemler	Temel Amaçlar	Katılımcı Profilleri	Araçlar	Destinasyonlar
17. yy “Grand Tour”	Eğitim, Statü	Aristokrasi	At arabası, gemi	Roma, Paris, Venedik
19. yy Modern Seyahat	Dinlenme, Keşif	Orta sınıf	Tren, buharlı gemi	Londra, Nice, Interlaken
20. yy Erken Tatil Dönemi	Rekreasyon	Tüm sınıflar	Otobüs, tren	Sahil kasabaları

1.2.2. Thomas Cook ve Turizmin Kurumsallaşması

Thomas Cook, modern dönemde turizmin kitlesel hale gelmesinde en önemli katkıyı yapan isimlerden birisi olarak bilinmektedir. Thomas Cook’un 1841 yılında İngiltere’de demiryoluyla düzenlediği 500 kişilik ilk organize turu, çağdaş tur operatörlüğünün başlangıç noktası olarak kabul edilmektedir (Brendon, 1991). Ayrıca bu olayın, seyahat olgusunun bireysel bir hareketlilik olmaktan çıkıp, planlı ve kitlesel bir faaliyet haline gelmesinde büyük katkıları bulunmaktadır (Towner ve Wall, 1991).

Cook’un burada turizm alanına getirdiği yenilik, seyahatleri yalnızca ulaşım açısından değil, aynı zamanda biletleme, lojistik, konaklama, rehberlik, güvenlik, finansal planlama ve gezi programlarını bütüncül bir hizmet haline getirerek (paket tur) organize etmesi olarak yorumlanmaktadır. Örneğin 1851 yılında Londra’daki Büyük Sergi için organize ettiği turlar, binlerce insanın katıldığı ilk büyük ölçekli turistik etkinlik olarak bilinmektedir. Ardından Cook’un 1860’larda Avrupa, 1869’da Mısır ve Kutsal Topraklar’a düzenlediği turlar, uluslararası turizmin başlangıcını temsil etmektedir (Brendon, 1991). Ayrıca bu örnekler, modern turizmin hem ekonomik hem de kültürel bir sektör haline geldiğini kanıtlamaktadır.

Aynı zamanda Cook'un organizasyonları, turizmin halkın her tabakasına yayılma sürecini de başlatmaktadır. Bu sayede seyahat, artık sadece aristokrasinin değil, aynı zamanda yükselen orta sınıfın da erişebildiği bir tüketim tarzı olmaktadır (Walton, 2000).

Cook'un turizm sektörüne getirdiği paket tur kavramı, bugün hâlâ modern seyahat işletmelerinin temelini, 1870'lerde kurduğu Thomas Cook & Son firması da modern seyahat acenteciliğinin kurumsal yapısını oluşturmaktadır.

Tablo 1.5. Thomas Cook Turları (1841–1872)

Özellikler	Açıklamalar
Dönem	1841–1872
Yenilik	Grup turları, önceden belirlenmiş fiyat, bütünleşik hizmet
Hedef Kitle	Orta sınıf İngiliz turistler
Destinasyon	Avrupa, Orta Doğu
Etki	Ulaşım ve konaklama sektörlerinin kurumsallaşması

Thomas Cook'un turizm alanındaki başarısı, aynı zamanda sosyal reform idealiyle de ilişkili bir durumu ifade etmektedir. Çünkü o, turizme bir ahlaki gelişim aracı olarak bakmakta, işçi sınıfının gelişimini desteklemek amacıyla ölçülü seyahat kavramını savunmaktadır (Buzard, 1993). Dolayısıyla Cook'un benimsediği bu anlayış, günümüzün etik ve sürdürülebilir turizm yaklaşımlarına da temel sunmaktadır.

1.2.3. Avrupa ve Amerika'da Tatil Kültürü

Tatil olgusunun toplumsal bir norm haline gelmesi 19. yüzyılın sonları ve 20. yüzyılın başlarına kadar uzanmaktadır. Bu dönemde İngiltere'deki Bank Holiday uygulamaları, Fransa'daki sahil kasabalarındaki hareketlilik, Almanya'daki kaplıca ziyaretleri; modern turizmin halka yayılmasına katkı sağlamaktadır (Berghoff ve diğerleri, 2002). ABD'deki Ulusal Parklar Hareketi (Yellowstone Ulusal Parkı) ise, doğa turizminin öncüleri arasında yer almaktadır.

Tatil bölgelerine bakıldığında turistik mekanlar genellikle deniz kenarları, kaplıcalar ve kırsal tatil kasabaları etrafında olduğu görülmektedir. Örneğin İngiltere'de Brighton ve Blackpool, Fransa'da Nice ve Biarritz, Almanya'da Baden-Baden, ABD'de

Coney Island ve Niagara Şelalesi dönemin simgesel mekânları olmaktadır (Walton, 2000; Cocks, 2001).

Tablo 1.6. 19. Yüzyılda Avrupa’da Popüler Tatil Merkezleri

Şehirler	Ülkeler	Öne Çıkan Özellikler
Brighton	İngiltere	Deniz banyosu kürleri
Nice	Fransa	Aristokrat tatil yeri
Interlaken	İsviçre	Alpler manzarası ve sağlık turizmi
Baden-Baden	Almanya	Kaplıca ve müzik festivalleri

Örneğin bu mekanlardan İngiltere’deki Brighton, 19. yüzyılda orta sınıf için bir sağlık ve eğlence destinasyonu olarak bilinmektedir. Yaz tatillerinin simgesi olan kente, demiryolu bağlantısı sayesinde Londra’dan bir günde gelinebilmekte, böylelikle deniz tatilinin toplumun her kesimine yayılması gerçekleşmektedir (Walton, 1983).

1.2.4. Osmanlı’dan Cumhuriyet’e Modern Turizmin Başlangıcı

Modern turizmin başlangıcı Batı Avrupa olmasına rağmen, o dönemde Osmanlı coğrafyasında da benzer turizm hareketlikleri gözlemlenmektedir. Osmanlı’daki modern turizm anlayışı, özellikle batılılaşma politikaları (Tanzimat sonrası modernleşme hareketleri) ve ülkedeki ulaşım altyapısının gelişmesi (demiryolları, limanlar, hanlar) ile ilişkilendirilmektedir. Örneğin 1856 yılında İzmir–Aydın demiryolunun ulaşım hizmetlerine sunulması, 19. yüzyılın sonlarına doğru Şirket-i Hayriye vapurlarının düzenli seferlere başlaması, Boğaziçi’nin iç turizme kazandırılmasına olanak tanımaktadır. Ayrıca Osmanlı’nın liman kentleri olan İstanbul, İzmir ve Beyrut hem Avrupa kıtasından gelen seyyahlar hem de yerli seçkinler için bir cazibe merkezine dönüşmektedir (Tchihatchef, 2019; Yılmaz, 2021).

Bunlarla birlikte bu dönemde, Avrupa’daki Grand Tour hareketliliğinin Osmanlı entelektüelleri arasında da yaygınlaştığı görülmektedir. Örneğin 19. yüzyılın son çeyreğinde Paris, Roma ve Londra’ya yapılan eğitim ya da kültür gezileri, modern turistik gezilerinin Osmanlı versiyonunu oluşturmaktadır (İnalcık, 2013).

Ayrıca örneğin 1890 yılında kaleme alınan Murray’s Handbook for Travellers in Constantinople gibi seyahat rehberleri İstanbul’u bu dönemde “egzotik doğunun batılı

kapısı” olarak nitelendirmektedir. Dolayısıyla İstanbul’un bu sunuluş şekli, oryantalist turizm anlayışının ilk örneklerinden birini oluşturmaktadır (Çelik, 1992).

Tablo 1.7. 19. Yüzyıl Sonunda Osmanlı Coğrafyasında Başlıca Turistik Güzergâhlar

Güzergâhlar	Seyahat Türleri	Katılımcı Profiller
İstanbul–Bursa	Kültürel / Termal	Avrupalı gezginler
İzmir–Efes	Arkeolojik / Dini	Akademisyenler, seyyahlar
Beyrut–Şam	Ticari / Misyonerlik	Tüccarlar, misyonerler

1.2.5. Amerika Birleşik Devletleri’nde Kitlesel Tatil Kültürü

20. yüzyılın başlarında Amerika Birleşik Devletleri (ABD)’nde giderek artan şehirleşme oranı ve otomobil üretimi, otomobil turizmi ile birlikte yol kültürü kavramlarını da beraberinde getirmektedir. Bilhassa 1910 yılından itibaren ABD’de Ford firmasının seri üretim modeli otomobilleriyle bireysel seyahat kolaylaşmakta, Route 66 gibi yollar sembolik değer kazanmaktadır. Route 66 yolu gibi yollar boyunca gelişen benzin istasyonları, moteller ve restoranlar modern turizmin yol deneyimini temsil etmektedir. Ayrıca uzun yollarda oluşan bu motel sistemi, orta sınıf ailelerine uzun mesafeli yolculukları deneyimleme fırsatı da sunmakta ve bu durum turizm sektörünün yeni bir segmentini oluşturmaktadır (Belasco, 2006; Jakle, 1986).

1.2.6. Modern Dönemde Turizmin Sosyo-Ekonomik Sonuçları

Modern dönemde turizmin ekonomik etkisi daha da belirginleşmekte; turizm gelirleriyle çoğu ülkenin Gayri Safi Yurtiçi Hasılası’na (GSYİH) ciddi katkı sağlayan önemli bir sektör haline gelmektedir. Özellikle 19. yüzyılın sonlarına doğru demiryolu şirketleri, otel zincirleri ve tur operatörleri yeni bir hizmet sektörü kolunu teşkil etmektedir. Bu dönemde tatil kavramı orta sınıfın statü göstergesini oluşturmakta, alt sınıflar için uzun süre ulaşılamaz bir imtiyaz olarak görülmektedir. Bu nedenle bu dönemdeki turizm anlayışı, sosyal sınıf farklılıklarını yeniden gündeme getirmektedir (Hall, 1994; Hall ve Page, 2014).

Fakat bu durumun İkinci Dünya Savaşı sonrasında itibaren değiştiği görülmektedir. Bu dönemde refah devletlerinin gelişmeleriyle beraber kitlesel tatil turizmi yaygınlaşmaktadır. Özellikle 1950'lerden sonra charter uçuşları yapılmakta ve böylece turizm sektörünün küreselleşmesi başlamaktadır. Gelişen bu süreç, post modern döneme geçişin hazırlayıcısı olmaktadır.

1.3. Post Modern Dönemde Turizm

Postmodernizm, modernizmin ilerleme, rasyonalite ve evrensellik iddialarına karşı 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren gelişim gösteren bir anlayış olarak bilinmektedir. Bu anlayış, parçalanmış kimlikler, çoklu gerçeklik algısı ve sembolik tüketim gibi kavramlarla turizmin hem anlamını hem de türlerini köklü biçimde dönüştürmektedir (Sing, 2011; Rojek ve Urry, 1997).

1.3.1. Postmodernizm, Kültürel Dönüşüm ve Turizm

Post modern toplumda kişi, sabit bir kimlik yerine akışkan, çok katmanlı ve performatif bir birey olarak konumlanmaktadır (Bauman, 2000; Lyotard, 1984). Dolayısıyla turizm faaliyetine katılım sağlayan birey yalnızca görmekle yetinmeyen, bununla beraber yaşamak, katılmak ve paylaşmak isteyen bir özneye dönüşmektedir (Cohen, 1984). Bu nedenle bu dönemde turizm, sadece yer değiştirme değil, aynı zamanda deneyimsel tatmin, kimlik inşası ve sembolik tüketim süreçlerinin bir bileşeni haline gelmektedir (Urry ve Larsen, 2011; Dujmovic, 2015).

Post modern dönemde yaşanan dijitalleşme, küreselleşme ve sürdürülebilirlik eğilimleri, turizmi hem kültürel hem teknolojik boyutlarıyla yeniden şekillendiren başlıca bir diğer dinamikler olmaktadır. Bu dönemde artık seyahatler kitlesel olmaktan çıkarak bireyselleşmekte; turistik deneyim de ürün olmaktan çıkarak hikâyeye dönüşmektedir (Gretzel ve diğerleri, 2015; Pine ve Gilmore, 1999).

Genel olarak post modern dönemde turizm, hem küreselleşme sürecinin sonucu olarak uluslararası boyutta genişlemekte, hem de yerel kimliklerin ve özgün deneyimlerin arayışına yönelmektedir. Oluşan bu yeni yapı, post modern turizmin en karakteristik ikili özelliğini oluşturmaktadır.

1.3.2. Deneyim Ekonomisi ve Yeni Turist Tipolojileri

Post modern dönemde kitlesel turizmin doygunluğa ulaşmasıyla birlikte, turistler bu dönemde alternatif ve kişiselleştirilmiş deneyimlere yönelmektedir. Pine ve Gilmore'un (1999) tanımladığı “deneyim ekonomisi” kavramı, bu değişimi açıklayan en önemli yaklaşımlardan birini oluşturmaktadır. Pine ve Gilmore'un (1999) deneyim ekonomisi yaklaşımı, hizmet odaklı tüketimin yerini deneyim odaklı tüketimin aldığı bir dönemi işaret etmektedir. Bu süreçte turist, sadece hizmet alan değil; aynı zamanda anlam, hikâye ve duygusal değer üreten aktif bir özneye dönüşmektedir (Chevtchouk ve diğerleri, 2021). Bu dönemde ortaya çıkan başlıca turist tipolojileri Tablo 1.8’de gösterilmektedir.

Tablo 1.8. Başlıca Turist Tipolojileri

Turist Tipolojileri	Özellikler	Örnekler
Deneyim Turisti	Duygusal doyum, estetik deneyim, hikâye odaklı ziyaret	Gastronomi rotaları, sağlık & wellness turizmi, yoga inzivaları
Eko-Turist	Doğa odaklı, karbon nötr deneyim, sorumlu seyahat	Kosta Rika eko-lodgeleri, yavaş turizm
Kültür Turisti	Yerel gelenek ve kültürü otantik biçimde deneyimleme isteği	Fas, Nepal, Balkan köyleri, Anadolu kırsal yaşamı
Dijital Nomad	Uzaktan çalışma–seyahat birleşimi; yaratıcı sınıf hareketliliği	Bali, Tallinn, Antalya dijital nomad vizeleri
Simülasyon Turisti	VR, AR, temalı mekânlar, kurgulanmış gerçeklik tüketimi	Dubai deneyim parkları, VR müzeleri

Bu tipolojiler, post modern dönemde turizmin bireyselleşme ve çoğulculuk ekseninde evrildiğini göstermektedir (Cohen ve Cohen, 2019; Cohen, 1979; Hannam ve diğerleri, 2006). Urry'nin (1990) turistik bakış (tourist gaze) kavramı da bu dönemde yeniden yorumlanmakta: turistin gördüğü şey, sadece fiziksel mekân değil; aynı zamanda medya, kültür ve kimlikler tarafından inşa edilen bir temsiller ağının parçası da olmaktadır. Örneğin 1990'lardan itibaren İzlanda, doğa temelli ve sürdürülebilir turizm politikalarıyla kitle turizminin dışında konumlanan bir destinasyon olarak ön plana çıkmaktadır. Ayrıca bu bölge Game of Thrones dizisi sonrası film turizmiyle birleşerek bir model oluşturmakta hem çevresel koruma hem de ekonomik büyümeyi dengeleyen bir örneği turizme sunmaktadır (Huijbens ve Jóhannesson, 2019).

Bu dönemde turizm sadece “hizmet” değil, aynı zamanda duygusal ve kültürel bir “deneyim üretimi” süreci olmaktadır. Bu bağlamda turizm alanında çeşitlenme giderek yaygınlaşmakta ve alt turizm türleri ortaya çıkmaktadır. Ortaya çıkan başlıca alt turizm türlerinden bazıları şunlardır:

- *Kültürel Turizm*
- *Eko-Turizm ve Sürdürülebilir Turizm*
- *Gastronomi Turizmi*
- *Sağlık ve Wellness Turizmi*
- *Macera ve Ekstrem Turizm*
- *Film ve Medya Turizmi*

1.3.3. Küreselleşme, Dijitalleşme, Sosyal Medya ve Sanal Turizm

21. yüzyılın başında turizm doğasının, küreselleşme, internet teknolojileri ve düşük maliyetli havayolu firmalarının yaygın hale gelmesiyle kökten değiştiği görülmektedir (Buhalis & Law, 2008). Bu dönemde yaşanan dijitalleşme, post modern turizmin oluşumunda en belirgin faktörlerinden biri olmaktadır. Turistler sadece fiziksel mekânlarda değil, aynı zamanda dijital mecralarda da gezinmektedirler. Dolayısıyla turistler karar alma süreçlerine sosyal medya, kullanıcı yorumları, algoritmalar ve veri temelli önerileri de dâhil etmektedirler (Xiang ve Gretzel, 2010; Wibisono ve Lale 2024). Örneğin; Instagram, TikTok, Tripadvisor ya da Airbnb gibi dijital platformlar, seyahatin planlama aşamasını, deneyimlenme olanaklarını ve paylaşılma tarzlarını yeniden oluşturmaktadır. Bu olanaklardan yararlanan turistler ise bu dönemde dijital turist olarak tanımlanmaktadırlar.

Dijital turistler yaşadıkları deneyimleri çevrimiçi saklayan, paylaşan ve takipçileriyle etkileşimde bulunan küresel bir oyuncuya dönüşmektedir (Gretzel ve dierleri, 2015). Akabinde akıllı cep telefonları, GPS ve artırılmış gerçeklik teknolojileri akıllı turizm uygulamaları çağını başlatarak destinasyonları yalnızca ziyaret edilen mekânlar olmaktan çıkararak etkileşimli bilgi ağlarına dönüştürmektedir (Xiang ve Fesenmaier, 2017). Örneğin akıllı destinasyon yönetimi uygulamasının kılavuzlarından biri olan Barcelona, 2010 yılından itibaren turizm planlamasını dijital altyapıyla birleştirmiş, akıllı yönlendirme ve sensör tabanlı veri kontrol sistemleri ile şehrin turist yoğunluğunu denge altına almıştır (Boes ve diğerleri, 2016).

Ayrıca dijitalleşme, turistlerin sadece karar alma süreçlerini etkilemekle kalmayıp yaşadıkları deneyimi de dönüştürmektedir. Bu dönemde VR/AR turlarının, 3D müze ziyaretlerinin ve Metaverse tabanlı turizm kullanımlarının gün geçtikçe yaygınlaştığı ve geliştiği görülmektedir (Buhalis ve diğerleri, 2023).

1.3.4. Sürdürülebilirlik, Eko-Turizm ve Toplum Merkezli Yaklaşımlar

Brundtland Raporu'nda (1987) tanımlanan sürdürülebilirlik kavramı, turizm sektörünü de etkileyerek doğal çevreye, kültüre ve yerel halka duyarlı turizm anlayışını geliştirmektedir (Honey, 1999). Bu anlayışla birlikte sürdürülebilirliğin, post modern turizm politikalarının merkezinde konumlandırıldığı görülmektedir. 2020 yılı ve sonrasında oluşturulan post modern turizm politikalarında küresel ısınmayı önleyici, karbon ayak izini azaltan, toplum merkezli eko-turizm modelleri daha da önem kazanmaya başlamaktadır (UNWTO, 2023).

Bu dönemde önem kazanan eko-turizmde, sadece doğayı koruma çabası ele alınmamakta, bununla birlikte yerel halkın ekonomik refahını artırmaya yönelik stratejiler de geliştirilmektedir. Bu bağlamda Tablo 1.9'da dünyada eko-turizm merkezleri Tablo 1.10'da Türkiye'de eko-turizm merkezlerine örnekler sunulmuştur.

Tablo 1.9. Dünyada Eko-Turizm Merkezleri

Bölgeler	Destinasyonlar	Modeller	Başarı Unsurları
Latin Amerika	Kosta Rika	Devlet destekli eko-lodgeler	Biyoçeşitlilik koruma politikaları
Asya	Tayland	Toplum merkezli eko-köyler	Yerel katılım
Avrupa	Slovenya	“Green Destination” sertifikalı destinasyonlar	Kentsel sürdürülebilirlik
Türkiye	Karadeniz, Ege	Kırsal ve yavaş turizm	Yerel kalkınma ve agro turizm

Aşağıdaki tabloda belirtilen merkezlerin dışında da sürdürülebilirlik uygulamaları Türkiye'de belirgin bir ilerleme göstermektedir (Guzeloglu ve Gulc, 2021). Türkiye'de özellikle Kapadokya bölgesi, post modern dönemde sürdürülebilir turizm politikalarını başarıyla uygulayan örneklerin başında gelmektedir. Mağara otelleri, yöresel mimarinin korunması ve balon turlarının doğayla uyumlu planlanması, bölgenin kültürel sürdürülebilirliğini desteklemektedir (Özdemir, 2019). Eko-turizm merkezlerine verilen

bu örnekler, post modern turizmin, tüketim odaklı olmasından daha çok yerel üretim ve kültürel mirası koruma aracı olabileceğini göstermektedir (Mowforth ve Munt, 2015).

Tablo 1.10. Türkiye’de Eko-Turizm Merkezleri

Bölgeler	Destinasyonlar	Modeller	Başarı Unsurları
Karadeniz	Fırtına Vadisi	Doğa yürüyüşü, köyde konaklama	Yerel ekonominin güçlenmesi
Kapadokya	Uçhisar-Göreme	Kültürel peyzaj yönetimi	UNESCO sürdürülebilir turizm modeli
Ege	Datça-Bozburun	Organik tarım, agro turizm	“Yavaş turizm” kavramı

1.3.5. Post modern Turizmin Küresel Dinamikleri ve Etik Sorunlar

Dünya çapında giderek artan küreselleşmeyle beraber turizm, uluslararası bir sektör haline gelmektedir. Ancak bu durum ciddi birtakım etik sorunları da beraberinde getirmektedir. Küreselleşen turizm yapısında meydana gelen bu etik sorunlar aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

- *Kültürel Metalaşma*: Yerel kimliklerin ticarileşmesi (Rakhman, 2025).
- *Aşırı Turizm (over-tourism)*: Venedik, Barselona, Kapadokya gibi destinasyonlarda taşıma kapasitesinin aşılması (Fernandes ve Pinto, 2022).
- *Dijital Sömürgecilik (veri ekonomisi üzerinden mekânların pazarlanması)*: Mekânların küresel platformlarda veri ekonomisinin nesnesine dönüşmesi (Zuboff, 2019).
- *Sosyal Eşitsizlik*: Turizm gelirlerinin adil dağılmaması, turizm destinasyonlarında konut kiralalarının ve arsa fiyatlarının artması (Cunha ve Lobão (2022).

1.3.6. COVID-19 ve Post Modern Turizmin Geleceği

2020 yılı ve sonrasında yaşanan COVID-19 pandemi sürecinde, turizmin yapısı çarpıcı bir biçimde değişmektedir. Bu süreçte sınırların kapanması, kitlesel seyahatin durması, dijitalleşmenin hızlanması gibi yaşanan olaylar post modern turizmin sanal biçimlerini öne çıkarmaktadır (Gössling ve diğerleri, 2020).

Post modern turizmin sanal biçimlerini, sanal müzeler ve VR turları, güvenlik odaklı destinasyon yönetimi ve sağlık sertifikaları, mikro seyahatler ve yakın çevre turizmi, doğa temelli geziler gibi sıralamak mümkün olmaktadır. Ayrıca bu dönemde evde turizm, temassız seyahat ve açık hava deneyimi kavramları daha yaygın hale gelmekte, yerel turizm yeniden değer kazanmaktadır. Örneğin büyük şehirlerde yaşayan bireyler, bu dönemde yakın çevrelerinde bulunan doğa odaklı mikro seyahatlere yönelmektedirler (Seraphin ve Dosquet, 2020).

Tablo 1.11. COVID-19 Pandemisinin Turizme Etkileri

Unsurlar	Etkiler
Fiziksel kısıtlamalar	Sanal müzeler, online rehberlik
Güvenlik algısı	Sağlık sertifikalı destinasyonlar
Dijitalleşme	VR turlar, 360° video gezileri
Yeni norm	Evde turizm kavramı (virtual tourism)

Turizm, 2025 ve sonrası fiziksel ve dijital deneyimlerin birleştiği hibrit bir yapıya doğru evrilmektedir. Post modern turizmin bu aşamasında hibrit deneyimler, yapay zekâ destekli kişiselleştirme ve karbon ayak izi hesaplayan akıllı seyahat sistemleri öne çıkmaktadır. Bu dönemde yapay zekâ, artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) teknolojileri, seyahat deneyimlerini yeniden tanımlamaktadır. Özellikle yapay zekâ; kişiselleştirilmiş öneri sistemleri, gerçek zamanlı seyahat planlama, AR rehberlik ve akıllı destinasyonlar, turist akış yönetimi ve sürdürülebilirlik ölçümü, Metaverse tabanlı turizm deneyimleri gibi alanlarda turizmi dönüştürmektedir (Xiang ve diğerleri, 2021; UNWTO, 2023).

Sonuç olarak, bu yeni çağda post modern turizm, fiziksel mekânlara bağlı olmaktan çıkarak hem dijital hem veri odaklı, çok katmanlı bir deneyim alanına dönüşmektedir.

SONUÇ

Modern öncesi dönemde turizm, ekonomik bir sektör olmaktan çok kültürel bir yapıya sahip olmaktadır. Bu dönemin seyahat motivasyonlarını; dini duygular, keşif merakı, ticari zorunluluklar ve toplumsal prestij arayışı oluşturmaktadır. Ulaşım ve konaklama olanaklarının kısıtlı olması, seyahatin yalnızca belirli sınıflar tarafından gerçekleştirilmesine neden olmaktadır.

Bu dönemde yaşanan olgular, modern turizmin birçok unsuruna katkı sağlamakta; yapılan hac yolları modern ulaşım sisteminin kılavuzu, kervansaraylar otel formlarının ilk biçimi, yazılan seyahatnameler ise, günümüz turist rehberlerinin tarihteki ilk örnekleri olarak değerlendirilmektedir (Walton, 2000).

Modern dönemde turizm, teknolojik gelişme, ekonomik kalkınma ve kültürel değişim süreçlerinin birleşim yerinde ortaya çıkmaktadır. Bu dönemde seyahat artık imtiyaz olmaktan çıkmakta, geniş kitlelerin düzenli bir yaşam biçimi haline gelmektedir.

Ulaşım teknolojilerinin devrimsel gelişimi (buharlı tren, gemi, otomobil), boş zamanın bir hak olarak tanınması, organize turizmin (Cook modeli) kurumsallaşması, kadınların ve orta sınıfın seyahate katılımı, ulusal kimlik ve ideolojik turizm anlayışlarının gelişmesi modern dönemin karakteristik özelliklerini yansıtmaktadır. Bu özellikler, modern turizmin temelini oluşturmakta ve post modern dönemin deneyim odaklı yapısına geçişi hazırlamaktadır.

Post modern turizm ise, modern dönemden devraldığı ekonomik temelleri korurken, anlam ve kimlik düzeyinde büyük bir dönüşüm geçirmektedir. Bu dönemde turizm, deneyimsel, dijital, etik ve sürdürülebilir eksenler üzerinde yeniden tanımlanmaktadır. Turizmde yaşanan tarihsel bu dönüşüm Tablo 1.12’de özetlenmektedir.

Tablo 1.12. Turizmde Tarihsel Dönüşüm

Dönemler	Temel Özellikler	Turist Tipleri	Kullanılan Teknolojiler	Dayanılan İdeolojik Temeller
Modern Öncesi	Dini, ticari, kültürel	Hac ziyaretçisi, seyyah	Hayvan gücü, yelken	Dini otorite
Modern	Sanayi, ulaşım, kurumsallaşma	Orta sınıf gezgini	Buhar, tren	Aydınlanma, ilerleme
Post Modern	Dijital, deneyimsel, sürdürülebilirlik	Dijital nomad, eko-turist	İnternet, yapay zekâ	Küresel bilinç

KAYNAKÇA

- Abu-Lughod, J. L. (1989). *Before European hegemony: The world system A.D. 1250–1350*. Oxford University Press.
- Badone, E., & Roseman, S. R. (Eds.). (2004). *Intersecting journeys: The anthropology of pilgrimage and tourism*. University of Illinois Press.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Polity Press.
- Belasco, W. (2006). *Meals to come: A history of the future of food*. University of California Press.
- Berghoff, H., Korte, B., Schneider, R., & Harvie, C. (Eds.). (2002). *The making of modern tourism: The cultural history of the British experience, 1600–2000*. New York: Palgrave.
- Boorstin, D. (1962). *The image: A guide to pseudo-events in America*. Harper Colophon Books.
- Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2016). Smart tourism destinations: Ecosystems for tourism destination competitiveness. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), 108–124.
- Brendon, P. (1991). *Thomas Cook: 150 years of popular tourism*. London: Secker & Warburg.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the internet. *Tourism Management*, 29(4), 609–623. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- Buhalis, D., Leung, D., & Lin, M. (2023). Metaverse as a disruptive technology revolutionising tourism management and marketing. *Tourism Management*, 97, 104724. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104724>
- Buzard, J. (1993). A continent of pictures: Reflections on the “Europe” of nineteenth-century tourists. *PMLA*, 108(1), 30–44.
- Casson, L. (1978). Travel in the ancient world. *Classical Philology*, 73(4), 367–369. <https://www.jstor.org/stable/268863>
- Chevtchouk, Y., Veloutsou, C., & Paton, R. A. (2021). The experience–economy revisited: An interdisciplinary perspective and research agenda. *Journal of Product & Brand Management*, 30(8), 1288–1324. <https://doi.org/10.1108/JPBM-06-2019-2406>
- Cocks, C. (2001). *Doing the town: The rise of urban tourism in the United States, 1850–1915*. University of California Press.
- Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology*, 13(2), 179–201. <https://doi.org/10.1177/0038038579013002>
- Cohen, E. (1984). The sociology of tourism: Approaches, issues, and findings. *Annual Review of Sociology*, 10(1), 373–392. <https://www.jstor.org/stable/2083181>
- Cohen, E., & Cohen, S. A. (2015). Beyond Eurocentrism in tourism: A paradigm shift to mobilities. *Tourism Recreation Research*, 40(2), 157–168. <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1039331>

- Cohen, E., & Cohen, S. (2019). New directions in the sociology of tourism. *Current Issues in Tourism*, 22(2), 153–172. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1347151>
- Cunha, A. M., & Lobão, J. (2022). The effects of tourism on housing prices: Applying a difference-in-differences methodology to the Portuguese market. *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 15(4), 762–779. <https://doi.org/10.1108/IJHMA-04-2021-0047>
- Çelik, Z. (1992). *Displaying the Orient: Architecture of Islam at nineteenth-century world's fairs*. University of California Press.
- Dunn, R. E. (2012). *The adventures of Ibn Battuta: A Muslim traveler of the fourteenth century*. University of California Press.
- Fernandes, J. A. R., & Pinto, J. (2022). *COVID-19 Pandemic, (Over) Tourism, and Urban Dynamics. Handbook of Research on Urban Tourism, Viral Society, and the Impact of the COVID-19 Pandemic*, 225. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-3369-0.ch011>
- Guzeloglu, F. T., & Gulc, A. (2021). Sustainable tourism projects in Turkey, *Akademia Zarządzania*, 5(1), 55-73. <https://open.icm.edu.pl/handle/123456789/20480>
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, M. (2020). 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>
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188.
- Hall, C. M. (1994). *Tourism and politics: Policy, power and place*. Wiley.
- Hall, C. M., & Page, S. J. (2014). *The geography of tourism and recreation: Environment, place and space*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203796092>
- Hall, C. M., & Tucker, H. (2014). *Tourism and postcolonialism*. Oxfordshire: Taylor & Francis.
- Hannam, K., Sheller, M., & Urry, J. (2006). Mobilities, immobilities and moorings. *Mobilities*, 1(1), 1–22. <https://doi.org/10.1080/17450100500489189>
- Hillenbrand, R. (1999). *Islamic art and architecture* (p. 39). London: Thames and Hudson.
- Honey, M. (1999). *Ecotourism and sustainable development. Who owns paradise?* Island Press.
- Huijbens, E. H., & Jóhannesson, G. T. (2019). Tending to destinations: Conceptualising tourism's transformative capacities. *Tourist Studies*, 19(3), 279-294. <https://doi.org/10.1177/1468797619832307>
- İnalçık, H. (2013). *The Ottoman Empire: 1300-1600*. Hachette UK.
- Jafari, J., & Xiao, H. (2016). *Encyclopedia of Tourism*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-01384-8>
- Jakle, J. A. (1986). The tourist: Travel in twentieth-century North America. *The New England Quarterly*, 59(2), 267-269. <https://doi.org/10.2307/365683>

Dujmovic, M. (2015). Postmodern society and tourism. *In 3rd International Scientific Conference Tourism in Southern and Eastern Europe.*

Laurence, R. (2002). *The roads of Roman Italy: Mobility and cultural change.* Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203062418>

Leiper, N. (1990). *Tourism systems: An interdisciplinary perspective.* Massey University.

Liotard, J.-F. (1984). *The postmodern condition: A report on knowledge.* Manchester University Press.

MacCannell, D. (1999). *The tourist: A new theory of the leisure class.* University of California Press.

Mowforth, M., & Munt, I. (2015). *Tourism and sustainability: Development, globalisation and new tourism in the third world.* Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315795348>

Nolan, M. L., & Nolan, S. (1992). *Christian pilgrimage in modern Western Europe.* University of North Carolina Press.

Pine, B. J., & Gilmore, J. (1999). *The experience economy.* Harvard Business School Press.

Rakhman, C. U. (2025). Cultural commodification for tourism in the era of digital disruption. *In Proceeding of International Seminar of Culture and Tourism AKBI*, 1(1), 25-36.

Rojek, C., & Urry, J. (1997). *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory.* Routledge.

Said, E. W. (1978). *Orientalism.* Pantheon Books.

Sen, T. (2003). *Buddhism, diplomacy, and trade: the realignment of Sino-Indian relations, 600-1400.* University of Hawaii Press.

Seraphin, H., & Dosquet, F. (2020). *COVID-19 and the mutations of overtourism.* Overtourism and tourism education, a strategy for sustainable tourism futures, XVI-XXVIII.

Singh, P. R. (2011). Consumer culture and postmodernism. *Postmodern Openings*, 2(5), 55-88.

Smith, V. (1989). *Hosts and guests: The anthropology of tourism.* University of Pennsylvania Press.

Towner, J., & Wall, G. (1991). History and tourism. *Annals of Tourism Research*, 18(1), 71-84. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(91\)90040-I](https://doi.org/10.1016/0160-7383(91)90040-I)

Tchihatchef, P. D. (2019). *İstanbul ve Boğaziçi.* Çeviri: Ali Berkay, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Timothy, D. J., & Olsen, D. H. (Eds.). (2006). *Tourism, religion and spiritual journeys.* Routledge.

Toner, J. P. (2013). *Leisure and ancient Rome.* John Wiley & Sons.

Towner, J. (1996). *An historical geography of recreation and tourism in the Western world 1540–1940*. John Wiley & Sons.

Turner, V., & Turner, E. (2011). *Image and pilgrimage in Christian culture*. Columbia University Press.

UNESCO. (1993). *Routes of Santiago de Compostela: UNESCO World Heritage List*. UNESCO.

UNWTO. (2023). *Tourism in 2030 agenda: Digital futures and sustainability*. UNWTO Publishing. <https://www.untourism.int/tourism-in-2030-agenda>

Urry, J. (1990). *The tourist gaze*. Sage Publications.

Urry, J., & Larsen, J. (2011). *The tourist gaze 3.0*. Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781446251904>

Walton, J. K. (1983). *The English seaside resort: A social history 1750–1914*. Leicester University Press.

Walton, J. K. (2000). *The British seaside: Holidays and resorts in the twentieth century*. Manchester University Press.

Wibisono, R. D., & Lale, J. (2024). The impact of social media on tourist destination choices. *OPSearch*, 3(6), 141–146. <https://doi.org/10.58811/opsearch.v3i6.116>

Xiang, Z., Fesenmaier, D.R. (2017). Big data analytics, tourism design and smart tourism. In: Xiang, Z., Fesenmaier, D. (eds) *Analytics in Smart Tourism Design*. Tourism on the Verge. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-44263-1_17

Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism management*, 31(2), 179–188. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.016>

Xiang, Z., Stienmetz, J., & Fesenmaier, D. R. (2021). Smart Tourism Design: Launching the annals of tourism research curated collection on designing tourism places. *Annals of Tourism Research*, 86, 103154. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103154>

Yılmaz, İ. (2021). Osmanlı'da turizmin doğuşu ve gelişimi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(3), 1149–1158. <https://doi.org/10.32709/akusosbil.863942>

Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. New York: PublicAffairs.

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZMDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK, EKOTURİZM VE ÖZEL İLGİ TURİZMİ

Ali İzzet YILMAZ¹

GİRİŞ

Harry S. Truman'ın 20 Ocak 1949 tarihinde ikinci defa Amerika birleşik Devletleri Başkanı olarak göreve başlama töreninde yaptığı açılış konuşmasında dört konuya değinmiştir. Bu konular kısaca, Birleşmiş Milletlere ve kuruluşlarına yapılan desteklerin devam ettirilmesi, dünya ekonomisinin toparlanmasına yönelik çalışmalar yapılması, özgürlüğü seven ulusları saldırganlara karşı korunması, bilimsel ilerlemelerini ve endüstriyel gelişmelerini az gelişmiş bölgelerin iyileştirilmesi ve büyütülmesi için kullanılması olarak özetlenebilir (Truman, 1949). Savaş sonrası ABD'nin Avrupa ile işbirliğini artırmak üzere başlattığı Marshall Planı'nda turizm çalışmalarına yer verilmiştir. Bu amaçla, kendi vatandaşlarının bu ülkelere seyahat etmelerini kolaylaştırmak için “Avrupa Ekonomik İşbirliği İdaresi Ticaret ve Tediye Dairesi” içerisinde “Turizmi Geliştirme Şubesi” oluşturulmuştur (Evcin, 2016, s. 215). Bu şubenin kurulmuş olması, ABD'nin az gelişmiş ülkeleri ve toplumları modernize etme çabaları arasında, turizmin geliştirmesinin oldukça önemli olduğunu göstermektedir. Bu durum 1970'li yılların sonlarına kadar gelişmenin anahtarının turizmin teşvik edilmesinden geçtiğinin az gelişmiş ülkelere dayatılmasına neden olmuştur. Yabancı yatırımcılar aracılığıyla bu ülkelerde oteller, tatil köyleri, parklar ve enerji-ulaşım olanakları geliştirilirken; diğer taraftan bu yatırımlar yapılırken ülkelerin insan sermayesi eğitilmekte, tarım sektörü de turizm hareketlerinin artmasıyla desteklenmektedir (Küçük, 2022).

¹ Doç. Dr., Hitit Üniversitesi, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı, aliizzetyilmaz@hitit.edu.tr, 0000-0003-4513-5518

İkinci Dünya Savaşı sonrası ekonomik gelişme ve büyümeyi sağlamak için sanayileşmeye önem verilmesi, kaynakların aşırı kullanım nedeniyle tüketilmesine, çevrenin tahrip edilmesine ve kirlilik gibi sorunlara neden olmuştur (S. Akdu, 2019). Yerleşim yerlerinin dengesiz dağılımı ve sanayinin kontrolsüz gelişimi önemli sayıda turistik kaynağın kaybolmasına neden olmuştur. Sanayileşen birçok ülkede ciddi çevre sorunları ortaya çıkmıştır. Çevrenin korunması, düzenlemesi ve geliştirilmesi turizm sektörü için yaşamsal derece önemlidir (Kahraman, 1994a).

Dünya Turizm Örgütü tarafından, insanların kişisel, mesleki veya ticari amaçlarla yaşadığı çevrenin dışındaki yerlere veya ülkelere hareket etmesini gerektiren sosyal, kültürel ve ekonomik bir olgu olarak tanımlanan turizmin en önemli etkilerinden birisi sağlanan gelirdir (Kayapalı Aslan, 2025). Bir ülkenin turizm faaliyetlerinden elde ettiği gelirlerin çok önemli makroekonomik katkıları vardır. Bu katkıların en önemlileri ülkeye dışarıdan gelen ziyaretçilerin beraberinde getirdikleri ve harcama aracı olarak kullandıkları dövizden elde edilen gelirin artması, hizmet sektöründe yeni istihdam alanlarının ortaya çıkması ve istihdamın artması, yerel düzeyde kalkınmanın güçlenmesi, cari açığın ve işsizliği azalması sayılabilir (Bahar, 2006; Ongan ve Demiröz, 2005).

Turizmin ekonomik faydalarının fazlalığı, doğal ve kültürel unsurları çok olan birçok ülkenin bu alanı teşvik etmesine neden olmuştur. Bu teşviklerin verildiği ülkelerde turizm altyapısı plansız ve gelişigüzel büyümüştür. Turizm altyapısının plansız büyüdüğü ülkelerde sosyal, çevresel, kültürel sorunlar ortaya çıkmaya başlamıştır (Furqan, Mat Som ve Hussin, 2010). Bu sorunlar önce 1972 yılında Stockholm’de düzenlenen Birleşmiş Milletler Çevre Konferansı’nda ve daha sonra 1984 yılında Tokyo Konferansı’nda tartışılmıştır (S. Akdu, 2019).

Birleşmiş Millet Çevre ve Kalkınma Komisyonun 1987 yılında yayınladığı “Brundland Raporu (Ortak Geleceğimiz)”, sürdürülebilir kalkınma kavramına açıklık getirerek çevre ve kalkınma ilişkilerini tartışmaya açmıştır. Çevre değerlerini ve doğal varlıkları bozmadan ekonomik kalkınmayı sürekli kılabilmek anlamına gelen bu kavram tartışılmaya devam edilmektedir. Rio de Janeiro’da 1992’de toplanan Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı Dünya Zirvesi’nde sürdürülebilir kalkınma kavramı tartışılmış ve dünya genelinde harekete geçilebilecek eylemler değerlendirilmiştir (Kahraman, 1994b; Özdemir, 2011).

Birleşmiş Milletlerin 1987 ve 1992 yıllarında düzenlediği toplantılarda ortaya konulan görüşler, ulusal ve uluslararası örgütlerin gündeminde giderek artan düzeyde ele alınmaya başlanmıştır. Birleşmiş Milletlere üye olan ülkelerin 2030 yılına kadar ulaşmaları gereken amaçları 17 başlıkta toplanmıştır (Tablo 1).

Tablo 1: Türkiye Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları

No	Sürdürülebilir Kalkınma Amacı	2030 Yılına Kadar Hedefler
1	Yoksulluğa Son	Yoksulluğun her türünün ve her coğrafyada ortaya çıkan tüm görünümünün ortadan kaldırılması temel bir hedef olarak ele alınmakta; ulusal ölçütlere göre yoksulluk sınırı altında yaşayan her yaştan kadın, erkek ve çocuğun oranının önemli ölçüde azaltılması amaçlanmaktadır.
2	Açlığa Son	Başta çocuklar ve yoksul gruplar olmak üzere toplumun tüm kesimlerinin yılın her döneminde güvenli, yeterli ve besleyici gıdaya erişiminin sağlanması esas alınmaktadır.
3	Sağlık ve Kaliteli Yaşam	Anne sağlığının iyileştirilmesi, bebek ve beş yaş altı çocuk ölümlerinin düşürülmesi; AIDS, tüberküloz, sıtma ve ihmal edilen tropikal hastalıkların ortadan kaldırılması ile su ve diğer yollarla bulaşan hastalıklarla etkin biçimde mücadele edilmesi hedeflenmektedir.
4	Nitelikli Eğitim	Tüm kız ve erkek çocuklarının ücretsiz, eşitlikçi ve nitelikli ilköğretim ve ortaöğretimi tamamlamalarının sağlanması; kadınlar, erkekler, engelliler ve farklı etnik gruplar dâhil olmak üzere herkesin kaliteli mesleki, teknik ve yükseköğretime eşit koşullarda erişiminin güvence altına alınması öngörülmektedir.
5	Toplumsal Cinsiyet Eşitliği	Kız çocukları ve kadınlara yönelik her türlü ayrımcı uygulamanın sona erdirilmesi; çocuk yaşta ve erken evlilikler ile kadın sünneti gibi zararlı uygulamaların ortadan kaldırılması; cinsel istismar ve toplumsal cinsiyete dayalı şiddetin önlenmesi temel bir ilke olarak benimsenmektedir.
6	Temiz Su ve Sanitasyon	Herkesin güvenli, erişilebilir ve temiz içme suyuna ulaşmasının sağlanması; tehlikeli kimyasalların ve kirletici maddelerin çevreye salınımının azaltılması; atık boşaltımının önlenmesi ve su ile sanitasyon hizmetlerinin etkin biçimde yönetilmesi amaçlanmaktadır.
7	Erişilebilir ve Temiz Enerji	Yenilenebilir enerji kaynaklarının enerji üretimindeki payının artırılması, enerji verimliliğinin önemli ölçüde yükseltilmesi ve herkes için uygun maliyetli, güvenilir ve modern enerji hizmetlerine erişimin sağlanması hedeflenmektedir.
8	İnsana Yakışır İş ve Ekonomik Büyüme	Yüksek katma değerli ve emek yoğun sektörlere yönelim, ekonomik çeşitlenme, teknoloji geliştirme ve verimliliğin artırılması; insana yakışır iş olanaklarının oluşturulması ile girişimcilik, yaratıcılık ve yenilikçiliğin desteklenmesi öncelik taşımaktadır.
9	Sanayi, Yenilikçilik ve Altyapı	Sanayi altyapısının tüm bölgeler ve toplumsal kesimler için erişilebilir hale getirilmesi; kapsayıcı ve sürdürülebilir

No	Sürdürülebilir Kalkınma Amacı	2030 Yılına Kadar Hedefler
		sanayileşmenin teşvik edilmesi ve sanayinin gayri safi yurtiçi hasıla içindeki payının artırılması hedeflenmektedir.
10	Eşitliksizliklerin Azaltılması	Yaş, cinsiyet, engellilik durumu, ırk, etnik köken, din ya da sosyo-ekonomik statü ayrımı gözetilmeksizin herkesin güçlendirilmesi; sosyal, ekonomik ve siyasal hayata tam katılımın desteklenmesi ve ayrımcılığa dayalı yasa, politika ve uygulamaların kaldırılması amaçlanmaktadır.
11	Sürdürülebilir Şehirler ve Toplumlar	Bireylerin yeterli, güvenli ve ekonomik konutlara ve temel hizmetlere erişiminin sağlanması; gecekondu alanlarının iyileştirilmesi; ülke genelinde kapsayıcı ve sürdürülebilir kentleşme anlayışının geliştirilmesi ile kültürel ve doğal mirasın korunması hedeflenmektedir.
12	Sorumlu Üretim ve Tüketim	Doğal kaynakların sürdürülebilir ve verimli kullanımının sağlanması; gıda israfının önemli ölçüde azaltılması; hasat sonrası ve tedarik zincirlerinde oluşan gıda kayıplarının önlenmesi; katı atıkların azaltılması ve geri dönüşümün yaygınlaştırılması; kimyasalların ve atıkların insan sağlığı ile çevre üzerindeki olumsuz etkilerinin en aza indirilmesi amaçlanmaktadır.
13	İklim Eylemi	İklim kaynaklı riskler ve doğal afetlere karşı direnç ve uyum kapasitesinin artırılması; iklim değişikliğine yol açan etkenlerin azaltılmasına yönelik politika ve uygulamaların hayata geçirilmesi öngörülmektedir.
14	Sudaki Yaşam	Deniz kirliliğinin önlenmesi ve azaltılması; balık stoklarının sürdürülebilir seviyelere yeniden ulaşmasını sağlayacak düzenlemelerin yapılması; aşırı ve yasa dışı avlanmanın engellenmesi; kıyı ve deniz alanlarının belirli bir bölümünün ulusal ve uluslararası mevzuata uygun biçimde korunması hedeflenmektedir.
15	Karasal Yaşam	Tüm orman ekosistemlerinin sürdürülebilir şekilde yönetilmesi; ormansızlaşmanın durdurulması; tahrip edilmiş orman alanlarının rehabilite edilmesi; çölleşme ile mücadele edilmesi ve kuraklık ile sellerden etkilenen alanların iyileştirilmesi amaçlanmaktadır.
16	Barış, Adalet ve Güçlü Kurumlar	Şiddetin her biçiminin ve buna bağlı ölümlerin azaltılması; çocuk istismarı, sömürüsü, ticareti ve çocuklara yönelik şiddet ile işkencenin sona erdirilmesi; yasa dışı para ve silah akışının engellenmesi; yolsuzluk ve rüşvetin tüm türlerinin azaltılması hedeflenmektedir.
17	Amaçlar için Ortaklık	Gelişmekte olan ülkeler lehine gelişmiş ülkelerin daha fazla kaynak ayırması ve ilave finansman sağlaması; borç yönetimi, borç hafifletme ve borçların yeniden yapılandırılmasına yönelik uzun vadeli ve sürdürülebilir politikaların uygulanması temel bir yaklaşım olarak benimsenmektedir.

Kaynak: <https://turkiye.un.org/tr/sdgs>, Erişim Tarihi: 10.12.2025

Birleşmiş Milletlerin sürdürülebilir kalkınma hedeflerinden ve uygulamalarından turizm sektörü de etkilenmiştir. Sürdürülebilir kalkınmanın turizmde uygulanmasına

ilişkin çok sayıda toplantı, konferans, sempozyum ve eğitim programları düzenlenmiştir (Kahraman, 1994b). Turizmin gelişime paralel olarak 1990'lı yıllarda turizmde sürdürülebilirlik yaklaşımı önem kazanmaya başlamıştır (Çavuş ve Tanrısevdi, 2000). Sürdürülebilir turizm gelişiminin aşağıdaki beş ilkedен oluşabileceği belirtilmektedir (C. Tosun, 2001):

1. Yerel turizm bölgelerinde şimdiye kadar dışlanmış olanların temel ihtiyaçlarının karşılanmasına katkıda bulunulması,
2. Yerel turizm bölgelerinde eşitsizliğin ve yoksulluğun azaltılması,
3. Yerel turizm bölgelerinde halkın özgüven kazanması, yoksulluk, cehalet ve sefaletten kurtulmasını sağlayacak koşulların oluşturulması,
4. Ulusal ekonomiyle beraber yerel ekonominin büyümesine katkı sağlamalı, elde edilen gelirlerin halk tarafından adil bir şekilde paylaşımı yapılmalı,
5. Gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılayabilme kabiliyetinden ödün verilmemeli, yukarıdaki diğer hedef ve ilkelere ulaşılması sağlanmalıdır.

2.1. Turizmde Sürdürülebilirlik

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), turizm endüstrisinin büyümesi ve bununla paralel olarak olumsuz etkilerinin de artması üzerine toplantılar düzenlemiştir. Bu toplantılar sonucunda sürdürülebilir turizm kavramını, “mevcut ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerini tam olarak dikkate alan, ziyaretçilerin, endüstrinin, çevrenin ve ev sahibi toplulukların ihtiyaçlarına hitap eden turizm” olarak tanımlamıştır (UNWTO ve UNEP, 2005). Tarihi, kültürel, doğal turistik çekiciliklerin korunması ve sonraki nesillere aktarılması için kontrollü olarak kullanılması sürdürülebilir turizm olarak ifade edilebilir (Cinnioğlu, 2015; Vernon, Essex, Pinder ve Curry, 2005).

Turizm çekiciliklerinin çevrenin kirlenmesi ve tahribatlarla yok olmaya başlaması, işletmeleri alternatif pazarlar oluşturmaya yöneltmiştir. Birçok işletme yeni oluşan bu pazarlardan pay alabilmek için, yeşil pazarlama faaliyetlerini turizm sektöründe kullanmaya başlamıştır. Dünyada ve ülkemizde hükümetler, turizm işletmelerinin çevreyi korumalarını teşvik etmek ve bunu denetlemek için bir takım çalışmalar yapmışlardır (Kızılırmak, 2011, s. 4).

Dünya genelinde turizm işletmelerinin çevreye duyarlı olduğunu sınıflandıran ve bunu belgeleyen Bisophere Experience (ITR), Certification for Sustainable Tourism (CST), Sello S Sernatur Chile, EarthCheck, Eco-Certification Malta, Ecotourism Australia, Sustainable Travel Ireland, European Ecotourism Labeling Standard (EETLS), Fair Trade Tourism (FTT), Global Ecosphere Retreats (GER), Hoteles más Verdes Argentina, Japan Environmentally Sustainable Accommodations International Standard (ESAIS), Preferred by Nature, Sustainable Tourism Eco-Certification Program (STEP), TOFTigers Pug Eco Certification, Travel for Tomorrow Certificate (TourCert), Travelife, Green Key, Tri Hita Karana, Good Travel Seal, Green Sign Certied, Green Tourism Active, Vireo Sri, ISO 14001, ISO 50001, Green Engage – IHG, Wyndham Green Certification Program, Actively Green, Ecotourism Kenya, FTTSA – South Africa, Bioscore, Sustainable Initiatives, Green Key Global, Seychelles Sustainable Tourism Label, Palnet 21 – Accor, ECOsmart, Ibex fairstay, LEED Certified, LEED Silver, LEED Gold, LEED Platinum, B Corp, Greenview Portal, Hiltan Lightstay, The Nordic Swan Ecolabel gibi çok sayıda sistem bulunmaktadır (“Certifications”, 2025). Bu sertifika sistemleri işletmelerin kullandıkları enerji ve su miktarları, faaliyetleri sırasında oluşan atık miktarı ve bunların bertaraf edilmesi, ekolojik faaliyetleri ve işletmenin bulunduğu çevrenin korunması, düzenlenmesi ve ihtiyaçların yerel üreticilerden temin edilmesi gibi kategorilerde çok sayıda alt kritere göre sınıflandırma yapmaktadırlar (Kızıllırmak, 2011).

Günümüzde turizm sürdürülebilirliği, ekonomik kalkınmadan atık yönetimine kadar farklı alanlara etki etmektedir (Özdemir Uçgun ve Narcı, 2023). Ziyaretçiler ve sürekli yaşayanlar için sürdürülebilir alanların yaratılması ve bu alanların korunması hususunda hükümetler, konaklama işletmeleri, yerel halk, turistler ve tur operatörlerinin beraber hareket etmelidirler (Çetin, Üzümcü ve İçöz, 2017).

Seyahat edenlerin eğitim seviyesinin artması, bilgiye erişimin kolaylaşması ve bilginin paylaşımının hızlanması, teknolojik gelişmeler ve küreselleşme, turistlerin satın alma davranışlarında değişiklikler ve satın aldıkları turistik ürünlerde kalite ve farklılık arayışlarına neden olmuştur. Turistlerdeki bu değişikliklerin farkına varan işletmeler, çevre dostu ve sosyal sorumluluk faaliyetlerini artırmaktadırlar. Bu faaliyetleri artıran işletmeler hem çevreye önem veren turistlerin memnun olmasını sağlamakta hem de rakiplerine karşı önemli bir rekabet üstünlüğü sağlamaktadırlar (Berk ve Celep, 2020; Kumar, Rahman, Kazmi ve Goyal, 2012). Daha çok doğal, kültürel ve çevresel

kaynaklara dayalı bir sektör olan turizmde sürdürülebilirlik oldukça önemlidir (Çakılcıoğlu, 2013). Sürdürülebilirlik bir turizm çeşidi olmayıp turizmin sağlıklı gerçekleştirilmesinin bir gereği olarak değerlendirilebilir (Akdu, 2019, s. 133).

Turizmin çevre üzerindeki olumsuz etkilerine ilişkin farkındalığın artmasıyla birlikte yeşil turizm, çevreye duyarlı turizm, sürdürülebilir turizm gibi kavramlar ortaya çıkmıştır. Özellikle büyük tur operatörleri, yeni çıkan yeşil turizm pazarından pay alabilmek için sivil toplum kuruluşları, yerel ve ülkesel yönetimlerle iş birliği yapmaya başlamışlardır. Biyolojik çeşitliliğin korunması, yoksulluğun azaltılması, yerel istihdamın artırılması ve yerel ekonomik gelirin artırılarak eşit olarak dağıtılması gibi hedefler belirlemişlerdir. Gelen turistlere arazilerde yürüyüşler yaptırmaya, yamaç paraşütü yaptırmaya, nehirlerde kano kullanmaya, yerel kültüre karşı daha saygılı olmaya ve ödedikleri paraların halkın yaşamına olan etkilerini sorgulama başlamışlardır. Ayrıca, sivil toplum kuruluşları ile iş birlikleri yaparak sosyal ve çevresel sorumluluk projeleri gerçekleştirmeye başlamışlardır (Stronza ve Hunt, 2012).

Turizmin ve turistik alanların gelecekte de varlıklarını devam etmelerine yönelik yaklaşımlardan birisi sürdürülebilir turizmdir. Turizmden kazanç sağlayan işletmeler ve turizmi ekonominin büyümesi için önemli bir alan olarak eden politikacılar, turizmin olumsuz yönlerini genellikle göz ardı ederler. Genel olarak, turizmin olumsuz yönlerini azaltmaya ve olumlu yönlerini artırmaya yönelik anlayış sürdürülebilir turizm olarak adlandırılır (Tokmak, 2023).

Tüketicilerin ekolojik ve doğaya daha az zarar veren ürünlere yönelmeleri, birçok işletmenin rekabet avantajı elde edebilmek için, üretimlerini bu yönde yapmalarına neden olmaya başlamıştır. Ayrıca, işletmelerin doğayı korumaya yönelik eylemlerini daha çok müşteri çekmek için pazarlama aracı olarak kullanmaları, diğer işletmelerinde bu sürdürülebilirlik eylemlerine katılmalarıyla sonuçlanmıştır. Teknolojik gelişmeler, artan enerji ihtiyacı, mevcut kaynakların ihtiyacı karşılayamaması gibi unsurlar, birçok işletmenin kendi ihtiyacı olan enerjiyi, güneş ve rüzgâr gibi yenilenebilir kaynaklardan üretmeye teşvik etmiştir. İşletmelerin bu yatırımları başlangıçta maliyetlerini yükseltmiş gibi görünmesine rağmen, orta ve uzun vadede üretim maliyetlerinin azalmasına olumlu yönde etki etmiş, bu yatırımları yapmayan rakiplerine karşı önemli bir rekabet avantajı

sağlamıştır. Bu değişimlerden turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde etkilenmiştir (Aydın ve Alvarez, 2020).

Doğaya yüksek düzeyde ilgi gösteren, doğanın korunması için çabalayan ve bozulmasını önlemek için tüketim alışkanlıklarını değiştiren kişiler, çevreci tüketici olarak tanımlanmaktadır. Turizm ürününü tüketirken yerel toplumun doğal, sosyokültürel ve ekonomik değerlerinin korunması, yaşatılması ve sonraki kuşaklara aktarılması hususlarında kendini sorumlu hisseden kişiler sürdürülebilir turist olarak isimlendirilmiştir. Yapılan birçok araştırma, çevreye duyarlı tesisler hakkında bilgi sahibi olan turist sayısının her geçen yıl arttığını göstermektedir. Bununla birlikte, turistlerin çevrenin korunmasına yönelik bilinçlerinin artmasına rağmen, sürdürülebilir turizm ürünlerini satın almak için daha fazla ödeme yapmakta isteksiz davrandıkları ve bu ürünlerin kullanımı sırasında gereken duyarlılığı göstermedikleri anlaşılmaktadır (Berk & Celep, 2020, s. 280; Çetin ve diğerleri, 2017, s. 140; Martínez & Fraj, 2003, s. 220).

Turizmin başlıca bileşenleri olan ulaşım, konaklama, yiyecek-içecek ve rekreasyon aktivitelerinin çevreci yaklaşımlarla yürütülmesi gerektiği birçok araştırmacı tarafından ifade edilmiştir (Özdemir Uçgun ve Narcı, 2023). Sürdürülebilir turizm kapsamında konaklama işletmelerinde enerji tüketiminin azaltılması, havanın kirletilmemesi, kullanılan suyun azaltılması ve arıtılması, geri dönüştürülebilen ve çevreye duyarlı tekstil malzemelerinin kullanılması, havlu ve çarşaf değişim ve yıkama sayısının azaltılması, çöplerin ayrıştırılarak toplanması ve çalışan personele çevreyi koruma konusunda eğitim verilmesi gibi uygulamalar yapılmaktadır (Aydın, 2019). Turistlerin çevreye olan duyarlılığının artmasına ve turizmin çevreye verdiği zararların azaltılmasına yönelik yasal düzenlemeler yapılmasına rağmen bazı zincir otel yöneticileri, küçük otel sahipleri ve geçmiş yıllarda açılmış olan eski oteller bir takım maddi gerekçelerle verimsiz eski cihazlarını tasarruflu olanlarla değiştirmeyi kabul etmemektedirler. Ayrıca, bu otel yöneticileri, işletmelerinde atıklarının azaltılmasına ve ayrıştırılmasına yönelik personellerine eğitim vermekten de kaçınmaktadırlar (Aydın ve Alvares, 2020; Chan ve Lam, 2001; Radwan, Jones ve Minoli, 2010).

Kitle turizminin öncü isimlerinden olan Hilton Hotels, sadece “harika konuk deneyimleri sunmakla” kalmayıp aynı zamanda “yaşadığımız dünyayı koruyan” ürünler ve programlarla konaklama sektörüne öncülük etmektedir (Stronza ve Hunt, 2012). Çevre

dostu konaklama işletmelerinin başlıca özellikleri aşağıdaki gibi sıralanabilir (GreenHotels, 2025):

- İşletmenin havayı daha kirletmesi, çevresini temizlemesi,
- İşletmede sigara içilmeyen odaların olması ve alerjen malzemelerin kullanılmaması,
- Düzenli olarak çalışanlarını ve misafirlerini işletmenin çevreye duyarlı eylemleri hakkında bilgilendirerek, bu eylemlere gönüllü olarak katılmalarını sağlaması,
- İşletmenin çevre koruma programlarına gönüllü olarak katılması ve bu programlara bağlıta bulunması,
- Enerji: İşletmede güneş ve rüzgâr enerjisi gibi yenilebilir enerji kaynaklarının kullanılması,
- Enerji tasarrufu: İşletmede kullanılan cihazların verimliliği yüksek olanlarla değiştirilmesi. Örneğin, elektrik ampullerinin daha düşük güçte olan led lambalarla değiştirilmesi, motorların daha az enerji harcayan modellerle değiştirilmesi,
- Binada ısı yalıtım malzemelerinin kullanılması,
- Bahçelerin daha az suya ihtiyacı olan bitkiler kullanılarak dekore edilmesi,
- İşletmede ve bahçesinde gri su kullanımına yönelik düzenlemeler yapılması,
- Misafir odalarında şampuan, sabun, saç kremi ve losyon gibi ürünlerin ayrı ayrı işletmenin logosu olan paketler yerine, çöpe atılan ambalaj miktarını azaltacak biçimde kullanılması,
- İşletmelerde biyolojik olarak parçalanan kâğıt peçeteler ve mısırdan üretilen tek kullanımlık plastikleri kullanması,
- İşletmede pamuklu havlu, çarşaf, masa örtüsü kullanılması,
- Misafir odalarında su ve enerji tasarrufuna yönelik düzenlemeler yapılması,
- İşletmelerin organik çöplerini, organik gübreye çevirerek bahçesinde kullanması,
- İşletmenin yiyecek artıklarını hayvan barınaklarına ve çiftçilere vermesi,
- İşletmede artık kullanılamayacak durumda olan çarşaf, havlu, masa örtüsü, halı, yatak örtüsü gibi malzemeleri hayır kurumlarına veya geri dönüşüme vermesi,
- İşletmenin yerel üreticiler tarafından yetiştirilen sebzeleri ve meyveleri satın alması, misafirlerine sunması,

- İşletmede organik yiyecek ve içecek ürünlerinin kullanılması,
- Misafirlerin kısa süreli ulaşimleri için bisiklet ve toplu ulaşımaya yönlendirilmesi

Ülkemizde çevreye duyarlı konaklama işletmelerin sınıflandırılması uygulamasına ilk olarak 1993 yılında “Yeşil Çam Ağacı” uygulaması ile Turizm İşletme Belgeli tesislerde başlanılmıştır. Tesis sınıflandırma formlarına eklenen çevreyle ilgili kriterleri sağlayan konaklama tesislerine “Çam”, yatlara “Yunus” ve marinalara “Çıpa” simgeli plaketter verilmiştir. Kriterlerden asgari 70 puan için bir simge (Çam, Yunus, Çıpa), 90 puan için iki simge ve 110 puan için üç simgeli plaketter düzenlemiştir (Kızıllırmak, 2011). Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi Belgesi verilmesine dair tebliğin 22 Eylül 2008 tarih ve 27005 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanmasıyla “Çam” simgesi yerine “Yeşil Yıldız” simgesi kullanılmaya başlanmıştır.

Konaklama işletmelerinin çevreye duyarlı faaliyet göstermelerini destekleyen diğer bir uygulamada TÜROFED ve Sealed Air’in (Diversey’in) tarafından geliştirilen “Beyaz Yıldız” programıdır. Bu program su tasarrufu ve enerji verimliliği sağlama, çevreye zarar veren maddelerin kullanımını ve oluşan atıkların azaltılması, yenilebilir enerji kaynaklarının kullanımının artırılması gibi unsurların konaklama tesislerinin yatırım aşamalarından itibaren uygulanmaya başlanmasını içermektedir. Programa dahil olan işletmelerin enerji tüketimlerinde %80’e varan azalmalar görülmüştür (Baykal ve Çimen, 2015, s. 17).

Ülkemizde Kültür ve Turizm Bakanlığı 11 Kasım 2022 tarihli ve 2022/2 Sıra Sayılı Genelgesi ile 20 Şubat 2023 tarihli 2023/3 Sıra Sayılı Genelgesinde düzenleme yapılmış ve 31 Aralık 2023 tarihinde kadar Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA) tarafından oluşturulan Türkiye Sürdürülebilir Turizm Endüstri Kriterlerinin 1.Aşama Belgesi alma şartı getirilmiştir. TGA, Türkiye Sürdürülebilir Turizm Endüstrisi Kriterlerini dört grupta, 42 kriter ve 167 gösterge olarak belirlenmiş olup, üç aşamada gerçekleştirilmeleri öngörülmüştür (Tablo 2).

Tablo 2. Konaklama Tesisleri Sürdürülebilir Turizm Kriterleri

Gruplar	1.Aşama		2.Aşama		Sürdürülebilir		Toplam	
	Kriter	Gösterge	Kriter	Gösterge	Kriter	Gösterge	Kriter	Gösterge
A Grubu 13 Kriter (Etkili bir sürdürülebilir yönetimin gösterilmesi)	6	20	2	8	5	20	13	48
B Grubu 4 Kriter ((Yerel Toplumun Sosyal ve Ekonomik Faydalarının En Üst Düzeye Çıkarılması ve Olumsuz Etkilerin En Aza İndirilmesi)	1	3	5	18	3	11	9	32
C Grubu (Kültürel mirasın faydalarının en üst düzeye çıkarılması ve olumsuz etkilerinin en aza indirilmesi)	1	4	1	3	2	7	4	14
D Grubu (Çevreye olan faydaların en üst düzeye çıkarılması ve olumsuz etkilerin en aza indirilmesi)	6	29	7	31	3	13	16	73
Toplam (4 Grup)	14	56	15	60	13	51	42	167

Kaynak: <https://tga.gov.tr/guvenli-ve-surdurulebilir-turizm/surdurulebilir-turizm-programi/surdurulebilir-turizm-programi-hakkinda>, Erişim Tarihi: 10.12.2025

Turizmin en önemli çekiciliklerinden birisi olan deniz ve plajların korunmasına yönelik çalışmalarda yapılmıştır. Bu çalışmalardan en önemlisi 1985 yılında Fransa’da başlatılan Mavi Bayrak uygulamasıdır. Bu uygulama, plajın ve denizin bakımlı, temiz, güvenli, yeterli donanımları olduğunu ve sürdürülebilir çevre yönetim sisteminin yürütüldüğünü kanıtlar (Kızılırmak, 2011). Dünya genelinde 51, Avrupa’da 30 ülkede uygulanan Mavi Bayrak programı ülkemizde Türkiye Çevre Eğitim Vakfı tarafından yürütülmektedir. Ülkemizde 577 plaj, 29 marina, 8 bireysel yat ve 18 turizm teknesi Mavi Bayrak simgesini taşımaktadır (Mavi Bayrak Türkiye, 2025).

Konaklama işletmeleri dışında, turizmin en önemli bileşenlerinden birisi olan havayolu şirketleri de sürdürülebilir turizm uygulamalarına katılmaktadırlar. Havacılık sektöründe sürdürülebilirliğin sağlanması için verimliliğin artırılması, bitkilerden elde edilen yakıtların kullanılması, yeni nesil uçakların geliştirilmesi ve kullanımının teşvik edilmesi, azaltılamayan emisyonların dengeleme veya karbon yakalama teknolojiyle sıfırlanması gibi işlemler yapılmaktadır (Semtrio, 2025). Kosta Rika’nın havayolu şirketi NatureAir, bölgesel uçuşlarında karbon dengeleme maliyetini otomatik olarak dahil eden ilk havayolu şirketi olmuştur (Stronza ve Hunt, 2012).

Havayolu şirketleri gibi, büyük yolcu gemileri de sürdürülebilir turizm yaklaşımını benimsemeye başlamışlardır. Örneğin, Holland America Cruise, yıllık raporlarında sadece taşıdığı yolcu sayısını ve kat edilen deniz mili sayısını değil, aynı zamanda toplam karbon tonunun da yer aldığı sürdürülebilirlik raporu yayınlamaktadır (Stronza ve Hunt, 2012)

Sürdürülebilir turizm kapsamında sakin şehir anlayışı da incelenmelidir. Bu anlayışa göre, turizm bölgesi olarak kabul edilen bir şehirde bulunan tüm yerel unsurlar, hem şehirlerini turizmin olumsuz etkilerinden korumakta hem de turizmin ekonomik anlamda daha çok katkı sağlamasını hedeflemektedirler. Sakin şehir hareketi, büyüyen şehirlerde, hızlı yaşama karşı yavaşlığı, özneliliği ve yerelliği öne plana çıkaran bir halk hareketi olarak ortaya çıkmıştır (Akşemsettinoglu ve Balcı, 2025). Ülkemizde 28 şehir, 2009 yılında kurulan Cittaslow Türkiye Ağı'na dahil olmuştur (Cittaslow Türkiye Ağı, 2025).

Endüstriyel yiyecek içecek üretimi, sürekli artan dünya nüfusunun ihtiyaçlarını karşılamakta zorlanmaktadır. Yiyecek içecek üretiminde daha yüksek verim elde etmek için yapılan aşırı gübre ve ilaçlama gibi hatalı uygulamalar insan sağlığına ve doğaya telafi edilemez zararlar vermektedir. Ayrıca, tarımda ve yiyecek içecek üretiminde ileri düzeyde olan ülkeler, ürettikleri ürünleri küresel olarak pazarlayarak yerel ürünlerle rekabete girmekte, bu ürünlerin pazardan çekilmesine ve unutulmasına neden olmaktadır. Yerel yiyecek içecek ürünlerinin korunması, gelecek nesillere aktarılması ve turistler için çekicilik unsuru olarak kullanılması, turizmin sürdürülebilirliği kapsamında ele alınması gereken konulardan birisi olarak öne çıkmaktadır (Rinaldi, 2017; Solunoğlu, 2019).

Gastronomi, tek başına turistik bir ürün olabileceği gibi, bir bölgenin tanıtımında çekicilik unsuru olarak da kullanılabilir. Gastronomi, yerel halkın tarihsel süreç içerisinde yiyecek içecek üretimi ve bunların tüketimi ile ilgili geliştirdiği yöntemleri, gelenekleri, alışkanlıkları, aletleri, etkinlikleri, kutlamaları, inançları kapsar (Harrington, 2005; Quan ve Wang, 2004; Yıldız, 2016). Sürdürülebilir gastronomi turizmi, yerel kültürün, yiyecek içecek kalitesinin ve bunları sunan işletmelerin, etkinliklerin devam etmesine olumlu yönde katkı sağlar (Arıca ve Can, 2025).

Sürdürülebilir gastronomi; ürünün yetiştirilmesi, tedarik edilmesi, hazırlanması, sunulması, nihai olarak tüketilmesi ve deneyimlenmesi süreçlerinde gerçekleştirilen

bütün işlemlerin, gelecek nesillerin kullanımını tehlikeye atmadan gerçekleştirilmesini amaçlar (Tosun ve Aslan, 2025).

2.2. Ekoturizm

Turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliğini sağlayan en önemli turizm çeşidi, “çevreyi koruyan ve yerel halkın refahını sağlamaya yönelik doğal alanlara yapılan duyarlı seyahatler” olarak tanımlanan ekoturizmdir. Ekoturizm, yerel halkın yaşadığı çevrenin ve kültürünün korunduğu bir ortam yaratarak turistik ihtiyaçların karşılanmasını amaçlar. Ekoturizm, kitlesel turizme bir alternatif olarak 12 ay boyunca yapılabilir (Uyar Oğuz, 2025, s. 56).

Kitle turizminin 1970’lerde ivme kazanmasıyla birlikte, turizm hareketlerinin çevreye verdiği zararlar fark edilir boyutlara ulaşmıştır. Çevreyle ilgili sürdürülebilir uluslararası uygulamaların turizm alanında da benimsenmesi üzerine 1980’li yıllarda ekoturizm kavramı ortaya çıkmıştır. Doğa turizmi, doğaya dayalı turizm, doğa merkezli turizm, sürdürülebilir turizm, yeşil turizm gibi ifadeler ekoturizm yerine kullanılmasına rağmen, temelde hepsi aynı bakış açısına sahiptir (Tutcu, 2021, s. 3).

Ekoturizm, çevre bilinci ve doğa sevgisi yüksek olan turistlerin tercih ettiği, çevreye duyarlı bir turizm türüdür. Milli parklar, dağlar, ormanlar, kıyı bölgeleri gibi korunmuş doğal alanlarda gerçekleştirilir. Doğal kaynakların sürdürülebilir olarak kullanımını teşvik eder ve doğanın dengesini bozmayacak uygulamaları destekler. Ekoturizme katılanlara çevre sorunları ve doğanın korunmasına yönelik uygulamalar hakkında bilgilendirme yapılır. Ekoturizm faaliyetleri yerel halkın gelirlerinin artmasını ve kültürel değerlerin korunmasını sağlar. Ekoturizm etkinlikleri ve katılımcılarının sayısı, çevre üzerine olumsuz etkileri en az olacak şekilde planlanır ve uygulanır, sürdürülebilirlik ön plandadır (Baylak, 2024; Kuter ve Ünal, 2009, s. 149). Turizmdeki en büyük zorluk, turizm ürününü oluşturan mal ve hizmetlerin üretiminde çevreye ne kadar zarar verdiklerinin ölçülmesidir. İkinci bir zorluk ise, bu ölçüm mümkün olsa bile çevreye zarar veren ve vermeyen değerlerin tespit edilmesinde başlamaktadır (Chen ve Chen, 2012; Emgin ve Türk, 2004; Font ve Tribe, 2001)

Ekoturizm, doğaya dayanan bir turizm türü olması nedeniyle çok sayıda aktiviteyi kapsar. Ancak, ekoturizm aktivitelerine katılan turistler, aktif tüketici değil, pasif gözlemci durumundadırlar. Literatürde öğrenmeye, eğlenmeye ve dinlemeye dayalı çok

sayıda ekoturizm aktivitesinden bahsedilmektedir (Kiper ve Arslan, 2007, s. 167; Tutcu, 2021; Ünal Ankaya, Yazıcı, Balık ve Gülgün Aslan, 2018, s. 70):

- Öğrenmeye dayalı: Kuş gözlemciliği, botanik, doğa fotoğrafçılığı, çiftlik, mağara, yaban hayatı gözlemlene, botanik.
- Eğlenmeye dayalı: Yamaç paraşütü, dağcılık, akarsu, balon, safari gibi maceraya dayalı olanlar; bisiklet, su altı dalış, sportif olta balıkçılığı, trekking/hiking, av, atlı doğa yürüyüşü gibi sportif faaliyetler.
- Dinlenmeye dayalı: Kamp, karavan, yayla turizmi.

2.3. Özel İlgi Turizmi

Teknolojik gelişmeler sayesinde ulaşım daha kolay ve ucuz olması, Avrupa ülkelerinde sınırların kaldırılması ve Demirperde ülkelerinin dağılması, çalışma saatlerinin azalması, basılı medyanın yerini web tabanlı uygulamaların alması, yeniliklerin çok hızlı bir şekilde küresel olarak yayılması kitle turizmine katılanların sayısını artırmıştır. Ancak, birçok turist kitle olarak hareket etmek yerine daha çok bireysel olarak hobileri ve özel ilgili alanlarına uygun turizm aktiviteleri aramaya başlamışlardır. Bütün bu değişimlerden turizm anlayışı da etkilenmiştir. İnsanların öncelik olarak tercih ettiği deniz-kum-güneş turizmi yerine, yerel kültürel değerleri tanıma ve deneyimleme, bozulmamış çevreleri keşfetme ve oralarda yaşama gibi birçok farklı turizm anlayışı ortaya çıkmıştır (Akşit-Aşık, 2014; Ritchie ve Crouch, 2003; Zoğal ve Emekli, 2017). Sonuç olarak özel ilgi turizm, kitle turizmine tepki olarak ortaya çıkmıştır. Turistlerin bireysel veya grup olarak özel ilgi alanlarına, hobilerine yönelik boş zaman ve seyahat faaliyetleri olarak tanımlanabilir (Sezerel, 2019, s. 48).

Geleneksel turizm motifleri olan güneş, deniz, kum ile birlikte 1990'lardan itibaren kişilerin ve grupların özel ilgilerini de kapsayan farklı turizm biçimleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Dünya Turizm Örgütü, özel ilgi turizmini, belirli bir temaya sahip turistik merkezlerin, bireysel veya grup olarak ziyaret edilmesi ve kişilerin bu temaya özgü ilgilerini geliştirilmesi olarak tanımlamıştır (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003, s. 10). Özel ilgi turizmine katılım, genel olarak bireysel veya küçük gruplar halindedir. Özel ilgi turizmi kapsamında faaliyet gösteren acenteler, programlarında yerel halkın katılımına özen gösterirler ve ihtiyaç duyulduğunda hızlı bir şekilde değişiklik yapabilirler. Özel ilgi turizmi ürünleri, kitle turizmine nazaran daha fazla emek-yoğun gösterirler. Çalışanların

alanlarında uzman kişiler olması gerekir. Ayrıca, özel ilgi turizminde katılımcıların istek ve taleplerine göre istenilen ürünlerin ve hizmetlerin tasarlanmasında yaratıcılık unsuru öne çıkar (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2009, s. 126).

Özel ilgi turizmi kapsamında binlerce ürün ve hizmet bulunmaktadır. Bu ürün ve hizmetlerin (sıra dışı seyahatlerin) üretilmesi, sunulması, aracılık edilmesi yüksek düzeyde uzmanlık gerektirmektedir. Bu ürün ve hizmetlerinin üretilmesinde yoğun emeğe ihtiyaç duyulmakla birlikte, yüksek düzeyde getirisi de vardır. Özel ilgi turizmi çeşitleri, yapıldığı ortama göre kentsel (müzeler, galeriler, miras turizmi, kültürel festivaller, gösteri sanatları, kültürel seyahatler, spor turizmi), kırsal (kültürel seyahatler, kültürel festivaller, miras turizmi, macera turizmi, spor turizmi, çiftlik turizmi) ve doğal (doğa merkezli turizm, macera turizmi) olmak üzere üç gruba ayrılmaktadır (Sezerel, 2019).

Turist beklentilerinin farklılaşması, ailelerin demografik yapılarının değişmesi, iletişimdeki gelişmeler, çevresel ve toplumsal farkındalıkların değişmesi, yeni eğilimler (özellikle kişisel gelişim ile ilgili olanlar), çalışma koşullarının değişmesi, boş zaman değerlendirme aktivitelerinin çeşitlenmesi, turizm ürün ve hizmetlerinin bireysel tüketiminin artması, kırsal alanların boşalması ve kentlerin büyümesi, tıbbi gelişmeler, insanların eğitim seviyelerinin artması, salgın hastalıklar ve terör olayları gibi birçok unsur özel ilgi turizminin ortaya çıkmasına ve gelişmesine etki etmiştir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2009). Özel ilgi turizmi her geçen gün çeşitlenmektedir. Genel olarak kültüre (şehir, dark, kültürel miras, etkinlik, etnik turizm), doğaya (ekoturizm, çiftlik, sağlık, yayla, kuş gözlemciliği, botanik turizmi) ve hobilere (kumar, gastronomi, golf, alışveriş, şarap turizmi) dayalı olarak sınıflandırılabilir. Ancak doğa, şehir, spor, macera, eko, kültürel miras, gastronomi, şarap, kumar turizmi gibi alt pazar bölümleri de çıkmaktadır (Sezerel, 2019)

SONUÇ

Doğal, tarihi ve kültürel zenginliklere sahip ülkelerin ekonomik kalkınmalarında turizmi öne çıkarmaları ve desteklemeleri, kitle turizmi hareketlerindeki hızlı artışla ve plansız büyümeyle birleşince olumsuzluklar ortaya çıkmaya başlamıştır. Turizmin sebep olduğu kirlilik, çevresel bozulmalar, kültürel değerlerin metalaştırılması ve diğer sorunlar önceleri sadece turizm bölgesinde yaşayan topluluklar tarafından çözülmeye çalışılırken,

günümüzde turizm endüstrinin kendisi tarafından üstlenilmeye çalışılmaktadır (Stronza ve Hunt, 2012). Bunun temel nedeni, turizm endüstrisinde faaliyet gösteren işletmelerin ve en çok turist kabul eden ülkelerin turizmden elde ettikleri gelirlerini sürdürme istekleridir. Bu nedenle, turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler ve turist kabul eden ülkeler sürdürülebilir turizmi desteklemektedirler.

Turist kabul eden ülkeler, bir taraftan turizmin çevreye ve kültürlerine olan olumsuz etkilerini azaltmaya çalışırken, diğer taraftan hem gelirlerini artırmaya hem de turizmi tüm yıla ve ülke geneline yaymaya çalışmaktadırlar. Bu amaçla doğa temelli turizm türleri geliştirmeye çalışarak, yüksek gelirli ve doğa koruma bilincine sahip turistleri ülkelerine çekmeyi hedeflemektedirler.

KAYNAKÇA

- Akdu, S. (2019). Sürdürülebilir turizm gelişimi ve yaratıcı turizm. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10(Ek Sayı), 132–139.
- Akoğlan Kozak, M. ve Bahçe, A. S. (2009). *Özel İlgi Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akşemsettinoglu, A. F. ve Balcı, E. (2025). Sakin şehir Göynük'te sürdürülebilir turizm tutumları: Demografik değişkenlerin rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 13(2), 1311–1333. doi:10.21325/jotags.2025.1610
- Akşit-Aşık, A. N. (2014). Yaratıcı (kreatif) turizm. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(31), 786–795.
- Arıca, E. ve Can, Ü. (2025). Gastronomik kimlik ve sürdürülebilir turizm ilişkisi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 22(1), 128–148. doi:10.24010/soid.1539975
- Aydın, B. ve Alvares, M. D. (2020). Understanding the tourists' perspective of sustainability in cultural tourist destinations. *Sustainability*, 12(8846), 1–17. doi:10.3390/su12218846
- Aydın, Begüm ve Alvarez, M. (2020). Understanding the tourists' perspective of sustainability in cultural tourist destinations. *Sustainability*, 12(8846), 1–17. doi:10.3390/su12218846
- Aydın, Birgül. (2019). Green Hotels Association. *Türkiye Turizm Ansiklopedisi*.
- Bahar, O. (2006). Turizm sektörünün Türkiye'nin ekonomik büyümesi üzerindeki etkisi: VAR analizi yaklaşımı. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 13(2), 137–150.
- Baykal, D. ve Çimen, H. (2015). Sürdürülebilir turizm ve ekoturizm sertifikaları. U. Akdu ve İ. Çalık (Ed.), *Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi 14-16 Mayıs 2015* içinde (ss. 10–21). Gümüşhane: Gümüşhane Üniversitesi.
- Baylak, H. M. (2024). Ekoturizm. *Türkiye Turizm Ansiklopedisi*.
- Berk, O. N. ve Celep, E. (2020). Konaklama işletmelerinde yeşil pazarlama faaliyetlerinin tüketicilerin satın alma davranışlarına etkisi, Konya İli Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (44), 267–285.
- Çakılcıoğlu, M. (2013). Turizm odaklı sürdürülebilir kalkınma için bir yöntem önerisi. *Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Dergisi, Tasarım+kuram*, 9(16), 27–42.
- Çavuş, Ş. ve Tanrısevdi, A. (2000). Sürdürülebilir turizm ve yerel ölçekli bir sürdürülebilir turizm gelişme modeli önerisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11(Prof. Dr. Hasan Olalı Özel Sayısı, (Eylül-Aralık)), 149–159.
- Certifaitions. (2025).
- Çetin, İ., Üzümcü, T. P. ve İçöz, O. (2017). Kırsal alanlarda sürdürülebilir kırsal turizm ve Kocaeli –Kandıra kırsal turizm gelişimi modeli. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Ös-IV*, 137–156.
- Chan, W. W. ve Lam, J. (2001). Environmental accounting of municipal solid waste originating from rooms and restaurants in the Hong Kong hotel industry. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 25(4), 371–385.

doi:10.1177/109634800102500402

- Chen, Y.-C. ve Chen, Y.-T. (2012). The advantages of green management for hotel competitiveness Taiwan: in the viewpoint of senior hotel managers. *Journal of Management and Sustainability*, 2(2), 211–218. doi:10.5539/jms.v2n2p211
- Cinnioğlu, H. (2015). Sürdürülebilir ekonomik kalkınma kapsamında ekoturizmin çevre üzerindeki etkilerinin eleştirel bir bakış açısıyla incelenmesi. *Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Metinleri*, (3), 1–27.
- Cittaslow Türkiye Ağı. (2025).
- Emgin, Ö. ve Türk, Z. (2004). Yeşil pazarlama. *Mevzuat Dergisi*, (78), 1–13.
- Evcin, E. (2016). İkinci Dünya Savaşı'nın akabinde Türkiye'de turizmi canlandırma çabaları. *Tarih Araştırmaları Dergisi*, 35(60), 213–276. doi:10.1501/Tarar_00000000650
- Font, X. ve Tribe, J. (2001). Promoting green tourism: the future of environmental awards. *International Journal of Tourism Research*, 3, 9–21.
- Furqan, A., Mat Som, A. P. ve Hussin, R. (2010). Promoting green tourism for future sustainability. *Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*, 5(8(17)), 64–74.
- GreenHotels. (2025). Environmentally Friendly Hotels.
- Harrington, R. J. (2005). Defining gastronomic identity: The impact of environment and culture on prevailing components, texture and flavors in wine and food. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2–3), 129–152.
- Kahraman, N. (1994a). Sürdürülebilir kalkınma ve turizm. *Hacettepe üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12, 27–32.
- Kahraman, N. (1994b). Sürdürülebilir kalkınma ve turizm. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 73–77.
- Kayapalı Aslan, B. (2025). Türkiye'de turizm ve ekonomik büyüme ilişkisi üzerine bir inceleme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 13(1), 453–467. doi:10.21325/jotags.2025.1567
- Kiper, T. ve Arslan, M. (2007). Anadolu'da doğa turizmi kapsamında doğa yürüyüşü güzergâhlarının belirlenmesinde örnek bir çalışma. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 4(2), 165–174.
- Kızılırmak, İ. (2011). Dünyada ve Türkiye'de turizm işletmelerinde çevre korumaya yönelik uygulamalar: Amacı ve önemi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, (2), 1–12.
- Küçük, Ö. (2022). Dünya Bankası ve kalkınma: Sürdürülebilir turizm ve dijital platformlar. *International Journal of Humanities and Education*, 8(17), 120–152.
- Kumar, V., Rahman, Z., Kazmi, A. A. ve Goyal, P. (2012). Evolution of sustainability as marketing strategy: beginning of new era. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, (37), 482–489. doi:10.1080/09669581003777747
- Kuter, N. ve Ünal, H. E. (2009). Sürdürülebilirlik kapsamında ekoturizmin çevresel, ekonomik ve sosyokültürel etkileri. *Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 9(2), 146–156.

- Martínez, E. ve Fraj, E. (2003). Análisis psicográfico del segmento de consumidores que está dispuesto a pagar más por los productos ecológicos. *Esic Market*, (115), 217–234.
- Mavi Bayrak Türkiye. (2025).
- Ongan, S. ve Demiröz, M. D. (2005). The contribution of tourism to the long-run turkish economic growth. *Journal of Economics*, 53(9), 880–894.
- Özdemir, M. A. (2011). Turizm ve turizmin etkileri konusunda yerel halkın yaklaşımlarının belirlenmesi: Afyonkarahisar örneği”. *Kervankıran, G., Marmara Co*(24), 1–25.
- Özdemir Uçgun, G. ve Narcı, M. T. (2023). Konaklama işletmelerindeki sürdürülebilir turizm uygulamalarının satın alma davranışına etkileri. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(4), 1595–1610. doi:10.32709/akusosbil.1013159
- Quan, S. ve Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, 25(3), 294–305. doi:10.1016/S0261-5177(03)00130-4
- Radwan, H. R. I., Jones, E. ve Minoli, D. (2010). Managing solid waste in small hotels. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(2), 175–190. doi:10.1080/109669580903373946
- Rinaldi, C. (2017). Food and gastronomy For sustainable place development: A multidisciplinary analysis of different theoretical approaches. *Sustainability*, 9(10), 1–25.
- Ritchie, J. B. ve Crouch, G. I. (2003). *The Competitive Destination : A Sustainable Tourism Perspective*. CABI Publishing.
- Semtrio. (2025). Havacılıkta sürdürülebilirlik: Sektörde yeşil dönüşüm.
- Sezerel, H. (2019). Özel İlgi Turizmi. G. Yüksek (Ed.), *Alternatif Turizm* içinde (ss. 46–71). Anadolu Üniversitesi.
- Solunoğlu, A. (2019). Regional impacts of the quality of gastronomic experience. V. Krystev, R. Efe ve E. Atasoy (Ed.), *Theory and Practice in Social Sciences* içinde (ss. 479–487). Sofia: Kliment Ohridski University Press.
- Stronza, A. ve Hunt, C. (2012). Visions of tourism: From modernization to sustainability. *Practicing Anthropology*, 34(33), 19–22.
- Tanrısevdi, A. ve Çavuş, Ş. (2003). Özel ilgi turizmi ve özel ilgi turizmi kapsamında Kuşadası ve çevresinde var olan potansiyel: Potansiyel kaynaklar üzerine kuramsal bir inceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14(1), 9–22.
- Tokmak, C. (2023). Turizm politikalarının sürdürülebilir turizm İlkeleri doğrultusunda değerlendirilmesi (Türkiye Cumhuriyeti’nin 100. yılında 41 yıllık turizm politikaları). *Gaziantep University Journal of Social Sciences*2, (Special Issue), 738–752.
- Tosun, C. (2001). Challenges of sustainable tourism development in the developing world: the case of Turkey. *Tourism Management*, 22(3), 289–303. doi:10.1016/S0261-5177(00)00060-1
- Tosun, G. ve Aslan, Z. (2025). Sürdürülebilir gastronomi çerçevesinde Aydın ili yöresel

- mutfağının incelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy*, 13(2), 1913–1937. doi:10.21325/jotags.2025.1639
- Truman, H. S. (1949). Açılış Konuşması.
- Tutcu, A. (2021). Ekoturizm ve Türkiye'nin ekoturizm potansiyelinin değerlendirilmesi. *Atlas Ulusal Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(6), 1–16.
- Ünal Ankaya, F., Yazıcı, K., Balık, G. ve Gülgün Aslan, B. (2018). Dünyada ve Türkiye'de ekoturizm, sosyal-kültürel ve ekonomik faydaları. *Ulusal Çevre Bilimleri Araştırma Dergisi*, 1(2), 69–72.
- UNWTO ve UNEP. (2005). *Making tourism more sustainable: a guide for policy makers*. Paris: UNWTO.
- Uyar Oğuz, H. (2025). Bartın ili Ulus İlçesinin ekoturizm köy odaklı tematik turizm potansiyelinin incelenmesi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 8(1), 55–72. doi:10.33083/joghat.2025.479
- Vernon, J., Essex, S., Pinder, D. ve Curry, K. (2005). Collaborative policymaking: local sustainable projects. *Annals of Tourism Research*, 32(2), 325–345.
- Yıldız, Ö. E. (2016). Turistik bir ürün olarak gastronomi. H. Kurgun ve D. B. Özşeker (Ed.), *Gastronomi ve Turizm içinde* (ss. 27–44). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Zoğal, V. ve Emekli, G. (2017). Yaratıcı turizme kavramsal ve coğrafi bir yaklaşım. *Ege Coğrafya Dergisi*, 26(1), 21–34.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KÜLTÜRE DAYALI ÖZEL İLGİ TURİZMİ

Ayhan BAŞÇI¹

GİRİŞ

Turizm sektörünün yapısı son yıllarda belirgin bir dönüşüm geçirerek çeşitlenmiş, bu süreçte geleneksel kitle turizmi anlayışının yerini, bireysel ilgi alanları ve özgün deneyimlere dayalı yeni turizm türleri almaya başlamıştır. Özel ilgi turizmi olarak kavramsallaştırılan bu eğilim, ziyaretçilerin yalnızca dinlenme ve eğlence arayışını değil, aynı zamanda kültürel, tarihsel, duygusal ve estetik deneyim beklentilerini merkeze alan çok boyutlu bir seyahat anlayışını ifade etmektedir. Bu bağlamda kültüre dayalı özel ilgi turizmi, insanlığın kolektif birikimini oluşturan kültürel değerlerin özgün mekânlarda deneyimlenmesine olanak tanıyarak turistik hareketliliğin hem kapsamını hem de niteliğini dönüştüren önemli bir alan hâline gelmiştir.

Kültüre dayalı özel ilgi turizmi geçmiş toplumların yaşantılarını, inançlarını, üretim biçimlerini ve sanat anlayışlarını yansıtan arkeolojik mirastan, toplumsal hafızanın acı ve kayıp temelli boyutlarını içeren dark turizme; bireylerin kökleriyle bağ kurduğu diaspora temelli seyahatlerden kültürel çeşitliliğin görünür olduğu etnik turizme; yerel ve küresel ölçekte kitleleri bir araya getiren etkinlik turizmi ile medya temsilleri üzerinden şekillenen film ve dizi turizmine kadar geniş bir tematik çerçeveyi kapsamaktadır. Her bir alt tür, turist davranışlarını belirleyen motivasyonları, deneyim beklentilerini ve mekânsal ilişkileri farklı bir perspektiften ele alarak özel ilgi turizminin disiplinler arası niteliğini güçlendirmektedir.

Bu çeşitlilik, kültürel mirasın yalnızca korunması gereken bir değer değil, aynı zamanda sürdürülebilir turizm politikalarının merkezinde yer alan dinamik bir kaynak olduğunu göstermektedir. Ancak bu turizm türlerinin gelişimi, etik, kültürel, çevresel ve

¹ Dr. Öğretim Üyesi, Hitit Üniversitesi, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı, ayhanbasci@hitit.edu.tr, 0000-0003-2263-324X

ekonomik açılardan çeşitli tartışmaları da beraberinde getirmektedir. Mekânların nasıl temsil edildiği, otantik değerlerin korunması, ziyaretçi yoğunluğunun doğru yönetilmesi ve yerel halkın sürece dâhil edilmesi gibi konular, duyarlı ve özenli bir yönetim yaklaşımını zorunlu kılmaktadır. Bu nedenle kültüre dayalı özel ilgi turizmi, yalnızca bir turistik tüketim alanı olarak değil; kültürel mirasın korunması, toplumsal hafızanın yaşatılması, kimlik oluşumunun desteklenmesi ve kültürel sürdürülebilirliğin sağlanması açısından stratejik öneme sahip çok boyutlu bir alan olarak değerlendirilmektedir.

Bu bölümde kültüre dayalı özel ilgi turizmi kapsamındaki arkeo turizm, dark turizm, diaspora turizmi, etkinlik turizmi, etnik turizm, film–dizi turizmi, miras turizmi, kongre turizmi, ipek yolu turizmi ve inanç turizmi alt başlıkları kuramsal çerçeveleri, motivasyon dinamikleri, küresel ve ulusal ölçekteki uygulama örnekleri ile etik ve sürdürülebilirlik perspektifleri doğrultusunda ele alınmaktadır. Böylelikle hem literatürdeki güncel tartışmalar bütüncül bir yaklaşımla değerlendirilmekte hem de Türkiye’nin bu alanlardaki güçlü potansiyeline ilişkin kapsamlı bir yol haritası sunulmaktadır.

3.1. Arkeo Turizm

Arkeoloji ile turizm arasındaki etkileşim, kökenleri Rönesans dönemine dayanan ve özellikle 16. yüzyılda ortaya çıkan Grand Tour hareketiyle belirginleşen tarihsel bir sürecin sonucudur (Afkhami, 2021, s. 57). Modern turizmin gelişimiyle birlikte arkeolojik sit alanları, eğitim, kültürel öğrenme ve estetik deneyim arayışıyla ziyaret edilen önemli çekim merkezleri hâline gelmiştir (Birinci, Kaymaz ve Camcı, 2018, s. 1353).

1970’li yıllardan itibaren Dünya Turizm Örgütü (WTO), kültürel turizmi turizm politikalarının merkezine alarak kültür odaklı seyahatlerin sürdürülebilir kalkınma bağlamında önemini vurgulamıştır. Nitekim kültürel miras turizmi, geleneksel sahil ve rekreasyon temelli turizm türlerinden daha geniş bir kapsama doğru evrilmiş; gastronomi, inanç, eğitim ve folklor gibi kültürel cazibe unsurlarıyla zenginleşmiştir (Erdoğan, 2020, s. 343). Bugün uluslararası seyahatlerin yaklaşık %39’unun kültür turizmi kapsamında gerçekleşmesi, arkeo turizmin yükselen bir değer olduğunu göstermektedir (Türksoy ve Özdöl Kutlu, 2021, s. 304).

Arkeo turizm, arkeolojik bilginin kamusal alana aktarılması, geniş halk kitleleri tarafından deneyimlenmesi ve kültürel mirasın turizm faaliyetleriyle bütünleştirilmesi sonucunda ortaya çıkan bir etkileşim alanıdır. Bu çerçevede arkeo turizm, kültürel miras turizminin temel alt alanlarından biri olarak, hem ulusal hem de uluslararası düzeyde giderek gelişen ve önem kazanan bir çalışma alanı niteliği taşımaktadır (Afkhami, 2021).

Arkeo turizm kapsamında değerlendirilen mekânlar; arkeolojik sit alanları, müzeler, höyükler, antik kentler ve arkeolojik parklar gibi geniş bir kültürel peyzajı kapsamaktadır (Erdoğan, 2020). Bu mekânlar genel olarak somut ve somut olmayan kültürel miras unsurları çerçevesinde sınıflandırılmaktadır. Somut kültürel mirasın temel bileşenlerini oluşturan sit alanları ve anıtlar, geçmiş uygarlıklardan günümüze ulaşan, mimari nitelik taşıyan ya da taşımayan tüm fiziksel kalıntıları içermekte; tapınaklar, surlar, mezarlar ve dikilitaşlar bu gruba örnek teşkil etmektedir. Arkeolojik eserler ve antik yapılar ise antik kentler, kaleler, tiyatrolar, su kemerleri, hamamlar ve nekropoller gibi yüksek mimari ve kültürel değere sahip unsurlardan oluşmakta ve arkeo turizmin başlıca çekim unsurlarını meydana getirmektedir. Höyükler ise insan topluluklarının aynı alanı uzun süre kullanması sonucu oluşan çok katmanlı kültürel birikimleri ifade etmekte olup, özellikle prehistorik dönem yaşam biçimlerine dair özgün ve somut kanıtlar sunmaktadır (Tuncer ve Bulut, 2019, s. 279). Arkeolojik parklar, kalıntıların bilimsel koruma ilke ve yöntemleri doğrultusunda düzenlendiği; rekreasyon, eğitim ve turizm işlevlerinin bir arada planlandığı kültürel alanlardır.

Arkeo turizm, somut kültürel varlıkların yanı sıra somut olmayan arkeolojik mirası da önemsemekte; hikâye anlatıcılığı, yaratıcı turizm uygulamaları ve kültürel belleğin farklı temsil biçimleri gibi soyut unsurları da turistik deneyimin ayrılmaz bir parçası olarak değerlendirmektedir. Bu bütüncül bakış açısı, arkeo turizmin kapsamını genişleterek hem bilimsel hem de turistik değerini artırmaktadır (Ross, Saxena, Correia ve Deutz, 2017, s. 38).

Arkeo turizmin temel amacı, arkeolojik sit alanları ve tarihsel mekânlara yönelik farkındalığı artırmak, kültürel mirasın sürdürülebilir biçimde turizm ürünlerine dönüştürülmesini sağlamaktır. Bu bağlamda arkeo turizm, bir yandan disiplinler arası bir işbirliği ortamı oluşmasını sağlamakta diğer yandan kültürel mirasın korunmasını önceleyen bir yaklaşım ortaya koymaktadır.

Arkeo turistlerin davranışlarını şekillendiren motivasyonlar, kültürel, bilişsel, psikolojik ve estetik boyutları kapsayan çok yönlü bir yapıya sahiptir. Bu çerçevede, geçmişe yönelik ilgi ve merak, arkeo turizmin en temel güdülerinden birini oluşturarak ziyaretçilerin tarihsel süreçleri, kayıp uygarlıkları ve kültürel gelişim aşamalarını anlamaya yönelik entelektüel bir arayış içine girmelerini sağlamaktadır (Birinci ve diğerleri, 2018). Bilgi edinme ve deneyim arayışı, arkeolojik alanların sunduğu öğrenme temelli etkileşimler aracılığıyla kültürel çeşitliliğin keşfedilmesini ve bireyin entelektüel gelişimini desteklemektedir (Erdoğan, 2020). Bunun yanında, antik uygarlıkların sergilediği mimari ve mühendislik başarılarına duyulan estetik ve teknik hayranlık, birçok turist için güçlü bir çekim unsuru niteliği taşımaktadır (Tuncer ve Bulut, 2019). Bazı ziyaretçiler açısından arkeolojik kalıntıların fiziksel görünümünden ziyade, bu yapıların taşıdığı tarihsel ve sembolik anlam, motivasyonun merkezinde yer almaktadır. Arkeolojik alanların çoğunlukla kırsal ve özgün doğal çevrelerde konumlanması, ziyaretçilerin egzotik ve erişilmesi güç doğal ortamlara yönelik ilgisini artırmakta; bu durum arkeo turizme yönelik talebi artırmaktadır (Birinci ve diğerleri, 2018). Son olarak, geçmişe dair romantize edilmiş bir atmosfer arayan turistler için nostalji arayışı da önemli bir motivasyon kaynağı oluşturarak arkeolojik sitlerdeki kültürel deneyimi duygusal bir boyutla zenginleştirmektedir (Afkhami, 2021).

Arkeoturizm, kültürel mirasın korunması ve kullanılması konularında etik tartışmalara sahne olmaktadır. Bu tartışmaların önemli bir kısmı koruma ve metalaştırma etiği çerçevesinde şekillenmektedir (Díaz-Andreu, 2013, s. 226). Arkeolojik mirasın mülkiyeti, yönetimi ve ekonomik amaçlarla aşırı ticarileştirilmesi, kültürel değerlerin özgünlüğünü tehdit eden temel sorun alanları arasında sayılmaktadır (Blasco López, Recuero Virto, Aldas Manzano ve Garcia-Madariaga, 2018, s. 278). Özellikle kitle turizminin yarattığı yoğun baskı, turistik kullanım yoğunluğuna paralel olarak kırılğan arkeolojik yapıların geri dönüşü olmayan biçimde zarar görmesine neden olabilmektedir (Uzer Von Busch, 2010, s. 85). Arkeolojik alanların yenilenemez, özgün ve yerine konulamaz nitelikte olmaları, bu kaynaklara verilecek her türlü zararın kalıcı sonuçlar doğurması açısından etik sorumluluğu daha da artırmaktadır (Afkhami, 2021; Birinci ve diğerleri, 2018).

Etik tartışmaların bir diğer boyutunu ise temsil ve tanıtım etiği oluşturmaktadır. Özellikle Göbeklitepe örneğinde görüldüğü üzere, alanın tanıtımında kullanılan “tarihin

sıfır noktası” gibi popüler ancak bilimsel temeli tartışmalı sloganlar, arkeolojik bilginin basitleştirilmesine ve spekülasyonla gölgelenmesine yol açabilmektedir. Alan hakkında yayılan mistik, astrolojik ya da spekülasyon yorumları, bilimsel gerçekliği zayıflatarak bilgi kirliliğine neden olmakta ve toplumun arkeolojiye ilişkin algısını çarpıtabilmektedir. Bu nedenle arkeo turizmin tüm paydaşlarının, yalnızca estetik unsurlara odaklanan geleneksel arkeoloji anlayışının ötesine geçerek kültürel mirası bütüncül, disiplinler arası ve bilimsel bir bakış açısıyla ele alan bir yaklaşımı benimsemesi büyük önem taşımaktadır. Bu yaklaşım, kültürel mirasın doğru ve dengeli biçimde temsil edilmesini sağlarken, aynı zamanda gelecek kuşaklara sağlıklı ve sürdürülebilir bir biçimde aktarılmasına da olanak tanıyacaktır (Türksoy ve Özdöl Kutlu, 2021).

Türkiye, sahip olduğu jeolojik çeşitlilik, zengin kültürel birikim ve uzun tarihsel geçmişi sayesinde yer üstü, yer altı ve su altı arkeolojik varlıklar açısından dünyanın en zengin coğrafyalarından biri olarak değerlendirilmektedir. Bu zenginlik, özellikle tarih öncesi dönemlere ait yerleşmelerin yoğunluğu sayesinde Türkiye’ye uluslararası turizm pazarında özgün bir rekabet avantajı kazandırmaktadır. Arkeolojik buluntuların çeşitliliği ve geniş bir coğrafyaya yayılmış olması, ülkenin arkeo turizm potansiyelini önemli ölçüde artırmaktadır.

Türkiye’de öne çıkan prehistorik yerleşmeler arasında Çatalhöyük, Çayönü, Göbeklitepe ve Karahantepe özel bir konuma sahiptir. Konya’da yer alan Çatalhöyük, Neolitik yaşamın en gelişmiş örneklerinden biri olup, insanlığın göçebe yaşamdan yerleşik hayata ve tarımsal topluma geçiş sürecini somut şekilde ortaya koyan kalıntılar barındırmaktadır. 2012 yılında UNESCO Dünya Miras Listesi’ne alınması, alanın evrensel değerinin uluslararası düzeyde tescillendiğini göstermektedir. Bununla birlikte kerpiç yapıların korunmasındaki güçlükler ve ziyaretçi altyapısının sınırlılığı, Çatalhöyük’ün turistik çekiciliğini olumsuz etkileyen başlıca sorunlar arasındadır (Birinci ve diğerleri, 2018).

Şanlıurfa’da bulunan Göbeklitepe ve Karahantepe ise yaklaşık 12.000 yıllık geçmişiyle insanlık tarihinin bilinen en erken dönemlerine ilişkin benzersiz veriler sunmakta ve bu yönüyle dünya arkeolojisine farklı bir pencere açmaktadır. Tüm doğruların sorgulanmasına neden olan bu iki arkeolojik sit alanı, “ilkel insan” kavramına

yeni bir yaklaşım getirmektedir. Bu arkeolojik alanlardan Göbeklitepe, yürütülen tanıtım kampanyaları ile daha tanınır hale gelmiş ve özellikle 2018 yılında UNESCO Dünya Miras alanı olarak ilan edilmesinin ardından ziyaretçi sayısında gözle görülür bir artış yaşanmıştır. Bununla birlikte Göbeklitepe'nin popüler kültür tarafından aşırı romantize edilmesi ve mistik anlatılarla ilişkilendirilmesi, bilimsel bilginin gölgede kalmasına ve temsil etiğine yönelik eleştirilerin gündeme gelmesine neden olmaktadır (Türksoy ve Özdöl Kutlu, 2021).

Bu güçlü potansiyele karşın Türkiye'deki prehistorik alanların bir kısmı, görsel çekicilik açısından Roma dönemi ören yerleri (örneğin Efes, Aspendos, Hierapolis) ile kıyaslandığında daha az dikkat çekmektedir. Bu durum ziyaretçi sayılarında istenen düzeye ulaşılmasını güçleştirmektedir (Türksoy ve Özdöl Kutlu, 2021). Dolayısıyla prehistorik mirasın turizmde görünür kılınması için güçlü tanıtım stratejileri, yenilikçi ziyaretçi deneyimleri ve sürdürülebilir yönetim modellerine ihtiyaç duyulmaktadır.

Arkeolojik varlıkların turizm destinasyonlarına dönüştürülmesi, yalnızca fiziksel düzenlemeleri değil, aynı zamanda çok disiplinli bir iş birliğini ve bütüncül bir yönetim anlayışını gerektiren karmaşık bir süreçtir. Kazı çalışmalarının büyük bölümü turizm odaklı bir planlamayı içermediğinden, arkeolojik araştırmalar tamamlandıktan sonra alanın korunması, tanıtımı ve turizme entegrasyonu konularında önemli yönetim boşlukları ortaya çıkabilmektedir. Bu nedenle, arkeologların yanı sıra turizmciler, iletişim uzmanları, tarihçiler, turist rehberleri ve pazarlama profesyonellerinin eşgüdüm içinde çalışması zorunludur (Erdoğan, 2020).

Sürdürülebilirlik ve risk yönetimi, arkeo turizm planlamasının ayrılmaz bileşenleridir. Yerel halkın bilinç düzeyi, sürece katılımı ve örgütlenmesi, kültürel mirasın korunmasında temel bir unsur olup, sosyal sürdürülebilirliğin sağlanması açısından belirleyici öneme sahiptir (Tuncer ve Bulut, 2019). Bunun yanında, Türkiye'nin deprem, sel ve yangın gibi afet risklerine açık bir coğrafyada bulunması, kültürel mirasın korunmasında afet odaklı, bütünleşik bir risk yönetimi yaklaşımını zorunlu kılmaktadır. Bu çerçevede UNESCO tarafından zorunlu kılınan Alan Yönetim Planları, koruma, tanıtım, eğitim, ziyaretçi yönetimi ve sürdürülebilirlik gibi temel ilkeleri kapsayan kapsamlı bir yol haritası sunmakta; bu planların düzenli aralıklarla güncellenmesi,

arkeolojik mirasın gelecek kuşaklara sağlıklı biçimde aktarılması açısından yaşamsal önem taşımaktadır (Uzer Von Busch, 2010).

3.2. Dark Turizm

Dark turizm, geçmişte yaşanan ölüm, trajedi, felaket ve toplumsal acılarla bağlantılı mekânların ziyaret edilmesini konu alan çağdaş bir turizm yaklaşımıdır (P. Stone ve Sharpley, 2008, s. 575). Literatüre ilk kez Foley ve Lennon (1996) tarafından kazandırılan bu kavram, geçmişte yaşanan dramatik ve travmatik olayların mekânsal hafızasını turistik bir deneyim biçimine dönüştüren çok boyutlu bir olguyu ifade etmektedir (Biran ve Hyde, 2013, s. 191).

Uluslararası literatürde dark turizmi ile ilgili farklı kavramlar geliştirilmiştir. Bunlar arasında thanatourism (*ölüm turizmi*), morbid tourism (*rahatsız edici unsurlara dayalı turizm veya ölüm ve hastalık temalı turizm*), black-spot tourism (*kara turizmi*) ve grief tourism (*keder turizmi*) gibi terimler yer almaktadır. Ulusal yazında da benzer şekilde bu kavram çoğunlukla hüznün turizmi, kara turizm veya keder turizmi şeklinde Türkçeleştirilmiştir. Bu çalışmada ortak bir dil olması açısından “dark turizm” ifadesi tercih edilmiştir. Ancak hangi terim kullanılırsa kullanılsın, bu kavramların her biri ölüm ve acının turistik tüketim içerisindeki farklı boyutlarına odaklanmakta, aynı zamanda ölüme yönelik kamusal ilgi ve merakın tarihsel ve kültürel temellerini tartışmaya açmaktadır (P. Stone ve Sharpley, 2008).

Ölüme ve trajik olaylara ilişkin mekânların ziyaret edilmesi modern döneme özgü bir davranış değildir. Aksine tarihin farklı dönemlerinde çeşitli örnekleri görülmektedir. Ortaçağ ve Yeni Çağda halka açık infazların izlenmesi, akıl hastanelerinin “merak uyandıran mekânlar” olarak ziyaret edilmesi ve savaş alanlarına yapılan seyir amaçlı geziler bu geleneğin tarihsel kökenlerine işaret eden örnekler arasında yer almaktadır (P. Stone, 2013, s. 312). Buna karşın, dark turizm kavramının uluslararası akademide ilgi odağı hâline gelmesi 20. yüzyılın sonlarında gerçekleşmiştir. Özellikle geçmişte yaşanan ölüm, acı, felaket, çatışma ve toplumsal travmaların yaşandığı mekânlarına erişim arttıkça konuya ilişkin çalışmalar hız kazanmıştır (Bulut ve İli, 2022, s. 67).

Dark turizm, mekânsal çeşitliliği temel alan analitik bir kavramsal çerçeve içerisinde ele alınmaktadır. Stone (2006) tarafından dark turizm mekânlarının tekdüze bir kategori olarak görülmesini engellemek amacıyla her bir destinasyonun kendi

bağlamında değerlendirilmesine olanak sağlayan “karanlık spektrum” yaklaşımı geliştirilmiştir. Bu yaklaşım dark turizm alanlarını “Darkest” (en karanlık) ile “Lightest” (en aydınlık) arasında konumlandırmaktadır. Spektrumun en karanlık ucunda, savaş alanları ve toplu kıyım mekânları gibi yüksek derecede toplumsal travma alanları yer alırken; aydınlık uçta ise turistik deneyim amacıyla oluşturulmuş, yeniden düzenlenmiş veya kurgulanmış yapay çekim merkezleri bulunmaktadır (Çetinsöz, 2017; P. R. Stone, 2006, s. 147).

Dark turizm kapsamında değerlendirilen başlıca mekân türleri arasında Gelibolu², Sarıkamış³ ve Waterloo⁴ gibi tarihsel çatışmaların yaşandığı savaş alanları ve şehitlikler; Ulucanlar Cezaevi Müzesi⁵, Sinop Cezaevi⁶ ve Alcatraz⁷ gibi tarihsel baskı ve cezalandırma uygulamalarının izlerini taşıyan hapishaneler; Auschwitz-Birkenau⁸, Srebrenica⁹ ve Tuol Sleng¹⁰ gibi kitlesel soykırım alanları; Ground Zero¹¹, Anıtkabir ve Dolmabahçe Sarayı gibi ulusal ve küresel hafızada önemli yer tutan anıtlar, mezarlar;

² I. Dünya Savaşı sırasında 1915 Çanakkale Kara Savaşları’nın yaşandığı Gelibolu Yarımadası’nı ifade etmektedir. On binlerce askerin hayatını kaybettiği bu bölge, Türkiye ve savaşın tarafı olan ülkeler için derin tarihsel ve duygusal anlamlar taşımaktadır.

³ Kars ilinde yer alan Sarıkamış, I. Dünya Savaşı sırasında yaşanan Sarıkamış Harekâtı’nda yaklaşık 90 bin askerin şehit olduğu büyük bir askerî ve insani trajedinin mekânsal temsili olup, anma ve tarihsel öğrenme işlevleriyle dark turizm kapsamında değerlendirilen önemli bir kolektif hafıza alanıdır.

⁴ 18 Haziran 1815 tarihinde gerçekleşen ve Napolyon Bonapart’ın kesin yenilgisiyle sonuçlanan Waterloo Savaşı’nın yapıldığı alanı ifade etmektedir.

⁵ Ankara’da yer alan Ulucanlar Cezaevi Müzesi, Türkiye’nin yakın dönem siyasi tarihine ve ceza uygulamalarına ışık tutan; baskı, cezalandırma ve özgürlükten yoksun bırakma deneyimlerinin mekânsal temsili olarak dark turizm kapsamında değerlendirilen önemli bir kolektif hafıza alanıdır.

⁶ Sinop Cezaevi, Osmanlı döneminde kurulan, sert tutukluluk koşulları ve tarihsel bellekteki yeriyle öne çıkan bir hapishane olup, günümüzde baskı ve cezalandırma pratiklerinin mekânsal temsili olarak dark turizm kapsamında değerlendirilen önemli bir müze alanıdır.

⁷ ABD’nin San Francisco kentinde yer alan ve 1934–1963 yılları arasında federal yüksek güvenlikli hapishane olarak kullanılan ünlü bir ada cezaevidir.

⁸ II. Dünya Savaşı sırasında Nazi Almanyası tarafından kurulan en büyük toplama ve imha kampıdır.

⁹ 1995 yılında Bosna Savaşı sırasında gerçekleşen ve yaklaşık 8.000 Boşnak erkeğin ve çocuğun öldürüldüğü Srebrenica Soykırımı’nın yaşandığı yer olarak bilinmektedir.

¹⁰ Tuol Sleng, Kamboçya’da Kızıl Kmerler rejimi (1975–1979) döneminde S-21 Güvenlik Hapishanesi adıyla faaliyet göstermiş bir gözaltı ve işkence merkezi olup, bu dönemde yaşanan sistematik şiddet ve insanlık suçlarının mekânsal hafızasını temsil eden, dark turizm kapsamındaki en otantik alanlardan biri olarak değerlendirilmektedir.

¹¹ 11 Eylül 2001 tarihinde ABD’nin New York kentinde gerçekleşen terör saldırıları sonucunda Dünya Ticaret Merkezi kulelerinin yıkıldığı alan için kullanılan isimdir.

Çernobil¹², Pompei¹³ ile deprem ve maden faciası bölgeleri gibi doğal ve teknolojik felaket mekânları; son olarak insan anatomisi sergisi olan Body Worlds¹⁴ ve Kapuçin tarikatına ait bir yeraltı mezarlığı olan Capuchin Crypt¹⁵ örneklerinde görüldüğü üzere ölüm ve insan kalıntılarının sunumuna dayalı karanlık sergiler ile yapay çekim merkezleri yer almaktadır (Mutlu ve Ören, 2023, s. 130). Bu çeşitlilik dark turizmin yalnızca ölüm temsillerine değil, aynı zamanda mekânın tarihsel bağlamına, toplumsal hafıza süreçlerine ve turistik tüketim dinamiklerine bağlı olarak geniş bir yelpazede ortaya çıktığını göstermektedir.

Literatürde, bireylerin dark turizm alanlarını ziyaret etmelerine yönelik başlıca motivasyonlar arasında öğrenme ve eğitim amacıyla tarihsel olaylara tanıklık etme, bilgi edinme ve toplumsal hafızayı anlamlandırma isteği öne çıkmaktadır (Yalçınkaya, 2025, s. 1019). Bunun yanı sıra merak ve heyecan arayışı, yenilik arayışı ve ürkütücü ya da sıra dışı deneyimlere yönelme isteği etkili olmaktadır (P. Stone ve Sharpley, 2008). Duygusal boyutta ise empati geliştirme, hüznün ve keder gibi yoğun duyguları deneyimleme ve ölüm olgusu ile yüzleşme isteği belirleyici olmaktadır (P. R. Stone, 2006). Ayrıca ziyaretçilerin geçmişle sembolik düzeyde bağ kurma, kurbanları anma ve kimlik ya da aidiyet hislerini güçlendirme gibi motivasyonlara da sahip olduğu görülmektedir. Bir diğer dikkat çeken etken, yaşanmış trajedilere doğrudan tanıklık etme isteğini içeren otantiklik arayışıdır. Bununla ilişkili olarak özellikle savaş alanlarının seküler hac mekânları olarak algılanması da motivasyon çeşitliliğine katkı sunmaktadır. Son olarak, sosyal medya dinamikleri, popüler kültür ürünleri ve FOMO¹⁶ gibi etkiler aracılığıyla ortaya çıkan sosyokültürel yönlendirmeler, bireylerin ziyaret kararlarını şekillendiren güncel unsurlar arasında yer almaktadır (Wight, Podoshen, Wyatt ve Lennon, 2025, ss. 3–9). Bu farklı

¹² 26 Nisan 1986 tarihinde Ukrayna’da meydana gelen nükleer santral kazasının yaşandığı bölgeyi ifade etmektedir.

¹³ MS 79 yılında Vezüv Yanardağı’nın patlaması sonucu yok olan antik bir Roma kenti olup, yaşanan ani volkanik felaket nedeniyle yerleşim dokusu, gündelik yaşam izleri ve insan kalıntıları olağanüstü ölçüde korunarak günümüze ulaşmıştır.

¹⁴ Body Worlds, insan anatomisini tanıtmak amacıyla gerçek insan bedenlerinin plastinasyon tekniğiyle sergilendiği uluslararası bir anatomi sergisidir. Bu teknikte, beden dokularındaki su ve yağ polimer maddelerle değiştirilerek dokuların bozulmadan korunması sağlanmakta; böylece insan vücudunun yapısı ve işleyişi ayrıntılı ve kalıcı biçimde incelenebilir hâle getirilmektedir. Sergi, bu yöntemi geliştiren Dr. Gunther von Hagens tarafından kurgulanmıştır.

¹⁵ Capuchin Crypt, Roma’da bulunan ve 16. yüzyıldan itibaren Kapuçin tarikatına mensup yaklaşık 4.000 rahibin kemiklerinin dekoratif biçimde sergilendiği bir yeraltı mezarlığıdır.

¹⁶ Dışlanma / geride kalma korkusu

motivasyon unsurları dark turizmin yalnızca ölüm temsillerine yönelen bir merakın ötesinde, çok boyutlu sosyo-kültürel bir fenomen olduğunu açıkça ortaya koymaktadır.

Dark turizm alanları, geçmişte yaşanan trajedilerin turistik deneyimlere konu edilmesi nedeniyle etik tartışmaların merkezinde yer almaktadır. Literatürde öne çıkan eleştirilerin başında, acı ve felaketin metalaştırılarak turizm endüstrisi içerisinde ekonomik bir değere dönüştürülmesi gelmektedir (P. Stone, 2013). Bu durumla ilişkili olarak, söz konusu destinasyonların bir yandan anma ve eğitim işlevi üstlenirken diğer yandan turistik tüketim nesnesi hâline gelmesi, eğlence ile öğrenme arasındaki sınırların belirsizleşmesine yol açmakta ve etik açıdan sorgulanması gereken bir ikilik ortaya çıkarmaktadır (Potts, 2012, s. 232). Buna ek olarak, dark turizm alanlarının bulunduğu bölgelerde yaşayan toplulukların yaşadığı acılara yönelik yerel hassasiyetlerin göz ardı edilebilmesi, ziyaretçilerin saygı sınırlarını aşan davranışları ve alanın taşıdığı sembolik anlamı zedeleyebilecek uygulamalar, önemli etik sorunların ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Yalçınkaya, 2025). Tüm bu hususlar dark turizmin yalnızca bir turistik ürün olarak değil, aynı zamanda duygusal, kültürel ve toplumsal hassasiyetleri gözetilen sürdürülebilir ve etik bir yönetim anlayışıyla ele alınması gerektiğini açık biçimde ortaya koymaktadır.

Türkiye, tarih boyunca çeşitli savaşların, doğal afetlerin, politik çatışmaların ve toplumsal acıların yaşandığı bir coğrafya olması nedeniyle dark turizm açısından geniş bir potansiyele sahip ülkeler arasında yer almaktadır. Bu bağlamda Türkiye’deki mevcut ve potansiyel dark turizm alanları, hem tarihsel hem de sosyo-kültürel açıdan önemli çeşitlilik göstermektedir. Öncelikle Gelibolu, Sarıkamış ve Afyonkarahisar Başkomutanlık Tarihi Millî Parkı gibi savaş alanları, hem ulusal hem de uluslararası hafızanın merkezinde yer alarak güçlü bir dark turizm çekiciliği oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra tarihsel baskı, cezalandırma ve siyasi süreçlerle ilişkilendirilen Ulucanlar Cezaevi, Sinop Cezaevi ve Yedikule Zindanları gibi hapisaneler geçmişte yaşanan insan hakları ihlallerinin ve toplumsal travmaların mekânsal temsilleri olarak ön plana çıkmaktadır. Türkiye’nin yakın tarihinde önemli toplumsal yaralar açan Soma maden

faciası¹⁷ ve Sivas Madımak Oteli¹⁸ gibi trajedik olay mekânları da hem anma kültürü hem de toplumsal hafıza açısından dark turizm kapsamında değerlendirilmektedir. Ayrıca Anıtkabir ve Dolmabahçe Sarayı gibi ulusal sembol niteliği taşıyan anma mekânları, ziyaretçilerin hem duygusal hem de tarihsel anlamda güçlü bir deneyim yaşadığı alanlardır. Bununla birlikte deprem bölgeleri, maden facialarının yaşandığı diğer alanlar ve afet sonrası oluşturulan anı mekânları da dark turizmin kapsamını genişleten önemli çekim noktaları arasında yer almaktadır.

Dark turizm alanları geçmişin travmatik olaylarını temsil eden mekânların korunması, yorumlanması ve gelecek nesillere aktarılması açısından stratejik bir önem taşımaktadır. Bu tür alanların yönetimi özellikle son yıllarda küresel ölçekte artan ziyaretçi talebi nedeniyle daha da karmaşık hâle gelmiştir. Nitekim Gelibolu Yarımadası ve Auschwitz-Birkenau gibi uluslararası öneme sahip destinasyonlar, yoğun ziyaretçi akını sonucunda aşırı turizm (overtourism) baskısıyla karşı karşıya kalmakta; bu durum hem fiziksel çevrenin hem de kültürel değerlerin zarar görmesine neden olabilecek riskler yaratmaktadır. Örneğin, Gelibolu Yarımadası'nın yıllık ziyaretçi sayısının 4 milyonu aşmasına karşın, bölgenin fiziksel taşıma kapasitesinin oldukça düşük olması, sürdürülebilir yönetim stratejilerinin gerekliliğini açıkça göstermektedir (Yalçınkaya, 2025).

Bu bağlamda sürdürülebilir bir yönetim anlayışının oluşturulabilmesi için bir dizi planlama ve uygulama önerisi öne çıkmaktadır. Bunlar arasında, yerel toplumun karar alma mekanizmalarına aktif katılımının sağlanması, miras alanlarının korunması ile yerel sosyo-ekonomik faydaların dengelenmesi açısından kritik bir rol oynamaktadır. Ayrıca ziyaretçi baskısının azaltılması ve deneyimin niteliğinin artırılması amacıyla turizmin yıl geneline yayılması ve ziyaret akışının mevsimsel olarak dengelenmesi önerilmektedir. Rezervasyon ve zamanlama sistemlerinin uygulanması, özellikle tur otobüsleri ve büyük gruplar için taşıma kapasitesinin etkin biçimde kontrol edilmesine katkı sunmaktadır. Bunun yanı sıra, destinasyonun tek bir rota veya çekim noktası üzerinden aşırı yüklenmesini önlemek amacıyla alternatif deneyim rotalarının ve yürüyüş parkurlarının

¹⁷ 13 Mayıs 2014 tarihinde Manisa'nın Soma ilçesinde meydana gelen ve 301 madencinin yaşamını yitirdiği Türkiye tarihinin en büyük iş kazalarından biridir.

¹⁸ 2 Temmuz 1993 tarihinde Sivas'ta yaşanan ve 33 aydın, sanatçı ve yazarın yaşamını yitirdiği saldırının gerçekleştiği mekândır.

geliştirilmesi, hem alanın taşıma kapasitesini rahatlatmakta hem de ziyaretçilere daha zengin bir deneyim sunmaktadır. Son olarak, dark turizm alanlarının temel işlevi olan anma, öğrenme ve farkındalık yaratma süreçlerini desteklemek için eğitim odaklı ve nitelikli rehberlik uygulamalarının güçlendirilmesi gerekmektedir.

Bu bütüncül yaklaşım, hem bu kültürel mirasın özgünlüğünü ve duygusal değerini korumayı hem de ziyaretçi deneyimini sürdürülebilir, saygılı ve anlamlı bir çerçevede şekillendirmeyi mümkün kılmakta; dolayısıyla dark turizmin etik, kültürel ve çevresel boyutlarının dengeli bir biçimde yönetilmesine katkı sağlamaktadır.

3.3. Diaspora Turizmi

Diaspora, bireylerin kendi vatanları dışında bir ülkede etnik azınlık olarak yaşaması şeklinde ifade edilebilir (Güzeloğlu ve Dönmez, 2024, s. 291). Türk Dil Kurumu (TDK) bu kavramı, bir ulusun veya inanç mensuplarının ana yurtları dışında azınlık olarak yaşadıkları yer veya yurttan ayrılmış kolu olarak tanımlamaktadır. Diaspora kavramı, kökenini Yunanca diaspeirein (dağıtmak, saçmak) fiilinden almakta olup, “bir yere dağılmış veya saçılmış topluluklar” anlamını taşımaktadır. (G. K. Demircan ve Demircan, 2023, ss. 37–38; Güzeloğlu ve Dönmez, 2024). Diaspora kavramının her ne kadar başlangıçta, anavatanlarından sürgün edilen veya zorunluluk sonucu göç ettirilen grupları tanımlamak için kullanılsa da (Karafakı, 2023, s. 204), 1980’li yıllardan itibaren gönüllü göçleri de kapsayacak şekilde anlam genişlemesine uğramıştır (Karakan, Çolak ve Mete, 2025).

Diaspora toplulukları, anavatanları hakkında kolektif bir hafıza, ortak bir tarih ve kader inancı taşırlar. Bu gruplar genellikle bulundukları ev sahibi toplumda tam olarak kabul görmeyecekleri inancına sahiptir ve anavatanlarına dönme arzusu hissederler. Safran (1991), bir grubun diaspora olarak tanımlanabilmesi için altı temel karakteristik özellik olması gerektiğini ifade eder: anavatandan dağılma, anavatana dair ortak bir hafıza veya mitin muhafazası, ev sahibi toplum tarafından tam olarak kabul görmeme inancı, koşullar elverişli olduğunda geri dönme düşüncesi, anavatanın gelişimi için çaba sarf etme ve güçlü bir etnik grup bilinci taşımaktadır (Roberts, 2012, s. 118; Safran, 1991).

Diaspora turizmi, kökenleri itibarıyla göç etmiş birey veya grupların, menşee ülkelerine veya atalarının memleketlerine gerçekleştirdikleri seyahat ve turizm faaliyetlerini ifade etmektedir (Ayaz ve Kanca, 2023, s. 3669). Diaspora turizmi, köklerle

yeniden bağlantı kurmayı, kültürel, tarihi ve sosyal yönleri keşfetmeyi içerir (Ayaz ve Kanca, 2023).

Literatürde diaspora turizmi; anavatan turizmi, arkadaş ve akraba ziyareti turizmi (VFR), ata turizmi, kök turizmi, etnik turizm, ev özlemi turizmi ve soyağacı turizmi gibi çeşitli terimlerle de anılmaktadır. Diaspora turizminin temelinde, ataların topraklarına duyulan duygusal ve sembolik bir bağlılık yatmaktadır (Karakan ve diğerleri, 2025). Bu yolculuklar sırasında sadece anılar hatırlanmakla kalmaz, aynı zamanda kimliğin pekiştirilmesi de sağlanır. Diaspora turizminin önem kazanmasında ulaşım ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin de etkisi büyüktür. Bu sayesinde bireylerin anavatanlarıyla olan bağları güçlenmiş ve bu seyahatler ivme kazanmıştır.

Türkiye, Çin ve Hindistan gibi ülkeler, diaspora turizmi açısından küresel ölçekte öne çıkan başlıca hedef destinasyonlar arasında yer almaktadır. Türkiye özelinde diaspora turizminin önem kazanması, I. Dünya Savaşı sonrasında hızlanan göç hareketleri ve özellikle Milli Mücadele sonunda Misak-ı Milli sınırları dışında kalan Osmanlı topraklarındaki nüfusla yakından ilişkilidir. Bununla birlikte mübadele döneminde (1923-1930) Türkiye’den göç etmek zorunda kalan Rum, Süryani ve Yahudi topluluklarının kökleriyle bağlarını sürdürme isteği de diaspora turizmini desteklemektedir. Diaspora kavramının Türkiye bağlamında literatürde görünürlük kazanması, II. Dünya Savaşı sonrasında ortaya çıkan işgücü göçüne, özellikle 1960’lı yıllarda Almanya ve diğer Avrupa ülkelerine yönelen yoğun göç dalgalarına dayanmaktadır. Günümüzde ise Türkiye, Avrupa 4. nesline ulaşan diasporasıyla dünyadaki en geniş ve etkili diaspora topluluklarından birine sahip ülkeler arasında konumlanmaktadır.

Coles ve arkadaşları (2005), diaspora kaynaklı beş farklı seyahat şeklinin olabileceğini belirtmiştir:

1. Diasporanın kendi anavatanına seyahati (geleneksel diaspora turizmi)
2. Anavatandaki kişilerin göçmen akrabalarını ziyaret etmesi (ters diaspora turizmi)
3. Diasporanın anavatan dışındaki üçüncü bir destinasyona seyahati
4. Göç sürecindeki transit geçiş yerlerine seyahat
5. Benzer etnik kökenden insanlarla buluşulabilen destinasyonlara seyahat (Çıkı, 2022, s. 65; Coles, Duval ve Hall, 2012).

Diaspora turistleri incelendiğinde farklı seyahat motivasyonlarına sahip olduğu görülür. Bu seyahat motivasyonları bireylerin göç geçmişi, kuşak farklılıkları ve kültürel uyum düzeyleri doğrultusunda çeşitlilik göstermekte olup çok katmanlı bir yapıya sahiptir. Ancak genel olarak temel motivasyonlar arasında anavatan özlemi, aile ve arkadaş ziyareti, kültürel kimliğin korunması ve güçlendirilmesi, kök arayışı, sıra özlemi ve geçmişle bağ kurma isteği yer almaktadır (G. K. Demircan ve Demircan, 2023). Bununla birlikte diaspora turizmi bireylerin kimlik ve kökenlerini yeniden keşfetmelerine, etnik kimliklerini pekiştirmelerine ve bu mirası genç kuşaklara aktarmalarına imkân sunmaktadır. Bu yönüyle kuşaklar arası motivasyon farklılıkları belirginleşmekte; birinci kuşak göçmenler daha çok nostalji ve geçmiş yaşama duyulan özlemle hareket ederken, ikinci ve özellikle üçüncü kuşak bireyler etnik kültürü tanıma, köken araştırma, kültürel bağları güçlendirme ve merak duygusuyla seyahat etmektedir. Nitekim Almanya'daki üçüncü kuşak Türk diasporası, Türkiye'ye yönelik bağlılıklarının sürdüğünü ve çocuklarını milli kimliklerini koruma amacıyla Türkiye'ye götördüklerini ifade ederek bu motivasyonun kuşaklar boyu aktarıldığını göstermektedir (Güzeloğlu ve Dönmez, 2024).

Diaspora turizminin kendine özgü zorlukları da bulunmaktadır. Diaspora turistleri, anavatanlarını ziyaret ettiklerinde “kendi evinde turist olmak” paradoksunu yaşayabilmektedir. Türkiye'ye gelen Almanya'daki üçüncü kuşak Türkler, Almanya'da “Türk azınlık” olarak kabul edilmekte ve “yabancı” olarak isimlendirilmektedir. Bunun yanı sıra anavatana geldiklerinde de yerel halk tarafından "Almancı" veya "gurbetçi" olarak etiketlenme ve kendilerini yabancı gibi algılayarak olumsuz deneyimlerle karşılaşmaktadırlar. Bu sorunu aşmada toplumsal farkındalık oluşturulmalı ve özellikle çocukların anavatanla bağlarını koparmamaları için kültürel aktarım programları ile sosyal ve kültürel entegrasyon politikaları geliştirilmelidir (Güzeloğlu ve Dönmez, 2024). Bunun yanında anavatan ziyaretleri dışında, diaspora turistlerine kültürel deneyimler sunulması ve turizmin çeşitlendirilmesi önemlidir. Mevsimsellik sorununu azaltmak için miras turizmi, inanç turizmi, dark turizmi, gastronomi turizmi ve ekoturizm gibi pek çok alternatif turizm türlerinin de seyahate dahil edilmesi önerilebilir.

3.4. Etkinlik Turizmi

Etkinlik turizmi, seyahatin temel motivasyonunun planlanmış bir etkinliğe katılmak olduğu bir seyahat türü olarak tanımlanmaktadır (Evans, 2024). Bir pazar bölümü olarak etkinlik turizmi, katılımcı sayısını artırmak amacıyla etkinliklerin planlanması, geliştirilmesi ve pazarlanması olarak ifade edilmektedir (Atak, 2023). Etkinlikler, turizm olgusunun en dinamik, en eğlenceli ve en canlı unsurları arasında yer almakta olup, destinasyonların tanıtımına ve gelişimine katkı sağlayan organize edilmiş turistik çekicilikler ve faaliyetler bütünüdür. Etkinliklerin en belirgin özelliği, günlük yaşamda rastlanmayan farklı bir heyecan ortamı sunması, planlı veya plansız, periyodik veya belirli bir zaman aralığında gerçekleşmesi ve doğası gereği benzersiz olmasıdır (Uygur ve Çelik, 2010).

Tarihsel bağlamda bakıldığında ilk planlı etkinliklerin MÖ. 776 yılına kadar geriye gittiği görülür. Bu dönemde Antik Yunan'da gerçekleşen Olimpiyat Oyunları etkinlik turizminin başlangıcı sayılır (Bilgili ve Sırrı, 2023). Daha sonraki dönemde farklı bölgelerde, farklı kültürlerde özellikle dini etkinlikler başta olmak üzere farklı temada etkinlik ve festivaller asırlar boyunca varlığını sürdürmüştür. Paket turun babası kabul edilen Thomas Cook'un 19. yüzyılın ortalarında Londra ve Paris'teki büyük sergilere geziler düzenleyerek ün kazanması, etkinliklerin seyahat üzerindeki güdüleyici rolünü göstermektedir.

Etkinlikler kapsamı, ölçekleri ve yaratıkları sosyo-ekonomik etkiler doğrultusunda çeşitli kategorilere ayrılabilir. Literatürde yaygın kabul gören sınıflamaya göre etkinlikler dört ana grupta değerlendirilmektedir (Evans, 2024). *Mega etkinlikler*, uluslararası nitelikleri, küresel ölçekte yüksek medya görünürlüğüne sahip olmaları, büyük ölçekli altyapı yatırımları gerektirmeleri ve uzun süreli organizasyonlar olmaları nedeniyle en geniş ölçekli etkinlik türünü oluşturmaktadır; Olimpiyat Oyunları, FIFA Dünya Kupası ve EXPO Dünya Fuarları bu kategoriye örnek olarak gösterilmektedir. *Destinasyonla Özdeşleşmiş Etkinlikler*, destinasyonun kültürel kimliğiyle bütünleşen ve uzun vadeli marka değeri yaratan organizasyonlardır; Rio Karnavalı, Tour de France ve Şeb-i Arus Uluslararası Anma Töreni bu türün karakteristik örnekleridir. *Büyük Etkinlikler* ise ulusal veya bölgesel düzeyde geniş kitleleri çekebilen, ancak mega etkinlikler kadar kapsamlı olmayan organizasyonları ifade eder. Avrupa Atletizm

Şampiyonası, Eurovision Şarkı Yarışması, İzmir Enternasyonal Fuarı ve ulusal ölçekte gerçekleştirilen büyük konser turneleri bu kategoriye dâhil edilebilmektedir. *Yerel/Topluluk Etkinlikleri* ise temel olarak yerel halkın katılımını esas alan, sosyal uyumu güçlendiren ve yerel ekonomiye doğrudan katkı sağlayan organizasyonlardır. Çorum Leblebi Festivali, Alaçatı Ot Festivali, Şivlilik ve Fener Alayı Coşkusu (Konya), yerel panayırılar, köy şenlikleri, belediye tarafından düzenlenen açık hava konserleri ve geleneksel Hıdırellez kutlamaları bu etkinlik türünün örneğini oluşturmaktadır.

Etkinlik turizmine katılım motivasyonları hem turistler hem de organizatörler açısından çeşitlilik göstermektedir. Bireyler, günlük yaşamın stresinden uzaklaşmak, boş zamanı değerlendirmek, rahatlamak, sosyalleşmek, öğrenmek ve kişisel tatmin sağlamak amacıyla etkinliklere katılmaktadırlar (Uygur ve Çelik, 2010). Etkinlikler, katılımcılara unutulmaz deneyimler sunmanın yanı sıra destinasyonların bilinirliğini ve çekiciliğini artırmak, turizm sezonunu uzatmak, yeni gelir kaynakları yaratmak ve turistik ürün çeşitliliğini geliştirmek amacıyla da düzenlenmektedir. Diğer taraftan etkinlikler, destinasyonların düşük sezonda ziyaretçi sayısındaki düşüşün önüne geçmek, kalış sürelerini uzatmak, imaj ve farkındalığa katkıda bulunmak ve altyapı gelişimini teşvik etmek gibi stratejik hedeflere de hizmet etmektedir (Atak, 2023).

Etkinlik turizmi, destinasyonların küresel rekabet ortamında farklılaşmasını sağlayan stratejik bir araç olarak değerlendirilmektedir. Etkinlikler, turizmin mevsimsellik sorununu azaltarak, turistik ürün çeşitliliğini artırmakta ve ulaştırma, konaklama ile yiyecek-içecek gibi sektörlerde ekonomik katma değer yaratarak destinasyonun rekabet gücünü güçlendirmektedir (Bilgili ve Sırrı, 2023). Bunun yanı sıra COVID-19 pandemisi ile hızlanan dijital dönüşüm, etkinliklerin çevrimiçi ortamlara taşınmasına olanak sağlamış, böylece fiziksel hareketliliğe olan bağımlılık azalmış ve dezavantajlı gruplar için erişilebilirlik artmıştır. Dijitalleşme, etkinliklerin daha geniş uluslararası kitlelere ulaşmasını mümkün kılmıştır (Evans, 2024).

Türkiye, sahip olduğu kültürel çeşitlilik, tarihsel miras, coğrafi konum ve gelişmiş turizm altyapısı sayesinde etkinlik turizmi açısından yüksek bir potansiyele sahiptir (Atak, 2023). Ülke, uluslararası spor organizasyonları, kültürel festivaller, gastronomi etkinlikleri, fuarlar ve kongreler gibi geniş bir yelpazede etkinlik düzenleme kapasitesiyle dikkat çekmektedir. İstanbul, Antalya, İzmir ve Ankara gibi büyük şehirler; ulaşım

bağlantıları, konaklama altyapısı ve deneyimli etkinlik yönetim kapasitesi sayesinde küresel ölçekte rekabet edebilir niteliktedir. Bunun yanında, Anadolu'nun farklı bölgelerinde gerçekleştirilen geleneksel festivaller, yerel kültürün tanıtımına katkı sağlamakta ve destinasyonların marka değerini güçlendirmektedir (Çınar, Bal ve Zafer Kavacık, 2024). Türkiye'nin genç ve dinamik nüfusu, stratejik konumu ve uluslararası etkinliklere ev sahipliği yapma deneyimi, etkinlik turizminin sürdürülebilir büyümesini destekleyen temel güçlerdir.

Etkinlik turizminin destinasyonlar üzerindeki etkileri çok boyutlu bir yapıya sahiptir ve yalnızca ekonomik kazanımları değil, aynı zamanda çeşitli olumsuz sosyal maliyetleri de bulunmaktadır (Evans, 2024). Bu olumsuzluklar çoğunlukla etkinliklerin planlama, yönetim ve uygulama süreçlerinde yapılan hatalardan kaynaklanmaktadır. Etkinliklerin yerel halk üzerindeki olumsuz etkileri; yaşam kalitesinin düşmesi, trafik ve altyapı baskılarının artması, kamu hizmetlerinde aksaklıkların ortaya çıkması ve ekonomik maliyetlerin yükselmesi gibi çok yönlü sonuçlar doğurabilmektedir. Ayrıca kültürel değerlerin ticarileşmesi (Bilgili ve Sırrı, 2023), çevresel kirlilik, güvenlik sorunları ve yerel halkta yabancılaşma hissinin gelişmesi de önemli sosyal maliyetler arasında yer almaktadır. Bu olumsuzluklar etkinliklerin dikkatli, sürdürülebilir ve katılımcı bir yaklaşımla planlanması gerektiğini göstermektedir.

3.5. Etnik Turizm

Etnik turizm, turistlerin belirli bir destinasyonda yaşayan etnik grupların kültürel yaşam biçimlerini, geleneklerini, ritüellerini, sanatlarını ve toplum düzenlerini gözlemlemek ve deneyimlemek amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatleri ifade etmektedir (Smith, 1989; Wood, 1997).

Etnik turizmde temel çekicilik unsurunu, ziyaretçilerin kendi kültürel çevrelerinden farklı olan otantik yaşam pratiklerini tanıma, bu pratiklerle etkileşim kurma ve farklı kültürel sistemleri yerinde öğrenme arzusu oluşturmaktadır (Yang ve Wall, 2009). Bu turizm türünün odak noktasını ise çoğunlukla yerli halklar, göçmen topluluklar veya kültürel açıdan belirgin özelliklerle ayrılan etnik alt gruplar meydana getirmektedir. Bu niteliğiyle etnik turizm, hem kültürel mirasın görünür kılınmasına katkı sağlamakta hem de toplumsal çeşitliliğin turistik bir deneyim alanı haline gelmesine zemin hazırlamaktadır. Etnik turizmin temel özellikleri de bu çerçevede şekillenmekte olup,

ziyaretçilerin otantiklik arayışı bu özelliklerin başında gelmektedir. Turistler, kendi kültürel bağlamlarından farklı, özgün ve benzersiz deneyimler edinmek amacıyla yerel toplulukların geleneksel kıyafetlerine, yaşam pratiklerine, el sanatlarına ve ritüellerine yönelmektedir. Bununla birlikte etnik turizmin bir diğer belirleyici unsuru, turistler ile yerel halk arasında kurulan kültürel etkileşimdir. Bu etkileşim karşılıklı iletişim, kültürel bilgi aktarımı ve topluluk yaşamına sınırlı düzeyde katılım gibi süreçler üzerinden gerçekleşmektedir (Mukatova, Mussina ve Rodríguez, 2022).

Etnik turizmin gelişimini belirleyen faktörler, günümüzün sosyal, kültürel ve ekonomik dinamikleriyle doğrudan ilişkilidir (Diker, 2019). Özellikle küreselleşme süreci, farklı kültürlerle yönelik farkındalığın artmasına ve kültürel çeşitliliğe duyulan ilginin güçlenmesine katkı sağlayarak etnik turizmin gelişimine önemli ölçüde ivme kazandırmaktadır. Buna paralel olarak, uluslararası ölçekte hız kazanan göç hareketleri, toplumların birbirine daha fazla yakınlaşmasına ve etnik kökeni farklı topluluklara yönelik merakın güçlenmesine katkı sağlamaktadır. Ayrıca medya ve popüler kültür, belgeseller, sosyal medya içerikleri ile film ve dizi endüstrisi aracılığıyla çeşitli kültürel yaşam biçimlerini görünür kılmakta; bu durum etnik gruplara yönelik turistik ilgiyi belirgin biçimde artırmaktadır. Son olarak, sürdürülebilir turizm yaklaşımlarının benimsenmesi, yerel halkın merkeze alındığı, kültürel mirasın korunmasını ve yerel toplulukların turizmden ekonomik fayda elde etmesini önceleyen modellerin yaygınlaşmasını teşvik ederek etnik turizmin güçlenmesine zemin hazırlamaktadır.

Etnik turizmin ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri, hem olumlu hem de olumsuz sonuçlar doğurabilen çok boyutlu bir yapı göstermektedir (Yang ve Wall, 2009). Ekonomik açıdan bakıldığında etnik turizm, yerel topluluklara ek gelir sağlama, kültürel tanıtım ve farkındalık oluşturma, geleneksel el sanatları ile üretim biçimlerinin devamlılığını destekleme ve kültürel çeşitliliğin korunmasına katkı sunma gibi olumlu çıktılar üretmektedir. Bu etkiler, özellikle kırsal ve dezavantajlı bölgelerde ekonomik canlılık yaratarak yerel halkın turizm faaliyetlerine katılımını teşvik etmektedir. Bununla birlikte etnik turizm, çeşitli olumsuz sonuçlara da yol açabilmektedir. Kültürel öğelerin turistik amaçlarla sunulması, zamanla kültürün ticarileşmesine ve otantikliğin aşınmasına neden olabilmekte; bu durum topluluklar arasında sosyal gerilimleri artırabilmektedir. Ayrıca yoğun ziyaretçi baskısı, hem kültürel değerlerde hem de doğal çevrede bozulmalara yol açma riski taşımaktadır. Bazı mahrem veya kutsal kabul edilen kültürel

uygulamaların turistik gösteriye dönüştürülmesi ise hem etik tartışmaları gündeme getirmekte hem de yerel toplulukların kültürel bütünlüğünü zedeleyebilmektedir (Van den Berghe, 1992; Wood, 1997).

Etnik turizme yönelik dünya ve Türkiye örnekleri, bu turizm türünün farklı coğrafyalarda çeşitli kültürel yapılara dayandığını göstermektedir. Dünya genelinde etnik turizmin en bilinen uygulamalarından biri, Afrika'daki Masai kabilelerinin geleneksel yaşam alanlarının ve kültürel etkinliklerinin ziyaretçilere sunulmasıdır. Benzer şekilde Latin Amerika'da Maya ve Quechua topluluklarının tarihsel mirası, ritüelleri ve yaşam pratikleri etnik turizmin önemli çekicilik unsurlarını oluşturmaktadır. Asya'da ise Tayland'ın Karen, Hmong, Lisu gibi etnik toplulukları, özgün kültürel dokuları, el sanatları ve geleneksel yaşam biçimleriyle turist ilgisini çeken başlıca örneklerdir.

Türkiye'de etnik turizm, ülkenin sahip olduğu kültürel çeşitlilik nedeniyle geniş bir uygulama alanına sahiptir. Bu kapsamda Çerkes, Abhaz ve Boşnak topluluklarının dans, mutfak kültürü ve ritüelleri gibi geleneksel uygulamaları; Yörük ve Türkmen kültürünün göçer yaşam tarzı, çadır geleneği ve yayla şenlikleri; Hemşin kültürünün müzik, horon ve yayla yaşamı gibi kültürel unsurları; Laz kültürünün halk dansları, mutfak gelenekleri ve dilsel özellikleri ile Alevi-Bektaşî kültürüne ait cem ritüelleri ve Hacıbektaş gibi önemli kültürel miras alanları etnik turizmin Türkiye'deki başlıca örneklerini oluşturmaktadır.

Etnik turizmin sürdürülebilir bir yapıda gelişebilmesi için uygulanması gereken temel ilkeler, yerel toplulukların kültürel, ekonomik ve yönetsel düzeyde güçlendirilmesini esas almaktadır. Bu doğrultuda, öncelikle yerel halkın karar alma süreçlerine aktif katılımının sağlanması, turizmin topluluk temelli bir anlayışla yürütülmesine olanak tanımaktadır (Thi, Thi, Trong, Duc ve Nghi, 2024). Ayrıca kültürel öğelerin ticarileştirilmeden, özgün ve otantik yapıları korunarak ziyaretçilere sunulması, hem kültürel değerlerin bütünlüğünün korunması hem de uzun vadeli turistik çekiciliğin sürdürülebilmesi açısından önem taşır. Turistik baskının azaltılması ve kültürel taşıma kapasitesinin aşılmasında için ziyaretçi sayısının kontrol edilmesi gerekli bir uygulamadır. Bunun yanında, yerel halkın ve ziyaretçilerin kültürel farkındalığını artırmaya yönelik eğitim programlarının geliştirilmesi, kültürel mirasın korunmasına ve karşılıklı saygının güçlenmesine katkıda bulunmaktadır. Son olarak, turizm faaliyetlerinden elde edilen

gelirin adil bir şekilde dağıtılması, sürdürülebilirlik ilkesinin ekonomik boyutunu destekleyerek yerel toplulukların turizm faaliyetlerine katılım motivasyonunu artırmaktadır.

3.6. Film ve Dizi Turizmi

Film ve dizi turizmi, günümüzde hem akademik çevrelerde hem de turizm endüstrisinde artan bir ilgiyle ele alınan ve turizm araştırmaları literatüründe hızla gelişen önemli bir özel ilgi turizmi alanı olarak değerlendirilmektedir (Connell, 2012). Bu turizm türü, temel olarak bir destinasyonun film, dizi veya diğer görsel-işitsel medya ürünleri aracılığıyla temsili sonucunda ortaya çıkan turistik hareketliliği ifade etmektedir.. Literatürde kavram; “sinema kaynaklı turizm” (movie-induced tourism), “medya kaynaklı turizm” (media-induced tourism) ve daha kapsayıcı bir yaklaşımı yansıtan “ekran turizmi” (screen tourism) gibi farklı adlandırmalarla ele alınmaktadır (Vagionis ve Loumioni, 2011). Ekran turizmi, yalnızca sinema filmlerini ve televizyon dizilerini değil, aynı zamanda video oyunları, müzik videoları, reklamlar ile dijital ortamda üretilen çevrimiçi ve sosyal medya içeriklerini de kapsayarak, medya temsillerinin turistik davranışlar üzerindeki etkilerini çok boyutlu bir çerçevede incelemeye olanak tanımaktadır.

Kavramsal olarak film ve dizi turizmi, izleyicinin medya aracılığıyla sunulan imajları kendi algısal süzgecinden geçirerek yorumlamasına ve tüketmesine dayanan, bu yönüyle de son derece kişiselleştirilmiş ve bireye özgü postmodern bir deneyimdir (Vagionis ve Loumioni, 2011). Filmlerin ve televizyon dizilerinin destinasyon farkındalığını ve çekiciliğini artırmadaki etkisi, özellikle görsel imgelerin gücü ile anlatısal kurgu ve fantezi unsurlarının yarattığı çekim üzerinden turistik pazarlamayı desteklemektedir. Bu bağlamda destinasyonların medya ürünleri aracılığıyla olumlu bir imajla temsil edilmesi, izleyicide seyahat etme isteğini tetikleyen önemli bir unsur haline gelmektedir. Söz konusu etkiden yararlanmak isteyen destinasyon pazarlama organizasyonları (DMO’lar), film ve dizilerde ürün yerleştirme (product placement) stratejilerini kullanarak destinasyonlarını hem görsel hem de anlatısal açıdan çekici bir imgeyle sunmakta ve böylece turistik talebi artırmayı amaçlamaktadır (Özdemir ve Adan, 2014).

Film ve dizi turizminin kökenleri, modern medya döneminden önceye, 17. yüzyıldaki Grand Tour sürecine kadar uzanmaktadır. Bu dönemde gezginlerin ziyaret ettikleri yerleri resim ve eskizlerle¹⁹ betimlemeleri, destinasyonların görsel temsili yoluyla ilgi uyandıran erken örnekler olarak değerlendirilmektedir. Benzer biçimde, okurların ünlü yazarların yaşadıkları mekânları veya eserlerinde geçen kurgusal yerleri ziyaret etme arzusu da film ve dizi turizminin tarihsel öncüllerinden bir diğerini oluşturmuştur. Sinema endüstrisinin gelişmesiyle birlikte görsel medya, kitle kültürünün şekillenmesinde etkili olmuş ve destinasyon tanıtımında güçlü bir araç haline gelmiştir. Filmlerin turistik davranışlar üzerindeki etkisi, 1935 yapımı *The Mutiny on the Bounty*²⁰ filminin gösterime girmesinin ardından Tahiti'ye yönelik ani ve yoğun bir turizm akınıyla somut biçimde gözlemlenmiştir. Benzer şekilde 1965 yapımı *The Sound of Music*²¹ filmi, Avusturya'nın Salzburg kentini uluslararası bir çekim merkezi hâline getirerek kente on yıllar boyunca süren istikrarlı bir turist akışı sağlamıştır (Connell, 2012).

1990'lı yıllara gelindiğinde film turizmi, akademik literatürde incelenmeye değer bir alan olarak kabul edilmiş ve turizm örgütleri bu niş faaliyetin sunduğu fırsatları değerlendirmek amacıyla çeşitli stratejiler geliştirmeye başlamıştır. Bu dönemde özellikle Yeni Zelanda (*The Lord of the Rings* üçlemesi) ve Birleşik Krallık (Harry Potter filmleri), küresel izleyici kitlesine ulaşan yapımların etkisini stratejik biçimde kullanarak destinasyonlarını uluslararası ölçekte görünür kılmış ve önemli ekonomik kazançlar elde etmiştir. Bu örnekler, film temsillerinin destinasyon pazarlamasında güçlü bir araç olarak kullanılabileceğini açık biçimde göstermektedir (Lundberg, Ziakas ve Morgan, 2018).

Son yıllarda İnternet Eğlence Hizmetleri (IES) ve özellikle Netflix gibi küresel yayın platformlarının yükselişi, film turizminin gelişim dinamiklerini köklü biçimde dönüştürmüştür (UNWTO ve Netflix, 2021). Bu platformlar, sundukları geniş içerik yelpazesi sayesinde niş yapımların dahi coğrafi sınırların ötesindeki geniş izleyici kitlelerine ulaşmasını mümkün kılmakta ve böylece destinasyonlar ile potansiyel turistler

¹⁹ Bir mekânın, nesnenin ya da sahnenin ana hatlarını hızlı ve ayrıntıya girmeden gösteren ön çizim

²⁰ *The Mutiny on the Bounty* (1935), HMS Bounty gemisinde yaşanan tarihsel bir isyanı konu alan ve Tahiti Adası'nın görsel temsili aracılığıyla destinasyona yönelik turistik ilgiyi artırarak film ve dizi turizminin erken örneklerinden biri olarak değerlendirilen bir sinema filmidir.

²¹ *The Sound of Music* (1965), büyük ölçüde Avusturya'nın Salzburg kenti ve çevresinde çekilmiş olup, bu mekânların güçlü görsel temsili sayesinde Salzburg'un uluslararası tanınırlığını artırmış ve kente yönelik uzun vadeli turistik talep yaratarak film ve dizi turizminin en etkili örneklerinden biri hâline gelmiştir.

arasında güçlü bir “kültürel yakınlık” hissi oluşturmaktadır. Bu durum, dijital içeriklerin yalnızca eğlence tüketimini değil, aynı zamanda turistik destinasyonların tanıtımını da etkili bir biçimde desteklemesi nedeniyle, söz konusu platformları çağdaş turizm pazarlamasında önemli bir araç hâline getirmiştir.

Film ve dizi turizmi, yalnızca film veya dizilerin çekildiği mekânların ziyaret edilmesiyle sınırlı olmayıp, farklı turistik deneyim ve etkinlikleri içeren geniş kapsamlı bir faaliyet alanını ifade etmektedir. Bu bağlamda temalı geziler, ziyaretçilere filmlerde yer alan sahne mekânlarını rehberli yürüyüşler ya da otobüs turları aracılığıyla yerinde görme olanağı sunarak, anlatı ile mekân arasında anlamlı bir bağ kurulmasını sağlamaktadır. Bunun yanı sıra tematik deneyimler, film temalı oteller, restoranlar ve özel olarak kurgulanmış eğlence etkinlikleri aracılığıyla ziyaretçilere ilgili yapımın atmosferini deneyimleme olanağı sunmayı amaçlamaktadır. Film turizminin bir diğer boyutunu ise film galaları, ödül törenleri ve film festivalleri gibi belirli zamanlarda düzenlenen etkinliklere katılım oluşturmaktadır. Ayrıca popüler kültürün bir yansıması olarak ünlülerin evlerini veya sık ziyaret ettikleri mekânları görmeye yönelik medyatik göz²² uygulamaları, film turizminin önemli alt faaliyetlerinden biri olarak değerlendirilmektedir. Bu çeşitlilik, film turizminin hem deneyim odaklı hem de ekonomik açıdan yüksek potansiyele sahip bir turizm türü olduğunu göstermektedir (Cui, 2020).

Film ve dizilerin, çekildikleri destinasyonlarda ziyaretçi sayısı ve turizm gelirleri üzerinde son derece belirgin ve ölçülebilir etkiler yarattığını bilinmektedir (Wray ve Croy, 2015). Örneğin Brave Heart filminin İskoçya’da gösterime girmesinin ardından turist sayısının üç kat artması, filmlerin destinasyon çekiciliğini kısa sürede dönüştürebilecek güçlü bir pazarlama etkisine sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Benzer biçimde, Dallas dizisinin çekildiği South Ranch’e her yıl 500 bin yeni ziyaretçi gelmesi ya da Deliverance filminin gösteriminden sonra Georgia’da turizm gelirlerinin %50 oranında yükselmesi, filmlerin ekonomik etkisini somut biçimde kanıtlamaktadır. Ayrıca Miami Vice dizisinin 1985–1988 yılları arasında Miami’de turist sayısını %150 artırması ve The Lord of the Rings üçlemesinin Yeni Zelanda’ya 1998–2003 döneminde

²² Medyatik göz, ziyaretçilerin mekânları film, dizi, haber ve sosyal medya gibi medya temsilleri üzerinden algılayıp deneyimlemesini ifade eden bir kavramdır.

her yıl %10'luk bir turist artışı sağlaması, film ve dizilerin destinasyonun küresel algısını yeniden şekillendirdiğini göstermektedir. Dünyadan diğer örnekler incelendiğinde Kurtlarla Dans filmi sonrasında Fort Hayes'e 20 bin yeni turist gelmesi ya da Pride and Prejudice çekimlerinden sonra Lyme Park'ın turist sayısında %150 artış yaşanması film turizminin hem talep yaratma hem de bölgesel ekonomik canlılık sağlama kapasitesini güçlendirmektedir (Demircan, 2023).

Dünyadaki örneklerle benzer şekilde Türkiye'de de çekilen film ve dizilerin destinasyon ziyaretçi sayılarını belirgin biçimde artıran güçlü birer turizm tetikleyicisi olduğunu göstermektedir. Asmalı Konak dizisinin Kapadokya'da yer alan çekim mekânlarında yerli turist sayısını %35 oranında artırması, Türkiye'de film ve dizi turizminin erken ve etkili örneklerinden biri olarak dikkat çekmektedir. Benzer şekilde Netflix yapımı Atiye dizisinin gösterimi sonrasında Şanlıurfa'daki Göbeklitepe'nin 2021 yılında 560 bin ziyaretçiye ulaşması, dijital platform içeriklerinin destinasyon görünürlüğünü artırmadaki gücünü ortaya koymaktadır. Muğla'da çekilen Güzel Köylü ve Dabbe 4 yapımlarının kırsal bölgelere yönelik ziyaretlerde ciddi artış yaratması, film ve dizi turizminin yalnızca büyük şehirlerde değil, kırsal destinasyonlarda da etkili olabileceğini göstermektedir. İstanbul'da çekilen ve uluslararası pazarda büyük izlenme oranlarına ulaşan Gümüş dizisi ise Suudi Arabistan'dan gelen turist sayısını bir yıl içinde %150 artırmış, bu durum film ve dizi yapımlarının sınır ötesi turizm hareketliliği üzerindeki etkisini doğrulamıştır. Ayrıca Sıla dizisinin çekildiği Midyat'ın 2006 yılında 300 bin günübirlik ziyaretçi çekmesi ve Truva filminin, film Çanakkale'de bile çekilmemişken²³, Çanakkale'nin ziyaretçi sayısını %73 oranında artırması film ve dizi yapımlarının destinasyon imajı, bilinirlik ve turistik talep üzerindeki güçlü etkilerini desteklemektedir (Demircan, 2023). Bu veriler bir arada değerlendirildiğinde, film ve dizi yapımlarının yalnızca kültürel tüketim nesnesi olmanın ötesine geçerek destinasyon pazarlamasında yüksek etkili bir araç haline geldiği ve ziyaretçi davranışlarını doğrudan yönlendirebildiği söylenebilir.

²³ Truva (2004), Homeros'un İlyada destanından uyarlanan ve Troya Savaşı'nı konu alan; Brad Pitt (Akhilleus), Eric Bana (Hektor), Orlando Bloom (Paris), Diane Kruger (Helena) ve Sean Bean (Odysseus) gibi uluslararası ölçekte tanınmış oyuncuların yer aldığı bir sinema filmidir. Çekimleri Malta ve Meksika'da gerçekleştirilmiş olmasına rağmen film, Troya mitinin küresel görünürlüğünü artırarak Çanakkale'deki Troya Antik Kenti'ne yönelik uluslararası ilgiyi dolaylı biçimde güçlendiren film turizmi örneklerinden biri olarak değerlendirilmektedir.

Türkiye ayrıca dizi ihracatındaki yükselen başarısıyla da küresel medya pazarında önemli bir konuma ulaşmış ve bu durum film ve dizi turizmi açısından dikkate değer bir potansiyel yaratmıştır. İnternet Eğlence Hizmetleri platformlarının uluslararası erişimi, Türk yapımlarının görünürlüğünü artırarak küresel izleyicilerde Türkiye'ye yönelik kültürel bir yakınlık oluşmasına katkı sağlamaktadır. Nitekim sekiz farklı pazarda (Arjantin, Avustralya, Brezilya, Fransa, Hindistan, Suudi Arabistan, İsveç ve ABD) gerçekleştirilen anketler, Netflix üzerinden Türk içeriği izleyen katılımcıların yaklaşık %47'sinin, platform olmasa bu yapımları izlemeyeceklerini belirtmesiyle, dijital dağıtımın yeni kültürel bağlar oluşturma gücünü ortaya koymuştur. Ayrıca bu izleyicilerin yalnızca seyahat etme arzusu değil, Türk kültürüne yönelik ilgilerinin de arttığı; katılımcıların %62'sinin Türk mutfağını deneyimlemek istediğini ifade ettiği görülmektedir. Bu eğilimler, Türkiye'nin medya temsilleri aracılığıyla turistik çekiciliğini güçlendirdiğini göstermektedir.

Film ve dizi turizmi, sağladığı ekonomik katkıların yanı sıra çeşitli etik, sosyal ve çevresel tartışmaları da beraberinde getirmektedir (Ahmed ve Ünüvar, 2022). Bu tartışmaların başında, başarılı film ve dizi yapımlarının ardından destinasyonlara yönelen ani ve yoğun ziyaretçi akışının yol açtığı aşırı turizm sorunu gelmektedir. Kontrolsüz ziyaretçi artışı; trafik yoğunluğu, yetersiz otopark alanları, çevresel bozulma ve doğal ya da tarihî varlıkların zarar görmesi gibi olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Nitekim Star Wars çekimlerinin ardından İrlanda'daki Skellig Michael adasında çevresel tahribatı önlemek amacıyla katı ziyaretçi sınırlamaları getirilmesi, bu duruma örnek teşkil etmektedir.

Film ve dizi turizminin bir diğer önemli boyutu, yerel topluluklar üzerindeki sosyal etkileridir. Yoğun turist akını; mahremiyetin azalması, yaşam maliyetlerinin yükselmesi, kalabalıklaşma ve geleneksel yaşam biçimlerinin dönüşmesi gibi sorunlara yol açabilmekte, bu durum yerel halkta turizme karşı olumsuz tutumların gelişmesine neden olabilmektedir. Birleşik Krallık'ta Heartbeat ve İskoçya'da Balamory dizilerinin çekildiği bölgelerde, ziyaretçilerin davranışları ve kırsal yaşamın değişime uğraması karşısında yerel halkın olumsuz tepkiler göstermesi bu sürecin somut örnekleri arasında yer almaktadır.

Bununla birlikte film ve dizi turizminde sıklıkla tartışılan bir diğer konu, gerçeklik ve otantiklik paradoksudur. Ziyaretçiler çoğu zaman filmlerde sunulan kurgusal ve idealize edilmiş mekân imgelerini deneyimlemeyi beklemekte; ancak film yapım süreçlerinde kullanılan kurgu, görsel efektler ve post-produksiyon teknikleri, gerçek mekânın algılanışını önemli ölçüde dönüştürebilmektedir. Bu durum, turistlerin beklentileri ile karşılaştıkları gerçeklik arasındaki farkın artmasına ve memnuniyetsizlik ya da güven kaybı yaşanmasına yol açabilmektedir.

Son olarak, filmler ve diziler aracılığıyla destinasyonların olumsuz temalarla temsil edilmesi de önemli bir sorun alanı oluşturmaktadır. Suç, yoksulluk, şiddet veya politik istikrarsızlık gibi temalarla ilişkilendirilen mekânlar, ulusal ve uluslararası düzeyde destinasyon imajının zedelenmesine neden olabilmekte; bu durum destinasyon pazarlaması ve imaj yönetimi açısından ciddi güçlükler yaratmaktadır. Dolayısıyla film ve dizi turizmi, ekonomik fırsatlar sunmakla birlikte, çok boyutlu etkileri dikkate alan planlı, etik ve sürdürülebilir bir yönetim yaklaşımını zorunlu kılmaktadır.

Film turizminin sürdürülebilir biçimde gelişmesi, ekolojik, sosyal ve ekonomik boyutların eşgüdüm içinde ilerlemesine bağlı olup, bu sürecin başarısı film yapımlarının turizm endüstrisiyle ne ölçüde bütünleştiğine dayanmaktadır (Wray ve Croy, 2015). Bu bağlamda etkili bir yönetim anlayışı güçlü ve sürekli bir paydaş işbirliğini gerekli kılmaktadır (Yi ve diğerleri, 2022).

Sürdürülebilirlik perspektifinden bakıldığında, aşırı turizm riskinin yönetilmesi amacıyla ziyaretçi kapasitesi sınırlamaları, sezon dışı talebi teşvik eden uygulamalar ve yerel halkın ekonomik faydasını güvence altına alan katılımcı modellerin hayata geçirilmesi zorunlu hâle gelmektedir. Son olarak artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) gibi dijital teknolojilerin film ve dizi turizmine entegrasyonu, hem ziyaretçi deneyimini zenginleştirmekte hem de yoğunluğu hassas alanlardan uzaklaştırarak sürdürülebilir destinasyon yönetimine katkı sunmakta; bu yönüyle film ve dizi turizminin geleceğini şekillendiren yenilikçi araçlar arasında giderek daha fazla önem kazanmaktadır.

3.7. İnanç Turizmi

İnanç turizmi, bireylerin inançla ilişkili motivasyonlar doğrultusunda gerçekleştirdikleri seyahatleri kapsamaktadır (Kim, Kim ve King, 2020). Literatürde bu

tür seyahatler hac (pilgrimage) ve dini anıt ve eserlerin gezilmesi (religious sightseeing) olmak üzere iki ana kategori altında incelenmektedir (Shinde, 2021).

Hac, derin dini veya manevi amaçlarla belirli kurallara, ayinlere ya da rotalara bağlı kalarak gerçekleştirilen ibadet temelli seyahatleri ifade ederken; dini anıt ve eserleri ziyaret, daha çok kültürel turizmin bir alt türü olarak tarihsel, mimari veya sembolik değere sahip mekânların görülmesine yönelik motivasyonları içermektedir. Bununla birlikte kavramsal olarak bir hacı ile kültürel amaçlı bir ziyaretçi arasındaki çizgiler muğlaktır. Geçmişten günümüze, insanların yaptığı dini yolculuklar çoğu zaman hem manevi amaçları hem de kişisel merak ve ilgi gibi dünyevi nedenleri bir arada taşımaktadır (Choe, 2025). Bu yüzden bazı araştırmacılar hac ile turizmi tek bir çizgi üzerinde düşünmekte ve bu çizginin ortasında hem dini hem de kültürel motivasyonlarla seyahat eden “dini turist” tipinin bulunduğunu belirtmektedir. Günümüzde inanç amaçlı seyahatler sadece ibadet etmeyi değil, aynı zamanda tarih, kültür ve akademik bilgi edinmeyi ya da dini etkinliklere katılmayı da içeren daha geniş bir deneyime dönüşmüştür.

Ulaşım ve iletişim ağlarının gelişmesi, kutsal mekânlara ulaşımı kolaylaştırarak inanç turizminin dünya çapında yayılmasını sağlamıştır. Günümüzde bu tür seyahatler sadece ibadetle sınırlı kalmayıp, kültürel mirası tanıma, tarih öğrenme, kişisel gelişim ve manevi arayış gibi birçok farklı motivasyonu kapsayan daha geniş bir turizm biçimine dönüşmüştür. İnanç turizmi, küresel seyahat endüstrisinin en büyük ve en dayanıklı bölümlerinden biri olarak öne çıkmaktadır. 2023 yılında pazar büyüklüğünün yaklaşık 254,3 milyar dolar seviyesinde olduğu tahmin edilmekte; sektörün 2030 yılına kadar %15,6’lık artış oranı ile 671,9 milyar dolara ulaşması beklenmektedir. Dünya genelinde her yıl 300–330 milyon ziyaretçinin dini mekânları ziyaret ettiği tahmin edilmekte, bu da inanç turizmini hem hacim hem de süreklilik açısından küresel turizmin en dinamik alanlarından biri hâline getirmektedir.

Tarihsel bağlamda bakıldığında inançla ilgili seyahatler modern turizmin en önemli öncüllerinden biri olarak kabul edilmektedir. İlkel kabile toplumlarından, büyük imparatorluklara kadar birçok farklı toplumda inanç seyahat için önemli bir motivasyon unsuru olarak kabul edilmiştir. Bu dönemde kutsal mekânlar, tapınaklar, türbeler ve kehanet merkezleri insanların ibadet, adak adama, şifa arama veya kehanette bulunma

gibi motivasyonlarla ziyaret ettiği merkezler hâline gelmiştir. Özellikle Hristiyanlık ve İslamiyet'in yaygın olarak kabul edilmesiyle bu dinler için kutsal olarak kabul edilen mekanlar önem kazanmış ve hac yeri olarak ziyaret edilmeye başlanmıştır.

İnanç turizmi, farklı dinlere ait birçok kutsal merkezin ziyaret edilmesiyle şekillenmektedir. Hristiyanlık için Kudüs²⁴, Vatikan²⁵, Santiago de Compostela²⁶ ve Lourdes²⁷, hem dini hem de manevi deneyimler sunan önemli hac noktalarıdır. İslam dünyasında Mekke ve Medine başlıca merkezleri oluştururken, Kudüs'teki Mescid-i Aksa²⁸ ile Kerbela²⁹ ve Necef³⁰ de milyonlarca ziyaretçi çeken diğer kutsal alanlardır.

²⁴ Kudüs, Yahudilik, Hristiyanlık ve İslamiyet için kutsal nitelik taşıyan yapıları ve tarihsel önemi nedeniyle küresel ölçekte en önemli inanç turizmi merkezlerinden biridir. Mescid-i Aksa, Kubbetü's-Sahra, Kutsal Kabir Kilisesi ve Ağlama Duvarı gibi kutsal mekânlarıyla farklı inanç gruplarının hac ve ziyaret merkezi olarak önemli bir rol üstlenmektedir.

²⁵ İtalya'nın Roma kentinde yer alan Vatikan, Katolik dünyasının ruhani ve idari merkezi olarak Hristiyanlık tarihinde taşıdığı sembolik önem ile sahip olduğu zengin dini-kültürel miras nedeniyle küresel ölçekte en önemli inanç turizmi destinasyonlarından biri olarak değerlendirilmektedir.

²⁶ İspanya'nın Galiçya bölgesinde yer alan Santiago de Compostela, Aziz Yakup'un mezarının burada bulunduğu inanılması nedeniyle Hristiyan dünyasının en önemli hac merkezlerinden biri olarak kabul edilmekte ve Camino de Santiago rotaları aracılığıyla her yıl milyonlarca hacıyı katedrale çeken küresel bir inanç turizmi destinasyonu niteliği taşımaktadır.

²⁷ Fransa'nın güneybatısında, Pireneler bölgesinde yer alan Lourdes, 1858 yılında gerçekleştiğine inanılan Meryem Ana görülerinin ardından Katolik dünyasının en önemli hac merkezlerinden biri hâline gelmiş; kutsal alanları, bazilikası ve şifa inancına dayalı ziyaret pratikleriyle küresel ölçekte yoğun inanç turizmi çeken bir destinasyon olarak değerlendirilmektedir.

²⁸ Kudüs'ün Eski Şehir bölgesinde yer alan Mescid-i Aksa, Harem-i Şerif içinde konumlanan ve İslam'ın üçüncü kutsal mabedi olarak kabul edilen bir yapı olup, tarihsel ve dini önemi nedeniyle yüzyıllardır hac ve ziyaret merkezi olarak kabul edilmektedir. Mekânın kutsallığı, özellikle İsrâ (Hz. Peygamber'in Mekke'deki Mescid-i Haram'dan Mescid-i Aksa'ya mucizevi bir yolculukla götürülmesi) ve Miraç (buradan göğe yükselerek ilahi vahye mazhar olması) hadiseleriyle ilişkilendirilmesinden kaynaklanmaktadır.

²⁹ Irak'ta, Necef'in kuzeydoğusunda yer alan Kerbela, 680 yılındaki Kerbela Olayı'nda Hz. Hüseyin'in şehadetiyle ilişkilendirilen tarihsel ve dini önemi nedeniyle özellikle Şii Müslümanlar için başlıca hac merkezi olarak kabul edilen kutsal yerdir. Hz. Hüseyin ve Hz. Abbas türbeleri etrafında şekillenen hac pratiği ile Aşura ve Erbain törenlerinin milyonlarca ziyaretçi çekmesi, Kerbela'yı küresel ölçekte en yoğun katılımlı inanç turizmi destinasyonlarından biri konumuna getirmektedir.

³⁰ Irak'ın güneyinde yer alan Necef, Hz. Ali'nin burada defnedildiğine inanılması nedeniyle Şii İslam dünyasının en önemli hac ve ziyaret merkezlerinden biri olup; Hz. Ali Türbesi, dünyanın en büyük Müslüman mezarlığı olarak kabul edilen Vadi'us-Selam Mezarlığı ve köklü dini eğitim kurumlarıyla küresel ölçekte yoğun inanç turizmi çeken başlıca destinasyonlardan biridir.

Hinduizmde Varanasi³¹ ile Rishikesh–Haridwar bölgesi³², ritüellerin ve manevi arayışların yoğunlaştığı önemli şehirlerdir. Budizm açısından Lumbini³³, Bodh Gaya³⁴ ve Kandy’deki Diş Tapınağı³⁵, Buda’nın yaşamı ve öğretileriyle bağlantıları nedeniyle öne çıkmaktadır. Yahudilikte Kudüs’teki Ağlama Duvarı³⁶ ve Safed³⁷, kutsal mirasın

³¹ Hindistan’ın Uttar Pradesh eyaletinde, Ganj Nehri kıyısında yer alan Varanasi, Tanrı Shiva’nın şehri olarak kabul edilmesi ve arınma ile ölüm ritüellerinin yoğun biçimde gerçekleştirildiği kutsal mekânlarıyla Hinduizm’in en önemli hac merkezlerinden biridir. Şehrin simgesel niteliği, Ganj kıyısına inen basamaklı kıyı yapıları olan ghâtlar aracılığıyla daha da pekişmekte; bu alanlarda arınma banyoları, cenaze törenleri ve çeşitli dini ritüeller gerçekleştirilmektedir. Kutsal ritüelleri, köklü dini eğitim kurumları ve kültürel mirasıyla Varanasi, küresel ölçekte yoğun inanç turizmi çeken kadim bir destinasyon niteliği taşımaktadır.

³² Hindistan’ın Uttarakhand eyaletinde, Ganj Nehri kıyısında ve Himalayalar’ın eteklerinde yer alan Rishikesh–Haridwar bölgesi, Hinduizm’in en önemli ruhani merkezlerinden biridir. Haridwar, kutsal ghâtları ve Kumbh Mela gibi büyük ölçekli hac etkinlikleriyle öne çıkarken; Rishikesh yoga, meditasyon ve spiritüel eğitim kurumlarıyla küresel ölçekte yoğun inanç ve spiritüel turizm çeken bir destinasyon olarak değerlendirilmektedir.

³³ Nepal’in güneyindeki Rupandehi bölgesinde yer alan Lumbini, Buda’nın doğum yeri olarak kabul edildiği için Budist dünyasının en önemli hac merkezlerinden biridir. UNESCO Dünya Mirası Listesi’ndeki bu kutsal alan, Maya Devi Tapınağı, doğum alanı ve manastır kompleksleriyle her yıl yüz binlerce ziyaretçiyi ağırlamakta; dini ritüellerin, meditasyonun ve Budist öğretisinin yoğunlaştığı başlıca ruhani destinasyonlardan biri olarak değerlendirilmektedir.

³⁴ Hindistan’ın Bihar eyaletinde bulunan Bodh Gaya, Buda’nın aydınlanmaya ulaştığı yer olarak Budist dünyasının en önemli hac merkezlerinden biridir. Mahabodhi Tapınağı Kompleksi ve Bodhi Ağacı çevresindeki kutsal alanlarıyla UNESCO Dünya Mirası statüsüne sahip olan Bodh Gaya, küresel ölçekte yoğun hac ve meditasyon temelli ziyaretçi çeken başlıca ruhani destinasyonlardan biri olarak değerlendirilmektedir.

³⁵ Sri Lanka’nın Kandy kentinde yer alan Diş Tapınağı (Sri Dalada Maligawa), Buda’ya ait olduğuna inanılan diş relikinin (Buda’nın fiziksel kalıntılarından biri olarak kutsal kabul edilen ve ibadet ile hac pratiklerinde merkezi bir rol oynayan bir kutsal emanetin) korunduğu için Budist dünyasının en önemli hac merkezlerinden biridir. Tapınak, UNESCO koruması altındaki yapıları ve özellikle bu kutsal emanete adanan Esala Perahera töreniyle her yıl çok sayıda ulusal ve uluslararası ziyaretçi çekmekte; böylece Kandy’yi küresel ölçekte öne çıkan bir inanç turizmi destinasyonu hâline getirmektedir.

³⁶ Kudüs’ün Eski Şehir bölgesinde yer alan Ağlama Duvarı (Western Wall), MÖ 1. yüzyılda Kral Hirodes döneminde inşa edilen İkinci Tapınak kompleksinin günümüze ulaşan son bölümü olması nedeniyle Yahudilikte en kutsal mekânlardan biri olarak kabul edilmektedir. Yahudiler tarafından “Kotel” olarak adlandırılan bu duvar, yalnızca tapınağın fiziksel kalıntısını temsil etmekle kalmamakta; aynı zamanda sürgün, kayıp, umut ve yeniden inşa gibi temaların tarihsel ve teolojik düzeyde somutlaştığı bir kolektif hafıza mekânı işlevi görmektedir. Tarih boyunca bireysel ve toplu dua, yas ve anma ritüellerinin odağı olan Ağlama Duvarı, günümüzde de ziyaretçilerin taşlar arasına dilek kâğıtları yerleştirdiği, dini törenlere katıldığı ve hac pratiğini sürdürdüğü küresel ölçekte önemli bir inanç turizmi destinasyonu niteliği taşımaktadır.

³⁷ İsrail’in kuzeyindeki Celile bölgesinde yer alan Safed (Tzfat), 16. yüzyılda Kabala düşüncesinin geliştiği merkez hâline gelmesi nedeniyle Yahudi mistisizminin en önemli kutsal şehirlerinden biridir. Sefarad Yahudilerinin kente yerleşmesiyle şekillenen bu dönemin mirası olan antik sinagoglar, mistik okullar ve Kabala kurumları, Safed’i günümüzde ruhani deneyimler ve kültürel etkinlikler açısından küresel ölçekte önemli bir inanç turizmi destinasyonu hâline getirmektedir.

yaşatıldığı önemli merkezlerdir. Bunun yanında, Japonya'daki Shikoku Hac Yolu³⁸, Avustralya'daki Uluru³⁹ ve Peru'daki Machu Picchu⁴⁰ gibi yerel veya geleneksel inançlara ait mekânlar da hem kültürel hem de ruhsal deneyimler sunarak küresel inanç turizminin çeşitliliğini artırmaktadır. Bu merkezler, farklı inanç topluluklarının tarihsel ve manevi değerlerini yansıtarak inanç turizminin dünya çapında önemli bir turizm türü hâline gelmesini sağlamaktadır.

Türkiye, farklı dinlere ait önemli kutsal mekânlara sahip olduğu için inanç turizmi açısından oldukça zengindir. İslam dünyası için Konya'daki Mevlana Müzesi, İstanbul'daki Eyüp Sultan Camii, Nevşehir'deki Hacı Bektaş-ı Veli Dergâhı ve Şanlıurfa'daki Balıklıgöl en çok ziyaret edilen yerler arasındadır. Hristiyanlık açısından Meryem Ana Evi (Efes), Sümela Manastırı (Trabzon), Saint Pierre Kilisesi (Antakya) ve Aziz Pavlus Evi ve Kilisesi (Tarsus) büyük önem taşır. Ayrıca, hem İslam hem de Hristiyan inancında önemli bir yere sahip olan Yedi Uyurlar Mağarası (Tarsus, Efes Lice ve Afşiv) da sıkça ziyaret edilen kutsal alanlardandır. Yahudi inancına ait Ahrida ve Neve Şalom sinagogları da İstanbul'da önemli ziyaret noktalarıdır. Kapadokya'daki kaya kiliseleri ve Ani Harabeleri gibi tarihî alanlar ise Türkiye'nin çok kültürlü dini mirasını göstererek inanç turizmine büyük katkı sağlamaktadır.

İnanç turizmi, hem ziyaretçiler hem de ev sahibi toplumlar için önemli sosyal, kültürel ve ekonomik faydalar sağlamaktadır. Manevi açıdan, bireylerin içsel huzur

³⁸ Japonya'nın Shikoku Adası'nda yer alan Shikoku Hac Yolu (Henro), Budist keşiş Kūkai ile ilişkilendirilen 88 tapınaktan oluşan yaklaşık 1.200 km'lik geleneksel bir hac rotasıdır. Arınma, içsel dönüşüm ve spiritüel yenilenme temelli bu yolculuk, kırsal ve doğal peyzajlar boyunca çok katmanlı bir kültürel deneyim sunmakta; dini motivasyonları yavaş turizm pratikleriyle birleştiren özgün yapısıyla her yıl yerli ve uluslararası hacılar tarafından yoğun ilgi görmekte ve Japon inanç turizminin en önemli destinasyonlarından biri olarak değerlendirilmektedir.

³⁹ Avustralya'nın Kuzey Toprakları'nda yer alan Uluru, Aborjin Anangu halkının Tjukurpa (Yaratılış Anlatısı) ile ilişkilendirdiği kutsal bir kaya oluşumu olup, dini, kültürel ve töresel değeri nedeniyle UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde bulunan başlıca inanç ve kültürel miras alanlarından biridir. Ritüellerin, geleneksel anlatıların ve toplumsal hafızanın aktarıldığı bir mekân olarak Uluru, doğal peyzajı ve kültürel sembolizmiyle önemli bir ziyaret merkezi niteliği taşımaktadır.

⁴⁰ Peru'nun Cusco bölgesinde And Dağları'nın yükseklerinde yer alan Machu Picchu, 15. yüzyılda İnka İmparatorluğu tarafından inşa edilen ve mimari bütünlüğü ile doğal peyzajın uyumunu yansıtan bir dağ yerleşimidir. 1911'de uluslararası akademik çevrelere tanıtılmasının ardından küresel ölçekte önem kazanan ve 1983'te UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne alınan alan, İnka kozmolojisi, güneş kültü ve dağ ruhlarıyla (apus) ilişkili derin sembolik anlamları nedeniyle hem arkeolojik hem de ruhani bir ziyaret merkezi niteliği taşımakta; artan turizm baskısı karşısında kapasite yönetimi ve koruma önlemleriyle sürdürülebilir biçimde korunmaktadır.

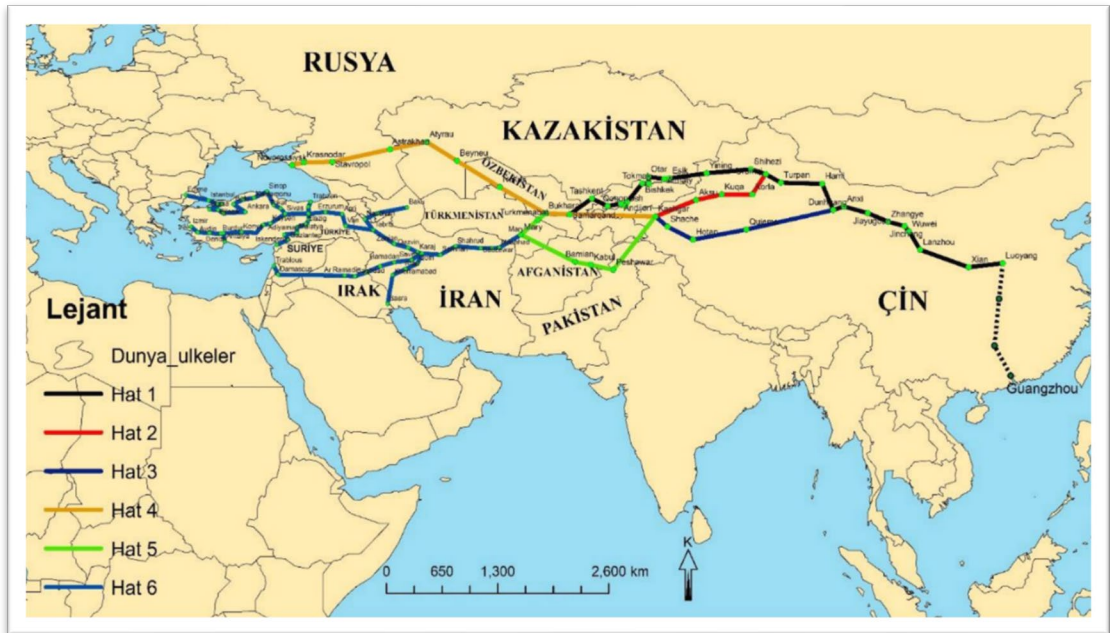
bulmalarına, ruhsal yenilenmelerine ve inançlarıyla daha güçlü bir bağ kurmalarına katkı sunmaktadır. Kültürel açıdan, kutsal mekânlar aracılığıyla farklı dini geleneklerin, mimari yapıların ve tarihsel mirasın tanınmasını sağlayarak kültürlerarası anlayışı ve hoşgörüyü artırmaktadır (Rivetti, Splendiani ve Dini, 2025). Ekonomik olarak ise konaklama, ulaşım, yeme-içme ve rehberlik hizmetleri aracılığıyla destinasyonlara önemli gelir kazandırmaktadır. Bunun yanı sıra yerel istihdamı desteklemekte ve bölgesel kalkınmaya katkıda bulunmaktadır. Ayrıca inanç turizmi, kutsal mekânların korunmasına yönelik farkındalık yaratarak kültürel mirasın sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadır. Bu özellikleriyle inanç turizmi, hem bireysel hem toplumsal düzeyde olumlu etkiler yaratan çok boyutlu bir turizm türüdür.

İnanç turizmi birçok olumlu etkisinin yanında bazı sorunlar da yaratabilmektedir. En önemli sorunlardan biri, kutsal alanların turistik hizmetlerle birleşmesi sonucu dini uygulamaların ticarileşmesi ve kutsallığın zedelenmesidir (Gedecho, 2014). Hac bölgelerinde lüks otellerin yaygınlaşması veya kutsal mekânlarda hatıra eşyası satılması buna örnektir. Bazı ritüellerin ücretlendirilmesi ise hem manevi anlamı zayıflatmakta hem de sosyal eşitsizlikleri artırabilmektedir. Ayrıca turistlerin saygısız davranışları, ev sahibi topluluklarda kültürel çatışmalara yol açabilmektedir. Son olarak, turizm gelirlerinin çoğunlukla yerel elitlere gitmesi, geniş halk kesimlerinin ekonomik fayda sağlayamamasına ve inanç turizmine yönelik desteğin zamanla azalmasına neden olabilmektedir.

Bunun yanı sıra inanç turizmi olumsuz çevresel etkileri ile de ön plandadır (Shinde ve Olsen, 2020). Mekke'deki Hac sırasında oluşan yoğun atık miktarı, yüksek su tüketimi ve sera gazı emisyonları bu durumun en çarpıcı örneklerindendir. Bu nedenle inanç merkezlerinde geri dönüşüm, atıktan enerji üretimi ve yenilenebilir enerji kullanımı gibi sürdürülebilir önlemler almak büyük önem taşımaktadır. Ziyaretçi akışının yönetiminde ise bölgenin taşıma kapasitesi aşılmamalıdır. Ayrıca devlet, özel sektör ve dini otoriteler arasında güçlü bir işbirliği ağı inanç turizminde sürdürülebilirliğin anahtarıdır.

3.8. İpek Yolu Turizmi

İpek Yolu, yaklaşık 2000 yıllık bir geçmişe sahiptir ve Batı dünyasının ihtiyaçlarına cevap verebilmek için Doğu'nun ipek ve diğer kıymetli ürünlerine pazar bulmak amacıyla oluşturulmuştur. Tarih boyunca ana hatlara ek hatlarla sürekli gelişim göstermiştir (Deniz, 2016). Adını en çok ticareti yapılan ipekten alan İpek Yolu, Çin'den başlayıp Anadolu ve Akdeniz üzerinden Avrupa kıtasına uzanan, Kızıldeniz üzerinden ise Afrika kıtasına ulaşan ticari yollar ağının adıdır (Sun, Dong, Li ve Chen, 2011). Bu yol ağının karada ve denizde yer alan rotaları Harita 3.1 ve 3.2'de gösterilmiştir.

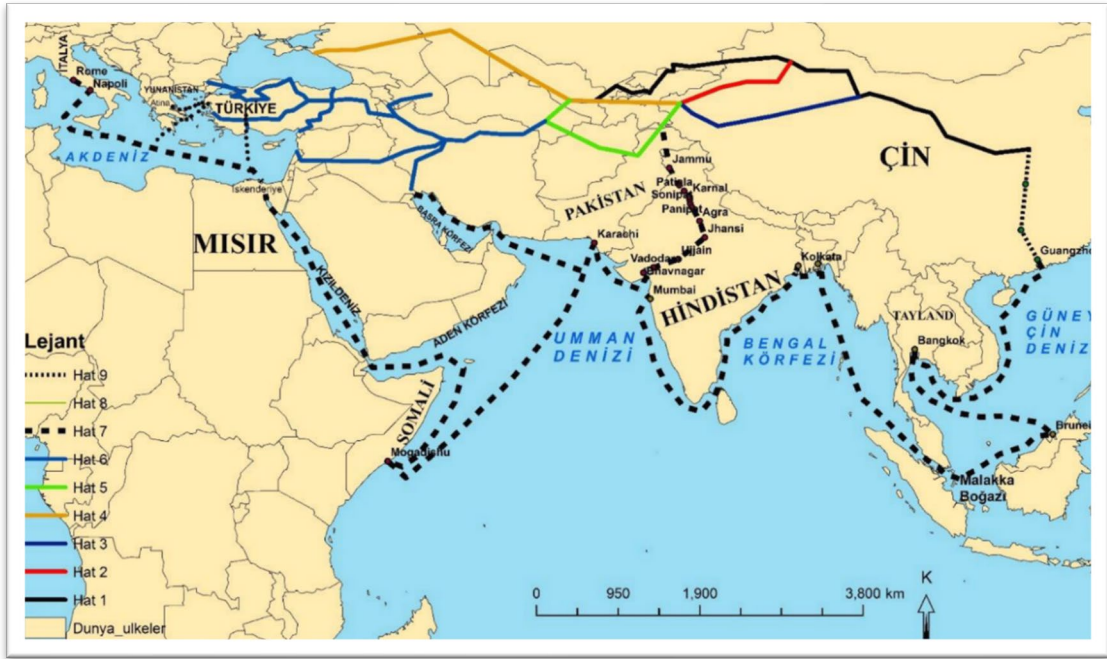


Harita 3.1. Tarihi İpek Yolunun Karayolu Rotası

Kaynak: Deniz, 2016

Karayolu haritası, Çin'in iç bölgelerinden başlayarak Orta Asya bozkırları, İran platosu ve Anadolu üzerinden Avrupa'ya uzanan altı farklı rotanın varlığını ortaya koymakta; bu durum İpek Yolu'nun Asya, Orta Doğu, Afrika ve Avrupa'yı birbirine bağlayan çok yönlü ve işlevsel olarak bütünleşmiş bir ticaret, kültür ve etkileşim ağı olarak işlev gördüğünü açık biçimde göstermektedir.

Deniz yolu haritası ise Güney Çin Denizi'nden Malakka Boğazı'na, Hint Okyanusu'ndan Aden ve Basra körfezlerine, oradan da Kızıldeniz ve Akdeniz üzerinden İtalya'ya ulaşan geniş bir deniz ticaret yol ağını betimlemektedir. İki harita birlikte değerlendirildiğinde, İpek Yolu'nun yalnızca ürünlerin değil, dinlerin, dillerin, teknolojilerin ve kültürlerin de dolaşımını sağlayan çok merkezli bir medeniyet ağı niteliği taşıdığı anlaşılmakta; kara ve deniz hatlarının birbirini tamamlayan yapısıyla tarihin en kapsamlı küresel bağlantı sistemlerinden birini oluşturduğu görülmektedir.



Harita 3.2. Tarihi İpek Yolunun Denizyolu Rotası
Kaynak: Deniz, 2016

Bu yol ağı üzerinde Anadolu, Doğu'dan gelen malların gemilere yüklenerek Batı'ya aktarıldığı bir kavşak noktası olması nedeniyle özel bir öneme sahiptir. Selçuklu döneminde inşa edilen kervansaraylar, yolcuların güvenliğini sağlamak, ikmal yapmak ve aynı zamanda yoğun sosyal hizmetler sunmak gibi amaçlara hizmet etmiştir.

1400'lü yılların sonunda Vasco de Gama'nın Ümit Burnu'nu dolaşarak Hindistan'a ulaşması ve Coğrafi Keşiflerle birlikte deniz yollarının daha kısa ve güvenli hale gelmesi sonucunda, İpek Yolu büyük ölçüde önemini kaybetmiş ve unutulmaya yüz tutmuştur. 1994 yılında Birleşmiş Milletler ve Dünya Ticaret Örgütü, Orta Asya'da turizmi geliştirmeyi amaçlayan ve küresel ölçekte tanınan İpek Yolu Turizmi Programı'nı başlatmıştır. Program, 2014 yılı itibarıyla Yeni Deniz İpek Yolu güzergâhını da kapsayacak şekilde genişlemiştir. Bu girişimin temel amacı, İpek Yolu ülkeleriyle iş

birliği içinde sürdürülebilir turizmin desteklenmesi, kültürel mirasın tanıtılması ve bölgesel kalkınmanın güçlendirilmesidir (Mamirkulova ve diğerleri, 2020). İpek Yolu daha sonra, Çin Devlet Başkanı Xi Jinping'in 2013'teki konuşmasında dile getirdiği “Tek Kuşak Tek Yol” projesiyle tekrar uluslararası gündeme gelmiştir. Modern İpek Yolu Projesi, yani Kuşak ve Yol Girişimi, tarihsel İpek Yolu’nu 21. yüzyıl koşullarına uyarlayan geniş ölçekli bir uluslararası iş birliği projesidir. Bu girişim, kara yolları ve demir yollarıyla Çin’i Orta Asya, Türkiye, Rusya, Kafkaslar ve Batı Avrupa’ya bağlayan kuşak hattını ve deniz yollarıyla Güney Çin Denizi, Hint Okyanusu ve Akdeniz üzerinden Afrika ve Avrupa’ya uzanan “Deniz İpek Yolu” hattını içermektedir (Dayoub ve diğerleri, 2024; Dönmez, 2021). Turizm açısından bakıldığında Modern İpek Yolu, çok geniş bir coğrafyayı kapsadığı için uluslararası düzeyde güçlü bir siyasi koordinasyon, kapsamlı altyapı yatırımları ve ortak planlama gerektiren, çok katmanlı ve stratejik bir turizm ürünü haline gelmektedir (Özdaşlı, 2015).

Tarihi İpek Yolu Projesi, tek bir güzergâhtan oluşan bir yol değil, farklı yönlere uzanan kapsamlı bir yol ağı projesidir (Avcı ve Sartayeva, 2020). UNESCO, İpek Yolu’nun kültürel değerini görünür kılmak amacıyla iki ana koridorunu tescil etmiştir (Dönmez, 2021). Chang’an–Tianshan Koridoru (2014), Çin, Kazakistan ve Kırgızistan’ın ortak adaylığıyla listeye alınmış olup Kazakistan ve Kırgızistan’da yer alan 11 alanı kapsamaktadır. Zarafshan–Karakum Koridoru ise 2023 yılında Tacikistan, Türkmenistan ve Özbekistan tarafından aday gösterilmiş ve toplam 33 alan ile listeye eklenen en yeni koridor olmuştur. Türkiye ise, Kuşak ve Yol Girişimi’nin önemli bir parçası olup, Orta Koridor üzerinde konumlanmakta ve Londra’dan Pekin’e kesintisiz bağlantı hedefleyen Demir İpek Yolu Projesi içinde stratejik bir geçiş ülkesi olarak yer almaktadır.

İpek Yolu turizmi, ziyaretçilere tarih, kültür, inanç ve özgün deneyimlerin bir arada sunulduğu zengin ve çok yönlü bir seyahat imkânı sağlamaktadır (Sattarova, 2025). Ticaret yollarının ötesinde farklı uygarlıkların buluşma alanı olan bu tarihî güzergâh, gezginlere bölgenin kültürel mirasını yakından tanıma fırsatı sunar (Werner, 2003). Hive, Buhara ve Semerkand’daki medreseler, camiler ve türbeler ile İsfahan’ın geleneksel mimarisi, bu güzergâhın kültürel ve tarihsel çekiciliğini oluşturan başlıca unsurlardır (Avcı ve Sartayeva, 2020). Marco Polo veya Timur gibi tarihi figürlerin izlerini takip etme arzusu da bu motivasyonu desteklemektedir. Bunun yanında İpek Yolu, özgün deneyim arayışındaki ziyaretçiler için güçlü bir çekim yaratmakta; bireylere farklı

kültürlerle temas kurma, empati geliştirme ve kişisel bakış açılarını genişletme fırsatı sunmaktadır. Tarih boyunca Kudüs gibi kutsal merkezlere yönelen hac kabilelerinin bu yolları kullanması, İpek Yolu’nun inanç temelli seyahatlerde de önemli bir rol üstlendiğini göstermektedir. Ayrıca bölgenin zengin gastronomisi ve el sanatları, halı ve baharat pazarı deneyimleri ile plov, lagman ve samsa gibi geleneksel yemekler, ziyaretçi deneyimini daha da çeşitlendiren önemli motivasyon kaynaklarıdır.

Modern İpek Yolu Projesi, 65 ülkeyi kapsayan ve yaklaşık 21 trilyon dolarlık ekonomik potansiyeli bulunan küresel bir girişim olarak turizm sektöründe büyük fırsatlar yaratmaktadır (Camgöz ve İstanbullu Dinçer, 2017). Türkiye, Asya, Avrupa ve Orta Asya’nın kesişim noktasında yer aldığı için Modern İpek Yolu Projesi’nde stratejik bir konuma sahiptir. Ülke, İpek Yolu Ekonomik Kuşağı’nın Avrupa’ya uzanan kara, demir ve deniz ulaşım hatları üzerinde kritik bir bağlantı noktası oluşturmaktadır. Bu kapsamda altyapı yatırımları önemli bir rol oynamaktadır. Türkiye, Londra’dan Pekin’e kesintisiz ulaşımı hedefleyen Demir İpek Yolu’nun ana güzergâhında yer almakta; Bakü–Tiflis–Kars (BTK) demiryolu hattı ve Kars–Edirne hızlı tren projesi Marmaray ve Yavuz Sultan Selim Köprüsü ile entegre edilerek uluslararası bağlantıyı güçlendirmektedir. Deniz ulaşımında ise İstanbul–Odesa, Varna–Samsun ve Batum gibi limanlar arasında yoğun Ro-Ro⁴¹ ve feribot seferlerinin artması beklenmektedir.

Türkiye, bu geniş güzergâh üzerinde yalnızca ulaşım avantajına değil, kültürel ve ekonomik fırsatlara da sahiptir. Tarihsel bağlarının güçlü olduğu Türk Cumhuriyetleri ile turizm temelli iş birliklerini geliştirebilir. Ayrıca sektördeki deneyimli insan kaynağı sayesinde Kuşak ve Yol Girişimi’ne dahil ülkelerde bilgi ve yönetim deneyimi aktarımı sağlayabilir (Dönmez, 2021). Türkiye’nin turizm stratejisi, sadece tarihi rota gezilerine değil, deneyim odaklı ürün çeşitliliğine yönelmektedir. Bu kapsamda Ankara Büyükşehir Belediyesi’nin geliştirdiği “İpek Yolu Kültür Rotası” projesi, Ankara–Bolu–Sakarya arasında 30 destinasyonu kapsayarak kültürel mirasın korunmasını ve yerel istihdamın artmasını hedeflemektedir. Benzer şekilde Şebinkarahisar’da geliştirilen projeler, Limni

⁴¹ Ro-Ro, deniz taşımacılığında tekerlekli araçların kendi tekerlekleri üzerinde gemiye binip inmesine dayanan bir yükleme ve boşaltma sistemini ifade eder. “Roll-on/Roll-off” prensibine göre işleyen bu yöntemde araçlar gemiye sürülerek alınır ve varış noktasında yine sürülerek çıkarılır. Bu sisteme uygun gemilere Ro-Ro gemisi, bu yöntemle yapılan taşımaya ise Ro-Ro taşımacılığı adı verilir.

Gölü çevresinde macera turizmi, gastronomi ve sağlık turizmini bir araya getirerek geleneksel İpek Yolu rotasını modern deneyimlerle bütünleştirmektedir.

On dokuzuncu yüzyıldan sonra İpek Yolu'nun önemini yitirmesi, rota üzerindeki kervansarayların da kullanılmaz hâle gelmesine yol açmıştır. Çeşitli incelemeler, Anadolu'da İpek Yolu'na bağlı yaklaşık 200 kervansarayın bulunduğunu ortaya koymaktadır. Bu kültürel mirasın turizm amacıyla değerlendirilmesi için Başbakanlık Vakıflar Genel Müdürlüğü ile Kültür ve Turizm Bakanlığı arasında bir protokol imzalanmıştır. Söz konusu protokol, Anadolu'daki İpek Yolu hattında yer alan kervansarayların onarılması ve turistik işlevlerle yeniden hayata geçirilmesini öngörmektedir. Proje doğrultusunda öncelikli restorasyon listesine ilk etapta yenilenmesi planlanan 11 kervansaray dahil edilmiştir (Yetiş ve Kaygısız, 2017).

İpek Yolu turizminin uzun vadeli başarısı, uluslararası iş birliğinin güçlendirilmesine, engellerin azaltılmasına ve kültürel mirasın özgünlüğünü koruyan etkili yönetim modellerine bağlıdır (Sun ve diğerleri, 2011). Sınır aşırı seyahatin kesintisiz hale gelmesi düzenleyici kolaylıkların artırılmasını zorunlu kılmaktadır. Vize süreçleri ve sınır geçiş işlemleri halen en büyük engeller arasında bulunmaktadır. Bu nedenle, İpek Yolu güzergâhındaki ülkeleri kapsayan basitleştirilmiş, çok girişli ve uzun süreli bir "İpek Yolu Vizesi" oluşturulması yönündeki diplomatik girişimler büyük önem taşımaktadır.

3.9. Kongre Turizmi

Kongre turizmi, bireylerin sürekli ikamet ettikleri veya çalıştıkları yerler dışına çıkarak, belirli bir bilimsel alan ya da meslek grubuna ilişkin uzmanlık temelli bilgi alışverişinde bulunmak amacıyla düzenlenen toplantılara, kongrelere, sempozyumlara ve benzeri etkinliklere katılım sürecinde ortaya çıkan seyahat, konaklama, organizasyon ve etkileşim faaliyetlerinin bütünüdür (Timor, 2011). Kongreler, belirli bir konuyu tartışmak, görüş ve fikir alışverişinde bulunmak, bilimsel görüşleri paylaşmak, mesajlar iletmek, yeni ürün veya hizmetleri tanıtmak amacıyla düzenlenen etkinliklerdir (Šušić ve Mojić, 2014). Bu nedenle kongre turizmi, temel motivasyonun dinlenme olmadığı, aktif ya da pasif katılım gerektiren spesifik bir turizm biçimidir.

Tarih boyunca toplantılar bilgi edinme, öğrenme, tartışma, karar alma ve bilgilendirme gibi amaçlarla düzenlenmiştir (Timor, 2011). İş amaçlı seyahatler ticaretin

yaygınlaşması ile birlikte gelişmiş, büyük ticaret fuarları aracılığıyla da süreklilik kazanmıştır. Bu fuarlar, konaklama ve yeme-içme hizmetleri sayesinde yerel halka önemli ekonomik katkılar sağlamıştır. 19. yüzyılın sonları ve 20. yüzyılın başlarında Batı Avrupa ve ABD’de, dernekler, akademik kurumlar ve siyasi partilerin geniş örgütlenme ağları sayesinde yüzlerce hatta binlerce kişinin katıldığı büyük toplantılar düzenlenmeye başlanmıştır. Şehirler, bu toplantıların ekonomik getirilerini fark ederek kendilerini kongre destinasyonu olarak tanıtmak üzere kongre merkezleri inşa etmiştir (Šušić ve Mojić, 2014).

Kongre turizminin ilk örneği olarak 1681’de Roma’da düzenlenen tıp kongresi anılsa da, siyasi etkisi nedeniyle 1815 Viyana Kongresi uluslararası kongre literatüründe başlangıç noktası olarak kabul edilmektedir (Timor, 2011). II. Dünya Savaşı sonrası dönemde artan uzmanlaşma ile ekonomik, sosyal, kültürel ve teknolojik ilişkilerin genişlemesi toplantıların sayısını hızla artırmış, bu gelişmeler hem kongre faaliyetinin bir meslek olarak ortaya çıkmasına hem de kongre faaliyetlerinin turizm hareketi olarak değerlendirilmesine zemin hazırlamıştır (Karasu, 1990). Dünyanın ilk kongre ve ziyaretçi bürosu ise 1895 yılında ABD’nin Detroit kentinde açılmıştır.

1960’lardan itibaren küreselleşme, teknolojik yenilikler, kişisel gelirlerdeki artış ve ulaşım olanaklarının gelişmesi, iş seyahatlerinin ve genel turizm hareketliliğinin büyümesine katkı sağlamıştır. Aynı dönemde kongre merkezleri ve diğer toplantı alanlarına yönelik altyapı yatırımlarında da dikkate değer bir artış yaşanmıştır (Šušić ve Mojić, 2014).

Kongreler amaçlarına, etkinlik yerine, katılımcı sayısına ve sıklığına göre farklı şekillerde sınıflandırılabilir. Etkinlik yerine göre “ulusal” ve “uluslararası” kongreler olarak adlandırılırlar. Uluslararası kongreler kongre turizminde büyük paya sahiptir ve kongre turizminden yüksek gelir elde etmek isteyen ülkeler arasında büyük rekabete yol açmaktadır.

Kongrelerin düzenlendiği mekânlar farklı özelliklere ve kapasitelere sahiptir. Kongre merkezleri, yüksek sabit yatırım maliyetleri gerektiren ve çoğunlukla devlet kurumları ya da yerel yönetimler tarafından inşa edilen tesislerdir. Güçlü teknik altyapıları nedeniyle tercih edilen bu merkezlerde kongrelerin %43,5’i gerçekleştirilmektedir. Otel işletmeleri ise kongrelerin %41,6’sına ev sahipliği

yapmaktadır. Özellikle zincir oteller, standart hizmet kalitesi, profesyonel personel yapısı ve geniş organizasyon kapasitesi sayesinde kongre turizminin önemli aktörleri arasında yer almaktadır. Üniversiteler ise sahip oldukları toplantı salonları ve konferans alanları sayesinde kongrelerin %14,9'unu ağırlamaktadır (Timor, 2011).

Kongrelerin büyük bölümü gelişmiş şehir merkezlerinde veya bu merkezlere yakın bölgelerde yoğunlaşmaktadır. Bir destinasyonun kongreler için tercih edilmesinde çekicilik düzeyi, güvenlik koşulları, kültürel ve tarihî zenginlikler, yeterli konaklama kapasitesi ve ulaşım olanaklarının verimliliği belirleyici faktörlerdir (Šušić ve Mojić, 2014).

Kongre katılımcılarını motive eden temel unsurlar üç ana başlıkta toplanmaktadır. İlk olarak, profesyonel gelişim ve bilgi paylaşımı önemli bir motivasyon kaynağıdır. Katılımcılar mesleki yenilikleri takip etmek, güncel bilgileri edinmek ve farklı disiplinlerden uzmanlarla deneyim alışverişinde bulunmak amacıyla kongrelere katılmaktadır. İkinci olarak sosyal ilişkiler ve tanışma fırsatları kongrelerin çekiciliğini artırmaktadır. Kongreler meslektaşlarla tanışmayı, yeni profesyonel bağlantılar kurmayı ve olası iş birlikleri geliştirmeyi sağlayan önemli sosyal ortamlar sunmaktadır. Üçüncü olarak, bazı katılımcılar için rekreasyonel deneyimler de motivasyon oluşturmaktadır.

Katılımcılar kongre öncesi veya sonrası boş zamanlarını değerlendirerek destinasyonun kültürel ve doğal cazibe alanlarını ziyaret etmekte ve bu durum çoğu zaman seyahat sürelerinin uzamasına yol açmaktadır. Bu nedenle destinasyonun çekicilik düzeyi, kongre deneyiminin tamamlayıcı bir unsuru olarak konaklama süresi üzerinde belirleyici rol oynamaktadır. Ayrıca kongreler yılın her döneminde gerçekleştirilebilmesi sayesinde turizm sezonunu uzatan ve istihdamın sürekliliğini destekleyen bir etki yaratmaktadır. Kongre katılımcılarının harcama düzeyi, ortalama bir turistin harcamasının genellikle 2–3 katı, bazı durumlarda ise 5–6 katına kadar çıkabilmektedir. Bu yüksek harcama potansiyeli, uluslararası kongre turizminin destinasyon ekonomisine ve döviz gelirlerine sağladığı katkıyı önemli ölçüde artırmaktadır (Šušić ve Mojić, 2014; Timor, 2011).

Kongre turizminin de içinde yer aldığı küresel MICE (Meetings-Toplantılar, Incentives- Teşvik Gezileri, Conferences- Konferanslar / Kongreler, Exhibitions-Fuarlar) sektörü, hızlı büyüme göstermektedir. Nitekim genel MICE pazarının 2024'te 970,76

milyar dolar büyüklüğüne ulaşacağı, 2032'ye kadar ise 1.932,73 milyar dolara çıkacağı öngörülmektedir. Benzer şekilde kongre turizmi pazarı da güçlü bir genişleme eğilimindedir. Pazar büyüklüğünün 2024'te 1.053,32 milyar dolar iken, 2025'te %9,4'lük bileşik yıllık büyüme oranı ile 1.152,24 milyar dolara yükselmesi beklenmektedir (MICE, 2025). Bu küresel büyüme, Türkiye için önemli bir fırsat alanı yaratmaktadır.

Türkiye stratejik konumu, zengin tarihi ve kültürel mirası, doğal güzellikleri, uygun iklimi, nitelikli konaklama tesisleri ve giderek gelişen kongre altyapısıyla uluslararası kongre turizmi açısından önemli bir potansiyele sahiptir. ICCA'nın 2023 verilerine göre Türkiye, 119 yüz yüze toplantı ile dünya genelinde 31. sıradadır. Şehirler bazında ise İstanbul 72 toplantı ile dünya sıralamasında 21. sırada yer almaktadır. Diğer şehirlerde Antalya 17, İzmir 14 ve Ankara 5 toplantı ile daha sınırlı kongre hareketliliğine sahiptir (ICCA, 2023). Bu veriler, Türkiye'nin mevcut kapasitesinin küresel pazar büyüklüğüyle kıyaslandığında yeterince etkin kullanılmadığını göstermektedir. Türkiye'de kongre faaliyetleri büyük ölçüde İstanbul ve Antalya'da yoğunlaşmış durumdadır.

Ülkenin kongre altyapısı ise çeşitli eksiklikler içermektedir. Uluslararası standartlarda kongre merkezlerinin sayısı sınırlıdır ve birçok büyük oteldeki toplantı salonları kongre kullanımına uygun teknik donanıma sahip değildir. Ayrıca bin kişi ve üzeri büyük ölçekli kongrelere ev sahipliği yapabilecek salonların azlığı, ülkenin büyük organizasyonları çekmesini zorlaştırmaktadır. Bir diğer temel sorun, sektörün örgütlenme yapısındaki dağınıklığıdır. Meslek örgütleri ile Kongre ve Ziyaretçi Büroları (KVB) arasındaki işbirliği eksikliği, koordinasyon sorunlarına ve stratejik yönetim zayıflıklarına yol açmaktadır. İstanbul, Antalya ve İzmir'de kurulan KVB'ler ise finansman yetersizliği ve sektörden sınırlı destek almaları nedeniyle beklenen etkinliği sağlayamamaktadır.

Kongre turizmi yoğun rekabet ortamı ve yüksek sabit maliyetleri nedeniyle çeşitli yapısal zorluklar ve eleştirilerle karşı karşıyadır. Öncelikle MICE sektörünün tanımında ve sınıflandırılmasında ortak bir standart bulunmaması önemli bir kavramsal sorundur. Farklı kuruluşlar—ICCA (International Congress and Convention Association / Uluslararası Kongre ve Konvansiyon Derneği), UIA (Union of International Associations / Uluslararası Birlikler Birliği) ve SCB (Swedish Convention Bureau / İsveç Kongre

Bürosu)—kongreyi farklı kriterlerle tanımlamaktadır. Örneğin SCB kongreyi iki günden uzun süren ve katılımcıların en az %40'ının üç farklı milletten geldiği toplantılar olarak değerlendirirken, ICCA genellikle üç günden fazla süren, 300–500 katılımcılı ve ülkeler arasında periyodik olarak rotasyon yapan etkinlikleri dikkate almaktadır. Bu tanımsal farklılıklar, ulusal ve uluslararası istatistiklerin karşılaştırılmasını ve ekonomik etki analizlerinin tutarlı biçimde yapılmasını güçleştirmektedir (Monroy-Rodríguez ve Caro-Carretero, 2023).

Kongre turizminin bir diğer önemli zorluğu finansman ve altyapı maliyetleridir. Kongre merkezlerinin inşası, modernizasyonu, büyük ölçekli konaklama kapasitesinin oluşturulması, havalimanı ve karayolu altyapısının geliştirilmesi son derece yüksek sabit maliyetler gerektirmektedir. Bu yatırımlar çoğu zaman doğrudan kâr amacı taşımayan, daha çok destinasyonun prestijini artırmayı ve turizm sektörüne dolaylı katkı sağlamayı hedefleyen projelerdir. Bu nedenle genellikle yerel yönetimler ve kamu kurumları tarafından üstlenilmektedir (Karasu, 1990).

Sürdürülebilirlik ve çevresel etkiler, kongre turizmi alanında öne çıkan önemli tartışma konuları arasında yer almaktadır. Kongre dönemlerinde kısa süre içinde çok sayıda katılımcının bir destinasyona yönelmesi trafikte yoğunluk, otopark yetersizliği, restoran ve alışveriş alanlarında kalabalıklaşma gibi sosyal ve çevresel baskıların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Özellikle taşıma kapasitesi düşük olan kıyı veya dağlık destinasyonlarda bu etkiler daha belirgin hale gelmektedir. Her ne kadar kongre turizmi, sürdürülebilir kalkınma amaçları doğrultusunda sorumlu kentsel gelişimi, ekonomik büyümeyi ve altyapı yatırımlarını teşvik etme potansiyeli taşısa da, sürdürülebilirlik konusu literatürde halen yeterince kapsamlı şekilde incelenmemiştir (Šušić ve Mojić, 2014). Sürdürülebilir kalkınma amaçları ile uyumlu politikalar geliştirilmesi, çevre dostu uygulamaların benimsenmesi ve destinasyonun ekonomik, sosyal ve çevresel yönden dengeli gelişiminin desteklenmesi gerekmektedir. Bu yaklaşım uzun vadede hem destinasyonun rekabet gücünü artırmakta hem de bölgesel kalkınmaya katkı sağlayan karşılıklı fayda yaratan bir turizm modeli oluşturmaktadır (Monroy-Rodríguez ve Caro-Carretero, 2023).

Kongre turizmi, güçlü planlama ve profesyonel yönetim gerektiren bir turizm türüdür. Bu süreçte KVB'ler, destinasyonun tanıtım ve pazarlamasını yapan, kâr amacı

gütmeyen temel kurumlardır. KVB'ler, kongre ve toplantıları destinasyona çekmek, hizmet sağlayıcılar arasında koordinasyonu sağlamak ve kamu, özel sektör ile sivil toplum arasında işbirliğini güçlendirmek gibi stratejik bir role sahiptir. Böylece yalnızca tanıtım değil bölgesel gelişim, ürün kalitesi ve ortak vizyon oluşturma gibi geniş kapsamlı görevler üstlenmektedirler (Ersun ve Arslan, 2009).

Kongre turizminin başarılı olabilmesi için güçlü bir yönetim ve mali yapı gerekmektedir. Bu nedenle destinasyon pazarlamasının en etkili yolu kamu–özel sektör işbirliğidir. Profesyonel kadrolarla yürütülen bütünsel pazarlama, güçlü imaj ve marka oluşturma, dijital teknolojilerin etkin kullanımı ve kriz yönetimi stratejileri kongre turizminin başarısını belirleyen temel unsurlardır (Ersun ve Arslan, 2009).

3.10. Miras Turizmi

Miras turizmi, günümüzde kültürel turizmin yükselen ve giderek daha fazla akademik ilgi gören bir alt alanı olarak değerlendirilmektedir. Kavramsal açıdan miras turizmi, geçmişe ait maddi ve manevi değerlerin turistik amaçlarla deneyimlenmesi, yorumlanması ve tüketilmesi sürecini ifade etmektedir. Bu turizm türü, doğal ve sosyo-kültürel miras unsurlarını bütüncül bir çerçevede ele alarak geniş kapsamlı bir içerik sunmaktadır.

Miras, bir toplumun geçmişten bugüne aktardığı tüm maddi ve manevi değerleri kapsamaktadır. Bu değerler tarihi yapılar, arkeolojik alanlar, anıtlar, sanat eserleri ve gelenekler gibi pek çok ögeyi içermektedir. Bu doğrultuda miras turizmi, ziyaretçilere hem kültürel kimliği tanıma hem de tarihsel ve çevresel farkındalık geliştirme olanağı sunan bir turizm türü olarak görülmektedir (Aliağaoğlu, 2004). Miras turizmi, geçmiş ile bugün arasında anlamlı bağlar kurmaya yönelik bir arayışın ürünü olarak ortaya çıkmakta ve ziyaretçilerin tarihsel deneyimleri yeniden yorumlamasına imkân tanımaktadır. Kültürün öğrenme yönünü vurgulayan kültürel turizm ile miras turizmi arasındaki yakın ilişki de bu çerçevede önem kazanmaktadır. Miras turizmi, kültürel miras alanlarının yalnızca estetik bir unsur olarak değil, aynı zamanda yaşanmışlık, otantiklik ve tarihsel süreklilik arayışı doğrultusunda deneyimlenmesini gerektirmektedir. Bireyin kendi kökleri, kimliği ve tarihsel geçmişiyle bağ kurma isteğini içeren bu yaklaşım, miras turizmini çağdaş turizm araştırmalarında hızla gelişen ve yoğun biçimde incelenen bir alan hâline getirmektedir (Poria, Butler ve Airey, 2003).

Miras turizmi geniş bir kapsama sahip olup literatürde farklı temalara göre çeşitli alt türlere ayrılmaktadır. Bu alt türler arasında kültürel miras turizmi, doğal miras turizmi, somut (tangible) miras turizmi, somut olmayan (intangible) miras turizmi, arkeolojik miras turizmi, endüstriyel miras turizmi, müzecilik ve sergi temelli miras turizmi ile anı ve hafıza mekânlarına yönelik miras turizmi gibi kategoriler öne çıkmaktadır. Bu sınıflandırma, miras turizminin yalnızca geçmişten kalan fiziksel yapıları değil, aynı zamanda gelenekleri, ritüelleri, yaşam biçimlerini ve kolektif hafızayı kapsayan çok boyutlu bir alan olduğunu göstermektedir (Farrelly, Kock ve Josiassen, 2019; Ross ve diğerleri, 2017).

Miras turizmine yönelik motivasyonlar, destinasyonun çekicilik unsurları ile bireylerin içsel gereksinimlerini birlikte ele alan itme-çekme teorisi kapsamında açıklanmaktadır (Shakoori ve Hosseini, 2019). Ziyaretçiler, genellikle tarihî ve kültürel bilgi edinme isteği doğrultusunda miras alanlarına yönelmekte; bunun yanında ulusal kimlik, aidiyet duygusu ve kişisel bağ kurma gibi duygusal motivasyonlar da bu tercihlerde belirleyici olmaktadır (Santa-Cruz ve López-Guzmán, 2017). Aile ve arkadaşlarla zaman geçirme, sosyal etkileşim sağlama ve keyifli bir rekreasyon deneyimi yaşama gibi amaçlar da miras turizmine yönelik ilginin güçlenmesine katkı sunmaktadır (Poria ve diğerleri, 2003). Yapılan araştırmalar, bir miras alanını kendi kültürel kimliğinin parçası olarak algılayan ziyaretçilerin söz konusu alanı daha sık ziyaret etme, daha yüksek memnuniyet düzeyi gösterme ve destinasyonu başkalarına önerme eğiliminde olduğunu ortaya koymaktadır.

Miras turizmi, kökenleri antik dönemlere kadar uzanan en eski seyahat türlerinden biri olarak değerlendirilmektedir (Diker, 2024). Bununla birlikte, kültürel mirasın korunması, yönetilmesi ve uluslararası ölçekte tanınması modern anlamda ancak 1972 yılında UNESCO tarafından kabul edilen Dünya Kültürel ve Doğal Mirasın Korunması Sözleşmesi ile kurumsal bir yapıya kavuşmuştur. Bu sözleşme, miras varlıklarının evrensel değerini tanımlayan, korunmasına ilişkin sorumluluğu devletlere aktaran ve miras yönetimine bütüncül bir yaklaşım kazandıran temel bir uluslararası çerçeve niteliği taşımaktadır. Ayrıca sözleşme, kültürel ve doğal miras alanlarının korunması, sürdürülebilir biçimde yönetilmesi ve turizmle bütünleştirilmesine yönelik küresel standartların oluşmasına önemli ölçüde katkı sağlamaktadır (Pekersen, Güneş ve Seçuk,

2019). Böylece miras turizmi, uluslararası düzeyde ortak ilkeler, koruma stratejileri ve etik yaklaşımlar çerçevesinde şekillenmekte ve daha sistematik bir yapıya kavuşmaktadır.

Miras turizmi, küresel turizm pazarında önemli bir konuma sahiptir ve UNESCO bu alanda güçlü bir marka görevi görmektedir (Hosseini, Stefaniec ve Hosseini, 2021). UNESCO statüsü, bir miras alanının otantikliğini ve uluslararası standartlara uygunluğunu doğrulayan bir “kalite belgesi” niteliği taşımaktadır (Adie, 2017). Bu nedenle UNESCO statüsüne sahip mekânlar, bu konumunu destinasyon tanıtımında etkili bir unsur olarak kullanılmakta ve turist talebini artırmaktadır.

UNESCO, kültürel ve doğal mirası koruma amacıyla yedi farklı program kapsamında uluslararası ölçekte sınıflandırma ve güvence sağlamaktadır. Bu kapsamda Dünya Mirası Listesi, Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi, Dünya Belleği Programı, Dünya Biyosfer Rezervleri Ağı, Küresel Jeoparklar Ağı, Öğrenen Şehirler Küresel Ağı Programı ve Yaratıcı Şehirler Ağı Programı UNESCO’nun kültürel mirası korumak, geliştirmek ve görünür kılmak üzere yürüttüğü temel kategorileri oluşturmaktadır. Bu programlar, mirasın sürdürülebilir biçimde korunması, toplumlarla bütünleştirilmesi ve uluslararası iş birliği temelinde yönetilmesine yönelik kapsamlı bir çerçeve sunmaktadır.

UNESCO Dünya Mirası Listesi’nde 2025 yılı sonu itibariyle 170 ülkede yer alan toplam 1248 miras alanını bulunmaktadır. Bu alanların 972’si kültürel, 235’i doğal ve 41’i karma miras niteliğindedir (UNESCO, 2025).

Türkiye, zengin tarihsel birikimi ve çok katmanlı kültürel mirasıyla miras turizmi açısından güçlü bir potansiyeline sahiptir. Türkiye’nin sahip olduğu eserlerden çoğu UNESCO tarafından farklı programlarda koruma altına alınmıştır. Bu bağlamda Türkiye’nin UNESCO’nun Dünya Mirası Listesi’nde 20’si kültürel, 2’si karma olmak üzere toplam 22 miras alanı bulunmaktadır. Aşağıda yer alan Tablo 3.1’de bu esere yer verilmiştir.

Tablo 3.1. Türkiye'nin UNESCO Dünya Mirası Listesinde Yer Alan Eserleri

Eser Adı	Yıl	Açıklama	
1	İstanbul’un Tarihî Alanları	1985	İstanbul, Balkanlar ile Anadolu, Karadeniz ve Akdeniz arasındaki stratejik konumu ve bin yılı aşkın süredir siyasi, dini ve sanatsal gelişmelerin merkezi olmasıyla üstün evrensel değer taşıyan bir kültürel peyzaj sunmakta; Sultanahmet Arkeolojik Parkı, Süleymaniye, Zeyrek ve Kara Surları olmak üzere dört ana bileşenden oluşan bu miras alanı, Bizans ve Osmanlı mimari mirasının özgün bütünlüğünü ve kentin eşsiz silüetini yansıttığı için 1985 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi’ne alınmıştır.
2	Göreme Millî Parkı ve Kapadokya	1985	Nevşehir’de bulunan Göreme Millî Parkı, peri bacalarıyla şekillenen benzersiz volkanik peyzajı ve Tokalı, Elmalı, Karanlık Kilise gibi 10–12. yüzyıl Orta Bizans dönemine ait kaya oyma ibadethanelerdeki canlı freskleriyle hem doğal hem kültürel değer taşıyan özgün bir alan olarak 1985 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi’ne dahil edilmiştir.
3	Divriği Ulu Camii ve Darüşşifası	1985	Divriği Ulu Camii ve Darüşşifası, 13. yüzyıldan kalma benzersiz taş işçiliği ve mimari özellikleriyle Selçuklu döneminin en özgün başyapıtlarından biri olarak 1985’te UNESCO Dünya Mirası Listesi’ne alınmıştır.
4	Hattuşa: Hitit Başkenti	1986	Hattuşa, Hitit İmparatorluğu’nun başkenti olarak surları, kapıları, tapınakları, sarayları ve Yazılıkaya’daki benzersiz kaya kabartmalarıyla Hitit uygarlığının tarihine, dinine ve sanatına ışık tutan eşsiz bir arkeolojik alan olarak 1986’da UNESCO Dünya Mirası Listesi’ne alınmıştır.
5	Nemrut Dağı	1987	Nemrut Dağı, Kommagene Krallığı’nın Helenistik ve Pers-Makedon kültürlerini birleştiren devasa tanrı, hayvan ve atalar heykelleri ile benzersiz stellerinin sergilendiği, ileri taş işçiliğiyle inşa edilmiş anıtsal kutsal alanı olarak 1987’de UNESCO Dünya Mirası Listesi’ne dahil edilmiştir.
6	Hierapolis–Pamukkale	1988	Hierapolis-Pamukkale, iyi korunmuş Greko-Romen ve erken Hristiyanlık dönemine ait yapıları ile

Eser Adı	Yıl	Açıklama	
		mineralce zengin termal suların oluşturduğu benzersiz traverten peyzajını bir arada sunan, kültürel ve doğal değerlerin bütünleştiği bir alan olarak 1988’de UNESCO Dünya Mirası Listesi’ne kaydedilmiştir.	
7	Xanthos–Letoon	1988	Xanthos-Letoon, Likya uygarlığının siyasi ve dini merkezlerini temsil eden; Anadolu, Yunan, Roma ve Bizans kültürlerinin izlerini taşıyan, önemli Likçe yazıtları ve Nereid Anıtı gibi özgün mimari örnekleriyle dikkat çeken iki antik yerleşim olarak 1988’de UNESCO Dünya Mirası Listesi’ne kaydedilmiştir.
8	Safranbolu Şehri	1994	Safranbolu, özgün Osmanlı kamusal ve konut mimarisiyle kervan ticaretinin şekillendirdiği tarihi kentsel dokusunu günümüze taşıdığı için 1994 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi’ne alınmıştır.
9	Troya Antik Kenti	1998	Truva, Homeros’un İlyadasındaki Truva Savaşıyla ün kazanmış, 4.000 yıllık yerleşim katmanlarıyla Avrupa–Asya arasında kültürel bir köprü oluşturan ve bu üstün evrensel değeri nedeniyle 1998’de UNESCO Dünya Mirası Listesi’ne alınan dünya çapında önemli bir arkeolojik alandır.
10	Selimiye Camii ve Külliyesi	2011	II. Selim tarafından Edirne’de yaptırılan ve Mimar Sinan’ın “ustalık eserim” olarak tanımladığı Selimiye Camii ve Külliyesi, mimari ve bezeme teknikleriyle Osmanlı’nın en görkemli yapılarından biri olarak 2011’de UNESCO Dünya Mirası Listesi’ne alınmıştır.
11	Çatalhöyük Neolitik Alanı	2012	Konya’daki Çatalhöyük, MÖ 7.400’lere uzanan geçmişi, özgün kentsel yerleşim düzeni ve zengin arkeolojik buluntularıyla erken Neolitik dönemi anlamada eşsiz bir kaynak olarak 2012’de UNESCO Dünya Mirası Listesi’ne alınmıştır.
12	Bursa ve Cumalıkızık: Osmanlı İmparatorluğu’nun Doğuşu	2014	Bursa ve Cumalıkızık, Osmanlı İmparatorluğu’nun kuruluş dönemine ait kentsel ve kırsal alanları, erken dönem sultan külliyelerini ve özgün bir vakıf köyü olan Cumalıkızık’ı içeren bütüncül mirasıyla 2014

Eser Adı	Yıl	Açıklama	
		yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne kaydedilmiştir.	
13	Bergama Çok Katmanlı Kültürel Peyzajı	2014	Bergama Antik Kenti, Helenistik ve Roma dönemlerinde önemli bir kültür ve yönetim merkezi olarak gelişen, anıtsal yapıları ve özgün şehir planıyla dikkat çektiği için 2014 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne alınmıştır.
14	Diyarbakır Kalesi ve Hevsel Bahçeleri	2015	Diyarbakır Kalesi ve Hevsel Bahçeleri, farklı uygarlıkların izlerini taşıyan surları, yazıtları ve tarihî peyzajıyla Roma döneminden günümüze uzanan kültürel sürekliliği yansıttığı için 2015 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne alınmıştır.
15	Efes	2015	Efes, Artemis Tapınağı kalıntıları, Celsus Kütüphanesi, teras evleri ve erken Hristiyanlık dönemiyle ilişkili kutsal alanlarıyla hem Helenistik-Roma mirasını hem de dini önemini yansıtan benzersiz bir antik kent olduğu için 2015 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne alınmıştır.
16	Ani Arkeolojik Alanı	2016	Ani Arkeolojik Alanı, MS 7–13. yüzyıllar arasında Ermeni, Bizans, Selçuklu ve Gürcü kültürlerinin izlerini taşıyan anıtsal mimarisi, dini yapıları ve İpek Yolu üzerindeki stratejik konumuyla Ortaçağ şehirciliğinin benzersiz bir örneği olarak 2016 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne alınmıştır.
17	Aphrodisias	2017	Aphrodisias Antik Kenti, Afrodit kültünün merkezi olarak ün kazanmış heykeltıraşlık okulu, kaliteli mermeri, çok sayıdaki yazıtı ve benzersiz mimari kalıntılarıyla öne çıkan, kesintisiz yerleşim geçmişiyle sanatsal ve kültürel açıdan büyük önem taşıyan bir alan olarak 2017 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne alınmıştır.
18	Göbekli Tepe	2018	Göbekli Tepe, MÖ 9.600–8.200 yıllarına tarihlenen T biçimli sütunları, ritüel amaçlı kabartmaları ve erken yerleşik yaşama dair benzersiz bulgularıyla insanlık tarihinin en eski ve en önemli arkeolojik yapı komplekslerinden biri olarak 2018'de UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne alınmıştır.

	Eser Adı	Yıl	Açıklama
19	Arslantepe Höyüğü	2021	Arslantepe Höyüğü, Fırat Nehri yakınında 8.000 yıl boyunca kesintisiz yerleşime sahne olması ve özellikle Geç Kalkolitik döneme ait saray kompleksi ile olağanüstü korunmuş arkeolojik buluntular sunması nedeniyle 2021’de UNESCO Dünya Mirası Listesi’ne alınmıştır.
20	Gordion	2023	Gordion, Ankara yakınlarında Frigya’nın başkenti olarak anıtsal mimarisi, Midas Tümülüsü, iyi korunmuş Demir Çağı yapıları ve stratejik konumuyla önemli bir ticaret ve kültür merkezi niteliği taşıyan, 2023’te UNESCO Dünya Mirası Listesi’ne kaydedilmiş benzersiz bir arkeolojik alandır.
21	Anadolu’nun Ortaçağ Dönemi Ahşap Hipostil Camileri	2023	2023 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi’ne kaydedilen Anadolu’nun Ortaçağ Ahşap Hipostil Camileri, özgün ahşap sütunlu taşıyıcı sistemleri, zengin ahşap işçiliği ve İslam mimarisindeki gelişmeleri yansıtan Afyon, Eskişehir, Ankara, Konya ve Kastamonu’daki beş camiden oluşan benzersiz bir mimari miras alanıdır.
22	Sardes Antik Kenti ve Bin Tepe Lidya Tümülüsleri	2025	2025 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi’ne kaydedilen Sardes Antik Kenti ve Bin Tepe Lidya Tümülüsleri, Lidya Krallığı’nın başkenti Sardes’in çok katmanlı tarihini ve kraliyet nekropolü Bin Tepeler’in anıtsal tümülüsleriyle oluşturduğu benzersiz kültürel peyzajı yansıtan önemli bir arkeolojik miras alanıdır.

Kaynak: UNESCO, 2025

UNESCO Dünya Mirası Listesi’ne dâhil edilen alanlara ek olarak, henüz adaylık süreci tamamlanmamış ancak gelecekte listeye alınması için önerilen mirasların yer aldığı Geçici Liste bulunmaktadır. Türkiye bu listeye ilk kez 1994 yılında başvurmuş olup, 2025 yılı itibarıyla 72 kültürel, 4 karma ve 3 doğal miras olmak üzere toplam 79 miras ile Geçici Liste’de yer almaktadır.

UNESCO’nun 2003 yılında kabul ettiği Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi, toplumların ya da bireylerin kültürel mirasları olarak gördükleri geleneklerin, bilgi ve becerilerin tanınmasını, korunmasını ve gelecek nesillere

aktarılmasını amaçlayan bir düzenlemedir. 2025 yılı itibarıyla Türkiye'nin Somut Olmayan Kültürel Miras Listelerinde toplam 32 mirası bulunmaktadır. Aşağıda yer alan Tablo 3.2'de bu eserlere yer verilmiştir.

Tablo 3.2. Türkiye'nin UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi

Miras Adı	Yıl	Açıklama	
1	Meddahlık Geleneği	2008	Meddahlık, tek bir anlatıcı tarafından icra edilen ve tarih boyunca toplumu eğitme, bilgilendirme ve eğlendirme işlevi üstlenen geleneksel Türk hikâye anlatıcılığı biçimi olup 2008 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Temsilî Listesi'ne kaydedilmiştir.
2	Mevlevi Sema Törenleri	2008	Mevlevilik, kökeni 1273 yılı Konya'sına dayanan ve özellikle semazenlerin dönme ritüeliyle tanınan tasavvufi bir gelenek olup, 2008 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Temsilî Listesi'ne kaydedilmiştir.
3	Âşıklık Geleneği (Halk Ozanlığı / Minstrellik)	2009	Âşıklık geleneği, saz eşliğinde şiir söyleyen gezgin ozanların kültürel değerleri aktaran performanslarıyla yaşatılan bir sözlü edebiyat biçimi olup, 2009 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Temsilî Listesi'ne kaydedilmiştir.
4	Karagöz	2009	Karagöz, gölge oyununa dayalı geleneksel Türk tiyatrosunun kültürel kimliği güçlendiren önemli bir unsuru olup, 2009 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Temsilî Listesi'ne kaydedilmiştir.
5	Geleneksel Sohbet Toplantıları	2010	Geleneksel Sohbet Toplantıları, toplumsal değerlerin kuşaktan kuşağa aktarılmasını ve yerel dayanışmanın güçlenmesini sağlayan önemli bir sosyal uygulama olarak 2010 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Temsilî Listesi'ne kaydedilmiştir.
6	Alevi-Bektaşî Ritüeli, Semah	2010	Semahlar, Alevi-Bektaşî inancının Cem ritüellerinde yer alan ve kadın-erkek birlikte icra edilen mistik bir dönüş ve müzik geleneği olarak 2010 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Temsilî Listesi'ne kaydedilmiştir.

7	Miras Adı	Yıl	Açıklama
	Kırkpınar Yağlı Güreş Festivali	2010	Kırkpınar Yağlı Güreş Festivali, Edirne’de yüzyıllardır sürdürülen köklü ritüelleri, pehlivanlık geleneği ve toplumsal değerleriyle öne çıkan bir kültürel etkinlik olarak 2010 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Temsilî Listesi’ne kaydedilmiştir.
8	Geleneksel Tören Keşkeği	2011	Keşkek geleneği, toplumsal dayanışma ve ortak üretim kültürünü yansıtan ritüel niteliğindeki geleneksel bir yemek hazırlama pratiği olarak 2011 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Temsilî Listesi’ne kaydedilmiştir.
9	Mesir Macunu Festivali	2012	Manisa’da her yıl düzenlenen Mesir Macunu Festivali, şifalı mesir macununun Sultan Camii’nden halka saçılması geleneğini yaşatan ve güçlü toplumsal dayanışma ile kültürel sürekliliği temsil eden bir etkinlik olarak 2012 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Temsilî Listesi’ne kaydedilmiştir.
10	Türk Kahvesi ve Geleneği	2013	2013 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Temsilî Listesi’ne kaydedilen Türk kahvesi, kendine özgü hazırlama ve pişirme teknikleriyle misafirperverlik, sosyal paylaşım ve kültürel ritüellerin simgesi haline gelen köklü bir gelenektir.
11	Ebru: Türk Kâğıt Süsleme Sanatı	2014	2014 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Temsilî Listesi’ne kaydedilen Ebru sanatı, doğal pigmentlerle hazırlanan boyaların yoğunlaştırılmış su yüzeyinde şekillendirilip kâğıda aktarılmasıyla oluşturulan geleneksel bir süsleme tekniği olup, usta-çırak ilişkisiyle aktarılan, toplumsal bağları ve kültürel kimliği güçlendiren köklü bir sanat geleneğidir.
12	İnce Ekmek Yapımı ve Paylaşımı Geleneği: Lavaş, Katırma, Jupka, Yufka	2016	2016 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Temsilî Listesi’ne kaydedilen yufka ekmek yapma ve paylaşma geleneği, Azerbaycan, İran, Kazakistan, Kırgızistan ve Türkiye’de aile ve topluluk üyelerinin birlikte yürüttüğü, toplumsal dayanışmayı, misafirperverliği ve ortak kültürel değerleri güçlendiren köklü bir uygulamadır.

	Miras Adı	Yıl	Açıklama
13	Geleneksel Çini Sanatı	2016	2016 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Temsilî Listesi'ne kaydedilen çini yapımı, Türkiye'de kilin şekillendirilmesinden desenleme, boyama ve fırınlamaya uzanan ustalık gerektiren süreçleriyle kültürel kimliği yansıtan, kuşaktan kuşağa aktarılan köklü bir sanat geleneğidir.
14	Bahar Bayramı Hıdırellez	2017	2017 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Temsilî Listesi'ne kaydedilen Hıdırellez, her yıl 6 Mayıs'ta doğanın uyanışı, bereket ve refah dilekleri için Hızır ve İlyas'a atfedilen çeşitli ritüel ve törenlerin gerçekleştirildiği geleneksel bir bahar bayramıdır.
15	Dede Korkut - Korkut Ata Mirası: Kültürü, Efsaneleri ve Müziği	2018	Dede Korkut mirası, bilge ozan Dede Korkut etrafında şekillenen kahramanlık hikâyeleri ile geleneksel müziklerin sözlü kültür yoluyla kuşaktan kuşağa aktarıldığı köklü bir destansı gelenektir ve 2018 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Temsilî Listesi'ne alınmıştır.
16	Geleneksel Türk Okçuluğu	2019	Geleneksel Türk Okçuluğu, yaya ve atlı disiplinlerde uygulanan teknikler, donanım ustalığı, eğitim pratikleri ve sosyal ritüelleriyle köklü bir kültürel miras niteliği taşımakta olup, 2019 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Temsilî Listesi'ne kaydedilmiştir.
17	Minyatür Sanatı	2020	Minyatür, çeşitli malzemeler üzerine inançları, dünya görüşlerini ve yaşam biçimlerini betimleyen küçük ölçekli resimler üretme geleneğini ifade eden iki boyutlu bir sanat türü olup, farklı ülkelerde biçimsel çeşitlilik gösterse de ortak teknik ve estetik özellikleriyle bütünleşen bu kültürel uygulama 2020 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Temsilî Listesi'ne kaydedilmiştir.
18	Geleneksel Zekâ ve Strateji Oyunu: Togyzqumalaq, Toguz Korgool, Mangala/Göçürme	2020	Togyzqumalaq / Toguz Korgool / Mangala gibi geleneksel zekâ ve strateji oyunları, çukurlara dağıtılan taş veya benzeri materyallerle oynanan ve ahşap ile taş oymacılığı gibi geleneksel zanaatlarla da ilişkili kültürel bir oyun pratiği olup, farklı varyasyonlarıyla sürdürülen bu köklü gelenek 2020 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Temsilî Listesi'ne kaydedilmiştir.

Miras Adı	Yıl	Açıklama
19 Hüsn-i Hat, Türkiye’de İslam Sanatında Geleneksel Güzel Yazı	2021	Hüsn-i Hat, Arapça kökenli harflerin belirli estetik ve orantı kurallarına göre geleneksel araçlarla yazılmasına dayanan köklü bir hat sanatı olup Kur’an, hadis, şiir ve resmî yazışmalardan mimari süslemelere kadar geniş bir kullanım alanına sahip bu kadim pratik, 2021 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsilî Listesi’ne kaydedilmiştir.
20 Çay Kültürü: Kimlik, Misafirperverlik ve Toplumsal Etkileşim Sembolü	2022	Azerbaycan ve Türkiye’de misafirperverliğin, sosyal etkileşimin ve toplumsal dayanışmanın sembolü olan çay kültürü, günlük yaşamın vazgeçilmez bir parçası olarak güçlü bir kültürel kimlik oluşturan ortak bir sosyal pratik niteliği taşımakta olup 2022 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsilî Listesi’ne kaydedilmiştir.
21 İpek Böcekçiliği ve Dokuma için İpeğin Geleneksel Üretimi	2022	İpek böcekçiliği ve geleneksel ipek üretimi, dut ağacı yetiştirilmesinden kozalardan lif sarımına, ipliklerin boyanıp dokuma ürünlerine dönüştürülmesine kadar tüm süreci kapsayan ve kültürel kimlik ile İpek Yolu’na dayanan köklü zanaat geleneğini temsil eden bir uygulama olarak 2022 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsilî Listesi’ne kaydedilmiştir.
22 Nasreddin Hoca/Molla Nesreddin/Molla Ependi/Apendi/Afendi Kozhanasyr Fıkra Anlatma Geleneği	2022	Nasreddin Hoca Fıkra Anlatma Geleneği, Azerbaycan’dan Türkiye’ye kadar geniş bir coğrafyada ortak miras olarak yaşatılan, bilgelik ve mizahı bir araya getiren ve toplumsal olayları sürprizli, hazır cevaplı anlatımlarla yorumlayan fıkraların sözlü aktarım geleneği olup 2022 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsilî Listesi’ne kaydedilmiştir.
23 Təzhib/Tazhib/Zarhalk ori/Tezhip/Naqqoshlik	2023	Tezhip, altın varak ve boyayla el yazmaları ile hat ve minyatürleri sembolik desenlerle bezeyen, hem geleneksel hem de çağdaş biçimlerde sürdürülen köklü bir süsleme sanatı olup 2023 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsilî Listesi’ne kaydedilmiştir.
24 İftar/Eftari/İftar/İftor ve Sosyo-Kültürel Gelenekleri	2023	İftar, Ramazan ayında gün batımında orucun açılmasıyla gerçekleştirilen ve farklı yaş, cinsiyet ve kökenden insanların bir araya gelerek toplumsal

Miras Adı	Yıl	Açıklama	
		dayanışmayı, paylaşmayı ve sosyal etkileşimi güçlendirdiği bir gelenek olup 2023 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsilî Listesi'ne kaydedilmiştir.	
25	Balaban/Mey Zanaatkârlığı ve İcra Sanatı	2023	Balaban/Mey, üç parçalı yapısı ve zanaatkârlıkla şekillenen geleneksel nefesli çalgı formuyla Azerbaycan ve Türkiye’de güçlü bir kültürel kimlik, toplumsal dayanışma ve ortak hafıza yaratan bir müzik geleneği olup 2023 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsilî Listesi’ne kaydedilmiştir.
26	Sedef Kakma İşçiliği	2023	Sedef kakma, sedefin oyma, yerleştirme ve cilalama teknikleriyle ahşap yüzeylere işlenmesi sonucunda ortaya çıkan geleneksel bir zanaat olup hem sanat üretimi hem de kültürel hafızanın korunmasına katkı sağlayan bu uygulama, 2023 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsilî Listesi’ne kaydedilmiştir.
27	Geleneksel Gayda/Tulum Yapımcılığı ve İcrası	2024	Geleneksel Gayda/Tulum, Türkiye’nin Doğu Karadeniz ve Trakya bölgeleri ile Kuzey Makedonya’da icra edilen, toplulukları sosyal etkinliklerde bir araya getiren ve kültürel kimliği yansıtan bir üflemeli çalgı olup, hasat ve göçebelik ritüellerindeki öneminden dolayı aidiyet ve dayanışmayı güçlendiren bu unsur 2024 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsilî Listesi’ne kaydedilmiştir.
28	Nevruz	2024	Nevruz, 21 Mart’ta Afganistan’dan Türkiye’ye, Orta Asya’dan Moğolistan’a uzanan geniş bir coğrafyada yeni yılın başlangıcı olarak kutlanan; iki hafta boyunca ateş ve su ritüelleri, özel sofralar, ziyaretler, hediyeler, müzik, dans, el sanatları ve geleneksel sporlarla toplumsal dayanışma, hoşgörü ve barışı güçlendiren, kuşaktan kuşağa aktarılan kültürel bir bayram olup 2009’da yedi ülkeyle başlayan, 2016’da 12 ülkeye genişleyen ve 2024’te Moğolistan’ın eklenmesiyle 13 ülke tarafından UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsilî Listesi’ne dâhil edilen bir mirastır.
29	Antep İşi Nakışı	2025	Antep İşi Nakışı, kuşaktan kuşağa aktarılan teknik ve motifleriyle bölgesel kimliği yansıtan, kadınlar

Miras Adı	Yıl	Açıklama	
		tarafından sözlü ve uygulamalı olarak sürdürülen, günlük yaşamda çeşitli tekstil ürünlerinde kullanılan ve 2025 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Temsili Listesi’ne kaydedilen geleneksel bir iğne işi zanaatıdır.	
30	Islık Dili	2017	Islık dili, sarp ve engebeli coğrafyada uzun mesafeli iletişimi mümkün kılmak için geliştirilmiş, kelimelerin ıslıkla ifade edildiği bir iletişim biçimi olup özellikle açık alanda çalışan tarımcı toplulukların kültürel kimliğini ve dayanışma duygusunu yansıtan bu özgün uygulama, 2017 yılında Acil Koruma Gerektiren Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi’ne kaydedilmiştir.
31	Geleneksel Ahlat Taş İşçiliği	2022	Geleneksel Ahlat Taş İşçiliği, Nemrut Dağı eteklerinden çıkarılan volkanik Ahlat taşının kesilmesi, şekillendirilmesi ve el aletleriyle bezemeler yapılarak mimari ve sanat eserlerine dönüştürülmesini kapsayan köklü bir zanaat olup 2022 yılında Acil Koruma Gerektiren Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi’ne kaydedilmiştir.
32	Zeytin Yetiştiriciliği ile İlgili Geleneksel Bilgi, Yöntem ve Uygulamalar	2023	Türkiye’de zeytin yetiştiriciliği, delice adı verilen yabani zeytinlerin aşılınması, budanması, gübrelenmesi ve zeytinlerin geleneksel bilgiye dayalı yöntemlerle hasat edilip işlenmesini içeren köklü bir uygulama olup, 2023 yılında Acil Koruma Gerektiren Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi’ne kaydedilmiştir.

Kaynak: UNESCO, 2025

UNESCO'nun 1992 yılında oluşturduğu Dünya Belleği Programı, insanlığın ortak belgesel mirasını korumayı, erişime açmayı ve bu mirasın taşıdığı değere ilişkin küresel farkındalık oluşturmaya amaçlayan uluslararası bir girişimi temsil etmektedir. Savaşlar, doğal afetler, toplumsal karışıklıklar ve ihmal gibi nedenlerle zarar gören ya da yok olma riski bulunan belgesel mirasın korunması için devletler arasında iş birliğini teşvik eden program, seçkin nitelikteki belge koleksiyonlarının Dünya Belleği Uluslararası Kütüğünde kayıt altına alınmasına olanak sağlamaktadır. 2025 yılı itibarıyla Türkiye bu

kütükte 12 miras unsuruyla yer almaktadır (UNESCO, 2025). Aşağıda yer alan Tablo 3.3’de bu eserlere yer verilmiştir.

Tablo 3.3. Türkiye'nin UNESCO'nun Dünya Belleği Programında Yer Alan Eserleri

Eser	Yıl	Açıklama
1 Boğazköy Hitit Tabletleri	2001	Boğazköy’deki çivi yazılı kil tablet arşivi, yaklaşık 25.000 tablet aracılığıyla Hitit uygarlığının siyasal, sosyal, ekonomik, askerî, hukuki ve kültürel yapısını belgeleyen ve Kadeş Antlaşması’nın tabletlerini de içeren, 2001 yılında UNESCO Dünya Belleği Uluslararası Kütüğüne kaydedilmiş benzersiz bir tarihsel kayıt bütünüdür.
2 Boğaziçi Üniversitesi Gözlem ve Deprem Araştırma Enstitüsü Kandilli Rasathanesi El Yazmaları	2001	Boğaziçi Üniversitesi Kandilli Rasathanesi’nde bulunan ve 11. yüzyıldan 20. yüzyıl başlarına uzanan 1339 eserden oluşan el yazmaları koleksiyonu, Osmanlı ve İslam bilim tarihinin matematik, astronomi, astroloji ve coğrafya alanlarındaki birikimini yansıtan, Takıyüddin, Ali Kuşçu ve Birûnî gibi önemli isimlerin eserlerini içeren ve 2001 yılında UNESCO Dünya Belleği Uluslararası Kütüğüne kaydedilen seçkin bir belgesel miras bütünüdür.
3 İstanbul Süleymaniye Kütüphanesi İbn-i Sina Yazmaları Koleksiyonu	2003	İstanbul Süleymaniye Kütüphanesi’nde yer alan ve İbn-i Sina’nın tüm eserlerinin yazma nüshalarını içeren, yaklaşık 600 el yazmasından oluşan bu kapsamlı koleksiyon, felsefeden tıba uzanan geniş bir bilimsel üretimi yansıtmaları ve bazı nüshaların erken dönem çoğaltmaları ile özgün sanat unsurlarını taşıması nedeniyle dünya çapında eşsiz bir belgesel miras niteliği taşımakta olup, 2003 yılında UNESCO Dünya Belleği Uluslararası Kütüğüne kaydedilmiştir.
4 Evliya Çelebi Seyahatnamesi	2013	Evliyâ Çelebi’nin Osmanlı dünyası ve komşu coğrafyalar üzerine ayrıntılı gözlemlerini içeren 10 ciltlik Seyahatnâmesi, 45 ülke ve 257 şehre ilişkin çok yönlü betimlemeleriyle İslâm edebiyatının en uzun ve en kapsamlı seyahat anlatısı olarak kabul edilen ve nüshaları Topkapı Sarayı ile Süleymaniye kütüphanelerinde korunan, 2013 yılında UNESCO Dünya Belleği Uluslararası Kütüğüne kaydedilmiş seçkin bir belgesel mirastır.

Eser	Yıl	Açıklama	
5	Kültepe Tabletleri	2015	Yaklaşık 23.500 çivi yazılı belgeden oluşan Kültepe Tabletleri, dört bin yıl önce Anadolu’da faaliyet gösteren Eski Asur tüccarlarının ticaret ve günlük yaşamına ilişkin ayrıntılı kayıtları içeren, dünya tarihinin en kapsamlı özel ticaret arşivlerinden biri olarak kabul edilen ve 2015 yılında UNESCO Dünya Belleği Uluslararası Kütüğüne kaydedilen benzersiz bir belgesel mirastır.
6	Dîvânu Lugâtî't-Türk	2017	Kaşgarlı Mahmud’un 11. yüzyılda kaleme aldığı Dîvânu Lugâtî't-Türk, Türk dili, kültürü ve toplumsal yaşamına ilişkin sözlük, etnografik betimleme, edebî örnekler ve coğrafi tasvirleri bir arada sunan benzersiz bir kaynak olarak değerlendirilen ve 2017 yılında UNESCO Dünya Belleği Uluslararası Kütüğüne kaydedilen temel bir belgesel mirastır.
7	Pîrî Reis’in Dünya Haritası	2017	Pîrî Reis’in 1513 tarihli ve 1929’da Topkapı Sarayı’nda keşfedilen Dünya Haritası, Kolomb’un Amerika seferlerine ilişkin en eski kartografik bilgileri Doğu ve Batı kaynaklarıyla birleştiren, Yeni Dünya kıyılarını dikkat çekici doğrulukla betimleyen, parşömen üzerine işlenmiş sanatsal öğeleriyle kartografya tarihinin en nitelikli örneklerinden biri olarak kabul edilen ve bu özellikleri nedeniyle 2017’de UNESCO Dünya Belleği Uluslararası Kütüğüne kaydedilen seçkin bir belgesel mirastır.
8	Kâtip Çelebi Koleksiyonu: Cihannümâ ve Keşfü'z-Zunûn	2023	“Kâtip Çelebi Koleksiyonu: Cihannümâ ve Keşfü’z-Zunûn”, Osmanlı düşünce dünyasının 17. yüzyıldaki en önemli iki eseri olarak Doğu ve Batı coğrafya birikimini birleştiren ilk sistematik Osmanlı coğrafya kitabı Cihannümâ ile 15.000’e yakın eser ve 10.000 civarında müellifi alfabetik düzenle kayda geçiren modern bibliyografya ve ansiklopedilerin öncüsü niteliğindeki Keşfü’z-Zunûn’u bir arada sunan, bilim tarihi açısından evrensel değer taşıyan ve bu nitelikleri nedeniyle 2023 yılında UNESCO Dünya Belleği Uluslararası Kütüğüne kaydedilen seçkin bir belgesel mirastır.
9	Mevlâna Külliyyatı	2023	“Mevlâna Külliyyâtı”, Masnavî, Divân-ı Şems, Fîhi Mâ Fîh, Mecâlis-i Seb’a ve Mektûbât gibi temel tasavvufî ve edebî eserlerin 13–17. yüzyıllara ait yazma

Eser	Yıl	Açıklama	
		nüshalarını bir araya getirerek Mevlâna'nın düşünce dünyasını, evrensel öğretilerini ve tasavvuf geleneğine etkisini yansıtan, farklı ülkelerde korunan geniş bir belgesel miras bütünü olup 2023 yılında UNESCO Dünya Belleği Uluslararası Kütüğüne kaydedilmiştir.	
10	Yıldız Sarayı Fotoğraf Koleksiyonu	2023	“Yıldız Sarayı Fotoğraf Koleksiyonu”, Sultan II. Abdülhamid döneminde oluşturulan ve 922 albüm ile 37.178 fotoğraf aracılığıyla Osmanlı hanedanı, şehir yaşamı, mimari, toplumsal yapı, arkeoloji, doğal afetler, askerî kurumlar ve 47 farklı ülkeden görüntüler gibi geniş bir görsel çeşitliliği belgeleyen, dünya çapında nadir kapsamlılığa sahip bir arşiv olarak 2023 yılında UNESCO Dünya Belleği Uluslararası Kütüğüne kaydedilmiştir.
11	Câmiu't-Tevârih	2025	“Câmiu't-Tevârih”, Reşîdüddin Fazlullâh-ı Hemedânî'nin 14. yüzyıl başlarında kaleme aldığı ve Türk-Moğol tarihinden İslâm medeniyetlerine, Çin, Hindistan ve Avrupa toplumlarına kadar geniş bir kültürel ve tarihsel perspektifi ansiklopedik biçimde bir araya getiren, minyatürleriyle döneminin entelektüel birikimini yansıtan ve bu nitelikleriyle modern dünya tarihçiliğinin ilk örneği kabul edilen temel bir eser olup 2025 yılında UNESCO Dünya Belleği Uluslararası Kütüğüne kaydedilmiştir.
12	Karatepe-Aslantaş Yazıtları	2025	“Karatepe-Aslantaş Yazıtları”, MÖ 8. yüzyılda Asativatas tarafından sınır kalesi olarak inşa edilen ve anıtsal kapıları, kabartmaları ile dönemin kültürel yaşamını yansıtan buluntulara ev sahipliği yapan Karatepe-Aslantaş'ta yer alan, Fenike ve Luwi dillerinde düzenlenmiş en uzun çift dilli metinleri sayesinde Anadolu hiyerogliflerinin çözülmesine imkân tanıyan ve bu nedenle 2025 yılında UNESCO Dünya Belleği Uluslararası Kütüğüne kaydedilen benzersiz bir belgesel mirastır.

Kaynak: UNESCO, 2025

UNESCO'nun koruma odaklı bir diğer küresel girişimi Dünya Biyosfer Rezervleri Ağı olup, ekosistemlerin korunması, sürdürülebilir kalkınma uygulamalarının desteklenmesi ve bilimsel araştırmaların teşvik edilmesi amacıyla oluşturulan bu ağ,

günümüzde 134 ülkede yer alan 738 biyosfer rezervini kapsamaktadır. 2024 yılı itibarıyla Türkiye, bu programa tek bir biyosfer rezervi ile üye konumdadır. Türkiye'nin ilk ve tek biyosfer rezervi olan ve 2005 yılında ilan edilen Camili Biyosfer Rezervi, Artvin'in Borçka ilçesinde Karçal Dağları'nın yüksek biyolojik çeşitliliği içinde 23'ü endemik 990 bitki türü, ılıman yağmur ormanları, alp ve alt alp kuşakları ile sulak alanlar gibi benzersiz ekosistemleri barındıran, Kafkas Arısı dâhil zengin bir fauna çeşitliliğine ve göçmen kuşlar için kritik bir geçiş noktası işlevine sahip olup, yerel halkın geleneksel fındık yetiştiriciliği ve bal üretimi ile bütünleşen yaşam biçimini destekleyen ve ilanından bu yana eko-turizm faaliyetlerinin artış gösterdiği önemli bir koruma alanıdır (UNESCO, 2025).

UNESCO Küresel Jeoparkları, uluslararası jeolojik öneme sahip alanların koruma, eğitim ve sürdürülebilir kalkınma ilkeleriyle bütüncül bir biçimde yönetildiği coğrafi bölgeler olup, jeolojik mirası doğal ve kültürel unsurlarla birlikte ele alarak iklim değişikliği, doğal afet riski ve sürdürülebilir kaynak kullanımı gibi toplumsal konularda farkındalık yaratmakta, yerel topluluklarda kimlik ve aidiyet geliştirmekte, yerel girişimleri desteklemekte ve jeoturizmi teşvik ederken jeolojik kaynakların korunmasına katkı sağlamaktadır. Günümüzde 48 ülkede toplam 213 UNESCO Küresel Jeopark bulunmaktadır. 2001 yılında ortaya çıkan bu yaklaşım, 2004'te Küresel Jeoparklar Ağı'nın oluşturulmasıyla kurumsal bir çerçeveye kavuşmuş ve 2015 yılında Uluslararası Jeobilim ve Jeoparklar Programı'nın kabulüyle resmîyet kazanmıştır. Türkiye'de ise bu statüye sahip ilk ve tek alan, jeolojik çeşitliliği ve jeoturizm potansiyeli ile öne çıkan Manisa'daki Kula-Salihli UNESCO Küresel Jeoparkı alanıdır.

Kula-Salihli UNESCO Küresel Jeoparkı, Manisa'nın Kula ve Salihli ilçelerini kapsayan Gediz Grabeni ve Batı Anadolu'nun tektonik açıdan etkin alanları üzerinde Paleozoik metamorfik kayalardan tarih öncesi volkanizmaya uzanan 200 milyon yılı aşkın jeolojik birikimi, lav platoları, lav mağaraları, bazalt sütunlar, fay sistemleri ve yelpaze birikintileri gibi karakteristik oluşumları ile Homoerectus Vadisi, Çakallar insan ayak izi fosilleri, Kanlıkaya kaya resimleri ve Sardis antik kenti gibi arkeolojik ve kültürel değerleri bütüncül biçimde sunan; Kula Jeopark Ziyaretçi Merkezi ve JARUM gibi eğitim ve araştırma birimleri aracılığıyla jeoturizm ve jeo-eğitim faaliyetlerini destekleyerek yerel toplulukların sosyoekonomik gelişimine katkı sağlayan kapsamlı bir jeolojik miras alanıdır.

UNESCO Öğrenen Şehirler Küresel Ağı, yaşam boyu öğrenmeyi kentlerin sürdürülebilir kalkınmasının merkezine yerleştiren ve her yaştan birey için kapsayıcı, erişilebilir ve nitelikli öğrenme fırsatları oluşturmayı amaçlayan uluslararası bir programdır. Türkiye bu ağa aktif biçimde katılmakta olup Eskişehir, Konya, Hatay, Afyonkarahisar, Balıkesir, İzmir, Bursa, Sakarya ve Yozgat olmak üzere toplam 9 şehir ile UNESCO Öğrenen Şehirler arasında yer almaktadır.

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı, 2004 yılında kültürel çeşitliliği desteklemek ve şehirlerin yaratıcı endüstriler aracılığıyla ekonomik, sosyal ve kültürel gelişimini güçlendirmek amacıyla oluşturulan geçmişleri, kültürel birikimleri ve dinamiklerini sayesinde yaratıcılığın yeni biçimlerini üretebilen kentleri bir araya getiren uluslararası bir girişimdir. Program, şehirlerin kendi kapasitelerine göre odaklanabileceği 8 tema (edebiyat, film, müzik, zanaat ve halk sanatları, tasarım, gastronomi, medya sanatları ve mimari) çerçevesinde şekillenmekte olup, günümüzde ağın 350 üyesi bulunmaktadır. 2024 yılı itibarıyla Türkiye, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'nda 8 şehir ile temsil edilmekte olup bu şehirler; Gaziantep (Gastronomi, 2015), Hatay (Gastronomi, 2017), İstanbul (Tasarım, 2017), Kütahya (Zanaat ve Halk Sanatları, 2017), Afyonkarahisar (Gastronomi, 2019), Kırşehir (Müzik, 2019), Bursa (Zanaat ve Halk Sanatları, 2021) ve Şanlıurfa (Müzik, 2023) şeklinde sıralanmaktadır.

Miras turizmi çeşitli etik tartışmalara da konu olmaktadır. UNESCO'nun sürdürülebilirlik odaklı yaklaşımına rağmen, bir alanın miras statüsü kazanması turist akınını artırarak kimi zaman miras alanının fiziksel bütünlüğünü tehdit edebilmektedir. Bu bağlamdaki temel eleştiriler aşırı turizmin kültürel ve doğal kaynaklarda tahribata yol açması, mirasın ticarileşmesiyle otantikliğin zedelenmesi, dünya mirası listesindeki dengesiz dağılımın gelişmiş ülkelerin diplomatik gücünden etkilenmesi ve özellikle gelişmekte olan ülkelerde yetersiz yönetim, yolsuzluk ve kontrolsüz şehirleşme nedeniyle miras alanlarının risk altında olması şeklinde özetlenebilir (Ashworth, 2000; Birendra, 2021; Hosseini ve diğerleri, 2021; Pekerşen ve diğerleri, 2019).

Miras turizminin sürdürülebilir yönetimi, koruma, turistik kullanım ve yerel kalkınma arasında dengeli bir yaklaşım gerektirir. Bu kapsamda, tehditlerin bilimsel yöntemlerle analiz edilmesi, mirasın niteliğine uygun stratejilerin geliştirilmesi, yenilikçi teknolojilerin kullanılması ve yerel toplulukların sürece aktif katılımı temel unsurlardır.

Ancak aşırı turizm, gelişmekte olan ülkelerdeki yönetim ve finansman yetersizlikleri ile diplomatik eşitsizlikler sürdürülebilirliği zorlaştırmaktadır. Bu nedenle UNESCO'nun süreçleri basitleştirmesi ve uluslararası destek mekanizmalarının güçlendirilmesi önerilmektedir. Genel olarak başarılı bir miras turizmi yönetimi, yalnızca ekonomik kazanca değil, mirasın özgünlüğünün korunmasına, deneyim kalitesinin artırılmasına ve turist sadakatinin güçlendirilmesine odaklanan uzun vadeli bir strateji olmalıdır.

SONUÇ

Kültüre dayalı özel ilgi turizmi, Türkiye'nin kültürel mirasını görünür kılan, toplumsal hafızayı güçlendiren ve turizm çeşitliliğini artıran önemli bir alan hâline gelmiştir. Bu çalışma kapsamında ele alınan dark turizm, arkeoturizm, diaspora turizmi, etnik turizm, etkinlik turizmi, film-dizi turizmi, inanç turizmi kongre turizmi, ipek yolu turizmi ve miras turizmi türlerin her biri, ziyaretçilerin kültürel değerlerle kurdukları ilişkiyi farklı boyutlarıyla ele almaktadır. Bu çeşitlilik, kültüre dayalı özel ilgi turizmini hem ekonomik açıdan yüksek bir potansiyel taşıyan hem de dikkatli yönetilmesi gereken bir alan hâline getirmektedir. Türkiye'nin tarihsel derinliği, çok katmanlı kültürel yapısı ve güçlü miras envanteri, bu turizm türlerinin sürdürülebilir gelişimi için önemli fırsatlar sunmaktadır.

Bu potansiyelin uzun vadede korunması ve geliştirilmesi için öncelikle kültürel alanların bütüncül bir yönetim anlayışıyla ele alınması gerekmektedir. UNESCO alan yönetim planlarının düzenli olarak güncellenmesi, taşıma kapasitesinin hassas biçimde izlenmesi ve özellikle kırılgan arkeolojik alanlarda daha sıkı koruma önlemlerinin uygulanması, bu mirasın gelecek kuşaklara sağlıklı bir biçimde aktarılmasını mümkün kılacaktır. Ziyaretçi yoğunluğunu yönetmeye yönelik uygulamalar, rezervasyon sistemleri, zaman aralıklı girişler ve dijital biletleme gibi yöntemlerle desteklenmeli, teknolojik izleme araçlarıyla aşırı kullanımın önüne geçilmelidir. Böylece hem kültürel alanların fiziksel yükü azalacak hem de ziyaretçi deneyimi daha nitelikli bir hâle gelecektir.

Kültüre dayalı özel ilgi turizminin sürdürülebilirliği açısından yerel toplulukların sürece aktif biçimde dahil edilmesi kritik önem taşımaktadır. Turizmin yoğun olduğu bölgelerde topluluk temelli yaklaşımların benimsenmesi, yerel halkın hem ekonomik kazanç elde etmesini hem de kültürel bütünlüğünü korumasını sağlayacaktır. Gelir

paylaşımına yönelik adil modellerin yaygınlaştırılması, kooperatif temelli girişimlerin desteklenmesi ve kültürel temsillerde yerel toplulukların rızasının gözetilmesi, turizmin sosyal etkilerini olumlu yönde güçlendirecektir.

Tanıtım ve iletişim politikalarının bilimsel temellere dayanması da önemli bir gerekliliktir. Özellikle arkeoturizm ve film-dizi turizmi gibi alanlarda kültürel mekânların abartılı, spekülatif veya hatalı anlatımlarla sunulması, hem bilgi kirliliğine hem de miras alanlarının yanlış algılanmasına yol açabilmektedir. Bu nedenle arkeologlar, müzeler, akademisyenler ve destinasyon yönetim örgütleri arasında ortak içerik üretimi yapılması; Göbeklitepe, Karahantepe ve Çatalhöyük gibi alanlarda bilimsel açıklamalara dayalı yenilikçi anlatım tekniklerinin (AR/VR teknolojileri, dokunsal öğrenme üniteleri, doğru hikâyeleştirme uygulamaları) yaygınlaştırılması büyük önem taşımaktadır. Film ve dizi yapımlarının destinasyon imajına etkisi göz önünde bulundurularak dijital platformlarla işbirliği yapılması, kültürel temsillerin daha sağlıklı bir çerçevede yönetilmesine katkı sağlayacaktır.

Turizmin geleceği açısından dijitalleşme ve veri temelli planlama süreçleri giderek daha belirleyici hâle gelmektedir. Kültüre dayalı özel ilgi turizmi türlerinin her biri için düzenli veri toplama mekanizmalarının kurulması, ziyaretçi profillerinin analiz edilmesi ve etkilerin ölçülmesi, doğru politikaların geliştirilmesini kolaylaştıracaktır. Üniversiteler, yerel yönetimler ve araştırma kurumları arasında kurulacak işbirlikleri hem bilimsel bilgi üretimini artıracak hem de sahaya yönelik stratejik kararların niteliğini yükseltecektir. Rehberler, müze çalışanları ve destinasyon yöneticilerinin bu alanlara özgü eğitimlerle desteklenmesi de profesyonel kapasitenin güçlenmesine katkı sağlayacaktır.

Türkiye'nin küresel turizmde rekabet gücünü artırmasında uluslararası tanıtım ve kültürel diplomasi odaklı yaklaşımlar stratejik bir önem taşımaktadır. Diaspora topluluklarına yönelik özel programların, kültürel miras rotalarının ve festivallerin geliştirilmesi hem duygusal bağları güçlendirmekte hem de ülkenin kültürel çeşitliliğinin dünya kamuoyuna aktarılmasına katkı sağlamaktadır. Film ve dizi turizmine ilişkin uluslararası kampanyaların genişletilmesi, destinasyonların dijital yönlendirmelerle görünür kılınması, Türkiye'nin medya aracılığıyla kazandığı küresel ilgiyi daha etkili bir turizm değerine dönüştürebilmektedir. Aynı şekilde Yörük, Laz, Alevi-Bektaşî ve Rum-

Süryani gibi farklı kültürel kimlikleri yansıtan ürünlerin uluslararası markalaşma stratejileriyle desteklenmesi, kültürel turizmin çeşitlenmesine ve derinleşmesine önemli katkılar sunmaktadır.

Tüm bu değerlendirmeler doğrultusunda kültüre dayalı özel ilgi turizmi, ekonomik getirinin ötesine geçerek kültürel mirasın korunmasına, toplumsal hafızanın sürdürülmesine ve kültürlerarası etkileşimin güçlenmesine katkı sağlayan çok yönlü bir değer alanı olarak ortaya çıkmaktadır. Bu alanın sürdürülebilir biçimde gelişmesi ise koruma odaklı, topluluk temelli, bilimsel bilgiye dayalı ve dijital teknolojileri etkin biçimde kullanan bütüncül bir yaklaşımın benimsenmesini gerektirmektedir. Türkiye, bu yaklaşımı başarıyla hayata geçirdiği ölçüde kültürel zenginliğini daha görünür kılacak, turizm çeşitliliğini artıracak ve uluslararası ölçekte daha güçlü bir destinasyon kimliği oluşturacaktır.

KAYNAKÇA

- Adie, B. A. (2017). Franchising our heritage: The UNESCO world heritage brand. *Tourism Management Perspectives*, 24, 48–53.
- Afkhami, B. (2021). Archaeological tourism; characteristics and functions. *Journal of Historical Archaeology & Anthropological Sciences*, 6(2), 57–60.
- Ahmed, Y. ve Ünüvar, Ş. (2022). Film tourism and its impact on tourism destination image. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (8), 102–117.
- Aliağaoğlu, A. (2004). Sosyo-kültürel miras turizmi ve Türkiye’den örnekler. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2(2), 50–64.
- Ashworth, G. J. (2000). Heritage, tourism and places: A review. *Tourism recreation research*, 25(1), 19–29.
- Atak, O. (2023). Etkinlik Turizmi. M. Dalgın, T. & Civelek (Ed.), *Turizmde Değişim ve Yeni Arayışlar* içinde (ss. 65–78). Özgür Yayınları. doi:<https://doi.org/10.58830/ozgur.pub286.c1123>
- Avcı, M. ve Sartayeva, K. (2020). İpek yolu’ndaki kültürel mirasın dünya turizmine kazandırılması: Kazakistan örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 14–37.
- Ayaz, E. N. ve Kanca, B. (2023). A Socio-Cultural Research on The People of Yağlıdere Living in The Usa within The Scope of Diaspora Tourism. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(4), 3667–3686.
- Bilgili, H. A. ve Sırrı, C. (2023). Kültürel Etkinlikler ve Dijitalleşme Sürecinin Yansımaları. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 10(93), 572–589.
- Biran, A. ve Hyde, K. F. (2013). New perspectives on dark tourism. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(3), 191–198.
- Birendra, K. C. (2021). A comprehensive analysis of threats to UNESCO WHSs in danger. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 2(1), 100013.
- Birinci, S., Kaymaz, Ç. K. ve Camcı, A. (2018). Göbekli Tepe’nin arkeolojik turizm potansiyelinin değerlendirilmesi (Şanlıurfa). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(3), 1351–1367.
- Blasco López, M. F., Recuero Virto, N., Aldas Manzano, J. ve Garcia-Madariaga, J. (2018). Tourism sustainability in archaeological sites. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 8(3), 276–292.
- Bulut, Z. ve İli, N. D. (2022). Türkiye ve dünyadaki “hüzün turizmi” çalışmalarının bibliyometrik analizi. *Turizm Akademisyenleri Derneği*.
- Camgöz, C. ve İstanbullu Dinçer, F. (2017). Modern ipek yolu projesi çerçevesinde ulaştırma ağlarının turizme katkıları. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(3), 41–58.
- Çetinsöz, B. C. (2017). Karanlık (dark) alanları ziyaret eden yerli turistleri motive eden etmenler: Ankara Ulucanlar Cezaevi Müzesine yönelik bir içerik analizi.

- Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu*, 18–20.
- Choe, J. (2025). Religious tourism. *Tourism Geographies*, 27(3–4), 830–839.
- Çıkkı, K. D. (2022). Bibliometric analysis of diaspora tourism studies. *The Central European Journal of Regional Development and Tourism*, 14(2), 6281.
- Çınar, K., Bal, E. ve Zafer Kavacık, S. (2024). Kültür Turizminin Gelişiminde Kültürel Etkinliklerin Önemi: Yerel Halkın Kültürel Etkinlik Farkındalığı Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 12(4), 3036–3057.
- Coles, T., Duval, D. T. ve Hall, C. M. (2012). Tourism, mobility, and global communities: New approaches to theorising tourism and tourist spaces. *Global tourism içinde* (ss. 463–481). Routledge.
- Connell, J. (2012). Film tourism–Evolution, progress and prospects. *Tourism management*, 33(5), 1007–1029.
- Cui, X. (2020). From home to the film location site, from a film audience to a film tourist. *Networking Knowledge: Journal of the MeCCSA Postgraduate Network*, 13(1), 4–21.
- Dayoub, B., Yang, P., Omran, S., Zhang, Q., Chen, X., Ahmed Noman Alabsi, A. ve Dayoub, A. (2024). The Belt and Road Initiative's impact on tourism and heritage along the Silk Roads: A systematic literature review and future research agenda. *Plos one*, 19(7), e0306298.
- Demircan, G. K. ve Demircan, Ş. (2023). Diaspora Turizmi. M. Dalgın, T. & Civelek (Ed.), *Turizmde Değişim ve Yeni Arayışlar içinde* (ss. 37–46). Özgür Yayınları. doi:<https://doi.org/10.58830/ozgur.pub286.c1121>
- Demircan, Ş. (2023). Film ve Dizi Turizmi. *Turizmde Değişim ve Yeni Arayışlar içinde* (ss. 9–89). Özgür Yayınları.
- Deniz, T. (2016). Yeni Umutların Işığında Tarihi İpek Yolu Coğrafyası. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 34, 195–202.
- Díaz-Andreu, M. (2013). Ethics and archaeological tourism in Latin America. *International Journal of Historical Archaeology*, 17(2), 225–244.
- Diker, O. (2019). Somut olmayan kültürel miras ile ilişkisi bağlamında etnik turizm. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 671–684.
- Dönmez, M. (2021). *21. Yüzyılda İpek Yolu'nun Jeopolitik Yükselişi*. Ankara: Astana Yayınları.
- Erdoğan, H. A. (2020). Arkeolojik Kültür Varlıkları Turizmi Arkeoturizm Planlamasında Arkeolog Etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (43), 343–351.
- Ersun, N. ve Arslan, İ. K. (2009). Kongre turizminin geliştirilmesinde kongre ve ziyaretçi bürolarının rolü ve önemi.
- Evans, N. G. (2024). *Strategic Management for Tourism, Hospitality and Events*. Routledge.
- Farrelly, F., Kock, F. ve Josiassen, A. (2019). Cultural heritage authenticity: A producer view. *Annals of Tourism Research*, 79, 102770.

- Gedecho, E. K. (2014). Challenges of religious tourism development: the case of Gishen Mariam, Ethiopia. *American Journal of Tourism Research*, 3(2), 42–57.
- Güzeloğlu, F. T. ve Dönmez, N. A. (2024). Diaspora Turizmi: Almanya'daki Üçüncü Kuşak Türklerin Seyahat Motivasyonları ve Anavatana Bağlılıkları Üzerine Bir İnceleme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(4), 288–310.
- Hosseini, K., Stefaniec, A. ve Hosseini, S. P. (2021). World Heritage Sites in developing countries: Assessing impacts and handling complexities toward sustainable tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 20, 100616.
- ICCA. (2023). *2023 ICCA Business Analytics, Country & City Rankings*.
- Karafakı, F. Ç. (2023). Tarihi Kentlerin Diaspora Turizmi Üzerindeki Etkisinin Swot Analiz Yöntemiyle Tespiti. *Asya Studies*, 7(25), 203–216.
- Karakan, H. I., Çolak, O. ve Mete, M. (2025). Reverse Diaspora Tourism as a New Concept in Tourism: A Study on Turkish-Kazakh Diasporas. *SAGE Open*, 15(1).
- Karasu, T. (1990). Kongre turizmi üzerinde düşünceler. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. Nazmi KOZAK.
- Kim, B., Kim, S. ve King, B. (2020). Religious tourism studies: evolution, progress, and future prospects. *Tourism Recreation Research*, 45(2), 185–203.
- Lundberg, C., Ziakas, V. ve Morgan, N. (2018). Conceptualising on-screen tourism destination development. *Tourist Studies*, 18(1), 83–104.
- Mamirkulova, G., Mi, J., Abbas, J., Mahmood, S., Mubeen, R. ve Ziapour, A. (2020). New Silk Road infrastructure opportunities in developing tourism environment for residents better quality of life. *Global Ecology and Conservation*, 24, e01194.
- MICE. (2025). *MICE Tourism Market Size, Share, and Growth Analysis*.
- Monroy-Rodríguez, S. ve Caro-Carretero, R. (2023). Congress tourism: Characteristics and application to sustainable tourism to facilitate collective action towards achieving the SDGs. *Cogent Business & Management*, 10(3), 2286663.
- Mukatova, R., Mussina, K. ve Rodríguez, M. (2022). Scientific Approaches to the Definition of Ethno-Tourism Concept. *Eurasian Journal of Economic and Business Studies*, 65(3), 47–59.
- Mutlu, Ç. ve Ören, T. Ş. (2023). Dark Turizm Üzerine Bibliyometrik Bir Analiz. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 7(2), 129–142.
- Özdaşlı, E. (2015). Çin'in Yeni İpek Yolu Projesi Ve Küresel Etkileri. *Electronic Turkish Studies*, 10(14).
- Özdemir, G. ve Adan, Ö. (2014). Film tourism triangulation of destinations. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 148, 625–633.
- Pekershen, Y., Güneş, E. ve Seçuk, B. (2019). Kültürel miras turizmi değerlerinin korunması ve sürdürülebilirliği kapsamında yerel halkın tutumu: Cumalıkızık örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 350–368.
- Poria, Y., Butler, R. ve Airey, D. (2003). The core of heritage tourism. *Annals of tourism research*, 30(1), 238–254.

- Potts, T. J. (2012). 'Dark tourism' and the 'kitschification' of 9/11. *Tourist Studies*, 12(3), 232–249.
- Rivetti, F., Splendiani, S. ve Dini, M. (2025). Exploring pro-environmental behavior of religious tourists based on motivations: the case of Assisi visitors. *The TQM Journal*, 37(9), 32–50.
- Roberts, S. (2012). Assessing the potential of diaspora tourism. *Journal of Eastern Caribbean Studies*, 37(3–4), 115–131.
- Ross, D., Saxena, G., Correia, F. ve Deutz, P. (2017). Archaeological tourism: A creative approach. *Annals of Tourism Research*, 67, 37–47.
- Safran, W. (1991). Diasporas in modern societies: Myths of homeland and return. *Diaspora: A journal of transnational studies*, 1(1), 83–99.
- Santa-Cruz, F. G. ve López-Guzmán, T. (2017). Culture, tourism and world heritage sites. *Tourism Management Perspectives*, 24, 111–116.
- Sattarova, Z. (2025). The Influence of the Silk Road on Modern Tourism in Central Asia. *International Journal of Artificial Intelligence*, 1(5), 23–27.
- Shakoori, A. ve Hosseini, M. (2019). An examination of the effects of motivation on visitors' loyalty: case study of the Golestan Palace, Tehran. *Tourism Management Perspectives*, 32, 100554.
- Shinde, K. (2021). Sacred sites, rituals, and performances in the ecosystem of religious tourism. *Religions*. MDPI.
- Shinde, K. ve Olsen, D. H. (2020). The environmental impacts of religious tourism. *Religious tourism and the environment*, 21(4), 1–22.
- Smith, V. L. (1989). *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. University of Pennsylvania Press.
- Stone, P. (2013). Dark tourism scholarship: A critical review. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(3), 307–318.
- Stone, P. R. (2006). A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 54(2), 145–160.
- Stone, P. ve Sharpley, R. (2008). Consuming dark tourism: A thanatological perspective. *Annals of tourism Research*, 35(2), 574–595.
- Sun, H., Dong, Y., Li, Y. ve Chen, X. (2011). Research on the silk road tourism development from the perspective of tourist destination. *2011 International Conference on Future Computer Science and Education* içinde (ss. 75–79). IEEE.
- Šušić, V. ve Mojić, J. (2014). Congress tourism as a market niche of business tourism. *Economic themes*, 52(4), 513–530.
- Thi, H. N., Thi, T. N., Trong, T. V., Duc, T. N. ve Nghi, T. N. (2024). Sustainable tourism governance: A study of the impact of culture. *J. Gov. Regul*, 13(2).
- Timor, A. N. (2011). International Congress Tourism: Overview in The World and Turkey. *Nature Sciences*, 6(3), 124–144.

- Tuncer, B. ve Bulut, İ. (2019). Arkeo-Turizm Potansiyeli Açısından Çatalhöyük. *Journal of International Social Research*, 12(64).
- Türksoy, S. S. ve Özdöl Kutlu, S. (2021). Kültür Turizminde Tarih Öncesi Arkeolojik Yerleşmeler ve Göbeklitepe Örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (47), 303–315. doi:10.30794/pausbed.893680
- UNESCO. (2025). World Heritage List.
- UNWTO ve Netflix. (2021). *Cultural Affinity and Screen Tourism – The Case of Internet Entertainment Services*. Madrid: UNWTO.
- Uygur, S. M. ve Çelik, A. (2010). Etkinlik Turizminin Algılanan Sosyo-Ekonomik Etkilerini Belirlemeye Yönelik İstanbul Destinasyonunda Bir Araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 11(1), 35–50.
- Uzer Von Busch, E. (2010). *Kentsel kültür mirasına yönelik risk azaltımı için bir yönetim modeli önerisi: İstanbul-Büyükdada örneği*. İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Ana Bilim Dalı, Doktora Tezi.
- Vagionis, N. ve Loumioti, M. (2011). Movies as a tool of modern tourist marketing. *Tourismos*, 6(2), 353–362.
- Van den Berghe, P. L. (1992). Tourism and the ethnic division of labor. *Annals of Tourism Research*, 19(2), 234–249.
- Werner, C. (2003). The new silk road: Mediators and tourism development in Central Asia. *Ethnology*, 141–159.
- Wight, A. C., Podoshen, J. S., Wyatt, B. ve Lennon, J. (2025). Rethinking dark tourism: practitioner perspectives, and future research directions. *Tourism Recreation Research*, 1–14.
- Wood, R. E. (1997). Tourism and the State: Ethnic Options and Constructions of Otherness. M. Picard ve R. E. Wood (Ed.), *Tourism, Ethnicity, and the State in Asian and Pacific Societies* içinde (ss. 1–34). University of Hawai'i Press.
- Wray, M. ve Croy, W. G. (2015). Film tourism: Integrated strategic tourism and regional economic development planning. *Tourism analysis*, 20(3), 313.
- Yalçınkaya, T. (2025). Exploring Sustainable Tourism Practices in Dark Tourism. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(3), 1017–1030.
- Yang, L. ve Wall, G. (2009). Ethnic tourism: A framework and an application. *Tourism Management*, 30(4), 559–570.
- Yetiş, Ş. A. ve Kaygısız, N. Ç. (2017). İpek Yolu Turizm Projesi Kapsamında Kapadokya'da Yer Alan Kervansarayların Turizme Kazandırılması. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 4(11), 522–527.
- Yi, K., Zhu, J., Zeng, Y., Xie, C., Tu, R. ve Zhu, J. (2022). Sustainable development for film-induced tourism: From the perspective of value perception. *Frontiers in Psychology*, 13, 875084.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

DOĞAYA DAYALI ÖZEL İLGI TURİZMİ

Ahmet AKNAR¹

GİRİŞ

Turizm sektörü, küresel ölçekte artan rekabet, çevresel baskılar ve değişen turist talepleri doğrultusunda önemli bir dönüşüm sürecinden geçmektedir. Kitle turizmine dayalı geleneksel turizm anlayışının doğal kaynaklar üzerindeki baskıyı artırması, destinasyonlarda çevresel bozulma ve sosyo-kültürel sorunlar yaratması; daha sürdürülebilir, deneyim odaklı ve yerel değerlere duyarlı turizm türlerinin önemini artırmıştır. Bu bağlamda, doğaya dayalı özel ilgi turizmi, hem turistik deneyimi çeşitlendiren hem de doğal ve kültürel mirasın korunmasını merkeze alan alternatif bir yaklaşım olarak öne çıkmaktadır.

Doğaya dayalı özel ilgi turizmi; turistlerin belirli ilgi alanları doğrultusunda, doğal çevreyle doğrudan temas kurarak gerçekleştirdikleri, genellikle küçük ölçekli ve düşük yoğunluklu turizm faaliyetlerini kapsamaktadır. Bu turizm türü, doğa temelli deneyim arayışı, öğrenme isteği, rekreasyon, macera ve çevresel farkındalık gibi motivasyonlarla şekillenmekte; aynı zamanda yerel halkın ekonomik olarak güçlenmesine ve destinasyonların sürdürülebilir kalkınmasına katkı sunmaktadır. Özellikle ekoturizm, agro turizm, kuş gözlemciliği turizmi, yayla turizmi, mağara turizmi ve hava sporları gibi faaliyetler, bu yaklaşımın somut uygulama alanlarını oluşturmaktadır.

Bu kitap bölümünün amacı, doğaya dayalı özel ilgi turizmini kavramsal ve tematik bir çerçeve içinde ele alarak, farklı alt turizm türlerini bütüncül bir bakış açısıyla incelemektir. Bu kapsamda agro turizm (tarım ve çiftlik turizmi), deniz ve akarsu turizmi, fauna ve flora turizmi, kış ve dağ turizmi, yayla turizmi, mağara turizmi, kuş gözlemciliği turizmi ve hava sporları gibi başlıca doğa temelli turizm türleri ayrı alt başlıklar altında

¹ Dr. Öğretim Üyesi, Hitit Üniversitesi, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Aşçılık Programı, ahmetaknar@hitit.edu.tr, 0000-0002-1577-5488

değerlendirilmiştir. Her bir turizm türü; ortaya çıkış nedenleri, temel özellikleri, destinasyonlar açısından sunduğu fırsatlar ve sürdürülebilirlik boyutlarıyla ele alınmaktadır.

Bölümün genel yaklaşımı, doğaya dayalı turizm faaliyetlerinin yalnızca ekonomik getiriler üzerinden değil; çevresel koruma, yerel katılım ve sorumlu turizm ilkeleriyle bütünleşik biçimde, sürdürülebilirlik çerçevesinde ele alınması gerektiği varsayımına dayanmaktadır. Bu doğrultuda bölüm boyunca, doğa temelli özel ilgi turizmi türlerinin sorumlu turizm anlayışıyla hangi boyutlarda bütünleştiği ve bu bütünleşmenin destinasyon yönetimi açısından nasıl bir stratejik araç niteliği kazandığı kavramsal bir çerçevede tartışılmaktadır.

Sonuç olarak bu bölüm, doğaya dayalı özel ilgi turizmini hem akademik hem de uygulamaya dönük bir perspektifle ele alarak; turizm planlamacıları, araştırmacılar ve politika yapımcılar için kavramsal bir rehber sunmayı amaçlamaktadır.

4.1. Tarım Turizmi (Agro Turizm - Çiftlik Turizmi)

Tarım turizmi, etimolojik açıdan Latince’de “tarla” anlamına gelen “ager” sözcüğünden türeyen “agri” ile Yunanca’da toprak ve tarım bilimi anlamlarını içeren agro kavramı ve turizm kelimesinin birleşiminden oluşmaktadır (Erdoğan, 2021). Literatürde “agritourism”, “agro-tourism”, “farm-based tourism” (tarım temelli turizm) ve “farm tourism” (çiftlik turizmi) terimleri çoğu zaman eş anlamlı biçimde kullanılmaktadır. Bununla birlikte bazı çalışmalarda “agri” teriminin Latince, “agro” teriminin ise Yunanca kökenli olduğu vurgulanmaktadır (Busby ve Rendle, 2000). Bu terminolojik çeşitlilik ve tanımlardaki farklılaşma, tarım turizmi kavramının literatürde net ve bütünleşik bir kuramsal çerçeveye tam olarak kavuşmasını zorlaştırmaktadır.

En genel anlamıyla tarım turizmi, tarımsal üretimin gerçekleştirildiği alanlarda, ziyaretçilerin ilgisini çekecek faaliyetlerin sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda planlanması ve yürütülmesi olarak tanımlanmaktadır (Phillip, Hunter ve Blackstock, 2010). Bu bağlamda tarım turizmi, “çalışan bir çiftlikte ya da diğer tarımsal işletmelerde, ziyaretçi çekmek amacıyla planlanmış her türlü eğlence, eğitim veya boş zaman etkinliği” şeklinde de ifade edilmektedir (Carpio, Wohlgenant ve Boonsaeng, 2008). Benzer biçimde bazı tanımlarda tarım turizmi, doğal bir çevrede yürütülen tarımsal faaliyetlerin turistik deneyimle bütünleştirilmesi olarak ele alınmaktadır (MacKinnon, Lockwood ve

Williams, 2004). Bu tanımların ortak noktasını, turizm faaliyetinin doğrudan çiftlik ve tarımsal üretim süreciyle ilişkili olması oluşturmaktadır.

Tarihsel perspektiften bakıldığında tarım turizmi, temel ekonomik faaliyet olan tarıma ek olarak, çalışan bir çiftlikte geçici konaklama ve/veya rekreasyonel olanakların sunulması biçiminde gelişmektedir (Busby ve Rendle, 2000). Bu yönüyle tarım turizmi, daha geniş bir kavram olan kırsal turizmin alt türlerinden biri, başka bir ifadeyle mikro-niş bir turizm türü olarak değerlendirilmektedir (Çanga, Kutlu ve Çalışkan, 2018). Ancak literatürde tarım turizmi ile kırsal turizm arasında belirgin ayrımlar yapılmaktadır. Kırsal turizm genel olarak kırsal çevreye ve yaşam biçimine odaklanırken; tarım turizmi, ekili alanlara, çiftçiye ve tarımsal üretim faaliyetlerine daha doğrudan ve güçlü bir bağ kurmaktadır (Civelek, Dalgın ve Çeken, 2014).

Bu çerçevede tarım turizmi; tarıma dayalı uygulama süreçlerini, yerel festivalleri, kültürel farklılıkları ve yöreye özgü etkinlikleri kapsamı nedeniyle görece geniş bir faaliyet alanını tanımlamaktadır (Taşkiran, Akmeşe ve Sezgin, 2023). Dolayısıyla tarım turizmi, yalnızca bir turizm türü olarak değil, aynı zamanda kırsal kalkınmayı destekleyen, yerel kültürü görünür kılan ve sürdürülebilir turizm anlayışını güçlendiren çok boyutlu bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir.

Tarım turizmi geleneksel deniz-kum-güneş turizminin dinlendiricilik özelliğini yitirmesiyle ortaya çıkan, tarımsal üretimi ve/veya işlenmesini turizmle ilişkilendirerek, ziyaretçileri eğlendirme ve/veya eğitme amacıyla bir çiftliğe veya tarımsal işletmeye çekmeyi ve aynı zamanda işletme sahibine gelir sağlamayı amaçlayan ticari bir girişim türüdür (Tew ve Barbieri, 2012). Tarım turizmi kavramının belirleyici özellikleri arasında şunlar yer almaktadır (Civelek ve diğerleri, 2014; Phillip ve diğerleri, 2010; Potočnik Slavič ve Schmitz, 2013):

- Faaliyetin tarımsal temelli olması ve bir çiftlikte gerçekleşmesi.
- Turistlerin tarımsal faaliyete doğrudan (hasat, süt sağma vb.), dolaylı (yiyeceklerin hazırlanması, satışı vb.) veya pasif (tarım alanı dışında yapılan faaliyetler, alışveriş vb.) bir şekilde dâhil olması.
- Turistlerin tarımsal temelli deneyimlerinde otantiklik algısının olmasıdır.

Tarım turizmi, literatürde yirminci yüzyılın sonlarında yer almaya başlamıştır (Erdoğan, 2021). Bu turizm türü, özellikle tarımsal gelirlerin düşmesi, kentleşme kaynaklı

yapısal sorunlar ve kitle turizminin çevresel ve sosyo-kültürel olumsuz etkilerine karşı sürdürülebilir bir çözüm arayışı kapsamında önem kazanmıştır (Artuğer, Özkoç ve Kendir, 2013).

Ülkeler bazında incelendiğinde tarım turizminin gelişiminin farklı tarihsel süreçler izlediği görülmektedir. Avrupa genelinde tarım turizmi, özellikle 20. yüzyılın sonlarında yaygınlık kazanmakta; İngiltere, Fransa, Almanya ve Avusturya bu alanda öne çıkan ülkeler arasında yer almaktadır (Cicik ve Akdağ, 2021). İtalya’da tarım turizmi (agri-tourismo), 1980 yılından itibaren belirgin bir gelişim göstermekte; 1960–1980 yılları arasında tarım sektöründen göç eden yaklaşık 5 milyon kişinin ardından Ulusal Tarım ve Turizm Derneği kurulmakta, çiftlik odalarının kiralanması ve çiftlik ürünlerinin satışı teşvik edilmektedir. Bu sürecin devamında, 1985 yılında tarım turizmini resmî olarak tanıyan ilk ulusal yasa yürürlüğe girmektedir (Lamie ve diğerleri, 2021). Yunanistan’da ise tarım turizmi yaklaşık 30 yıl önce başlatılmakta; kurulan kooperatifler ve sağlanan devlet destekleri sayesinde birçok köyün yoksulluktan kurtulduğu ifade edilmektedir. Amerika Birleşik Devletleri’nde kırsal rekreasyon faaliyetleri daha erken dönemlere uzanmakta, organize biçimde turist kabulü 1960’lı yıllarda başlamakta ve aynı dönemde yaklaşık 18 bin çiftçinin turizm sektörüne dâhil olarak ek gelir elde ettiği belirtilmektedir (Soykan, 2004). Fransa’da tarım turizminin ilk uygulamaları ise 1951 yılında Alpes de-Haute Provence bölgesinde köy evlerinin turistlere açılmasıyla başlamakta; 1955 yılından itibaren köylüler devlet desteğinden yararlanmaktadır (Taşkiran ve diğerleri, 2023).

Türkiye’de kırsal ve tarım turizmi uygulamalarının başlangıcının 1980’li yıllara uzandığı ve bu alandaki gelişimin görece köklü bir geçmişe sahip olduğu görülmektedir. İlk örnekler, 1980’li yıllarda Tursem Seyahat Acentesi’nin Ordu ilinde bazı köylerde yaşayan kişilerle yaptığı anlaşmalar kapsamında ortaya çıkmakta; bu uygulamalarda turistler 1 ila 3 hafta süreyle köy evlerinde aile bireyi gibi konaklamaktadır (Erdoğan, 2021). Değişen turizm tercihleri doğrultusunda 1990 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “Yayla Turizmi Projesi” başlatılmakta ve bu proje, kırsal alanların turizm yoluyla değerlendirilmesine yönelik önemli bir adım olarak öne çıkmaktadır (Aydın, 2012). Türkiye’de ekolojik tarımı ve sürdürülebilirlik anlayışını desteklemek amacıyla Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği tarafından 2004 yılında TaTuTa (Tarım–Turizm–Takas) Projesi hayata geçirilmekte; bu proje, gönüllülük esasına dayalı bir model

çerçevesinde tarım ve turizmi bütünleştirmektedir (Artuğer ve diğerleri, 2013). Ayrıca 2007–2013 yılları arasında günümüzün Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından IPARD (Instrument for Pre-Accession Assistance Rural Development) Programı aracılığıyla kırsal turizme yönelik önemli destekler sağlanmakta olup, bu destek mekanizmasının günümüzde de devam ettiği belirtilmektedir (Çanga ve diğerleri, 2018).

Tarım turizmi faaliyetleri, geleneksel tarım ürünlerinin üretildiği, köy yaşamının sürdürüldüğü kırsal alanlarda; çiftliklerde ya da tarımsal üretimin mümkün olduğu tüm kırsal mekânlarda gerçekleştirilmektedir. Bu faaliyetler, kullanılan mekânlar ve sunulan ürünler açısından konaklamaya dayalı olup olmamasına göre iki ana grupta ele alınmaktadır. Konaklama ile ilgili faaliyetler kapsamında otel, motel, pansiyon, apart otel ve butik otel gibi tesislerin yanı sıra çiftlik evleri, köy evleri, dağ evleri ve yayla evleri gibi mikro ölçekli konaklama birimleri yer almaktadır. Ayrıca kamping ve karavan alanları, oda ve kahvaltı (B&B) hizmetleri ile ranzalı çiftlik evleri (bunkhouse barns) de tarım turizmi çerçevesinde sunulan konaklama türleri arasında değerlendirilmektedir (Artuğer ve diğerleri, 2013; Eatherley, 2006).

Konaklama ile ilişkili olmayan tarım turizmi faaliyetleri ise daha çok deneyim, katılım ve rekreasyon odaklı uygulamaları kapsamaktadır. Bu kapsamda eğitim ve katılım faaliyetleri; turistlerin hasat, süt sağma, hayvan besleme, meyve ve sebze toplama gibi çiftlik işlerine aktif olarak katılmasını, ayrıca zeytinyağı, şarap veya reçel yapımı, balık tutma, at biniciliği ve avcılık gibi uygulamaları içermektedir. Gastronomik deneyimler ise yöresel mutfakların tanıtılması, yiyecek ve içecek pazarları, çiftlik restoranları ve kafeleri, kahvaltı çadırları ile yöresel lezzetlerin yapımının öğretildiği atölye çalışmalarını kapsamaktadır. Bunun yanı sıra çiftlik dükkânları, yol kenarı satış stantları ve zeytinyağı, üzüm, kekik gibi çiftlik ürünlerinin tanıtımı ve doğrudan satışı, tarım turizmi faaliyetlerinin satış ve pazarlama boyutunu oluşturmaktadır. Rekreasyon ve eğlence faaliyetleri arasında rehberli yürüyüşler, doğa yürüyüşleri, kuş gözlemciliği, dağ bisikleti turları, rafting, balıkçılık, konserler, festivaller, özel kutlama günleri, panayırılar ve kampçılık etkinlikleri yer almaktadır. Ayrıca çiftlik müzeleri, galeriler, öğren yerleri ve kırsal alanlardaki kültürel miras unsurlarının ziyaret edilmesi de tarım turizmi kapsamında kültürel ve tarihsel ziyaretler başlığı altında sınıflandırılmaktadır (Cicik ve Akdağ, 2021; Civelek ve diğerleri, 2014; Kuter ve Ünal, 2013; Taşkiran ve diğerleri, 2023).

Tarım turizmine katılım, hem turistler hem de işletmeciler açısından ekonomik, sosyal ve psikolojik boyutları olan çok yönlü motivasyon kaynaklarına dayanmaktadır. Bu motivasyonlar, talep yönlü (turist motivasyonları) ve arz yönlü (işletmeci/üretici motivasyonları) olarak ele alınmaktadır. Talep yönü açısından değerlendirildiğinde, ziyaretçilerin kitle turizmine alternatif olarak doğayla iç içe, çevreye duyarlı ve yerel halkla etkileşime imkân tanıyan destinasyonları tercih ettiği görülmektedir. Bu bağlamda turistlerin temel motivasyonları arasında şehir yaşamının yarattığı stres ve yoğunluktan uzaklaşma isteğiyle doğaya yönelme ve zihinsel-fiziksel rahatlama arayışı ön plana çıkmaktadır (Çanga ve diğerleri, 2018). Bunun yanı sıra tarımsal faaliyetlere aktif biçimde katılarak ekolojik tarımı öğrenme, üretim süreçlerini yerinde deneyimleme ve tüketilen ürünlerin kaynağını tanıma isteği, eğitim ve deneyim temelli motivasyonları oluşturmaktadır (Taşkiran ve diğerleri, 2023). Yerel kültür, yaşam tarzı, gelenek ve göreneklerle doğrudan temas kurma ve sosyal etkileşim imkânı bulma isteği de tarım turizmine yönelik talebi artıran önemli unsurlar arasında yer almaktadır (Erdoğan, 2021). Ayrıca sağlıklı, doğal ve yerel gıdalara yönelik artan ilgi ile bu ürünleri özgün üretim süreçleri içinde deneyimleme arzusu, gastronomi ve sağlık odaklı motivasyonları güçlendirmektedir. Düşük maliyetli, aileler için erişilebilir ve keyifli tatil olanakları sunması da özellikle maliyet duyarlılığı yüksek ziyaretçiler açısından tarım turizmini cazip kılmaktadır (Taşkiran ve diğerleri, 2023).

Arz yönü açısından ele alındığında ise tarım turizmi, çiftçiler ve kırsal işletmeciler için tarımsal gelirlerin yetersizliği karşısında önemli bir çeşitlendirme aracı olarak değerlendirilmektedir. Tarım turizmi faaliyetleri, tarım işletmelerinin ekonomik sürdürülebilirliğini destekleyerek ek gelir sağlama, işletme gelirlerini artırma ve ekonomik riskleri azaltma işlevi görmektedir. Aynı zamanda yerel ve yöresel tarım ürünlerinin geliştirilmesi, tanıtılması ve doğrudan tüketiciyle buluşturulması yoluyla pazarlama olanaklarını genişletmektedir. Bu süreç, kırsal alanlarda istihdamın artmasına katkı sağlamakta; özellikle kadın işgücünün ekonomik hayata katılımını destekleyerek sosyal kalkınmayı güçlendirmektedir. Bunun yanında tarım turizmi, kırsal yaşam tarzının, geleneksel mutfak kültürünün ve el sanatlarının korunmasına ve kuşaklar arası aktarımına katkı sunarak kültürel sürdürülebilirliği desteklemektedir (Artuğer ve diğerleri, 2013; Civelek ve diğerleri, 2014; Taşkiran ve diğerleri, 2023). Bu yönüyle tarım turizmi, hem

talep hem de arz tarafında karşılıklı fayda üreten bütüncül bir turizm yaklaşımı olarak değerlendirilmektedir.

Tarım turizmi, sürdürülebilir kalkınmayı destekleyen önemli bir araç olarak değerlendirilmesine rağmen, uygulama sürecinde çeşitli etik, çevresel ve sosyo-kültürel sorunları da beraberinde getirmektedir. Bu sorunlar, tarım turizminin plansız ya da denetimsiz biçimde geliştirilmesi durumunda, başlangıçta hedeflenen sürdürülebilirlik amaçlarıyla çelişen sonuçlar doğurabilmektedir. Bu bağlamda tarım turizmine ilişkin sorunlar; sürdürülebilirlik ve çevresel etikler, sosyo-kültürel ve ekonomik riskler ile kavramsal belirsizlikler başlıkları altında ele alınmaktadır.

Sürdürülebilirlik ve çevresel etikler açısından agro-turizm, doğaya duyarlı uygulamaları ve çevresel farkındalığı artırmaya yönelik yaklaşımıyla diğer turizm türlerine kıyasla çevrenin korunmasına daha fazla odaklanmaktadır. Bu kapsamda tarım turizmine katılan ziyaretçilerin çevre bilincinin yüksek olması ve yerel halkın yaşam biçimine, değerlerine ve geleneklerine saygı göstermesi beklenmektedir. Ancak sürdürülebilirliğin gerçek anlamda sağlanabilmesi için, tarımsal üretim açısından verimli alanların turizm baskısı altına alınmaması, bunun yerine tarımsal açıdan görece verimsiz ya da geri kalmış alanların uygun planlama ve ıslah çalışmalarıyla turizme kazandırılması gerekmektedir. Aksi durumda tarım turizmi faaliyetleri, doğal kaynaklar üzerinde ilave baskı oluşturarak çevresel etik ilkelerle çelişebilmektedir.

Sosyo-kültürel ve ekonomik riskler bağlamında ise tarım turizmi, kırsal alanlarda kültürel yapının dönüşümüne yol açabilecek etkiler yaratabilmektedir. Yapılan araştırmalar, turistlerin yerel gelenek ve göreneklere zarar verebileceği ya da özellikle genç nüfusun tutum ve davranışlarında olumsuz değişimlere neden olabileceği yönünde endişelere işaret etmektedir. Bunun yanı sıra tarımsal faaliyetlerden elde edilen gelirlerin azalması, kırsal nüfusun tarım arazilerini turizm amaçlı kullanıma açmasına ve bu alanların konaklama tesislerine dönüştürülmesine yol açabilmektedir. Bu durum, uzun vadede tarım arazilerinin azalmasına ve tarımsal üretim kapasitesinin zayıflamasına neden olabilmektedir. Ayrıca kırsal turizm alanlarının çoğunlukla şehir merkezlerine uzak konumda bulunması, altyapı eksiklikleri ve ulaşım maliyetlerinin yüksekliği gibi sorunları beraberinde getirmekte; bu durum hem ziyaretçiler hem de yerel halk açısından önemli kısıtlar oluşturmaktadır (Civelek ve diğerleri, 2014).

Kavramsal belirsizlikler ise tarım turizminin akademik ve uygulamaya dönük gelişimini sınırlayan temel sorunlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Literatürde tarım turizmi kavramının tanımlanmasında kullanılan terminoloji, faaliyet türleri ve kapsam konusunda belirgin tutarsızlıkların bulunması, kavramın net ve bütünlük bir teorik çerçeveye oturtulmasını güçleştirmektedir. Bu durum, hem bilimsel çalışmalarda karşılaştırılabilirliğin azalmasına hem de politika ve planlama süreçlerinde uygulama birliğinin sağlanamamasına yol açmaktadır (Nduna, 2024). Dolayısıyla tarım turizminin sürdürülebilir bir biçimde geliştirilmesi için, çevresel ve sosyo-kültürel risklerin yönetilmesinin yanı sıra kavramsal netliğin sağlanmasına yönelik bütüncül yaklaşımların benimsenmesi gerekmektedir.

Türkiye, sahip olduğu iklimsel çeşitlilik ve elverişli coğrafi koşullar sayesinde çok sayıda tarımsal ürünün yetiştirilmesine olanak tanıyan geniş tarım alanlarına sahiptir ve tarım sektörü tarihsel süreç boyunca ülke kalkınmasında temel bir rol üstlenmektedir. Bu çerçevede Türkiye’de tarım turizmine yönelik mevcut uygulamalar ve tarımsal alanların sunduğu potansiyel birlikte değerlendirilmektedir. Türkiye’de tarım turizmi faaliyetlerine ilişkin en dikkat çekici uygulamalardan biri, ekolojik tarımı ve sürdürülebilir yaşamı desteklemek amacıyla 2004 yılında başlatılan TaTuTa (Tarım–Turizm–Takas) Projesi olarak öne çıkmaktadır. TaTuTa, gönüllülerin çiftlik işlerine destek vermeleri karşılığında konaklama ve yemek imkânı elde ettiği, aynı zamanda Organik Çiftliklerde Uluslararası Fırsatlar (WWOOF) ağının Türkiye temsilciliğini yürüten bir yapı niteliği taşımaktadır. Bu kapsamda faaliyet gösteren çiftlikler ağırlıklı olarak Karadeniz, Ege ve Akdeniz Bölgelerinde yoğunlaşmakta; Ali Koçak Çiftliği (Erzurum), Ayşe–Cengiz Genç Çiftliği (Ege Bölgesi) ve Narköy (Kocaeli/Kandıra) gibi örnekler tarım turizmi uygulamalarının somut yansımalarını oluşturmaktadır (Çanga ve diğerleri, 2018; Taşkiran ve diğerleri, 2023).

Özel tarımsal alanlar açısından değerlendirildiğinde Türkiye, tarım turizmi bakımından önemli bir potansiyele sahiptir. Özellikle bağcılık ve şarap turizmi bu potansiyelin öne çıkan alanlarından biri olarak değerlendirilmektedir. Türkiye, bağ alanlarının büyüklüğü bakımından dünyada beşinci, üzüm üretimi açısından ise altıncı sırada yer almasına rağmen, bağcılık ve şarap turizmi uygulamalarının son yaklaşık yirmi yıl içerisinde dikkat çekmeye başladığı görülmektedir. Bağ bozumu festivalleri, şarap tadım etkinlikleri ve bağ temelli deneyimler, tarım turizmi kapsamında

değerlendirilebilecek önemli faaliyet alanları arasında yer almaktadır (Erdoğan, 2021). Bunun yanı sıra yöreye özgü ekolojik ürünlerin üretimi ve zeytinyağı, üzüm, kekik gibi ürünlerin yol kenarı stantlar aracılığıyla doğrudan satışa sunulması, kırsal ekonominin güçlendirilmesi ve yerel kalkınmanın desteklenmesi açısından önemli bir işlev üstlenmektedir (Civelek ve diğerleri, 2014).

Bununla birlikte, dünya genelindeki uygulamalarla karşılaştırıldığında Türkiye’de tarım turizminin beklenen düzeyde ilgi görmediği ve yeterince gelişmediği anlaşılmaktadır. Bu durumun temel nedenleri arasında her çiftçinin turizm faaliyetlerini yürütebilecek bilgi ve donanımına sahip olmaması, tarım turizmine yönelik eğitim ve tanıtım programlarının yetersizliği, ayrıca güvenlik, planlama ve politika boyutlarının yeterince analiz edilmeden uygulamaya konulması yer almaktadır (Çanga ve diğerleri, 2018; Taşkiran ve diğerleri, 2023). Bu bağlamda Türkiye’de tarım turizminin gelişiminin, daha sistematik politikalar, bütüncül planlama yaklaşımları ve paydaş odaklı uygulamalarla desteklenmesi gerektiği değerlendirilmektedir.

Tarım turizmi, kırsal alanların sürdürülebilir kalkınmasını destekleyen stratejik bir araç olarak değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda tarım turizminin etkin biçimde geliştirilebilmesi için yönetim, planlama ve sürdürülebilirlik boyutlarının bütüncül bir yaklaşımla ele alınması gerekmektedir. Yönetim ve planlama stratejileri açısından agro-turizm, hükümetler ve yerel yönetimler tarafından kırsal kalkınma aracı olarak konumlandırılmalı; özellikle düşük tarımsal gelirlerin artırılması ve kırsal alanlardaki ekonomik faaliyetlerin çeşitlendirilmesi amacıyla desteklenmelidir (Civelek ve diğerleri, 2014). Bu süreçte Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti eş finansmanı ile yürütülen Katılım Öncesi Yardım Aracı Kırsal Kalkınma (IPARD) Programı, “Çiftlik Faaliyetlerinin Çeşitlendirilmesi ve İş Geliştirme” tedbiri kapsamında kırsal turizm faaliyetlerine önemli destekler sunmaktadır. Bunun yanı sıra agro-turizm potansiyeline sahip bölgelerde ulaşım, su ve kanalizasyon gibi temel altyapı eksikliklerinin giderilmesi, turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliği açısından zorunlu görülmektedir (Kuter ve Ünal, 2013). Pazarlama ve tanıtım boyutunda ise çiftliklerin bilinirliğinin artırılması amacıyla broşürler, billboardlar, radyo ve televizyon reklamları gibi geniş kitlelere ulaşan araçların kullanılması önem taşımaktadır. TaTuTa çiftlikleri gibi girişimlerin iletişim ve adres bilgilerinin daha erişilebilir hâle getirilmesi, tanıtım faaliyetlerini destekleyici bir unsur olarak değerlendirilmektedir (Artuğer ve diğerleri, 2013). Ayrıca çiftliklerin aile

turizmine, yürüyüş turizmine, organik tarıma veya şarap üretimine yönelik temalaşma yoluna gitmesi, pazarda farklılaşmayı ve rekabet gücünü artırmaktadır (Çanga ve diğerleri, 2018). Bu kapsamda agro-turizm faaliyetlerine uygun alanların belirlenmesi, kapsamlı bir envanter çalışmasının yapılması ve SWOT analizi aracılığıyla güçlü ve zayıf yönlerin ortaya konulması, planlama sürecinin temel adımları arasında yer almaktadır (Civelek ve diğerleri, 2014).

Sürdürülebilirlik boyutu ise tarım turizminin temel dayanağını oluşturmaktadır. Ekonomik sürdürülebilirlik açısından agro-turizm, yerel halka ek gelir sağlaması, kırsaldan kente göçü azaltması ve turizm faaliyetlerini yıl geneline yayması yoluyla ekonomik çeşitliliği ve istikrarı desteklemektedir (Cicik ve Akdağ, 2021). Sosyal ve kültürel sürdürülebilirlik bağlamında tarım turizmi, yerel alışkanlıkların, gelenek ve göreneklerin, mutfak kültürünün ve el sanatlarının korunmasına katkı sunmakta; özellikle kadın işgücünün ekonomik yaşama aktif katılımını teşvik etmektedir (Civelek ve diğerleri, 2014). Çevresel sürdürülebilirlik açısından ise agro-turizm, çevreye duyarlı bir turizm türü olarak doğal kaynakların korunarak kullanılmasını esas almakta; yeni yapılaşmalar yerine geleneksel mimari dokunun korunması ve mevcut yapıların restorasyon yoluyla değerlendirilmesini teşvik etmektedir (Kuter ve Ünal, 2013). Bu yönleriyle tarım turizmi, doğru planlama ve yönetim stratejileriyle desteklendiğinde, kırsal alanların çok boyutlu sürdürülebilir kalkınmasına önemli katkılar sunan bütüncül bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir.

4.2. Deniz Turizmi

Deniz turizmi, küresel ekonominin petro-kimya ve otomotiv ile birlikte en fazla gelir getiren üç sektörü arasında yer alan turizmin önemli bir bileşenidir (Eraslan ve diğerleri, 2010). Yüksek katma değerli hizmet üreten bir alan olması ve yat inşa sanayii gibi birçok sektöre dışsallık yoluyla katkı sağlaması nedeniyle doğru yönetildiğinde sürekli artan gelir potansiyeli sunmaktadır (Muslu, 2018). Küresel turizm sektörünün en hızlı büyüyen segmentlerinden biri olarak kabul edilen deniz turizmi, sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etme potansiyeli nedeniyle Avrupa Birliği'nin Mavi Büyüme Gündemi'nde öncelikli alanlar arasında yer almaktadır (Dimitrovski, Lemmetyinen, Nieminen ve Pohjola, 2021).

Uluslararası Kıyı ve Deniz Turizmi Topluluğu'nun tanımına göre deniz turizmi, kişinin ikamet ettiği yerden uzağa seyahat etmeyi içeren ve odak noktası deniz çevresi ve/veya kıyı bölgesi olan rekreasyonel faaliyetlerin tamamını kapsamaktadır (Duan, Cao, Wang ve Yin, 2022). Bu kapsam, eğlence amaçlı tekne gezintileri (boating), kruvaziyer turizmi, yüzme, sportif ve rekreasyonel balıkçılık, şnorkelle dalış ve tüplü dalış gibi çeşitli turizm aktivitesini içermektedir (Dimitrovski ve diğerleri, 2021).

Kavramsal olarak deniz turizmi (marine tourism) ve kıyı turizmi (coastal tourism) tanımları sıkça örtüşmekle birlikte, temel bir ayrım bulunmaktadır. Kıyı turizminde deniz, büyük ölçüde kıyıdaki ve karadaki turistik faaliyetleri desteklerken; deniz turizminde kıyı ve kara alanları, çoğunlukla denizde gerçekleşen turistik faaliyetleri desteklemektedir (Spinelli ve Benevolo, 2022). Denizde eğlence amaçlı kullanılan teknelerle gerçekleştirilen spor, eğlence ve turizm faaliyetlerini kapsayan önemli bir alt tür ise “yat turizmi” (nautical tourism) olarak tanımlanmaktadır. Yatçılık kavramı ise rekreasyonel teknelerin, yatların ve gemilerin yarış veya seyir amaçlı kullanımını ifade etmektedir.

Deniz turizmi, karmaşık ve çok fonksiyonlu bir yapıya sahiptir. Faaliyetlerin gerçekleşme biçimine ve mekânına göre temel olarak deniz turizmi tesisleri ve deniz turizmi araçları olarak iki ana bileşene ayrılmaktadır. Deniz turizmi araçları kapsamında ticari yatlar, kruvaziyer gemiler, günübirlik gezi tekneleri, yüzer tesisler, su altı ve su üstü sporları araçları bulunmaktadır. Deniz turizmi tesisleri kapsamında ise; yat limanları (marinalar), kruvaziyer limanlar, çeşitli bağlama yerleri (iskeleler) gibi faaliyetleri destekleyen altyapıları içermektedir (Muslu, 2018). Bu fiziki bileşenlere ek olarak, deniz turizmi arz verileri arasında kıyı yapısı, iklim, insan kaynağı, deniz kültürü ve sosyal özellikler de sayılmaktadır (Paker ve Paker, 2020).

Tarihsel olarak denizel ortamlar, erişilebilirlik sınırlılıkları, güvenlik kaygıları ve yüksek maliyetler nedeniyle turistik kullanımdan büyük ölçüde korunmuştur (Orams, 2002). Ancak günümüzde deniz ve kıyı turizmi, turizm endüstrisinin temel bileşenlerinden biri haline gelmiş ve kapsamlı bir ekonomik faaliyet alanına dönüşmüştür. Artan çevresel farkındalık ve seyahat hacmindeki büyüme dikkate alındığında, kıyı ve deniz turizminin hem bilimsel literatürde hem de politika geliştirme süreçlerinde özel bir uzmanlık alanı olarak önem kazanması anlaşılır bir durumdur.

Deniz turizmindeki bu dikkat çekici büyüme, temelde teknolojik ilerlemeler ve küresel seyahat talebinin artması gibi çeşitli faktörlere dayanmaktadır. Teknolojideki önemli gelişmeler ve uluslararası seyahatlerdeki artış, deniz ortamlarını hem gerçek hem de ekonomik açıdan daha erişilebilir kılmıştır. Deniz turizmindeki artışın üç temel nedeni bulunmaktadır: Birincisi, dünya nüfusunun hızla artması ve bu nüfusun büyük çoğunluğunun kıyı şeridinde ikamet etmesi. İkincisi, kitle turizminin yükselişi ve rekreasyonel faaliyetlerin coğrafi olarak yayılması. Üçüncüsü ise, deniz ortamına erişimi ve güvenliği artıran malzemelerin ve araçların (örneğin, yüksek hızlı katamaranlar, kişisel deniz araçları gibi) icadı ve seri üretimidir. Ayrıca, Jacques Cousteau gibi isimlerin öncülüğünü yaptığı televizyon doğa programları sayesinde deniz çevresine olan ilgi artmış, bu da daha önce bilinmeyen bu dünyanın cazip ve erişilebilir hale gelmesine katkı sağlamıştır. Bu kitlesel ve hızla büyüyen gelişme, geleneksel kıyı sınırını 1960'lardan bu yana sürekli olarak genişletmektedir (Miller, 1993; Orams, 2002) .

Deniz, çoğu zaman özgürlüğün bir sembolü olarak algılanmakta ve denizde zaman geçirme isteği birçok birey için güçlü bir motivasyon kaynağı oluşturmaktadır; bu durum, deniz kenarında gerçekleştirilen rekreasyonel ve turistik faaliyetleri daha cazip hâle getirmektedir (Spinelli ve Benevolo, 2022). Deniz turizmi ise deniz çevresi ve/veya kıyı alanlarını merkeze alması nedeniyle turistler açısından önemli bir çekicilik unsuru olarak öne çıkmaktadır (Dimitrovski ve diğerleri, 2021).

Deniz turisti profilinin ve davranışlarının anlaşılması, sektör paydaşlarının daha kişiselleştirilmiş hizmetler sunabilmesi ve etkili pazar segmentasyonları oluşturabilmesi açısından büyük önem taşımaktadır (Spinelli ve Benevolo, 2022).

Deniz turizmi bağlamında öne çıkan motivasyonlar ve faaliyetler, rekreasyonel, kültürel ve deneyimsel boyutlar çerçevesinde çeşitlilik göstermektedir. Bu kapsamda deniz turizmi, eğlence amaçlı tekne gezintileri, yüzme, şnorkelle dalış ile sportif ya da rekreasyonel balıkçılık gibi geniş bir faaliyet yelpazesini içeren rekreasyonel uygulamalara dayanmaktadır. Bununla birlikte deniz kültürel mirasına yönelik artan farkındalık, deniz turizminin sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle güçlü bir ilişki içerisinde geliştiğini ortaya koymaktadır. Özellikle karizmatik deniz canlılarının gözlemlenmesine yönelik faaliyetler, deniz turizminin hem deneyimsel hem de koruma odaklı önemli bileşenleri arasında yer almaktadır (Orams, 2002). Mavi yolculuk ve

yatçılık faaliyetleri ise çoğunlukla bakir koyların korunması, doğayla iç içe olma, dinlenme ve seyir deneyimi yaşama motivasyonları doğrultusunda şekillenmektedir (Muslu, 2018). Kruvaziyer turizmi bağlamında ise gemi, seyahatin temel odağı hâline gelmekte; eğlence, spor, fitness ve kültürel etkinlikler kruvaziyer deneyiminin merkezini oluşturmaktadır. Buna ek olarak, uğranılan limanlarda turistlere destinasyonu tanımaya ve keşfetmeye yönelik çeşitli gezme ve kültürel etkinlikler sunulmaktadır (Eraslan ve diğerleri, 2010).

Deniz turizmi, doğası gereği çelişkili bir alan olup özellikle kıyı bölgelerinde çevresel ve sosyal koşullar üzerinde karmaşık ve yaygın tartışmalara yol açmaktadır (Miller, 1993). Kıyı ve deniz turizmi, iyi su kalitesi ve uygun ekolojik koşullara büyük ölçüde bağımlı olmakla birlikte, karasal ya da denizel faaliyetlerden kaynaklanan çevresel bozulmalar turizm faaliyetlerini doğrudan olumsuz etkileyebilmektedir. Bu bağlamda kruvaziyer turizmi, kıyı ve deniz alanlarını hem olumlu hem de olumsuz yönde etkileme potansiyeline sahip olup; çevresel etki, kirlilik, su kalitesinin bozulması, karasal kirlilik ve deniz yaşamı üzerindeki baskılar gibi çeşitli sorunlara neden olabilmektedir. Literatürde yer alan çalışmalar, kıyı ve deniz turizminin çevre üzerindeki etkileri, kirlilik boyutu ve koruma yaklaşımları üzerinde yoğunlaşmaktadır (Dimitrovski ve diğerleri, 2021). Türkiye özelinde ise deniz turizmi profesyonelleri çevresel sorunları sektörün en temel problemi olarak değerlendirmekte; özellikle Bodrum bölgesinde gerçekleştirilen nitel araştırmalar, bu sorunların büyük ölçüde yönetim eksikliğinden kaynaklandığını ortaya koymaktadır (Muslu, 2018). Kıyı yapılaşması ve kirlilik, bakir koyların geri dönüşü olmayan biçimde tahrip edilmesine yol açan başlıca tehditler arasında yer alırken, sahil yolları gibi uygulamalar doğal varlıkların değerini düşürdüğü gerekçesiyle eleştirilmektedir. Bunun yanı sıra, deniz turizmi mevzuatındaki yetki karmaşası ve aşırı bürokrasi, sorunların çözümünü zorlaştırmakta; atık suların izlenmesini amaçlayan Mavi Kart uygulamaları ise zamanla bürokratik bir engel hâline gelerek kirliliğin önlenmesinde yeterli etkiyi gösterememektedir. Kurumlar arası iletişim ve koordinasyon eksikliği ile arz-talep dengesizliğine bağlı kalite sorunları, teknelerin sınıflandırılması, sertifikasyon ve mesleki yeterlilikler konusundaki yetersizliklerle birlikte Türkiye’de deniz turizmine yönelik etik ve yönetim eleştirilerini derinleştirmektedir (Muslu, 2018).

Türkiye, deniz turizmi alanında 50 yılı aşkın bir geçmişe, önemli bir bilgi birikimine ve deneyimli insan kaynağına sahip olmasına rağmen, mevcut avantajlı

konumuna kıyasla görece düşük düzeyde gelir elde etmektedir. Ülke, 8.333 kilometrelik toplam kıyı uzunluğu ile Karadeniz, Marmara ve Akdeniz olmak üzere üç farklı iklim tipinin etkisi altındaki kıyı alanları sayesinde zengin bir flora ve fauna çeşitliliğine sahiptir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007). Bu bağlamda Muğla başta olmak üzere Bodrum, Marmaris ve Fethiye gibi kıyı destinasyonları, küresel ölçekte yüksek turizm potansiyeli sunmaktadır (Eraslan ve diğerleri, 2010). Türkiye'nin Avrupalı rakiplerine kıyasla otantik kültürel değerlerini ve doğal/kırsal mirasını büyük ölçüde korumuş olması, sürdürülebilir turizm faaliyetleri açısından önemli bir avantaj sağlamaktadır (Yücel, 2002). Ayrıca, uluslararası bir çevre ödülü olan Mavi Bayrak uygulamalarında kaydedilen gelişmeler dikkat çekicidir; 1994 yılında 6 plaj ve 9 marina Mavi Bayrak statüsüne sahipken, 2025 yılı itibarıyla bu sayı 577 plaj ve 29 marinaya ulaşmış, Türkiye Mavi Bayraklı plaj sayısında dünyada üçüncü, marina sayısında ise yedinci sıraya yerleşmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2025). Buna karşın, Karadeniz ve Doğu Akdeniz'de kruvaziyer gemilere hizmet verebilecek liman sayısının yetersizliği, mevcut limanların mega ve lüks gemiler için gerekli altyapı standartlarını karşılamaması, yat ve tekne turizmi altyapısının Akdeniz çanağındaki rakip ülkelerin gerisinde kalması ve balıkçı barınaklarının yat turizmine uygun şekilde dönüştürülme gerekliliği sektörün geliştirilmesi gereken başlıca alanları arasında yer almaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007). Bunun yanı sıra, kruvaziyer turizmine yönelik kapsamlı vergisel teşvik mekanizmalarının yetersizliği, sektörün uluslararası rekabet gücünü artırma açısından önemli bir sınırlılık oluşturmaktadır (Aydınlı, Atmaca ve Yıldız, 2024).

Sürdürülebilirlik ekolojik, sosyal ve ekonomik boyutları kapsayan sistemik bir kavram olup, deniz turizminin sürdürülebilirliği çevresel, ekonomik ve toplumsal faydaların dengeli biçimde optimize edilmesini ve ekosistemlerin korunmasını zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda deniz turizmi yönetiminin, geleceğe dönük stratejik bir yaklaşımla ve çok paydaşlı katılım esas alınarak ele alınması gerekmektedir (Dimitrovski ve diğerleri, 2021). Deniz turizminde hizmet yapısının karmaşıklığı ve doğal kaynakların sürdürülebilir biçimde planlanma ihtiyacı, geleneksel yönetim anlayışının ötesine geçilmesini zorunlu kılmakta; şeffaflık, katılım, koordinasyon ve toplumsal sorumluluk ilkelerine dayanan yönetim yaklaşımını ön plana çıkarmaktadır (Rhodes, 1996). Deniz turizmi destinasyonlarında paydaş katılımı ve sektörler arası diyalog, sürdürülebilirliğin etkin biçimde yönetilmesinde kritik bir rol oynamaktadır (Dimitrovski ve diğerleri, 2021).

Planlama açısından Türkiye, kıyı alanlarının çevresel, sosyal ve ekonomik dengeler gözetilerek sürdürülebilir kullanımını amaçlayan Bütünleşik Kıyı Alanları Yönetimi ve Planlaması (BKAYP) konusunda önemli bir deneyime sahiptir. Bu yaklaşım kara, kıyı ve deniz arasındaki etkileşim alanlarını kapsamakta ve deniz kullanım kararlarını da içermektedir (Kayapınar, 2024). Bununla birlikte Deniz Mekânsal Planlama (DMP), deniz yüzeyi, su kolonu, deniz tabanı ve zaman boyutlarını içeren çok katmanlı yapısıyla deniz alanlarının korunması ve sürdürülebilir kullanımına yönelik stratejik bir çerçeve sunmaktadır. Türkiye’de Mekânsal Planlar Yapım Yönetmeliği, DMP’nin karasuları ve münhasır ekonomik bölgeleri kapsayacak şekilde uygulanmasına imkân tanımakta olup, bu sürecin başarısı BKAYP ile etkin bir entegrasyona bağlıdır (Kayapınar, 2024). Öte yandan sürdürülebilir kalkınma ve Küresel Turizm Etik Kuralları çerçevesinde her düzeyde yönetim reformlarına ve bilimsel araştırmalara ihtiyaç duyulmakta; Türkiye’de deniz turizmine ilişkin yönetimsel sorunların temelinde yetki karmaşası, kamu personeli yetersizliği ve mevzuata dayalı engeller bulunmaktadır (Troian ve diğerleri, 2023). Bu sorunların çözümü, ademi merkeziyetçi bir yönetim anlayışıyla yerinde ve zamanında müdahaleyi, nitelikli kamu personelinin istihdamını, yasal düzenlemelerin tüm paydaşlarla istişare edilerek oluşturulmasını ve bütüncül bir yönetim yaklaşımının benimsenmesini gerektirmektedir. Ayrıca yenilikçi iş modellerinin geliştirilmesi ve yerel toplulukların aktif katılımı, deniz destinasyonlarının daha kapsayıcı ve sürdürülebilir bir biçimde gelişmesine katkı sağlayabilecek önemli unsurlar arasında yer almakta; Türkiye, DMP’ye yönelik mevzuat ve idari boşlukları gidererek deniz çevresi yönetiminde öncü bir konuma ulaşma potansiyeline sahiptir (Kayapınar, 2024).

4.3. Akarsu Turizmi

Öncelikle, nehir turizmi ile akarsu turizmi arasındaki ayrımın açıklığa kavuşturulması önem taşımaktadır. Akarsu turizmi, çay, nehir ve ırmak gibi iç suyollarında gerçekleştirilen geniş kapsamlı turistik ve sportif faaliyetleri kapsayan, doğa temelli ve çevre dostu bir turizm türü olarak tanımlanmaktadır. Bu kapsamda gerçekleştirilen faaliyetler genellikle rehber eşliğinde ve özel donanım kullanılarak yürütülmekte; katılımcılara bireysel becerilerini geliştirme ve sergileme olanağı sunmaktadır (Akova, 1995). Nehir turizmi ise akarsu turizmi şemsiyesi altında konumlanan daha spesifik bir alt segmenttir. Bu segmenti diğer akarsu temelli turizm türlerinden ayıran temel unsur, seyahat ve konaklama tipolojisinin büyük ölçüde nehir

gemi turları (river cruising) etrafında şekillenmesidir. Nehir kruvaziyeleri çoğunlukla Tuna ve Ren gibi büyük ve işlek nehirler üzerinde gerçekleştirilmekte olup, bu bağlamda gemiler yalnızca bir ulaşım aracı değil; rehberli geziler, manzara eşliğinde dinlenme olanakları ve üst düzey hizmetler sunan lüks bir konaklama birimi işlevi de görmektedir. Okyanus kruvaziyelerine kıyasla daha küçük ölçekli olan bu gemiler, genellikle doğrudan şehir merkezlerine yanaşabilmeleri sayesinde yolculara kültürel çekicilikleri gecikmeksizin deneyimleme imkânı sunmakta ve aynı zamanda ziyaret edilen destinasyonların yerel ekonomilerine doğrudan katkı sağlamaktadır (Cooper, 2017). Bu çerçevede, nehir turizmi çoğunlukla konfor odaklı bir seyahat deneyimi ve çok günlük gemi turları üzerinden tanımlanırken; akarsu turizmi, rafting, kano ve nehir kayağı gibi macera temelli sportif faaliyetleri merkeze alan daha geniş ve kapsayıcı bir turizm kategorisi olarak değerlendirilmektedir (Cruise Critic, 2025). Bununla birlikte, nehirler yalnızca turistik faaliyetlerin mekânı olmanın ötesinde; macera, rekreasyon, ulaşım, kültürel miras ve doğal çevre ile bütünleşen çok yönlü turizm kaynakları olarak da ele alınmaktadır (Cooper, 2017). Akarsu turizmi kapsamında yer alan aktiviteler; kano, yelken, yüzme, kayak ve balıkçılık gibi hem suya hem de karaya dayalı rekreasyonel unsurlardan oluşmaktadır. Bu çeşitlilik, sektörün sürdürülebilir gelişimi açısından su kaynaklarının korunmasını ve çevresel duyarlılığın ticari faaliyetlerle uyumlu bir biçimde sürdürülmesini zorunlu kılmaktadır (Bagheri, Zandmoghaddam ve Karkehabadi, 2024).

Bu bölümün devamında genel değerlendirme nehir turizmi üzerine odaklanacak olup, Türkiye bağlamı ise akarsu turizmi başlığı altında ele alınacaktır. Nehir turizmi, deniz seyahati endüstrisine kıyasla daha yeni ve gelişmekte olan bir alan olup, turistlerin nehirleri çeşitli amaçlarla kullanımını açıklayan farklı nehir temelli turizm türlerini kapsamaktadır (Eslamian, 2014; Van Balen, Dooms ve Haezendonck, 2014). Bu turizm türü genel olarak iki temel faaliyetten oluşmaktadır: çok günlük seyahatler sağlayan nehir yolculukları (river cruises) ve kurumsal nitelikli farklı etkinlikleri içeren nehir etkinlikleri (river events). Nehir yolculukları, cazip nehir kıyısı destinasyonlarına yönelik olarak gerçekleştirilen; gemi içerisinde süit konaklama birimleri, yeme-içme hizmetleri ve eğlence olanaklarının sağlandığı seyahatleri ifade etmektedir. Buna karşılık nehir etkinlikleri daha çok iş odaklı olup, ürün lansmanları, kurumsal toplantılar ve şirket etkinlikleri gibi organizasyonlara ev sahipliği yapan gemilerde düzenlenmektedir (Van Balen ve diğerleri, 2014).

Nehir turizminin kapsamı, doğrudan su üzerinde gerçekleşen faaliyetlerle nehir çevresindeki alanları kullanan faaliyetler arasında bir ayırım yapılmasını gerektirir. Nehir üzerindeki turizm; seyir (cruising), yelken, rafting ve su temini gibi suyla doğrudan temas içeren etkinlikleri kapsarken, nehir kıyısındaki turizm faaliyetleri; nehrin fiziksel morfolojisi, manzara değeri ve tarihsel özellikleri gibi dolaylı unsurları kullanır. Bu ikinci grup faaliyetlerin, çoğu durumda, daha yüksek ekonomik etki yarattığı belirtilmektedir (Deiminat, Siuki ve Eslamian, 2014). Nehir turizmi; destinasyon geliştirme süreçlerinde tüm paydaşların katılımını öngören, küçük ölçekli planlamalara dayanan ve sürdürülebilirlik ilkesini temel alan yapısı sayesinde alternatif turizm türleri arasında önemli bir konuma sahiptir (Ceylan, Çetin ve Özdiçiner, 2019).

Deniz yolculukları ile nehir yolculukları arasında belirgin farklılıklar bulunmaktadır. Deniz yolculukları genellikle belirli rotalara odaklanırken, nehir yolculuğu işletmecileri daha çok destinasyon odaklı bir yaklaşım benimsemektedir (Rodrigue ve Notteboom, 2013). Ayrıca deniz kruvaziyerlerinde havuz, buz pateni pisti veya sinema salonu gibi geniş eğlence olanaklarının bulunması nedeniyle yolcuların liman kentlerinde görece daha az harcama yaptığı; buna karşın, gemi içi olanakların daha sınırlı olduğu nehir kruvaziyerlerinde yolcuların ziyaret ettikleri şehirlerde daha yüksek harcama eğilimi gösterdikleri ortaya konmuştur (Brida, Bukstein, Garrido ve Tealde, 2012).

Nehir turizmi endüstrisi son yıllarda dikkate değer bir büyüme göstermiştir. Özellikle Batı Avrupa'daki su yollarında belirgin bir artış yaşanmış, sektör genel olarak 2019–2023 döneminde yıllık ortalama %9 oranında büyümüştür. Operatörler, mevcut müşteri tabanını korumak ve yeni müşteri gruplarını çekmek amacıyla yeni güzergâhlar geliştirmeye yönelik stratejilerini yoğunlaştırmakta; hatta Amazon ve Mekong gibi geleneksel olarak daha az kullanılan nehir rotalarına dahi açılmaktadır (CLIA, 2023).

Nehir yolculuğu destinasyonları (river cruising) küresel ölçekte Avrupa, Kuzey Amerika, Asya-Pasifik ve diğer bölgeler olmak üzere dört ana coğrafyada yoğunlaşmaktadır. Pazarın yaklaşık %55'i Avrupa'da (Ren, Tuna, Seine), %20'si Kuzey Amerika'da (Mississippi ve Kolombiya Nehirleri), %15'i Asya-Pasifik bölgesinde (Mekong, Yangtze ve Ganj) ve %10'u ise diğer bölgelerde (Amazon ve Nil) yer almaktadır. 2024 yılı itibarıyla nehir turizmine katılan toplam yolcu sayısının yaklaşık 1

milyon 390 bin kişi olduğu tespit edilmiştir. Alman turizm pazarı temel alınarak yapılan bir değerlendirmede, Avrupa nehir turizmi destinasyonları önem derecelerine göre sınıflandırılmıştır (CCNR, 2023). Buna göre Tuna ve Ren nehirleri ile bunların yan kolları ve kanalları, pazarın yaklaşık %64'ünü oluşturarak ilk sırada yer almakta; Ren Nehri gezileri ortalama 5 gün, Tuna Nehri gezileri ise 7–8 gün sürmektedir. İkinci sırada St. Petersburg–Moskova rotası, Dinyeper, Elbe ve Rhône Nehirleri bulunmakta olup bu hatlarda genellikle 200 ve üzeri yolcu kapasiteli büyük gemiler faaliyet göstermektedir. Üçüncü ve dördüncü grupta ise Orta ve Aşağı Volga, Hollanda–Belçika kanal sistemi, Aşağı Seine ile Burgonya ve Nivernais gibi Orta Fransa kanalları yer almakta; bu destinasyonlarda daha küçük ölçekli tekneler kullanılmaktadır (Schaufeli ve Bakker, 2004).

Yüzen ev turizmi (houseboat), özellikle Batı Avrupa'daki gelişmiş kanal sistemlerine dayanmaktadır. Fransa (özellikle Canal du Midi ve Burgonya kanalları), İngiltere, Kuzey İrlanda, İrlanda Cumhuriyeti ile Hollanda-Belçika bölgesi bu turizm türünün önde gelen destinasyonları arasında yer almaktadır. İngiltere, Galler ve İskoçya'da Norfolk Broads bölgesi; İrlanda'da ise Shannon Nehri ve Erne Gölü yüzen ev turizmi açısından öne çıkan alanlardır (Steinbach, 1995).

Nehir turizmi, hem liman idareleri hem de yerel yönetimler açısından önemli motivasyon kaynakları sunmaktadır. Liman idareleri için liman ücretleri ve sunulan hizmetler ek gelir yaratırken, yerel yönetimler turist harcamaları yoluyla olumlu ekonomik etkiler elde etmektedir. Nehir yolculuğuna katılan turistlerin genellikle yüksek gelir grubuna mensup olmaları ve yerel ürün ile hizmetleri tüketmeye istekli olmaları, bu etkiyi daha da güçlendirmektedir (Van Balen ve diğerleri, 2014).

Bununla birlikte, nehir turizmi destinasyonlarının çekiciliği büyük ölçüde iskelelerin konumu ve çevresel kalitesi ile ilişkilidir. Turistik alanlara yakın iskeleler önemli bir avantaj sağlamakla birlikte, transfer olanaklarının yaygınlığı bu mesafeyi ikincil hâle getirmektedir. Buna karşılık, iskelenin sanayi alanlarından uzak, turistik beklentilere uygun bir çevresel ambiyansa sahip olması kritik bir faktör olarak değerlendirilmektedir (Dooms, Haezendonck ve Valaert, 2013).

Nehir turizmi kapsamında farklı kullanıcı profilleri ve ilgi alanları öne çıkmaktadır. Nehir gezilerine katılan turistler genellikle yüksek gelir düzeyine ve ileri yaş

grubuna (ortalama 60 yaş) sahiptir; bu grup için organizasyon kalitesi ve güvenlik, özellikle tıbbi destek olanakları, öncelikli unsurlardır. Operatörlerin gençler ve aileleri hedefleyebilmesi için deniz yolculuklarında olduğu gibi yenilikçi hizmet ve tedarik yapıları geliştirmeleri gerekmektedir (Steinbach, 1995). Nehir etkinlikleri (river events) çoğunlukla otomobille seyahat eden iş insanlarını çekmekte olup, bu tür organizasyonlarda yeterli otopark kapasitesi hayati öneme sahiptir. Bisiklet turizmine katılanlar ise doğa deneyimi ve fiziksel aktivite motivasyonunu ön planda tutmakta; genellikle 25–45 yaş aralığında, eğitim seviyesi ortalamanın üzerinde bireylerden oluşmaktadır (Steinbach, 1995).

Nehir turizminin geliştirilmesi, ekonomik faydalar sağlamakla birlikte bazı etik ve yönetsel zorlukları da beraberinde getirmektedir. Bir liman otoritesi ya da yerel yönetim açısından temel sorunlardan biri, turistik faaliyetleri çekmenin maliyetlerinin elde edilecek faydalardan daha yüksek olup olmayacağının değerlendirilmesidir (Van Balen ve diğerleri, 2014). Nehirler ve diğer doğal kaynaklar insan müdahalelerine karşı son derece hassas olup; sulama faaliyetleri, kirlilik, baraj inşaatları ve turistik tüketim gibi müdahaleler nehirlerin doğal işleyişini değiştirebilmektedir. Turizm faaliyetleri ekolojik açıdan birçok endüstriyel faaliyete kıyasla daha kabul edilebilir görülse de, kirlilik, aşırı kullanım ve kaynakların azalması gibi olumsuz etkilere yol açabilmektedir. Bu nedenle nehir sistemlerinin uzun vadeli sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için kullanımın dikkatli ve planlı bir şekilde yönetilmesi gerekmektedir (Deiminit ve diğerleri, 2014). Bununla birlikte, nehir turizmi limanlar açısından görece yeni bir faaliyet alanı olduğundan, yatırımların meşrulaştırılmasında tarihsel veriler yetersiz kalmakta ve ileriye dönük tahmin yöntemlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Nehir turizminin ekonomik getirileri çoğunlukla yerel halk ve kamu kurumları gibi geniş bir aktör grubu tarafından paylaşılırken, bu faydaların liman otoritelerine doğrudan geri dönmemesi finansal riskleri artırabilmektedir. Bu durum, yerel yönetimlerin ortak finansmanı meşrulaştırabilmek için farklı ekonomik değer biçimlerini dikkate almalarını gerekli kılmaktadır (Van Balen ve diğerleri, 2014). Nitekim büyüme beklentilerine rağmen akarsu turizminde önemli riskler de mevcuttur; Avusturyalı DDSG şirketine ait “Mozart” adlı geminin yüksek maliyetli ve hatalı tasarımı nedeniyle fiyatlarının aşırı yükseltilmesi, geminin satılmasına ve sonuç olarak Avusturyalı vergi mükellefleri üzerinde mali bir yük oluşmasına neden olmuştur (Steinbach, 1995).

Türkiye, genç jeolojik yapısı, yüksek dağ silsileleri ve zengin su kaynakları sayesinde akarsu turizmi açısından küresel ölçekte önemli bir potansiyele sahiptir (Akova, 1995). Akarsu turizmi, yalnızca yüksek adrenalin içeren sportif faaliyetlerle sınırlı olmayıp; ekolojik keşif, kültürel etkileşim ve kitle turizmine lojistik katkı sunan çok boyutlu bir yapıyı ifade etmektedir (Çankaya, 1996). Bu kapsamda akarsu turizmi; çay, nehir ve ırmaklarda rehber eşliğinde, özel ekipmanlar kullanılarak gerçekleştirilen turistik ve sportif aktiviteleri içermektedir. Başlıca akarsu sporları arasında grup hâlinde gerçekleştirilen ekstrem bir faaliyet olan rafting, bireysel teknik beceri gerektiren nehir kayağı ve düşük debili sularda yapılan kano yer almaktadır. Ülkenin sahip olduğu bu doğal avantaj, sürdürülebilirlik ilkeleriyle dengelenmesi gereken stratejik bir yönetim anlayışını gerekli kılmaktadır (Önen, 2007).

Türkiye’de akarsu turizmi pazarı, hedef kitlesi ve operasyonel yapısı bakımından belirgin bir segmentasyona sahiptir. Bu segmentlerin en geniş kitleye hitap eden örneği, Akdeniz kıyı turizmi paketleriyle başarıyla entegre olmuş Köprülü Kanyon’dur. Antalya’nın Manavgat ilçesinde yer alan milli park, 14 kilometrelik parkuru ve Sınıf 1–2 zorluk derecesiyle özellikle aile odaklı turizme uygunluk göstermektedir. Düşük risk seviyesi nedeniyle 7 yaş ve üzeri katılımcılar için uygun olan parkurda yüzme bilgisi zorunlu değildir. Nisan–Ekim döneminde yoğunlaşan sezonda turlar ortalama 2,5 saat sürmekte olup, başta Rus ve Alman turistler olmak üzere yüksek hacimli yabancı ziyaretçi akışıyla “kitle turizmi hacim modeli”nin başarılı bir örneğini oluşturmaktadır (Cetinkaya, Kambu ve Nakamura, 2014).

Kitle pazarına yönelik bu yapının aksine, Çoruh Nehri ve Fırtına Deresi daha teknik ve uzmanlaşmış segmentlere hitap etmektedir. Artvin’de yer alan Çoruh Nehri, uluslararası ekstrem spor topluluklarında yüksek bir prestije sahip olup Sınıf 6 zorluk derecesiyle yalnızca profesyonel sporcular için uygundur. Hızlı akıntılar, keskin dönüşler ve teknik geçitlerin hâkim olduğu parkurda sezon, debinin en yüksek olduğu Mayıs–Haziran aylarıyla sınırlıdır (Parlar, 2024). Buna karşılık Rize’de bulunan Fırtına Deresi, orta seviyedeki Sınıf 2–3 zorluk derecesiyle daha geniş ancak deneyimli bir kitleye (+12 yaş) yöneliktir. Trekking ve kanyoning parkurları, tarihi kemer köprüler (örneğin Şenyuva Köprüsü) ve Fırtına Festivali gibi kültürel unsurların entegrasyonu sayesinde bölge, sürdürülebilir bir “deneyim modeli” geliştirmiştir (Zaman, 2008). Bu çeşitlilik, destinasyonun sezon uzatma kapasitesini de artırmaktadır.

Akarsu turizminin ekonomik yapısı, özellikle Köprülü Kanyon örneğinde açık biçimde gözlemlenmektedir. Düşük temel satış fiyatına dayalı bu modelde işletmeciler, kâr marjlarını artırmak amacıyla fotoğraf ve video çekimi, içecek satışları ve ekipman kiralama gibi katma değerli hizmetlere yönelmektedir. Bu ek gelir kalemleri aracılığıyla Turist Başına Ortalama Gelir (TBOG) artırılmaktadır. Ayrıca su debisindeki dalgalanmalara karşı operasyonel dayanıklılığı korumak amacıyla kanyoning ve zipline gibi su seviyesinden daha az etkilenen dikey macera faaliyetleri giderek daha fazla sisteme entegre edilmektedir. Güvenlik uygulamaları kapsamında rehber zorunluluğu, can yeleği kullanımı ve Fırtına Deresi örneğinde olduğu gibi rafting sigortasının tur fiyatına dâhil edilmesi, hem tüketici güveni hem de hukuki sorumluluk açısından kritik önem taşımaktadır.

Sonuç olarak Türkiye’de akarsu turizminin gücü; Köprülü Kanyon’un yüksek ticari verimliliği, Fırtına Deresi’nin ekolojik ve kültürel zenginliği ile Çoruh Nehri’nin uluslararası prestiji arasındaki çeşitlilikten kaynaklanmaktadır. Bu potansiyelin sürdürülebilirliği, özellikle milli park statüsüne sahip hassas alanlarda (örneğin 400 hektarlık servi ormanını barındıran Köprülü Kanyon’da) çevresel etki yönetimini zorunlu kılmaktadır. Geleceğe yönelik stratejilerin, turist sayısını artırmaya odaklanmak yerine su debisinden bağımsız, yüksek marjlı dikey macera aktivitelerine yatırım yaparak TBOG’nin yükseltilmesini hedeflemesi önerilmektedir. Ayrıca Sınıf 1–2 ile Sınıf 6 arasındaki zorluk farkları dikkate alınarak ulusal ölçekte güvenlik protokollerinin, rehber sertifikasyon süreçlerinin ve zorunlu sigorta uygulamalarının standardize edilmesi büyük önem taşımaktadır. Yerel halkı merkeze alan kalkınma modellerinin (bungalov ve taş evler gibi) teşvik edilmesi ise turizm gelirlerinin daha adil dağılımına ve ekolojik ayak izinin azaltılmasına katkı sağlayacaktır.

Akarsu turizminin geliştirilmesi ve yönetimi; doğal çevre koşullarındaki değişkenlik, ekonomik getirilerin belirsizliği ve sürece dâhil olan paydaşların çeşitliliği nedeniyle çok boyutlu ve bütüncül karar alma süreçlerini zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda, planlama ve yönetim aşamalarında belirsizlikleri azaltan, stratejik düşünmeyi teşvik eden ve çevresel hassasiyetleri merkeze alan araçların kullanılması büyük önem taşımaktadır. Akarsu ve nehir turizminin birçok liman ve destinasyon açısından görece yeni bir turizm alanı olması, ekonomik etkilerin doğru biçimde öngörülmesini ve yatırım kararlarının rasyonel temellere dayandırılmasını güçleştirmekte; bu noktada senaryo

planlama yaklaşımı, geleneksel tahmin yöntemlerine kıyasla daha esnek ve kapsayıcı bir stratejik araç olarak öne çıkmaktadır. Senaryo planlama, geleceğe ilişkin tekil öngörüler yerine, birbirinden farklı ancak makul gelişim yollarını betimleyen çoklu senaryolar aracılığıyla belirsizliklerin eş zamanlı etkilerini analiz etme imkânı sunmakta ve liman yöneticileri ile yerel karar alıcılara akarsu turizmi yatırımlarının ekonomik gerekçesini değerlendirme, riskleri yönetme ve altyapı yatırımlarının optimal ölçeğini belirleme konusunda önemli katkılar sağlamaktadır (Van Balen ve diğerleri, 2014). Bununla birlikte, akarsu turizminin sürdürülebilirliği, nehir havzalarının bütünleşik (entegre) yönetimini zorunlu kılmakta; bu yaklaşım merkezi yönetim, bölgesel otoriteler ve özel sektör gibi farklı aktörlerin koordinasyonuna dayalı planlama süreçlerini ön plana çıkarmaktadır. Ekolojik, sosyal ve ekonomik boyutların birlikte ele alınmasını gerektiren bu bütünleşik yapı, turizm planlamasında entegrasyonu kritik bir unsur hâline getirmekte; turistik fayda yaratma hedefiyle birlikte su kaynaklarının korunması, toplumsal katılımın artırılması ve ekonomik getirilerin adil dağılımının eş zamanlı olarak gözetilmesini gerekli kılmaktadır (Deiminit ve diğerleri, 2014; Steinbach, 1995). Nehir sistemlerinin aynı zamanda karmaşık ekolojik koridorlar olarak değerlendirilmesi, su kaynaklarının bütüncül korunmasını ve insan-çevre etkileşiminin denge içinde sürdürülmesini amaçlayan ekolojik koridor yönetimi yaklaşımını ön plana çıkarmaktadır (Deiminit ve diğerleri, 2014; Han, Wang, Li ve Zhang, 2022) Bu bağlamda nehir kanalı, taşkın yatağı ve yüksek arazi kenarı geçiş bölgelerinden oluşan, enine, boyuna, dikey ve zamansal boyutlara sahip ekolojik koridor yapısı; suyun korunması, taşkın kontrolü, biyolojik çeşitliliğin sürdürülmesi, habitat bütünlüğünün sağlanması ve peyzaj-rekreasyon işlevleri gibi hem ekolojik hem de sosyo-ekonomik fonksiyonlar üstlenmektedir. Ekolojik koridorun etkin biçimde yönetilebilmesi için mekânsal sınırların net biçimde tanımlanması gerekmektedir; bu kapsamda nehir kıyı şeridi yönetimi çizgisi asgari koruma alanını belirlerken, sucul ekolojik kırmızı çizgi, kalıcı tarım arazisi kontrol çizgisi ve kentsel gelişim sınırı gibi üst ölçekli sınırlar nehir ekosistemleri üzerindeki kentleşme, tarımsal genişleme ve rekreasyon baskılarına karşı mekânsal denge sağlamaktadır (Han ve diğerleri, 2022). Özellikle sucul ekolojik kırmızı çizgi, temel koruma hattı olarak su ekosistemlerinin sürdürülebilirliğinin güvencesi niteliği taşımaktadır. Akarsu ve nehir turizmine yönelik liman altyapısı yatırımları her ne kadar turist sayısına bağlı olarak yüksek getiri potansiyeli sunsa da, liman gelirlerinin bölgesel ekonomi içindeki görece

sınırlı payı; yatırım paylaşımı, erişim maliyetleri ve fayda dağılımı konularında paydaşlar arası müzakereyi zorunlu kılmakta; bu nedenle senaryo planlama, ekolojik koridor yönetimi ve mekânsal sınırlama araçları, doğru ölçeklendirilmiş ve sürdürülebilir yatırımların teşvik edilmesi açısından stratejik önem taşımaktadır (Van Balen ve diğerleri, 2014).

4.4. Flora ve Fauna Turizmi

Flora ve fauna turizmi, ekoturizm ve doğa temelli turizm kavramları kapsamında ele alınan özel ilgi turizmi türlerinden biridir (Çakıcı ve Harman, 2006). Flora, belirli bir coğrafi bölgenin bitki örtüsünü ifade ederken, botanik biliminde belirli bir alanda doğal olarak yetişen bitki topluluklarını tanımlamaktadır. Flora turizmi, sahip olduğu tematik çeşitlilik doğrultusunda kendi içinde farklı alt türlere ayrılmaktadır. Bu kapsamda orman turizmi, ağaç turizmi, botanik turizmi, çiçek turizmi ve bahçe turizmi, flora turizminin başlıca alt bileşenlerini oluşturmaktadır. Fauna ise aynı coğrafi alanda yaşayan tüm hayvan türlerini kapsayan bir kavram olarak kullanılmaktadır. Bu bağlamda flora ve fauna, turizm açısından önemli çekicilik unsurları ve turistik ürünler olarak değerlendirilmektedir (Kurnaz ve Babür, 2018).

Flora turizmi, doğal bitki örtüsü ile insan eliyle oluşturulmuş orman, park ve bahçelerin yürüyüş, manzara seyri, fotoğrafçılık, bilimsel araştırma ve inceleme gibi amaçlarla ziyaret edilmesini kapsarken; fauna turizmi, başta vahşi hayvanlar olmak üzere doğal yaşamın gözlemlenmesine dayalı turistik faaliyetleri ifade etmektedir. Bu iki turizm türünün temelini oluşturan biyoçeşitlilik, bir bölgedeki genlerin, türlerin, ekosistemlerin ve ekolojik süreçlerin oluşturduğu bütün olarak tanımlanmakta; genetik düzeyden popülasyon, tür, topluluk ve ekosistem düzeylerine kadar tüm organizasyon basamaklarındaki yaşam çeşitliliğini kapsayan dinamik bir özellik olarak değerlendirilmektedir (Erken, Parlak ve Yılmaz, 2022; Seven, 2020). Bu bağlamda endemik türler, yalnızca belirli bir coğrafyada yaşayan ve başka hiçbir yerde doğal olarak bulunmayan türler olmaları nedeniyle flora ve fauna turizmi açısından özel bir önem taşımaktadır (Kurnaz ve Babür, 2018).

Flora ve fauna turizmi ile doğrudan ilişkili olan ekoturizm, çevreyi koruyan ve yerel halkın refahını gözetken, doğal alanlara karşı duyarlı bir seyahat biçimi olarak tanımlanmaktadır. Uluslararası Doğa Koruma Birliği'ne (IUCN) göre ekoturizm; doğayı

ve kültürel kaynakları anlayarak korumayı destekleyen, düşük ziyaretçi etkisine sahip ve yerel topluluklara sosyo-ekonomik fayda sağlayan, çevresel açıdan sorumlu bir seyahat ve ziyaret türüdür (Kurnaz & Babür, 2018). Literatürde ekoturizm, “yumuşak turizm”, “ekolojik turizm” ya da aralarında anlam itibarıyla farklar olsa da “yeşil turizm” kavramlarıyla da ifade edilmekte olup, sürdürülebilir turizmin önemli bir biçimi olarak doğal ve kültürel değerlerin sorumluluk bilinciyle korunarak turizme kazandırılmasını hedeflemektedir (Kurnaz ve Babür, 2018; Momir, Petroman ve Mergheå, 2014).

Turizm endüstrisinin gelişimi ve tüketici tercihlerindeki değişimlerle birlikte, dünyada kitle turizmine alternatif turizm ürünleri arayışları başlamış; bu süreç ekoturizmin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Ekoturizm kavramı, özellikle turizm–çevre ilişkilerinin önem kazanması ve sürdürülebilirlik tartışmalarının yaygınlaşmasıyla birlikte daha görünür hâle gelmiş ve popülerlik kazanmıştır (Kurnaz ve Babür, 2018). Kitle turizmine bir tepki olarak 1990’lı yıllarda belirgin bir gelişme gösteren ekoturizmin kökeni ise, 1980’li yılların ortalarında Kuzey Amerika’da, gezegenin en kırılgan bölgelerinde vahşi doğa turizmine yönelik talebin artmasına dayanmaktadır (Momir ve diğerleri, 2014). Biyoçeşitliliğin korunmasına yönelik küresel farkındalığın artması, Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesi (CBD) ile uluslararası bir boyut kazanmıştır. 5 Haziran 1992’de imzaya açılan ve 29 Aralık 1993’te yürürlüğe giren sözleşme, biyoçeşitliliğin korunmasını küresel gündemin merkezine taşımış; Türkiye ise bu sözleşmeyi 27 Aralık 1996 tarihinde onaylamıştır (Seven, 2020).

Doğa koruma alanlarına yönelik yaklaşımların somut uygulamalara dönüşmesi ise 19. yüzyıla kadar uzanmakta olup, bu alandaki ilk önemli örneklerden biri 1872 yılında kurulan Yellowstone Ulusal Parkıdır (Koday, Kaymaz ve Kaya, 2018). Ayrıca Birleşmiş Milletler Ekonomik ve Sosyal Konseyi (ECOSOC) tarafından 2002 yılının “Uluslararası Ekoturizm Yılı” ilan edilmesi ve aynı yıl Kanada’da düzenlenen Dünya Ekoturizm Zirvesi, ekoturizmin kurumsallaşmasında önemli bir dönüm noktası olmuştur (Zengin, Koç ve Ulama, 2019).

Hayvan odaklı turistik faaliyetler (fauna turizmi), kullanım amaçlarına ve hayvanların içinde bulundukları ortamlara göre farklı biçimlerde sınıflandırılmaktadır. Bu bağlamda Fennell’in yaklaşımı, fauna turizmini hayvanların turizm faaliyetleri içerisindeki rollerine göre beş temel kategori altında ele almaktadır: esaret altında tutulan

hayvanlar (hayvanat bahçeleri, sirkler), turizm faaliyetlerine fiziksel veya duygusal emek sağlayan hayvanlar, rekabet ve yarışma unsuru hâline getirilen hayvanlar, spor veya eğlence amacıyla öldürülen hayvanlar (örneğin av turizmi) ve doğal yaşam alanlarında gözlemlenen hayvanlar (vahşi yaşam gözlemciliği) (Erdal, 2024). Bunun yanı sıra fauna turizmi, hayvanların bulunduğu ortam türlerine göre de sınıflandırılmaktadır. Doğal ortamlar, hayvanların tamamen özgür ve insan müdahalesinden büyük ölçüde uzak yaşadığı alanları ifade ederken; yarı doğal ortamlar, milli parklar gibi hayvanların doğal çevre içinde ancak belirli yönetim sınırları dâhilinde yaşadıkları alanları kapsamaktadır. Yarı-yapay ortamlar, doğal yaşam alanlarının taklit edilerek hayvanların esaret altında sergilendiği hayvanat bahçeleri ve akvaryumları içerirken; tasarlanmış ortamlar ise hayvanların performans, gösteri veya eğlence amacıyla eğitildiği, evcilleştirildiği ya da insanlaştırıldığı alanlar olarak tanımlanmaktadır (Erdal, 2024).

Flora ve fauna turizmine katılım motivasyonları, büyük ölçüde modern yaşamın yarattığı olumsuzluklara karşı doğa ile yeniden bağ kurma arzusuna dayanmaktadır. Küresel ısınma, biyolojik çeşitlilik kaybı, doğal alanların tahribatı, temiz çevreye duyulan özlem ve stres atma ihtiyacı, bireylerin doğaya ve eşsiz doğal güzelliklere yönelik ilgisini artıran temel unsurlar arasında yer almaktadır (Kurnaz ve Babür, 2018). Özellikle kuş gözlemciliği gibi doğa temelli turizm türlerine katılan bireyler için temel güdülenme, kuşları doğal yaşam alanlarında gözleme, tanımlama ve kayıt altına alma faaliyetleridir (Çakıcı ve Harman, 2006). Genel olarak doğa temelli turizme katılan bireylerin motivasyonları; kent yaşamının yarattığı stres, gürültü ve yoğun yapılaşmadan uzaklaşma isteği, doğayı deneyimleyerek koruma ve keşfetme arzusu, farklı kültürleri tanıma, doğal alanlarda dinlenme, eğlenme ve yenilenme imkânı bulma gibi unsurlar etrafında şekillenmektedir (Erken, Atanur ve Tanrıöver, 2019; Kurnaz ve Babür, 2018; Rózycki ve Kostrakiewicz-Gierałt, 2023). Flora turizmi özelinde ise ziyaretçilerin motivasyonları; doğal bitki türlerini tanıma, inceleme, bilimsel bilgi edinme ve bazı durumlarda etnobotanik bağlamda bitkilerin sunduğu şifa olanaklarından yararlanma yönünde yoğunlaşmaktadır.

Flora ve fauna turizmi, doğanın sunduğu kaynaklardan yararlanmayı esas almasına karşın, özellikle etik ve sürdürülebilirlik boyutlarında önemli tartışmaları ve eleştirileri beraberinde getirmektedir. Bu tartışmaların merkezinde, hayvan refahı, biyoçeşitliliğin korunması ve turizm faaliyetlerinin doğal çevre üzerindeki baskıları yer

almaktadır. Özellikle hayvan odaklı turizm faaliyetlerinde, ekonomik getirilerin öncelik kazanmasıyla birlikte hayvanların hakları ve refahının sıklıkla göz ardı edildiği görülmektedir. Turizm sektöründe hayvanlar; eğlence, gösteri, av ya da kültürel miras söylemleri altında metalaştırılmakta ve bu durum küresel ölçekte milyonlarca hayvanın tutsak edilmesine, taciz edilmesine veya öldürülmesine yol açabilmektedir. İspanya'daki boğa güreşleri ya da hayvanlarla fotoğraf çekmeye dayalı “selfie turizmi” gibi uygulamalar, her ne kadar ziyaretçiler tarafından hayvan sevgisiyle ilişkilendirilse de, hayvan refahının ciddi biçimde zarar gördüğü faaliyetler arasında yer almaktadır (Erdal, 2024).

Flora ve fauna turizmine yönelik bir diğer temel eleştiri, doğal çevre üzerindeki olumsuz etkiler ile ilgilidir. Turizm faaliyetleri, biyoçeşitliliğin yok olma hızını kabul edilebilir sınırların ötesine taşıyabilmekte; kirlilik, iklimsel faktörler ve insan kaynaklı baskılar, doğal ekosistemler üzerinde kalıcı tahribatlara neden olmaktadır (Erken ve diğerleri, 2022). Bu süreçte habitat kaybı, en önemli tehditlerden biri olarak öne çıkmaktadır. Hızlı nüfus artışı, sanayileşme, tarım alanlarının genişlemesi ve baraj projeleri, doğal yaşam alanlarının parçalanmasına, küçülmesine ya da tamamen yok olmasına yol açmakta; bir habitat alanının %90 oranında azalması, genellikle tür çeşitliliğinde yaklaşık %50'lik bir kayıpla sonuçlanmaktadır (Erken ve diğerleri, 2022). Bunun yanı sıra, aşırı kullanım da flora ve fauna üzerinde ciddi baskılar yaratmaktadır. Kıyı alanlarında yoğun kentleşme, atık boşaltımı ve kontrolsüz turizm faaliyetleri, özellikle bitki örtüsü ve yaban hayatı açısından önemli riskler oluştururken; kıyı turizminde ayakla ezme (trampling) ve atık bırakma gibi etkiler ekosistemleri doğrudan tehdit etmektedir (Bellan ve Bellan-Santini, 2001). Orman yangınları ise, özellikle endemik ve dar yayılışlı türler açısından geri dönüşü zor kayıplara neden olabilmektedir(Erken ve diğerleri, 2022).

Endemik türlere yönelik tehditler, flora ve fauna turizmi bağlamındaki etik eleştirilerin önemli bir diğer boyutunu oluşturmaktadır. Aşırı otlatma, bazı endemik bitki türlerinde tohum döngüsünü kesintiye uğratarak popülasyonların devamlılığını engellemekte; gösterişli ve estetik açıdan çekici türlerin insanlar tarafından koparılması veya sökülerek taşınması, bu türlerin doğal yaşam alanlarında hızla azalmasına yol açmaktadır. Tarımsal faaliyetlerde yoğun biçimde kullanılan kimyasal maddeler, özellikle herbisitler, endemik türler üzerinde doğrudan yok edici etkilere sahip

olabilmektedir. Buna ek olarak, istilacı türler, habitat kaybından sonra küresel ölçekte biyoçeşitliliğin korunmasına yönelik en büyük ikinci tehdit olarak değerlendirilmektedir (Erken ve diğerleri, 2022). Bu eleştiriler doğrultusunda, flora ve fauna turizmine yönelik koruma ve etik çözüm önerileri geliştirilmesi zorunlu hâle gelmektedir. Biyolojik çeşitliliğin korunması amacıyla, IUCN Kırmızı Listeleri gibi bilimsel kaynaklardan yararlanılarak tehdit altındaki türlerin belirlenmesi ve öncelikli koruma alanlarının tanımlanması gerekmektedir. Koruma faaliyetleri, hem in-situ (doğal habitatların korunması) hem de ex-situ (alan dışı üretim, botanik bahçeleri ve tohum bankaları) yöntemleriyle desteklenmelidir (Erken ve diğerleri, 2022). Bu çerçevede sürdürülebilir turizm ve ekoturizm yaklaşımları; çevreyi korumayı, olumsuz etkileri en aza indirmeyi ve yerel halkın refahını gözetmeyi temel ilke olarak benimsemelidir (Kurnaz & Babür, 2018). Özellikle kıyı alanlarının yönetiminde sosyolojik, ekonomik ve hukuki disiplinlerin bütünleşik biçimde ele alınması gerekmekte (Bellan ve Bellan-Santini, 2001); hayvan hakları ve refahına yönelik etik kodlar ile politikaların geliştirilmesi, esaret veya öldürme temelli uygulamalar yerine gözlem, tanıma ve eğitim odaklı faaliyetlerin teşvik edilmesi gerektiği vurgulanmaktadır (Erdal, 2024).

Türkiye, sahip olduğu yüksek biyoçeşitlilik düzeyi sayesinde flora ve fauna turizmi açısından küresel ölçekte önemli bir potansiyele sahip ülkeler arasında yer almaktadır (Kurnaz ve Babür, 2018). Flora zenginliği bakımından Türkiye, tohumlu bitki çeşitliliği ve bitki genetik kaynakları açısından dünyanın en zengin ülkelerinden biri olarak kabul edilmekte ve sıklıkla Avrupa kıtasıyla karşılaştırılmaktadır. Tüm Avrupa kıtasında yaklaşık 12.000 bitki türü kaydedilmişken, Türkiye'deki toplam bitki taksonu sayısının 13.404 olduğu; bu taksonların %24,4'ünün (3.275 takson) endemik türlerden oluştuğu belirtilmektedir (Erken ve diğerleri, 2022). Diğer çalışmalarda ise Türkiye'de yaklaşık 10.000 bitki türü bulunduğu ve bunların 3.000'e yakınının endemik olduğu ifade edilmekte; bu durum Türkiye'nin %30–33 civarında yüksek bir endemizm oranına sahip olduğunu göstermektedir (Kurnaz ve Babür, 2018). Ayrıca Akdeniz ve Yakın Doğu bitki gen merkezlerinin Türkiye'de örtüşmesi, Anadolu'yu küresel ölçekte önemli bir bitkisel gen bankası konumuna taşımaktadır (Erken ve diğerleri, 2022). Nitekim Türkiye'deki endemik bitki türü sayısının, tüm Avrupa ülkelerinin toplam endemik tür sayısından (yaklaşık 2.600) daha fazla olduğu vurgulanmaktadır (Kurnaz ve Babür, 2018).

Fauna zenginliği açısından da Türkiye, Avrupa kıtasıyla yarışabilecek düzeyde bir çeşitliliğe sahiptir (Seven, 2020). Ülkede yaklaşık 1.500 omurgalı türü bulunmakta olup, bu sayı içerisinde 500'e yakın kuş türü yer almaktadır; bu değer, Avrupa genelindeki kuş türü sayısı ile büyük ölçüde örtüşmektedir (Kurnaz ve Babür, 2018). Bunun yanı sıra Türkiye, 412 kelebek türüne ev sahipliği yapmakta olup, bu durum fauna çeşitliliğinin önemli bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir. Türkiye'nin coğrafi konumu sayesinde Akdeniz, Orta ve Doğu Avrupa, Orta Doğu, Kafkaslar ve Arap Yarımadası fauna bölgelerine özgü türlerin bir arada bulunması, ülkenin fauna çeşitliliğini daha da artırmaktadır (Seven, 2020).

Bu biyolojik zenginliğin korunmasına yönelik olarak Türkiye'de 50 Milli Park (2025 verisi) ve 274 Tabiat Parkı (2025 verisi) başta olmak üzere çeşitli koruma statüsüne sahip alanlar bulunmaktadır. Türkiye'nin Avrupa-Sibirya, Akdeniz ve İran-Turan bitki coğrafyası bölgelerinin kesişiminde yer alması, bu alanların ekolojik önemini daha da artırmaktadır. Ancak tüm bu zenginliğe rağmen, Türkiye'deki flora ve fauna unsurları ciddi tehditlerle karşı karşıyadır. IUCN 2022 kriterlerine göre, Türkiye'deki endemik türlerin yaklaşık 117'si "Çok Tehlikede" (CR) ve 155'i "Tehlikede" (EN) kategorisinde yer almakta; bu durum flora ve fauna turizmi ile koruma politikalarının birlikte ele alınmasını zorunlu kılmaktadır (Erken ve diğerleri, 2022).

Doğaya dayalı turizm, günümüzde dünya turizm endüstrisinin en hızlı büyüyen segmentlerinden biri olarak öne çıkmakta ve kitle turizmine alternatif bir eğilim olarak gelişmektedir (Zengin ve diğerleri, 2019). Bu büyümenin temelinde, bireylerin doğayla etkileşim kurma arzusu, çevresel farkındalığın artması ve sürdürülebilir turizm anlayışının küresel ölçekte yaygınlaşması yer almaktadır. Flora ve fauna turizmi de bu çerçevede, ekoturizm ve özel ilgi turizmi kapsamında değerlendirilen, yüksek katma değerli turizm türlerinden biri olarak küresel pazarda giderek daha görünür hâle gelmektedir (Seven, 2020). Ekoturizm, özellikle koruma alanları için uygulanan giriş ve kullanıcı ücretleri aracılığıyla, doğal kaynakların korunmasını ekonomik teşviklerle destekleyen bir mekanizma sunmaktadır (Salam, Lindsay ve Beveridge, 2000). Örneğin, Amerika Birleşik Devletleri'nde kuş gözlemcilerinin 2001 yılında yalnızca bu faaliyet kapsamında yaklaşık 32 milyar dolar harcama yaptığı belirtilmektedir (Çakıcı ve Harman, 2006). Benzer şekilde, Kenya'da park temelli turizm, yaban hayatına dayalı çekicilikler sayesinde ülke ekonomisine önemli gelirler sağlamaktadır (Kurnaz ve Babür, 2018). Bu

örnekler, flora ve fauna turizminin yalnızca çevresel değil, aynı zamanda güçlü bir ekonomik değer ürettiğini göstermektedir.

Flora ve fauna turizmi, özel ilgi turizmi kapsamında değerlendirilmekte olup, bu turizm türüne katılan turistlerin sosyo-demografik profili de diğer turizm türlerinden ayrılmaktadır. Literatürde, flora ve fauna turizmine katılan bireylerin genellikle daha yüksek gelir düzeyine sahip, üniversite mezunu ve eğitimli turistlerden oluştuğu belirtilmektedir (Çakıcı ve Harman, 2006). Nitekim ekoturistlerin %26'sından fazlasının bir destinasyonda 1.000–1.500 dolar arasında harcama yaptığı ifade edilmektedir (Kurnaz ve Babür, 2018). Ayrıca, özellikle pandemi sonrasında artan seyahat ve sosyalleşme ihtiyacının, doğa turizmi, ekoturizm ve macera turizmi gibi alanlarda talep artışını beraberinde getireceği öngörülmektedir.

Bu turizm türünün Türkiye açısından en önemli avantajlarından bir diğeri, turizm faaliyetlerinin yıl geneline yayılmasına olanak tanınması ve kitle turizminin yoğunlaştığı kıyı destinasyonları dışındaki bölgelerin, özellikle Karadeniz Bölgesi gibi alternatif destinasyonların, ekonomik ve sosyal kalkınmasına katkı sağlamasıdır (Erken ve diğerleri, 2019). Bununla birlikte, Türkiye'nin kuş gözlemliliği açısından önemli bir potansiyele sahip olduğu; kuş gözlemciliğine dayalı faaliyetlerin giderek daha belirgin bir turizm ürünü hâline geldiği tespit edilmiştir (Çakıcı ve Harman, 2006). Bu durum, Türkiye'nin flora ve fauna turizmi bağlamında küresel pazarda rekabetçi bir konum elde edebileceğine işaret etmektedir.

Flora ve fauna turizminin uzun vadeli başarısı, doğal kaynakların korunmasına dayalı etkin planlama süreçleri ve sürdürülebilir yönetim stratejilerinin uygulanmasına bağlıdır (Momir ve diğerleri, 2014). Bu bağlamda, biyoçeşitliliğin korunması yalnızca çevresel bir gereklilik değil, aynı zamanda flora ve fauna turizminin sürekliliğini güvence altına alan temel bir ön koşul olarak değerlendirilmektedir. Türkiye'de bu doğrultuda 2007 yılında Ulusal Biyolojik Çeşitlilik Stratejisi ve Eylem Planı yürürlüğe konulmuş olmakla birlikte, uygulama süreçlerinde yeterli ilerlemenin sağlanamadığı görülmektedir. Bununla birlikte, Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesi (CBD), Bern Sözleşmesi ve CITES gibi uluslararası sözleşmelerin ulusal mevzuatın ayrılmaz bir parçası olduğu ve etkin biçimde uygulanmasının zorunlu olduğu vurgulanmaktadır. Ulusal ölçekte güncel ve bütüncül bir veri tabanının (Nuh'un Gemisi Biyoçeşitlilik Veri Tabanı) etkin biçimde kullanılması,

özellikle risk altındaki alanlarda planlanan faaliyetler öncesinde ekolojik denetimlerin yapılması açısından kritik önem taşımaktadır (Erken ve diğerleri, 2022).

Sürdürülebilir flora ve fauna turizmi için sürdürülebilir kullanım ilkesi, biyolojik çeşitliliğin korunmasına yönelik temel hedef olarak benimsenmelidir. Bu kapsamda, etkin koruma sağlanabilmesi için mevcut idari ve teknik aksaklıkların giderilmesi gerekmekte; planlama, uygulama ve denetim süreçleri arasında güçlü bir eşgüdüm sağlanmalıdır (Erken ve diğerleri, 2019, 2022). Koruma stratejilerinin öncelikle habitat temelli yürütülmesi, endemik türlerin popülasyonları üzerindeki baskıların azaltılması ve doğal alanların amacı dışındaki kullanımlara karşı korunması büyük önem taşımaktadır. Bu süreci destekleyici bir araç olarak ex-situ koruma uygulamaları, özellikle endemik taksonların devamlılığı açısından planlama süreçlerine dâhil edilmeli; üretim materyalleri ve tohumlar Milli Botanik Bahçesi ve Tohum Gen Bankaları gibi kurumsal yapılarda güvence altına alınmalıdır. Bunun yanı sıra, koruma, çoğaltma ve izleme faaliyetlerinde görev alacak nitelikli insan kaynağının artırılması ve çok disiplinli çalışma gruplarının oluşturulması, yönetim kapasitesinin güçlendirilmesi açısından gereklidir. Ayrıca korunan alanlarda rekreasyonel faaliyetlerin ekolojik dengeyi bozmasını önlemek amacıyla ekolojik taşıma kapasitesi esas alınmalı ve ziyaretçi sayıları bu sınırlar doğrultusunda düzenlenmelidir. Biyokaçakçılıkla mücadelede kolluk kuvvetlerinin ve yerel halkın bilinçlendirilmesi, denetim mekanizmalarının güçlendirilmesi ve IUCN tehlike kategorilerinin güncel tutulması da koruma sürecinin önemli bileşenleri arasında yer almaktadır (Erken ve diğerleri, 2022).

Flora ve fauna turizminin sürdürülebilir biçimde geliştirilmesi, turizm planlaması ile koruma politikalarının entegrasyonunu zorunlu kılmaktadır. Turizm yatırımlarına ve yeni yapılaşmalara ilişkin planlama süreçlerinde, biyoçeşitliliğin korunması ve doğal çevreyle uyum ilkeleri mutlaka dikkate alınmalıdır (Seven, 2020). Turizmde sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması, doğrudan çevre kalitesinin korunmasına bağlı olup; yerel halkın ekonomik ve sosyal refahını göz ardı eden planların uzun vadede başarılı olması mümkün görünmemektedir (Erken ve diğerleri, 2022). Bu bağlamda, ekoturizm uygulamalarında yerel halkın katılımı, doğal kaynakların korunmasına yönelik güçlü bir ekonomik teşvik mekanizması oluşturmakta ve koruma–kullanma dengesinin sağlanmasına katkı sunmaktadır (Salam ve diğerleri, 2000).

4.5. Dağ ve Kış Turizmi

Dağ turizmi, tanımlanmış ve sınırlı coğrafi bir alanda (tepeler veya dağlar) gerçekleşen, kendine özgü manzara, topografya, iklim, biyoçeşitlilik (flora ve fauna) ve yerel topluluk gibi özelliklere sahip olan bir turizm türüdür ve geniş bir yelpazede dış mekân boş zaman ve spor aktivitelerini kapsamaktadır (FAO/UNWTO, 2023). Dünya yüzeyinin yaklaşık dörtte birini (%24–%25) kaplayan dağlar, hassas ekosistemler olup, küresel turizm pazarının %15–20’sini oluşturmaktadır (Emekli, İbrahimov ve Soykan, 2006). Kış turizmi ise genel olarak karlı ortamlarda ve dağlık bölgelerde, kayak ve snowboard gibi kış sporları uygulamalarının ağırlıklı olarak geliştirildiği merkezler üzerinde yoğunlaşan bir turizm hareketidir (Bozdemir & Şengül, 2021). Alp disiplini kayağın yapılabilmesi için uygun kar şartlarına ve eğimli alanlara ihtiyaç duyulmaktadır (Çakmak ve Yılmaz, 2017).

Kış turizmi, turizmin on iki aya yayılması ve alternatif turizm politikaları kapsamında değerlendirilen önemli bir turizm çeşididir (Bozdemir ve Şengül, 2021). Dağcılık (mountaineering) ise yürüyüş, kaya tırmanışı, buz tırmanışı ve kayaklı dağcılığı içeren bir tırmanma sporudur (Somuncu, 2004). Kavramsal olarak kış turizmi, dağ turizmi ve spor turizminin bir alt kategorisi olarak ele alınmaktadır (Çakmak ve Yılmaz, 2017).

Dağcılık sporunun ortaya çıkışı, 18. yüzyılda Avrupalıların haz için Alp Dağları’na tırmanmaya başlamasıyla gerçekleşmiştir. Alp Dağları’nda kaydedilen ilk önemli tırmanışlardan biri, 1786 yılında Mont Blanc’a (4.807 m) yapılan zirve çıkışıdır. Başlangıçta sınırlı sayıda insan tarafından yapılan dağcılık, 1857’de Alpler’de ilk dağcılık kulübünün kurulmasıyla Avrupa’da popüler bir rekreasyonel aktivite hâline gelmiştir (Somuncu, 2004).

19. yüzyılda demiryolu sistemlerinin gelişmesi, dağcılığı yaygınlaştırarak Avrupa sınırlarını aşmasını sağlamış ve ilgi odağı, Avrupa’daki Mont Blanc’a göre çok daha yüksek olan Asya’daki Himalayalar’a kaymıştır (Emekli, 2006). İlk Himalaya ekspedisyonları 1921’de Everest’e doğru başlamış ve 1953’te Everest’in zirvesine başarılı tırmanış gerçekleşmiştir (Somuncu, 2004). Başlangıçta ağır ve hantal olan tırmanış ve kamp malzemeleri, zamanla teknolojik gelişmeler sayesinde daha hafif ve güvenilir hâle gelmiş; GPS, uydu görüntüleri ve bilgisayarların kullanımı dağcılarının riskini azaltarak başarı oranını artırmıştır (Emekli ve diğerleri, 2006).

Kış sporları ve kış turizmi ise İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra yeni teknolojilerin (mekanik taşıyıcılar, suni karlama sistemleri) geliştirilmesiyle hızla büyümüş ve birçok destinasyon için ana gelir kaynağı hâline gelmiştir (Bausch ve Gartner, 2020). 2002 yılı, Birleşmiş Milletler tarafından “Dünya Dağlar Yılı” ve “Ekoturizm Yılı” ilan edilerek dağcılık ve dağ turizminin küresel önemi vurgulanmıştır (Somuncu, 2004).

Dağlık alanlar, yüksek rakım, eğim ve engebeli topografyaları ile karakterize edilir (Steiger, Knowles, Pöll ve Rutt, 2024). Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) kullandığı Birleşmiş Milletler Çevre Programı Dünya Koruma İzleme Merkezi (UNEP-WCMC) sınıflandırmasına göre dağlar, yükselti ve eğime bağlı olarak yedi farklı sınıfa ayrılmaktadır; bu çalışma için 1. ila 5. sınıflar dâhil edilmiştir (FAO/UNWTO, 2023)

Nepal ve Chipeniuk (2005) tarafından önerilen kavramsal çerçevede dağlık rekreasyonel alanlar, kullanıma ve yoğunluğa göre üç ana bölgeye ayrılır: (1) Nodal Merkez (Tourism Center); kitle turizmine yönelik, yoğun bir şekilde geliştirilmiş merkezlerdir. Kayak merkezleri ve termal turizm alanları bu kategoriye girer ve turistlerin birincil motivasyonu keyif, eğlence ve kaçıştır. (2) Ön Bölge (Frontcountry); kampçılık, yürüyüş, doğa fotoğrafçılığı ve etnik kültür deneyimi gibi doğa odaklı aktivitelerin yapıldığı alanlardır. Bu alanlar, yerel halk ve günübirlik ziyaretçiler tarafından yoğun olarak kullanılır. (3) Arka Bölge (Backcountry); heli-ski, trekking ve dağcılık gibi daha uzmanlık gerektiren ve yüksek çaba isteyen macera rekreasyon türlerinin yapıldığı uzak bölgelerdir. Kaynakların korunması birincil hedeftir (Nepal ve Chipeniuk, 2005).

Kış turizmi mekânları ise küresel olarak Alp Dağları bölgesinde yoğunlaşmıştır. Alpler, dünya kış turizmi pazarının yaklaşık %45'ine ve kayak merkezlerinin %36'sına ev sahipliği yapmaktadır. Avrupa'yı sırasıyla Amerika (%21) ve Asya-Pasifik (%14) bölgeleri takip etmektedir (Korgavuş, 2017).

Turistlerin dağ veya kış turizmine katılmasını sağlayan temel itici ve çekici motivasyonlar bulunmaktadır. İtici motivasyonlar (içsel) rahatlama ve kaçış (rutin hayattan uzaklaşma, fiziksel ve ruhsal yenilenme, stres atma ve doğayla iç içe olma ihtiyacı), prestij ve sosyalleşme (sosyal statüyü artırma, yeni insanlarla tanışma, arkadaşların gerçekleştirmediği bir aktiviteyi deneme arzusu) ile yenilik ve bilgi arayışı (yeni ve farklı bir turizm türünü deneme, kış turizmiyle ilgili bilgisini artırma ve keşfetme arzusu) başlıklarında toplanmaktadır. Çekici motivasyonlar (dışsal) ise aktivite ve olaylar

(kayak yapma, teleski/telesiyej ile vakit geçirme, dağ sporları, grup aktiviteleri ve eğlence olanakları), doğal çekicilikler (dağlar, farklı iklim, karlı ortam, manzara ve temiz hava gibi doğal özellikler) ve turistik olanaklar (fiyatın uygun olması, mesafe yakınlığı, kışın dinlenmek için en uygun fırsat olması ve rahat ulaşım olanaklarının varlığı) olarak sıralanmaktadır (Albayrak, 2013).

Yapılan araştırmalar, kış turizmi katılımcılarının yaş gruplarına göre motivasyonlarının farklılaştığını göstermektedir. Örneğin, 18–27 yaş arasındaki turistler için prestij ile olay/aktiviteler daha önemliyken, 38–47 yaş arasındaki turistler için yenilik/bilgi arayışı ve doğal çekicilikler daha ön plana çıkmaktadır (Albayrak, 2013). Genel olarak dağ destinasyonlarında turistlerin en çok tercih ettiği aktiviteler sırasıyla yürüyüş (%93), doğa turizmi (%83) ve kırsal turizmdir (FAO/UNWTO, 2023). Dağ turizminin büyümesi, hassas ekosistemler için ekonomik yarar ve ekolojik bedel ikilemini ortaya çıkarmıştır (Somuncu, 2004). Plansız ve sürdürülebilir olmayan turizm yönetimi, doğal ve kültürel çevre üzerinde geri dönüşü olmayan tahribatlara yol açabilmektedir (Emekli, 2006). Ekolojik eleştiriler kapsamında; dağcılar tarafından geride bırakılan çöp, su kirliliği (kimyasallar ve tuvalet atıkları) ve gürültü kirliliği ciddi sorunlar arasında yer almakta; Himalayalar bu sorunlar nedeniyle “dünyanın en yüksek çöplüğü” olarak anılmaktadır (Somuncu, 2004). Yoğun turizm, ormansızlaşmayı hızlandırmakta, erozyon, bitki örtüsünün tahribi ve yabani hayvanların tedirgin edilmesine yol açmaktadır; kayaklı dağcılık (ski-mountaineering) gibi aktiviteler kritik kış döneminde hayvanları ürkütemektedir (Somuncu, 2004). İklim değişikliğine uyum stratejisi olarak görülen suni karlama ise büyük su ve enerji tüketimi gerektirmesi, peyzajı bozması ve karbon ayak izi nedeniyle çevresel açıdan sorunlu bir uygulama olarak eleştirilmektedir (FAO/UNWTO, 2023; Steiger ve diğerleri, 2024). Turizm altyapısının (yollar, mekanik tesisler, konaklama) inşası da görsel kalitenin bozulmasına, habitat parçalanmasına ve biyoçeşitlilik kaybına neden olmaktadır (Somuncu, 2004).

Sosyokültürel ve yönetsel eleştiriler kapsamında; geleneksel kültür ve festivallerin turistik beklentilere göre ticarileştirilmesi ve özgünlüğün kaybedilmesi, kültürel metalaşma sorunu olarak öne çıkmaktadır (Ahmed ve Nihei, 2024). Bununla birlikte yükselen emlak fiyatları nedeniyle yerel halkın yer değiştirmesi (demografik deplasman) ve turizme aşırı bağımlılık nedeniyle ekonomik istikrarsızlık yaşanması da dikkate değer sorunlar arasındadır (Ahmed ve Nihei, 2024). Macera turizminde yüksek

riskin varlığı, turistlerin kişisel koruyucu davranışları (self-protective behavior) ile destinasyonun koruyucu önlemleri (facility and management protection) arasında ortak sorumluluk (dual-actor responsibility) gerektirmekte; kötü eğitilmiş veya yetkisiz rehberlerin (volunteer guides) kullanımı ciddi güvenlik tehditleri oluşturmaktadır (Li, Kou, Zhang, Xu ve Wu, 2026),

Türkiye, Alp-Himalaya sıradağları üzerinde yer alması nedeniyle yüzölçümünün yaklaşık %55'inin yüksek dağlık alanlarla kaplı olması sebebiyle kış turizmi için yüksek potansiyele sahiptir (Albayrak, 2013). Türkiye'deki dağ sıraları, Avrupa'daki Alpler'in 2–3 katı büyüklüğünde olup, karın yerde kalma süresi 4–6 ayı bulabilmektedir (Korgavuş, 2017; Özbek, 2011).

Önemli kış turizmi merkezleri arasında Erzurum Palandöken öne çıkmaktadır. Palandöken, Türkiye'nin en yüksek kış turizmi merkezlerinden biri olup 3176 m zirveye ve kristal kar kalitesine sahiptir; 25. Dünya Üniversitelerarası Kış Oyunları (FISU, 2011) sayesinde uluslararası tanınırlık kazanmış ve havaalanına yakınlığı önemli bir avantaj olarak değerlendirilmiştir (Korgavuş, 2017). Bunun yanı sıra Bursa Uludağ, Kayseri Erciyes, Bolu Kartalkaya ve Kars Sarıkamış da önde gelen diğer merkezlerdir (Altaş, Çavuş ve Zaman, 2015; Çakmak ve Yılmaz, 2017). Potansiyeli artıran unsurlar arasında, dağcılık, trekking, yamaç paraşütü, atlı sporlar, kampçılık ve spor-kamp turizmi gibi alternatif aktiviteler için uygunluk yer almakta (Kaya, 2016; Özbay, 2018); Konaklı Kayak Merkezi gibi yeni tesislerin uluslararası standartlarda pistler ve suni karlama imkânlarıyla donatılması dikkat çekmektedir (Altaş ve diğerleri, 2015). Ayrıca bölgesel kalkınmayı desteklemek amacıyla Kars, Erzurum ve Erzincan illerini kapsayan Kış Turizm Koridoru projeleri mevcuttur (Karaman, 2014)

Gelişimin önündeki engeller açısından Türkiye'nin kış turizmi alanındaki gelişiminin Avrupa'daki rakiplerine kıyasla geride olduğu ifade edilmektedir (Özbay, 2018). Konaklama tesisi sayısının azlığı (Turizm Bakanlığı onaylı 28 tesiste 9.549 yatak kapasitesi), tanıtım yetersizliği, kalifiye eleman eksikliği, politik ve yasal eksiklikler, mimari karmaşıklık ve güvenlik sorunları temel engeller arasında sıralanmaktadır (Altaş ve diğerleri, 2015). Dağ turizmi, uluslararası turizm pazarı içinde önemli bir yer tutmaktadır. 2019 verilerine göre dağ turizminin küresel uluslararası turist varışlarındaki

payı %9 ila %16 arasında tahmin edilmekte olup, bu oran 2019 rakamlarıyla 195 ila 375 milyon uluslararası varışa tekabül etmektedir (FAO/UNWTO, 2023).

Tablo 4.1. Bölgesel Pazar Payı

Bölge	Payı (Alt-Üst Sınır)	Önemli Tesisler/Dinamikler
Avrupa	%9–%17 (%26'ya kadar Batı Avrupa)	Alp Dağları bölgesi küresel kış turizmine liderlik etmektedir.
Amerika	%9–%17 (%30'a kadar Güney Amerika)	Kuzey Amerika'da güçlü yerel talep, Güney Amerika'da And Dağları.
Asya ve Pasifik	%8–%17	Himalayalar ve Kuzeydoğu Asya (Çin) yükselen pazardır.

Kaynak: FAO/UNWTO, 2023

Kış turizmi pazarının büyüme eğiliminin sürdüğü, küresel kış turizmi pazarının 2023–2033 yılları arasında yaklaşık %6 oranında büyüyeceğinin öngörüldüğü belirtilmektedir (Pilz, Svoldal, Kreuzinger ve Krampe, 2024). Talep dinamikleri açısından COVID-19 pandemisi, turistlerin daha az kalabalık ve açık hava deneyimleri sunan destinasyonlara, özellikle yürüyüş ve doğa turizmi gibi faaliyetlere, yönelme eğilimini artırmış ve bu durum dağ turizminin dirençli bir segment olduğunu göstermiştir. Buna ek olarak, Airbnb'nin 2026 trendleri arasında “çimene dokunma” (#touchgrass) gibi doğa odaklı deneyimlere olan ilginin artmasının dikkat çektiği ifade edilmektedir. Kayak pazarı verileri de bu ölçeklenmeyi desteklemekte; küresel kayakçı günlerinin %64'ünün Avrupa'da gerçekleştiği (235 milyon gün) ve küresel ölçekte kayakçı günlerinin %90'ının yerel turistler tarafından karşılandığı vurgulanmaktadır. Öte yandan iklim değişikliğinin etkisi giderek belirginleşmekte; küresel ısınma nedeniyle kar güvenilirliğinin azalması kış sezonunu kısaltmakta, bu durum yaz aktivitelerine olan ilgiyi artırmakta ve destinasyonları dört mevsim turizmine geçmeye zorlamaktadır (FAO/UNWTO, 2023).

Sürdürülebilir dağ turizmi, ekonomik, sosyal ve çevresel boyutları dengeleyen, dikkatli ve ileri görüşlü bir yönetim süreci gerektirmektedir (Somuncu, 2004). Bu çerçevede yönetim ve planlama stratejileri içinde ilk olarak çeşitlendirme (diversification) yaklaşımı öne çıkmaktadır. Kış turizmi destinasyonlarının iklim değişikliğine uyum sağlamak ve mevsimsellikten kaynaklanan ekonomik kırılganlığı azaltmak amacıyla kayak dışı aktivitelere (kış yürüyüşü, sağlıklı yaşam, kültürel deneyimler) ve dört mevsim turizmine yatırım yapması gerektiği vurgulanmaktadır (Steiger ve diğerleri, 2024). İkinci olarak veri ve ölçüm boyutunda, yeterli,

standartlaştırılmış ve ayrıştırılmış verinin olmamasının etkin planlama önündeki en büyük engellerden biri olduğu belirtilmekte; mobil konumlandırma verileri ve dijital uygulamaların ziyaretçi akışlarını (yoğunluk, kalış süresi) gerçek zamanlı izlemek için önemli fırsatlar sunduğu ifade edilmektedir. Güney Tirol Gözlemevi gibi INSTO (Sürdürülebilir Turizm Gözlemevleri Uluslararası Ağı) üyelerinin, çevresel ve sosyal etkileri (atık, su yönetimi, yerel memnuniyet) ölçmek bakımından referans oluşturduğu da ayrıca belirtilmektedir (FAO & UNWTO, 2023). Üçüncü olarak altyapı yönetimi kapsamında, kayak tesislerinin enerji tüketimi ve doğal kaynaklar üzerindeki etkisinin şeffaf biçimde yönetilmesi gerekliliği vurgulanmakta (Çakmak, 2016); atık su arıtma tesislerinin ise turist yoğunluğundaki büyük dalgalanmalara (%400’e varan artışlar) uyum sağlayacak şekilde optimize edilmesi gerektiği belirtilmektedir (Pilz ve diğerleri, 2024).

4.6. Yayla Turizmi

Yayla turizmi, genel itibarıyla ekoturizm ve kırsal turizm gibi alternatif turizm türlerinin bir formu olarak değerlendirilmektedir. Tarihsel bağlamda yaylalar, geleneksel olarak hayvancılık faaliyetleri ve tarımsal uğraşlar için kullanılan geçici kırsal yerleşim alanlarıdır. Günümüzde ise bu alanlar, dinlenme, serin hava ihtiyacını karşılama ve rekreasyonel etkinlikler (trekking, doğa gezileri, fotoğrafçılık, yöresel kültürü deneyimleme vb.) amacıyla kullanılan cazip turizm merkezlerine dönüşmüştür (Ekşioğlu ve Zeybek, 2021; Sekban, Bekar ve Acar, 2018).

“Yayla” kelimesinin kökeni, Eski Türkçe’de yaz mevsimi anlamına gelen “yay” sözcüğünden türemiş olup “yazlık konaklama yeri” (yaylak/yaylag) anlamını taşımaktadır. Yayla turizmi, deniz seviyesinden yüksek, kendine özgü fiziksel güzelliklere, iklimsel özelliklere ve kültürel değerlere sahip alanlarda gerçekleştirilen bir turizm türüdür. Bununla birlikte, jeolojik temelli doğal kaynakların çevresel ve kültürel açıdan sürdürülebilir biçimde değerlendirilmesini esas alan jeoturizm de, ekoturizmin bir alt kolu olarak yayla turizmiyle yakından ilişkilidir (Akyol ve Çalık, 2022; Ogezi, Aga ve Okafor, 2010; Sekban ve diğerleri, 2018).

Yaylacılık faaliyetleri, Türkiye’de ve benzer coğrafyalarda oldukça eski dönemlere dayanmaktadır. Bu faaliyetlerin kökeni, göçebe yaşam tarzını benimsemiş olan ilk Türk toplumlarının Orta Asya’daki yerleşimlerine kadar uzanmaktadır. Geleneksel dönemde yaylalar, başta hayvan sürülerinin beslenmesi, otlatılması ve kışlık

ot üretimi olmak üzere hayvancılık ekonomisi temelli işlevlere sahip alanlar olarak kullanılmıştır (Çalık, Düzgün, Ödemiş ve Düzgün, 2021).

Sanayileşme, kentleşme ve küresel ekonomik değişimlerin etkisiyle, yüzyıllardır süregelen bu klasik kullanım biçimi zamanla dönüşmüş ve yaylalar giderek rekreasyonel işlevler üstlenmeye başlamıştır. Özellikle Akdeniz Bölgesi kıyılarında yaz aylarında yaşanan bunaltıcı sıcaklardan kaçma motivasyonu ile gelişen dinlenme amaçlı yaylacılık (rekreasyonel yaylacılık), bu fonksiyonel dönüşümün en belirgin örneklerinden biridir. Nitekim Gümüşhane’de yer alan Kürtün yaylaları, 1980’li yıllardan itibaren hayvancılıkla uğraşan nüfusun kullandığı alanlar olmaktan çıkarak, dinlenme ve rekreasyon amacıyla ziyaret edilen yaylalar hâline gelmiştir (Ekşioğlu ve Zeybek, 2021).

Turizm faaliyetlerinin gelişiminde ulaşım olanaklarının iyileştirilmesi önemli bir dönüm noktası olmuştur. Gözne kasabasının² 1950’li yıllardan sonra hızlı bir gelişim sürecine girmesi bu duruma örnek teşkil etmektedir. Türkiye’de, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 1980’li yılların sonlarından itibaren uygulamaya konulan alternatif turizmi teşvik politikaları kapsamında, başta Doğu Karadeniz Bölgesi yaylaları olmak üzere çok sayıda alan “Yayla Turizmi Merkezi” olarak ilan edilmiştir (Koca, 1998; Sekban ve diğerleri, 2018).

Yayla turizmi coğrafyası, Türkiye’de ve küresel ölçekte farklı doğal, iklimsel ve kültürel özellikler sergileyen yüksek rakımlı alanları kapsamaktadır (Bilici ve Işık, 2018). Bu alanlar, serin iklim koşulları, doğal peyzaj değerleri ve kırsal yaşam pratikleriyle alternatif turizm türleri içinde özgün bir konuma sahiptir.

Küresel ölçekte yayla benzeri mekânlar ve örnekler incelendiğinde, Çin’de ortalama 4.000 metrenin üzerinde yükseltiyeye sahip olan geniş Qinghay–Tibet Platosu’nun (QTP), kırsal ve yayla temelli turizm faaliyetleri açısından önemli bir potansiyel sunduğu

² Gözne kasabası, Türkiye’nin Mersin ilinde, Mezitli ilçesine bağlı olarak Toros Dağları’nın güney eteklerinde konumlanan bir yayla yerleşimi niteliği taşımaktadır. Deniz seviyesinden yaklaşık 1.000–1.100 metre rakımda bulunan Gözne, yaz dönemlerinde sahip olduğu serin iklim özellikleri sayesinde tarihsel süreç içerisinde bir yazlık ve yayla yerleşimi olarak kullanılmaktadır. Son dönemde ikinci konutların sayısındaki artış ve yaz aylarında yaşanan nüfus yoğunlaşması, Gözne’nin sosyo-ekonomik dokusunda belirgin değişimlere neden olmaktadır. Bu gelişmeler, yerleşimin geleceğine ilişkin sürdürülebilir planlama yaklaşımlarının benimsenmesini ve çevresel koruma önlemlerinin güçlendirilmesini zorunlu kılmaktadır. Bu çerçevede Gözne kasabası, kırsal ve yayla turizmi kapsamında ele alındığında, doğal çevrenin korunması ile yerel yaşam biçimi ve kültürel değerlerin sürekliliği arasında dengeli bir yönetim anlayışı gerektiren yerleşimler arasında değerlendirilmektedir.

görülmektedir (Qi, Lu, Han, Ma ve Yang, 2022). Benzer şekilde Nijerya'daki Plateau Eyaleti'nde yer alan Kurra ve Assop şelaleleri ile Wase lav tıkaçı gibi jeolojik oluşumlar, jeoturizm ve doğa temelli turizm faaliyetleri açısından dikkat çeken alanlar arasında yer almaktadır (Ogezi, Aga ve Okafor, 2010).

Türkiye'de yayla alanları, sahip olduğu doğal ve kültürel çeşitlilik sayesinde yayla turizmi açısından önemli bir potansiyele sahiptir (Bilici ve Işık, 2018). Özellikle Doğu Karadeniz Kıyı Dağları, çok sayıda yaylayı barındırması, zengin bitki örtüsü ve özgün sivil mimari örnekleriyle yayla turizmi açısından en elverişli bölgelerden biri olarak öne çıkmaktadır (Bekdemir, 2012).

Doğu Karadeniz Bölgesi'nde yer alan Gümüşhane ili, 400'ün üzerinde yaylaya sahip olup Zigana, Taşköprü, Kazıkbeli, Güvende ve Kadırğa gibi yaylalarla öne çıkmaktadır. Giresun'da Kümbet, Bektaş ve Kulakkaya; Trabzon'da ise Uzungöl, Sis Dağı ve Yeşilyurt-Yılantaş yaylaları bölgenin önemli yayla turizmi merkezleri arasında yer almaktadır (Ekşioğlu ve Zeybek, 2021).

Akdeniz Bölgesi'nde ise yayla turizmi daha çok kıyı kesimlerinde yaz aylarında yaşanan aşırı sıcaklardan kaçma motivasyonu ile gelişmiştir. Bu bağlamda Gözne kasabası, geçmişten günümüze kıyı yerleşmelerine hizmet eden önemli bir sayfiye ve yayla merkezi olarak dikkat çekmektedir (Koca, 1998).

Yaylaların turizm ve rekreasyon potansiyeline göre sınıflandırılmasına yönelik çalışmalarda, Giresun ilindeki yaylalar örnek olarak ele alınmıştır. Buna göre Kulakkaya, Kümbet ve Bektaş yaylaları, uzun süredir turizm faaliyetlerinin yürütüldüğü, altyapısı gelişmiş ve ziyaretçi talebi yüksek alanlar olarak birinci grupta yer almaktadır (Sezer, 2011).

Yayla turizmine katılan ziyaretçilerin motivasyonları da zaman içerisinde önemli ölçüde değişim göstermiştir. Geleneksel dönemde hayvancılığa dayalı ekonomik amaçlar ön plandayken, günümüzde bu motivasyonlar yerini rekreasyonel beklentilere, serin ve sağlıklı iklim arayışına, doğayla bütünleşme isteğine ve yöresel kültürü deneyimleme arzusuna bırakmıştır (Akyol ve Çalık, 2022).

Yayla turizmine katılımı belirleyen temel motivasyonlar iklimsel, sağlık, rekreasyonel ve kültürel faktörler etrafında şekillenmektedir. İklim ve sağlık motivasyonu, özellikle yaz aylarında kıyı kesimlerinde görülen aşırı sıcak ve nemli hava

koşullarından kaçış isteğiyle ilişkilidir. Yüksek rakımlı yaylalarda hâkim olan serin, temiz hava ve rahatlatıcı mikroklimatik koşullar, ziyaretçiler için önemli bir çekim unsuru oluşturmaktadır. Ayrıca 1.600–2.000 metre yükseklikler arasında en az üç haftalık konaklamanın önerildiği klimaterapi uygulamalarının sinir sistemini güçlendirici ve bazı rahatsızlıkları iyileştirici etkileri olduğu belirtilmekte, bu durum yayla turizmini sağlık turizmi ile de ilişkilendirmektedir (Doğanay, 2010).

Rekreasyon ve dinlenme motivasyonu, şehir yaşamının yarattığı stres, gürültü ve yoğunluktan uzaklaşma isteğiyle açıklanmaktadır. Yaylalar, sakinlik ve sessizlik arayan ziyaretçiler için doğal bir kaçış alanı sunmaktadır (Sezer, 2011). Bununla birlikte yayla turizmi, doğa temelli aktiviteler açısından da geniş bir çeşitlilik sunmaktadır. Trekking, doğa yürüyüşleri, kampçılık, piknik, atlı doğa gezileri, jeep safari, botanik (flora–fauna) incelemeleri ile çim kayağı ve kış kayağı gibi sportif faaliyetler yaylalarda yoğun talep gören etkinlikler arasındadır (Ekşioğlu ve Zeybek, 2021).

Yayla turizmine katılımda bir diğer önemli unsur ise kültürel deneyim arayışıdır. Ziyaretçiler, yöresel yaşam biçimini tanıma, geleneksel mimariyi gözlemleme, el sanatlarını inceleme, yöresel mutfağı deneyimleme ve folklorik şenliklere katılma gibi kültürel unsurlar aracılığıyla otantik deneyimler elde etmeyi amaçlamaktadır (Ekşioğlu ve Zeybek, 2021).

Yayla turizminin hızlı ve planlanmamış biçimde gelişmesi, beraberinde ciddi çevresel sorunlar ve etik tartışmaları getirmektedir. Bu tartışmaların merkezinde, doğal alanların korunması ile azami ekonomik fayda sağlama hedefleri arasındaki koruma–kullanma dengesi yer almaktadır (Doğanay, 2010).

En önemli sorunlardan biri plansız ve çarpık yapılaşmadır. Geleneksel ahşap ve taş mimariye uygun olmayan, denetimsiz, kaçak, betonarme ve çok katlı yapıların hızla artması, yaylaların doğal peyzajını ve özgün kimliğini ciddi biçimde tehdit etmektedir (Shetawy ve El Khateeb, 2009). Buna ek olarak çevre kirliliği ve altyapı yetersizlikleri, yayla turizminin sürdürülebilirliğini zayıflatan başlıca faktörler arasında yer almaktadır. Çöp toplama sistemlerinin yetersizliği, kanalizasyon eksikliği, atık suların doğrudan doğal su kaynaklarına bırakılması, su sıkıntısı ve gürültü kirliliği bu sorunların başında gelmektedir. Benzer sorunların Giza Piramitleri çevresinde de yeraltı suyu yükselmesi ve

atık yönetimi eksikliği şeklinde ortaya çıktığı görülmektedir (Shetawy ve El Khateeb, 2009; Ekşioğlu ve Zeybek, 2021).

Yerel halkın planlama süreçlerinden dışlanması, yayla turizmi yönetiminde sıkça karşılaşılan bir diğer sorundur. Yukarıdan aşağıya (top-down) yaklaşımla hazırlanan yönetim ve koruma planları, yerel paydaşların görüşlerinin yeterince alınmaması nedeniyle toplumsal sahiplenmeyi zayıflatmakta ve çıkar çatışmalarına yol açmaktadır (Shetawy ve El Khateeb, 2009). Ayrıca yayla şenlikleri gibi geleneksel etkinliklerin aşırı ticarileştirilmesi, kültürel değerlerin özgünlüğünü kaybetmesi riskini doğurmakta ve kültürel deformasyon tartışmalarını gündeme getirmektedir (Çalık, Ödemiş ve Düzgün, 2021).

Yüksek irtifalı alanlar, ekolojik açıdan son derece kırılgan sistemlerdir. Qinghay–Tibet Platosu gibi bölgelerde iklim değişikliği kaynaklı heyelanlar, aşırı yağışlar ve altyapı yetersizlikleri, turizm güvenliği açısından ciddi riskler oluşturmaktadır (Wang, Zeng ve Zhong, 2017).

Türkiye, sahip olduğu doğal ve kültürel çeşitlilik sayesinde yayla turizmi açısından önemli bir potansiyele sahiptir (Bilici ve Işık, 2018). Özellikle Doğu Karadeniz Bölgesi, çok sayıda yaylası, zengin bitki örtüsü, serin iklimi ve geleneksel ahşap sivil mimari örnekleriyle yayla turizmi için en elverişli bölgelerden biridir (Bekdemir, 2012). Bölge, yürüyüş, kampçılık, kayak, atlı doğa gezileri ve botanik turizmi gibi çok sayıda aktiviteye olanak tanımaktadır (Ekşioğlu ve Zeybek, 2021).

Yayla turizmi, tarım ve sanayinin sınırlı olduğu kırsal alanlar için gelir çeşitliliği ve istihdam yaratma potansiyeli sunarak bölgesel kalkınmaya katkı sağlamaktadır (Bekdemir, 2012). Ayrıca mera hayvancılığına dayalı olarak üretilen organik et, süt ürünleri ve yerel el sanatları, ziyaretçiler için önemli çekicilik unsurları oluşturmaktadır (Sezer, 2011).

Küresel ölçekte turizm sektörü hızla büyürken, kitle turizmine alternatif olarak doğayla bütünleşen ve kültürel hassasiyet taşıyan turizm türlerine yönelik talep artmaktadır (Bilici ve Işık, 2018). Bu eğilim, yayla turizmi gibi özgün deneyim sunan ürünlerin önemini artırmaktadır. Örneğin Qinghay–Tibet Platosu’nda 2015–2019 yılları arasında turizm ekonomik ağının gücünde belirgin bir artış gözlenmiş; bu artışta turizm

kaynaklarının varlığı, yüksek çekicilik düzeyine sahip merkezler, yıldızlı oteller ve nüfus yoğunluğu gibi faktörler belirleyici olmuştur (Qi, Lu, Han, Ma ve Yang, 2022).

Türkiye’de ise yayla turizmine yönelik iç talep yüksek olmakla birlikte, uluslararası talebin henüz sınırlı düzeyde kaldığı görülmektedir. Ulaşım altyapısının yetersizliği, tanıtım eksikliği ve hizmet kalitesindeki sorunlar, özellikle Kulakkaya ve Bektaş gibi yaylalarda uluslararası pazarda rekabet gücünü sınırlandırmaktadır. Bu nedenle yaylaların markalaşma sürecinde altyapı yatırımlarının ve tanıtım faaliyetlerinin güçlendirilmesi gerekmektedir (Sezer, 2011; Bekdemir, 2012).

Yayla turizminin uzun vadeli başarısı, koruma–kullanma dengesini gözetilen bilimsel temelli planlama ve yönetime bağlıdır. Sürdürülebilir turizm anlayışı, doğal çevrenin korunmasını esas alırken ekonomik, sosyal ve çevresel boyutların birlikte ele alınmasını gerektirmektedir (Akyol ve Çalık, 2022).

Bu kapsamda bölgesel ve bütüncül planlama yaklaşımları önem kazanmaktadır. Giza Piramitleri için önerilen “çekirdek alan–tampon bölge–geçiş bölgesi” gibi mekânsal zonlama modelleri, yayla alanları için de uygulanabilir bir çerçeve sunmaktadır. Ancak bu tür planların bürokratik engeller nedeniyle uygulanamaması durumunda ciddi çevresel ve yönetsel sorunların ortaya çıktığı görülmektedir (Shetawy ve El Khateeb, 2009).

Yerel halkın ve tüm paydaşların planlama süreçlerine katılımı, sürdürülebilir yayla turizminin temel koşullarından biridir. Yerel halkın turizm hizmetleri sunma kapasitesinin geliştirilmesi, hem ekonomik faydanın yerelde kalmasını sağlamakta hem de koruma bilincini güçlendirmektedir (Shetawy ve El Khateeb, 2009). Bununla birlikte plansız yapılaşmanın önlenmesi, geleneksel mimarinin teşvik edilmesi, altyapı sorunlarının giderilmesi ve turizm faaliyetlerinin yıl geneline yayılması temel yönetim hedefleri arasında yer almaktadır (Doğanay, 2010).

Yüksek risk taşıyan turizm koridorlarında ise afet izleme ve erken uyarı sistemlerinin geliştirilmesi, güvenlik koşullarının iyileştirilmesi ve küçük ölçekli, yöre dokusuna uygun konaklama tesislerinin teşvik edilmesi, çevresel ve ekonomik sürdürülebilirlik açısından daha uygun bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir (Li, Ye ve Xi, 2024; Çalık ve diğerleri, 2021).

4.7. Mağara Turizmi

Mağara turizmi, doğal çekiciliklere dayalı turizmin önemli bir bileşeni olup, özellikle modern dönemde artan bir ilgi ve popülerite kazanmıştır. Akademik literatürde mağara turizmi, farklı araştırmacılar tarafından çeşitli yönleri öne çıkarılarak tanımlanmakla birlikte, genel olarak yeraltı ortamlarının ziyaret edilmesini içeren bir doğa turizmi veya ekoturizm biçimi olarak kabul edilmektedir (Cheablam ve Rattanarat, 2021). Bu bağlamda mağara turizmi, doğal alan turizminin ayrı bir alt bileşeni olarak ele alınmakta ve çoğu zaman korunan alan yönetimi çerçevesinde değerlendirilmektedir. Ziyaretçilerin mağaraları tercih etme motivasyonları; estetik ve duygusal tatmin, rekreasyonel etkinlikler, eğitsel deneyimler ve bazı durumlarda sağlıkla ilişkili amaçlar gibi çok boyutlu unsurları kapsamaktadır (Akca, Sayılı ve Cafri, 2016).

Bazı araştırmacılar mağara turizmini, jeoturizmin (geotourism) bir alt kümesi ya da eş anlamlısı olarak kullanılan speleoturizm kavramı üzerinden açıklamaktadır. Jeoturizm; bir coğrafi alanın kayaçları, mineralleri, fosil yatakları ve yer şekilleri gibi jeolojik ve jeomorfolojik unsurlarına dayalı turizm faaliyetlerini ifade etmekte olup, bu kapsamda mağaralar önemli çekim unsurları arasında yer almaktadır. Lobo ve Moretti (2009) speleoturizmi, doğal alanlardaki turizm olanakları yelpazesinde gelişmekte olan bir alan olarak konumlandırmaktadır.

Ziyaretçi kabulü açısından ele alındığında ise mağara turizmi, genellikle yoğun ziyaretçi akışına imkân tanıyacak biçimde düzenlenmiş ve altyapı açısından geliştirilmiş yeraltı ortamlarının, diğer bir ifadeyle “gezinti mağaralarının” (show caves) ziyaret edilmesini ifade etmektedir (Antić ve Mayor, 2023). Petrović’e (2006) göre, turistlerin büyük bir bölümü mağaraları estetik haz alma, spor ve rekreasyonel faaliyetlere katılma ya da bilimsel ve eğitsel amaçlarla ziyaret etmektedir. Bu bağlamda mağara turizmi kaynakları; bilimsel, estetik, rekreasyonel ve kültürel değerler gibi çeşitli içsel niteliklere dayanmaktadır.

Mağaralar, prehistorik dönemlerden itibaren insanlığın ilgisini çekmiş olmakla birlikte, bu erken ilgi barınma, sığınma, kutsal mekân kullanımı ya da gömü alanı arayışına dayandığından, söz konusu faaliyetler turistik nitelik taşımamaktadır. Mağara turizminin kavramsal çerçevesinin oluşmaya başladığı dönem incelendiğinde, doğal

mağaraların turistik amaçlarla kullanılmasının yaklaşık 400 yıl öncesine kadar uzandığı görülmektedir (Akca ve diğerleri, 2016).

Tarihsel kaynaklar, mağaraların Antik Çağ'da da önemli ziyaret noktaları arasında yer aldığını göstermektedir. Nitekim coğrafyacı Pausanias'ın MS ikinci yüzyılda kaleme aldığı seyahatnamelerde, çeşitli Yunan mitlerine konu olan mağaraların dönemin meraklı gezginleri tarafından bilinen ve ziyaret edilen mekânlar olduğu belirtilmektedir (Antić ve Mayor, 2023). Bu durum, mağaraların kültürel ve sembolik değerlerinin erken dönemlerden itibaren seyahat motivasyonlarını şekillendirdiğine işaret etmektedir.

Modern mağara turizminin gelişimi ise özellikle speleotemlerin (sarkıt, dikit vb.) görsel çekiciliği sayesinde Avrupa'daki kireçtaşı mağaralarına uzun süredir ziyaretçi çekilmesiyle başlamış; 20. yüzyılın başlarından itibaren çok sayıda halka açık gezinti mağarası (show cave) turizme kazandırılmıştır (Baker ve Genty, 1998). Bu sürecin başlangıcına ilişkin sıklıkla atıfta bulunulan önemli bir kilometre taşı, 1818 yılında yerel rehber Luka Čeč'in Slovenya'daki Postojna Mağarası'nda daha önce bilinmeyen bölümleri keşfetmesidir. Bu keşfin ardından, 17 Ağustos 1819 tarihinde Avusturya tahtının varisi Ferdinand, mağaranın yeni keşfedilen alanlarını ziyaret eden ilk resmî turist olarak kayıtlara geçmiştir (Antić ve Mayor, 2023).

Zaman içerisinde mağara turizmi, dünya turizm pazarı içerisinde önemli bir segment hâline gelmiş ve ekoturizmin özel bir formu olarak özellikle 1980'li yılların başından itibaren daha belirgin bir gelişim süreci yaşamıştır. Turistlerin kitlesel turizm yerine alternatif turizm türlerine yönelmesi ve özgün, otantik deneyim arayışlarının artması, mağara turizminin küresel ölçekte yükselişinde belirleyici bir rol oynamıştır (Akca ve diğerleri, 2016; Antić ve Mayor, 2023).

Mağaraların turizm amaçlı kullanım biçimleri, sahip oldukları bilimsel, estetik, kültürel, ekolojik, atmosferik ve rekreatif/sportif değerlere bağlı olarak çeşitlilik göstermektedir. Bu bağlamda mağara turizmi, genel olarak estetik deneyim arayışı, sportif ve rekreasyonel faaliyetler ile bilimsel ve eğitsel amaçlara dayanan farklı türler altında ele alınmaktadır (Antić ve Mayor, 2023; Yozcu, 2020). Türkiye'deki mağaralar ise Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından üç ana kategoride sınıflandırılmaktadır. Buna göre görsel mağaracılık, normal ziyaretçilere yönelik olarak rehberli ya da rehbersiz gezilebilen mağaraları kapsarken (Yozcu, 2020); rehber eşliğinde ziyaret, temel

ekipmana sahip ziyaretçilerin uzman rehberler eşliğinde mağaralara girişine olanak tanımaktadır (Nazik, 2008). Profesyonel ziyaret kategorisi ise yalnızca profesyonel mağaracıların, özel teknik donanımlarla ve çoğunlukla keşif veya bilimsel araştırma amacıyla girebildiği mağaraları içermektedir. Bununla birlikte mağaralar, taşıdıkları jeolojik, kültürel ve ekolojik değerler doğrultusunda UNESCO Dünya Miras Listesi kapsamında da değerlendirilebilmektedir (Yozcu, 2020).

Turistlerin mağara ziyaretine katılım motivasyonları, çoğunlukla itme ve çekme faktörleri çerçevesinde açıklanmaktadır. İtme faktörleri; merak duygusu, farklılık arayışı, fotoğraf çekme isteği, sağlık beklentileri veya yakın çevreyle birlikte seyahat etme arzusu gibi bireyin içsel ve psikolojik nedenlerine dayanırken, çekme faktörleri mağaranın doğal oluşumları, sahip olduğu imaj ve tanıtım değeri, hikâyesi veya tarihsel arka planı, coğrafi konumu ve gününbirlik tur rotaları içinde yer alması gibi destinasyona özgü cazibe unsurlarını kapsamaktadır (Kızılcık ve Taştan, 2019).

Bu temel motivasyonlara ek olarak, bilgi edinme isteği (jeoloji, coğrafya, mineraloji ve antropolojiye yönelik öğrenme arzusu), sağlık ve zindelik beklentileri (speleoterapi ve radon terapisi yoluyla özellikle kronik solunum yolu rahatsızlıklarının tedavisi) ile macera ve rekreasyon arayışı, mağara turizmini besleyen diğer önemli güdüler arasında yer almaktadır (Çılınoğlu ve Yazgan, 2022).

Mağara turizmi, doğa temelli turizm türleri arasında yer almakla birlikte, hassas ekosistemler üzerinde yarattığı etkiler nedeniyle önemli etik tartışmaları ve eleştirileri de beraberinde getirmektedir. Mağaralar, kırılgan yapıya sahip, kendi kendini yenileme kapasitesi son derece sınırlı olan ve düşük enerji bütçesiyle işleyen hassas geo-ekosistemler olarak tanımlanmakta; bu nedenle turistik kullanıma açılmaları doğal denge üzerinde çok yönlü çevresel değişimlere yol açabilmektedir (Piano ve diğerleri, 2022). Özellikle insan kaynaklı (antropojenik) baskılar, mağara ortamlarında geri dönüşü zor ya da imkânsız tahribatlara neden olabilmektedir.

Bu bağlamda öne çıkan başlıca eleştirilerden biri, termal ve atmosferik değişimlerdir. Ziyaretçilerin solunumu sonucunda mağara havasındaki karbondioksit (CO₂) yoğunluğunun artması ve insan vücut ısısının özellikle havalandırması yetersiz mağaralarda sıcaklığı 3°C'ye kadar yükseltebilmesi, mikroklimatik dengenin bozulmasına yol açmaktadır (Cheablam ve Rattanarat, 2021). Artan sıcaklık ve CO₂

düzeyleri, sarkıt ve dikit gibi speleotemler üzerinde kalsiyum karbonatın çözünmesini hızlandırarak jeolojik oluşumların bozulmasına neden olabilmektedir (Piano ve diğerleri, 2022).

Mağara turizmine yönelik bir diğer önemli eleştiri ise biyolojik ve kimyasal kirlilik ile ilişkilidir. Yapay aydınlatma sistemleri, mağara duvarları ve oluşumları üzerinde alg, yosun ve eğrelti otu gibi fotosentetik organizmaların gelişmesine yol açan “lamba florası (lampenflora)” oluşumunu tetiklemekte; bu durum hem estetik kayba hem de kalsit yüzeylerin kalıcı biçimde zarar görmesine neden olmaktadır (Chiarini, Duckeck ve De Waele, 2022). Bunun yanı sıra ziyaretçilerin saç, tüy, deri döküntüsü, ayakkabı tozu ve giysilerden kaynaklanan partiküller gibi yabancı maddeleri mağara ortamına taşınması, ekosistemin besin dengesini değiştirerek mikrobiyal toplulukların yapısını bozabilmektedir (Cigna, 2016). Endüstriyel, tarımsal ve evsel atıkların yeraltı sularına karışması sonucu ortaya çıkan su kirliliği ise mağara sistemlerine kimyasal maddelerin taşınmasına ve jeolojik oluşumların bozulmasına yol açan bir diğer önemli tehdit unsurudur (Piano ve diğerleri, 2022).

Fiziksel tahribat da mağara turizmine yönelik eleştiriler arasında önemli bir yer tutmaktadır. Ziyaretçilerin ilgi çekici oluşumlara dokunması, kırması ya da hatıra amacıyla yanlarına alması, mağara içi bütünlüğü doğrudan tehdit etmektedir. Ayrıca plansız biçimde turizme açılan bazı mağaralarda yürüyüş yollarını genişletmek amacıyla sarkıt ve dikitlerin kesilmesi gibi geri dönüşü olmayan müdahaleler gerçekleştirildiği görülmektedir. Bunun yanında, mağaralara yakın bölgelerde faaliyet gösteren taş ocakları ve çimento fabrikalarının neden olduğu titreşimler de mağara içi oluşumlar üzerinde ciddi yapısal hasarlara yol açabilmektedir (Yozcu, Batman ve Çetin, 2017).

Tüm bu çevresel etkiler, mağara turizmi bağlamında etik ve yönetsel çatışmaları da beraberinde getirmektedir. Mağaraların turizme açılması, bir yandan ekonomik fayda ve yerel kalkınma potansiyeli sunarken, diğer yandan doğal ve kültürel mirasın korunmasıyla ilgili ciddi ikilemler yaratmaktadır. Özellikle başarısız planlama ve yönetim süreçleri sonucunda turistik işletmelerin kapanması, mağaraların denetimsiz olarak vandalizme ve kötü kullanıma açık hâle gelmesine neden olmakta; bu durum literatürde mağara turizminin en olumsuz sonuçlarından biri olarak değerlendirilmektedir (Chiarini ve diğerleri, 2022; Cigna, 2016)

Türkiye, sahip olduğu jeolojik ve jeomorfolojik özellikler sayesinde dünya genelinde önemli bir mağara turizmi potansiyeline sahip ülkeler arasında yer almakta ve bu nedenle literatürde sıklıkla “mağara cenneti” olarak nitelendirilmektedir. Ülke genelinde 40.000’in üzerinde mağara bulunduğu tahmin edilmekle birlikte, bu zengin potansiyelin yalnızca sınırlı bir bölümü turizme kazandırılmıştır; günümüzde turizme açık doğal mağara sayısının yaklaşık 33 olduğu belirtilmektedir. Türkiye’deki mağaralar, farklı turizm türlerine hizmet edebilecek nitelikleriyle dikkat çekmektedir. Bu kapsamda, en uzun ve en derin mağaralar açısından bakıldığında, Isparta’da yer alan Pınargözü Mağarası 15 kilometreyi aşan uzunluğuyla Türkiye’nin en uzun mağarası konumunda bulunurken, Mersin’deki Peynirlikönü Mağarası ise 1429 metre derinliğiyle en derin mağara olarak kayıtlara geçmiştir (Arpacı, Zengin ve Batman, 2012). Görsel mağaracılık ve jeoturizm bağlamında değerlendirilen mağaralar arasında, Tokat’taki Ballica Mağarası öne çıkmakta; kendine özgü soğan sarkıtlarıyla uluslararası tanınırlığa sahip olan bu mağara, Türkiye’nin 28 jeolojik miras alanından biri olarak kabul edilmektedir (Akca ve diğerleri, 2016). Bunun yanı sıra, sağlık turizmi (speleoterapi) kapsamında değerlendirilen mağaralar da Türkiye’de önemli bir potansiyel sunmaktadır. Antalya’daki Damlataş Mağarası ile Mersin’deki Dilek (Astım) Mağarası bu amaçla düzenlenmiş olup, özellikle solunum yolu rahatsızlıklarının tedavisinde destekleyici rol üstlenmektedir. Ayrıca, Çankırı Kaya Tuzu Mağarası, Türkiye’nin en büyük kaya tuzu madeni olmasının yanı sıra speleoterapi açısından yüksek potansiyele sahip olup, astım gibi kronik solunum yolu hastalıklarına olumlu etkileriyle bilinmektedir (Timur, Orhan ve Aksüt, 2017). Mağara turizmi, Türkiye’de yalnızca doğal mağaralarla sınırlı kalmamakta; yeraltı şehirleri, kaya mezarları ve kaya kiliseleri gibi yapay mağara niteliğindeki alanlar da kültür ve inanç turizmi kapsamında önemli çekim merkezleri oluşturmaktadır. Bu bağlamda Kapadokya yeraltı şehirleri, Sümela Manastırı ve St. Pierre Kilisesi gibi alanlar, mağara temelli kültürel mirasın öne çıkan örnekleri arasında yer almaktadır (Yozcu, 2020). Ancak tüm bu potansiyele rağmen, Türkiye’de mağara turizminin gelişimi çeşitli yapısal sorunlarla sınırlanmaktadır. Başlıca zayıf yönler arasında tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin yetersizliği, turizm acenteleriyle iş birliğinin sınırlı olması, altyapı eksiklikleri ve mağara turizmine yönelik toplumsal farkındalığın yeterince gelişmemiş olması öne çıkmaktadır. Buna ek olarak, mağara işletmeciliğine ilişkin yasal düzenlemelerin net olmaması, Sağlık Bakanlığı bünyesinde speleoterapiye yönelik özel

bir yönetmeliğin bulunmaması ve farklı kurumlar arasındaki yetki karmaşası, mağara turizminin sürdürülebilir biçimde geliştirilmesinin önündeki temel engeller arasında değerlendirilmektedir (Arpacı ve diğerleri, 2012; Yozcu, 2020).

Mağaralar, hassas ve kırılgan ekosistemler olmaları nedeniyle, kâr odaklı ve kısa vadeli maliyet kaygılarıyla yürütülen hatalı işletmecilik uygulamalarından kolaylıkla geri dönüşü olmayan biçimde zarar görebilmektedir; bu durum mağara turizminde sürdürülebilir yönetimi zorunlu kılmaktadır. Sürdürülebilir mağara yönetimi, çevresel değerlerin korunmasını esas alırken, ekonomik gelişme ile çevresel koruma hedeflerinin eşgüdüm içerisinde yürütülmesini gerektirmektedir (Yozcu ve diğerleri, 2017). Bu kapsamda mağara yönetiminin temelini, uzun vadeli hedefler doğrultusunda oluşturulan disiplinlerarası planlama yaklaşımı oluşturmaktadır. Arkeoloji, antropoloji, coğrafya, jeoloji, turizm ve mekânsal planlama gibi farklı uzmanlık alanlarından oluşan multidisipliner ekiplerin sürece dâhil edilmesi, mağaraların doğal ve kültürel değerlerinin bütüncül biçimde ele alınmasını sağlamaktadır (Antić ve Mayor, 2023). Sürdürülebilir yönetimin bir diğer kritik unsuru, mağaranın doğal özelliklerinde kalıcı bozulmalara yol açmadan kabul edilebilecek maksimum ziyaretçi sayısını belirlemeyi amaçlayan taşıma kapasitesi yaklaşımıdır. Bu bağlamda, fiziksel taşıma kapasitesi (PCC) ve ekolojik taşıma kapasitesi (ECC) hesaplamaları, mağaranın mikroklimatik özellikleri ve ekosistem hassasiyetleri dikkate alınarak esnek bir biçimde uygulanmalıdır (Cheablam ve Rattanarat, 2021). Taşıma kapasitesi uygulamalarını destekleyen bir diğer temel araç ise çevresel izleme sistemleridir. Mağara içi sıcaklık, bağıl nem, CO₂ ve radon konsantrasyonu gibi atmosferik parametrelerin sürekli izlenmesi, ziyaretçi sayısı ve ziyaret süresinin kontrollü biçimde sınırlandırılmasına olanak tanıyarak mağara ortamı üzerindeki baskıyı azaltmaktadır (Baker ve Genty, 1998). Bununla birlikte, mağara içi altyapı düzenlemeleri ve kullanılan malzemelerin seçimi de sürdürülebilirlik açısından belirleyici rol oynamaktadır. Yapay aydınlatma ve yürüyüş yolları gibi müdahalelerin çevreye minimum etki yaratacak şekilde tasarlanması; aydınlatmada düşük ısı yayan yüksek verimli LED veya soğuk katot lambaların (CCL) tercih edilmesi, ışık sürelerinin hareket sensörleriyle sınırlandırılması ve yürüyüş yollarında paslanmaz çelik, beton ya da fiberglas takviyeli plastik gibi uzun ömürlü ve kirletici olmayan malzemelerin kullanılması önerilmektedir. Buna karşılık, biyolojik bozulmayı hızlandırabileceği için

ahşap gibi organik malzemelerden kaçınılması gerektiği vurgulanmaktadır (Chiarini ve diğerleri, 2022; Yozcu ve diğerleri, 2017).

Sürdürülebilir mağara yönetiminin yasal ve etik boyutu da en az teknik düzenlemeler kadar önemlidir. Her mağara için yerel koşullara özgü ayrıntılı yönetim planlarının hazırlanması, Uluslararası Gösteri Mağaraları Birliği (ISCA) ve Uluslararası Speleoloji Birliği (UIS) tarafından belirlenen Uluslararası Tavsiye Edilen Yönergeler ile Minimum Etkili Mağaracılık Kuralları (MICC) çerçevesinde uygulamaların hayata geçirilmesi, mağaralara verilebilecek zararların en aza indirilmesi açısından temel bir gereklilik olarak değerlendirilmektedir (Cigna, 2016). Son olarak, mağara turizminin sürdürülebilirliği açısından rehberlik ve eğitim faaliyetleri kritik bir rol oynamaktadır. Mağaralarda görev yapan rehberlerin bilimsel ve kültürel bilgileri doğru ve etkili biçimde aktarması, ziyaretçilerin bilinçlendirilmesi ve geo-etik değerlerin sürekli olarak uygulanması, mağara ekosistemlerinin uzun vadeli korunmasının ön koşulları arasında yer almaktadır (Antić ve diğerleri, 2022).

4.8. Kuş Gözlemciliği Turizmi (Ornito - Avi Turizm)

Kuş gözlemciliği, yabani kuşların doğal yaşam alanlarında gözlemlenmesi ve tanımlanması faaliyetidir. Bu etkinlik, bireylerin kuşların yaşam döngüsü boyunca onları yerinde (in-situ) izlemelerini, tanımlarını ve korunmalarına katkı sağlamalarını içeren doğa temelli bir uğraş niteliği taşımaktadır (Afanasiev, 2022). Kuş gözlemciliği, doğaya dayalı turizmin (nature-based tourism) hızla büyüyen biçimlerinden biri olarak ortaya çıkmış ve özellikle Batı toplumlarında yaygın biçimde tercih edilen bir alternatif turizm faaliyeti hâline gelmiştir (Padilla-Delgado, Castillo-Palacio ve Zuñiga-Collazos, 2025).

Turizm literatüründe, kuş gözlemciliği motivasyonu ile gerçekleştirilen seyahatler için genellikle “ornito turizm” ya da “aviturizm” kavramları kullanılmaktadır. Aviturizm, doğa temelli turizmin bir alt dalı olan ekoturizmin önemli bileşenlerinden biri olarak değerlendirilmektedir (Liu, Ma, Cheng, Hou ve Wen, 2021). Ekoturizm; doğayı koruyan ve yerel halkın refahını artırmayı amaçlayan sorumlu seyahat biçimi olarak tanımlandığından, kuş gözlemciliği turizmi de doğal alanlara yüksek düzeyde bağımlı olması, düşük yatırım maliyetleri gerektirmesi ve destinasyon çevresinde minimum düzeyde olumsuz etki yaratması nedeniyle ekoturizmin en kritik uygulamalarından biri olarak kabul edilmektedir (Afanasiev, 2022).

Kuş gözlemciliği, bireylerin doğayla doğrudan temas kurarak günlük yaşamın stresinden uzaklaşma, doğal ve vahşi yaşam manzaralarının keyfini çıkarma ve özel ilgi alanlarını geliştirme ihtiyaçlarına yanıt vermektedir. Kuş gözlemcileri, genellikle yüksek eğitim ve gelir düzeyine sahip bireylerden oluşmakta olup, ekoturizm gelirlerinin önemli bir bölümünü oluşturan ekoturist grubunun kayda değer bir kesimini temsil etmektedir (Cordell ve Herbert, 2002; Şekercioğlu, 2002).

Kuş gözlemciliği, kökleri eskiye dayanan bir rekreasyonel aktivite olmasına rağmen, turizm sektörü içerisindeki popülerliği görece yenidir. Bu faaliyet, 20. yüzyılın başlarında özellikle İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri'nde yaygınlaşmaya başlamış, zamanla doğaya dayalı turizmin önemli bileşenlerinden biri hâline gelmiştir (Düzgün, 2021). Kuş gözlemcilerinin sayısı, 1970'li yıllardan günümüze kadar hem dünya genelinde hem de Türkiye'de belirgin bir artış göstermiştir. Amerika Birleşik Devletleri'nde kuş gözlemciliği, geleneksel bir rekreasyonel faaliyet olarak kabul edilmekte ve Amerikan kuş gözlemcileri turizm piyasası açısından kayda değer bir talep grubu oluşturmaktadır (Afanasiev, 2022).

Türkiye'de kuş gözlem çalışmalarının başlangıcı, 19. yüzyılda ülkeye gelen Alman ve İngiliz doğa bilimcileri ile gözlemcilerin gezi notlarına dayanmaktadır. Ornitoloji alanındaki ilk kapsamlı araştırma gezilerinden biri, 1875 yılında İngiliz zoolog Charles G. Danford tarafından gerçekleştirilmiş ve bu çalışmalar sonucunda 185 kuş türü kayıt altına alınmıştır. Türkiye'de bilimsel anlamda ornitolojik araştırmaların hız kazanması ise, 1930'lu yılların ikinci yarısında zoolog Prof. Dr. Curt Kosswig'in Türkiye'ye gelmesi ve asistanlarıyla birlikte faunaya ilişkin sistematik kayıtlar tutmasıyla mümkün olmuştur (Kandır ve Erturhan, 2015; Özer, 2021).

Son yıllarda artan gelir düzeyi ve bireylerin hareketliliğiyle birlikte kuş gözlemcisi sayısındaki artış, bazı destinasyonlarda turizm üzerinde kayda değer ekonomik ve mekânsal etkiler yaratmıştır. Bibliyometrik analizler, 1978–2022 yılları arasında kuş gözlemciliği üzerine toplam 1371 bilimsel yayının üretildiğini ve bu alandaki yıllık büyüme oranının %2,59 olduğunu ortaya koymaktadır. Araştırma ilgisinin önemli bir bölümünün 2017 sonrası dönemde yoğunlaştığı görülmektedir (Mohammadi, Alambeigi ve Steven, 2024; Ren ve diğerleri, 2022).

Kuş gözlemciliği, doğaya dayalı turizmin bir biçimi olup, çoğunlukla koruma altındaki alanlarda yoğunlaşmaktadır. Bununla birlikte, kuş türlerinin hemen hemen her coğrafi bölgede bulunması, gözlem faaliyetlerinin farklı mekânsal ölçeklerde organize edilmesine olanak tanımaktadır. Günümüzde avifaunanın doğal yaşam alanlarının kentsel çevreleri de kapsamıyla birlikte, kentsel aviturizm kavramı giderek artan bir ilgi görmektedir (Afanasiev, 2022; Larasati, Hernowo ve Mardiasuti, 2024).

Kavramsal açıdan kuş gözlemciliği, ornitolojik turizm ve aviturizm terimleri benzer özellikler taşısa da aralarında belirli farklılıklar bulunmaktadır. Kuş gözlemciliği (birdwatching), avifaunanın gözlemlenmesini içeren rekreasyonel bir faaliyet olup, bireyin ikamet ettiği yerden ayrılmasını zorunlu kılmaz ve eğlence, eğitim ya da fotoğrafçılık gibi farklı amaçlarla gerçekleştirilebilir. Ornitolojik turizm, birincil motivasyonu kuş gözlemciliği olan ve doğal alanlara seyahati içeren turizm biçimidir; çoğunlukla ekolojik paradigma ile uyumludur. Aviturizm ise, yerel kuş türlerini doğal ortamlarında, kentsel alanlar dâhil olmak üzere, gözlemlemek amacıyla yapılan seyahatleri ifade etmekte ve belirli kuş türleri bu kapsamda turistler için birer çekim unsuru işlevi görmektedir (Afanasiev, 2022; Larasati ve diğerleri, 2024).

Kuş gözlemciliği, ornitolojik turizm ve aviturizm; motivasyon, organizasyon mekânı, ornitolojik motifi önemi, seyahat süresi ve katılımcı profili gibi ölçütlere göre sınıflandırılabilir. Bu kapsamda bilimsel, eğitimsel, rekreasyonel ve gönüllülük temelli motivasyonlar ön plana çıkarken; koruma alanları, özel aviturist rotaları ve kentsel çevreler başlıca organizasyon mekânlarını oluşturmaktadır. Faaliyetler kısa süreli rekreasyonel etkinliklerden uzun süreli uzmanlaşmış gezilere kadar uzanabilmekte, profesyonel gözlemcilerden amatör katılımcılara kadar geniş bir kitleye hitap etmektedir (Afanasiev, 2022).

Türkiye, zengin sulak alanları, göç yolları üzerindeki stratejik konumu ve biyolojik çeşitliliği sayesinde kuş gözlemciliği açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Önemli Kuş Alanları (ÖKA) Projesi, kuşların korunmasına katkı sağlayacak öncelikli alanların belirlenmesini amaçlamakta ve ornito-turizmin gelişimi açısından önemli bir çerçeve sunmaktadır (Düzgün ve Kurt, 2021; Çelik, Durmuş ve Türkoğlu, 2021).

Antalya ve çevresi, sahip olduğu yüksek kuş çeşitliliği ve çok sayıda koruma altındaki alan sayesinde ornito-turizm açısından Türkiye'nin öne çıkan bölgelerinden

biridir. Bölgedeki doğal alanlar, kuş gözlemciliğini yerli ve yabancı turistler için yıl boyunca sürdürülebilir bir rekreasyonel faaliyet hâline getirmektedir. Güllük Dağı Milli Parkı, Kurşunlu Şelalesi Tabiat Parkı, Yamansaz Gölü ve çevresi, Manavgat ve çevresi, Belek Özel Koruma Bölgesi ile Demre (Dalyan) St. Nicholas Kuş Cenneti başlıca kuş gözlem alanları arasında yer almaktadır. Antalya’da 1988–2009 yılları arasında toplam 316 kuş türünün gözlemlendiği bildirilmektedir (Sarı, Oban ve Erdoğan, 2011; Tunç, 2018).

Kayseri ili sınırları içerisinde yer alan Hürmetçi Sazlığı, barındırdığı zengin biyolojik çeşitlilik ve Sultan Sazlığı’na olan yakınlığı nedeniyle ornito-turizm açısından yüksek potansiyele sahip korunan sulak alanlardan biridir. Alanda 136 farklı kuş türünün varlığı tespit edilmiş olup, bu özellikleriyle Hürmetçi Sazlığı hem bilimsel araştırmalar hem de rekreasyonel kuş gözlem faaliyetleri açısından önemli bir çekim merkezi konumundadır (Özer, 2021).

Iğdır ve çevresi, üç ülkeye sınır oluşturan jeopolitik konumu, önemli biyolojik çeşitlilik sıcak noktaları ve sulak alanları sayesinde ornito-turizm açısından dikkat çekici bir potansiyele sahiptir. Bölge, Batı Palaearktik zoocoğrafik bölgeden güney–kuzey doğrultusunda gerçekleşen kuş göç yolları üzerinde yer almakta olup, özellikle ilkbahar ve sonbahar mevsimlerinde ornitolojik açıdan yüksek bir hareketlilik göstermektedir. Yapılan çalışmalar, bölgede toplam 330 kuş türünün varlığını ortaya koymaktadır (Çelik, Durmuş ve Türkoğlu, 2021).

Kızılırmak Deltası, kuşların göç dönemlerinde Karadeniz’i aşmadan önce dinlendiği, beslendiği ve barındığı önemli sulak alanlardan biridir. Aynı zamanda nadir bitki türlerini de barındıran delta, UNESCO Dünya Doğal Mirası Geçici Listesi’nde yer almakta olup, bugüne kadar 321 kuş türünün tespit edildiği bildirilmektedir. Bu özellikleriyle Kızılırmak Deltası, Türkiye’nin en önemli kuş gözlem ve ornito-turizm destinasyonlarından biri olarak değerlendirilmektedir (Özel, 2021).

Kuş gözlemciliği turizmi, turistlerin özel ilgi alanlarına göre şekillenen ve kendine özgü motivasyonlara sahip bir turizm türüdür. Motivasyon, bireysel turist davranışlarını yönlendiren psikolojik ihtiyaçlar ve arzular olarak tanımlanmakta olup, kuş gözlemciliği turizmine katılım sürecinde belirleyici bir rol oynamaktadır (Özer, 2021; Ren, Su, Zhou, Hou ve Wen, 2022).

Kuş gözlemcilerinin en temel motivasyonlarından biri, doğayla doğrudan temas kurarak günlük yaşamın rutininden, yoğun temposundan ve stresinden uzaklaşma isteğidir. Doğal alanlarda bulunma, sessizlik, temiz hava ve vahşi yaşamı gözlemleme olanağı, kuş gözlemciliğini özellikle doğaya dayalı turizm arayışı içinde olan bireyler için cazip kılmaktadır. Bu bağlamda kuş gözlemciliği, bireylerin zihinsel ve fiziksel yenilenme ihtiyaçlarına yanıt veren önemli bir kaçış aracı olarak değerlendirilmektedir (Çelik, Durmuş ve Türkoğlu, 2021; Ren ve diğerleri, 2022).

Eğitim ve bilgi edinme motivasyonu da kuş gözlemciliği turizminin öne çıkan unsurlarındandır. Turistler, kuşların doğal ortamlarındaki davranışlarını, tür özelliklerini ve ekosistem içindeki rollerini yerinde gözlemleyerek doğaya ilişkin bilgilerini artırmakta ve çevresel farkındalık geliştirmektedir. Bu yönüyle kuş gözlemciliği, yalnızca rekreasyonel bir etkinlik değil, aynı zamanda öğrenmeye dayalı bir deneyim sunan eğitsel bir turizm faaliyeti niteliği taşımaktadır (Özer, 2021).

Kuş gözlemciliği, birçok katılımcı için süreklilik arz eden bir hobi ve kişisel tatmin kaynağıdır. Nadir ya da estetik açıdan dikkat çekici kuş türlerini gözlemleme ve fotoğraflama, bireylerde yüksek düzeyde haz ve başarı duygusu yaratmaktadır. Bu faaliyet, bazı araştırmalarda avcılığa benzer içgüdüsel bir tatmin duygusuyla ilişkilendirilmekte; kuşlara duyulan ilgi ve hayranlık, katılımı artıran temel faktörler arasında gösterilmektedir (Özer, 2021; Larasati, Hernowo ve Mardiasuti, 2024).

Kuş gözlemcileri açısından nadirlik ve tür çeşitliliği, destinasyon tercihlerinde belirleyici bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Bir destinasyonun sahip olduğu kuş türü zenginliği ve nadir türlerin gözlemlenme olasılığı, seyahat kararlarını doğrudan etkilemektedir. Bu kapsamda *twitching tourism* olarak adlandırılan motivasyon biçiminde, bazı turistler belirli bir kuş türünü gözlemleyebilmek amacıyla uzun mesafeler kat etmeye ve yüksek maliyetlere katlanmaya istekli olabilmektedir (Afanasiev, 2022; Ren ve diğerleri, 2022).

Sosyal etkileşim ve kişisel gelişim de kuş gözlemciliği turizminin önemli motivasyon boyutlarından biridir. Aile ve arkadaşlarla birlikte vakit geçirme, benzer ilgi alanlarına sahip bireylerle tanışma ve kuş gözlem etkinliklerini sosyal bir faaliyet olarak gerçekleştirme isteği, katılımı teşvik eden unsurlar arasında yer almaktadır. Bu yönüyle

kuş gözlemciliği, bireysel bir uğraş olmasının yanı sıra sosyal bağları güçlendiren bir rekreasyonel faaliyet niteliği taşımaktadır.

Çin'in Mingxi County bölgesinde gerçekleştirilen bir araştırma, kuş gözlemciliği turistlerinin tekrar ziyaret etme niyetlerini etkileyen en önemli faktörün bilişsel imaj olduğunu ortaya koymuştur. Bunu sırasıyla memnuniyet ve algılanan imaj izlemektedir. Araştırma bulguları, kuş gözlemcilerinin konaklama ve yeme-içme gibi hizmet unsurlarından ziyade, destinasyonun kuş türü çeşitliliği, doğal çevre kalitesi ve biyolojik zenginliği gibi çevresel özelliklere daha yüksek önem atfettiklerini göstermektedir (Özer, 2021; Ren ve diğerleri, 2022).

Kuş gözlemciliği, doğa temelli turizmin en düşük çevresel etkiye sahip biçimlerinden biri olarak değerlendirilmekle birlikte, uygun planlama ve yönetim ilkeleri uygulanmadığında doğal ekosistemler üzerinde olumsuz etkiler yaratabilmektedir. Özellikle kontrolsüz turistik faaliyetler, kuşların göç rotalarını, beslenme davranışlarını ve üreme süreçlerini bozabilmekte; bu durum, kuş gözlemciliğinin temelinde yer alan koruma yaklaşımıyla çelişmektedir (Afanasiev, 2022).

Kuş gözlemciliği faaliyetlerinde en sık tartışılan etik sorunlardan biri, kuşların doğrudan ya da dolaylı biçimde rahatsız edilmesidir. Kuşları gözlem alanına çekmek amacıyla ses kayıtlarının kullanılması ya da fotoğraf çekmek için kuşlara aşırı derecede yaklaşılması, kuşların doğal davranışlarını bozabilmektedir. Bu tür uygulamalar, kuşların yuvalarını terk etmesine, yavruların zarar görmesine ve özellikle nadir ya da hassas türlerin ciddi biçimde strese girmesine yol açabilmektedir. Bu nedenle kuş gözlemcilerinin, gözlem sürecinde kuşların doğal yaşam alanlarına saygı göstermesi temel bir etik ilke olarak kabul edilmektedir (Düzgün ve Kurt, 2021; Afanasiev, 2022).

Bir diğer önemli etik tartışma alanı, kuş gözlemciliği turizminin habitatlar üzerindeki dolaylı etkileridir. Ziyaretçi yoğunluğunun artması, doğal alanlarda kirlilik oluşmasına, bitki örtüsünün zarar görmesine ve hassas ekosistemlerin baskı altına girmesine neden olabilmektedir. Özellikle koruma altındaki alanlarda aşırı ziyaretçi sayısı, kuşların yaşam alanlarının daralmasına ve doğal dengenin bozulmasına yol açabilecek bir tehdit unsuru olarak öne çıkmaktadır (Düzgün ve Kurt, 2021).

Kuş gözlemciliğinde etik açıdan eleştirilen bir diğer boyut ise rekabetçi gözlemcilik anlayışıdır. Özellikle nadir türleri gözlemlemek amacıyla uzun mesafeler kat

etmeyi ifade eden twitching davranışı, bazı durumlarda kuşların doğal yaşam alanlarına müdahaleyi artırabilmektedir. Daha fazla tür gözlemleme arzusu, kuşların sürekli izlenmesine, rahatsız edilmesine ve doğal davranışlarının değişmesine neden olabilmekte; bu durum, kuş gözlemciliğinin koruma odaklı doğasıyla çelişen sonuçlar doğurabilmektedir (Afanasiev, 2022).

Bu olumsuzlukların önlenmesi için etik kuş gözlemciliği davranışlarının benimsenmesi büyük önem taşımaktadır. Etik çerçevede kuş gözlemcilerinin, belirlenmiş davranış kurallarına uyması, kuşları rahatsız edecek uygulamalardan kaçınması ve özellikle yuvalara, yavrulara ve hassas türlere karşı yüksek düzeyde dikkat göstermesi gerekmektedir. Gözlem ve fotoğraf çekimi süreçlerinde dürbün ve teleskop gibi optik araçların kullanılması, kuşlara fiziksel olarak yaklaşma ihtiyacını azaltarak etik bir yaklaşım sunmaktadır (Düzgün ve Kurt, 2021).

Sürdürülebilir bir kuş gözlemciliği turizmi anlayışının yerleşebilmesi için, yalnızca bireysel etik davranışlar değil, aynı zamanda planlı ve bütüncül bir yönetim yaklaşımı da gereklidir. Turistik faaliyetlerin çevresel, sosyal ve kültürel yapılar üzerindeki olası olumsuz etkilerini en aza indirecek planlama süreçleri, taşıma kapasitesi analizleri ve ziyaretçi yönetimi uygulamaları hayati önem taşımaktadır. Bu kapsamda kuş gözlemciliği turizmi, koruma-kullanma dengesi gözetilerek yönetildiğinde hem biyolojik çeşitliliğin korunmasına katkı sağlamakta hem de sürdürülebilir turizm hedefleriyle uyumlu bir gelişim modeli sunmaktadır (Düzgün ve Kurt, 2021; Padilla-Delgado ve diğerleri, 2025).

Türkiye, sahip olduğu coğrafi konum ve biyolojik çeşitlilik sayesinde kuş gözlemciliği turizmi açısından son derece yüksek bir potansiyele sahiptir. Ülke, Batı Palaearktik Bölge'nin en önemli dört kuş göç yolundan ikisinin üzerinde yer almakta; Karadeniz, Boğazlar ve Anadolu üzerinden doğu Afrika'ya uzanan ana göç rotasının kritik bir bölümünü oluşturmaktadır. Bu stratejik konum, Türkiye'yi göç, kışlama ve üreme dönemlerinde kuş gözlemcileri için cazip bir destinasyon hâline getirmektedir. Türkiye'de yaklaşık 502 kuş türünün kayıt altına alınmış olması, Avrupa kıtasındaki toplam kuş türü sayısına neredeyse eşdeğer bir zenginliğe işaret etmektedir (Düzgün ve Kurt, 2021; Özer, 2021).

Türkiye'nin kuş gözlemciliği turizmi potansiyelini destekleyen temel unsurların başında biyolojik çeşitlilik ve habitat zenginliği gelmektedir. Ülkede yer alan sulak alanlar, deltalar, göller, dağlık ve çalılık alanlar, uzun kıyı şeritleri ve geniş ormanlık bölgeler, kuşlar için beslenme, üreme ve konaklama açısından elverişli yaşam alanları sunmaktadır. Bu farklı habitat tipleri, hem yerli hem de göçmen kuş türlerinin yıl boyunca Türkiye'de bulunmasına olanak tanımakta ve kuş gözlemciliği faaliyetlerinin sürekliliğini desteklemektedir (Özer, 2021; Sarı ve diğerleri, 2011).

Kuş gözlemciliği turizmi açısından Türkiye'nin bir diğer önemli avantajı, Önemli Kuş Alanları (ÖKA) ağıdır. Uluslararası ölçekte koruma önceliğine sahip olan bu alanlar, kuş popülasyonlarının sürdürülebilirliği açısından kritik öneme sahiptir. Türkiye'de uluslararası kriterlere göre belirlenmiş 184 Önemli Kuş Alanı bulunmakta olup, bu alanlar kuş gözlemcileri için doğal çekim merkezleri niteliği taşımaktadır. ÖKA'lar, kuş gözlemciliği turizminin doğa koruma hedefleriyle uyumlu biçimde gelişmesi açısından önemli bir altyapı sunmaktadır (Çelik ve diğerleri, 2021).

Türkiye'deki bazı yerel örnekler, kuş gözlemciliği turizminin bölgesel potansiyelini açık biçimde ortaya koymaktadır. Antalya ve çevresi, kışlama ve göç dönemlerinde dinlenme ve beslenme alanı olarak kullanılan ekosistemleri sayesinde 316 kuş türüne ev sahipliği yapmakta ve yıl boyunca gözlem imkânı sunmaktadır (Sarı, Oban ve Erdoğan, 2011). Iğdır ili, Kafkasya biyoçeşitlilik sıcak noktası üzerinde yer alması ve 330 kuş türüyle Türkiye avifaunasının yaklaşık üçte ikisini barındırması nedeniyle ornito-turizm açısından öne çıkan alanlardan biridir (Çelik ve diğerleri, 2021). Kızılırmak Deltası, 321 kuş türü ile hem Ramsar Alanı hem de Önemli Kuş Alanı statüsüne sahip olup, uluslararası düzeyde tanınan önemli bir kuş gözlem merkezidir. Kayseri'de yer alan Hürmetçi Sazlığı ise göç yolları üzerinde bulunması ve özellikle kış aylarında artan kuş popülasyonu sayesinde ornito-turizm talebini olumlu yönde etkileyen sulak alanlar arasında yer almaktadır (Özer, 2021).

Türkiye'de kuş gözlemcilerinin sosyo-demografik profiline ilişkin bulgular, bu turizm türünün ekonomik potansiyelini de ortaya koymaktadır. Yapılan çalışmalar, kuş gözlemcilerinin büyük ölçüde yüksek eğitim ve gelir düzeyine sahip, ağırlıklı olarak erkek ve genç bireylerden oluştuğunu göstermektedir. Bu özellikler, kuş gözlemciliği turizmini ekoturizm kapsamında yüksek harcama potansiyeline sahip bir niş pazar hâline

getirmektedir. Ancak mevcut literatürde, Türkiye'nin sahip olduğu bu zengin doğal kaynakların ornito turizm açısından henüz yeterince etkin ve planlı biçimde değerlendirilemediği vurgulanmaktadır (Düzgün ve Kurt, 2021; Özer, 2021).

Kuş gözlemciliği turizminin sürdürülebilir bir strateji olarak geliştirilmesi, ekolojik koruma, yerel halkın sürece aktif katılımı ve ekonomik faydaların dengeli biçimde dağıtılmasını gerektirmektedir (Padilla-Delgado ve diğerleri, 2025). Bu bağlamda kuş gözlemciliği, yalnızca doğaya dayalı bir rekreasyon faaliyeti değil, aynı zamanda koruma temelli kalkınmayı destekleyen bütüncül bir turizm yaklaşımı olarak ele alınmaktadır.

Sürdürülebilirlik ilkeleri açısından bakıldığında, ekolojik koruma önceliği kuş gözlemciliği turizminin temel dayanak noktalarından biridir. Turizm sektörünün uzun vadeli ekonomik başarı elde edebilmesi için altyapı yatırımlarının biyolojik çeşitliliği korumaya yönelik uygulamalarla desteklenmesi kritik öneme sahiptir. Araştırmalar, kuş gözlemcilerinin fiziksel altyapıdan ziyade habitat kalitesine, tür çeşitliliğine ve doğal çevrenin bütünlüğüne daha fazla değer verdiklerini ortaya koymaktadır (Padilla-Delgado ve diğerleri, 2025).

Ekonomik katkılar açısından değerlendirildiğinde, kuş gözlemciliği turizmi yerel topluluklar için önemli bir gelir ve istihdam kaynağı oluşturma potansiyeline sahiptir. Örneğin Amerika Birleşik Devletleri'nde 2001 yılında kuş gözlemcilerinin bu faaliyetler kapsamında yaklaşık 32 milyar dolar harcama yaptığı, toplam ekonomik etkinin ise 82,5 milyar dolara ulaştığı tahmin edilmektedir. Benzer biçimde Çin'de yapılan çalışmalar, ekolojik kuş gözlemciliği turizminin kişi başına rekreasyonel değerinin genel ekoturizme kıyasla yaklaşık 3,9 kat daha yüksek olduğunu göstermektedir (Padilla-Delgado ve diğerleri, 2025; Düzgün ve Kurt, 2021; Liu ve diğerleri, 2021).

Kuş gözlemciliği aynı zamanda çevre bilincinin artırılmasına yönelik önemli bir araçtır. Çevresel eğitim yoluyla biyolojik çeşitliliğin korunmasına katkı sağlamak ve yerel halkın doğa koruma süreçlerine aktif biçimde dâhil olmasını teşvik etmektedir. Kuş gözlemcilerinin doğayla kurdukları duygusal bağlar, çevresel sorunlara yönelik farkındalığın artmasına ve koruma davranışlarının güçlenmesine olanak tanımaktadır (Mohammadi, Alambeigi ve Steven, 2024).

Yönetim ve planlama açısından sürdürülebilir bir kuş gözlemciliği turizmi için bütünsel bir yaklaşım benimsenmesi gerekmektedir. Bu kapsamda kuş gözlemciliği faaliyetlerinin, yerel halk katılımı ve çevresel eğitim programlarıyla birlikte ele alınması önerilmektedir (Padilla-Delgado ve diğerleri, 2025). Destinasyon yöneticilerinin, kuşların üreme dönemleri ve diğer hassas evrelerinde ortaya çıkabilecek rahatsızlıkları en aza indirmeye odaklanmaları; turistik faaliyetleri belirli bir plan dâhilinde yürütmeleri ve koruma tedbirlerini güçlendirmeleri büyük önem taşımaktadır (Ren ve diğerleri, 2022; Sarı ve diğerleri, 2011).

Altyapı ve tanıtım boyutunda ise kuş gözlemciliği yapılan alanlarda gözlem kuleleri, ziyaretçi merkezleri, tematik yürüyüş yolları ve doğa müzeleri gibi düşük etkili tesislerin oluşturulması önerilmektedir. Ayrıca kuş türlerini tanıtan rehber kitapçıklar, renkli envanterler ve eğitilmiş turist rehberleri aracılığıyla sunulan bilgilendirme faaliyetleri, destinasyonun çekiciliğini artıran önemli unsurlar arasında yer almaktadır (Sarı ve diğerleri, 2011).

Yerel halkın sürece dâhil edilmesi, sürdürülebilir ornito turizmin başarısında belirleyici bir faktördür. Yerel toplulukların turizm bilinci konusunda eğitilmesi, ornito turizm faaliyetlerine destek olmalarının teşvik edilmesi ve elde edilen ekonomik faydaların adil biçimde paylaşılması, hem habitat korumasını güçlendirmekte hem de sosyal kabulü artırmaktadır (Düzgün ve Kurt, 2021; Sarı ve diğerleri, 2011).

Sonuç olarak kuş gözlemciliği turizmi, doğal kaynakların ve biyolojik çeşitliliğin korunmasını ekonomik bir teşvik mekanizmasıyla destekleyen, yüksek marjinal değere sahip ve uzun vadede sürdürülebilir bir turizm türü olarak değerlendirilmektedir. Bu faaliyetin başarısı, ekolojik koruma ile ekonomik kalkınmayı dengeleyen, yerel halkı merkeze alan ve bilimsel temelli bir yönetim ve planlama yaklaşımının benimsenmesine bağlıdır (Ren ve diğerleri, 2022).

4.9. Hava Sporları

Spor, sosyal bir olgu olarak kabul edilmekte ve kitleleri belirli destinasyonlara yönlendirebilecek güçlü bir turistik ürün olarak değerlendirilmektedir (Jarvie, 2006). Turizm ve spor endüstrisi arasındaki ilişki, günümüzde spor turizmi kavramı altında ekonomik ve sosyal bir faaliyet alanı olarak kesişmektedir (Pigeassou, 2004). Spor turizmi, bireylerin sporla ilişkili etkinliklere katılmak ya da bu etkinlikleri izlemek

amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatleri ifade etmektedir. Bu tanım; günübirlik ya da konaklamalı, ticari veya ticari olmayan nedenlerle organize edilen ve bireyin sürekli ikamet ettiği yerin dışına çıkmasını gerektiren aktif (katılımcı) ve pasif (seyirci) spor faaliyetlerinin tüm biçimlerini kapsamaktadır (Ören ve Yüzbaşıoğlu, 2019a).

Hava sporları turizmi ise, turizm çeşitlendirilmesi kapsamında doğaya dayalı alternatif turizm türlerine olan talebin artmasıyla birlikte önem kazanan bir alan olarak öne çıkmaktadır. Hava sporları turizmi; gelir elde etme amacı gütmeksizin, bireylerin sürekli yaşadıkları ve çalıştıkları yerlerin dışına çıkarak, bir ya da birden fazla hava aracı kullanımıyla gerçekleştirilen sportif faaliyetlere katılmak, bu faaliyetleri izlemek ya da ilgili organizasyonlarda yer almak amacıyla yaptıkları seyahatler şeklinde tanımlanmaktadır (Kurtzman, 2005).

Spor ve turizm arasındaki yakın ilişki, her ne kadar günümüzde daha sistematik bir yapı kazanmış olsa da, sporun antik çağlardan bu yana bireylerin seyahat etme güdüsünü besleyen temel motivasyon kaynaklarından biri olduğu bilinmektedir (Şahin Ören, 2018). Bu durum, bireylerin bir spor etkinliğine katılmak ya da bir spor olayını izlemek amacıyla uzun mesafeler kat etmelerine yol açmaktadır. Geçmişte spor, turizmi destekleyen tamamlayıcı bir unsur olarak değerlendirilirken, günümüzde dünyanın en güçlü sosyal olgularından biri haline gelmiştir (Ören ve Yüzbaşıoğlu, 2019b). Turizmin ise yakın gelecekte küresel ölçekte en büyük endüstrilerden biri olacağı öngörülmekte olup, spor turizmi bu çerçevede dünya seyahat endüstrisinin en hızlı büyüyen alt sektörlerinden biri olarak değerlendirilmektedir. Spor turizminin gelişiminde ekonomik güçler, teknolojik yenilikler (radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçları) ile bireylerin tutum ve değerlerindeki değişimler belirleyici rol oynamaktadır. Bu bağlamda spor turizmi, turizm arzı ve kaynaklarının önemli bir bileşeni olarak görülmekte ve destinasyonlar, boş zaman sporlarını içeren turizm ürünlerini giderek daha fazla geliştirmektedir (Ross, 2001).

Hava sporları, genellikle hafif motorlu ya da motorsuz araçların kullanılması ve doğal çevreyle uyumlu faaliyetler olması nedeniyle çevresel etkileri görece düşük olan bir turizm türü olarak sürdürülebilir turizm anlayışına katkı sağlamaktadır. Hava sporları aracılığıyla sürdürülebilir bir destinasyon gelişiminin hedeflenmesi durumunda, özellikle doğal peyzaj ve görsel çekiciliklerin pazarlama stratejilerinde öncelikli unsur olarak ele

alınması gerekmektedir. Bununla birlikte, hava koşullarının elverişliliği ve altyapının yeterliliği, destinasyonun turistik ürün çeşitliliğinin artmasına, ziyaretçilerin konaklama sürelerinin uzamasına ve turizm gelirlerinin yükselmesine katkı sağlamaktadır (Diker, Çetinkaya ve Cinkara, 2016; Şahin Ören, 2018).

Hava sporlarının kavramsal çerçevesi içerisinde yer alan faaliyetler, katılımcılara yalnızca fiziksel bir deneyim sunmakla sınırlı kalmamakta; aynı zamanda mekânsal algıyı dönüştüren, risk yönetimi, teknik bilgi ve çevresel duyarlılık gerektiren çok boyutlu bir etkileşim alanı oluşturmaktadır. Bu kapsamda söz konusu spor dallarının her biri, kendine özgü dinamikleri, gerektirdiği beceri setleri ve sunduğu deneyimsel özellikler bakımından farklılaşmakta ve ayrı bir inceleme düzeyini gerekli kılmaktadır. Bu çerçevede yamaç paraşütü, sıcak hava balonu ve rüzgâr sörfü gibi hava temelli rekreasyon ve turizm faaliyetleri; hem katılımcı motivasyonları hem de destinasyonların çekicilik unsurları açısından öne çıkan örnekler arasında yer almaktadır. Aşağıda, bu üç hava sporu türünün fiziksel, teknik ve turistik bağlamdaki konumları ayrıntılı biçimde ele alınmaktadır.

Yamaç Paraşütü

Yamaç paraşütü, açık alan rekreasyonu ve macera turizmi ürünleri kapsamında değerlendirilen bir faaliyet olarak ele alınmaktadır. Motorsuz, tek kişilik, serbest düşüş gerektirmeden yerden koşarak kalkış yapılabilen ve yönlendirilebilen esnek bir hava aracına dayanan bu spor dalı, temel olarak hava akımları (termik) yardımıyla havada süzülerek gerçekleştirilmektedir (Songür ve Yaşar, 2024; Saçlı ve Kahraman, 2019).

Sanayi Devrimi sonrasında kent yaşamının yarattığı gürültü, yoğunluk ve stres ortamından uzaklaşma isteği duyan bireylerin doğa temelli, farklı ve heyecan içeren deneyim arayışları, yamaç paraşütünü giderek daha cazip bir rekreasyon ve turizm faaliyeti hâline getirmiştir. Yamaç paraşütü, katılımcılara doğal çevreyi farklı bir perspektiften deneyimleme imkânı sunarken, yüksek heyecan ve risk unsurları içermesi nedeniyle sert macera turizmi faaliyetleri arasında sınıflandırılmaktadır (Swarbrooke, Beard, Leckie ve Pomfret, 2003; Güzel ve Cengiz, 2023).

Yamaç paraşütünün tarihsel gelişimi, Leonardo da Vinci'nin paraşüt çizimlerine kadar uzanmakla birlikte, modern anlamda bu spor dalının ortaya çıkışı 1980'li yıllara dayanmaktadır. Balon, planör ve delta kanattan sonra geliştirilen motorsuz uçuş araçları

arasında yer alan yamaç paraşütü, bu alandaki en güncel teknolojik gelişmelerden biri olarak kabul edilmektedir (Özgülbaş, 2005).

Dünya genelinde yamaç paraşütünün gelişimi, 1940'lı yıllarda esnek kanat teknolojilerine yönelik çalışmalarla başlamıştır. 1978 yılında üç Fransız dağcı ve serbest paraşütçünün paraşütle tepelerden koşarak kalkış yapma fikrini uygulamaya koymaları, sporun gelişiminde dönüm noktası olmuştur. Jean Claude Betemps, yamaçtan koşarak kalkış yapan ilk sporcu olarak kayıtlara geçmiştir. 1979 yılında Fransa Alpleri'nde dünyanın ilk yamaç paraşütü okulu kurulmuş, 1989 yılında ise ilk Yamaç Paraşütü Dünya Şampiyonası Avusturya'da düzenlenmiştir (Dağdeviren, Saral, Coşkun ve Yılmaz, 2020).

Türkiye'de yamaç paraşütü faaliyetleri ilk kez 1985 yılında Türk Hava Kurumu (THK) paraşütçüleri tarafından Erzincan'ın Çakırman Köyü'nde, serbest atlayış paraşütleri kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Modern yamaç paraşütü uygulamaları ise 1988 yılında görülmeye başlanmıştır. Sporun Türkiye genelinde tanınması ve yaygınlaşması, 1990'lı yılların başında yabancı pilotların Fethiye Ölüdeniz'deki Babadağ'ı keşfetmesi ve üniversite kulüplerinin aktif rol üstlenmesiyle hız kazanmıştır. THK, yamaç paraşütünü 1995 yılında resmi faaliyetleri arasına almış; 1996 ve 1997 yıllarında düzenlenen Dünya Hava Oyunları ile bu spor dalını uluslararası boyuta taşımıştır (Songür ve Yaşar, 2024).

Türkiye, sahip olduğu dağlık topoğrafya, elverişli termik akımlar ve yüksek rakımlı alanlar sayesinde yamaç paraşütü için son derece uygun destinasyonlar sunmaktadır. Bu bağlamda, Babadağ-Ölüdeniz (Fethiye/Muğla) dünya çapında tanınırlığıyla öne çıkarken; Eğirdir'de Karatepe, Akpınar Köyü ve Eğirdir Sivrisi gibi çoklu kalkış alanları göl manzaralı uçuş deneyimi sunmaktadır. Bunun yanı sıra Denizli'de Pamukkale ve Honaz, Ankara'da Gölbaşı, Bolu'da Abant, Kayseri'de Alidağ, Eskişehir'de İnönü, Antalya'da Aksu ve Kaş ile Bursa'da Uludağ önemli uçuş merkezleri arasında yer almaktadır. Trabzon'da Altındere Vadisi ve Düzköy, Siirt'te Botan Vadisi, Çankırı'da Bayramören ile Konya ve Sinop da gelişme potansiyeline sahip alanlar olarak dikkat çekmektedir. Uluslararası ölçekte ise İsviçre'de Interlaken ve Wengen, Nepal'de Pokhara, Kolombiya'da San Gil, Fransa'da Chamonix ve Hautes Alpes, Gürcistan'da Gudauri, Güney Kore'de Danyang ve Slovenya'daki Julian Alpleri yamaç paraşütünün yoğun olarak uygulandığı merkezler arasında yer almaktadır (Davras, 2023; Saçlı ve

Kahraman, 2019; Songür ve Yaşar, 2024; Dağdeviren ve diğerleri, 2020; Koday, Koday ve Kızıllan, 2018).

Balon Turizmi

Sıcak hava balonu, turizm literatüründe standartlaştırılmamış ve olağandışı bir turistik aktivite biçimi olarak tanımlanmaktadır. Bu faaliyet, geniş bir perspektifte doğaya dayalı turizm ya da çevresel turizm kapsamında ele alınırken, daha dar anlamda macera turizmi sınıfında değerlendirilmektedir. Macera turizmi; doğal bir çevrede veya alışılmadık açık alanlarda, bireyin kişisel mücadelesine dayanan, algılanan risk ve kontrollü tehlike unsurlarını içeren, yeni ve özgün bir deneyimi keşfetmeye yönelik özel amaçlı seyahatler olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda balon deneyimi turizmi, katılımcılara egzotik bir coğrafyayı havadan, daha geniş ve estetik bir bakış açısıyla, ilgi çekici ve heyecan verici biçimde gözlemleme imkânı sunan, belirli düzeyde risk ve kontrollü tehlike barındıran deneyimlerden biri olarak değerlendirilmektedir (Bentley, Page ve Laird, 2001; Can ve Üst Can, 2019; Novotná ve Kunc, 2022; Özen, 2019).

Balonla seyahat etme faaliyeti, dünya genelinde düşük riskli bir etkinlik olarak kabul edilmesine rağmen, yaşanan kazalar nedeniyle bu deneyimi yaşayacak bireyler açısından algılanan risk düzeyi görece yüksek olabilmektedir. Balon turlarını diğer turistik ürünlerden ayıran temel özellikler arasında, özel meteorolojik koşullara ihtiyaç duyması, sistematik ve profesyonel bir organizasyon gerektirmesi ve uçuşların estetik değeri yüksek manzaralar üzerinde gerçekleştirilmesi yer almaktadır. Bu tür rekreatif etkinlikler, katılımcılara yalnızca otantik deneyimler sunmakla kalmamakta, aynı zamanda yoğun bir heyecan ve farklılık duygusu da yaşatmaktadır (Can ve Üst Can, 2019; Novotná, Kubickova ve Kunc, 2021).

Sıcak hava balonculuğunun tarihsel gelişimi, 1776 yılında İngiliz bilim insanı Henry Cavendish'in hidrojeni keşfetmesine kadar uzanmaktadır. İlk insansız balon uçuşu 1783 yılında gerçekleştirilmiş; aynı yıl Montgolfier Kardeşler tarafından kâğıt ve ipekten üretilen bir balonla Paris üzerinde yaklaşık 22 dakika süren ilk insanlı uçuş yapılmıştır. Türkiye'de sıcak hava balonculuğunun tarihçesi ise Osmanlı dönemine kadar uzanmaktadır (Bertan, 2020; Tucker, 2010).

Türkiye'de turistik amaçlı sıcak hava balonu uçuşları ilk olarak 1991 yılında Kapadokya Bölgesi'nde Türk Hava Kurumu (THK) öncülüğünde başlatılmıştır. 1990'lı

yıllarda ivme kazanan balonculuk faaliyetleri, başlangıçta reklam amaçlı uçuşlar şeklinde ortaya çıkmış; zamanla bölgenin yüksek katma değer sağlayan önemli turizm ürünlerinden biri hâline gelmiştir. Kapadokya'daki ilk turistik balon uçuşu, Fransız “Buddy Bombard Society” şirketi tarafından, baş pilot Lars Eric Möre öncülüğünde 1990 yılının Eylül ayında gerçekleştirilmiştir. İlk ticari lisanslı balon işletmesi ise 1997 yılında “Kapadokya Balon” adıyla faaliyete geçmiştir. 2000’li yıllardan itibaren pazara yeni işletmelerin girmesiyle birlikte balon turizmi bölgede hızla gelişmiştir (İlgaz Yıldırım, Uysal ve İlgaz, 2019; Pamucar, Tarle ve Parezanovic, 2018; Badem ve Öztel, 2018).

Sıcak hava balonu turları, Kapadokya’nın yanı sıra dünya genelinde Fransa, Tanzanya, Amerika Birleşik Devletleri, Yeni Meksika ve Kenya gibi sınırlı sayıdaki destinasyonda gerçekleştirilmektedir. Türkiye’de ise bu faaliyetler Nevşehir Kapadokya başta olmak üzere Denizli Pamukkale, Kayseri Soğanlı, Nevşehir Çat, Aksaray Ihlara ve Afyonkarahisar Frig Vadisi bölgelerinde uygulanmaktadır (Pamucar ve diğerleri, 2018).

Balon turizmi, Kapadokya Bölgesi’nde çarpan etkisi yüksek bir ekonomik faaliyet olarak öne çıkmaktadır. Bölge ekonomisine sağladığı önemli katkılar nedeniyle, yerel halk ve paydaşlar tarafından olası olumsuzlukların giderilmesine yönelik çeşitli girişimlerin desteklendiği görülmektedir. Balonculuk sektörü; pilotluk, yer ekibi, lojistik ve ulaştırma gibi alanlarda yaklaşık 2000–2500 kişiye doğrudan istihdam sağlamaktadır. Ayrıca balon turlarının mevsimselliği azaltıcı etkisi bulunmaktadır. Bölgenin topoğrafik ve meteorolojik özellikleri sayesinde yılın yaklaşık 300 günü uçuşa elverişli olması, turizm faaliyetlerinin yıl geneline yayılmasına ve sürdürülebilirliğe önemli katkılar sunmaktadır (Özen ve Güneren Özdemir, 2019).

Bununla birlikte sıcak hava balonu faaliyetlerinin sürdürülebilir bir yaklaşımla yönetilmesi büyük önem taşımaktadır. Zira bu faaliyet, Kapadokya’nın doğal ve kültürel mirasıyla doğrudan bütünleşmiş durumdadır. Balonların kalkış aşamasında kullanılan gazların üzüm bağları ve doğal yaşam alanları üzerinde olumsuz etkiler yaratabildiği; ayrıca peribacalarının balon turizmi ve diğer bilinçsiz faaliyetler nedeniyle tahrip olma riskiyle karşı karşıya olduğu belirtilmektedir. Bu nedenle turizm planlamasında çevresel estetik kaygıların ön plana çıkarılması ve sürdürülebilir turizm uygulamalarının etkin biçimde hayata geçirilmesi gerekmektedir (Güvendi ve Ardıç Yetiş, 2025).

Sonuç olarak sıcak hava balonu turizmi, Kapadokya Bölgesi'nin turistik çekicilikleri arasında ilk sırada yer alan ve bölge imajı ile güçlü biçimde özdeşleşen temel bir turizm ürünüdür. Bu faaliyet, bölge ekonomisine yüksek gelir ve istihdam katkısı sağlamakta, aynı zamanda turizmdeki mevsimsel dalgalanmaları azaltmaktadır. Ancak sektörün uzun vadeli sürdürülebilirliği açısından artan rekabetin doğurduğu risklerin etkin alan yönetimi ve denetim mekanizmalarıyla kontrol altına alınması, çevresel tahribat tehdidinin azaltılması ve pilotaj hataları gibi insan kaynaklı risklerin en aza indirilmesi gerekmektedir. Elde edilen bulgular, Kapadokya'nın sahip olduğu doğal ve kültürel değerlerle balon turizminin küresel marka değerinin korunması ve geliştirilmesine yönelik çabaların devam etmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Rüzgâr Sörfü

Rüzgâr sörfü, uzunluğu yaklaşık iki ile beş metre arasında değişen, su üzerinde yüzebilen bir board ve tek bir yelken yardımıyla su yüzeyinde hareket etmeye dayanan bir yelken sporudur. Bu spor, yelken sporlarının temel iki kategorisinden birini oluşturmaktadır (yelken ve rüzgâr sörfü). Rüzgâr sörfü, rüzgâr ve dalga unsurlarını doğrudan kullanması nedeniyle yüksek düzeyde beceri, koordinasyon ve kas aktivitesi gerektirmektedir. Bununla birlikte, görece düşük risk ve tehlike düzeyine sahip olması ve ileri düzey uzmanlık zorunluluğu bulunmaması nedeniyle yumuşak macera aktiviteleri kapsamında değerlendirilen su temelli bir rekreasyon faaliyeti olarak sınıflandırılmaktadır (Aktuğ, 2021).

Sörf tahtası üzerinde yer alan mafsallı sistemi, yelkenin boarda bağlanmasını sağlamakta ve her yöne hareket edebilme kabiliyeti sayesinde dümene ihtiyaç duyulmaksızın yönlendirme imkânı sunmaktadır. Rüzgâr sörfü, direk ve yelken bumbası yardımıyla döndürme hareketleriyle ya da board üzerine uygulanan ağırlık transferiyle kontrol edilmektedir. Sörf tahtasının kık kısmında düz seyri sağlayan fin (pala), orta bölümünde ise yanallı kaymayı önleyen açılıp kapanabilen salma bulunmaktadır (Yıldız, 2021). Dinamik bir ortamda gerçekleştirilen bu spor dalında denge, hayati öneme sahiptir. Başarılı bir performans için gerekli temel bileşenler arasında kas gücü, esneklik, dayanıklılık, koordinasyon, denge ve hareket verimliliği yer almaktadır (Tran ve diğerleri, 2015).

Rüzgâr sörfü, başlangıçta rekreasyonel bir etkinlik olarak ortaya çıkmıştır. Bu sporun ilk adımları 1935 yılında Hawaii’de Tom Blake’in sörf tahtasına yelken ve ayakla kontrol edilebilen bir dümen aparatı eklemesiyle atılmıştır (Aktuğ, 2021). 1950’li yılların başlarında Amerikalı Newman Darby, yalnızca yelken yardımıyla yönlendirme üzerine yaptığı çalışmalarla rüzgâr sörfünün modern biçiminin oluşmasına katkı sağlamıştır. Darby, 1964 yılında günümüzde kullanılan sörf boardının ilk örneğini üretmiş ve bu buluşunu 1965 yılında yayımlanan bir dergide tanıtmıştır. Sporun sistematik gelişimi ise 1968 yılında California’da Henry Hoyle Schweitzer ve Jim Drake tarafından sağlanmış; bu iki isim yelken ve sörf sporlarını birleştirerek “windsurfing” (rüzgâr sörfü) kavramını geliştirmiştir (Aksu ve Kayabalı, 2007). Rüzgâr sörfü, 1970’li yıllarda bir spor branşı olarak kabul görmüş; özellikle 1970’lerin sonlarında Avrupa’da hızla yaygınlaşarak popüler spor dallarından biri hâline gelmiştir. Yaklaşık yirmi yıllık gelişim sürecinin ardından rüzgâr sörfü, 1984 Los Angeles Olimpiyat Oyunları’nda ilk kez yarışma programına dâhil edilmiş ve bu özelliğiyle tarihte yer alan en genç olimpiik spor branşı olarak kabul edilmiştir (Yaşar, 2016).

Türkiye, sahip olduğu uzun kıyı şeridi ve elverişli rüzgâr rejimi sayesinde rüzgâr sörfü açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Bu spor özellikle Akdeniz, Marmara ve Ege bölgelerinde yaygın olarak uygulanmaktadır. İzmir, toplam 25 spot alanı ile Türkiye’nin lider destinasyonu konumunda olup; özellikle Avrupa’nın en önemli rüzgâr sörfü merkezlerinden biri olarak kabul edilen Çeşme-Alaçatı başta olmak üzere Urla ve Seferihisar gibi merkezlerle öne çıkmaktadır. Çanakkale’de Boğaz’ın doğu kıyıları, Sarıışlar Koyu ve Güzelyalı çevresi; Gökçeada’da Eşelek ve İncekum sahilleri ile Bozcaada kıyıları, rüzgârın homojen ve düzenli esmesi nedeniyle elverişli parkurlar sunmaktadır. Muğla’da Akyaka, geniş ve sığ sahil şeridi ile yüksek rüzgârlı gün sayısı sayesinde ulusal ve uluslararası sörfçüler için önemli bir cazibe merkezi olurken; Bodrum ve Datça da alternatif alanlar arasında yer almaktadır. Rüzgâr sörfü çoğunlukla denizlerde uygulanmasına karşın, Burdur’daki Salda Gölü gibi iç su kaynakları da yılın büyük bölümünde uygun rüzgâr koşulları sunarak hem yeni başlayanlara hem de deneyimli sporculara hitap eden önemli bir potansiyel taşımaktadır (Soylu, 2025; Yaşar, 2016; Yıldız, 2021).

Rüzgâr sörfü, teknik yapısı, düşük çevresel maliyeti ve yüksek rekreasyonel değeri sayesinde sürdürülebilir turizm ilkeleriyle uyumlu bir su sporu olarak

değerlendirilmektedir. Faaliyetin temel ekipmanlara dayanması, motorlu araç kullanımını gerektirmemesi ve doğal rüzgâr koşullarını doğrudan kullanması çevresel yükü önemli ölçüde azaltmaktadır. Türkiye'nin Ege, Akdeniz ve Marmara kıyılarında olduğu gibi rüzgâr rejimi elverişli alanlarda bu sporun gelişmesi, destinasyonların turistik çeşitliliğini artırmakta, turizm sezonunun uzamasına katkı sağlamakta ve yerel ekonominin sürdürülebilir biçimde güçlenmesine olanak tanımaktadır. Bununla birlikte, rüzgâr koridorlarını kesen yapılaşmalar, kıyı ekosistemleri üzerinde baskı oluşturan plansız turizm faaliyetleri ve yaz aylarında yoğunlaşan yosun ve kirlilik sorunları sürdürülebilirlik açısından risk oluşturmaktadır. Bu nedenle doğal rüzgâr akımlarını koruyan imar politikalarının benimsenmesi, kıyı ve deniz ekosistemlerinin düzenli olarak izlenmesi, taşıma kapasitesine dayalı kullanım sınırlarının belirlenmesi ve yerel yönetimler ile turizm paydaşları arasında koordineli bir planlama sürecinin geliştirilmesi gerekmektedir. Etkin yönetim stratejileriyle desteklendiğinde rüzgâr sörfü, çevresel etkisi düşük ve sosyoekonomik açıdan destinasyonlara uzun vadeli değer üreten sürdürülebilir bir turizm bileşeni olarak önemli bir potansiyel sunmaktadır (Soylu, 2025; Yaşar, 2016).

4.10. Sorumlu Turizm

Sorumlu turizm yaklaşımı; ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel faktörleri etkileyen, çok boyutlu ve dinamik bir süreç olan turizmin olumsuz etkilerini azaltmayı ve yerel halka azami düzeyde fayda sağlamayı amaçlayan bir anlayışı ifade etmektedir. Bu yaklaşım, destinasyonda yer alan tüm paydaşların sorumluluklarının bilincinde olmasını ve bu sorumluluklar çerçevesinde geliştirdikleri uygulamaları kapsamaktadır. Sorumlu turizmin temel hedefleri arasında; turizmin destinasyon üzerindeki olumsuz etkilerini en aza indirmek, yerel halk için ekonomik faydalar üretmek, yerel halkı karar alma süreçlerine dâhil etmek, doğal kaynakları ve kültürel mirası korumak, turistler ile yerel halk arasında anlamlı ilişkiler kurmak, dezavantajlı grupların turizme erişimini sağlamak ve kültürel açıdan duyarlı bir turizm anlayışı geliştirmek yer almaktadır (Aktaş ve Kurgun, 2021).

Sorumlu turizm kavramı, turistler için daha nitelikli tatil deneyimleri sunmayı ve turizm işletmeleri için sürdürülebilir iş fırsatları yaratmayı amaçlayan bir turizm anlayışı olarak tanımlanmaktadır. Doğal Hayatı Koruma Vakfı'na (WWF) göre sorumlu turizm; turist memnuniyetini gözetken, destinasyonun çevresini koruyan veya geliştiren ve yerel

halka doğrudan fayda sağlayan bir yaklaşımdır. Kavramın temelinde, turizm sürecine dâhil olan tüm çıkar gruplarına (kamu kurum ve kuruluşları, seyahat acenteleri, yerel halk, turistler, sektör birlikleri ve sivil toplum kuruluşları) sorumluluk yüklenmesi yer almaktadır (Spenceley ve diğerleri, 2002; WWF, 2001).

Sorumlu turizm kavramının küresel ölçekte tartışılmaya başlanması 1980’li yıllara dayanmaktadır. İlk dönemlerde kavram, turistik destinasyonlarda doğal yaşamın tanıtımı ve pazarlanması bağlamında ele alınmış; 2003 yılında gerçekleştirilen çalışmalarla birlikte kavramsal çerçevesi daha belirgin hâle gelmiştir. Sorumlu turizmin uluslararası alanda tanınmasında önemli bir dönüm noktası, 1996 yılında Güney Afrika Turizmi tarafından yayımlanan White Paper raporunda sorumlu turizmin temel bileşenlerine yer verilmesi olmuştur (Goodwin ve Francis, 2003). Kavramın gelişiminde en kritik aşama ise 2002 yılında Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi öncesinde Güney Afrika’nın Johannesburg kentinde düzenlenen Destinasyonlarda Sorumlu Turizm temalı Cape Town Konferansı’dır. Bu konferans sonucunda yayımlanan deklarasyon, turizmin olumsuz etkilerini en aza indirmeyi, yerel halka ekonomik fayda sağlamayı, karar alma süreçlerine katılımı artırmayı ve kültürel ile doğal mirası korumayı hedefleyen yedi temel ilkeyi ortaya koymuştur. Sorumlu turizmin uluslararası kabul görmesi, özel sektörün turizmin etkilerini yönetmede daha aktif rol üstlenmesi ve kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik ilginin artmasıyla da ilişkilendirilmektedir. Bu kapsamda 2004 yılından itibaren Dünya Sorumlu Turizm Ödülleri verilmekte ve iyi uygulama örneklerinin teşvik edilmesi amaçlanmaktadır (Chettiparamb ve Kokkranikal, 2012).

Sorumlu turizm uygulamaları, destinasyondaki tüm paydaşların çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel sorumluluklarını etkin biçimde üstlenmeleriyle hayata geçirilebilmektedir. Çevresel sorumluluk kapsamında Foça’da faaliyet gösteren otellerin atıkları ayrıştırarak geri dönüşüme göndermesi, enerji tasarrufu uygulamaları yürütmesi ve sahil temizliği için dalgıçlarla iş birliği yapması örnek teşkil etmektedir. Bunun yanında atık üretiminin azaltılması, aşırı tüketimden kaçınılması ve yerel kaynakların sürdürülebilir kullanımının teşvik edilmesi çevresel sorumluluk anlayışının temel unsurları arasında yer almaktadır. Ekonomik sorumluluk boyutunda ise yerel halkın güçlendirilmesi ön plana çıkmakta; Foça’da engelli bireylerin hediyeelik eşya üretimi yoluyla gelir elde etmeleri, yiyecek-içecek tedarikinde yerel esnafın tercih edilmesi ve

Foça'ya özgü ürünlerin (şarap, zeytinyağı, Foça yoğurdu) tanıtılması bu yaklaşımın somut örneklerini oluşturmaktadır (Aktaş ve Kurgun, 2021; Cape Town, 2002).

Sosyo-kültürel sorumluluk kapsamında, yerel halkın kültürel değerlerinin korunması ve yaşatılması büyük önem taşımaktadır. Bu doğrultuda Foça'da tarihi evlerin korunması, yerel tohumların sürdürülebilir biçimde kullanılması, dezavantajlı grupların toplumsal yaşama katılımını destekleyen Engelsiz Kafe gibi uygulamalar ile çocuklara arkeoloji ve endemik bitkiler konusunda farkındalık kazandırmayı amaçlayan projeler dikkat çekmektedir. Ayrıca Foça'da uygulanan Slow Food hareketi, yerel gastronomi mirasının korunmasına ve tanıtılmasına katkı sağlamaktadır (Mehter Aykın, 2018).

Sürdürülebilir turizm ve sorumlu turizm kavramları birbiriyle yakından ilişkili olup, turizmin uzun vadeli sürdürülebilirliğinin sağlanmasında ortak bir amaca hizmet etmektedir. Sorumlu turizm, sürdürülebilir turizmin dinamik yapısının korunabilmesi ve turizmin olumsuz etkilerinin asgari düzeyde tutulabilmesi açısından tamamlayıcı bir rol üstlenmektedir (İlban, Gümrükçü ve Yıldız, 2023). Bu bağlamda sürdürülebilir turizm daha çok felsefi ve normatif bir çerçeve sunarken, sorumlu turizm bu çerçevenin uygulamaya aktarılmasını sağlayan pratik bir yönetim yaklaşımı olarak değerlendirilmektedir.

Sorumlu turizm anlayışında, yüklenmesi öngörülen sorumluluklar yalnızca kamu ya da özel sektörle sınırlı olmayıp, turizm sürecine dâhil olan tüm paydaşlara aittir. Bu yönüyle sorumlu turizm, ekonomik büyüme, çevresel bütünlük ve sosyal adaletin eş zamanlı olarak sağlanmasını hedeflemekte; destinasyonların uzun vadede rekabet avantajını koruyabilmesi için rehber bir yaklaşım sunmaktadır (Mihalic, 2013).

Sonuç olarak sorumlu turizm, destinasyon gelişiminde hayati bir öneme sahiptir ve turizmin çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik olumsuz etkilerini en aza indirerek gelecek kuşaklara değerlerini koruyan bir çevre bırakmayı amaçlamaktadır. Destinasyon ölçeğinde uygulanan sorumlu turizm politikaları, kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının sorumluluk bilinciyle hareket etmesini gerektirmektedir. Sorumlu turizm, turistlerin çevre ve kültürel mirasla kontrollü etkileşim kurmasını sağlarken, yerel halkın yaşam standartlarını yükseltmeyi ve turizmden elde edilen faydanın adil biçimde dağıtılmasını hedeflemektedir. Bu yönüyle sorumlu turizm, doğal, kültürel ve tarihi

mirasın bilinçli kullanımı yoluyla sürdürülebilir turizm başarısının temelini oluşturmaktadır.

SONUÇ

Turizm sektörü, küresel ölçekte artan rekabet, çevresel baskılar ve değişen turist talepleri doğrultusunda önemli bir dönüşüm sürecinden geçmektedir. Kitle turizmine dayalı geleneksel turizm anlayışının doğal kaynaklar üzerindeki baskıyı artırması, destinasyonlarda çevresel bozulma ve sosyo-kültürel sorunlar yaratması; daha sürdürülebilir, deneyim odaklı ve yerel değerlere duyarlı turizm türlerinin önemini artırmıştır. Bu bağlamda, doğaya dayalı özel ilgi turizmi, hem turistik deneyimi çeşitlendiren hem de doğal ve kültürel mirasın korunmasını merkeze alan alternatif bir yaklaşım olarak öne çıkmaktadır.

Doğaya dayalı özel ilgi turizmi; turistlerin belirli ilgi alanları doğrultusunda, doğal çevreyle doğrudan temas kurarak gerçekleştirdikleri, genellikle küçük ölçekli ve düşük yoğunluklu turizm faaliyetlerini kapsamaktadır. Bu turizm türü, doğa temelli deneyim arayışı, öğrenme isteği, rekreasyon, macera ve çevresel farkındalık gibi motivasyonlarla şekillenmekte; aynı zamanda yerel halkın ekonomik olarak güçlenmesine ve destinasyonların sürdürülebilir kalkınmasına katkı sunmaktadır. Özellikle agro turizm (tarım ve çiftlik turizmi), kuş gözlemciliği turizmi, yayla turizmi, mağara turizmi ve hava sporları gibi faaliyetler, bu yaklaşımın somut uygulama alanlarını oluşturmaktadır.

Bu kitap bölümünün amacı, doğaya dayalı özel ilgi turizmini kavramsal ve tematik bir çerçeve içinde ele alarak, farklı alt turizm türlerini bütüncül bir bakış açısıyla incelemektir. Bu kapsamda agro turizm, deniz ve akarsu turizmi, fauna ve flora turizmi, kış ve dağ turizmi, yayla turizmi, mağara turizmi, kuş gözlemciliği turizmi ve hava sporları gibi başlıca doğa temelli turizm türleri ayrı alt başlıklar altında değerlendirilmiştir. Her bir turizm türü; ortaya çıkış nedenleri, temel özellikleri, destinasyonlar açısından sunduğu fırsatlar ve sürdürülebilirlik boyutlarıyla ele alınmaktadır.

Bölümün genel yaklaşımı, doğaya dayalı turizm faaliyetlerinin yalnızca ekonomik getiriler üzerinden değil; çevresel koruma, yerel katılım ve sorumlu turizm ilkeleriyle bütünleşik biçimde, sürdürülebilirlik çerçevesinde ele alınması gerektiği varsayımına dayanmaktadır. Bu doğrultuda bölüm boyunca, doğa temelli özel ilgi turizmi türlerinin

sorumlu turizm anlayışıyla hangi boyutlarda bütünleştığı ve bu bütünleşmenin destinasyon yönetimi açısından nasıl bir stratejik araç niteliğı kazandığı kavramsal bir çerçevede tartışılmaktadır.

Sonuç olarak bu bölüm, doğaya dayalı özel ilgi turizmini hem akademik hem de uygulamaya dönük bir perspektifle ele alarak; turizm planlamacıları, araştırmacılar ve politika yapıcılar için kavramsal bir rehber sunmayı amaçlamaktadır.

KAYNAKÇA

- Afanasiev, O. (2022). Birdwatching, ornithological tourism and avitourism: Terminological dispute and review of world and Russian practices. *Revista Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, 12(Özel Sayı), 1–12.
- Ahmed, Z. ve Nihei, T. (2024). Assessing the environmental impacts of adventure tourism in the world's highest mountains: A comprehensive review for promoting sustainable tourism in high-altitude areas. *Journal of Advanced Research in Social Sciences and Humanities*, 9(2), 1–15.
- Akça, H., Sayılı, M. ve Cafri, R. (2016). Analysing expenditure of same-day visitors in cave tourism: The case of Turkey. *Tourism Economics*, 22(1), 47–55.
- Akova, İ. (1995). Akarsu turizmi. *Türk Coğrafya Dergisi*, (30), 393–407.
- Aksu, M. ve Kayabalı, Ç. (2007). Rüzgâr sörfü. *Standart: Ekonomik ve Teknik Dergi*, 46(542), 89–93.
- Aktaş, E. ve Kurgun, A. (2021). Sorumlu turizm yaklaşımı ile turistik destinasyonların gelişimi: Foça örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(4), 1671–1708.
- Aktuğ, M. H. (2021). *Rekreasyonel faaliyet olarak rüzgar sörfü yapan bireylerin zihinsel dayanıklılık düzeyleriyle problem çözme becerilerinin incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Akyol, C., & Çalık, İ. (2022). Türkiye’de yayla turizmi üzerine yapılmış lisansüstü araştırmaların bibliyometrik analizi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 299–315.
- Albayrak, A. (2013). Kış turizmi turistlerinin seyahat motivasyonları. *14. Ulusal Turizm Kongresi (5–8 Aralık 2013)*, Kayseri içinde (ss. 144–164). Kayseri: Erciyes Üniversitesi Yayınları.
- Altaş, N. T., Çavuş, A. ve Zaman, N. (2015). Türkiye’nin kış turizmi koridorunda yeni bir kış turizm merkezi: Konaklı. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 31, 345–365.
- Aniah, E. J., Eja, E. I., Otu, J. E., & Ushie, M. A. (2009). Resort potentials as a strategy for sustainable tourism development in Plateau State, Nigeria. *Journal of Sustainable Development*, 2(2), 73–86.
- Antić, A. ve Mayor, A. (2023). Geomythology, caves, and tourism: History and future perspectives. *International Journal of Tourism Anthropology*, 9(2), 99–112.
- Antić, A., Mihailović, D., Radović, P., Tomić, N., Marjanović, M., Radaković, M. ve Marković, S. B. (2022). Assessing speleoarcheological geoheritage: Linking new Paleolithic discoveries and potential cave tourism destinations in Serbia. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 10(2), 289–307.
- Arpacı, Ö., Zengin, B. ve Batman, O. (2012). Karaman’ın mağara turizmi potansiyeli ve turizm açısından kullanılabilirliği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(2), 59–64.

- Artuğer, S., Özkoç, A. G. ve Kendir, H. (2013). Ta-Tu-Ta (tarım-turizm-takas) çiftliklerinin pazarlanması ve tanıtılması için öneriler. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 3(1), 1–5.
- Aydın, O. (2012). AB’de kırsal turizmde ilk 5 ülke ve Türkiye’de kırsal turizm. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(2), 39–46.
- Aydınlı, K., Atmaca, S. ve Yıldız, S. (2024). Mavi ekonomi bağlamında kruvaziyer turizme sağlanan vergisel teşvikler. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13(4), 1444–1454.
- Badem, E. ve Öztel, A. (2018). Restoran seçiminde tüketiciyi etkileyen faktörlerin DEMATEL yöntemi ile değerlendirilmesi: Bir uygulama. *Yönetim, Ekonomi, Edebiyat, İslami ve Politik Bilimler Dergisi*, 3(1), 70–89.
- Bagheri, A., Zandmoghaddam, M. R. ve Karkehabadi, Z. (2024). The strategic analysis of river ecosystem management and its impact on tourism development: A case study of the Talar River. *Journal of Industrial and Systems Engineering*, 16(3), 146–155.
- Baker, A. ve Genty, D. (1998). Environmental pressures on conserving cave speleothems: Effects of changing surface land use and increased cave tourism. *Journal of Environmental Management*, 53(2), 165–175.
- Barut, A. İ., Demir, A., Ballıkaya, E. ve Çiftçi, F. (2019). Doğa yürüyüşü ve yamaç paraşütü sporu yapan bireylerin yaşam doyumu ve özyeterliliklerinin incelenmesi. *Spor Eğitim Dergisi*, 3(2), 137–145.
- Bausch, T. ve Gartner, W. C. (2020). Winter tourism in the European Alps: Is a new paradigm needed? *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 31, 100297.
- Bellan, G. L. ve Bellan-Santini, D. R. (2001). A review of littoral tourism, sport and leisure activities: Consequences on marine flora and fauna. *Aquatic Conservation: Marine and Freshwater Ecosystems*, 11(4), 325–333.
- Bentley, T. A., Page, S. J. ve Laird, I. S. (2001). Accidents in the New Zealand adventure tourism industry. *Safety Science*, 38(1), 31–48.
- Bertan, S. (2020). Key success factors for doing business in hot air balloon riding. *Journal of Tourism and Services*, 11(20), 124–131.
- Bilici, N. ve Işık, Z. (2018). Bölgesel kalkınmada yayla turizmi: Rize ili örneği. *AÇÜ Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 1–21. <https://doi.org/10.22466/acusbd.409621>
- Bozdemir, E. ve Şengül, S. (2021). Kış turizmi üzerine bir literatür incelemesi. *Journal of New Tourism Trends*, 2(1), 35–74.
- Brida, J. G., Bukstein, D., Garrido, N. ve Tealde, E. (2012). Cruise passengers’ expenditure in the Caribbean port of call of Cartagena de Indias: A cross-section data analysis. *Tourism Economics*, 18(2), 431–447.
- Busby, G. ve Rendle, S. (2000). The transition from tourism on farms to farm tourism. *Tourism Management*, 21(6), 635–642.

- Can, M. ve Üst Can, Ç. (2019). Kapadokya’da balon turizmi deneyimi ve kabul edilebilir risk durumu. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 188–198.
- Cape Town Declaration. (2002). *Cape Town declaration on responsible tourism in destinations*. Cape Town: Responsible Tourism Partnership. Erişim adresi: <http://responsibletourismpartnership.org/cape-town-declaration-on-responsible-tourism/>
- Carpio, C. E., Wohlgenant, M. K. ve Boonsaeng, T. (2008). The demand for agritourism in the United States. *Journal of Agricultural and Resource Economics*, 254–269.
- CCNR. (2023). *Central Commission for the Navigation of the Rhine*. <https://www.ccr-zkr.org/>
- Cetinkaya, G., Kambu, A. ve Nakamura, K. (2014). Sustainable development and natural resource management: An example from Köprülü Kanyon National Park, Turkey. *Sustainable Development*, 22(1), 63–72.
- Ceylan, S., Çetin, A. ve Özdiçiner, N. S. (2019). Alternatif turizm türleri ile ilgili bir literatür taraması. *SETSCI-Conference Proceedings* içinde (Cilt 11, ss. 227–230). [Yayın yeri/yayınevi bilgisi eksik].
- Cheablam, O. ve Rattanakorn, J. (2021). Physical and ecological carrying capacity for cave tourism management. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 12(4), 986–999.
- Chettiparamb, A. ve Kokkranikal, J. (2012). Responsible tourism and sustainability: The case of Kumarakom in Kerala, India. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 4(3), 302–326.
- Chiarini, V., Duckeck, J. ve De Waele, J. (2022). A global perspective on sustainable show cave tourism. *Geoheritage*, 14(3), 82.
- Cicik, Ş. ve Akdağ, G. (2021). Çiftlik turizmi uygulamalarının permakültür gönüllülerinin motivasyonlarına etkisi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(2), 359–387.
- Cigna, A. A. (2016). Tourism and show caves. *Zeitschrift für Geomorphologie*, 60(2), 217–233.
- Civelek, M., Dalgın, T. ve Çeken, H. (2014). Agro-turizm ve kırsal kalkınma ilişkisi: Muğla yöresindeki agro-turizm alanlarında bir araştırma. *Turizm Akademik Dergisi*, 1(1), 15–28.
- CLIA. (2023). *2023 cruise industry economic study*. <https://cruising.org/>
- Cooper, M. (2017). River tourism. *Rivers and Society* içinde (ss. 220–232). London: Routledge.
- Cordell, H. K., ve Herbert, N. G. (2002). The popularity of birding is still growing. *Birding*, 34, 54–61.
- Cruise Critic. (2025). *11 things to know about river vs. ocean cruises*. <https://www.cruisecritic.com/articles/11-things-to-know-about-river-vs-ocean-cruises>

- Çakıcı, A. C. ve Harman, S. (2006). Kuş gözlemciliğinin önemi: Türkiye’de kuş gözlemciliğinin profili. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(2), 161–168.
- Çakmak, F. ve Yılmaz, Ö. (2017). Turizmin sürdürülebilirliği açısından kış turizmi. *1st International Sustainable Tourism Congress (23–25 Kasım)* içinde (ss. 90–99). Kastamonu, Türkiye.
- Çalık, İ., Düzgün, E., Ödemiş, M. ve Düzgün, A. (2021). *Gümüşhane’de yayla turizmi (Sürdürülebilir turizm bakış açısıyla)*. Gümüşhane: Gümüşhane Üniversitesi Yayınları.
- Çanga, A. Ç., Kutlu, T. ve Çalışkan, H. (2018). Tarım turizminin dünyada ve Türkiye’deki uygulamaları. *Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2), 450–457.
- Çankaya, C. (1996). *Türk turizm ekonomisine katkıları doğrultusunda rafting sporu ve turizminin başarısı ve geleceğinin değerlendirilmesi* [Tez türü ve enstitü bilgisi eksik]. Marmara Üniversitesi, Türkiye.
- Çelik, E., Durmuş, A., ve Türkoğlu, M. (2021). Iğdır ili ve yakın çevresinin ornito-turizm perspektifinde değerlendirilmesi. *Journal of Academic Tourism Studies*, 2(1), 32–44. <https://doi.org/10.29228/jatos.51950>
- Çılgınoğlu, H. ve Yazgan, I. (2022). Speleotherapy in the scope of health tourism: Case of Çankırı salt cave in Turkey. *International Journal of Tourism Policy*, 12(3), 333–350.
- Dağdeviren, A., Saral, C., Coşkun, N. ve Yılmaz, Z. (2020). Bayramören ilçesinde yamaç paraşütü turizmi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 881–892.
- Davras, Ö. (2023). Yamaç paraşütü yapan yerli ve yabancı turistlerin destinasyon memnuniyetleri: Bir AEPA uygulaması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 34(1), 83–95.
- Deiminiat, A., Siuki, H. S. ve Eslamian, S. (2014). Tourism and river environment. *Handbook of Engineering Hydrology*, 3, 401–419.
- Diker, O., Çetinkaya, A. ve Cinkara, A. (2016). Hava sporları turizmi ve Safranbolu’nun hava sporları potansiyelinin belirlenmesi. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 84–100.
- Dimitrovski, D., Lemmetyinen, A., Nieminen, L. ve Pohjola, T. (2021). Understanding coastal and marine tourism sustainability: A multi-stakeholder analysis. *Journal of Destination Marketing and Management*, 19, 100554.
- Doğanay, S. (2010). Doğu Karadeniz’de yayla turizmi merkezlerine yeni bir örnek: Taşkoprü Yaylası. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 26, 223–242.
- Dooms, M., Haezendonck, E. ve Valaert, T. (2013). Dynamic green portfolio analysis for inland ports: An empirical analysis on Western Europe. *Research in Transportation Business and Management*, 8, 171–185.
- Duan, P., Cao, Y., Wang, Y. ve Yin, P. (2022). Bibliometric analysis of coastal and marine tourism research from 1990 to 2020. *Journal of Coastal Research*, 38(1), 229–240.

- Düzgün, E. ve Kurt, A. (2021). An assessment of bird watching in Turkey as a recreational activity. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(1), 67–83. <https://doi.org/10.21325/jotags.2021.777>
- Eatherley, D. (2006). *Farm tourism: A way forward for the Shetland Islands* (MSc thesis). University of Exeter.
- Ekşioğlu, A. G., & Zeybek, H. İ. (2021). Yayla turizmi açısından bir inceleme: Kürtün yaylaları (Gümüşhane). *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 12(3), 1298–1308.
- Emekli, G., İbrahimov, A. ve Soykan, F. (2006). Turizmde küreselleşmeye coğrafi yaklaşımlar ve Türkiye. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15(1–2), 1–16.
- Eraslan, H., Kasımoğlu, M., Kılınç, İ., Baldemir, E., Gökalp, F., Kutukız, D. ve Topaloğlu, C. (2010). *Muğla ili turizm sektörünün uluslararası rekabetçilik analizi*. T.C. Muğla Valiliği. <https://www.ftso.org.tr/assets/upload/dosyalar/mugla-ili-turizm-sektorunun-uluslararası-rekabetçilik-analizi.pdf>
- Erdal, S. (2024). Turizm sektöründe hayvan odaklı faaliyetlerin sürdürülebilir turizm ilkeleri çerçevesinde değerlendirilmesi. *Karadeniz Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 73–96.
- Erdoğan, D. (2021). Agri turizm kapsamında gastronomi festivallerinin bağ ve şarap turizmine etkisi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 57–71.
- Erken, K., Atanur, G. ve Tanrıöver, A. A. (2019). Bursa florasının doğa turizmi potansiyeli. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 20(1), 92–101.
- Erken, K., Parlak, S. ve Yılmaz, M. (2022). Endemik taksonların korunması ve tür koruma eylem planları. *Ağaç ve Orman*, 3(1), 33–46.
- Eslamian, S. (2014). *Handbook of engineering hydrology: Environmental hydrology and water management*. Boca Raton, FL: CRC Press.
- FAO/UNWTO. (2023). *Understanding and quantifying mountain tourism*. [Yayın yeri/yayınevi/URL eksik].
- FISU. (2011). *25th Winter Universiade Erzurum 2011: Official report*. Lausanne, Switzerland.
- Goodwin, H. ve Francis, J. (2003). Ethical and responsible tourism: Consumer trends in the UK. *Journal of Vacation Marketing*, 9(3), 271–284.
- Güvendi, N. ve Ardiç Yetiş, Ş. (2025). Kapadokya Bölgesi'nde balon turizminin mevcut durumu ve bölge turizmindeki yerine ilişkin paydaş görüşlerinin incelenmesi. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism, Recreation and Sports Sciences*, 8(1), 13–31.
- Güzel, R. ve Cengiz, G. (2023). Sinop ili yamaç paraşütü potansiyelinin destinasyon özellikleri ve turizm deneyimleri açısından değerlendirilmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 10(2), 231–250.

- Han, Q., Wang, X., Li, Y. ve Zhang, Z. (2022). River ecological corridor: A conceptual framework and review of the spatial management scope. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(13), 7752.
- Ilgaz Yıldırım, B., Uysal, F. ve Ilgaz, A. (2019). Havayolu işletmelerinde personel seçimi: ARAS yöntemi ile bir uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(33), 219–231.
- İlban, M. O., Gümrükçü, S. ve Yıldız, N. (2023). Sürdürülebilir turizm çalışmalarında sorumlu turizm. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 7(1), 201–210.
- Jarvie, G. (2006). *Sport, culture and society: An introduction*. New York: Routledge.
- Kandır, H., ve Erturhan, Z. (2015). Doğadaki görsel şölen: Kuşlar ve kuş gözlemciliği. *Ayrıntı Dergisi*, 3(31), 15–20.
- Karaman, S. (2014). *Türkiye’de kış turizmi yatırımları ve bölgesel kalkınma: Kış turizmi koridoru projesi örneği* [Tez türü/enstitü bilgisi eksik]. Atatürk Üniversitesi.
- Kaya, F. (2016). Ağrı Dağı’nın turizm potansiyeli ve değerlendirme durumu. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (34), 217–229.
- Kayapınar, Y. E. (2024). Türkiye’de bütünleşik kıyı alanları yönetim ve planlaması ile deniz mekânsal planlama ilişkisi. *Çevre Şehir ve İklim Dergisi*, 3(6), 10–29.
- Kızılcık, O. ve Taştan, H. (2019). Mağara turizminin motivasyon faktörlerinin belirlenmesi: Karaca Mağarası örneği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28(3), 240–251.
- Koca, H. (1998). Gözne’de yayla turizmi. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9, 281–300.
- Koday, S., Kaymaz, H. ve Kaya, G. (2018). Kuzalan Tabiat Parkı’nın doğa turizm potansiyeli (Dereli–Giresun). *Marmara Coğrafya Dergisi*, (37), 124–143.
- Koday, S., Koday, Z. ve Kızıllan, Y. (2018). Alternatif turizm açısından Siirt ilinde yamaç paraşütü faaliyetleri. *TÜCAUM 30. Yıl Uluslararası Coğrafya Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, 3–6 Ekim 2018, Ankara, ss. 1–15.
- Korgavuş, B. (2017). Erzurum Palandöken’in kış turizmi açısından değerlendirilmesi. *ATA Planlama ve Tasarım Dergisi*, 1(1), 13–23.
- Kurnaz, A. ve Babür, T. E. (2018). Flora-fauna ve endemik türlerin ekoturizm ürünü olarak kullanılması: Datça yöresi örneği. *Mesleki Bilimler Dergisi*, 7(2), 410–419.
- Kurtzman, J. (2005). Sports tourism categories. *Journal of Sport and Tourism*, 10(1), 15–20.
- Kuter, N. ve Ünal, H. E. (2013). Kırsal kalkınmada kırsal turizmin önemi. *Kastamonu University Journal of Forestry Faculty*, 13(2), 192–201.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). *Türkiye turizm stratejisi (2023)*. https://www.kuzka.gov.tr/dosya/turizm_stratejisi_2023.pdf
- Lamie, R. D., Chase, L., Chiodo, E., Dickes, L., Flanigan, S., Schmidt, C. ve Streifeneder, T. (2021). Agritourism around the globe: Definitions, authenticity, and potential

- controversy. *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*, 10(2), 573–577.
- Larasati, A. A., Hernowo, J. B., ve Mardiasuti, A. (2024). Bringing birdwatching closer to home: Developing urban birdwatching as a mean of sustainable tourism. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1366, 012037. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1366/1/012037>
- Li, Z., Ye, S., & Xi, J. (2024). Assessing risks in cross-regional tourism corridors: A case study of Tibetan Plateau tourism. *ISPRS International Journal of Geo-Information*, 13, 171. <https://doi.org/10.3390/ijgi13060171>
- Liu, T., Ma, L., Cheng, L., Hou, Y., ve Wen, Y. (2021). Is ecological birdwatching tourism a more effective way to transform the value of ecosystem services? A case study of birdwatching destinations in Mingxi County, China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(23), 12424. <https://doi.org/10.3390/ijerph182312424>
- Lobo, H. A. S. ve Moretti, E. C. (2009). Tourism in caves and the conservation of the speleological heritage: The case of Serra da Bodoquena (Mato Grosso do Sul State, Brazil). *Acta Carsologica*, 38(2–3), [Sayfa aralığı eksik].
- MacKinnon, D. P., Lockwood, C. M. ve Williams, J. (2004). Confidence limits for the indirect effect: Distribution of the product and resampling methods. *Multivariate Behavioral Research*, 39(1), 99–128.
- Mehter Aykın, S. (2018). Avrupa Birliği’nde sürdürülebilir ve sorumlu turizm uygulamaları ve Türkiye. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 153–170.
- Mihalic, T. (2013). A green tourism barometer in the time of economic crisis – The concept and case of Slovenia. *Tourism in Southern and Eastern Europe*, 1–17. (Not: Cilt/sayı bilgisi varsa eklenmeli.)
- Miller, M. L. (1993). The rise of coastal and marine tourism. *Ocean and Coastal Management*, 20(3), 181–199.
- Mohammadi, A., Alambeigi, A. ve Steven, R. (2024). A bibliometric analysis of birdwatching tourism research: An exploration for emerging insights. *Journal of Wildlife and Biodiversity*, 8(1), 213–232. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1020199>
- Momir, B., Petroman, I. ve Mergheă, P. E. (2014). Ecotourism – A major factor in the preservation of flora and fauna biodiversity in Banat. *Lucrări Științifice Management Agricol*, 16(4), 98.
- Muslu, A. (2018). Deniz turizminin gelişimi için yönetim ihtiyacı: Bodrum Bölgesi’nde nitel bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi*, 10(2), 183–210.
- Nazik, L. (2008). Mağara turizmi. *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* içinde (ss. 295–318). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Nduna, L. T. (2024). *Agri-environmental literacy and psychological capital model for agritourism* (Doktora tezi). University of South Africa.

- Nepal, S. K. ve Chipeniuk, R. (2005). Mountain tourism: Toward a conceptual framework. *Tourism Geographies*, 7(3), 313–333.
- Novotná, M. ve Kunc, J. (2022). Balloon tourism. D. Buhalis (Ed.), *Encyclopedia of tourism management and marketing* içinde (ss. 251–254). Edward Elgar Publishing.
- Novotná, M., Kubíčková, H. ve Kunc, J. (2021). Outdoor excitement in homeland? Opportunities and threats to balloon tourism in the Czech Republic during the coronavirus outbreak. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 36, 100410. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2021.100410>
- Ogezi, A. E., Aga, T., & Okafor, I. (2010). Geotourism resources for sustainable development and recreation: Plateau State case study. *The Pacific Journal of Science and Technology*, 11(2), 610–620.
- Orams, M. (2002). *Marine tourism: Development, impacts and management*. London: Routledge.
- Önen, M. (2007). *Kentsel kıyı mekânı olarak akarsuların rekreasyonel kullanım potansiyelinin irdelenmesi: Eskişehir Porsuk Çayı ve İstanbul Kurbağalıdere örneği* [Yayın türü/kurum bilgisi eksik].
- Ören, T. Ş. ve Yüzbaşıoğlu, N. (2019a). Sürdürülebilir destinasyon geliştirme: Hava sporları uzmanları açısından değerlendirme. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(4), 3911–3930.
- Ören, T. Ş. ve Yüzbaşıoğlu, N. (2019b). Hava sporları açısından Uşak destinasyonunun sürdürülebilirliğinin ve pazarlama potansiyelinin GZFT analizi aracılığı ile değerlendirilmesi. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 23(3), 690–707.
- Özbay, G. (2018). Alternatif turizm politikaları içerisinde kış turizmi: Türkiye’ye yönelik SWOT analizi. *The Journal of International Lingual Social and Educational Sciences*, 4(2), 203–213.
- Özbek, M. F. (2011). Örgüt içerisindeki güven ve işe yabancılaşma ilişkisinde örgüte uyum sağlamanın aracı rolü. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(1), 231–248.
- Özel, P. (2021). Kuş gözetleme turizmi (ornitoloji) açısından Kızılırmak Deltası’nın (Kuş Cenneti) önemi ve saz horozu (*Porphyrio porphyrio*). *Eğitim Bilim ve Araştırma Dergisi*, 2(2), 75–85.
- Özen, A. İ. (2019). Kapadokya bölgesinde yaşanan sıcak hava balon deneyiminin davranışsal niyetler üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Verimlilik Dergisi*, (1), 165–198.
- Özen, İ. A. ve Güneren Özdemir, E. (2019). Kapadokya sıcak hava balonculuğu üzerine nitel bir araştırma. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 9(2), 579–595.
- Özer, O. (2021). Kayseri Hürmetçi Sazlığı’nın ornito-turizm potansiyelinin değerlendirilmesi. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 3(1), 37–54.
- Özgülbaş, O. (2005). *Yamaç paraşüt sporunun gelişimi ve yamaç paraşüt kazaları*. Ankara: Türk Hava Kurumu Yayınları.

- Padilla-Delgado, L. M., Castillo-Palacio, M. ve Zuñiga-Collazos, A. (2025). The role of birdwatching as a sustainable tourism strategy: A literature review. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 23(3), 843–859. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2025.23.053>
- Paker, S. ve Paker, N. (2020). Bir dijital pazarlama aracı olarak çevrimiçi marina haberlerinin analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi*, 12, 59–72.
- Pamucar, D. S., Tarle, S. P. ve Parezanovic, T. (2018). New hybrid multi-criteria decision-making DEMATEL-MAIRCA model: Sustainable selection of a location for the development of multimodal logistics centre. *Economic Research – Ekonomska Istraživanja*, 31(1), 1641–1665.
- Petrović, A. S. (2006). Speleotourism in Serbia: Condition and development perspectives. *Zbornik radova – Geografski fakultet Univerziteta u Beogradu*, (54), 183–194.
- Phillip, S., Hunter, C. ve Blackstock, K. (2010). A typology for defining agritourism. *Tourism Management*, 31(6), 754–758.
- Piano, E., Nicolosi, G., Mammola, S., Balestra, V., Baroni, B., Bellopede, R. ve Isaia, M. (2022). A literature-based database of the natural heritage, the ecological status and tourism-related impacts in show caves worldwide. *Nature Conservation*, 50, 159–174.
- Pigeassou, C. (2004). Contribution to the definition of sport tourism. *Journal of Sport and Tourism*, 9(3), 287–289.
- Pilz, F., Svardal, K., Kreuzinger, N. ve Krampe, J. (2024). Model-based dynamic simulation study to boost the WWTP performance in winter tourism regions. *Journal of Water Process Engineering*, 61, 1–11.
- Potočnik Slavič, I. ve Schmitz, S. (2013). Farm tourism across Europe. *European Countryside*, 5(4), [Sayfa aralığı eksik].
- Qi, J., Lu, Y., Han, F., Ma, X., & Yang, Z. (2022). Spatial distribution characteristics of the rural tourism villages in the Qinghai–Tibetan Plateau and its influencing factors. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19, 9330. <https://doi.org/10.3390/ijerph19159330>
- Ren, J., Su, K., Zhou, Y., Hou, Y., ve Wen, Y. (2022). Why return? Birdwatching tourists' revisit intentions based on structural equation modelling. *Sustainability*, 14(21), 14632. <https://doi.org/10.3390/su142114632>
- Rhodes, R. A. W. (1996). The new governance: Governing without government. *Political Studies*, 44(4), 652–667.
- Rodrigue, J.-P. ve Notteboom, T. (2013). The geography of cruises: Itineraries, not destinations. *Applied Geography*, 38, 31–42.
- Ross, S. D. (2001). *Developing sports tourism: An e-guide for destination marketers and sports events planners*. Urbana, IL: National Laboratory for Tourism and eCommerce, University of Illinois.

- Rózycki, P. ve Kostrakiewicz-Gierałt, K. (2023). The importance of flora in the perception of attractiveness for tourism: Case of Ojców National Park (Southern Poland). *International Journal of Conservation Science*, 14(2), 579–598.
- Saçlı, Ç. ve Kahraman, C. Ö. (2019). Açık alan rekreasyonu olarak yamaç paraşütü etkinliğine katılanların motivasyonları ve etkinlik memnuniyetlerinin belirlenmesi: Arsuzfest örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(4), 1249–1269.
- Salam, M. A., Lindsay, G. R. ve Beveridge, M. C. M. (2000). Eco-tourism to protect the reserve mangrove forest the Sundarbans and its flora and fauna. *Anatolia*, 11(1), 56–66.
- Sarı, C., Oban, R., ve Erdoğan, A. (2011). Ornitho-tourism and Antalya. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 19, 165–172.
- Schaufeli, W. B. ve Bakker, A. (2004). Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement. *Journal of Organizational Behavior*, 25(3), 293–315. <https://doi.org/10.1002/job.248>
- Sekban, D. Ü. G., Bekar, M., & Acar, C. (2018). Trabzon ilinin yayla turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi ve farkındalık yönünden incelenmesi. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (IBAD)*, 3(1), 349–361. <https://doi.org/10.21733/ibad.404272>
- Seven, E. (2020). Türkiye'nin biyoçeşitlilik turizm potansiyeli üzerine bir değerlendirme. *Journal of Current Debates in Social Sciences*, 3(2), 95–103.
- Sezer, İ. (2011). Doğu Karadeniz'de gelişme potansiyeli yüksek bir yayla turizm merkezi: Kulakkaya Yaylası. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 34, 89–110.
- Sezer, İ., & Kılıç, M. (2015). Yayla turizmi ve rekreasyon amacıyla yaylalara gelen ziyaretçilerin bakış açılarının değerlendirilmesi: Kulakkaya Yaylası örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 5(2), 8–16.
- Shetawy, A. A. A., & El Khateeb, S. M. (2009). The pyramids plateau: A dream searching for survival. *Tourism Management*, 30(6), 819–827. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.12.014>
- Somuncu, M. (2004). Dağcılık ve dağ turizmindeki ikilem: Ekonomik yarar ve ekolojik bedel. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2(1), 1–21.
- Songür, E. ve Yaşar, E. (2024). Gökyüzünden Eğirdir Gölü'ne yolculuk: Eğirdir'in yamaç paraşütü etkinlik potansiyelinin araştırılması. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 10(2), 77–86.
- Soykan, F. (2004). *Bir turizm coğrafyası araştırması: Kırsal alanların turizm potansiyelinin saptanması ve Şirince Köyüne (İzmir) uygulaması*. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.
- Soylu, Y. (2025). Türkiye'deki uçurtma ve rüzgâr sörfü, yelken ve kablolu su kayağı yapılan tesislerin coğrafi bilgi sistemi ile haritalandırılması. *Turkish Studies*, 20(1), 495–514.

- Spenceley, A., Relly, P., Keyser, H., Warneant, P., McKenzie, M., Mataboge, A., Norton, P., Mahlangu, S. ve Seif, J. (2002). *Responsible tourism manual for South Africa*. Department for Environmental Affairs and Tourism.
- Spinelli, R. ve Benevolo, C. (2022). Towards a new body of marine tourism research: A scoping literature review of nautical tourism. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 40, 100569.
- Steiger, R., Knowles, N., Pöll, K. ve Ruttty, M. (2024). Impacts of climate change on mountain tourism: A review. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(9), 1984–2017.
- Steinbach, J. (1995). River related tourism in Europe—An overview. *GeoJournal*, 35(4), 443–458.
- Swarbrooke, J., Beard, C., Leckie, S. ve Pomfret, G. (2003). *Adventure tourism: The new frontier*. Butterworth-Heinemann.
- Şahin Ören, T. (2018). *Spor turizmi aracılığı ile sürdürülebilir destinasyon geliştirme: Hava sporları açısından Uşak ili potansiyeli* (Doktora tezi). Akdeniz Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Antalya.
- Şekercioğlu, Ç. H. (2002). Impacts of birdwatching on human and avian communities. *Environmental Conservation*, 29(3), 282–289.
- Taşkıran, A., Akmeşe, K. A. ve Sezgin, M. (2023). Tarım turizminin Türkiye ve dünyadaki gelişimi üzerine bir araştırma. *Selçuk Turizm ve Bilişim Araştırmaları Dergisi*, (4), 72–88.
- Tew, C. ve Barbieri, C. (2012). The perceived benefits of agritourism: The provider's perspective. *Tourism Management*, 33(1), 215–224.
- Timur, U. P., Orhan, M. ve Aksüt, A. (2017). Çankırı kaya tuzu mağarasının ve yakın çevresinin turizm ve rekreasyonel amaçlı kullanımının irdelenmesi. *Düzce Üniversitesi Orman Fakültesi Ormancılık Dergisi*, 10(1), 97–113.
- Tran, T. T., Nimphius, S., Lundgren, L., Secomb, J., Farley, O. R., Haff, G. G. ve Sheppard, J. M. (2015). Effects of unstable and stable resistance training on strength, power, and sensorimotor abilities in adolescent surfers. *International Journal of Sports Science and Coaching*, 10(5), 899–910.
- Troian, M., Prokopenko, O., Jarvis, M., Saichuk, V., Komarnitskyi, I. ve Glybovets, V. (2023). International marine tourism: Trends and prospects for sustainable development. *Pomorstvo*, 37(1), 23–31.
- Tucker, H. (2010). Appropriations in the air: Hot-air ballooning and changing tourism relationships. *Journal of Dialogic Anthropology*, 3(1), 1–17.
- Tunç, F. (2018). *Manavgat ilçesinin ornitoturizm potansiyeli* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Tunç, F. (2018). *Manavgat ilçesinin ornitoturizm potansiyeli* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Van Balen, M., Dooms, M. ve Haezendonck, E. (2014). River tourism development: The case of the port of Brussels. *Research in Transportation Business and Management*, 13, 71–79.

- Wang, L.-E., Zeng, Y., & Zhong, L. (2017). Impact of climate change on tourism on the Qinghai–Tibetan Plateau: Research based on a literature review. *Sustainability*, 9, 1539. <https://doi.org/10.3390/su9091539>
- World Wide Fund for Nature [WWF]. (2001). *Tourism: Position statement*. Gland, Switzerland: WWF International.
Erişim adresi: https://assets.panda.org/downloads/wwf_tourism_position.pdf
- Yaşar, O. (2016). Çanakkale Boğazı doğu kıyılarında su sporlarından rüzgar ve uçurtma sörfünün gelişimi ve yaşanan sorunlar. *Kesit Akademi Dergisi*, 2(4), 9–30.
- Yıldız, S. (2021). Macera turizmi kapsamında Salda Gölü’nün rüzgâr sörfü potansiyelinin analizi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 8(3), 87–103.
- Yozcu, S. (2020). Türkiye mağara turizmine yönelik bir değerlendirme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1493–1508.
- Yozcu, S., Batman, O. ve Çetin, G. (2017). Sürdürülebilir mağara turizmi ve kültürel değerler. *IV. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi (9–12 Kasım)* içinde. Kuşadası, Aydın. [Bildiriler kitabı/ss./yayınevi bilgisi eksik].
- Yücel, C. (2002). Turizmde yükselen değer: Ekoturizm. *Türsab Dergisi*, 219, 1–7.
- 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.
- Zengin, B., Koç, D. E. ve Ulama, Ş. (2019). Kastamonu ilinin doğa turizmi potansiyelinin alternatif turizm kapsamında değerlendirilmesi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 251–274.

BEŞİNCİ BÖLÜM

AMACA DAYALI ÖZEL İLGİ TURİZMİ

Ahmet Can GÖKSUN¹

GİRİŞ

Amaca dayalı özel ilgi turizmi, kitle turizminin standartlaştırılmış “güneş-deniz-kum” kurgusundan ayrılarak, bireyin belirli bir ilgi alanı etrafında şekillenen motivasyonunu seyahatin birincil belirleyicisi hâline getiren ve bu yönüyle deneyim/uzmanlık/katılım ekseninde derinleşen bir turizm alanı olarak değerlendirilmektedir. Bu yaklaşımda “amaç”, destinasyonun yalnızca ziyaret edilen bir mekân olmasının ötesinde; belirli bir etkinlik, öğrenme ve etkileşim çerçevesinde yeniden anlamlandırıldığı bir deneyim tasarımına işaret etmektedir. Nitekim turizmi, yer değiştirme ve geçici konaklama uygulamalarıyla birlikte çok boyutlu bir endüstri olarak ele alan yaklaşımlar, güncel turizm talebinin giderek daha fazla kişiselleşen, tematik bir yapıya bürünen ve niş pazarlara yönelen bir doğrultuda geliştiğini ortaya koymaktadır (Camilleri, 2017; Gökçe, 2021). Özel ilgi turizmi literatüründe bu tematikleşme, turistik ürünün “tüketim nesnesi” olmaktan çıkıp “anlam üreten bir ilişki” hâline gelmesiyle açıklanmakta; dolayısıyla turistik deneyimin başarısı, yalnızca çekiciliklerin varlığına değil, deneyimin hangi değerler ve yönetim ilkeleriyle kurgulandığına bağlı görülmektedir (Akoğlu Kozak ve Bahçe, 2012). Bu noktada sürdürülebilirlik yaklaşımı, amaca dayalı özel ilgi turizminin hem gerekçesini hem de sınırlarını belirleyen bir çerçeve sunmaktadır. Turizmin ekonomik getirisi ile çevresel taşıma kapasitesi, yerel toplulukların refahı, kültürel mirasın korunması ve etik tüketim pratikleri arasındaki dengeyi gözetmeyen tematik büyüme, kısa vadede cazibe yaratırken uzun vadede destinasyonun rekabetçiliğini zayıflatabilmektedir. Örneğin alışveriş turizmi, ziyaretçiye kültürel temas ve kent deneyimi üzerinden çekicilik sağlarken, hızlı tüketim kültürü ve

¹ Öğr. Gör., Hitit Üniversitesi, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Aşçılık Programı, ahmetcangoksun@hitit.edu.tr, 0009-0006-7438-0183

atık/enerji yoğunluğu gibi etkiler nedeniyle sürdürülebilir yönetim gerektirmektedir (Choi, Heo, ve Law, 2016). Fotoğraf turizmi ise “görsel deneyim” temelli bir motivasyonla kültürel ve doğal miras alanlarında yoğunlaşabildiğinden, etik temsil, mahremiyet ve hassas ekosistemlerde davranış kodları açısından dikkatli planlamaya ihtiyaç duymaktadır (Crawshaw ve Urry, 1997; Gogoi, 2014). Gastronomi turizmi yerel üretim, somut olmayan kültürel miras ve kimlik unsurlarını görünür kılma potansiyeliyle sürdürülebilir kalkınma açısından güçlü bir araç olarak okunabilirken, ticarileşme ve otantiklik aşınması risklerini de beraberinde taşımaktadır (Hall ve Sharples, 2003). Golf turizmi ve yat turizmi gibi sermaye/altyapı yoğun nişler, mevsimselliği azaltma ve yüksek harcama kapasitesiyle ekonomik katkı üretse de arazi kullanımı, su/kimyasal girdiler ve kıyı ekosistemleri üzerindeki baskılar nedeniyle çevresel sürdürülebilirlik ve yerel katılım başlıklarını özellikle kritik hâle getirmektedir (Hudson ve Hudson, 2014; Chen, Balomenou, Nijkamp, Poulaki ve Lagos, 2016). Sağlık turizmi (medikal, termal ve wellness dâhil), yaşam kalitesi ve erişilebilir hizmet söylemiyle küresel ölçekte büyüyen bir alan olmakla birlikte, hizmet kalitesi, etik, eşitsizlik ve kaynak tahsisi (yerel halkın hizmete erişimi) gibi sürdürülebilirliğin sosyal boyutunu doğrudan gündeme taşımaktadır (Horowitz, 2007; Kantar ve Işık, 2014). Spor turizmi ise etkinlik temelli hareketlilik yaratarak destinasyon markalaşmasına ve altyapı gelişimine katkı sunabilir; ancak karbon ayak izi, kalabalık yönetimi ve etkinlik sonrası atıl kapasite gibi etkiler doğru yönetilmediğinde sürdürülebilirlik hedefleriyle çelişebilmektedir (Ross, 2001). Şarap turizmi de bağcılık kültürü, kırsal kalkınma ve yerel üretim zincirleri üzerinden özgün bir deneyim sunarken, su kullanımı, tarımsal kimyasallar ve “aşırı ziyaret” baskısı gibi riskler nedeniyle çevresel ve yönetsel kapasiteyi zorlayabilir (Carlsen ve Charters, 2006). Bu bölümün odağında yer alan amaca dayalı özel ilgi turizmi türleri (alışveriş, fotoğraf, gastronomi, golf, sağlık, spor, şarap ve yat turizmi), sürdürülebilirlik perspektifiyle birlikte ele alındığında; her bir alt türün yalnızca talep ve ekonomik getiri üzerinden değil, çevresel sınırlar, kültürel süreklilik, yerel paydaş katılımı ve adil fayda dağılımı ilkeleri üzerinden değerlendirilmesi gerektiği daha görünür hâle gelmektedir.

5.1. Alışveriş Turizmi

“Alışveriş” sözcüğü, köken itibarıyla “alış” ve “veriş” kelimelerinin ikileme biçiminde birleşmesiyle ortaya çıkmış olup, izleri Uygur dönemine kadar uzanan tarihsel bir kullanım alanına sahiptir. Kavramsal açıdan alışveriş, bir mal ya da hizmetin belirli

bir karşılık üzerinden alıcı ile satıcı arasında el değiştirmesi sürecini ifade etmektedir (İlhan, 2018; Tiryaki, 2021). TDK'ye göre ise alışveriş, “çarşı, pazar, mağaza vb. yerlerden ihtiyaç duyulan şeyleri satın alma işi” olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu Sözlükleri). Modern anlamda ekonomik bir işlem olarak değerlendirilen alışveriş; bireylerin günlük gereksinimlerini giderebilmek için ürün veya hizmetin değerini incelemesi, değerlendirmesi ve satın alma eylemini gerçekleştirmesiyle oluşmaktadır. Paranın kullanımından önceki dönemlerde ise alışveriş, toplumların ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla malların karşılıklı değiş tokuş edildiği takas sistemi üzerinden yürütülmüştür (Kaya, 2013).

Alışveriş turizmi ise, onlarca yıldır gözlemlenen küresel bir olgudur (Michalko ve Varadi, 2004). Alışveriş turizmi, turistlerin geçmiş deneyimlere bağlı duygu ve anıları sürdürme veya yeniden yaşama isteğiyle hareket ederek, bir yerden başka bir yere satın alma amacıyla seyahat etmeleri ya da yanlarında getirdikleri malları satmak üzere yolculuk gerçekleştirmeleridir (Güner, 2007). Bir başka tanımlamaya göre alışveriş turizmi, hem iç hem de dış turizm bağlamında destinasyona gelen turistlerin, geçmiş deneyimlerden kaynaklanan duygu ve anıları yeniden yaşama ya da bu duyguları sürdürme isteğiyle; yapay çevrenin bir parçası olarak gördükleri herhangi bir unsura sahip olmak amacıyla bir yerden başka bir yere yöneldikleri veya beraberlerinde getirdikleri ürünleri satmak üzere gerçekleştirdikleri, çoğunlukla iş ya da eğitim temelli ana seyahat amacını içeren yolculuklar, lüks bir alternatif ya da niş turizm türü olarak nitelendirilebilmektedir (Gökçe, 2021). Birleşmiş Milletler'in ilgili tanımlamalarına göre, bir satın alma eyleminin turizm kapsamında değerlendirilmesi için temel ölçüt, edinilen ürünlerin kişisel kullanım ya da bir başkasına hediye edilme amacıyla alınmasıdır. Buna karşılık, malların yeniden satış amacıyla temin edilmesi ya da ileride gerçekleştirilecek bir üretim faaliyetinde girdi olarak kullanılması söz konusu olduğunda, bu işlem ticarî bir nitelik kazanmakta ve bu tür hareketlilik iş turizmi bağlamında ele alınmaktadır (Çoban, 2013; Gökçe, 2021).

Turist sayılarındaki artışla birlikte, ziyaret edilen destinasyonlarda farklı etkinlikler aracılığıyla deneyim yaşamak isteyen bireylerin en sık yöneldiği aktivitelerden biri alışveriş olmuştur. Bunun temel nedeni, alışveriş süreçlerinin ziyaretçilere destinasyonun kültürel dokusunu tanıma fırsatı sunması ve satın alma davranışının bireyde memnuniyet ile haz uyandırmasıdır. Bu bağlamda alışveriş, yalnızca bir tüketim

eylemi değil, aynı zamanda turistleri seyahate yöneltten önemli bir motivasyon kaynağı hâline dönüşmüştür. Dinlenme ihtiyacı, rutin yaşamdan uzaklaşma arzusu ve alışverişle birlikte gelen farklı deneyimleri keşfetme isteği bu motivasyonu destekleyen başlıca unsurlardır (Yüksel, 2007; Tomori, 2010; Choi, Heo ve Law, 2016).

Alışveriş turizminin gelişimi, tüketicilerin değişen alışveriş alışkanlıklarıyla yakından ilişkilidir. Geçmişte konaklama, ulaşım, yeme-içme ve gezi gibi temel seyahat unsurlarının yanında ikincil bir etkinlik olarak değerlendirilen alışveriş, günümüzde turizm deneyiminin öncü bileşenlerinden biri hâline gelmiştir. Ekonomik açıdan değerlendirildiğinde, bireylerin destinasyonda yerel piyasaya kıyasla daha uygun fiyatlarla ürün satın alma fırsatı bulması, onları alışveriş odaklı seyahatlere yönlendirmektedir. Bu gruptaki turistler genellikle fiyat konusunda duyarlı olup daha avantajlı fiyatlar için belirli bir mesafeyi kat etmeye isteklidir. Fiyattan bağımsız hareket eden tüketiciler ise alışveriş boş zaman etkinliği, keyif ve sosyal deneyim bağlamında ele almaktadır (Choi, Heo ve Law, 2016; Said ve diğerleri, 2024).

Alışverişin bir boş zaman etkinliği olarak turizm deneyimindeki çekiciliği hem bireyin içsel özelliklerinden hem de çevresel unsurlardan etkilenmektedir. İçsel faktörler; turistin demografik yapısı, kişilik özellikleri, ihtiyaçları ve sahip olduğu kültürel birikim gibi bireye özgü niteliklerden oluşmaktadır. Dışsal faktörler ise alışveriş alanlarının fiziksel özellikleri, sunulan müşteri hizmetlerinin kalitesi, satış süreçlerinin yönetimi ve fiyat politikaları gibi çevre tarafından belirlenen unsurlardır. Bu unsurların tümü, müşteri sadakatinin sürdürülmesinde ve destinasyon veya işletmede var olan hizmet aksaklıklarının belirlenip giderilmesinde önemli bir işlev üstlenmektedir (Erşahin ve Demirkol, 2020).

Bireylerin alışveriş turizmine yönelmelerinde veya bu tür bir turistik faaliyete katılmalarında çeşitli motivasyonların etkili olduğu görülmektedir. Bu motivasyonlar; destinasyonlardaki ekonomik koşullar, tüketicilerin kişisel eğilim ve beklentileri, ziyaret edilen bölgenin coğrafi özellikleri, devletlerin uyguladığı düzenleyici politikalar, özellikle Batı'nın kapitalist toplumlarının yarattığı kültürel etkileşim ve ülkeler arasındaki fiyat farklılıklarından kaynaklanan avantajlar gibi unsurları kapsamaktadır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012).

Şekil 1: Seyahat Motivasyonu Olarak Alışverişi Etkileyen Faktörler

Kaynak: Timothy, D. J., 2005:44. (Aktaran: Tömöri, 2010)

Tüketim hızının her geçen yıl artmasıyla birlikte bireylerin alım gücündeki yükseliş ve boş zaman olanaklarının genişlemesi, alışveriş kültürünün gelişmesine önemli ölçüde katkı sağlamış; insanlar yeni ürünleri ve özgün konseptleri deneyimleme yönünde daha istekli hâle gelmiştir. Bu doğrultuda şehirler hem iş amaçlı hem de rekreasyon odaklı seyahat eden turistler açısından çok yönlü birer çekim merkezi niteliği kazanmış ve çeşitli işlevlere aynı anda hizmet eden destinasyonlar hâline gelmiştir. Söz konusu dönüşüm, alışveriş olanaklarının turistik bir unsur olarak değerlendirilmesini kolaylaştırmış, buna bağlı olarak dünya genelinde alternatif alışveriş destinasyonlarının ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (Cihangir ve Karakaya, 2016; İstanbullu Dinçer ve Kanay, 2017). Dünya genelindeki pek çok büyük şehir, turistlerin ilgisini çekmek amacıyla alışveriş faaliyetlerini belirli bölgelerde yoğunlaştırarak cazibe niteliği taşıyan alışveriş caddeleri oluşturmuştur. Örneğin Londra’daki Oxford Street ile Paris’in ünlü Champs-Élysées Caddesi, alışveriş odaklı ziyaretçilerin en sık uğradığı alanlar arasında yer almaktadır. Bunun yanı sıra alışveriş, bir destinasyonun ana çekim unsuru olabildiği gibi, mevcut turistik ürünleri tamamlayıcı bir rol de üstlenebilmektedir. Bu duruma Dubai önemli bir örnek teşkil etmektedir. Dubai, her yıl deniz turizmi amacıyla milyonlarca ziyaretçiyi ağırlarken, aynı zamanda uluslararası düzeyde düzenlediği alışveriş festivalleriyle “deniz–kum–güneş” odaklı turizmi destekleyen ek bir çekicilik yaratmaya çalışmaktadır (Özdemir, 2014). Paris ve Hong Kong gibi dünya kentleri ise çoğu zaman “alışveriş tutkunlarının başkenti” olarak nitelendirilmektedir. Avustralya’yı ziyaret eden turistlerin büyük kısmı, Sydney’den alışveriş yapmadan dönmeyeceklerini belirtirken, bu aktiviteyi seyahatlerinin en özel deneyimlerinden biri olarak tanımlamaktadır. Benzer şekilde

ABD'ye gelen yabancı turistler, alışveriş için yerel halkın yaklaşık on katı harcama yapmakta ve toplam seyahat bütçelerinin yaklaşık yüzde otuz üçünü alışveriş giderleri oluşturmaktadır (Özer ve Tüzünkan, 2012; Michalko, Irimas ve Timothy, 2015; McKinsey ve Company, 2019).

Turizmin yerel, ulusal ve küresel düzeyde çok yönlü etkiler ürettiği genel kabul görmektedir. Bu bağlamda alışveriş turizmi de ekonomik ve sosyo-kültürel sonuçları itibarıyla önemli bir alt alan oluşturmaktadır. Alışveriş faaliyetleri turistlerin ziyaret ettikleri destinasyonların kültürel yapısını, özgün değerlerini ve yerel yaşam pratiklerini daha yakından tanımlarına olanak sağlamaktadır. Alışveriş sırasında yerel ürünlerle kurulan etkileşim, kültürel aktarımı görünür kılmakta; destinasyona özgü ürünlerin turistler aracılığıyla farklı pazarlarda dolaşıma girmesi ise üreticilere geri besleme sağlayarak kalite algısının ve yenilik kapasitesinin gelişmesine katkıda bulunmaktadır (Dimanche, 2003).

Çeşitli çalışmalar, alışveriş odaklı seyahatlerin turistlerin destinasyonda geçirdikleri süreleri artırdığına ve bu sürenin yalnızca alışveriş harcamalarını değil, konaklama, gastronomi ve diğer tamamlayıcı turizm hizmetlerine yapılan harcamaları da yükselttiğine işaret etmektedir (Choi, Heo ve Law, 2016). Ekonomik boyut incelendiğinde, alışveriş turizminin döviz girişini destekleyerek yerel ekonomilerde çeşitlilik yarattığı; destinasyonlara yönelik pazar fırsatlarını genişleterek ekonomik dinamizmi güçlendirdiği görülmektedir. Bu gelişmeler, uluslararası seyahat acentelerinin dış ticaret ve döviz akışını teşvik eden alışveriş temalı özel programlar oluşturmalarına zemin hazırlamakta ve alışveriş turizmini destinasyon rekabet gücünü artıran önemli bir unsur hâline getirmektedir (Tekeli ve Ertuğral, 2024).

5.2. Foto Safari

Fransızca kökenli “foto” sözcüğü fotoğraf ve fotoğrafçılığı, yani görüntü kaydetme işlem ve tekniğini ifade ederken; “safari” kelimesi Arapça’da yolculuk ve sefer anlamına gelmektedir. Günümüzde büyük bir endüstri alanına dönüşen fotoğraf, çeşitli bilim insanlarının uzun yıllar süren çalışmaları sonucunda ortaya çıkmış ve 19. yüzyılın en dikkat çekici buluşlarından biri olarak kabul edilmiştir. Başlangıçta fiziksel ve kimyasal süreçlerin birleşimiyle elde edilen fotoğraf imgesi, günümüzde ise çoğunlukla sayısal (dijital) teknolojilerle üretilmektedir (Özhancı, 2019). Fotoğrafçılığın 1839

yılında ticari kullanıma açılması, bu pratiği turizmin vazgeçilmez unsurlarından biri hâline getirmiştir. Günümüzde turistlerin karşılaştıkları hemen her şeyi fotoğraflaması, fotoğraf ile turizm arasındaki uzun soluklu ilişkinin tipik bir göstergesi olarak görülmektedir (Gogoi, 2014; Palmer ve Lester, 2011). Teknolojideki hızlı gelişmeler ve özellikle akıllı telefonların yaygınlaşmasıyla birlikte bu ilişki daha da güçlenmiş, “fotoğraf biriktirmek için yapılan bir eylem” niteliğini kazanmıştır. Artık insanların anılarını kaydetmek için fotoğraf çekmesi yerine, fotoğraf çekmek amacıyla yolculuğa çıktıkları sıkça görülmektedir (Gökçe, 2021).

Fotoğraf turizmi diğer turizm türlerinden ayıran önemli nokta, fotoğraf çekme motivasyonunun geziyi yönlendiren temel unsur hâline gelmesidir. Çünkü bazı seyahatlerde fotoğraf yalnızca yardımcı bir faaliyetken, fotoğraf turizminde tüm etkinlik bu eylemin etrafında şekillenmektedir (Crawshaw ve Urry, 1997; Günay ve Türkay, 2019). Bu çerçevede fotoğraf turizmi, bir ziyaretçinin yalnızca o bölgeye özgü ve kendine has sahneleri görüntülemek amacıyla bir destinasyona gitmesini temel alan özel ilgi turizmi türü olarak tanımlanabilir (Gogoi, 2014). Son dönemlerde insanlar, boş zamanlarını değerlendirmek için fotoğraf çekmeyi giderek daha fazla tercih edilen bir rekreasyon faaliyeti olarak kullanmaktadır. Çekilen bu fotoğraflar, dijital ortamlarda sosyal etkileşimi artırmakta; aynı zamanda bireylere ruhsal açıdan yenilenme imkânı sunmaktadır. Fotoğrafçılık alanında eğitim alan kişiler, bu uğraşı daha kapsamlı bir biçime dönüştürerek onu turistik bir deneyime çevirebilmektedir. Bu süreçte fotoğrafçılar için düzenlenen foto safari turları da dikkat çekmekte; katılımcılar, farklı destinasyonlara giderek fotoğraf turizmi kapsamındaki etkinliklere dahil olmaktadır (Kement, 2019).

Fotoğraf turizmi, tatilini sıradanlıktan uzaklaştırmak isteyen ve fotoğraf çekmekten keyif alan ziyaretçilere hareketli, heyecan verici deneyimler sunan bir etkinlik türüdür. Foto safariler yalnızca doğa fotoğrafçılığıyla sınırlı olmayıp, tarihi mekânların da görüntülendiği kapsamlı etkinliklerdir. Düzenlenmekte olan foto safari turları, ziyaretçilere bölgenin göz alıcı doğal güzelliklerini keşfetme ve fotoğraflama fırsatı tanımaktadır (Sarı, 2010). Türkiye, zengin görsel unsurları ve doğal çekicilikleriyle bu tür faaliyetler için geniş bir potansiyele sahiptir. Bu nedenle, foto safari odaklı turizmin sektör içinde önemli bir yer edinmesi kaçınılmaz görülmektedir (Özhancı ve Yılmaz, 2013).

Fotoğraf turizmine katılan bireylerin, diğer turizm türlerini tercih eden turistlerden ayrılan çeşitli özelliklere sahip olduğu görülmektedir (Uygun, 2009). Bu özellikler:

- Fotoğraf turistleri, doğal peyzajlar, tarihi yapı ve mekânlar, farklı yaşam biçimleri ve kültürel öğeleri kayıt altına alma isteğiyle seyahat ederler.
- Bu turistler için fotoğraf çekmek sadece gezip görmenin ötesinde, yaşadıkları anları kalıcı hâle getirme ve paylaşma aracıdır.
- Seyahatlerinin temel itici gücü, özgün ve estetik açıdan değer taşıyan fotoğraflar üretme arzusu olduğundan fotoğrafçılık onlar için bir hobi değil aynı zamanda bir yaşam pratiğidir.
- Kullandıkları fotoğraf makineleri, lensler, açılı ayarları ve ışık düzenlemeleri konusunda bilgi sahibidirler. Bu nedenle çekim sürecinde teknik detaylara büyük önem verirler.
- Gittikleri destinasyonlarda sıradan ziyaretçilerin fark etmeyeceği ayrıntıları görme ve bu detayları fotoğrafa yansıtma yeteneğine sahiptirler. Sanatsal bakış açıları güçlüdür.
- Alternatif turizmde olduğu gibi yeni kültürler, farklı coğrafyalar ve özgün yaşam tarzları fotoğraf turistlerinin ilgisini çeker. Bu nedenle keşfe açık bir yapıları vardır.
- Çekim sırasında yerel toplulukları rahatsız etmemeye özen gösterirler. Kültürel değerlere ve doğal çevreye duyarlı hareket ederler.
- Yerel halkla iletişim kurmak, onların günlük yaşamını fotoğraflamak ve kültürü daha yakından tanımak fotoğraf turistlerinin temel eğilimleri arasındadır.
- Gidecekleri destinasyon hakkında önceden ayrıntılı bilgi toplamayı tercih ederler. Bu araştırmalar, nerede ve nasıl fotoğraf çekebilecekleri konusunda yol gösterici niteliğindedir.
- Fotoğraf turistleri zaman zaman farklı turizm türleriyle örtüşebilir. Örneğin; macera arayışıyla seyahat eden bir birey deneyimlerini fotoğraflamak isteyebilir veya gastronomi turizmine katılan bir kişi yerel yemeklerin fotoğraflarını çekebilir (Kocabayraktar ve Yetiş 2024).

5.3. Gastronomi Turizmi

Turizm, kalıcı ikamet amacı taşımayan seyahatleri ve bu süreçte ev sahibi ülkelerin kurum ve kuruluşları ile turizm işletmelerinin sunduğu imkânları içeren çok yönlü bir faaliyet alanıdır (Hayta 2008; Demir ve diğerleri, 2017). Aynı zamanda, bireylerin yaşadıkları ve çalıştıkları çevre dışına çıkarak farklı bölgelerdeki işletmelerden hizmet ve ürün talebinde bulunmaları sonucunda geçici konaklama ile şekillenen etkinlikler bütünü olarak da tanımlanmaktadır (Netto, 2009; Kozak, 2012; Camilleri, 2017). Bununla birlikte turizm, insanlara yeni deneyimler kazandırmanın ötesinde, ruhsal rahatlama ve yaşam doyumunun artmasına katkı sağlamakta; gerçekleştiği destinasyonlarda ise ekonomik gelişim ve toplumsal kalkınmayı teşvik etmektedir (Öztürk, 2018). Önceki dönemlerde geniş kitlelerin tercih ettiği deniz, kum ve güneş temelli tatiller ön planda iken, günümüzde bireysel tercihlere veya küçük ölçekli gruplara hitap eden alternatif turizm çeşitlerine yönelik ilgi hızla artmaktadır (Özder ve diğerleri, 2012; Gheorghe ve diğerleri, 2014).

Ziyaretçilerin temel motivasyonları arasında, yiyecek ve içeceklerin hangi kültürel bağlamda, hangi yöntemlerle ve hangi mekânlarda üretildiğini öğrenmek ve bunları bizzat deneyimlemek yer almaktadır (Kardeş Çolakoğlu ve Sarıışık, 2023; Akkil ve diğerleri, 2024). Turizm literatüründe farklı ve otantik yiyecek deneyimlerine odaklanan bu tür seyahatleri tanımlamak amacıyla çeşitli kavramların kullanıldığı görülmektedir. Bu bağlamda “beslenme turizmi”, “yiyecek turizmi”, “gurme turizmi”, “gastronomi turizmi”, “mutfak turizmi” ve “gastronomik turizm” gibi terimlerin literatürde birbirinin yerine kullanılabildiği dikkat çekmektedir (Hamlacıbaşı, 2008; Doğdubay ve Giritlioğlu, 2011; Lin ve diğerleri, 2011; Zağralı, 2017; Bilge ve diğerleri, 2021; Torusdağ ve diğerleri, 2022). Gastronomi ve turizm kavramlarının birlikte ele alınışı 1980’li yıllara uzanmaktadır (Sarıışık ve Özbay, 2015). Bu dönemde yapılan çalışmalarda, yiyeceklerin farklı toplumların kültürlerini anlamada ve kültürler arası iletişimde önemli bir unsur olduğu vurgulanmaktadır (Wolf, 2006; Ab Karim ve Chi, 2010). Literatürde gastronomi turizmi kavramının ilk kez 1998 yılında Lucy M. Long tarafından ortaya konulduğu görülmektedir. Long (1998), gastronomi turizmini farklı kültürlerin yiyecekleri aracılığıyla ifade edilmesi, tadılması ve yerinde deneyimlenmesi çerçevesinde ele almıştır (Aksoy ve Sezgi, 2015). Hall ve Mitchell (2000) gerçekleştirdikleri çalışmada gastronomi turizmini, “yalnızca yemeklerin tadılmasını

değil; aynı zamanda yerel üreticilerin ziyaret edilmesini, mutfak kültürünün tanınmasını ve yiyecek odaklı çeşitli etkinliklerin deneyimlenmesini kapsayan bir seyahat türü” olarak tanımlamaktadır (Çalışkan ve Yılmaz, 2016). Gastronomi turizmi en genel anlamıyla; yerli veya uluslararası ölçekte, turistlerin temel motivasyonunun belirli bir yiyecek ya da içeceği tatmak, bunun yanı sıra söz konusu ürünlerin üretim süreçlerini yerinde gözlemlemek olduğu bir turizm türü olarak tanımlanmaktadır. Bu yönüyle gastronomi turizmi, kültürel çevre unsurlarının deneyimlenmesini de içermekte; üretim alanlarının, gastronomi festivallerinin, restoranların ve özgün mekânların ziyaret edilmesi yoluyla sosyal veya lüks nitelikli bir turizm etkinliği şeklinde karşımıza çıkmaktadır (Akgöl, 2012; Gökçe, 2021).

Gastronomi turizmi, bireylerin seyahat ederken belirli yiyecek içecekleri deneyimleme veya üretimden tüketime çeşitli aşamaları gözlemleme arzusunun temel motivasyon olarak ele almaktadır (Hall ve Sharples, 2003). Bu özellik, yeme ve içme eyleminin seyahat planlamasında oynadığı önemli rol sayesinde gastronomi turizmini diğer turizm türlerinden ayırmaktadır (Santich, 2004). Bunun ötesinde, gastronomi turizmi, yalnızca lezzet deneyimi veya üretim süreçlerini gözlemlemekle sınırlı kalmayıp, katılımcılara mutfak kültürünün öğün yapısı, yeme alışkanlıkları ve kültürel yemek pratiklerini detaylı biçimde inceleme imkânı sunmaktadır (Long, 2004).

Gastronomi turizmi farklı motivasyon unsurlarına dayanmaktadır. Bu motivasyonlar sosyal, kültürel, fiziksel ve prestij olmak üzere dört grupta ele alınmaktadır (Guzman ve Canizares, 2011). Sosyal motivasyon kapsamında turistlerin gastronomi faaliyetlerine doğrudan katılım göstermeleri beklenirken kültürel motivasyon ise, farklı bir kültürü tanıma ve öğrenme isteğiyle ilişkilidir. Bu doğrultuda yöresel yemeklerin sunulduğu restoranlar, yerel üretim alanlarına yapılan ziyaretler ve düzenlenen gastronomi festivalleri turistler için önemli çekim unsurları arasında yer almaktadır. Fiziksel motivasyon, bireylerin yaşamlarını sürdürebilmek için duydukları temel beslenme gereksinimine dayanmaktadır. Prestij motivasyonu ise elde edilen gastronomik deneyimlerin sosyal çevrede paylaşılması yoluyla bireylere saygınlık kazandırmaktadır (Kodaş, 2018; Küçükkömürler ve diğerleri, 2018; Madenci, 2020).

Bir destinasyonda yerel anlamda mutfak kültürünü oluşturan unsurların bulunması, o bölgeyi ziyaret edecek gastronomi turistleri açısından özel bir anlam

taşımaktadır (Özgüneş ve Bozok, 2017). Gastronomi turizmi kapsamında yeni tatların keşfine yönelik yapılan seyahatler, yerel mutfak öğelerinin hem ülke içinde hem de uluslararası alanda tanıtılmasına önemli katkılar sunmaktadır. Bu süreç, yöresel mutfak kültürünün bölgenin gastronomik kimliğinin oluşmasında belirleyici rol üstlenmesine imkân vermekte ve söz konusu imajın ziyaretçilerin belleğinde daha kalıcı bir yer edinmesini sağlamaktadır (Üzülmez, 2021). Ayrıca, yöresel mutfaklar kültürel kimliğin korunmasına hizmet ederken, gastronomik mirasın özellikle genç kuşaklar tarafından benimsenmesine ve yaşatılmasına da aracılık etmektedir (Yüncü, 2010; Saçılık, 2020).

5.4. Golf Turizmi

Golf kelimesinin etimolojik kökenine dair “Gentlemen Only, Ladies Forbidden” ifadesinden türediği yönündeki yaygın anlatım, bilimsel olarak doğrulanmamış olup etimolojik temele sahip değildir. Ayrıca golfün yalnızca erkeklere özgü bir spor olduğu yönündeki tarihsel kabul, güncel verilerle desteklenmemekte; günümüzde kadın sporcular profesyonel golf organizasyonlarında etkin biçimde yer almaktadır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012). Golf, özel olarak düzenlenmiş geniş bir doğal alan üzerinde, farklı niteliklere sahip golf sopaları ve sert yapılı küçük bir top aracılığıyla icra edilen; temel amacı ise sahada yer alan 18 parkuru en az vuruşla tamamlamak olan bir spor türüdür (Boz ve diğerleri, 2015).

Golfün hangi coğrafyada ve hangi dönemde ortaya çıktığı kesin biçimde belirlenememekle birlikte, literatürde 15. yüzyıl itibarıyla İskoçya’da yaygınlaşarak toplumsal bir kabul gördüğü ve zamanla İskoç kültürünün karakteristik unsurlarından biri hâline geldiği bilinmektedir (Akova, 1996). Nitekim “golf” teriminin 1457 yılında İskoçya’da resmî kayıtlarda yer alması, oyunun bu dönemdeki toplumsal bilinirliğini destekler niteliktedir. Ancak Çin’de gerçekleştirilen arkeolojik ve tarihsel araştırmalar, modern golfün yapısal özellikleriyle benzerlik gösteren bir oyunun, İskoçya’daki ilk örneklerden yaklaşık beş yüzyıl önce Çin’de oynandığını ortaya koymuştur. Bu bulgular, golfün kökenine ilişkin kabul gören anlatıları yeniden değerlendirmeyi gerektirmekte ve sporun tarihsel gelişimine yönelik daha geniş bir perspektif sunmaktadır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012). Golf sporunun tarihine ilişkin en erken kanıtlardan biri de Kral II. James tarafından hazırlanan 1457 tarihli belgede görülmekte ve bu kaynak, oyunun 15. yüzyıldan daha önce de oynandığını göstermektedir. Sporun geniş kitlelere yayılması ise

20. yüzyılın başlarında hız kazanmış; günümüzde geçerli olan temel kurallar ise 1967 yılında netleşmiştir (Gökdeniz, 1995). Son yıllarda golfün her yaş grubundan birey tarafından kolaylıkla uygulanabilir hâle gelmesi ve modern kentleşme anlayışıyla birlikte yeşil alanların öneminin artması, hem golf saha sayısında artışa hem de spora yönelen birey sayısında belirgin bir yükselişe zemin hazırlamıştır. Batı ülkelerinde daha hızlı bir gelişim gösteren golf, zaman içinde küreselleşerek dünya genelinde yaygın olarak tercih edilen bir spor niteliği kazanmıştır (Doğan, 2025).

Golf turizmi, bireylerin ikamet ettikleri yerlerden ayrılarak golf faaliyetlerine aktif ya da izleyici konumunda katılmaları sonucunda ortaya çıkan etkileşim ve ilişkiler bütünü olarak değerlendirilmektedir (Çetin, 2008). Bu kapsamda golf turizmi, kişilerin ulusal ya da uluslararası ölçekte gerçekleştirdikleri ve golf sporuna aktif veya pasif biçimde dâhil olmayı amaçladıkları; bunun yanında destinasyonun kültürel olanaklarından da faydalanmaya imkân veren seyahatler neticesinde gelişen, lüks nitelikli bir niş turizm türü şeklinde de tanımlanmaktadır (Gökçe, 2021). Simon'a (2010) göre ise golf turizmi, bireylerin ikamet ettikleri yerin dışında, ticari bir amaç gütmeksizin golf oynama motivasyonu ile gerçekleştirdikleri seyahatler sonucunda ortaya çıkan özel bir turizm türüdür. Bu kapsamda golf turizmi; golf sahalarına erişim, konaklama, ulaşım ve destinasyondaki rekreasyonel olanakları kapsayan ve golf turizmi alanında uzmanlaşmış seyahat acenteleri tarafından planlanan ve koordine edilen hizmetlerden oluşmaktadır. Golf amacıyla gerçekleştirilen bu seyahatler, yalnızca spor faaliyetini değil, aynı zamanda destinasyonun sunduğu boş zaman olanaklarından yararlanmayı ve yerel turistik çekiciliklerle etkileşimi de içeren bütüncül bir deneyim alanı yaratmaktadır (Song ve diğerleri, 2017).

Golf turizmi, turizm endüstrisi içinde büyüme hızı en yüksek alanlardan biri olarak tanımlanmakta ve bu hızlı gelişim süreci golfü çağdaş turizm yapısının öne çıkan bileşenlerinden biri hâline getirmektedir (Hudson ve Hudson, 2014; Şen ve Akel, 2021). Küresel ölçekte değerlendirildiğinde, golf sporuna aktif olarak katılan kişi sayısının yaklaşık 56 milyon olduğu ve sektörün yıllık ekonomik büyüklüğünün 20 milyar dolara ulaştığı belirtilmektedir. Bu durum golfün uluslararası ölçekte geniş ve güçlü bir pazar yapısına sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca golf turizmi, mevsimsellik etkisini azaltarak turistik talebin yıl geneline yayılmasına imkân tanıyan stratejik bir turizm faaliyeti olarak görülmektedir. Bu doğrultuda, ulusal ve bölgesel turizm otoritelerinin,

uluslararası golf turistlerini destinasyonlara çekmek amacıyla planlama, yatırım ve geliştirme odaklı çeşitli politikalar ve uygulamalar geliştirilmektedir. (Çetinkaya ve diğerleri, 2019).

Golf turizmi, çoğunlukla yüksek gelir grubuna dâhil olan ve orta ile ileri yaş aralığındaki bireyler tarafından tercih edilen bir turizm türü olarak ele alınmaktadır. Golf sahalarının kurulacağı bölgelerin belirlenmesinde; arazi ve toprak özelliklerinin uygunluğu, iklim koşulları, hava ulaşımına erişim olanakları ve yüksek standartlı konaklama tesislerinin varlığı temel belirleyiciler arasında yer almaktadır (Demir, 2017; Cham ve diğerleri, 2022). Golf turizmi, ağırlıklı olarak rekreasyonel nitelik taşımakla birlikte, iş toplantıları ve kurumsal motivasyon uygulamalarıyla ilişkilendirilmesi nedeniyle iş turizmiyle de kesişmektedir. Başlangıçta alternatif turizmin bir unsuru olarak değerlendirilen golf turizmi, zamanla güçlü turizm altyapısına sahip ve iklim avantajı bulunan destinasyonlarda kitle turizmiyle bütünleşerek özellikle düşük sezonda talep yaratmada işlevsel bir rol üstlenmiştir. Ulusal ve uluslararası ölçekte gerçekleşebilen golf turizmi, golfçülerin motivasyonları ve destinasyonların özelliklerine bağlı olarak belirli bölgelerin “gönderen” ya da “çeken” merkezler hâline gelmesine yol açmaktadır (Rahmalaroğlu, 2019).

Dünya genelinde golf turizminin yaygınlık kazanmasında medyanın golf sporuna yönelik artan ilgisi belirleyici bir rol oynamıştır. Özellikle 1960’lı yıllarda düzenlenen turnuvalarda öne çıkan başarılı sporcuların televizyon ve yazılı basında geniş yer bulması, golfün görünürlüğünü artırarak oyuna olan ilgiyi güçlendirmiştir. Bunun yanı sıra, uluslararası düzeyde tanınmış golfçülerin golf sahası tasarımlarında aktif rol almaları, golf turizminin gelişimine önemli katkılar sağlamıştır. Greg Norman ve Bernard Langer gibi dünya çapında bilinen sporcular tarafından tasarlanan sahalara, prestij unsuru kazanarak uluslararası ölçekte çekim merkezleri hâline gelmiştir. Bu unsurların bir araya gelmesi, golfün küresel ölçekte yayılmasını hızlandırmış; golf oynama ve izleme talebinin artmasına yol açmıştır (Yılmaz, 2011). Artan bu talep, golf turizmini mevsimsellik sorununu azaltan stratejik bir araç hâline getirerek birçok destinasyon için önemli bir fırsat yaratmıştır. Geleneksel olarak deniz, kum ve güneş turizmiyle öne çıkan bölgeler, golf sahalarını turistik ürün çeşitlendirme aracı olarak kullanarak sezonu uzatmaya yönelmiş; İspanya’daki Costa del Sol’un “Costa del Golf” markasıyla

pazarlanması bu yaklaşımın öne çıkan örneklerinden biri olmuştur (Hudson ve Hudson, 2014).

Türkiye’de golf turizminin kökeni 19. yüzyılın sonlarına uzanmakta olup, 1895 yılında İstanbul Golf Kulübü’nün kurulmasıyla kurumsal bir yapı kazanmıştır. Erken dönemde İstanbul, İzmir ve Ankara’da çeşitli golf kulüpleri faaliyete geçmiş olsa da bu girişimler uzun süreli ve istikrarlı bir gelişim gösterememiştir. 1980’li yıllarda durgunluk yaşayan golf turizmi, 1990’ların ortalarından itibaren yeni yatırımların artması ve Türkiye Golf Federasyonu’nun kurulmasıyla birlikte yeniden canlanmıştır. Küresel ölçekte hızlı büyüyen golf turizmi, bu süreçte Türkiye için de stratejik bir turizm ürünü hâline gelmiş; özellikle Antalya/Belek başta olmak üzere belirli destinasyonlarda yoğunlaşmıştır. Günümüzde golf sahalarının büyük alan gereksinimi ve kent yaşamının zaman kısıtları, golf turizminin mekânsal ve işlevsel sınırlarını belirleyen temel unsurlar arasında yer almakta; bu durum golfün daha erişilebilir ve rekreatif biçimlerde ele alınmasına yönelik alternatif yaklaşımları gündeme getirmektedir (Doğan, 2025).

Golf turizmi, destinasyonlar üzerinde yarattığı etkiler bakımından yalnızca ekonomik getirilerle değil, çevresel ve sosyokültürel sonuçlarıyla birlikte ele alınması gereken bir turizm türüdür. Yüksek harcama kapasitesine sahip ziyaretçileri özellikle sezon dışı dönemlerde çekebilmesi, turizm talebinin yıl geneline yayılmasına, ürün çeşitliliğinin artırılmasına ve istihdam olanaklarının geliştirilmesine katkı sağlayabilmektedir. Buna karşılık golf sahalarının geniş arazi gereksinimi, yoğun su kullanımı ve bakım sürecinde kullanılan kimyasal girdiler, doğal kaynaklar ve ekosistemler üzerinde ciddi baskılar oluşturabilmektedir. Ayrıca, yerel halkın karar alma süreçlerine yeterince dâhil edilmediği yatırımlar, çevresel tahribatın yanı sıra sosyokültürel kayıplara ve toplumsal çatışmalara yol açabilmektedir. Bu bağlamda golf turizminin planlanmasında ekonomik faydalar kadar çevresel sürdürülebilirlik, yerel katılım ve toplumsal kabulün birlikte gözetilmesi, dengeli ve uzun vadeli bir turizm gelişimi için temel bir gereklilik olarak değerlendirilmektedir (Akoğlu Kozak ve Bahçe, 2012).

5.5. Sağlık Turizmi

Sağlık, bireyin fiziksel, sosyal ve psikolojik açıdan iyi olma hâlini ifade eden çok boyutlu bir kavram olarak ele alınmaktadır (Yirik, 2014). Bununla birlikte “sağlık”

kavramı, tarihsel süreç içerisinde farklı anlamlar kazanmış ve zaman zaman karmaşık bir içerik taşımıştır. Kavrama olumsuz bir çerçeveden yaklaşıldığında, odak noktasını hastalıklar oluşturmakta ve sağlık, hastalık durumunun bulunmaması şeklinde yorumlanmaktadır. Buna karşılık olumlu yaklaşımlar, bireyin zihinsel ve fiziksel uyumu başta olmak üzere bedensel ve ruhsal yeterlilik düzeyine vurgu yapmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü, sağlığı yalnızca hastalığın yokluğu olarak değil; bireyin zihinsel, fiziksel ve sosyal yönlerden tam bir iyilik hâli içerisinde bulunması şeklinde tanımlamaktadır (İçöz, 2009; Çam ve Çılgınoğlu, 2021).

Genel bir bakış açısıyla sağlık, bir toplumda yaşayan bireylerin hastalık, rahatsızlık ve engellilik durumlarının bulunmamasının ötesinde; bireylerin zihinsel, fiziksel, ekonomik ve sosyal açılardan uyum ve huzur içinde yaşamlarını sürdürebilmelerini ifade etmektedir (Dikmetaş Yardan ve diğerleri, 2014). Sağlığın insanlar açısından taşıdığı hayati önem, sağlık ve tedavi amacıyla gerçekleştirilen seyahatlerin günümüzde giderek artmasına zemin hazırlamaktadır. Ekonomik, teknolojik ve toplumsal imkânlardaki gelişmelerle paralel biçimde artış gösteren bu seyahatler, çoğu zaman bireyler için zorunlu bir gereklilik niteliği taşımaktadır (Öztürk ve Bayat, 2011). Sağlık unsuru, bireyleri turizm faaliyetlerine yönlendiren temel etkenlerden biri olup, bu yönelim kimi durumlarda kaybedilen sağlığın yeniden kazanılması amacıyla ortaya çıkarken, kimi durumlarda ise mevcut sağlığın korunması ve sürdürülmesi hedefiyle gerçekleşmektedir (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002).

Sağlık, bireyin yaşamını nitelikli biçimde sürdürebilmesinin ön koşullarından biri olup insan hayatının vazgeçilmez bir bileşeni olarak değerlendirilmektedir. Turizm türleri içerisinde yer alan sağlık turizmi ise, bu alana yönelen ülkeler için önemli bir ekonomik değer ve gelir kaynağı oluşturmaktadır. Sağlık turizmi kapsamında sunulan altyapı ve üstyapı olanaklarının yeterliliği ve gelişmişlik düzeyi, sağlık amacıyla seyahat eden turistlerin destinasyon seçimlerinde belirleyici bir rol oynamaktadır (Çam ve Çılgınoğlu, 2021). Gelişmiş ülkelerde nüfusun hızla yaşlanmasına bağlı olarak sağlık harcamalarının artması, sosyal güvenlik sistemlerinin finansal açıdan zorlanması ve ulaşım teknolojilerinde kaydedilen ilerlemeler, tedavi amacıyla gerçekleştirilen uluslararası seyahatlerin ortaya çıkmasında belirleyici olmuştur. Bunun yanı sıra bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ile bireylerin sağlık hizmetlerine ve tedavi seçeneklerine

ilişkin bilgiye daha kolay erişebilmesi, tedavi amaçlı seyahatleri teşvik eden temel unsurlar arasında yer almaktadır.

Dünya genelinde sağlık ve termal turizm alanında yaşanan gelişmelere paralel olarak çok sayıda yeni tesis faaliyete geçirilmekte; mevcut tesislerde ise kapsamlı yenileme ve modernizasyon çalışmaları yapılmaktadır. Söz konusu düzenlemeler yalnızca hızla artan yaşlı nüfusun ihtiyaçlarına yönelik olmayıp, aynı zamanda tedavi olmak veya tıbbi teknolojiye yeniliklerden yararlanmak isteyen genel nüfusa da hizmet edecek şekilde planlanmaktadır (Altın ve diğerleri, 2012).

Sağlık turizmi, bireylerin sağlıkla ilgili koruyucu, tedavi edici ve iyileştirici nitelikteki tüm uygulamalardan yararlanmak amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatlerde, bu hizmetlerin konaklama ve ulaşım gibi turizm unsurlarıyla bütünleşik biçimde sunulmasını ifade eden bir turizm türü olarak tanımlanmaktadır (Çelik, 2009). Bir başka tanıma göre sağlık turizmi, bireylerin iç veya uluslararası ölçekte gerçekleştirdikleri seyahatler aracılığıyla; doğal ve kültürel çevre unsurlarından yararlanarak tıbbi ve sağlık odaklı faaliyetlere katıldıkları, bu süreçte fiziksel, zihinsel ve/veya ruhsal iyilik hâllerini geliştirmeyi amaçlayan bir turizm türü olarak değerlendirilmektedir. Bu seyahatler, bireylerin kişisel gereksinimlerini karşılamalarının yanı sıra, içinde bulundukları çevre ve toplumda daha etkin ve işlevsel bireyler olmalarına katkı sağlayan sosyal ya da lüks nitelikli alternatif ve niş turizm uygulamalarını da kapsamaktadır (Gökçe, 2021). Sağlık turizmi, bir destinasyona turist çekebilmek amacıyla turistik faaliyetlerin tıbbi bakım ve sağlık hizmetleriyle bütünleştirilmesi sonucu ortaya çıkan bir turizm türü olarak değerlendirilmektedir. Bu kapsamda bireyler, özellikle sağlıkla ilgili sorunlarının giderilmesi amacıyla iklimsel özellikler, deniz, mağara, çamur, kaplıca ve şifalı sular gibi doğal kaynaklardan ve çeşitli sağlık hizmetlerinden yararlanmak üzere seyahat etmektedir. Söz konusu seyahatler yalnızca tedavi odaklı olmayıp; dinlenme, eğlenme, kür uygulamaları, konaklama ve beslenme gibi unsurları da içeren çok yönlü bir turizm hareketi niteliği taşımaktadır (Denizli, 2020).

Sağlık turizminin ortaya çıkışında ve küresel ölçekte yaygınlaşmasında, sağlık sistemlerine ilişkin yapısal dönüşümler ve teknolojik gelişmeler belirleyici olmuştur. Özellikle gelişmiş ülkelerde sağlık hizmetlerinin giderek pahalılaşması, sosyal güvenlik mekanizmalarının sürdürülebilirliğini zorlamış; yaşlı nüfus oranındaki artış ve sağlık

hizmetlerine olan talebin yoğunlaşması, bireyleri ülke dışındaki tedavi seçeneklerini değerlendirmeye yöneltmiştir. Buna ek olarak ulaşım ve iletişim alanındaki ilerlemeler, hastaların farklı ülkelerde sunulan sağlık hizmetlerine erişimini kolaylaştırarak sağlık turizmini cazip bir alternatif hâline getirmiştir (Aydın, 2012). Bu bağlamda sağlık turizminin gelişimini etkileyen temel unsurlar aşağıda sıralanmaktadır (Zengingönül, 2012):

- a) Küresel nüfus artışı ve yaşam standartlarının yükselmesiyle birlikte birçok ülkede sağlık hizmetlerinin maliyeti artmış; bu durum, daha uygun fiyatlı ve nitelikli tedavi olanakları sunan ülkelere yönelimi hızlandırmıştır.
- b) Özellikle ileri düzey tıbbi müdahaleler gerektiren hastalıklarda, farklı ülkelerde sunulan sağlık hizmetleri sayesinde bireyler önemli ölçüde ekonomik avantaj elde edebilmektedir.
- c) Hastalar, kendi ülkelerinde sınırlı olan veya erişimi güçleşen sağlık hizmetlerine, başka ülkelerde daha gelişmiş teknoloji ve uzmanlık düzeyiyle ulaşabilme olanağına kavuşmuştur.
- d) Sağlık sigortalarının kapsamı, geri ödeme koşulları ve bürokratik sınırlılıklar, hastaların alternatif sağlık sistemlerini araştırmalarını teşvik etmiştir.
- e) Uzun bekleme listeleri, hastaların tedavilerini gecikmeden alabilecekleri ülkelere yönelmesini önemli ölçüde artırmıştır.
- f) Tedavi sürecinin, destinasyonda sunulan dinlenme ve turistik olanaklarla birleştirilebilmesi, sağlık turizmini yalnızca tıbbi değil aynı zamanda deneyim odaklı bir faaliyet alanına dönüştürmüştür.
- g) Ulaşım maliyetlerinin azalması ve dijital medya aracılığıyla sağlık hizmetlerine ilişkin bilginin hızla yayılması, sağlık turizminin uluslararası ölçekte görünürlüğünü ve talebini artıran önemli faktörler arasında yer almıştır.

Sağlık turizmi, kökenleri Antik Çağ'a uzanan ve dönemsel koşullara bağlı olarak dönüşüm geçiren bir olgudur. Antik Yunan'da termal kaynaklar etrafında şekillenen sağlık amaçlı yolculuklar, 18. yüzyılda varlıklı Avrupalıların kaplıca tedavileri için farklı coğrafyalara yönelmesiyle yaygınlaşmış; günümüzde ise daha çok düşük maliyetli, bekleme süreleri kısa ve nitelikli sağlık hizmeti sunan ülkelere doğru kaymıştır. Bu çerçevede Hindistan, Tayland, Singapur ve Kosta Rika gibi ülkeler sağlık turizmi açısından öne çıkmaktadır. Küreselleşme, iletişim teknolojilerinin gelişimi ve uluslararası

ulaşımın kolaylaşması, bireylerin farklı ülkelerde sunulan sağlık hizmetlerine erişimini artırmış; maliyet avantajı ve hizmet kalitesi sağlık amaçlı seyahatlerde belirleyici unsurlar hâline gelmiştir. Sağlık turizminin önemli bir bileşeni olan medikal turizm ise diş, göz, estetik, kalp-damar ve ortopedik müdahaleler gibi cerrahi uygulamaları kapsamaktadır. Özellikle gelişmiş ülkelere kıyasla daha ekonomik ancak benzer standartlarda hizmet sunabilen bölgeler, medikal seyahatlerin yoğunlaştığı merkezler olarak öne çıkmakta; bu süreçte turistik çekicilikten ziyade kalite ve maliyet etkinliği temel tercih kriterlerini oluşturmaktadır (Aydın, 2012).

Türkiye’de sağlık turizmi, farklı kamu kurumlarının üstlendiği planlama, düzenleme ve denetim görevleri doğrultusunda kurumsal bir yapı içinde gelişim göstermiştir. Turizm ve sağlık alanlarına yönelik genel politika ve teşvikler, uzun süre Devlet Planlama Teşkilatı tarafından yürütülen kalkınma planları kapsamında ele alınmış; sağlık turizmi bu çerçevede stratejik bir yatırım alanı olarak değerlendirilmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı, konaklama ve seyahat hizmetleri başta olmak üzere sektöre yönelik düzenleyici ve denetleyici bir rol üstlenirken, Sağlık Bakanlığı sağlık kuruluşlarının açılması, sağlık insan kaynağının yetiştirilmesi ve sunulan hizmetlerin denetiminden sorumlu olmuştur. Sağlık turistlerine yönelik hizmetlerin etkin ve kaliteli biçimde sunulabilmesi, bu iki bakanlık arasında koordinasyonu zorunlu kılmış; söz konusu iş birliği çok yıllık kalkınma planları ve ulusal turizm stratejileriyle desteklenmiştir (İçöz, 2009). Nitekim son dönem kalkınma planlarında sağlık turizmine ilişkin hedeflere açık biçimde yer verildiği görülmektedir. Bununla birlikte, Sağlık Bakanlığı bünyesinde medikal turizmin geliştirilmesine yönelik özel bir yapılanma oluşturulmuş; Türkiye Turizm Stratejisi 2023 belgesinde sağlık turizmi öncelikli alanlardan biri olarak tanımlanmıştır. Resmî veriler de bu alandaki ilerlemeyi ortaya koymaktadır. 2004 yılının ilk on ayına ilişkin bulgular, özel hastanelerde tedavi gören yabancı hasta sayısının on binlerle ifade edildiğini; kamu hastanelerinin de dâhil edilmesiyle bu sayının daha da yükseldiğini göstermektedir. Yabancı hastaların ağırlıklı olarak Avrupa Birliği ülkelerinden gelmesi ise Türkiye’nin sağlık turizminde Avrupa pazarıyla güçlü bir bağa sahip olduğuna işaret etmektedir (Altın ve diğerleri, 2012).

Sağlık turizmine ilişkin alanyazında, sağlık amacıyla gerçekleştirilen seyahatlerin üç temel başlık altında ele alındığı görülmektedir. Sağlık turizmi; medikal turizm, termal

ile spa-wellness turizmi ve ileri yaş ile engelli turizmi olmak üzere üç ana gruptan oluşmaktadır (Aktepe, 2013).

a) Medikal Turizm

Medikal tedavi hizmetlerine erişim amacıyla bireylerin ülke sınırları dışına yönelmesini kapsayan sağlık turizmi, hem akademik çalışmalarda hem de popüler medyada giderek artan bir ilgi odağı hâline gelmiştir. Medikal turizm, tedavi ya da cerrahi müdahale amacıyla gerçekleştirilen denizaşırı seyahatlerde yaşanan hızlı artışın bir sonucu olarak ortaya çıkan ve günümüzde belirgin bir niş pazar niteliği kazanan bir alan olarak değerlendirilmektedir. Bu eğilimin küresel ölçekte hızla yaygınlaştığı ve farklı coğrafyalarda gelişim gösterdiği ifade edilmektedir (Horowitz, 2007; Lunt ve diğerleri, 2011). Medikal turizm kapsamında tercih edilen hizmetler arasında kardiyovasküler cerrahi, radyoterapi uygulamaları gibi ileri teknolojiye dayalı tedavi yöntemleri; böbrek, karaciğer ve kalp nakilleri gibi organ transplantasyonları; tüp bebek ve intravaginal fertilizasyon başta olmak üzere infertiliteye yönelik uygulamalar yer almaktadır. Bunlara ek olarak saç ekimi, yüz germe ve rinoplasti gibi estetik ve rekonstrüktif cerrahi işlemler ile göz, diş ve diyaliz tedavileri de medikal turizmi motive eden başlıca nedenler arasında sayılmaktadır (Garcia, 2006).

b) Termal ve Spa-Wellness Turizmi

Sıcak su kaynakları, insanlık tarihi boyunca önemli bir yere sahip olmuş; özellikle ilk çağlardan itibaren yerleşim alanlarının belirlenmesinde etkili bir unsur olarak değerlendirilmiştir. Bu kaynaklardan içme, kullanma ve tedavi edici özellikleri nedeniyle şifalı su olarak yararlanılmıştır. Termal turizm, doğal yollarla yeryüzüne çıkan, belirli bir sıcaklığa ve mineral içeriğine sahip termal suların yanı sıra şifalı çamur ve buharların bulunduğu bölgelerde, o bölgeye özgü iklim koşulları çerçevesinde gerçekleştirilen bir turizm türü olarak tanımlanmaktadır (Kantar ve Işık, 2014). Wellness kavramı ve buna dayalı yaklaşım, 1959 yılında Amerikalı hekim Halbert Luis Dunn tarafından geliştirilmiş olup; bireyin beden, zihin ve ruh sağlığını dengede tutmayı ve geliştirmeyi amaçlayan bir yaşam biçimi felsefesi olarak ifade edilmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıkan wellness anlayışı, sağlığa bütüncül bir perspektiften yaklaşan ve sürekli gelişim gösteren çağdaş bir sağlık anlayışını temsil etmektedir (Güleç, 2011; Brandão ve diğerleri, 2021). Termal ve spa-wellness turizmi ise, hastalık sonrası rehabilitasyon

süreçlerinde ya da kalıcı etki bırakan sağlık sorunlarının kısmen iyileştirilmesi amacıyla, kaplıca ve spa merkezlerinde görev yapan yardımcı sağlık personeli veya yetkili uzmanlar tarafından uygulanan destekleyici ve rehabilite edici tedavilerin tümünü kapsayan bir turizm türü olarak değerlendirilmektedir (Tontuş, 2015).

c) İleri Yaş ve Engelli Turizmi

İleri yaş ve engelli turizmi, yaşlı ve engelli bireylerin bakım, tedavi ve rehabilitasyon gereksinimlerinin karşılanması amacıyla; klinik konukevleri, geriatrik tedavi merkezleri ve bakım evlerinde, bu alanda eğitim almış ve sertifikalandırılmış personel tarafından sunulan hizmetlerin tamamını kapsamaktadır. Bu bağlamda, günlük yaşam faaliyetlerinde desteğe ihtiyaç duyan yaşlı bireylerin, bakım gereksinimlerini karşılayabilmek amacıyla ülke sınırları dışına yönelmeleri ise yaşlı turizmi kavramı çerçevesinde değerlendirilmektedir (Özsarı ve Karatana, 2013; Saygılı ve diğerleri, 2021).

Tüm bu gelişmelere ve sağlık turizminin farklı alt türlerine yönelik artan ilgiye karşın, Türkiye'nin mevcut potansiyelini bütüncül bir yaklaşımla değerlendirebildiğini söylemek güçtür. Nitekim pek çok üniversitede uluslararası düzeyde rekabet edebilecek nitelikte tıp fakülteleri ve araştırma hastaneleri bulunmasına rağmen, ülkenin sağlık turizmi politikalarının büyük ölçüde geleneksel biçimde termal ve spa turizmi ekseninde şekillendiği görülmektedir. Oysa Türkiye, sahip olduğu ileri tıbbi altyapı ve insan kaynağı ile tedavi odaklı sağlık turizmi potansiyelini; termal, spa ve wellness gibi alanlarla bütünleştirerek daha güçlü ve sürdürülebilir bir sağlık turizmi modeli geliştirebilecek konumdadır. Bu bütünleşmenin sağlanamaması, Türkiye'nin sağlık turizmi alanındaki rekabet gücünün tam anlamıyla ortaya konulmasını sınırlamakta; geleceğe yönelik stratejik planlamalarda daha entegre ve çok boyutlu yaklaşımlara duyulan ihtiyacı açık biçimde ortaya koymaktadır (Akoğlu Kozak ve Bahçe, 2012).

5.6. Spor Turizmi

Spor çoğu zaman dar bir çerçevede değerlendirilmekte ve daha çok rekabet unsuruna dayalı etkinliklerle ilişkilendirilmektedir. Bu bakış açısında spor; belirli bir zaman ve mekân içerisinde, resmileştirilmiş kurallar çerçevesinde gerçekleştirilen ve fiziksel çabanın ön planda olduğu faaliyetler bütünü olarak ele alınmaktadır. Sporun tarihsel geçmişi ve gelenekleri bulunan, rollerin ve ilişkilerin açık kurallarla tanımlandığı,

rekabet yoluyla fiziksel performansın vurgulandığı etkinlikler olarak tanımlamaktadır (Delpy, 1998). Bununla birlikte, spor kavramına ilişkin daha geniş yaklaşımlar da mevcuttur. Bu yaklaşımlar, sporu yalnızca rekabetçi faaliyetlerle sınırlı görmemekte; rekreasyon, sağlık ve bireysel iyi oluş gibi unsurları da kapsayan çok boyutlu bir olgu olarak ele almaktadır. Uluslararası düzeyde benimsenen “Herkes için Spor” anlayışı, bireylerin ister düşük yoğunluklu yürüyüş gibi pasif etkinliklere ister takım sporları gibi daha yoğun fiziksel aktivitelere katılımını teşvik eden kapsayıcı bir yaklaşımı ifade etmektedir (Turco ve Eisenhardt, 1998). Sözcüğün kökenine bakıldığında ise spor teriminin, “başka yöne çevirmek” anlamına gelen disport kelimesinden türediği görülmektedir. Bu etimolojik anlam, sporun bireylerin gündelik yaşamın baskılarından uzaklaşmasına ve zihinsel olarak farklı bir odak noktası bulmasına olanak tanıyan bir etkinlik alanı olduğunu ortaya koymaktadır (Gökçe, 2021).

Yaşam standartlarındaki yükselme, bireylerin boş zamanlarını daha planlı ve çeşitlendirilmiş etkinliklerle değerlendirme eğilimini artırmıştır. Bu süreçte sportif faaliyetler, turizm hareketleri içerisinde giderek daha görünür bir konuma gelmiştir. Spor turizmi, bireylerin sporla ilişkili etkinliklere katılmak ya da bu etkinlikleri izlemek amacıyla gerçekleştirdikleri seyahat deneyimi olarak ele alınmaktadır (Ross, 2001). Aynı zamanda, kişilerin ikamet ettikleri yerin dışında spor faaliyetlerine aktif ya da pasif biçimde dâhil olma amacıyla gerçekleştirdikleri ve ticari bir kazanç hedefi taşımayan seyahatler de spor turizmi kapsamında değerlendirilmektedir. Bu bağlamda su altı dalışı, hava sporları, dağcılık, kış sporları, akarsu sporları, futbol organizasyonları, av turizmi, golf, atlı doğa yürüyüşleri, sportif olta balıkçılığı ve kuş gözlemciliği gibi faaliyetler spor turizminin başlıca uygulama alanları arasında yer almaktadır (Erdem ve Girgin, 2008). Spor turizmi, bireylerin sportif organizasyonlara doğrudan katılmak ya da bu etkinlikleri izlemek amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatleri kapsayan ve günümüzde hızlı bir gelişim gösteren bir endüstri alanı olarak değerlendirilmektedir. Bu turizm türü; destinasyonlar ve yerel topluluklar üzerindeki ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkileri bakımından akademik yazında ayrıntılı biçimde ele alınmakta ve çok boyutlu sonuçlarıyla tartışılmaktadır. Spor turizmi literatüründe, bu alanın sert ve yumuşak spor turizmi olmak üzere iki temel kategoride incelendiği görülmektedir (Gammon ve Robinson, 2003). Sert spor turizmi, Olimpiyat Oyunları, FIFA Dünya Kupası ve Formula 1 gibi büyük ölçekli ve uluslararası nitelik taşıyan organizasyonları izlemek amacıyla çok sayıda ziyaretçinin

belirli bir destinasyona çekilmesine dayanan etkinlik odaklı bir yapıyı ifade etmektedir. Buna karşılık yumuşak spor turizmi, rekreasyonel nitelik taşıyan ortamlara yönelen ve yürüyüş, kayak, rafting gibi boş zaman etkinliklerine katılım amacıyla seyahat eden turistleri kapsamaktadır (Çetin, 2023).

Spor turizmi, sporla ilişkili faaliyetlerin seyahat motivasyonu hâline gelmesiyle ortaya çıkan ve farklı katılım biçimlerine göre çeşitlenen bir turizm türü olarak ele alınmaktadır. Literatürde farklı yaklaşımlar bulunmakla birlikte, spor turizmi; doğal çevrede gerçekleştirilen ve aktif katılım gerektiren faaliyetler, kar ve buz koşullarına bağlı olarak gelişen kış sporları, akarsu, göl ve deniz ortamlarında yapılan su sporları, bireylerin izleyici konumunda yer aldığı büyük ölçekli spor organizasyonları ile sporun tarihsel ve kültürel boyutuna odaklanan nostalji temelli ziyaretler şeklinde sınıflandırılabilir. Bu çerçevede spor turizmi; fiziksel aktivite, rekreasyon, izleme deneyimi ve kültürel mirasla etkileşimi bir arada sunan çok boyutlu bir turistik hareketlilik alanı oluşturmakta; katılım düzeyi, mekânsal özellikler ve deneyim motivasyonları açısından farklılaşan yapısıyla özel ilgi turizmi kapsamında değerlendirilmektedir (Batman ve Eraslan, 2007).

Dünya genelinde spor turizmi kapsamında her yıl çok yüksek tutarlarda turist harcaması gerçekleşmekte ve bu alana yönelik çok sayıda organizasyon düzenlenmektedir. Günümüzde pek çok şehir ve bölge, ulusal ve uluslararası düzeyde spor etkinliklerine ev sahipliği yapmakta; Fransa, Kanada, İngiltere ve İspanya gibi ülkelerde ile Katalonya, Victoria ve Winnipeg gibi destinasyonlarda spor turizmi, turizm gelişimini tetikleyen bir unsur niteliği kazanmıştır. Turizm endüstrisi içerisinde giderek belirginleşen bir niş pazar olarak spor turizmi, destinasyonlara yalnızca sportif ve turistik açıdan değil, aynı zamanda ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel boyutlarda da önemli katkılar sunmaktadır. Özellikle kentsel ve kırsal alanları bünyesinde barındıran ve gelişme sürecindeki destinasyonlar açısından spor turizmi, ekonomik canlanmayı ve toplumsal dönüşümü destekleyen temel faktörlerden biri olarak değerlendirilmekte; iç turizm hareketlerinin canlılık kazanmasında da etkili olmaktadır (Akyol ve Akkaşoğlu, 2021). Ulusal ve uluslararası spor organizasyonlarının tanınırlığının artması, aktif katılıma dayalı sportif faaliyetlerin birey sağlığı üzerindeki olumlu etkileri, merkezi ve yerel yönetimlerin spora ve organizasyonlara verdikleri destekler ile yıl boyunca devam eden sportif etkinliklere katılımcı ve izleyici ilgisinin sürmesi, spor ve turizm

faaliyetlerinin birlikte ele alınmasını gerekli kılmaktadır. Özellikle büyük ölçekli spor organizasyonları, kentlerin kültürel gelişimine katkı sağlamakta; bu organizasyonlar doğrultusunda yapılan yatırımlar kentsel yaşam kalitesini artırmaktadır. Yerel ölçekte ise spor etkinlikleri; tanıtım, reklam, kentsel çevre düzenlemeleri, tesis ve altyapı gelişimi ile kalkınma süreçlerine katkı sunmakta ve destinasyonların spor turizmi potansiyelini güçlendirmektedir (Karaca, 2012). Günümüz turizm anlayışında deneyim düzeyi artan turistler, daha özgün ve alternatif turizm türlerine yönelmektedir. Sportif faaliyetleri turizm deneyimiyle bütünleştirmek isteyen ziyaretçiler, aynı zamanda farklı ve özel nitelikteki spor etkinliklerine katılma isteği taşımaktadır. Bu eğilim, spor turizmine katılan bireylerin konaklama sürelerini ve ziyaret sıklıklarını artırırken, harcama düzeylerini de yükseltmektedir. Söz konusu talep yapısı, turizm ve spor alanında faaliyet gösteren işletmeleri de etkilemiş; sporla ilgilenen yerli ve yabancı turistlerin beklentilerini karşılayabilecek yeni yatırımların ve tesisleşme girişimlerinin hayata geçirilmesine zemin hazırlamıştır (Albayrak, 2013).

5.7. Şarap Turizmi

Üzüm ve şarap, insanlık tarihiyle iç içe gelişmiş kadim ürünler arasında yer almaktadır. Üzümün geçmişi milyonlarca yıl öncesine uzanırken, şarap üretiminin yaklaşık 7–9 bin yıl öncesinde ortaya çıktığı kabul edilmektedir. Antik uygarlıklarda şarap yalnızca bir içecek değil; dini törenlerde kullanılan, tanrılara sunulan ve sosyal statüyle ilişkilendirilen değerli bir unsur olmuştur (Kaya, 2017). Sümer, Hitit, Mısır, Antik Yunan ve Roma gibi medeniyetlerde şarabın hem kutsal hem de ekonomik bir anlam taşıdığı; Ortaçağ Avrupa'sında ise kilise ve manastırlar aracılığıyla üretim tekniklerinin geliştiği görülmektedir. Bu süreçte şarap, sıradan bir tüketim nesnesi olmaktan çıkarak kendine özgü bir kültür, ritüel ve bilgi birikimi oluşturmuştur (Sevinç, 2007; Birgit ve Schickert, 2015).

Şarap, temel olarak üzüm suyunun fermantasyonu sonucu elde edilen alkollü bir içecek olarak tanımlanmaktadır (Anlı, 2006). Alkollü içecekler arasında özel bir konuma sahip olan şarap, üretim sürecinin doğal mayalanma yoluyla gerçekleşebilmesi nedeniyle tarihsel olarak insanlık tarafından erken dönemlerden itibaren keşfedilmiştir (Smith, 2003). Kaynaklarda, şarabın ortaya çıkışının planlı bir üretimden ziyade, üzüm suyunun saklama amacıyla bekletilmesi sırasında kendiliğinden fermantasyona uğramasıyla fark

edilen bir süreç sonucunda gerçekleştiği ifade edilmektedir (Ünal Elgün, 2021). Şarap kavramının kökeni incelendiğinde, farklı kültür ve dillerde benzer sözcüklerle ifade edildiği görülmektedir. Avrupa dil ailesinde yaygın olarak kullanılan “vin” kökünün, Sanskritçe’de “sevgili” anlamına gelen “vena” sözcüğünden türediği belirtilmektedir. Tarihsel süreçte Hititçede “wiyana”, Antik Yunancada “oinos”, Latince “vinum” olarak kullanılan bu kavram; günümüzde İspanyolca ve İtalyancada “vino”, Fransızcada “vin”, Almancada “wein” ve İngilizcede “wine” biçimlerinde varlığını sürdürmektedir (Gautier, 2005; Mutlu, 2019). Teknik açıdan ele alındığında ise şarap, yalnızca üzümün fermantasyonu ile elde edilen bir içecek olarak tanımlanmaktadır. Özellikle Avrupa’da yapılan yasal düzenlemeler, şarabın üretimini taze veya tam salkım üzümün tamamının ya da belirli bir bölümünün fermente edilmesiyle sınırlandırmıştır (Koteskı ve diğerleri, 2016).

Şarap üretiminin gelişimi ile medeniyetlerin ilerlemesi arasında güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Mezopotamya ve “Verimli Hilal” olarak adlandırılan coğrafyada yapılan arkeolojik ve paleobotanik bulgular, üzümün evcilleştirilmesi ve şarap üretiminin bu bölgelerde şekillendiğini ortaya koymaktadır (Nowak ve Wichman, 2009). Anadolu, sahip olduğu ekolojik koşullar, yabani asma türleri ve tarihsel birikimiyle bağcılık ve şarapçılığın önemli merkezlerinden biri olmuştur. Hititler döneminden itibaren şarabın gündelik yaşamda, dini törenlerde ve ticarete kullanıldığı; Yunan ve Roma dönemlerinde ise mitoloji, festival ve sanatsal faaliyetlerle bütünleştiği anlaşılmaktadır (Tilmaç, 2003; Koçkar, 2006).

Türk toplumunda ise tarihsel, kültürel ve dini etkenler doğrultusunda şarap üretimi ve tüketimi zaman içinde sınırlanmış olsa da Anadolu’nun bağcılık potansiyeli varlığını korumuştur. Günümüzde bağcılık ve şarapçılık sektörü, geçmişte yaşanan kırılmalara rağmen yeniden canlanma eğilimi göstermekte; özellikle belirli bölgelerde ekonomik ve turistik değer üretmektedir. Bu tarihsel ve kültürel arka plan, şarabı yalnızca bir içki değil, aynı zamanda kültüre dayalı özel ilgi turizmi kapsamında değerlendirilmesi gereken özgün bir miras unsuru haline getirmektedir (Doğer, 2004).

Şarap turizmi; tüketici davranışlarıyla yakından ilişkili, aynı zamanda destinasyonlar açısından bir gelişim ve farklılaşma aracı olarak değerlendirilen bir turizm türüdür. Bu bağlamda şarap turizmi, destinasyonların şarap temelli pazarlama stratejileri

geliştirmesine, şarap imajı ve çekiciliklerinin güçlendirilmesine ve şaraphanelerin hem eğitsel faaliyetler yürütmesine hem de ürünlerini doğrudan tüketiciyle buluşturmasına olanak tanıyan çok boyutlu bir yapı sunmaktadır (Getz ve Brown, 2006). Dünya genelinde giderek artan ilgi gören bu turizm türü, bireylerin şaraba yönelik merakları, şarap kültürünü yerinde deneyimleme isteği, üretim süreçlerini gözlemleme arzusu ve şarapla özdeşleşmiş bölgelerin sunduğu çekicilikler doğrultusunda seyahat etmeleriyle şekillenmektedir (Carlsen ve Charters, 2006).

Şarap turizmi, özel ilgi temelli bir turistik ürün olup kültürel turizm, kırsal turizm, agroturizm ve ekoturizm unsurlarını bir arada barındıran, bölgesel ölçekte bütünleşik bir turizm gelişim sürecini ifade etmektedir (Yıldız, 2009). Bir başka tanıma göre şarap turizmini, şarap ve şarap bölgelerinin sunduğu çekicilikler üzerinden şekillenen bir tüketici davranışı biçimi olmasının yanı sıra, şarap endüstrisi ve destinasyonlar açısından deneyim odaklı bir gelişim ve pazarlama stratejisi olarak ele alan turizm türü olarak nitelendirilmektedir (Yüncü, 2010). Bir başka tanıma göre ise şarap turizmi, İç ve uluslararası turizm hareketleri kapsamında şarap turizmine katılan ziyaretçilerin temel motivasyonu; kültürel ve toplumsal bağlamın doğrudan deneyimlenebildiği ya da bu çevreyle bütünleşen üzüm bağlarını, şaraphaneleri ve üretim tesislerini yerinde görmek, şarap tadımı yapmak, şarap tüketmek ve ürün satın almak şeklinde ortaya çıkmaktadır. Bu yönüyle şarap turizmi, ana seyahat amacını özel ilgiye dayalı deneyimlerin oluşturduğu; sosyal etkileşimi, prestij algısını ve seçkin tüketim pratiklerini içeren alternatif bir niş turizm türü olarak değerlendirilmektedir. Şarapla ilişkili mekânların ziyaret edilmesi, yalnızca bir tüketim faaliyeti değil, aynı zamanda kültürel aktarımın ve yerel yaşam biçiminin deneyimlenmesine olanak tanıyan bütüncül bir turizm deneyimi sunmaktadır (Gökçe, 2021).

Şarap endüstrisini kurumsallaştırmış ve güçlü bir şarap kültürü geliştirmiş ülkeler, bağıcılık ve şarap turizmini bütüncül bir yaklaşımla ele alarak bu alandan yüksek ekonomik getiriler elde etmektedir. Küresel ölçekte bağıcılık turizmi ile şarap turizmi çoğunlukla iç içe değerlendirilmekte; özellikle Avrupa Birliği ülkelerinde bu turizm türünün omurgasını festivaller, tematik etkinlikler, bölgesel markalaşma çalışmaları ve şarap kültürünün toplumsal düzeyde yaygınlaştırılması oluşturmaktadır (Gün, 2021). Uluslararası örnekler bu potansiyeli açık biçimde ortaya koymaktadır. Nüfusu yaklaşık 150 bin olan Napa Vadisi'nin Disneyland'dan sonra en fazla ziyaret edilen

destinasyonlardan biri hâline gelmesi ya da Güney Avustralya'daki sınırlı bir bölgeye her yıl milyonlarca turistin şarap turizmi amacıyla yönelmesi, bu turizm türünün ekonomik ve kültürel etkisini göstermektedir (Etyemez ve Özyılmaz, 2012). OIV'nin 2017 Dünya Bağcılık ve Şarapçılık Raporu'na göre Türkiye'de toplam bağ alanlarının oranı %7 düzeyinde olup, 2016 yılı itibarıyla yaklaşık 480 bin hektarlık şarap bağı alanı bulunmaktadır; ancak aynı rapor, bağ alanlarının zaman içerisinde daralma eğilimi gösterdiğine işaret etmektedir. Turizm sektöründeki gelişmelerle birlikte Türkiye'de şarap üretimi ve tüketiminde artış gözlenmiştir; bu durum özellikle kırsal turizm bağlamında yeni fırsatlar yaratmıştır (Bayındır, 2022). Kayıt dışılığın azaltılmasında TAPDK tarafından uygulanan sıkı denetimler ve bandrol sistemi belirleyici bir rol oynamıştır. Türkiye'de üretilen üzümlerin büyük bölümü kırmızı şarap üretiminde değerlendirilirken, beyaz ve roze şarap üretimi daha sınırlı bir paya sahiptir; bu süreçte Öküzgözü, Sultani Çekirdeksiz ve Çal Karası gibi yerel üzüm çeşitleri öne çıkmaktadır. Ülke genelinde şarap turizmi uygulamaları çoğunlukla bağ bozumu dönemine odaklanmakta ve ağustos–eylül aylarında düzenlenen festivallerle görünürlük kazanmaktadır; bunun dışında kalan faaliyetler ise çoğunlukla günübirlik ziyaretler şeklinde gerçekleşmektedir (Uysal ve diğerleri, 2016). Şarap rotaları ise birden fazla bağ ve şaraphaneyi kapsayan, doğal peyzaj unsurlarıyla bütünleşmiş ve yönlendirme altyapısıyla desteklenen tematik güzergâhlar olarak tanımlanmaktadır. Uygun ekolojik koşulları, zengin biyolojik çeşitliliği ve köklü bağcılık geleneği sayesinde Türkiye, bağcılık ve şarap turizmi açısından dikkate değer bir potansiyele sahiptir; ancak bu potansiyelin ne ölçüde etkin ve sürdürülebilir biçimde değerlendirildiği hâlen tartışmalı bir konu olarak öne çıkmaktadır (Soydaş ve Gürler, 2019).

5.8. Yat Turizmi

Yatçılık, bireylerin serbest zamanlarını değerlendirmek amacıyla yatlardan yararlandığı bir deniz rekreasyon etkinliğini ifade etmekte olup, yatlar temel olarak keyif amaçlı kullanılan deniz araçlarıdır. Kavram, kökenini Hollandaca “jacht” sözcüğünden almakta; bu terim başlangıçta Hollanda donanmasında korsanlık ve benzeri yasa dışı faaliyetlerle mücadelede kullanılan, hafif ve hızlı yelkenli gemileri tanımlamak için kullanılmıştır. Yelkenli yatların rekreasyonel kullanıma yönelmesi, motorlu teknelerin gelişmesiyle mümkün olmuştur (Chen ve diğerleri, 2016). Yatlar, kullanım amaçları ve boyutlarına göre motor yat, yelkenli yat ve mega yat gibi türlere ayrılmakta; ticari veya

özel yatların uzunlukları 10 metreden başlayarak onlarca metreye kadar değişebilmektedir. Genel olarak yatlar 12 metreden küçük ve en fazla 36 yolcu kapasiteli deniz araçları olarak tanımlanırken, 50 metrenin üzerindeki yatlar mega yat olarak sınıflandırılmaktadır. Yelkenli yatlar, kiralama pazarında yaygın olarak tercih edilmekle birlikte turizm sektöründe yoğun rekabet koşulları altında faaliyet göstermektedir (Narin, 2006).

Son dönemde yat turizmine yönelik talebin belirgin biçimde artması, bu turizm türünün özellikle kıyı ülkelerinde hızlı bir gelişim göstermesine ve küresel ölçekte büyüyen turizm endüstrisinin önemli bileşenlerinden biri haline gelmesine zemin hazırlamıştır. Yatlarda kullanılan teknolojilerin gelişmesi, yat turistlerinin farklı destinasyonları deneyimleme isteği, destinasyonlar arası mesafelerin uygunluğu, iklim ve doğal çevre koşulları (koılar, bitki örtüsü vb.), sunulan rekreasyonel faaliyetler, yaşam biçimi, yerel kültürel unsurlar, ev sahibi toplulukların turizme yönelik tutumları, ülkelerin yat turizmine yönelik yatırımları ve ulaşım olanakları, birçok ülkenin uluslararası yat turizmi rotalarında yer almasını ve bu alana ilgi duyan turistler tarafından tercih edilmesini mümkün kılmıştır (Sevinç ve Güzel, 2016). Yat turizmi, ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel boyutlarda sunduğu çok yönlü katkılar nedeniyle deniz rekreasyon turizmi içinde küresel ölçekte önemli bir konuma sahiptir. Son dönemde bu turizm türüne yönelik talebin belirgin biçimde artış göstermesi, deniz turizmi potansiyelinin etkin şekilde değerlendirilmesi yoluyla yerel ve bölgesel ekonomiler üzerinde canlandırıcı bir etki yaratabilmesinden kaynaklanmaktadır (Choi ve diğerleri, 2025).

Yat turizmi, bireylerin yat kullanarak gerçekleştirdikleri seyahatlere dayanan bir turizm faaliyeti olarak ele alınmaktadır. Bu turizm türü; gezi, dinlenme ve eğlenme amaçları doğrultusunda, doğal, tarihsel ve turistik unsurları bünyesinde barındıran farklı destinasyonları kapsayan bir güzergâh boyunca yatla yapılan yolculukları ifade etmektedir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012). Ayrıca yat turizmi; sağlık, spor ve macera gibi etkinliklere olanak tanımasının yanı sıra, farklı coğrafyaları deneyimleme ve hareket özgürlüğü sunması nedeniyle bu tür beklentilere sahip bireyler tarafından tercih edilen kendine özgü bir turizm biçimi olarak değerlendirilmektedir (Gökçe, 2021).

Yat turizmi, yalnızca yelkenli faaliyetlerle sınırlı olmayan, jet-ski gibi kıyıya bağlı su sporlarını, tekne sergilerini, liman gezilerini ve deniz kültürel mirasına yönelik

etkinlikleri de içine alan kapsamlı bir turizm türü olarak ele alınmaktadır. Bu doğrultuda yapılan çalışmalar, yat turizminin deniz turizmi kavramı içerisinde değerlendirilmesi gereken temel alt alanlardan biri olduğunu vurgulamaktadır (Moreno ve Otamendi, 2017). Bir başka tanımlamaya göre ise yat turizmi; suya dayalı ya da su ortamında gerçekleşen ve yelkenle güçlü biçimde ilişkili olan bir turizm faaliyeti niteliği taşımaktadır. Turizm Bakanlığı'nın tanımında yat turizmi, turistin yata erişiminden başlayarak belirli bir seyir sürecinin ardından yatı terk etmesine kadar geçen süre içerisinde gerçekleşen tüm turistik etkinliklerin bütünü olarak ifade edilmektedir (Şimşek ve Gültekin, 2022; Alparaslan ve Doğantan, 2025). Söz konusu turizm türü iki temel unsurdan oluşmaktadır. Bunlardan ilki, turistik faaliyetin gerçekleştirildiği yatlar; ikincisi ise yatların bağlanması, gerekli durumlarda karaya alınması ve su, yakıt ile gıda gibi temel ihtiyaçlarının karşılanmasına olanak sağlayan yat limanlarıdır (Sezer, 2012).

Yat turizmine yönelik geliştirme faaliyetleri, çoğunlukla üst gelir grubuna ait ve lüks tüketime yönelik beklentileri yüksek olan tüketici kesimlerinin talebi doğrultusunda şekillenmekte; bu durum, yat sayısındaki artışla eş zamanlı olarak söz konusu turizm türüne yapılan yatırımların da yoğunlaşmasına yol açmaktadır. Bir turizm türü olarak yat turizmi, diğer turizm biçimleriyle belirli ortak özellikler taşımakla birlikte, onu ayırtıran özgün niteliklere de sahiptir. Bu niteliklerden biri, yat turizmi talebinin ikame edilebilirliğinin oldukça sınırlı olmasıdır. Pek çok turizm faaliyeti farklı alternatiflerle yer değiştirilebilirken, yatçılıkla ilgilenen bireyler açısından deniz ve yatın yalnızca bir ulaşım ya da tatil aracı değil, aynı zamanda bir yaşam tarzı ve tutku unsuru olarak algılanması, bu faaliyetin ikamesini güçleştirmektedir (Gökçe, 2021).

Yat turizmi bakımından uygun nitelikler taşıyan kıyı bölgeleri; geniş ölçekli körfezlerin bulunduğu, yaklaşık dairesel forma sahip koyları bünyesinde barındıran ve çoğunlukla enine doğrultuda gelişen kıyı yapılarıyla öne çıkmaktadır. Bu tür kıyı alanları, yatların emniyetli biçimde demirleyebilmesine ve farklı rekreasyonel faaliyetlerin gerçekleştirilebilmesine olanak tanıyan doğal koşullara sahip olmasının yanı sıra, sıcaklık ve yağış gibi iklimsel faktörler açısından da elverişli bir yapıya sahiptir. Bununla birlikte, söz konusu alanların yoğun yerleşim ve sanayi faaliyetlerinden görece uzak olması, arkeolojik ve tarihî değerlere ev sahipliği yapması, yeterli düzeyde gelişmiş altyapı ve üstyapı hizmetlerini sunabilmesi ve uluslararası yat turizmi güzergâhlarına yakın bir

konumda yer alması, bu kıyıların yat turizmi kapsamında tercih edilmesinde belirleyici unsurlar olarak değerlendirilmektedir (Doğaner, 2001).

Uluslararası yatçılık endüstrisinde İngiltere, gelişmiş altyapısı ve uzun yıllara dayanan denizcilik geleneği sayesinde belirleyici bir konumda yer almaktadır. Bununla birlikte Hollanda, İskandinav ülkeleri ile Amerika Birleşik Devletleri de sektörde etkin rol üstlenen ülkeler arasında bulunmaktadır. Yat turizmi açısından öne çıkan destinasyonlar incelendiğinde; Danimarka, Norveç, İsveç, Hollanda, Fransa, Almanya, İspanya, İtalya, Yunanistan, Hırvatistan ve Türkiye'nin bu alanda yoğun talep gören ülkeler arasında yer aldığı görülmektedir. Özellikle Türkiye'nin güney kıyıları, Akdeniz havzasında öne çıkan yedi temel yat charter rotasından biri olarak değerlendirilmektedir. Akdeniz'deki diğer önemli yatçılık merkezleri arasında Güney Fransa (Monako, Cannes), İtalya ve Sardinya, İspanya ve Balear Adaları (İbiza, Mallorca, Minorka), Malta ve Sicilya, Hırvatistan ve Karadağ ile Yunanistan ve adaları (Santorini, Mikonos) bulunmaktadır (Sevinç ve Güzel, 2016; Muslu, 2020; Alpaslan ve Doğantan, 2025)

Türkiye, yat turizmi alanında uzun yıllar boyunca sınırlı yatırımlar ve planlanan projelerin hayata geçirilmesinde yaşanan gecikmeler nedeniyle küresel gelişmelerin gerisinde kalmıştır. Bununla birlikte, 1960'lı yıllarda Yunanistan'ın Ege ve Anadolu kıyılarını kapsayan yat turlarını uluslararası pazarlarda tanıtmaya başlaması, Türkiye'de yatçılığa yönelik farkındalığın ve ilginin artmasında etkili olmuştur. Bu sürecin ardından 1970'li yıllarda Bodrum, Kuşadası ve Çeşme gibi merkezlerde yat limanlarına yönelik ilk somut girişimler hayata geçirilmiş; söz konusu yatırımlar yat turizminin kurumsal bir zemine oturmasına katkı sağlamıştır. 1982 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu ise yat limanı kapasitesinin artırılması ve yeni tesislerin kurulması açısından önemli bir dönüm noktası oluşturmuştur (Çebi, 2008).

2000'li yıllarla birlikte Türkiye, yat üretimi ve ihracatı alanında kayda değer bir ivme yakalamış; özellikle son yıllarda dünya yatçılık pazarında rekabet edebilir ülkeler arasında yer almaya başlamıştır. Buna karşın, Türkiye sahip olduğu doğal ve coğrafi potansiyele rağmen yat turizminden elde ettiği ekonomik faydayı sınırlı ölçüde kullanabilmektedir. Marina bağlama kapasitesinin Akdeniz havzasındaki diğer ülkelerle karşılaştırıldığında düşük seviyede kalması, bu durumun temel nedenleri arasında gösterilmektedir. Mevcut verilere göre, yat charter faaliyetlerinden elde edilen gelirler

önemli bir ekonomik katkı sunsa da Türkiye'nin yat turizmi alanındaki gerçek potansiyelinin henüz tam anlamıyla değerlendirilemediği görülmektedir. Dünya genelinde istikrarlı biçimde büyüyen yat turizmi pazarı dikkate alındığında, Türkiye için bu alanda daha etkin planlama ve yatırım stratejilerine ihtiyaç olduğu söylenebilmektedir (İldırım, 2017).

SONUÇ

Bu bölümde ele alınan amaca dayalı özel ilgi turizmi türleri, sürdürülebilir turizm tartışmasının “ürün çeşitlendirme” boyutunu güçlendirirken aynı zamanda sürdürülebilirliğin kırılgan noktalarını da görünür kılmaktadır. Alışveriş turizmi, kent ekonomisine canlılık ve küçük işletmelere pazar erişimi sağlayabildiği ölçüde ekonomik sürdürülebilirliği desteklemekte; ancak hızlı tüketim, ambalaj/atık üretimi, enerji yoğun mağaza altyapıları ve yerel esnafın zincirleşme baskısıyla dışlanması gibi etkiler yönetilmezse çevresel ve sosyal sürdürülebilirlik zayıfladığı görülmektedir. Bu nedenle alışveriş temelli destinasyon yönetiminde yerel üreticinin güçlendirilmesi, kısa tedarik zincirleri, “sorumlu tüketim” mesajı, atık azaltımı ve ziyaretçi akışlarının kamusal mekân kapasitesiyle uyumlu planlanması kritik öneme sahiptir. Fotoğraf turizmi, doğal ve kültürel mirasın görünürlüğünü artırarak koruma bilincini besleyebilecek bir potansiyele sahip olmakta; ancak hassas alanlarda kontrolsüz yoğunlaşma; patika erozyonu, yaban hayatının rahatsız edilmesi, gürültü ve görsel kirlilik gibi çevresel etkiler doğurabilmektedir. Sosyal boyutta ise yerel toplulukların “temsil” biçimi, mahremiyet, rıza ve kültürel öğelerin metalaştırılması gibi etik sorunlar ortaya çıkabilmektedir. Sürdürülebilir fotoğraf turizmi, davranış ilkelerinin (etik çekim, mahremiyet, izin) net tanımlandığı; rehberlik, kapasite sınırlaması, hassas dönemlerde erişim düzenlemesi ve yerel toplulukla gelir paylaşımı mekanizmalarının kurulduğu bir yönetim modelini gerektirmektedir. Gastronomi turizmi, yerel kimliğin korunması, somut olmayan kültürel mirasın yaşatılması ve kırsal/kentsel yerel ekonomilerin desteklenmesi açısından sürdürülebilirliğe güçlü katkılar sunmaktadır. Yerel ürün kullanımı, coğrafi işaretli ürünlerin tanıtımı ve küçük üreticiyle doğrudan bağlantılar; hem karbon ayak izini azaltma hem de adil gelir dağılımı açısından olumlu sonuçlar doğurmaktadır. Buna karşılık “otantik” olanın pazarlama diliyle tek tipleştirilmesi, aşırı ticarileşme ve gastronomik mirasın gösteriye dönüşmesi, kültürel sürdürülebilirliği olumsuz etkileyebilmektedir. Bu yüzden gastronomi turizmi planlamasında yerel bilgi ve üretim

pratiklerinin korunması, mevsimsellik ve gıda israfının azaltılması, su/enerji verimliliği ve ziyaretçi eğitimi birlikte ele alınmalıdır. Golf turizmi, yüksek harcama potansiyeliyle ekonomik sürdürülebilirliği destekleyebilse de çevresel sürdürülebilirlik açısından en tartışmalı türlerden biri olarak görülmektedir. Geniş arazi ihtiyacı, yoğun su tüketimi, gübre/kimyasal kullanımı ve habitat parçalanması gibi etkiler, özellikle su stresi yaşayan bölgelerde ciddi riskler doğurmaktadır. Bu nedenle golf yatırımlarında çevresel etki değerlendirmesi, su verimliliği teknolojileri, yerel flora ile uyumlu peyzaj tasarımı, kimyasal bağımlılığın azaltılması ve yerel halkın karar alma süreçlerine katılımı sürdürülebilirliğin temel koşullarıdır; aksi durumda ekonomik fayda, doğal sermaye kaybı nedeniyle kalıcı olmayabilir. Medikal turizmde sürdürülebilirlik, yalnızca ekonomik gelirle değil, sağlık sisteminde kapasite yönetimi ve adalet ilkeleriyle ölçülmelidir. Termal ve wellness turizminde ise su kaynaklarının korunması, enerji verimliliği, atık su yönetimi ve doğal kaynakların taşıma kapasitesi belirleyicidir. Ayrıca sağlık turizminin “iyi oluş” vaadi, destinasyonun çevresel kalitesiyle doğrudan bağlantılı olduğundan, çevresel tahribat uzun vadede ürünün çekiciliğini de azaltacağı düşünülmektedir. Spor turizmi, etkinlikler aracılığıyla destinasyon tanıtımı, altyapı gelişimi ve sezon uzatma gibi avantajlar üretebilir; ancak büyük ölçekli organizasyonlar ulaşım kaynaklı emisyonları artırabilir, kalabalık baskısı doğurabilir ve etkinlik sonrası atıl kalan tesisler ekonomik/ekolojik yük hâline gelebilmektedir. Bu yüzden sürdürülebilir spor turizmi; düşük karbonlu ulaşım teşvikleri, etkinlik atık yönetimi, geçici altyapı yerine çok amaçlı/kamusal kullanıma uygun tesis planlaması ve yerel topluluk faydasını önceleyen bir miras yaklaşımıyla kurgulanmalıdır. Küçük ölçekli, yerel kimlikle uyumlu ve yıl içine yayılmış spor etkinlikleri çoğu zaman sürdürülebilirlik açısından daha dengeli sonuçlar verebilmektedir. Şarap turizmi, kırsal kalkınma, agro-turizm entegrasyonu ve yerel üreticinin güçlendirilmesi üzerinden ekonomik ve kültürel sürdürülebilirliği destekleyebilmektedir. Ancak bağ alanlarında su yönetimi, tarımsal kimyasal kullanımı, biyoçeşitlilik kaybı ve aşırı ziyaret baskısı doğru yönetilmezse çevresel sürdürülebilirlik zarar görebilir. Sürdürülebilir şarap turizmi; organik/iyi tarım uygulamalarının yaygınlaştırılması, su ve toprak yönetimi, atıkların döngüsel ekonomiye dâhil edilmesi (ör. üzüm posası değerlendirme) ve ziyaretçi deneyiminin “eğitim–farkındalık” boyutuyla güçlendirilmesi sayesinde daha dayanıklı hâle gelmektedir. Yat turizmi, yüksek gelirli bir pazar olarak ekonomik katkı üretebilmekle birlikte kıyı

ekosistemleri üzerinde yoğun baskı yaratma riski taşımaktadır. Ayrıca kıyı yerleşimleriyle ilişkide “yerel fayda” üretmeyen, kapalı devre lüks tüketim modelleri sosyoekonomik sürdürülebilirlik açısından zayıf kalabilir; bu nedenle yerel tedarik, yerel istihdam ve kültürel etkileşim kanalları tasarlanmalıdır.

Genel olarak amaca dayalı özel ilgi turizmi, sürdürülebilirlik hedefleriyle uyumlu biçimde planlandığında destinasyonların dayanıklılığını artıran, mevsimselliği azaltan ve yerel değerleri görünür kılan bir “niteliksel büyüme” fırsatı sunmaktadır. Ancak her bir niş turizm türü kendi içinde farklı risk bileşimleri taşımaktadır. Bu nedenle sürdürülebilirlik, tek tip bir reçete değil, türün doğasına uygun ölçme-izleme (taşıma kapasitesi, su/enerji kullanımı, atık, yerel memnuniyet, adil gelir paylaşımı) ve katılımcı yönetimle (kamu–özel sektör–sivil toplum–yerel halk) sürekli güncellenen bir süreç olarak ele alınmalıdır.

KAYNAKÇA

- Ab Karim, S., & Chi, C. G. Q. (2010). Culinary Tourism As A Destination Attraction: An Empirical Examination Of Destinations' Food İmage. *Journal Of Hospitality Marketing & Management*, 19(6), 531-555.
- Akgöl, Y. (2012). Gastronomi Turizmi Ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi. (Yüksek Lisans Tezi). Mersin: Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akkil, A., Mesci, Z., Güler, A. Y., & Durcan, Ö. (2024). Düzce İlinin Gastronomi Turizm Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. *Gastroia: Journal Of Gastronomy And Travel Research*, 8(2), 250-264
- Akoğlan Kozak, M., & Bahçe, A., S. (2012). Özel İlgi Turizmi. 2. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara. S.252.
- Aksoy, M., & Sezgi, G. (2015). Gastronomi Turizmi Ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları. *Journal Of Tourism & Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.
- Aktepe, C. (2013). Sağlık Turizminde Yeni Fırsatlar Ve Türkiye'de Yerleşik Sağlık İşletmelerinin Pazarlama Çabaları. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 170-188
- Akyol, C., & Akkaşoğlu, S. (2021). Alternatif Turizm Türlerinin Destinasyonlara Katkısı: Artvin Ve Spor Turizmi. *Journal Of Humanities And Tourism Research*, 11(1), 177-194.
- Albayrak, A. (2013). Alternatif Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık
- Alparslan, A., & Doğan, E., (2025). Yacht Tourism İn Türkiye: Current Situation, Problems And Evaluation Of Potential Development. *Journal Of Gastronomy, Hospitality And Travel (Online)* , No.2, 593-606.
- Altın, U., Bektaş, G., Antep, Z., & İrbay, A. (2012). Sağlık Turizmi Ve Uluslararası Hastalar İçin Türkiye Pazarı. *Acıbadem Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3(3), 157-163.
- Anlı, R. E. (2006). Bağlar Güzeli: Üzüm Ve Üzüm Kültürü. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları
- Aydın, O., (2012). Türkiye'de Alternatif Bir Turizm; Sağlık Turizmi. *Kmü Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23): 91, 2012, S. 91- 96.
- Bayazıt Hayta, A. (2008). Turizm Pazarlamasında Tüketici Satın Alma Süreci Ve Karşılaşılan Sorunlar. *Kastamonu Education Journal*, 16(1), 31-48.
- Bayındır, B. (2022). Şarap Turizmi Destinasyonu Somut Çekicilik Unsurlarının Dematel Yöntemiyle Analizi: Trakya Bağ Rotası Örneği (Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Bilge, B., Demirbaş, N., & Artukoğlu, M. (2019). Türkiye'de Coğrafi İşaretle Gıda Ürünlerinin Gurme Turizmi Açısından Önemi. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 25(1), 127-132.
- Birgit B., Schickert H., (2015): Hititler-Bilinmeyen Bir Dünya İmparatorluğu, Arkadaş Yayıncılık. Ankara, Türkiye. (177-201) [15]
- Brandão, F., Liberato, D., Teixeira, A. S. & Liberato, P. (2021). Motives For Thermal

- Tourism: An Application To North And Central Portugal. *Sustainability*, 13(22), 19-42.
- Buzcu, Z. (2016). Türkiye’de Medikal Turizm Ve Özel Hastanelerde Bir Çalışma (Doktora Tezi). Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Mersin.
- Camilleri, M. A. (2017). “The Tourism Industry: An Overview.” *Travel Marketing, Tourism Economics And The Airline Product: An Introduction To Theory And Practice*. Springer, Cham. Isbn:978-3-319-49849-2
- Carlsen, J. Ve Charters, S. (2006). *Global Wine Tourism, Research, Management And Marketing*. Cab International Nosworthy Way Uk
- Chen, J., Balomenou, C., Nijkamp, P., Poulaki, P., & Lagos, D. (2016). The Sustainability Of Yachting Tourism: A Case Study On Greece.
- Choi, E. Y., Jang, W. Y., & Park, T. H. (2025). Key Attributes Driving Yacht Tourism: Exploring Tourist Preferences Through Conjoint Analysis. *Sustainability*, 17(8), 3336.
- Choi, M. J., Heo, C. Y., & Law, R. (2016). Progress İn Shopping Tourism. *Journal Of Travel & Tourism Marketing*, 33(Sup1), 1–24. <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.969393>
- Cihangir, İ. S., & Karakaya, K. (2016). Ahilik Kültürü Ve Alış-Veriş Turizmi: Konya Bedesten Çarşısını Ziyaret Eden Turistlerin Algısı Üzerine Bir Araştırma. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sbe Dergisi*, 6(2).
- Crawshaw, Carol Ve Urry, John (1997), *Tourism And The Photographic Eye*, İçinde: Rojek, Chris Ve Urry, John (Editörler), *Touring Cultures*, Routledge Yayınları, New York, Usa.
- Çalışkan, O., Ve Yılmaz, G. (2016). “Gastronomy And Tourism.” İçinden: Avcıkurt, C., Dinü, M., S., Hacıoğlu, N., Efe, R., Soykan, A., Tetik, N. (2016). *Global İssues And Trends İn Tourism*. St. Kliment Ohridski University Press, Sofia, Isbn 978-954-07-4138-3
- Çam, O., & Çılgınoğlu, H. (2021). Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal Turizmde Öne Çıkan Sağlık Uygulamaları. *Oğuzhan Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 197-216.
- Çebi, E. (2008). Türkiye’de Yat Turizmi Ve Yeni Nesil Yat Limanları. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Çelik A., (2009). Sağlık Turizmi Kapsamında Termal İşletmelerde Sağlık Hizmetleri Pazarlaması Ve Algılanan Hizmet Kalitesi: Balçova Termal İşletmesinde Bir Uygulama, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Hastane Ve Sağlık Kuruluşları Yönetimi Programı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Çetin, A. (2023). Spor Turizmi Ve Spor Etkinlikleri Üzerine Bir Derleme. *Türkiye Spor Bilimleri Dergisi*, 7(1), 49-58.
- Çoban, G. (2013). Midilli Adası'ndan Gelen Ziyaretçilerin Alışveriş Davranışı Ve Alışverişten Memnuniyet Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler

Enstitüsü, Balıkesir.

- Daşdemir, A., (2020). Gastronomi Turizmi Kapsamında Yerel Yiyecek Tüketim Motivasyonlarının Yerli Turistlerin Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerine Etkisinin Belirlenmesi: Van Kahvaltısı Örneği. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi Ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, 2020.
- Delpy, L., (1998). An Overview Of Sport Tourism: Building Towards A Dimensional Framework. *Jurnal Of Vocation Marketing*.
- Demir, M., Şen Demir, Ş.Ş, Manap Davras, G., Bulgan, G., Davras, Ö., (2017). Genel Turizm Kavramlar Ve Farklı Boyutlarıyla Değerlendirme, 1. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık, S.3
- Dikmetaş Yardan, E., Dikmetaş, H., Coşkun Us, N., Yabana, B. (2014). Türkiye Ve Dünya’da Sağlık Turizmi. *Sağlıkta Performans Ve Kalite Dergisi*, 8(2), 27-42.
- Doğaner, S., 2001, Türkiye Turizm Coğrafyası, Çantay Kitabevi, İstanbul
- Doğdubay, Murat, İbrahim Giritlioğlu (2011). “Mutfak Turizmi.” Şu Kitapta: Necdet Hacıoğlu, Cevdet Avcıkurt (Ed.). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. Ankara: Nobel Akademi Yayıncılık, S.445
- Doğer E., (2004): Antik Çağ’da Bağ Ve Şarap. *İletişim Yayınları*, İstanbul, Türkiye, (107-108)
- Erdem, B. Ve Girgin, G. K. (2008). Spor Turizmi. İçinde N. Hacıoğlu Ve C. Avcıkurt (Ed.), *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (S. 385-410). Ankara: Nobel Yayın.
- Erşahin, E., & Demirkol, Ş. (2020). Alışveriş Turizmi Kapsamında Kapalıçarşı Ziyaretçilerinin E-Şikâyetleri Üzerine Bir Araştırma (Exploring E-Complaints Of Visitors To The Grand Bazaar: A Shopping Tourism Perspective). *Turar Turizm Ve Araştırma Dergisi*, 9(1), 4-25.
- Etyemez S. Özyılmaz A. (2012) Gastronomi Turizmi Ve Hatay Mutfak Kültürü, 1. Doğu Akdeniz Sempozyumu, Mersin
- Gammon, S., Ve Robinson, T. (2003). Sport And Tourism: A Conceptual Framework. *Journal Of Sport & Tourism*, 8(1), 21–26.
- Garcia, A.G. And Besinga C.A.M (2006), Chalanges And Oppurtunities İn Philippine Medical Tourism Industry, *The Svg Review*, June, P: 41-55
- Gautier, J. F. (2005). Şarabın Tarihi. İstanbul: Dost Yayınları
- Getz, D. And Brown, G. (2006). Critical Success Factors For Wine Tourism Regions: A Demand Analysis. *Tourism Management*, 27(1), 146-158.
- Gheorghe, G., Tudorache, P., & Nistoreanu, P. (2014). Gastronomic Tourism, A New Trend For Contemporary Tourism?? *Cactus Tourism Journal*, 9(1), 12-21.
- Gogoi, D. (2014). A Conceptual Framework Of Photographic Tourism. *Impact: International Journal Of Research İn Applied, Natural And Social Sciences*, 2(8), 109-114.

- Gökçe, A. (2021). Turizm Türleri Ve Taksonomisi. Değişim Yayınları, Sakarya. Isbn: 978-605-2083-94-9. S.181.
- Güleç D., (2011). Sağlık Turizmi Kapsamında Antiaging (Sağlıklı Yaşlanma) Uygulamaları Ve Yaşlı Bakımı: Türkiye Değerlendirmesi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Hastane İşletmeciliği Bilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara
- Gün, C. (2021). Dünyada Ve Türkiye’de Şarap Turizmi: Ankara Şarap Turizmi Üzerine Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi). Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Güner, B. (2007). İş Ve Alışveriş Turizmi. M. Bulu & İ. H. Eraslan (Ed.), Sürdürülebilir Kullanımı Bağlamında Sorumlu Turizm. Uluslararası Kentleşme Ve Çevre Sorunları Sempozyumu, 28-30 Haziran, Eskişehir. Cilt-2, S. 218-225.
- Hall, C. M., & Sharples, L. (2003). The Consumption Of Experiences Or The Experience Of Consumption? An Introduction To The Tourism Of Taste. In Food Tourism Around The World (Pp. 1–24). Routledge.
- Hall, M. Ve Mitchell, R. (2000). Wine Tourism In The Mediterra-Neen: A Tool For Restructuring And Development, Thun-Derbird International Business Review, 42 (4): 445- 465.
- Hamlacıbaşı, F. Ü. (2008). Yiyecek Turizmi Ve Yiyecek Turizmi Açısından Bozcaada'nın Kaynakları. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale
- Horowitz, M. D. (2007). Medical Tourism-Health Care In The Global Economy. Physician Executive, 33(6), 24-30.
- İldırım, G. (2017). Yat Turizmi Paydaşları İle İzmir Yat Turizmine Yönelik Bir Swot Analizi (Yüksek Lisans Tezi). Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- İlhan, E. (2018). Sürdürülebilir Alışveriş Merkezleri Üzerine Keşfedici Bir Araştırma: Yaklaşımların Ve Esasların Ortaya Koyulması. Modular Journal, 1 (1), 65-78
- İstanbulu Dinçer, F., & Kanay, D. (2017). Kapalıçarşı'da Gerçekleştirilen Alışveriş Turizminin Ekonomik Ve Sosyal Etkilerinin Değerlendirilmesi. Cumhuriyet Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 1(2). S.2.
- Kantar, G., & Işık, E. (2014). Türkiye’de Sağlık Turizmi. Sağlık Akademisyenleri Dergisi, 1(1), 15-20.
- Karaca, S. (2012). Türkiye’deki Büyük Ölçekli Spor Organizasyonlarının Kentin Kültürel Gelişimine Etkileri: Trabzon Ve Erzurum Örnekleri, Oda Dergisi Tmmom Mimarlar Odası Mersin Şubesi, 4: 42-47.
- Kardeş Çolakoğlu, N. & Sarıışık, M. (2023). Türkiye Gastronomi Coğrafyası. 1. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kasaroğlu, K., Akdeniz, A., Toktaş, Y., Eris, T., & Kömürcü, S. (2021). Ulusal Alanyazında Şarap Turizminin Değerlendirilmesi Ve Türkiye Şarap Turizminde Yeni Bir Ürün Olarak Bağ Rotaları: Urla Bağ Yolu Örnek Olay İncelemesi. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 6(12), 172-

194.

- Kaya Z. (2017): Şarap Üretimi Ve Kalite. Aydın Gastronomy. 1(2):17-30.
- Kaya, İ. (2013). Çekim Unsurları İle Rekreatif Alışveriş, Tatmin Ve Yeniden Satın Alma Arasındaki İlişki. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Kement, Ü. (2019). Foto Safari Etkinliğine Katılan Bireylerin Turizm Deneyimlerinin Davranışsal Niyete Etkisi. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 19(3), 789-805.
- Kıncal, Remzi Y. (2013). Bilimsel Araştırma Yöntemleri. 2. Baskı, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kocabayraktar, M., & Yetiş, Ş. A. (2024) Kapadokya Bölgesi'nin Fotoğraf Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi. Turizm Ve Destinasyon Araştırmaları, 203. Isbn: 978-625-6321-25-0
- Koçkar, M. (2006). Şarabın Gizli Renkleri. İzmir: Ada Yayınları.
- Kodaş, D. (2018). Gastronomi Deneyimi, Gastronomi Motivasyonu, Destinasyon Tatmini Ve Destinasyon Marka Denkliği İlişkisi: Gaziantep Örneği. Anadolu Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Eskişehir.
- Koteski, C., Jakovlev, Z., & Soltirovska, D. (2016). Wine And Wine Tourism In Macedonia. Journal Of Process Management – New Technologies International, 4(3), 8-11.
- Küçükkömürlü, S., Şirvan, U. N. B., & Sezgin, A. C. (2019). Dünyada Ve Türkiye'de Gastronomi Turizmi. Uluslararası Turizm, Ekonomi Ve İşletme Bilimleri Dergisi (İjtebs) E-Issn: 2602-4411, 2(2), 78–85.
- Lin, Y.C., Pearson, E. T. Ve Cai, A., L. (2011). Food As A Form Of Destination Identity: A Tourism Destination Brand Perspective. Tourism And Hospitality Research. 11(1): 30- 48.
- Long, L. M. (1998). Culinary Tourism: A Folkloristic Perspective On Eating And Otherness. Southern Folklore, 55(3), 181.
- Long, M. L. (2005). Culinary Tourism. Abd: The University Press Of Kentucky.
- Lunt, N., Smith, R., Exworthy, M., Green, S. T., Horsfall, D. & Mannion, R. (2011). Medical Tourism: Treatments, Markets And Health System Implications: A Scoping Review, Oecd.
- Mckinsey & Company. (2019). China Luxury Report 2019: How Young Chinese Consumers Are Reshaping Global Luxury. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/china/how-young-chinese-consumers-are-reshaping-global-luxury>
- Michalko, G., & Varadi, Z. (2004). Croatian Shopping Tourism In Hungary: The Case Study Of Barcs, Tourism (13327461), 52(4). S. 351.
- Michalko, G., Irimiás, A., & Timothy, D. J. (2015). Disappointment In Tourism: Perspectives On Tourism Destination Management. Tourism Management Perspectives, 16, 85–91. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.07.007>
- Moreno, M. And Otamendi, F. J. (2017). Fostering Nautical Tourism In The Balearic

- Islands. Sustainability, 9(12), 2215. <https://doi.org/10.3390/Su9122215>.
- Mutlu A.S., (2019): Eskiçağda Şarabın Dini, Siyasi Ve Ekonomik Açından Değeri. Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 19:115-136.
- Narin, M. (2006). Ayvalık Ve Burhaniye İlçelerinin Yat Turizmi Arzı Ve Sorunları. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(16), 127-145.
- Netto, A. P. (2009). “What Is Tourism? Definitions, Theoretical Phases And Principles (İçinden: Tribe, John. Philosophical Issues In Tourism).Channel View Publications, 3rd Series, Isbn-13:978-1-84541-097-1 (Hbk),
- Nowak, B. Ve Wichman B. (2009). Her Yönüyle Şarap. Ankara. Arkadaş
- Özder, A., Kaya, H., & Ünlü, M. (2012). Ortaöğretim Öğrencilerinin “Turizm” Kavramı İle İlgili Geliştirdikleri Metaforların Analiz Örneği. Marmara Coğrafya Dergisi, (25), 18-31.
- Özer, S. U., Tüzünkan, D. (2012). Alışveriş Turizmi Kapsamında İstanbul Shopping Fest Ve Yansımaları. 13.Ulusal Turizm Kongresi, Antalya, 151-166
- Özgüneş, R. E. & Bozok, D. (2017). Gözde Bir Destinasyon Mutfağı: Bodrum'un Yöresel Lezzetleri. İçinde; D. Bozok, C. Avcıkurt, M. Doğdubay, M. Sarıoğlu & G. K. Girgin (Eds). Gastronomi Üzerine Araştırmalar (Ss. 359-372). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özhancı, E. (2019). Foto Safari. Türkiye Turizm Ansiklopedisi; Türk Turizminin Hafızası
- Özhancı, E., & Yılmaz, H. (2013). Değişik Peyzaj Karakterleri Barındıran Dağların, Foto Safari Amaçlı Görsel Peyzaj Analizi. Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 44(1), 83-89.
- Özsarı S.H., Karatana Ö., (2013). Sağlık Turizmi Açısından Türkiye’ Nin Durumu, Journalagent, 24(2):136 - 144.
- Öztürk, M. Ve Bayat, M. (2011). Uluslararası Turizm Hareketlerinde Sağlık Turizminin Rolü Ve Kalite Çalışmalarının Önemi Bir Literatür Çalışması. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1(2), 135-156.
- Öztürk, Y. (2018). Boş Zaman, Rekreasyon Ve Turizm Kavramları Arasındaki İlişkinin Karşılaştırmalı Bir Analizi. Sosyal, Beşeri Ve İdari Bilimler Dergisi, 1(2), 31-42.
- Öztürk, Y. Ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma. Gazi Üniversitesi Turizm Ve Ticaret Dergisi, (2), 183-195.
- Palmer, C. Ve Lester, J.-A. (2011). Photographic Tourism. M. Novelli (Ed.), İçinden: Niche Tourism Contemporary Issues, Trends And Cases. New York: Routledge Taylor & Francis Group
- Ross, S. D. (2001). Developing Sport Tourism. An E-Guide For Destination Marketers And Sports Events Planners, National Laboratory For Tourism And Ecommerce. Illinois: University Of Illinois At Urbana-Champaign.
- Saçılık, M. Y. (2020). Yenilikçi Mutfak Akımlarının Türk Mutfağı Kapsamında Uygulanabilirliği Ve Yerel Mutfağın Menülerde Kullanılması İle İlgili Görüşlerin Belirlenmesi. Turizm Ve İşletmecilik Dergisi, 1(1), 21-39.

- Said, F. B., Meyer, N., Bahri-Ammari, N., & Soliman, M. (2024). Shopping Tourism: A Bibliometric Review From 1979 To 2021. *Journal Of Tourism And Services*, 15(28), 61-88.
- Santich, B. (2004). The Study Of Gastronomy And Its Relevance To Hospitality Education And Training. *International Journal Of Hospitality Management*, 23(1), 15-24.
- Sarı, C. (2010). Alanya İlçesi'nin Alternatif Turizm Kaynakları. *Firat University Journal Of Social Sciences*, 20(1).
- Sarıışık, M., & Özbay, G. (2015). Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2).
- Saygılı, T., Yalçın, S. O., & Özseri, H. (2021). Advanced Age And Disabled Health Tourismconcept, Problems And Solution Suggestions. *International Journal Of Health Management And Tourism*, 6(2), 492-514.
- Sevinç, F. (2007). Hititlerde Ölülere Ve Yer Altı Tanrılarına Sunulan Kurbanlar. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sevinç, F., & Güzel, T. (2017). Sustainable Yacht Tourism Practices. *Management & Marketing Journal*, 15(1).
- Sezer, İ. (2012). Turistik Fonksiyonları Ve Yat Turizmine Etkileri Açısından Di-Dim Yat Limanı (D-Marin Didim). *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(28), 103124.
- Smith, H. B. (2003). *The Sommelier's Guide To Wine: A Primer For Selecting. Serving, & Savoring Win*. New York: Black Dog & Leventhal.
- Soydaş, M. E., & Gürler, M. (2019). Şarap Turizmi'ne Yerel Halkın Bakış Açısı: Hatay Örneği (Local Tourists Perspectives To Wine Tourism: Case Of Hatay). *Journal Of Tourism & Gastronomy Studies*, 7(3), 2274-2293.
- Şimşek, A., & Gültekin, P. (2022). Türkiye'de Yat Turizmi Faaliyetlerinde Rol Oynayan Paydaşların Belirlenmesi. *Mimarlık & Planlama & Tasarımda Araştırma Ve Değerlendirmeler-Iı*, 47.
- Tekeli, H., & Mugan Ertuğral, S. (2024). Alışveriş Amaçlı Günübirlilik Ve Kısa Süreli Seyahatlerin Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelere Olan Etkisi (Alan Çalışması Olarak Edirne İli). *International Journal Of Entrepreneurship And Management Inquiries*, 8(15), 108-116. <https://doi.org/10.55775/İjemi.1569152>
- Tilmaç, F., & Çakar, M. (2003). *Fransa, İsviçre, İtalya'da Şarapçılık Ve Türkiye Modeli*. İstanbul: Iyo Yayınları
- Tiryaki, F. (2021). Tarihi Çarşı Ve Hanların Alışveriş Turizmine Etkisi: Bursa İli Örneği. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, İstanbul. S. 12.
- Tomori, M. (2010). Investigating Shopping Tourism Along The Borders Of Hungary: A Theoretical Perspective. *Geo Journal Of Tourism And Geosites*, 2(6), 202–210.
- Tontuş, H. Ö. (2015). Tüm Yönleriyle Sağlık Turizmi. Türkiye'de Termal Sağlık Turizmi İçinde 13 Kasım 2019.
- Torusdağ, G. B., Özkan Önem, E., Sami, F., & Kızıldemir, Ö. (2022). Yerel Mutfakların

- Gastronomi Turizmi Çerçevesinde Değerlendirilmesi. *Journal Of Gastronomy Hospitality And Travel*, 5(1), 66-82
- Turco, D. Ve Eisenhardt, H., (1998). Exploring The Sport Tourism Connection. *Ichper Sd*, Ss.24-17
- Türk Dil Kurumu Sözlükleri (2025). “Alışveriş”.Erişim Adresi: <https://sozluk.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 01.12.2025
- Uysal, H., N.C. Ağırbaş Ve G. Saner, (2016). Türkiye’de Sofralık Üzüm Dışsatımına İlişkin Temel Yaklaşımlar Ve Hedefler. *Tarım Ekonomisi Dergisi (Turkish Journal Agricultural Economics)* 2(1):11–17.
- Ünal Elgün, H. (2021). Yerli Turistlerin Şarap Turizminde Unutulmaz Turizm Deneyimlerinin Tavsiye Etme Niyetlerine Etkisi: Şarap Turizmi Örneği (Yüksek Lisans Tezi). T.C. İstanbul Ayvansaray Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Üzülmez, M. (2021). Yöresel Mutfak İle Destinasyon Ve Gastronomi Turizmi Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir İnceleme. *Journal Of Hospitality And Tourism Issues*, 3(1), 23-36.
- Wolf, E. (2006). *Culinary Tourism The Hidden Harvest*. Abd-Lowa: Kendall/Hunt Yayıncılık Şirketi.
- Yirik, Ş. (2014). Sağlık Turizmi Üzerine Antalya Destinasyonunda Bir Araştırma. (Doktora Tezi). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Yüksel, A. (2007). Tourist Shopping Habitat: Effects On Emotions, Shopping Value And Behaviours. *Tourism Management*, 28, 58–69. Doi:10.1016/J.Tourman.2005.07.017
- Yüncü, H. R. (2010). Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi Ve Perşembe Yaylası. 10.Aybastı-Kabataş Kurultayı, Kabataş Kurultayı Yayınları No: 11, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Yüncü, H. R., (2010). Şarap Turizmi Bölgelerinin Rekabet Edebilirliğine Yönelik Bir Model Önerisi: Kapadokya Örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı
- Zağralı, E. (2017). Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Mutfak Turizmi (İzmir Yarımadası Örneği). İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Zengingönül, O., Emeç, H., İyilikçi, D. E., & Bingöl, P. (2012). Sağlık Turizmi: İstanbul’a Yönelik Bir Değerlendirme. İstanbul Kalkınma Ajansı, Ekonomistler Platformu.

ALTINCI BÖLÜM

ÖZEL İLGİ TURİZMİN GELECEĞİ, YENİ TRENDLER VE GELECEK PERSPEKTİFLERİ

Yusuf ORMANKIRAN¹

GİRİŞ

Küresel turizm endüstrisi, yirmi birinci yüzyılla birlikte hem talep yönlü beklentiler hem de arz yönlü dönüşümler açısından önemli bir kırılma yaşamaktadır. Bu kırılmanın merkezinde, turistlerin geleneksel kitle turizmi ürünlerinden uzaklaşıp daha nitelikli, otantik ve kişiselleştirilmiş deneyimler arayışına yönelmesi yer almaktadır. Bu yönelim, literatürde özel ilgi turizmi olarak kavramsallaştırılmakta ve turizmin geleceğini şekillendiren ana dinamiklerden biri olarak kabul edilmektedir. Özel ilgi turizmi; bireylerin belirli bir temaya, uğraşa, kültürel unsura ya da deneyime yönelik yoğun ilgi ve motivasyonları çerçevesinde oluşan turizm türlerini kapsamakta olup, sürdürülebilirlik boyutuyla birlikte değerlendirildiğinde turizmin yapısal dönüşümünü anlamak için kritik bir çerçeve sunmaktadır.

Sürdürülebilirlik perspektifinden bakıldığında özel ilgi turizmi, turizm faaliyetlerinin çevresel, sosyal ve ekonomik boyutları arasında denge kurmayı hedefleyen bütüncül bir yaklaşımın doğmasına katkı sunmaktadır. Özellikle deneyim odaklı, düşük yoğunluklu ve küçük ölçekli yapısı sayesinde özel ilgi turizmi, doğal çevre üzerindeki baskıyı azaltma, yerel toplulukları turizm sürecine daha etkin şekilde dahil etme ve kültürel mirasın korunmasına yönelik farkındalığı artırma potansiyeline sahiptir. Bu nedenle özel ilgi turizmi, sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle uyumlu bir turizm modelinin şekillenişinde giderek daha merkezi bir rol üstlenmektedir. Bununla birlikte, özel ilgi turizminin geleceğine ilişkin değerlendirmelerde etik, taşıma kapasitesi, kültürel temsiller, toplumsal eşitlik ve kaynak yönetimi gibi konuların kritik önem taşıdığı

¹ Öğr. Gör. Dr., Hitit Üniversitesi, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı, yusuformankiran@hitit.edu.tr, 0000-0002-3321-3745

görülmektedir. Turistlerin yoğun ilgi gösterdiği bazı özel ilgi alanlarının, yanlış yönetildiğinde ekosistemler üzerinde baskı oluşturabileceği veya toplumsal kırılganlıkları belirginleştirebileceği bilinmektedir. Bu nedenle geleceğe yönelik turizm politikalarında sürdürülebilirlik ilkelerinin yalnızca “rehber” niteliğinde değil, “zorunlu” bir çerçeve olarak ele alınması gerekmektedir.

Teknolojik gelişmelerin hız kazanması, dijitalleşmenin seyahat deneyimine entegre edilmesi ve küresel ölçekte artan çevresel duyarlılık, özel ilgi turizminin geleceğine ilişkin yeni perspektifler sunmaktadır. Bu bağlamda yeni trendler; düşük karbon ayak izi yaklaşımı, sürdürülebilir destinasyon yönetimi, yerel topluluklarla işbirliği, kültürel özgünlüğün korunması ve nitelikli deneyim üretimi gibi temel ilkeler etrafında şekillenmektedir. Bu ilkeler, özel ilgi turizmini bir tüketim biçimi olmaktan çıkarak, öğrenme, katılım, farkındalık ve sorumluluk temelli bir toplumsal etkileşim alanına dönüştürmektedir.

Özel ilgi turizmi, turizmin geleceğini belirleyen yenilikçi trendlerin anlaşılmasında ve sürdürülebilir turizm paradigmasının uygulanmasında stratejik bir kavramsal çerçeve sunmaktadır. Gelecek perspektifleri, bu turizm modelinin hem fırsatlar hem de riskler barındırdığını; ancak doğru yönetim, yerel paydaş katılımı ve sürdürülebilirlik odaklı planlamayla güçlü bir kalkınma aracına dönüşebileceğini göstermektedir. Bu bağlamda özel ilgi turizmi, geleceğin turizm politikalarının şekillenmesinde önemli bir referans noktası olarak değerlendirilmektedir.

6.1. Efsane ve Söylence Turizmi

Efsane ve söylence turizmi, kültürel mirasın somut olmayan bir unsuru olarak turistik destinasyonların çekiciliğini artırmada, özgün deneyimler sunmada ve pazarlama stratejilerinde önemli bir yer tutan multidisipliner bir alan olarak görülmektedir. Efsane (Legend), insanlığın en eski dönemlerinden bu yana kuşaktan kuşağa aktarılan; olağanüstü varlıkları, doğaüstü olayları ve toplumsal hafızada yer etmiş sembolik anlatıları konu edinen, gerçeklikten ziyade hayal gücünün ürünleriyle örülü kurgusal bir hikâye biçimi olarak tanımlanmaktadır. Türkçede *efsane* karşılığı olarak *söylence* kelimesi de önerilmiştir. Söylenceler (Mitoloji) ise, insanlığın zaman içerisinde üretmiş oldukları söylenceleri sistematik olarak inceleyen bilim dalı olarak tanımlanmaktadır (Gündüz, 1998).

Kültür turizminin bir unsuru olarak değerlendirilebilen mitoloji ya da efsane turizmi, yalnızca mitolojik ve efsanevi olaylarla ilişkilendirilen yerlerin ziyaret edilmesini değil, aynı zamanda bireylerin geçmişin izlerini bugünde deneyimlemesine olanak tanıyan bir “zaman yolculuğu” işlevi de görmektedir. Bu turizm türü, geçmişin hikâyelerini günümüze taşıyarak, ziyaretçilerin tarihsel ve kültürel kimlikle duygusal bağ kurmalarını sağlamaktadır. Günümüzde destinasyon yönetimi ve tanıtım stratejilerinde mitolojik ve efsanevi unsurlar, destinasyonun kimliğini güçlendiren önemli araçlara dönüşmüştür. Turistik destinasyonların marka kimliği oluşturma süreçlerinde bu öğeler giderek daha belirgin bir şekilde öne çıkarılmakta; tanıtım materyallerinde, logolarda ve hikâye anlatımlarında yerel efsaneler, tanrılar, kahramanlar veya mistik semboller yoğun biçimde kullanılmaktadır. Böylece, mitoloji ve efsaneler yalnızca kültürel mirasın bir parçası olmaktan çıkıp, modern turizm pazarlamasında fark yaratan bir anlatı unsuru haline gelmiştir (Sezer, 2019).

Efsane ve mitolojik öğeler, gizemli ve olağanüstü özellikler barındırması sebebiyle insanların ilgisini çekmekte ve bu söylencelerin oluşturduğu gizem ve otantizm, turistik öğelerin cazibesini artırarak, turizm faaliyetine katılmayı teşvik eden güdülerden biri haline gelebilmektedir. Efsaneler, bir bölgenin tanıtımı ve destinasyon pazarlamasına olumlu katkılar sağlayacağı görülmektedir. Ayrıca, efsaneler vasıtasıyla destinasyonda olumlu bir imaj oluşturulabilecektir (Sezer, 2019; Kızılırmak ve Gümüş, 2020; Aktaş ve Batman, 2010). Efsaneler, turistik çekiciliğin oluşumunda doğal, sosyo-kültürel ve psikolojik unsurlarla etkileşim içinde değerlendirilebilecek özgün bir çekim faktörü niteliğindedir. Doğal unsurlarla bütünleştğinde mekânın gizemini artırmakta; sosyo-kültürel bağlamda yerel kimliği ve toplumsal belleği yansıtmakta; psikolojik düzeyde ise ziyaretçide merak, hayranlık ve keşif duygusu uyandırmaktadır. Bu yönüyle efsaneler, yalnızca bir anlatı ögesi değil, aynı zamanda destinasyon deneyimini derinleştiren sembolik bir bağ kurucu işlevi de görmektedir (Aktaş ve Batman, 2010).

Efsaneler, bir yandan toplumların tarihsel belleğini, kolektif kimliğini ve kültürel değerlerini aktarırken, diğer yandan turistik çekiciliği artıran önemli birer pazarlama aracı hâline gelmektedir. Türkiye’nin pek çok bölgesi, bu turizm türü açısından dikkate değer bir potansiyel barındırmaktadır (Kızılırmak ve Gümüş, 2020).

Efsane ve söylence turizminin önemli örneklerinden biri İstanbul'dur. İstanbul, zengin tarihi ve bir çok medeniyete ev sahipliği yapmasından dolayı kültürel çeşitliliği ile somut olmayan kültürel miras bakımından oldukça geniş bir repertuara sahiptir. Şehrin simgesel mekânları arasında yer alan Galata Kulesi ve Kız Kulesi, hem kentsel imge değerleri hem de etraflarında oluşan mitolojik ve folklorik anlatılar bakımından turistik çekicilik oluşturmaktadır. Kız Kulesi'ne ilişkin “sepetteki zehirli yılan” efsanesi, turistlerde merak, keşfetme ve hikâyeyi yerinde görme isteği uyandırarak destinasyonun çekiciliğini artırmaktadır. Bunun yanında Byzas'ın şehri kurması, Eyüp Sultan anlatıları, Ayasofya'da kıyamet günü inecek melek söylencesi, Topkapı Sarayı'ndaki kutsal emanetlere ilişkin mitler gibi pek çok anlatı, İstanbul'un kültürel derinliğini zenginleştirmekte ve şehrin tanıtımında sembolik bir rol üstlenmektedir (Tonguç ve Tutuk, 2019).

Efsane ve söylence turizmi açısından önemli bir diğer bölge Van Gölü ve çevresidir. Van Gölü Canavarı efsanesi, bölgenin turizm imajında yıllardır kullanılan en belirgin hikâyelerden biridir. Bu efsane, özellikle macera ve gizem arayışındaki ziyaretçiler için çekici bir unsur oluşturmakta; canavarın en çok görüldüğü ifade edilen Gevaş kıyıları ziyaretçilerin durak noktalarından biri hâline gelmektedir. Akdamar Adası ile özdeşleşen Tamara Efsanesi de romantik ve dramatik yapısıyla bölgenin kültürel turizm çekiciliğine katkı sağlamaktadır. Van'ın dini ve aşk temalı efsaneleri, kente hem inanç turizmi hem de kültürel turizm açısından önemli bir değer kazandırmaktadır (Aykaç ve Karaduman, 2023).

Türkiye'nin farklı bölgelerinde yer alan diğer efsaneler de kültürel turizm açısından önemli bir alan oluşturmaktadır. Lokman Hekim, Medusa, Ağrı Dağı, Nuh Tufanı, Aziz Georgios, Aziz Nikolas, Gordion Düğümü, Ağlayan Kaya, Sarıkız, Asklepion, Karınca Baba ve Kleopatra efsaneleri gibi pek çok anlatı hem dini hem kültürel hem de doğal unsurlarla ilişkilidir. Türbeler, yatırlar ve pek çok ilde bulunan “gelin kayaları” gibi doğal şekillere bağlanan efsaneler, ziyaretçiler için hem merak hem de manevi bir anlam üretmektedir. Bu anlatılar, destinasyonların tanıtımında kullanılan güçlü sembolik öğelerdir ve bölgenin kabul edilebilir, çekici ve akılda kalıcı bir imaj geliştirmesine katkı sunmaktadır (Aktaş ve Batman, 2010).

Sonuç olarak, efsane ve söylence turizmi, somut olmayan kültürel mirasın gücünden yararlanarak destinasyon kimliğini güçlendiren, ziyaretçilere duygusal derinliği yüksek ve anlam yüklü deneyimler sunan bir turizm türü olarak öne çıkmaktadır. Bu alanın sürdürülebilir başarısı, otantik anlatıların profesyonel turist rehberleri tarafından doğru, etkileyici ve bağlamsal biçimde aktarılmasına; yerel mit ve söylencelerin ulusal ve uluslararası düzeyde bütüncül bir tanıtım stratejisiyle desteklenmesine; bu kültürel değerlerin koruma kullanma dengesi içinde yönetilmesine bağlı olduğu görülmektedir. Efsane ve söylence turizmi, bir anlamda görünmeyeni görünür kılan bir anlatı sahasıdır. Fiziksel olarak var olan kaleler, tapınaklar ya da kutsal alanlar elbette tarihsel açıdan önemlidir; ancak bu mekânları turistik açıdan yaşayan kılan, onların ardında gizlenen hikâyelerdir. Bu hikâyeler, mekânlara kimlik kazandırarak ziyaretçilerin yalnızca kalıntı görmelerini değil, geçmişle duygusal bir bağ kurmalarını sağlamaktadır. Dolayısıyla efsane ve söylenceler, kültürel mirasın sadece anlatısal değil, aynı zamanda deneyimsel boyutunu da besleyen; destinasyonun anlam haritasını derinleştiren simgesel kaynaklar haline gelmiştir.

6.2. Ev Turizmi

Turizm, yerel toplumlar için gelir, yatırım ve istihdam olanakları sağlayan önemli bir ekonomik faaliyet olarak kabul edilmektedir. Geleneksel kitle turizminin yarattığı olumsuz etkiler ve değişen tüketici tercihleri, turizm endüstrisinde alternatif turizm türlerinin önem kazanmasına yol açmıştır. Bu bağlamda, deniz-kum-güneş üçlemesinden uzaklaşarak doğaya özlem duyan, otantik kültürleri tanımak isteyen turist profiline artmasıyla birlikte, kırsal turizm ve onun önemli bir bileşeni olan ev pansiyonculuğu ile ikinci konut turizmi dikkat çekmektedir (Avcıkurt ve Köroğlu, 2008).

Ev pansiyonculuğu, bir ailenin sürekli ikamet ettiği evin veya odanın, turistik talebin yüksek olduğu dönemlerde, turistin toplumsal yapıyı tanınması amacıyla bir ücret karşılığında kiraya verilmesi anlamına gelmektedir. Bu model kapsamında, pansiyon işletmelerinde sunulması beklenen geleneksel hizmetlerin söz konusu pansiyon türlerinde de eksiksiz biçimde yerine getirilmesi zorunlu görülmektedir. Buna karşılık ikincil konutlar, turizmin kavramsal çerçevesinde yer alan pek çok temel unsuru yapısında barındıran ve bu yönüyle turistik işlevler üstlenen konutlar olarak değerlendirilmektedir. İkinci konutlara yapılan seyahatler; zorunlu ya da daimi olmayıp, diğer turizm türlerinde

olduğu gibi kişilerin her zamanki çevrelerinden uzaklaşma amacı taşımaktadır. Bu konutlar genellikle bir kaçış şekli olarak görülmektedir (Uçar, 2010). Ev pansiyonculuğu, alternatif turizm türleri arasında önemli bir konuma sahiptir. Bu işletmeler genellikle sahip-yönetici şeklinde veya aileler tarafından işletilmekte olup, hizmetler ev ortamı havasında, sade ve kişiselleştirilmiş bir şekilde sunulmaktadır. Ev pansiyonculuğunun önemi; alt ve orta gelir grubundaki turistler tarafından tercih edilmesi, daha samimi bir ortam sunması ve bölgenin mahalli ve kültürel özelliklerinin konuklara daha etkin sunulabilmesi gelmektedir. Pansiyonda kalanlar ile işletmeciler arasında daha fazla etkileşim olması, kültür alışverişini de kolaylaştırmaktadır. İkinci konut sahipleri, seyahatlerinde çoğunlukla yenilik arayışı içinde olmadıkları için literatürde marjinal turistler olarak değerlendirilmektedir; çünkü bu bireyler her yıl aynı destinasyona yıl içerisinde birden fazla kez gitmekte ve genellikle aynı kişilerle etkileşim kurmaktadır. Zaman içerisinde, özellikle birkaç yılın ardından, bu bireyler kendilerini turist kimliğinden uzaklaşmış biçimde algılamakta ve ev sahibi toplumun doğal bir parçası olarak görmeye başlamaktadırlar (Hashimoto, 2002). Ev pansiyonculuğu, kırsal turizmin en önemli parçalarından biri olarak kabul edilmekte ve bu modelin geliştirilmesi, kırsal kalkınmaya destek vermek, yerel ekonomileri canlandırmak ve yöre kadınının istihdamını sağlamak açısından büyük bir güç olarak görülmektedir. Ev pansiyonculuğu, konuklara yöre mutfağından yemekler sunma, kendi yetiştirdikleri ürünleri ikram etme ve yerel insanlarla iç içe yaşama fırsatı sunarak kalıcı dostluklar oluşturma gibi kültürel alışverişini kolaylaştıran özelliklere sahiptir (Akyol, 2012). Ev pansiyonculuğunun önemini artıran temel unsurlardan biri, misafirlerin bölgenin gerçek yaşam pratikleriyle temas edebilmesidir. Turistin bir ailenin yaşadığı eve konuk olması, günlük kültürel ritüelleri deneyimleyebilmesi ve ev sahipleriyle birebir etkileşim kurabilmesi, kitlesel turizmde rastlanması güç bir otantiklik sunmaktadır. Ekonomik açıdan bakıldığında, ev pansiyonculuğu küçük ölçekli ama etkisi büyük bir kırsal kalkınma aracı olarak görülmektedir. İkinci konut sahipliği, destinasyonlarda yerel ekonomiye düzenli gelir akışı sağlayan önemli bir unsur olarak görülmektedir; zira konut sahiplerinin gıda, akaryakıt, bakım-onarım ve çeşitli hizmetlere yönelik harcamaları bakkallar, manavlar, benzin istasyonları, küçük esnaf ve eğlence işletmeleri gibi çok sayıda yerel aktöre doğrudan ekonomik katkı sunmaktadır.

Ev pansiyonculuğu ve ikinci konutların gelişimi Türkiye’de turizmin yeni canlanmaya başladığı dönemlerde, otel dışı konaklama ihtiyacını karşılamak üzere ortaya çıkmıştır. Amasra (Bartın) bu alanda öncü destinasyonlardan biridir; 1940-50’li yıllardan beri Amasra’da bir gelenek haline gelmiştir. Kıyı turizmi gelişirken 1960’lı yıllarda Alanya ve Bodrum, 1970’li yıllarda Side gibi turistik yerler de ev pansiyonculuğu modelini uygulamaya başlamıştır (Akyol, 2012). Bu kapsamda, kavramsal çerçeveyi destekleyen yerel uygulamalara bakıldığında, ev pansiyonculuğunun Türkiye’de farklı destinasyonlarda çeşitli biçimlerde hayata geçirildiği görülmektedir.

Sonuç olarak ev pansiyonculuğu ve ikinci konutlar, Türkiye’de alternatif turizmin gelişiminde hem kültürel hem ekonomik açıdan stratejik bir konuma sahiptir. Turistin yerel yaşamla doğrudan temas kurabildiği bu model, yalnızca bir konaklama biçimi değil; kültürel aktarımı, toplumsal etkileşimi ve kırsal kalkınmayı destekleyen çok yönlü bir turizm pratiği olarak değerlendirilmektedir. Amasra’da tarihsel bir gelenek hâlinde varlığını sürdüren ve Artvin’de yerel yönetimlerin de desteğiyle giderek güçlenen ev pansiyonculuğu örnekleri, Türkiye’nin sahip olduğu çeşitliliği ve potansiyeli açıkça ortaya koymaktadır. Misafirin yöre kültürüne dâhil olduğu, ev sahibinin ise ekonomik ve sosyal açıdan güçlendiği bu karşılıklı etkileşim, turizmi yalnızca ekonomik bir faaliyet olmaktan çıkararak bir birlikte yaşam deneyimine dönüştürmektedir. Bu nedenle ev pansiyonculuğu, Türkiye’nin sürdürülebilir turizm vizyonu içinde hem korunması hem de geliştirilmesi gereken önemli bir model olarak görülmelidir.

6.3. Evlilik Turizmi

Günümüzde bireylerin değişen tercih ve beklentileri doğrultusunda turizm olgusundan talep edilen unsurlar da dönüşüm göstermektedir; deniz, kum ve güneş üçlemesi önemini sürdürmekle birlikte, buna ek olarak farklı ve alternatif turizm olanakları giderek daha görünür hale gelmektedir (Gök ve Sarı, 2009). Bu değişimler, alternatif turizm olarak adlandırılan ve geleneksel kitle turizminin olumsuz etkilerini azaltmayı amaçlayan yeni turistik ürünlerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Harris, Griffin ve Williams, 2002; Hunter ve Green, 1996). Evlilik turizmi, bu alternatif turizm çeşitlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Literatürde bu kavram; "düğün turizmi", "evlilik turizmi", "destinasyon düğünleri" (destination wedding) ve "yurtdışı düğünleri" (wedding abroad) gibi farklı terimlerle anılmaktadır. Türkiye’de, sektördeki öncü

işletmeler bu olayı "evlilik turizmi" olarak lanse etse de, literatürde genellikle "düğün turizmi" kavramı daha fazla kabul görmektedir (Demir ve Demir, 2004; Major ve diğerleri, 2010; Gök ve Sarı, 2009; Unur, Kanca ve Ertaş, 2017).

Evlilik turizmi, evlilik sürecindeki bireylerin, kendi ülkeleri dışında bir destinasyona yönelerek ilgili ülkenin hukuki düzenlemelerine uygun biçimde nikâh veya evlilik törenlerini gerçekleştirmek amacıyla yaptıkları, ticari kazanç elde etmeye yönelik olmayan turistik nitelikli bir seyahat türü olarak tanımlanmaktadır (Gök ve Sarı, 2009). Daha kapsamlı bir ifadeyle, evlenme sürecindeki çiftlerin ikamet ettikleri yerin dışında, başka bir şehirde ya da ülkede gerçekleştirdikleri düğün veya kutlama organizasyonlarını; bu organizasyona katılmak üzere destinasyona yönelen yakın çevre ve davetlilerin seyahat hareketliliğini de içine alan bir turist akışı biçimi olarak tanımlanmaktadır (Karacaer, 2021). Evlilik turizmi, günümüzde giderek önem kazanan turizm türlerinden biri olan etkinlik turizminin alt bileşeni olarak değerlendirilmektedir. Etkinlikler, belirli amaçlara yönelik olarak planlanan ve genellikle seyrek gerçekleşen özel olayları ifade ederken; düğünler, bu kapsamda bireylerin yaşam döngüsüne özgü nitelikler taşıyan kişisel etkinlikler kategorisinde konumlandırılmaktadır. Evlilik turizmi, bireylerin "aile birlikteliği" güdüsüyle gerçekleştirdiği bir etkinlik faaliyeti olarak da değerlendirilebilir (Bowdin ve diğerleri, 2001).

Evlilik turizmi, farklı motivasyon ve demografik özelliklere sahip çeşitli pazar bölümlerinden oluşan çok boyutlu bir turizm türü olarak görülmektedir. Bu pazarın temel bölümleri dört ana grupta toplanmaktadır. İlk olarak, *ilk defa evlenen çiftlerin düğünleri* bu sektörün en geniş ve geleneksel segmentini oluşturmaktadır. İkinci olarak, *yeniden evlilik gerçekleştiren bireylerin* oluşturduğu pazar, özellikle olgun yaş grupları arasında artan bir talep göstermektedir. Üçüncü olarak, *eşcinsel evlilikler* önemli bir alt pazar olarak dikkat çekmektedir; bu grup çoğunlukla kendi ülkelerinde yasal olmayan evlilikleri gerçekleştirmek amacıyla yasal kabulün bulunduğu destinasyonlara seyahat etmektedir. Son olarak, *yurtdışında gerçekleştirilen nikâh tazeleme törenleri*, romantik temalı turizm eğilimleriyle paralel biçimde yükseliş göstermekte ve çiftlerin duygusal bağlılıklarını sembolik olarak yenileme arzusunu turistik bir deneyime dönüştürmektedir (Schumann ve Amado, 2010; Major ve diğerleri, 2010).

Evlilik turizmi kapsamında çiftleri yurtdışında evlenmeye yönlendiren motivasyonlar, hem ekonomik hem de psikolojik faktörlerin etkisiyle şekillenmektedir. Bu bağlamda, temel olarak üç ana motivasyon öne çıkmaktadır. İlk olarak, *maliyet avantajı*, bireylerin geleneksel düğünlerin yüksek masraflarından kaçınarak daha ekonomik bir alternatif arayışına girmelerine neden olmaktadır. Yurtdışı düğünleri, çoğu zaman düğün ve balayını aynı paket içinde sunarak toplam maliyeti düşürmekte ve bu yönüyle finansal açıdan daha cazip hale gelmektedir. İkinci olarak, *iklim ve atmosfer unsuru*, çiftlerin düğün günlerini istedikleri hava koşullarında ve estetik bir çevrede gerçekleştirme arzusunu ifade etmektedir. Güneşli, sıcak ve doğal güzelliklerle çevrili destinasyonlar bu açıdan öncelikli tercihler arasında yer almaktadır. Üçüncü motivasyon unsuru ise *benzersiz deneyim arzusudur*. Çiftler, hayatlarının en özel gününü farklı bir kültürel çevrede, özgün bir atmosferde ve unutulmaz bir deneyimle taçlandırmak istemektedirler. Bu doğrultuda destinasyon seçimi yapılırken, doğallık, manzara estetiği ve mekânsal özgünlük belirleyici unsurlar arasında bulunmaktadır. Ekonomik açıdan değerlendirildiğinde, evlilik turizmi destinasyonlara çok yönlü katkılar sunan bir gelir kaynağı olarak öne çıkmaktadır. Bu turizm türü, yalnızca konaklama, ulaşım ve organizasyon hizmetlerini değil; aynı zamanda fotoğrafçılık, moda, kuaförlük, müzik, çiçekçilik ve gastronomi gibi yan sektörleri de doğrudan etkilemektedir. Böylelikle, evlilik turizmi destinasyonların turistik çeşitliliğini artırmakta, sezon dışı dönemlerde bile talep yaratmakta ve yerel ekonominin sürdürülebilirliğine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır (Wolf ve diğerleri, 2005; De Witt, 2006; Silvers, 2012; Poon, 2009; Kim ve Agrusa, 2005; Major ve diğerleri, 2010).

Uluslararası düğün turizmi kapsamında Türkiye, doğal güzellikleri, tarihi dokusu ve yüksek hizmet kalitesi sayesinde yabancı çiftlerin yoğun ilgi gösterdiği bir destinasyon hâline gelmiştir. Türkiye’de yapılan yabancı düğünlerinde en sık tercih edilen mekân türleri; açık hava alanları, deniz manzaralı noktalar, tarihi mekânlar ve büyük otellerden oluşmaktadır (Aykaç ve Karaduman, 2023).

Bu kapsamda İstanbul, özellikle Boğaz manzarası, tarihi yarımada çevresi, saraylar ve yalıları gibi görkemli mekânlarıyla öne çıkmaktadır. Arap kökenli çiftler başta olmak üzere birçok yabancı çift, Çırağan Sarayı, Sait Halim Paşa Yalısı ve Esmâ Sultan Yalısı gibi tarihî yapılarda deniz manzaralı açık hava düğünlerini tercih etmektedir. Bu

mekânlar, hem estetik değerleri hem de İstanbul'un kültürel kimliğiyle bütünleşmiş sembolik atmosferleri sayesinde yüksek bir çekicilik sunmaktadır (Kanca ve Unur, 2020).

Antalya ise uluslararası düğünlerde daha çok büyük otellerin, geniş alanlı tesislerin ve turistik bölgelerin tercih edilmesiyle dikkat çekmektedir. Hint kökenli çiftlerin yoğun olarak bu bölgeyi seçmesinin temel nedeni; çok katılımcılı ve ritüel açısından zengin düğünlere uygun büyük kapasiteli otellere sahip olmasıdır. Antalya'nın otel altyapısı, profesyonel organizasyon hizmetleri ve sahil bölgelerinin sunduğu romantik atmosfer destinasyonu cazip kılmaktadır (Karacaer, 2021).

Evlilik turizmi, turizmin tüm yıla yayılmasına ve dört mevsime dağıtılmasına olanak sağlayacak bir niş ürün olarak görülmektedir. Bu durum, özellikle kışın atıl kalan tesislerin daha verimli kullanılmasına yardımcı olmaktadır. Evlilik turizmi destinasyon seçimlerinde doğallık, manzara, tarihi ve kültürel çekicilikler önemli rol oynamaktadır (Kanca ve Unur, 2020). Tarihi yapıların ve doğal alanların bu amaçla kullanılması, hem doğal alanların hem de kültürel mirasın korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından önemlidir (Özgürel, 2022).

Evlilik turizmi günümüz turizm anlayışında giderek önem kazanan, ekonomik, kültürel ve duygusal boyutlarıyla öne çıkan alternatif bir turizm türü olarak değerlendirilmektedir. Çiftlerin maliyet avantajı, iklim koşulları ve benzersiz deneyim arayışı gibi motivasyonları, bu turizmin gelişimini desteklemekte; destinasyonlar açısından ise çok yönlü ekonomik katkılar sunmaktadır. Evlilik turizmi, yalnızca bireylerin özel anlarını farklı bir coğrafyada kutlamasına imkân tanımakla kalmayıp, aynı zamanda yerel ekonomilere yeni iş kolları kazandıran, kültürel çeşitliliği teşvik eden ve turistik ürün çeşitliliğini artıran bir faaliyet alanı olarak turizm endüstrisinde önemli bir yer edinmiştir.

6.4. Lüks Çadır Turizmi (Glamping Tourism)

21. yüzyıla girilmesiyle birlikte, küresel çapta yaşanan radikal tüketici davranış değişimleri, kitle turizminin egemenliğini zayıflatmış ve alternatif turizm türlerini ön plana çıkarmıştır. Özellikle pandemi gibi küresel olayların etkisiyle, tüketiciler doğayı merkeze alan ve daha bireysel hareket etmeye imkân tanıyan turistik aktivitelere yönelmişlerdir. Bu bağlamda, alternatif turizm çeşitleri arasında hızla trend olmaya başlayan yeni bir konaklama türü olarak glamping turizmi öne çıkmaktadır.

Glamping kelimesi, İngilizce kökenli glamorous (göz alıcı, büyüleyici, lüks, gösterişli) ve camping (kamp yapma) kelimelerinin birleşimiyle oluşturulmuştur. Bu etimolojiye dayanarak kavram, "lüks kampçılık" veya "butik kampçılık" olarak adlandırılmaktadır (Brochado ve Pereira, 2017; Çuhadar, 2024).

Lüks çadır turizmi, doğa deneyimini yüksek düzeyde konfor ve lüks unsurlarıyla birleştiren bir kamp anlayışını ifade etmektedir. Glamping, geleneksel kampçılığın zorluklarını (rahatsız uyku koşulları, çadır kurma güçlüğü veya sınırlı yiyecek imkânları) ortadan kaldırarak, misafirlere doğayla iç içe olmanın keyfini konforlu bir şekilde yaşama fırsatı sunmaktadır. Bu açıdan glamping, kamp deneyimini otel konforuyla bütünleştiren, modern turizm anlayışına uygun yenilikçi bir konaklama biçimi ve alternatif turistik ürün türü olarak değerlendirilmektedir (Meriç, Subaşı ve Şahin, 2021).

Glamping konsepti, ziyaretçilere konforlarından ödün vermeden doğayla bütünleşik bir şekilde turizm deneyimi yaşama olanağı sunmaktadır. Bu konseptteki konaklama birimleri; yatak, çarşaf, halı, banyo gibi olanaklarla donatılmış olup, tüm detaylar lüks, estetik ve yüksek kalite standartlarına göre tasarlanmıştır. Glamping tesislerinde yalnızca çadırlar değil; ağaç evler, kabinler, karavanlar, kubbe tipi (dome) evler, lüks çadırlar, Kızılderili tarzı çadırlar (teepee) ve bungalovlar gibi farklı konaklama alternatifleri de bulunmaktadır. Bu çeşitlilik, doğa ile iç içe bir yaşam deneyimini modern konforla harmanlayarak her zevke ve beklentiye hitap eden özgün bir tatil anlayışı ortaya koymaktadır. (Düzgün, 2021).

Glamping kavramı, her ne kadar günümüzde yeni bir turizm türü olarak değerlendirilse de kökeni oldukça eski dönemlere dayanmaktadır. Bu anlayışın ilk örneklerine 14. yüzyılda Osmanlı İmparatorluğu döneminde rastlanmaktadır. Osmanlı sultanları, seferlere çıktıklarında yanlarında ipek halılar, zarif mobilyalar ve değerli eşyalarla donatılmış, adeta küçük birer taşınabilir saray niteliğindeki çadırlar (otağlar) götürmüşlerdir. Bu uygulama, lüksün ve konforun geçici konaklama alanlarına taşınmasının erken bir örneğini oluşturmuştur. Benzer şekilde, 20. yüzyılın başlarında Amerikalı ve Avrupalı gezginler, Afrika'daki safari seyahatlerinde modern yaşamın konforundan vazgeçmeyerek, Pers halıları ve konforlu yataklarla döşenmiş lüks çadırlarda konaklamışlardır. Bu durum, glamping anlayışının evrimleşmesine ve zamanla küresel ölçekte yaygınlaşmasına zemin hazırlamıştır. "Glamping" kelimesi ise ilk kez

2005 yılında İngilizce sözlüğe girmiş, 2007 yılında İngiltere’de yeni bir turizm trendi olarak literatürde yer almaya başlamıştır. Modern anlamda glamping, standartlaşmış ve kitle üretimine dayalı turizm anlayışına bir tepki olarak ortaya çıkmış; lüks, doğallık, sağlık ve özgünlük kavramlarını bir arada sunan melez bir turistik ürün olarak tanımlanmıştır (Çuhadar, 2024)

Glamping, doğa temelli turizm türleriyle entegre bir yapıya sahip olup, sürdürülebilir turizm anlayışıyla doğrudan ilişkilendirilmektedir. Bu turizm türü, doğal çevreyle uyumlu, düşük çevresel etkiye sahip ve kırsal kalkınmayı destekleyen bir alternatif olarak öne çıkmaktadır. Özellikle kırsal bölgelerdeki turizm potansiyelini artırarak hem yerel ekonomiye katkı sağlamakta hem de bölgesel turizm çeşitliliğini geliştirmektedir. Glamping işletmelerinde çevresel duyarlılık oldukça yüksektir. Bu tesislerde genellikle sürdürülebilir enerji sistemleri, yenilenebilir kaynaklar ve ekolojik tasarım ilkeleri kullanılmaktadır. Glamping, çevre dostu bir turizm biçimi olarak değerlendirildiğinden, işletmeler doğal malzemelerle inşa edilmiş yapılar kullanmakta, atık yönetimine özen göstermekte ve enerji tasarrufunu önceleyen uygulamalar geliştirmektedir. Ayrıca birçok glamping işletmesi, kendi ürettikleri organik ürünleri misafirlere sunarak hem sağlıklı beslenme alışkanlıklarını desteklemekte hem de yerel üreticilerin ekonomik sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadır (Meriç, Subaşı ve Şahin, 2021; Düzgün, 2021)

Glamping destinasyonlarında ziyaretçiler yalnızca konforlu bir konaklama deneyimi yaşamaz, aynı zamanda doğayla bütünleşik çeşitli aktiviteler de gerçekleştirme fırsatı bulmaktadırlar. Safari, dağ bisikletçiliği, kuş gözlemciliği, balık tutma, rafting, yoga ve doğa yürüyüşleri gibi etkinlikler, bu konseptin en sık tercih edilen faaliyetleri arasında yer almaktadır. Böylece glamping, doğayı koruma bilinciyle konforu bir araya getiren, sürdürülebilir ve deneyim odaklı bir turizm anlayışını temsil etmektedir.

Glamping turizmini tercih eden ve tatil anlayışlarını bu doğrultuda şekillendiren bireyler “glamper” olarak adlandırılmaktadır. Glamperlar, doğayla iç içe olmayı arzulayan ancak lüks ve konfordan ödün vermek istemeyen, genellikle eğitim seviyesi ve gelir düzeyi yüksek bireylerden oluşan bir ziyaretçi profilini temsil etmektedir. Bu grup, kaliteli hizmet sunan tesisleri tercih etmekte ve bu deneyim için daha yüksek bir bedel ödemeye gönüllü davranmaktadır. Şehir yaşamının yoğunluğu, stres ve kalabalıktan

uzaklaşma isteği, onları glampinge yönelten temel motivasyonlardandır; çünkü glamping onlar için yalnızca bir konaklama biçimi değil, zihinsel bir arınma, yavaşlama ve yeniden merkezlenme süreci sunan nitelikli bir kaçış alanıdır. Doğayı sevseler de geleneksel kampçılığın fiziksel zorluklarıyla uğraşmayı tercih etmezler; bu nedenle her şeyin hazır olduğu, minimal eşya gerektiren, estetikle uyumlu ve konfor odaklı mekânlara yönelirler. Bağımsızlık, özgürlük ve macera duygusu bu kitlenin yaşam biçimiyle örtüşürken; aileler, çiftler ve özellikle 50 yaş üstü bireyler glampingin sunduğu zahmetsiz doğa deneyimi nedeniyle bu turizm türüne giderek daha fazla ilgi göstermektedir (Çelik, Bahar ve Tatar, 2017; Düzgün, 2021).

Glamping, Türkiye’de son yıllarda hızla gelişen alternatif turizm türlerinden biri olarak dikkat çekmektedir. Ülkenin farklı bölgelerinde yer alan glamping tesisleri, doğayla bütünleşik konforlu konaklama anlayışını temsil etmekte ve bölgesel turizm potansiyelini desteklemektedir. Aşağıda, Türkiye’deki öne çıkan bazı glamping işletmeleri yer almaktadır.

Sakarya’nın Sapanca ilçesinde yer alan Hypnos Sapanca Glamping & SPA, COVID-19 pandemisi sonrasında artan bireysel ve izole tatil talebine yanıt olarak 2020 yılında yaklaşık 15.000 m²’lik bir alanda kurulmuştur. İşletme, “dome” tipi çadırlarda lüks konaklama, kahvaltı ve SPA hizmetleri sunmaktadır (Düzgün, 2021).

Muğla’nın Bozburun beldesinde yer alan Kocabahçe Glamping, 2016 yılında Dirsekbükü Koyu yakınlarında 8 dönümlük bir arazi üzerinde kurulmuştur. Karayolu bağlantısının bulunmadığı işletmeye ulaşım, tesisin kendi tekneleri aracılığıyla Germe Koyu üzerinden sağlanmaktadır. Bu özelliği, Kocabahçe Glamping’i doğayla tam anlamıyla iç içe, izole ve özel bir tatil noktası haline getirmiştir (Göktaş, Çetin ve Kızılırmak, 2017).

Bir diğer örnek olan Club Amazon Bördübet ise Muğla’nın Marmaris ilçesinde yer almakta ve Türkiye’de glamping anlayışının öncülerinden biri olarak değerlendirilmektedir. İşletme, 1980–1993 yılları arasında klasik kamping hizmeti sunmuş, ardından konforlu kamp konseptine geçmiştir. 2013 yılından itibaren ise “glamping” kavramını markalaşma ve tanıtım süreçlerinde aktif biçimde kullanmaya başlamıştır (Çelik, Bahar ve Tatar, 2017).

Bölgesel potansiyel açısından değerlendirildiğinde, Muğla'nın Fethiye destinasyonu glamping turizmi bakımından dikkat çeken önemli alanlardan biridir. Bölgede yapılan bir saha çalışmasında 14 glamping işletmesiyle görüşülmüş ve burada doğa kulüpleri, Kızılderili çadırları (teepee), seyyar karavanlar, otağlar, ağaç evler, lüks çadırlar ve ahşap kulüpler gibi farklı konseptlerin uygulandığı tespit edilmiştir. Bu çeşitlilik, Fethiye'nin glamping açısından güçlü bir potansiyel taşıdığını ve doğa temelli turizmde önemli bir çekim merkezi haline geldiğini göstermektedir (Demir ve Demircioğlu, 2023).

Genel olarak bakıldığında Türkiye'de glamping işletmeleri, doğallık, konfor, sürdürülebilirlik ve özgün deneyim arayışını bir arada sunarak kırsal turizme yalnızca yeni bir seçenek değil, aynı zamanda niteliksel bir dönüşüm kazandırmaktadır. Şehir yaşamının yoğun temposundan uzaklaşmak isteyen ziyaretçiler için hem rahatlık hem de doğayla bütünleşme imkânı sunan bu tesisler, özellikle son yıllarda alternatif turizme yönelik artan talep sayesinde hızlı bir gelişim göstermektedir. Glamping işletmeleri, çevreye duyarlı mimari yaklaşımlar, ekolojik malzeme kullanımı, yenilenebilir enerji sistemleri ve atık yönetimi uygulamalarıyla sürdürülebilir turizmin sahadaki somut yansımalarından biri hâline gelmiştir. Bunun yanında, her bölgenin doğal peyzajı, gastronomik ürünleri ve kültürel dokusuyla uyumlu olarak tasarlanan konaklama birimleri, ziyaretçilerin bulunduğu destinasyonla özgün bir bağ kurmasına olanak tanımakta; böylece deneyim temelli turizm anlayışı güçlenmektedir. Konaklama gelirlerinin yanı sıra, bölgedeki küçük üreticilerden yapılan tedarikler, yöresel el sanatlarının satışına verilen destek, yerel rehberlik ve açık hava etkinliklerinin çeşitlenmesi, turizm gelirin bölge içinde dolaşımını artırarak kırsal kalkınmayı desteklemektedir. Ayrıca glamping, mevsimselliği azaltıcı etkisiyle kırsal destinasyonların yıl boyunca turist çekebilmesine imkân sunmakta ve böylece turizm faaliyetlerinin daha dengeli bir biçimde dağılmasını sağlamaktadır. Bu yönüyle glamping, Türkiye turizminin sürdürülebilirlik şartlarına uyum sağlama noktasında önemli bir potansiyel taşımakta; doğa temelli deneyimlerin niteliğini artırırken, yerel toplulukların ekonomik ve kültürel olarak güçlenmesine katkıda bulunmaktadır.

6.5. İntihar Turizmi

Turizm endüstrisinde giderek artan rekabet ortamı, işletmeleri turistik talebi kendilerine yönlendirebilmek amacıyla farklılaşma stratejileri geliştirmeye sevk etmektedir; bu süreç, tüketicilerin değişen ve çeşitlenen beklentileri doğrultusunda çok sayıda farklı turizm türünün ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır. Bununla birlikte, söz konusu yeni seyahat biçimlerinin tamamı bireyin turizmden elde etmesi beklenen olumlu deneyimleri ve kazanımları içermemektedir. Bu bağlamda en dikkat çekici örneklerden biri, bireylerin yaşamlarına son vermek amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatleri ifade eden intihar turizmi kavramı olarak değerlendirilmektedir (Temizel, Özgün, Ceylan ve Güneş, 2021).

İntihar turizmi, görece yeni bir olgu olarak literatürde yer almakta ve çok boyutlu yönleriyle yoğun tartışmalara konu olmaktadır. Literatürde bu kavram, bireylerin yaşamlarına son verme amacıyla, bu alanda hizmet sunan kurumların sunduğu programlara dâhil olmak üzere gerçekleştirdikleri seyahatleri ifade etmek için kullanılmaktadır. Bununla birlikte, intihar turizmi kavramının tıbbi, ahlaki, etik ve hukuki açılardan taşıdığı ciddi tartışmalı boyutlar nedeniyle, bir turizm türü olarak ele alınmasının uygun olmadığı yönünde literatürde baskın bir görüş bulunmaktadır (Eroğul, 1993; Ömeroğlu, 2009; Temizel, Özgün, Ceylan ve Güneş, 2021). Bu durum, intihar turizmi ile alakalı tam bir tanım yapmayı zorlaştırmaktadır. İntihar turizmi, ölme amacı güderek başka bir ülkeye veya ülkenin başka bir bölgesine seyahat etme eylemi olarak tanımlanmakta ve ötanazi kavramı ile ilişkilendirilmektedir (Yayla ve Altan, 2020; Higginbotham, 2011).

İntihar turizmi kavramı, ölüm hakkı ve ötanazi (yardımlı ölüm) kavramlarıyla doğrudan ve güçlü bir ilişki içerisinde ele alınmaktadır. *Ölme hakkı* ise kavramsal düzeyde, bireyin yaşamını sürdürmek istememesi durumunda ya da kendi tercih ettiği biçim ve zamanda yaşamına son verme konusunda karar verme yetkisine sahip olması şeklinde tanımlanmaktadır. Bireyi merkeze koyan modern anlayışta, insanlar bedenleriyle ilgili kararları bu perspektifle almakta, katlanılmaz ağırlar çeken veya yaşamının son döneminde olan bireyler özerkliğe saygı temelinde bu hakkı talep edebilmektedir. *Ötanazi ve yardımlı ölüm*; ötanazi, etimolojik kökeni itibarıyla Grekçede "güzel ölüm" anlamına gelmektedir. Bu bağlamda iki temel uygulama biçimi

bulunmaktadır. *Aktif ötanazi*, yaşamına son vermek isteyen bireye ölümcül dozda bir ilacın uygulanması sonucunda gerçekleşmektedir. *Pasif ötanazi* ise bireyin yaşamını sürdürebilmesini sağlayan tıbbi müdahale ve tedavilerin bilinçli olarak sonlandırılması yoluyla uygulanmaktadır. *Yardımlı ölüm ya da talep üzerine ölüm ise*, bireyin açık isteği doğrultusunda ölüm eyleminin başka bir kişi tarafından gerçekleştirilmesi şeklinde tanımlanmakta ve kavramsal olarak aktif ötanazinin bir türü olarak değerlendirilmektedir. *Doktor yardımlı intihar*, ötanazinin bir türü olarak kabul edilen hekim yardımlı intihar, hastanın intihar etmesi için bir başkasından yardım alması durumunu ifade eder. Bu durumda doktor, öldürücü ilacı reçete eder, ancak ilacı uygulayan doktor değil, bizzat hastanın kendisidir (Durmuşoğlu ve Ataman, 2018; Torun, ve diğerleri, 2012; Demirhan, 1994; Elçioğlu, Gündüz ve Köşgeroğlu, 1994; Oral, 1995; Abaan, 1997; Aypar, 1997; Bölükbaşı, 1998; Dikmen, 2001; Yaşar ve Turan, 2013; İlhan, 2011; Sağlam, 2017).

İntihar turizmi, literatürde hem özel ilgi turizmi kapsamında hem de medikal turizm çerçevesinde ele alınan bir kavram olarak yer almaktadır. Teorik bakış açısıyla değerlendirildiğinde intihar turizmi, tıbbi bir uygulama niteliği taşıması nedeniyle medikal turizmin niş bir alt segmenti olarak konumlanmakta; aynı zamanda sınır aşan hareketlilik içermesi bakımından uluslararası turizmin alt bileşenlerinden biri olarak değerlendirilmektedir (Yayla ve Altan, 2020). Ötanazi uygulamasından yararlanmak isteyen bireylerin, sürekli ikamet ettikleri yerlerin dışına çıkarak tıbbi destek almak amacıyla seyahat etmeleri, bu hareketliliğin medikal turizm kapsamında değerlendirildiğini göstermektedir. İntihar turizmi aynı zamanda "ölüm turizmi" (death tourism) çerçevesinde ele alınmaktadır. İntihar turizmi ve ötanazi turizmi kavramları, ölüm turizmi ve medikal turizmin kesişim kümesinde ortaya çıkan niş bir turizm türü olarak değerlendirilebilir (Erdem ve Fettahoğlu, 2022; Çoban, Dilek ve Harman, 2017).

İntihar turizmi kapsamında seyahat eden bireyler, intihar eylemini gerçekleştirecekleri destinasyonlara giderek, bazı ülkelerde kanunlar dahilinde ötanazi olarak bu eylemi gerçekleştirebilmektedirler.

İntihar turizmi kapsamında değerlendirilebilecek uygulamaların hukuki açıdan kabul gördüğü ülkeler arasında ABD'nin bazı eyaletleri ile Lüksemburg, İsviçre, Hollanda ve Belçika gibi örnekler yer almaktadır. İsviçre'de yardımlı ölüm uygulaması 1941 yılından itibaren yasal bir zemine sahip olmakla birlikte, bu olgunun geniş kitleler

tarafından tanınması ve uluslararası ölçekte görünürlük kazanması 1998 yılında Dignitas Kliniği'nin faaliyete geçmesiyle gerçekleşmektedir. Dignitas, ölümcül ya da tedavisi mümkün olmayan hastalıklarla mücadele eden bireylere yönelik hizmet sunan bir kuruluş olarak tanımlanmaktadır. Kliniğin mottosu “onurlu bir biçimde yaşamak için, saygınlıkla ölmek” şeklindedir. Bu merkeze başvurmak isteyen bireylerin üyelik sürecinde bir başvuru mektubu ile birlikte tıbbi dosyalarını sunmaları gerekmektedir. Yardımlı intihar turizmi kapsamında değerlendirilen bu uygulamalardan yararlanmak için kişinin tedavi edilemeyen, yaşam kalitesini ciddi biçimde düşüren veya dayanılmaz acılara yol açan bir hastalığa sahip olması şarttır. İsviçre’de ötanazinin yasal zeminde kabul görmesinin önünü açan gelişme ise Ceza Kanunu’nun 115. maddesinde yer alan “intihara teşvik ve yardım” ifadesindeki “bencilce” kelimesinin yorumlanma biçimiyle ilgilidir. Sivil toplum kuruluşlarının girişimleri sonucunda bu maddedeki “bencilce” ifadesinin ötanazi için uygun olmadığı savunulmuş, böylece kişinin menfaat gözetmeksizin yalnızca insani nedenlerle yardımlı intihar sürecine katılabilesinin önü açılmıştır. Bu durum, ülkede ötanazinin dolaylı olarak yasal bir statü kazanmasını sağlamıştır. Hollanda ise intihar turizmini yasal olarak uygulayan ülkelerden biridir. Bu uygulamadan yararlanmak için hastanın ölümcül bir hastalığa sahip olması, acısının dayanılmaz düzeyde bulunması ve bu isteğini açık biçimde, tekrarlayarak dile getirmesi gerekmektedir. Hastanın rızası bu süreçte temel koşuldur. Hollanda yasalarına göre, doktorun ölümcül dozda ilacı enjekte etmesi dışında, hastanın aynı ilacı kendi isteğiyle alması da suç olarak değerlendirilmemektedir. Tüm süreç, Bölgesel Ötanazi Denetleme Komisyonu tarafından denetlenmektedir. Belçika’da da yardımlı intihar turizmi yasal olarak kabul edilmiştir. Ülkede her yıl ortalama 500’den fazla kişi bu uygulama için başvurmaktadır. Yasal düzenlemelere göre bireyin 18 yaşından büyük olması, isteğini bilinçli iradesiyle vermesi, dayanılmaz düzeyde fiziksel veya psikolojik acı çekmesi ve tedavisi mümkün olmayan bir hastalığa sahip olması gerekmektedir. Bu koşullar sağlandığında birey, kendi yaşamına son verme sürecini yasal çerçevede gerçekleştirebilmektedir (Callaghan, 2011; Pekerşen, 2017; Bosshard, Ulrich ve Bär, 2003; Cohen, 2014; Huxtable, 2009; Higginbotham, 2011; Nomer, 2014; Besiri, 2009).

Türkiye’de ötanazi uygulamaları yasaktır. Sağlık Bakanlığı’nın Hasta Hakları Yönetmeliği’nin 13. Maddesi ("Ötanazi Yasağı") uyarınca, tıbbi gerekçelerle dahi olsa hayat hakkından vazgeçilemez ve kimsenin hayatına son verilemez. Bu nedenle,

Türkiye’de ötanazi uygulayan hekim cezalandırılır ve intihar turizmi uygulamaları yasal değildir (Temizel, Özgün, Ceylan ve Güneş, 2021; Erdem ve Fettahoğlu, 2022).

Turizm, genel olarak bireylerin sürekli ikamet ettikleri yerlerden geçici süreyle ayrılarak başka destinasyonlara seyahat etmeleri ve ardından geri dönmeleri sürecinde ortaya çıkan olaylar ve ilişkiler bütünü olarak tanımlanmaktadır. Ancak intihar turizmi kapsamında gerçekleştirilen seyahatlerin doğası, bu tanımla çelişmektedir. Çünkü bu tür seyahatler genellikle tek yönlü bir gidiş şeklinde gerçekleşmekte, kişi ikamet ettiği yere fiziksel olarak değil, yalnızca cansız bedeniyle dönmektedir. Bu durum, söz konusu hareketliliğin “turizm” kavramı altında değerlendirilip değerlendirilemeyeceği konusundaki tartışmaları gündeme getirmektedir. Bu bağlamda, intihar turizminin klasik anlamda turizmden ziyade “medikal göç” ya da “ötanazi/yardımlı ölüm hareketliliği” olarak tanımlanmasının daha uygun olacağı ileri sürülmektedir. Zira bu seyahatlerin temelinde, turizmin özünü oluşturan boş zaman değerlendirme, keyif alma, deneyim yaşama veya iyi vakit geçirme gibi motivasyonlar bulunmamaktadır. Dolayısıyla, bu tür seyahatlerden psikolojik ya da toplumsal anlamda olumlu çıktılar beklenmemektedir. Sonuç olarak, intihar turizmi kavramı arz ve talep yönleriyle turizm olgusunun belirli yönleriyle ilişkilendirilse de, içerdiği derin sosyolojik, etik ve hukuki çelişkiler nedeniyle tartışmalı bir alan olmaya devam etmektedir.

6.6. İslami Turizmi

İslami turizm temel olarak, bireylerin turizm faaliyetlerini İslam dininin emir ve yasaklarına uygun, yani helâl dairesi içerisinde, haram alana geçmeksizin gerçekleştirmelerini hedefleyen bir turistik ürün çeşidi olarak tanımlanmaktadır. İslami turizm, Müslümanların dini kimliklerini ve hassasiyetlerini koruyarak dinlenme, gezme ve sosyalleşme taleplerine yanıt vermek amacıyla ortaya çıkmıştır. Turistik ürünler ve pazarlama hizmetleri, özellikle Müslümanlar için tasarlanmış ve onlara yöneltilmiştir. (Kardeş ve Kınır, 2017).

İslami turizm, inanç temelli hassasiyetleri gözetilen bir turizm anlayışı olarak üç temel ilke üzerine kurulmaktadır. Bu ilkelerden ilki, gıdanın helâl olmasıdır. Bu ilke, yiyecek ve içeceklerin helâl kurallarına uygun şekilde hazırlanmasını, haram olarak kabul edilen ürünlerden kaçınılmasını ve misafirlere geniş bir helâl gıda yelpazesi sunulmasını ifade etmektedir. İkinci ilke, ortamın helâl olmasıdır. Bu anlayış, inançlı bireylerin yaşam

biçimlerine ve mahremiyet hassasiyetlerine uygun bir çevre oluşturulmasını gerektirmektedir. Kadın ve erkek alanlarının ayrı düzenlenmesi, mahremiyetin korunması ve ibadet olanaklarının sağlanması bu kapsamda önem taşımaktadır. Üçüncü ilke ise, eğlencenin helâl olmasıdır. Bu ilke, bireylerin boş zamanlarını Allah'ın yasakladığı davranışlardan uzak durarak değerlendirmelerini, dinî ve ahlaki değerlere uygun etkinliklere yönelmelerini öngörmektedir (Batman, 2015). Dolayısıyla İslami turizm, gıda, ortam ve eğlence boyutlarında helâl prensiplerini esas alarak, Müslüman turistlerin inançlarına uygun bir tatil deneyimi yaşamalarını hedefleyen bütüncül bir yaklaşımı temsil etmektedir.

İslami turizm anlayışı doğrultusunda hizmet sunan işletmeler, misafirlerin dini ve kültürel hassasiyetlerini operasyonel düzeyde dikkate almalı ve bu hassasiyetleri hizmet süreçlerine yansıtmalıdır. Bu kapsamda, helâl konseptli işletmelerin karşılaması gereken temel hizmet alanları şu şekilde sıralanabilir (Tekin, 2014; Dinçer ve Bayram, 2017; Tekin ve Yılmaz, 2016):

1. Yiyecek ve İçecek Hizmetleri:

- Tesislerde alkol satışı, sunumu ve tüketimi kesinlikle yasaktır.
- Domuz eti veya domuzdan elde edilmiş hiçbir ürün ve katkı maddesi bulunmamalıdır.
- Yiyeceklerin güvenilir, temiz ve sağlıklı (Helâl) olması gerekmektedir. Hatta banyo ve kişisel temizlik malzemelerinde bile alkolsüz seçeneklere odaklanılmaktadır. Ancak, kaynaklarda bu konseptte hizmet veren işletmelerin tamamının Helâl kriterlerini göz önünde bulundurduğu belirtilse de, Helâl gıda sertifikasına sahip olanların oranı %40 düzeyinde kalmıştır.
- Ramazan ayı boyunca sahur ve iftar yemeği imkanlarının sunulması beklenir.

2. Mahremiyet ve Rekreasyon Olanakları:

- Yüzme havuzları ile spa ve sağlık merkezleri (sauna ve hamam gibi alanlar), kadınlar ve erkekler için ayrı ve özel biçimde tasarlanmalıdır. Bu kapsamda, kadınlara özgü güneşlenme alanlarının ya da plaj bölümlerinin tahsis edilmesi, mahremiyet ve kullanım beklentileri açısından önemli bir gereklilik olarak değerlendirilmektedir.

- Eğlence olanakları, misafir profiline uygun olmalı; gece kulübü, disko, bar ve casino/kumar faaliyetleri bulunmamalıdır. İslami ilkelere uygun TV kanalları sunulmalıdır.
- Kadın ve erkeklerin birlikte eğlence faaliyetlerine katılmaları ile aynı havuz, plaj, sauna veya hamam gibi alanları ortak biçimde kullanmaları, dinî açıdan mahremiyet ilkesini zedeleyici nitelik taşıdığı için helâl olarak kabul edilmemektedir. Bu nedenle söz konusu mekânların karma kullanıma açılması, harama vesile olabilecek bir durum olarak değerlendirilmektedir.

3. Konaklama ve İbadet İmkanları:

- Konaklama birimlerinde, odalarında namaz ibadetini yerine getirmek isteyen misafirler için kıble yönünü gösteren işaretlerin ya da pusulalı seccadelerin ve Kur'an-ı Kerim'in bulundurulması gerekmektedir.
- Odalarda, bulunduğu destinasyona ait yerel namaz vakitlerini gösteren çizelgelerin yer alması beklenmektedir.
- Lavaboların Mekke istikametine bakmayacak şekilde konumlandırılması ve banyo alanlarının abdest almaya elverişli bir yapıda tasarlanması, dinî hassasiyetler açısından önem arz etmektedir.
- Vakit namazlarının kılınması için, otelin misafir kapasitesine uygun, bay ve bayanlara ayrılmış mescit alanları tesis edilmelidir.

4. Personel ve Yönetim:

- İşletme personelinin kılık ve kıyafeti temiz, düzenli ve İslami tesettür ilkelerine uygun şekilde düzenlenmektedir.
- Bekâr misafirler ile aileler için ayrı konaklama alanlarının oluşturulması tercih edilmekte; birinci derece yakın akraba olmayan kadın ve erkeğin aynı odada konaklamasına izin verilmemesi beklenmektedir.
- Hizmet sunumunda, erkek misafirlere erkek personelin, kadın misafirlere ise kadın personelin hizmet verdiği bir yaklaşım benimsenmektedir.

İslami turizm, Müslüman nüfusunun hızla artması ve özellikle Körfez ülkeleri, Endonezya, Nijerya ve Türkiye gibi ülkelerde orta sınıfın ve harcanabilir gelirdeki artışla birlikte küresel turizmde önemli bir pay kazanmıştır. Müslümanların artan bu turizm

talebi, turizm sektörünü bu yönde yatırımlar yapmaya teşvik etmektedir (Tanrısever, Batman ve Pamukçu, 2016; Batu, 2012).

İslami turizm, helâl gıda, mahremiyet ve dinî değerlere uygun eğlence ilkelerine dayanan bir turizm anlayışıdır ve sürdürülebilirlik açısından değerlendirildiğinde hem sosyal, hem ekonomik, hem de kültürel sürdürülebilirliğe önemli katkılar sunmaktadır. Müslüman turistlerin inanç temelli hassasiyetlerini koruyan bu yaklaşım, yerel kültürel değerlerin turizm içinde yaşatılmasını sağlayarak kültürel sürdürülebilirliği güçlendirmektedir. Ekonomik açıdan bakıldığında, hızla büyüyen Müslüman turist pazarını destinasyonlara çekerek sürekli ve istikrarlı bir talep yaratmakta; bu da yerel işletmelerden büyük ölçekli tesislere kadar geniş bir ekonomik fayda sağlamaktadır. Sosyal sürdürülebilirlik bağlamında ise aile yapısı, mahremiyet ve toplumsal normlara saygı gibi unsurları merkeze alarak sosyal uyumu destekler ve turistlerin kendilerini güvende hissetmelerini olanak vermektedir. Çevresel boyutta doğrudan helâl kriterleri bulunmasa da israfın önlenmesi ve temizliğe verilen önem gibi İslami değerler, çevreye duyarlı turizm uygulamalarıyla uyumludur. Kısaca İslami turizm, inanç temelli hizmet sunumunu sürdürülebilir turizm ilkeleriyle birleştiren bütüncül bir model olarak değerlendirilebilmektedir.

6.7. Karavan Turizmi

Karavan turizmi, bireylere hem konaklama hem de mekânsal hareketlilik açısından özgürlük sunan turizm faaliyetlerini ifade etmektedir. Karavanlar ise yatak, mutfak, duş, tuvalet, lavabo ve oturma alanı gibi temel yaşam gereksinimlerini karşılayabilecek biçimde tasarlanmış taşınabilir yaşam üniteleri olarak tanımlanmaktadır. Bu araçlar çoğunlukla konaklama, tatil yapma, yemek hazırlama ve barınma gibi ihtiyaçların karşılanması amacıyla kullanılmaktadır (Türkay Dilmaç ve Taşarer, 2024). Karavan turizmi, turistlere otel tarzı işletmelerin konseptlerine uyma zorunluluğundan kaçınma olanağı sağlayan, bağımsız ve esnek bir turizm türü olarak ifade edilmektedir. Bu turizm türünde süre, rota ve destinasyon tercihi tamamen turistlerin isteklerine bağlı şekilde gerçekleşmektedir. Bu sebeple karavan turistlerine metaforik olarak "Evlerini sırtlarında taşıyan salyangozlar" benzetmesi yapılmaktadır (Lashley, 2015; Akçura ve Karadağ, 2015).

Karavan turizmi, özellikle kitle turizminin olumsuz etkilerinden (gürültü kirliliği, betonlaşma, kültürel miras kaybı) kaçınma ve alternatif turizm arayışının artmasıyla tercih edilme oranlarında artış meydana gelmiştir. Karavan turizmi, bireylere tam hareket özgürlüğü ve benliğin yeniden keşfi gibi fikirleri barındıran bir deneyim sunmaktadır. (Zayım, Bayartan ve Kahraman, 2022; Brooker ve Joppe, 2013). Karavan turizmi, doğal çevreye ve sosyo-ekonomik açıdan sürdürülebilir temelde geliştirilebilecek bir turizm türü olarak görülmektedir. Geleneksel konaklama türlerine oranla altyapıya çok ihtiyaç duyulmadığı için arazi kullanımının az olması, çevresel bozulmayı engelleyebilir. Ayrıca karavan turistlerinin yerel ürünlerden faydalanarak yerel ekonomiye katkı sağladığı görülmektedir (Hardy ve Kirkpatrick, 2017).

Karavan kullanımının tarihi, insanların İngiltere ve Avrupa kırsalında dolaştığı 1880'lerdeki boş zaman etkinliklerine kadar uzanmaktadır. Bu dönemde, atlı arabalar tekerlekli evlere dönüştürülmüş ve hatta tuvalet, kömür sobası gibi dönemine göre lüks donanımlar barındırmıştır (Hjalager, 2015). I. Dünya Savaşı'nın başlamasıyla atlı karavanlar popülerliğini yitirmiş ve ticari karavan üretimi gelişmeye başlamıştır. 20. yüzyılın başlarından itibaren teknolojiye ayak uydurularak motorlu taşıtlara uygun tasarımlar yapılmış ve 1930'lu yıllar karavan üretiminde ve kullanımında hızlı bir gelişime sahne olmuştur. Çelik gövdeli ilk karavan 1938 yılında üretilmiştir (Altuntaş, Kösele ve Mercan, 2024). Zamanla karavanlar Avrupa turizm endüstrisinde önemli bir konaklama türü olarak ön plana çıkmıştır. Karavan turizmi Kuzey Amerika ve Avustralya'da da oldukça yaygın bir turizm türü haline gelmiştir (Rogerson ve Rogerson, 2021).

Türkiye, sahip olduğu doğal güzellikler ve uygun iklim şartları ile kamp ve karavan turizmi için elverişli potansiyele sahiptir. Türkiye'de karavan turizmi son yıllarda yaygınlaşan bir yeni eğilim olarak görülmektedir (Alkan, 2021; Kenar, 2023; Gedik Arslan, 2020). Türkiye'de karavan turizmine en uygun alanlar Ege ve Akdeniz bölgelerinde yoğunlaşmaktadır (Türkay Dilmaç ve Taşarer, 2024).

Türkiye'de karavan ve kamp turizminin gelişim eğilimleri incelendiğinde, bazı destinasyonların altyapı, doğal çekicilik ve erişilebilirlik bakımından belirgin biçimde öne çıktığı görülmektedir. Bu bağlamda Muğla, kamping tesis sayısı açısından Ege ve Doğu Marmara bölgeleriyle birlikte ülkenin en güçlü destinasyonlarından biri olarak

görülmektedir. Karavan turizmi açısından dikkat çeken bir diğer destinasyon ise Antalya'nın Demre ilçesidir. Demre, uygun iklim koşulları, Likya Yolu gibi uluslararası bilinirliğe sahip kültürel rotalar ve zengin arkeolojik mirasıyla karavan kullanıcıları için oldukça cazip bir çekim merkezi niteliğindedir. Bununla birlikte, bölgede faaliyet gösteren kamp alanlarının önemli bir kısmının ruhsatsız olması, hem standartlaşma hem de güvenilir hizmet sunumu açısından yapısal bir sorun oluşturmaktadır. İznik Gölü ve çevresi de son yıllarda karavan turizmi açısından artan bir potansiyel sergilemektedir. Özellikle Osmangazi Köprüsü'nün açılmasıyla birlikte Avrupa'dan Ege ve Akdeniz'e uzanan karayolu geçişlerinde stratejik bir konum kazanmış olan bu bölge, tarihî yapıları, göl çevresinin doğal peyzajı ve ulaşım kolaylığı sayesinde karavan kullanıcıları için önemli bir alternatif destinasyon hâline gelmiştir (Yorgun, İlal, Çalışkan ve Ulusoy, 2023; Akpur ve Zengin, 2019; Zayım, Bayartan ve Kahraman, 2022). Bu örnekler, Türkiye'de karavan turizminin çeşitli destinasyonlarda farklı dinamiklerle geliştiğini, ancak uygun altyapı, ruhsatlandırma ve planlı destinasyon yönetimi gereksinimlerinin sürdürülebilir büyüme için kritik olduğunu göstermektedir.

Karavan turizmi, çevreyle uyumlu bir ekorekreasyon faaliyeti olarak görülmekte ve sürdürülebilirlik açısından önemli bir potansiyel taşımaktadır. Doğaya duyarlı bireyleri cezbetmesi nedeniyle çevre bilincinin gelişmesine, doğal alanların korunmasına ve kitle turizminin yoğun baskılarından kaçınmaya katkı sunmaktadır. Ancak, bilinçsiz kullanım, yetersiz yönetim ve plansız alanlar ciddi çevresel riskler doğurabilmektedir. Türkiye'de özellikle atık yönetimi sorunları, karavan parklarında altyapı eksikliği, ruhsatsız kamp alanlarının çoğalması yerel kirlenme kaynakları karavan turizminin olumsuz çevresel yansımaları arasında yer almaktadır. Bu nedenle karavan turizminin sağlıklı biçimde gelişebilmesi için hem kullanıcıların hem de yerel yönetimlerin sürdürülebilirlik bilincini güçlendirmesi, altyapıyı iyileştirmesi ve çevresel denetimleri etkin biçimde yürütmesi büyük önem taşımaktadır (Türkay Dilmaç ve Taşarer, 2024; Yorgun, İlal, Çalışkan ve Ulusoy, 2023; Kumaş, Bilgili ve Avcıkurt, 2025; Yılmaz ve Nergiz, 2023).

Karavan turizminin sürdürülebilirliği, kitle turizmine göre doğa ile daha uyumlu ve bireysel deneyim sunması açısından yüksek potansiyele sahip olsa da, bu potansiyelin gerçekleştirilmesi mevcut altyapı eksikliklerinin giderilmesine ve karavan turistleri arasında çevre bilincinin artırılmasına bağlı olduğu söylenebilir. Karavan turizmi, turizm sektörünün geleceği ve sürdürülebilir gelişimi açısından stratejik bir öneme sahiptir.

Uygun planlama ve etkili yönetim stratejileriyle desteklendiğinde, Türkiye'nin doğal ve kültürel zenginliklerinin bu turizm türü üzerinden daha görünür kılınması mümkün olacak; böylece hem destinasyonların rekabet gücü artacak hem de ülke ekonomisine sağlanan katkı önemli ölçüde yükseltilebilecektir.

6.8. Kutup Turizmi

Deniz turizmi, genel bir tanımla, deniz araçları kullanılarak denizin içinde veya üstünde ve kıyıda gerçekleştirilen turizm amaçlı tüm ticari faaliyetleri ifade etmektedir ve aynı zamanda "kıyı turizmi" olarak da adlandırılmaktadır. Başlangıçta deniz-kum-güneş (3S) olarak adlandırılan deniz turizminin çerçevesi zamanla genişlemiş; dalış turları, kruvaziyer turizmi, yatçılık, marinalar, denizaltı ve üstü araştırma gezileri gibi çeşitli alt dalları kapsamıştır. Bu genişleme neticesinde, kutup turizmi de deniz turizmi çeşitleri arasına girmiş olup, Arktik ve Antarktika bölgelerine yönelik faaliyetleri kapsamaktadır (Arlı, Bayırhan ve Saygılı, 2021). Kruvaziyer işletmeleri, müşterilerinin yeni alternatif ve macera turizmi niteliğindeki destinasyonlara yönelik istekleri doğrultusunda kutup turizmini bir seçenek olarak sunmuşlardır. Özellikle Antarktika ve Kuzey Işıkları, tüm kruvaziyer seyahatleri içerisinde yeni gözde destinasyonlar olarak değerlendirilmektedir (Ercan, 2016).

Kutup bölgelerine yönelik alternatif ve macera temelli kruvaziyer seyahatlerinin turistik ürün yelpazesine dâhil edilmesi, deniz turizminin giderek genişleyen ve çeşitlenen yapısını açık biçimde ortaya koymaktadır. Bu çerçevede kutup turizmi, belirli unsurlar temelinde farklı alt başlıklar altında çeşitlendirilmektedir (Arlı, Bayırhan ve Saygılı, 2021):

1. Kuzey Işıkları kruvaziyer seyahatleri.
2. Grönland, Norveç, İzlanda ve Rus kutup noktası seyahatleri.
3. Balina gözlem gezileri (Antarktika).
4. Penguen gözlem gezileri (Antarktika).
5. Antarktika'da yüzme, dalış ve kamp organizasyonları.

Antarktika, buzullarla örtülü yapısıyla dünyanın en soğuk kıtası olarak tanımlanmaktadır ve anakara üzerinde bulunan buz kütlesi, yeryüzündeki toplam buz varlığının yaklaşık yüzde 92'sini oluşturmaktadır. ABD'ye ait gözlem istasyonlarında gerçekleştirilen ölçümler, kıtadaki yıllık ortalama sıcaklığın yaklaşık -50°C düzeyinde

seyrettiğini göstermektedir. Antarktika, alternatif ve macera odaklı kutup turizmi kapsamında dikkat çekici bir destinasyon olarak öne çıkmakta; yerleşik bir devlet yapısına sahip olmaması nedeniyle de resmi bir vize uygulaması bulunmamaktadır (Shapley, 2013; Walton, 2013).

Antarktika turizmi, 1960'lerden sonra düzenli kruvaziyer seferleriyle başlamıştır. Bugün Antarktika turizminin en önemli ve yoğun faaliyeti kruvaziyer turizmidir. IAATO (Uluslararası Antarktika Tur Operatörleri Birliği) bu turizm faaliyetlerinin organizasyon ve yönetiminde önemli bir aktör olarak kabul edilmektedir. Antarktika kruvaziyer seyahatleri, her kesimden turistin talep edebileceği ve "ölmeden önce görülmesi gereken bir yer" olarak lanse edilen bir destinasyondur. Antarktika, kârlı bir turizm faaliyeti olmasının yanı sıra, herkesin görmek isteyeceği yüksek çekicilik unsurlarına sahip bir destinasyondur. Bu çekicilikler arasında penguenler, balinalar, buzdağları, denizaslanları ve ulaşılması zor bir destinasyona seyahat etmenin getirdiği ayrıcalık sayılabilir (Rogan-Finnemore, 2005; Shapley, 2013).

Antarktika seyahatleri, hem alternatif turizm hem de macera turizmi olarak sınıflandırılmaktadır. Alternatif turizm bağlamında, kıtaya yönelik kruvaziyer seyahatleri, çekicilikler, konaklama ve motivasyon kriterlerinin üçünü de barındırmaktadır. lüks kamaralarda konaklama ve bilimsel bir destinasyonu ziyaret etme motivasyonu ön plandadır. Macera turizmi açısından ise doğal çevrenin korunmasına katkı sağlamaktadır; zira macera turizmi doğal kaynaklara finansal değer vermekte ve destinasyonları bu kaynakları korumak için teşvik etmektedir (Genç, 2017; Swarbrooke ve diğerleri, 2003). Bu çerçevede, Türkiye'nin kutup turizmi kapsamında Antarktika kıtasına yönelik deniz turizmi faaliyetleri içerisinde konumlanmasının gerekli olduğu değerlendirilmektedir. Türk armatörlerinin bu destinasyona yönelik yatırım yapma olanaklarının teşvik edilmesi, sektör ve ülke ekonomisi için önemli bir girdi sağlayacaktır. Ayrıca, bölgeye yönelik seyahatler istihdama katkı sağlamakta; IAATO, her 20 kruvaziyer turisti için en az bir üst düzey eğitilmiş rehber ihtiyacı duyulduğunu belirtmektedir (Liggett ve diğerleri, 2017).

Sonuç olarak, kutup turizmi, deniz turizminin sınırlarını genişleten, macera ve keşif odaklı yeni bir turizm türü olarak küresel ölçekte hızla gelişmektedir. Antarktika başta olmak üzere kutup bölgeleri, doğal çevreleri, ulaşılması güç konumları ve benzersiz

ekosistemleriyle turistler için “yaşam boyu bir kez yaşanacak deneyim” niteliğinde destinasyonlar haline gelmiştir. Günümüzde kruvaziyer işletmelerinin sunduğu bu özel rotalar, sadece ekonomik açıdan değil, aynı zamanda çevresel duyarlılığın ve sürdürülebilirlik bilincinin gelişmesine de katkı sağlamaktadır. Türkiye açısından değerlendirildiğinde, Antarktika’ya yönelik deniz turizmi faaliyetlerine katılım, ülkenin turizm çeşitliliğini artırma ve denizcilik sektörünü uluslararası düzeyde güçlendirme potansiyeline sahiptir. Türk armatörlerinin kutup destinasyonlarına yatırım yapmasının desteklenmesi, ülke ekonomisine yeni gelir kaynakları kazandırabileceği gibi, istihdamı da teşvik edecektir. Ayrıca, Antarktika turizmine yönelik uzman turist rehberliği ve akademik programların geliştirilmesi, Türkiye’nin bu alanda nitelikli insan kaynağı yetiştirmesine katkı sağlayacaktır. Bu bağlamda, kutup turizmi yalnızca ekonomik bir fırsat değil, aynı zamanda bilimsel, çevresel ve kültürel açıdan da stratejik bir açılım alanı olarak değerlendirilmektedir.

6.9. Sanal Turizm

Günümüzde markaların sektörde öne çıkma, lider konuma gelme ve kârlılıklarını artırma hedefleri doğrultusunda pazarlama stratejilerini teknolojik yenilikler üzerine kurduğu gözlenmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı değişim ve gelişmeler, turizm sektörünü turistik talepten tesis yönetimine kadar birçok konuda doğrudan ve kalıcı olarak etkilemektedir. Akıllı telefonlar, akıllı saatler ve tabletler gibi giyilebilir olarak nitelendirilen teknolojik gelişmeler, bilgiye ulaşmada kolaylık sağlamakta ve zaman kazandırmaktadır. Bu teknolojik dönüşümün turizm sektörüne yansıyan en dikkat çekici uygulamaları ise Artırılmış Gerçeklik (AG) ve Sanal Gerçeklik (SG) teknolojileridir. Teknolojik gelişmelerin turizmde yarattığı yeni deneyim biçimlerine, özellikle Sanal Turizm kavramına ve onun temelini oluşturan artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik uygulamalarına ilgi artmaktadır (Buhalis ve Law, 2008; Özgüneş ve Bozok, 2017; Timur ve Köz, 2022).

Sanal gerçeklik (SG), bir ya da birden fazla kullanıcının duyularının gerçek zamanlı olarak uyarıldığı, yönlendirildiği ve etkileşim kurabildiği, bilgisayar teknolojileri aracılığıyla oluşturulan üç boyutlu yapay ortamlar olarak tanımlanmaktadır. SG, kişilerin zihinsel olarak gerçek dünyadan çıkarak sanal bir dünyaya odaklanmasını ve içinde bulunduğu fiziksel ortamdan uzaklaşma hissini yaratmayı hedeflemektedir. Aynı

zamanda SG, klavye, fare veya bilgisayar ekranı gibi, kullanıcıların kendilerini doğal ortamda hissetmelerini engelleyen unsurları ortadan kaldırmayı amaçlamaktadır (Guttentag, 2010; Williams ve Hobson, 1995). Sanal gerçeklik sistemleri, kullanıcıyı bütünüyle dijital ortama yönlendirerek dikkatini sisteme odaklamaktadır; bu süreçte kullanıcı kendisini söz konusu ortamın bir parçası olarak algılamakta, çevresiyle etkileşim kurabilmekte ve sanal mekânı serbest biçimde keşfedebilmektedir. Ayrıca birden fazla kullanıcının aynı sanal çevre içerisinde eş zamanlı etkileşime girmesi de mümkün olmaktadır. Sanal gerçekliğin etkililiği, bireyin fiziksel gerçeklikten ne ölçüde soyutlanabildiğiyle doğrudan ilişkili olup, bu durum karmaşık bilişsel süreçler ile çoklu duysal girdilerin bütünleşmesini içermektedir. SG, özel tasarlanmış sanal gerçeklik eldivenleri, kıyafetleri ve gözlükleri gibi algılayıcı ve uyarıcıların kullanılmasını gerektirmektedir (Oliveira ve Correa, 2017; Karasar, 2004).

Artırılmış gerçeklik (AG), cihazların nesne tanıma ve algılama yeteneklerinden yararlanılarak sanal unsurların gerçek görüntülerin üzerine eş zamanlı biçimde yerleştirilmesi olarak tanımlanmaktadır. AG, kullanıcının bütünüyle sanal bir ortamın içinde yer aldığı sanal gerçeklikten farklı olarak, bireyin gerçek dünya ile doğal etkileşimini sürdürürken aynı anda dijital içerikleri keşfetmesine ve sanal nesnelerle etkileşim kurmasına olanak tanımaktadır. Bu teknoloji, gerçek ve sanal bileşenleri fiziksel bir ortamda bütünleştirerek etkileşimli ve gerçek zamanlı bir deneyim sunmaktadır. AG, bireyin gerçek çevreyle olan etkileşimini güçlendirmekte; sanal nesneler aracılığıyla sunulan bilgiler sayesinde kullanıcının algılayamadığı ya da fark edemediği unsurları öğrenmesine katkı sağlamaktadır. Artırılmış gerçeklik uygulamalarından yararlanabilmek için internet bağlantısının bulunması, AG’yi destekleyen cihazlara (akıllı telefon, tablet veya akıllı gözlük gibi) sahip olunması ve ilgili uygulamanın cihaza yüklenmiş olması gerekmektedir (Demirezen, 2019; Kabadayı, 2020; Özgüneş ve Bozok, 2017).

Dijital dönüşüm, turistlerin seyahat ve turizme katılım alışkanlıklarında değişiklikler yaşatmış ve ikamet edilen yerin dışına çıkma gereğini ortadan kaldırmıştır. Bu değişim, dijital altyapıya bağlı bir “Sanal Turizm” kavramını gündeme getirmiştir (Atar, 2019).

Sanal turizm, turizm faaliyetlerinin seyahat öncesi, seyahat süreci ve seyahat sonrasında turistik deneyimin dijital araçlarla desteklenmesi olarak tanımlanmaktadır. Daha kapsamlı bir yaklaşıma göre ise sanal turizm, bireylerin belirli bir süre için içinde bulundukları fiziksel ortamdan zihinsel olarak uzaklaşarak, fiilen var olmayan mekânlara yönelik olarak ekonomik bir bedel karşılığında gerçekleştirdikleri sanal ziyaretleri ve bu ziyaretlere eşlik eden tüm etkinlikleri kapsayan bir olgu olarak ifade edilmektedir. Sanal turizm, fiziksel seyahat yerine zihinsel seyahatleri içermekte ve bu deneyim sonunda turist kendi evine geri dönmektedir (Benyon ve diğerleri 2014). Bu bağlamda, sanal turizm faaliyetlerine katılan kişiyi nitelemek üzere "Sanal Turist" kavramı önerilmektedir. Sanal turist, turizm sektöründe sunulan sanal faaliyetlerden yararlanmak amacıyla zihinsel olarak dijital ortama dâhil olan; sanal etkinlik süresince fiziksel dünyadan soyutlanarak elektronik ortamda oluşturulan yapay mekânlarda zihinsel bir turizm deneyimi yaşayan; bu deneyimi elde edebilmek için belirli bir ekonomik bedel ödeyen ve deneyimin tamamlanmasının ardından yeniden gerçek dünyaya dönen birey olarak tanımlanmaktadır (Güncan, 2021).

AG ve SG, turizm deneyimini iyileştirmeyi amaçlayan birçok farklı sektörde ve turizm alt alanında kullanılmaktadır. Müzecilik ve kültürel miras, AG ve SG uygulamalarının en yoğunlaştığı alanlardandır. AG teknolojisi, müzelerde sergilenen eserlerin orijinal durumuna getirilmesi ve tarihi yapıların geçmişteki ihtişamının canlandırılması gibi amaçlarla kullanılmaktadır. Örneğin, antik sitelerin geçmişteki ihtişamının yeniden yapılandırılması, ziyaretçilerin tarihi daha iyi anlamalarına ve gezdikleri yerlerden etkilenmelerini sağlamaktadır (Özgüneş ve Bozok, 2017). SG ve AG, müze sergilerine katılamayan kişilerin sergileri görmesine olanak tanımakta ve müzeleri daha etkileyici ve çekici hale getirerek daha fazla ziyaretçi çekmektedir. Türkiye'de T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, birçok ildeki müze ve ören yerinin sanal tur ile gezilmesini sağlayan uygulamaları hizmete sunmuştur. Sanal müzeler sayesinde uzak yerlerde yaşayan veya müze gezme olanağı bulamayan kişiler farklı deneyimler yaşayabilmektedir (Timur ve Köz, 2022).

AG ve SG, otel işletmeleri özelinde henüz yeni teknolojiler olmasına rağmen, potansiyel turistlerin seyahat kararlarına önemli ölçüde etki etmektedir. *Konaklama*; AG teknolojileri sayesinde, bireyler akıllı telefonlarını kullanarak gezilen şehirde bir otelde boş oda olup olmadığı ve oda fiyatları gibi bilgilere anlık erişim sağlayabilmektedir

(Özgüneş ve Bozok, 2017). Artırılmış gerçeklik (AG) ve sanal gerçeklik (SG) uygulamaları, müşterilerin boş odaları, oda fiyatlarını ve oda manzaralarını üç boyutlu ortamda seyahat öncesinde inceleyerek bilinçli tercihlerde bulunabilmelerine olanak sağlamaktadır; bu durum algılanan seyahat riskini azaltmakta ve satış performansını artırmaktadır. Ayrıca bazı konaklama işletmeleri, akıllı telefonlar aracılığıyla oda renklerinin dahi misafirlerin tercihlerine göre değiştirilmesine imkân tanıyan AG tabanlı teknolojilerden yararlanmaktadır. *Yiyecek-İçecek*; AG sunan menüler sayesinde müşteriler, sipariş verecekleri yiyecek ve içecekler hakkında bilgi sahibi olmakta ve yiyeceğin nasıl görüneceğini görebilmektedirler. Akıllı masalar; müşterilere sipariş verebilme, siparişi hazırlanırken mutfağı izleyebilme, masanın görüntüsünü değiştirebilme ve hatta hava durumu/trafik bilgisi gibi yararlı bilgiler sunabilme imkânı tanımaktadır. AG menüler, yiyecek ve içeceklerin besin öğeleri, alerjen maddeleri ve kalorisi hakkında bilgi sağlayabilmekte ve yemeğin hazırlanışını izleme imkânı sunabilmektedir (Akram ve Kumar, 2017; Bilici, 2015).

AG ve SG, turizm pazarlaması açısından güçlü bir araç olarak görülmekte ve destinasyon tanıtımı için etkin olarak kullanılmaktadır. Artırılmış gerçeklik sistemleri sayesinde tüketiciler, tatil planları ile ilgili istedikleri bilgileri bulabilir; hedef varış yerlerinin, otellerin ve restoranların ön izlemelerine kolayca ulaşabilmektedirler (Bilici, 2015). AG uygulamaları, mobil seyahat rehberleri ve konuma dayalı bilgi izleme hizmetleri sunarak turistleri hareket halindeyken destekler. Bireyler, mobil cihazlarının konum algılama özelliklerini kullanarak seyahat bilgilerini ihtiyaçlarına göre kişiselleştirebilir (Uca ve Karahan, 2022).

AG ve SG teknolojileri, turizm sektörüne rekabet avantajı sağlamakta, hizmet kalitesini artırmakta, sürdürülebilirliği desteklemekte ve bilgiye erişimi kolaylaştırmaktadır. Bu teknolojilerin kullanımı sayesinde turizm işletmeleri gelir artışı sağlayabilmekte ve pazarlama/tanıtım faaliyetlerine büyük katkılar sunabilmektedir. Turizm endüstrisi aktörlerinin bu teknolojik gelişmelere ayak uydurması kaçınılmaz olarak görülmektedir. Özellikle genç kuşak turistlerin teknolojiye olan yoğun ilgisi göz önüne alındığında, turizm işletmelerinin AG ve SG uygulamalarına yatırım yapması, rekabette avantaj sağlayacaktır.

6.10. Sınır Turizmi (Frontier Tourism)

Turizm, küresel ölçekte son altmış yılı aşkın bir süredir sürekli genişleyen ve çeşitlenen yapısıyla, hızlı büyüme gösteren temel ekonomik sektörlerden biri olarak öne çıkmaktadır. Türkiye özelinde de turizm, 1980’li yıllardan itibaren ekonomik ve toplumsal kalkınma sürecine önemli katkılar sunmaktadır. Turizm faaliyetleri, bireylerin fiziksel, sosyal ve psikolojik gereksinimlerini doğrudan ya da dolaylı biçimde etkileyen önemli bir alan olarak değerlendirilmektedir. Birinci Dünya Savaşı sonrasında ise turizm, ekonomik imkânları sınırlı olan kesimler için dahi dinlenme, seyahat etme ve eğlenme olanaklarını daha erişilebilir kılan bir yapı kazanmıştır. Bu genel büyüme ve çeşitlenme süreci içerisinde sınır turizmi de sektörün kayda değer alt dallarından biri olarak konumlanmaktadır (Yıldırım, Gürçam ve Yıldırım, 2014). Geçmişte sınırlar, turizm bağlamında birer kısıtlama ya da bariyer olarak algılanmaktayken, günümüzde küreselleşmenin etkisiyle bu algı değişmiş ve sınırlar, turizmi ve ekonomiyi canlandıran bir araç olarak görülmeye başlanmıştır. Sınırların bu yeni işlevi, birçok ülkede olduğu gibi Türkiye’de de öneminin artmasına yol açmıştır (Akyüz, 2012).

Sınırlar, ulus devletlerin uluslararası sistem içerisindeki egemenlik alanlarını tanımlayan; tarihsel süreçte savaşlar ve uluslararası anlaşmalar sonucunda belirlenmiş, doğal değil insanlar tarafından inşa edilmiş yapay olgular olarak değerlendirilmektedir. Ancak, güncel literatürde sınır yerlerinin ve sınırların turizm açısından önemi artmaktadır. Sınırların doğası, giderek artan bir şekilde engel olmaktan çıkıp temas hatları olmaya doğru evrilmektedir (Yıldırım, Gürçam ve Yıldırım, 2014).

Sınır turizmi, bölge ekonomisine canlılık getirme potansiyeli taşımakta ve bölgenin refah seviyesini yükselterek istihdamı artırmaktadır. Ekonomik büyüme için hükümetler tarafından teşvik edilen bir kavram haline gelmiş, sınır ötesi ziyaretçi akışları uluslararası kuruluşlarca da desteklenmektedir. Sınır turizminin gelişimi için coğrafi konum, politik ve ekonomik çevreler, iletişim araçları ve bölge ile ilgili sosyo-kültürel seçimler gibi çeşitli faktörler önem arz etmektedir (Hampton, 2009; Prokkola, 2008). Sınır turizmi, kalkınma için hayati öneme sahip olan döviz girdisini sağlamaktadır. Turizmden elde edilen bu gelirler, yabancı ülkelere alanan ekonomik yardımlara nispeten politik ve ekonomik kısıtlamalardan uzak olduğu için daha üstün kabul edilmektedir. Turizmin sağladığı istihdam ve döviz kazandırıcı etkiler, sınır turizmini

birçok ülkenin odak noktası haline getirmiştir (Kar ve diğerleri, 2004). Sınır turizmi faaliyetlerinin artması, uluslar üstü turistik yerlerin çoğalmasıyla birlikte, farklı yönetsel yaklaşımlar ve kültürel algılardan kaynaklanan yönetim zorlukları ortaya çıkmaktadır. Bu zorlukların üstesinden gelmek için ortak planlama ve işbirliği gereklidir; bu da sürdürülebilirlik ilkelerinin ve paydaş işbirliği teorisinin önemini göstermektedir (Aslan, 2008).

Türkiye'nin farklı coğrafi bölgelerinde yer alan sınır kapıları, hem ekonomik hem de turistik hareketliliğin temel odak noktalarıdır. Her biri, bulundukları bölgenin sosyoekonomik yapısını ve uluslararası etkileşim düzeyini yansıtan özgün özellikler taşımaktadır. Aşağıda, Türkiye'nin kuzey, doğu, güneydoğu ve batı sınırlarında yer alan başlıca sınır kapılarının sınır turizmi açısından kısa değerlendirmeleri sunulmuştur.

Artvin'in Hopa ilçesi yakınında yer alan Sarp Sınır Kapısı, Türkiye'nin Karadeniz kıyısında Gürcistan'a açılan en önemli kara geçiş noktasıdır. 1988 yılında hizmete açılan kapı, yalnızca iki ülke arasındaki ticari trafiği değil, aynı zamanda sınır turizmini de canlandıran stratejik bir unsur haline gelmiştir. 2011 yılında yürürlüğe giren kimlikle vizesiz geçiş protokolü, bu kapının sınır turizmi açısından önemini katbekat artırmıştır. Sınır turizmi açısından bu durum, kolaylaştırılmış geçiş politikalarının turistik hareketliliği doğrudan etkilediğinin somut bir göstergesidir. Özellikle yaz aylarında, Ağustos döneminde yaşanan yoğunluk, mevsimsel turizm eğilimleriyle sınır geçişlerinin örtüştüğünü göstermektedir (Yıldırım, Gürçam ve Yıldırım, 2014).

Iğdır'ın Aralık ilçesinde, Aras Nehri üzerinde yer alan Dilucu Sınır Kapısı Türkiye'yi Nahcivan Özerk Cumhuriyeti'ne bağlayan stratejik bir geçiş noktasıdır. 1992 yılında hizmete açılan bu kapı, Güney Kafkasya ve Orta Asya'ya açılan alternatif bir rota niteliğinde olup, hem ticaret hem de turizm açısından önemli bir konuma sahiptir. Ancak, sahip olduğu bu jeostratejik potansiyele rağmen, Dilucu Sınır Kapısı'nın turizm işlevi politik, idari ve diplomatik nedenlerle sınırlı kalmaktadır (Yıldırım, Gürçam ve Yıldırım, 2014).

Türkiye'nin güneydoğusunda, Şırnak ili sınırları içinde yer alan Habur Sınır Kapısı, ülkenin Irak'a açılan tek karayolu bağlantısı olması nedeniyle hem ekonomik hem de stratejik açıdan büyük önem taşımaktadır. 1980'li yıllardan itibaren özellikle petrol ticaretiyle öne çıkan bu kapı, zamanla bölgesel kalkınmanın, sınır ticaretinin ve

istihdamın merkezinde yer almıştır. Ancak Bölgede dönemsel olarak yaşanan terör olayları, sınır ötesi operasyonlar ve sokağa çıkma yasakları, hem ekonomik hem turistik hareketliliği kesintiye uğratmaktadır (Beceren ve Koç, 2016).

Türkiye'nin batı sınırında, Edirne ilinde yer alan Kapıkule Sınır Kapısı, ülkenin Avrupa'ya açılan en yoğun kara geçiş noktasıdır. Bu kapı, hem yabancı turistler hem de Avrupa'da yaşayan Türk vatandaşları için stratejik öneme sahip olup, Türkiye'nin uluslararası imajı açısından da bir vitrin işlevi görmektedir. Özellikle yaz aylarında Avrupa'da yaşayan gurbetçilerin memleketlerine dönüşleriyle oluşan yoğunluk, Kapıkule'yi Türkiye'nin en hareketli sınır kapısı haline getirmektedir. Sınır turizmi açısından Kapıkule'nin özgün değeri, modernizasyon ve dijitalleşme süreçlerinin turistik deneyime doğrudan katkı sağlamasıdır. Geliştirilen teknolojik altyapı sayesinde sınırdan geçiş süresi kısalmış, turistlerin seyahat motivasyonları artmıştır. Ayrıca bu sistemler, sınır kapısında oluşan yığılmaları azaltarak hem çevresel hem de psikolojik açıdan daha olumlu bir geçiş deneyimi yaratmıştır. Bu bağlamda Kapıkule, sınır geçişlerinin yalnızca idari bir işlem değil, turistik deneyimin bir parçası olduğunu göstermektedir. Türkiye'nin diğer sınır kapılarında da benzer dijital uygulamaların yaygınlaştırılması, sınır turizminin rekabet gücünü artıracak; ülkeye giriş yapan turistlerin seyahat süresini ve harcama potansiyelini olumlu yönde etkileyecektir (Demiraslan, 2018).

Türkiye'nin doğusunda, Ağrı ili sınırlarında yer alan Gürbulak Sınır Kapısı, ülkenin İran'a açılan en önemli kara geçiş noktalarından biri konumundadır. Bu kapı, hem ticaret hem de turizm açısından stratejik bir değere sahip olup, özellikle İranlı turistlerin Türkiye'ye giriş yaptığı başlıca güzergâh konumundadır. Gürbulak, sınır turizminin alışveriş ve kültürel etkileşim temelli bir biçimde şekillendiği dinamik bir alanı temsil etmektedir. Gürbulak'tan Türkiye'ye giriş yapan İranlı turistlerin büyük çoğunluğu bireysel seyahat etmektedir. Bu durum, sınır turizminin paket turlar yerine kendiliğinden gelişen bireysel hareketliliklerle şekillendiğini göstermektedir. Sınırdan geçişteki kolaylık, ulaşım maliyetlerinin düşüklüğü ve kısa mesafe avantajı, bireysel seyahati teşvik eden unsurlar arasındadır (Bayat ve Avcıkurt, 2022).

Turizm sektörünün alt bileşenlerinden biri olarak değerlendirilen sınır turizmi, sürdürülebilirlik perspektifiyle ele alındığında yalnızca ekonomik kazanımlar sağlayan bir faaliyet alanı olmanın ötesine geçerek, sınır bölgelerinde toplumsal bütünleşme,

kültürel etkileşim ve bölgesel kalkınmayı destekleyen çok boyutlu bir yapı sunmaktadır. Sürdürülebilir turizm ilkeleri, sınır geçişlerinin kolaylaştırılması, altyapı modernizasyonu ve yerel paydaş katılımının artırılması gibi unsurlarla birlikte değerlendirildiğinde, sınır turizminin uzun vadeli refah yaratma kapasitesi daha görünür hale gelmektedir. Bu bağlamda, sınır bölgelerinde geliştirilecek turistik faaliyetlerin çevresel yükü artırmayacak biçimde planlanması, yerel toplulukların karar alma süreçlerine aktif şekilde dâhil edilmesi ve sınır kapılarında uygulanan dijitalleşme, ulaşım kolaylığı ve güvenlik politikalarının turist deneyimini iyileştirirken ekolojik dengeyi zedelemeyecek biçimde yürütülmesi önem arz etmektedir. Dolayısıyla sınır turizmi, sürdürülebilir kalkınmanın temel bileşenleri olan ekonomik süreklilik, sosyal kapsayıcılık ve çevresel duyarlılığın kesişim noktasında konumlanarak, Türkiye'nin turizm politikalarında stratejik bir araç niteliği taşımaktadır.

6.11. Son Şans Turizmi (Yok Olmadan Keşfet)

Sanayi Devrimi'nden itibaren insan-mekân ilişkilerinde yaşanan köklü değişimler ve buna bağlı olarak artan sera gazı emisyonları, ormansızlaştırma ve yanlış arazi kullanımları, küresel iklim sistemini antropojenik olarak dönüştürmektedir. Küresel ısınma, iklim değişiklikleri, doğal afetler ve doğal kaynakların bilinçsiz kullanımı gibi çeşitli olumsuz etmenler, günümüzde pek çok turizm bölgesini ve bu bölgelerde yaşayan canlı türlerini yok olma tehlikesiyle karşı karşıya bırakmıştır. Bu çevresel kriz, turizmi hem arz hem de talep bağlamında önemli ölçüde etkilemekte ve doğal cazibe merkezlerinin, altyapının ve çevrenin bozulmasını turizm destinasyonlarının karşı karşıya olduğu temel bir sorun olarak nitelendirmektedir (Erlat, 2019; Oğan ve Emekli, 2022).

Ancak bu yıkım potansiyeli, destinasyon pazarlaması kapsamında paradoksal bir fırsatı da beraberinde getirmiştir. Yok olma tehdidi altında bulunan veya geri dönüşü olmayacak şekilde değişime uğraması öngörülen destinasyonlara yönelik seyahat etme arzusu, özellikle son yıllarda popülerlik kazanan “Son Şans Turizmi (Last Chance Tourism,)” kavramını turizm literatürüne kazandırmıştır (Lemelin ve diğerleri, 2013).

Son şans turizmi, genel anlamıyla yok olma riski taşıyan türlerin ya da destinasyonların, tamamen ortadan kalkmadan önce yerinde görülmesi ve deneyimlenmesi amacıyla gerçekleştirilen seyahatleri kapsamaktadır. Bu turizm biçimi, turistlerin kaybolmakta olan doğal ve/veya sosyal miras unsurlarını, tehdit altındaki

çevresel alanları ya da deniz peyzajlarını bilinçli bir arayışla ziyaret etmeleri sonucu ortaya çıkan özel bir turizm türü olarak tanımlanmaktadır. Temelinde, risk altındaki mekânların ve bu mekânlara özgü özelliklerin geri dönüşü mümkün olmayacak biçimde zarar görmeden önce deneyimlenmesi isteği, son şans turizmine yönelik talebi oluşturmaktadır. Bu bağlamda son şans turizmi, söz konusu destinasyonlarda yaşanan olumsuzlukların ve turistler açısından normal koşullarda tercih edilmeyecek niteliklerin dahi bir çekicilik unsuruna dönüşmesi nedeniyle sıra dışı bir yapı sergilemektedir (Dawson ve diğerleri, 2011; Schweinsberg, Wearing ve Lai, 2020; Swartman, 2015; Hoogendoorn, 2021).

Son şans turizmi kavramı, ilk kez 1990'lı yıllarda kullanılmaya başlanmakta ve özellikle popüler yayınlarda, seyahat bloglarında ve kitaplarda “yok olmadan önce görülmesi gereken destinasyonlar” başlığı altında ele alınmaktadır. Bu kavramın yaygınlık kazanmasında, Douglas Adams ve Mark Carwardine tarafından 1990 yılında kaleme alınan Last Chance to See adlı eser ile bu çalışmaya eşlik eden televizyon belgeseli önemli bir rol üstlenmektedir. Söz konusu çalışmalar, yok olma tehlikesiyle karşı karşıya bulunan türlere ve mekânlara dikkat çekmesi bakımından literatürde ve kamuoyunda farkındalık oluşturan öncü eserler arasında değerlendirilmektedir (Lemelin, ve diğerleri, 2010). Kavramın somutlaşması, başlangıçta soğuk iklimin hakim olduğu, özellikle buzulların erimesi tehlikesiyle karşı karşıya olan Kuzey Kutbu bölgelerindeki artan turizm ilgisini tanımlamak için kullanılmıştır. Ancak, aşırı kaynak kullanımı, sanayileşme, çevre kirliliği gibi insan temelli (antropojenik) etmenler ile küresel ısınma ve iklim değişikliği gibi doğal etmenlerin yaygınlaşmasıyla son şans turizmine konu olan yerler giderek artmıştır (Kasaroğlu, 2021). Teknolojinin gelişimi ve sosyal medyanın daha aktif kullanımı, yok olma tehlikesi altındaki destinasyonlarla ilgili bilgilerin ve görsellerin hızla yayılmasına olanak tanımaktadır. Bu durum, tur operatörleri ve seyahat acenteleri tarafından destinasyon pazarlaması stratejisi olarak benimsenmiş ve turistlere bu yerleri yok olmadan önce görme fırsatları sunulmuştur (Küçükergin, 2021).

Bu çerçevede, son şans turizmi destinasyonları dünyanın farklı coğrafyalarında çeşitli biçimlerde karşımıza çıkmaktadır. Kimi bölgelerde bu olgu, buzulların erimesi, deniz seviyesinin yükselmesi ya da biyoçeşitliliğin yok olması gibi çevresel tehditler üzerinden şekillenirken; kimi yerlerde ise kültürel mirasın kaybolma riski, aşırı turizm

baskısı veya yerel yaşam biçimlerinin dönüşümü temel belirleyici olmuştur. Aşağıda, Türkiye’de öne çıkan bazı son şans turizmi örneklerine yer verilmiştir.

- **Hasankeyf:** Batman il sınırları içinde yer alan ve 12 bin yıllık tarihi olan Hasankeyf, Ilısu Barajı’nın su tutma faaliyetleri nedeniyle büyük ölçüde sular altında kalmıştır. Bu, insan müdahalesiyle turistik işlevini kaybeden önemli bir son şans turizm örneği olarak durmaktadır. Baraj öncesi dönemde, bölgeyi sular altında kalmadan önce son kez görme motivasyonu ile ziyaretçi sayısı büyük ölçüde artarak 2018 yılında yaklaşık 600 bin turist sayısına ulaşmıştır (Kasaroğlu, 2021; Özkan, 2025).
- **Salda Gölü:** Burdur ilinde yer alan ve "Türkiye'nin Maldivleri" olarak anılan Salda Gölü, kuraklık, göl suyunun çekilmesi (son 10 yılda yaklaşık 30 metre) ve yapılaşma tehdidi gibi ekolojik ve antropojenik etmenler nedeniyle sürdürülebilirliği tehdit altındadır. Bu sebeplerden ötürü Salda Gölü, gelecekte yok olma potansiyeline sahip bir son şans turizm destinasyonu olarak nitelendirilebilmektedir (Kılıç ve Yozukmaz, 2020; Kasaroğlu, 2021).
- **Pamukkale Travertenleri:** Artan turizm faaliyetleri ve buna bağlı olarak su yönetiminin sağlanamaması nedeniyle travertenlerin fiziki olarak zarar görmesi ve renginin solması (beyazlığın kaybolması) tehlikesi altındadır (Şimşek, Günay, Elhatip ve Ekmekçi, 2000).
- **Zeugma Antik Kenti ve Allianoi:** Bu tarihi alanlar da insan kaynaklı eylemlerle, sırasıyla Birecik Barajı ve Yortanlı Barajı suları altında kalarak büyük ölçüde işlevlerini yitirmişlerdir (Kılıç ve Yozukmaz, 2020).

Sonuç olarak, son şans turizmi; çevresel bozulma, iklim değişikliği ve insan etkisiyle yok olma tehlikesi altındaki doğal ve kültürel miras alanlarına yönelik farkındalık temelli bir turizm biçimi olarak önem kazanmaktadır. Bu yaklaşım, bir yandan sürdürülebilir turizm anlayışını güçlendirirken diğer yandan insanlığın doğa ve kültürle kurduğu ilişkinin kırılganlığını görünür kılmaktadır.

6.12. Toplum Temelli Turizm

Toplum temelli turizm (TTT), turizm sektöründe son yıllarda ivme kazanan ve sürdürülebilir kalkınmayı destekleyen bir alternatif turizm modelidir. Özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için önemli bir gelir kaynağı olma potansiyeli

taşımaktadır. Bu yaklaşım, geleneksel kitle turizminin yol açtığı olumsuz etkilerin (ekonomik, toplumsal, çevresel vb.) azaltılmasına yönelik bir çözüm arayışı olarak ortaya çıkmıştır (Çavuş, 2025).

TTT, en temel anlamda, yerel halkın turizm faaliyetlerine dâhil edilmesi gerektiğini ifade eden bir kavramdır (Jamal ve Stronza, 2009). Kavramsal olarak TTT, yavaş ve adım adım gelişme, optimum kârlılık, uzun vadeli programlar, değişime karşı direnç, çevre değerlerine saygı ve çevre ile bütünleşmeyi ifade etmektedir (Trauer, 2006). Genellikle doğal varlıklar ve kültürel çekicilikler üzerine kurulmuş, yerel toplulukları kapsayan bir alternatif turizm yaklaşımıdır. TTT; sürdürülebilirlik, katılımcılık, güçlendirme ve özgüven gibi önemli olguları bünyesinde barındırmaktadır (Mearns, 2012).

Toplum temelli turizm, diğer sürdürülebilir turizm türleriyle benzerlikler gösterse de, bazı kritik yönleriyle onlardan ayrılmaktadır. En belirgin farklılık, turizm yönetiminde yerel halkın söz sahibi olmasıdır. TTT, doğal ve kültürel kaynakların sürdürülebilir kullanımını önceleyerek turizmin çevresel, sosyal ve kültürel etkilerini en aza indirmeyi amaçlarken, aynı zamanda yerel halkın eğitim, beceri geliştirme ve girişimcilik fırsatları yoluyla güçlendirilmesini desteklemektedir. Bu çerçevede başarılı bir TTT modelinde mülkiyet ve karar alma süreçlerinin yerel toplulukta kalması kritik önem taşımaktadır. Ayrıca destinasyonların taşıma kapasitesine göre sınırlandırılması, hem çevresel baskıların azaltılması hem de turizm faaliyetlerinin uzun vadeli sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından temel bir uygulama alanı olarak değerlendirilmektedir (Aydemir, Kazoğlu, 2016). Toplum temelli turizm, sadece ekonomik kalkınmayı değil, aynı zamanda kültürel mirasın korunmasını ve çevresel değerlerin muhafazasını da hedefleyen çok boyutlu bir yaklaşımdır. Turizmin gelişmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasında yerel halkın görüşlerinin ve desteğinin alınması en önemli noktalardan biri olarak görülmektedir. Bu bağlamda, tüm paydaşların, özellikle yerel yönetimlerin, doğal kaynakların korunması ve TTT'nin uzun ömürlü devam etmesini sağlayacak katılımcı işbirliğini benimsemesi gerekmektedir. Yerel halkın turizm faaliyetlerinin etkileri konusunda olumlu bir algı oluşturmaları, onların görüşlerine başvurularak karar mekanizmalarında söz sahibi olmaları ile mümkündür. Yerel halkın refahını artırmaya ve doğal kaynakları korumaya odaklanan TTT projeleri, gelecekteki turizm gelişim stratejileri için önemli bir model teşkil etmektedir (Lee ve diğerleri, 2024; Aydın, 2024).

6.13. Uzay Turizmi

Uzay turizmi, çağımızın getirdiği teknolojik ilerlemelerle küresel sınırların ötesine taşınan, insanların kişisel tatmin, eğlence, keşif ve iş gibi amaçlarla belli bir ücret karşılığında Dünya atmosferinin dışına seyahat etmeyi taahhüt ettikleri karmaşık bir turizm biçimidir. Bu olgu, uzaya ulaşma, farklı gezegenlerde yaşam kurma ve gezegenler arasında seyahat etme gibi tarihsel insan hayalleri doğrultusunda şekillenmiştir (Yurgiden, 2023). Uzay turizmi, müşterilere alt yörünge ve yörünge uçuşları ile özel şirketler tarafından gerçekleştirilen derin uzay seyahatleri aracılığıyla uzay ortamını deneyimleme olanağı sunan ticari nitelikli faaliyetler bütünü olarak tanımlanmaktadır. Oldukça geniş bir kapsama sahip olan uzay turizmi, temel uzay gözlemlerinden uzay temelli eğitim programlarına, mikro yerçekimi ortamının deneyimlenmesinden uzay uçuşlarına kadar uzanan çeşitli etkinlik alanlarını içermektedir (Danov, 2020).

Uzay turizminin kavramsal olarak ortaya çıkışı 1960'lı yıllara kadar uzanmaktadır. Ancak ilk somut girişimler daha erken tarihlere dayanır; örneğin, 1954 yılında Thomas Cook, ilk insanlı yapay uydunun fırlatılmasından önce Ay turizmi için kayıt almaya başlamıştır (Chang ve Chern, 2016). Uzay turizminin dönüm noktası, 2001 yılında Dennis Tito isimli iş adamının 20 milyon dolar karşılığında Uluslararası Uzay İstasyonu'na (ISS) gitmesiyle gerçekleşmiştir. Bu seyahat, MirCorp'un uzay istasyonlarının bakım masraflarını karşılamak amacıyla para karşılığı uzay yolculuğu fikrini ortaya atması ve Space Adventures isimli ilk özel uzay turizmi acentası aracılığıyla yürütülmüştür. Tito'nun uçuşu, yörüngesel uzay turizminin başlangıcı kabul edilirken, bu tarihten bu yana yedi kişi daha uzay turizmi faaliyetine katılmıştır (Tejokusumo, 2014). Son yıllarda özel şirketlerin uzay yarışına dahil olmasıyla uzay turizmi ivme kazanmıştır. SpaceX, Virgin Galactic, Blue Origin gibi firmalar, uzayı turistlere açmak için yoğun çalışmalar yürütmektedir. Özellikle 2021 yılında Virgin Galactic (Sir Branson) ve Blue Origin (Jeff Bezos) ile gerçekleştirilen yörünge altı uçuşlar, halkın merakını ve ilgisini artırmıştır. Gelecekte Ay'a ve Mars'a seyahatler için de planlar yapılmaktadır (Byers ve Boley, 2023).

Uzay turizmi, gelişen teknoloji ve ticarileşen uzay faaliyetleriyle birlikte artık yalnızca bilimsel bir araştırma alanı olmaktan çıkarak farklı deneyim düzeyleri sunan bir turizm türüne dönüşmektedir. Bu çerçevede kavram, katılımcıların uzay deneyimini

hangi derinlikte ve hangi teknik araçlarla yaşadıklarına bağlı olarak karasal uzay turizmi, yörünge altı uzay turizmi, yörüngesel uzay turizmi, yörünge ötesi uzay turizmi ve sanal uzay turizmi olmak üzere beş ayrı kategoride ele alınmaktadır. Bu sınıflandırma, hem teknolojik kapasitenin sınırlarını hem de turistlerin erişebileceği deneyim çeşitliliğini ortaya koyması açısından uzay turizmi literatüründe önemli bir ayırım sunmaktadır.

Karasal Uzay Turizmi (Astro Turizm): Katılımcının fiziksel olarak Dünya'dan ayrılmadığı, ancak uzayla ilgili eğlence ve eğitim deneyimleri yaşadığı faaliyetlerdir. Bu tür, uzay mekiği ziyaretleri, uzay müzeleri, gözlemevi ziyaretleri, güneş ve ay tutulması gözlemleri, uzay filmleri temalı seyahatler, göktaşı toplama ve sanal uzay turizmi gibi etkinlikleri kapsar. Karasal uzay turizmi; maliyet, zaman ve özgünlük açısından daha geniş bir kitleye hitap eden alternatif bir turizm çeşidi olarak görülmektedir (Blom ve Mauno, 2021).

Yörünge Altı Uzay Turizmi (Suborbital): Katılımcıların yer ile fiziki bağlantılarının kalmadığı, ancak Dünya yörüngesinden ayrılmadan, 100 km yükseklikteki Karman çizgisine ulaştıkları uçuşlardır. Bu uçuşlar, yolculara ağırlıksızlık ve Dünya'nın eğriliğini görme imkânı sunmaktadır. Virgin Galactic ve Blue Origin gibi şirketler bu alanda öncülük yapmaktadır (Wang, Stepchenkova ve Kirilenko, 2021).

Yörüngesel Uzay Turizmi (Orbital): Dünya yörüngesi etrafında tur atma deneyimini içeren ve genellikle Uluslararası Uzay İstasyonu'na (UUI) yapılan uçuşlar olarak ifade edilmektedir (Kiper ve Batman, 2021).

Yörünge Ötesi Uzay Turizmi (Derin Alan): Ay ve Mars gibi farklı gezegenlere doğru yol almayı ifade etmektedir. Bu tür seyahatler günümüzde henüz gerçekleşmemiştir (Toivonen, 2017).

Sanal Uzay Turizmi: Artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) teknolojileri kullanılarak, düşük gelir grubundaki insanların bile uzayı deneyimleyebilmesi mümkün hale gelmektedir. Bu yöntem, özellikle COVID-19 salgını döneminde ön plana çıkmıştır (Go ve Kang, 2022; Holt, 2023).

Uzay turizmi, geleceğin en önemli turizm trendleri arasında kabul edilmektedir ve teknolojik gelişmelerle birlikte daha da yaygınlaşması beklenmektedir. Uzmanlar, maliyetlerin düşmesi ve güvenliğin artmasıyla uzay turizminin hava yolculuğu gibi sıradan bir olguya dönüşeceğini öngörülmektedir (Civelek ve Türkay, 2019).

Uzay turizmi, hızla gelişen teknolojik olanaklar sayesinde turizm endüstrisinin geleceğini şekillendiren yenilikçi bir alan haline gelirken, sürdürülebilirlik bağlamında hem önemli fırsatlar hem de kritik sorumluluklar ortaya koymaktadır. Bu turizm türü, bilimsel araştırmaların desteklenmesi, yeni teknolojilerin geliştirilmesi ve uzay ekonomisinin büyümesi açısından önemli katkılar sağlama potansiyeline sahip olsa da, yüksek enerji tüketimi, karbon salımı, atmosfer tabakalarına verilen zarar ve uzay çöpleri gibi çevresel riskleri beraberinde getirmektedir. Bu nedenle uzay turizminin sürdürülebilir bir çerçevede gelişmesi, kullanılan yakıtların çevresel etkilerinin azaltılması, uzay araçlarının yeniden kullanılabilirliğinin artırılması, atmosfer ve yörünge kirliliğinin kontrol altına alınması ve uluslararası düzeyde düzenleyici çerçevelerin güçlendirilmesi gibi çok yönlü stratejileri zorunlu kılmaktadır. Aynı zamanda, sanal uzay turizmi gibi düşük etkili alternatiflerin geliştirilmesi, sektöre erişimi demokratikleştirirken çevresel yükü azaltma potansiyeli taşımaktadır. Bütüncül bir yaklaşımla ele alındığında, uzay turizmi ancak çevresel, ekonomik ve etik boyutları gözetken uzun vadeli bir sürdürülebilirlik anlayışıyla küresel turizm sisteminin yenilikçi ve kalıcı bir bileşeni haline gelebilecektir.

6.14. Varoş Turizmi

Son yıllarda küresel ölçekte ekonomik koşullarda gözlenen iyileşmeler ile ülkeler arasındaki ekonomik eşitsizliklerin artması, bireylerin kendilerinden farklı sosyo-ekonomik koşullar altında yaşam mücadelesi veren toplulukların gündelik hayatlarına yönelik ilgi geliştirmesine yol açmaktadır. Buna ek olarak, geleneksel turizm anlayışının büyük ölçüde doğal çekiciliklere dayanması ve bu çekiciliklerin zaman içerisinde çeşitli olumsuz etkilerle karşı karşıya kalması, alternatif ve yeni turizm türlerinin ortaya çıkmasını ve gelişimini destekleyen önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Bu gelişmeler ışığında, dünyanın çeşitli bölgelerinde popülerleşen ve marjinal, yoksul bölgeleri gezmeyi içeren varoş turizmi fikri türemiştir (Arslan, 2023).

Uluslararası literatürde “slum” kavramıyla ifade edilen varoş yerleşimler; temiz suya erişim, hijyen koşulları, dayanıklı konutlar, yeterli yaşam alanı ve anayasal güvence gibi temel insani gereksinimlerden yoksun, plansız ve yoğun nüfuslu alanlar olarak tanımlanmaktadır. Bu yerleşimlerdeki yoksunluk düzeyi, çoğunlukla kentin diğer bölgeleriyle karşılaştırıldığında belirgin bir eşitsizlik ortaya koymaktadır. Varoş turizmi

ise bu bağlamda, söz konusu mahrumiyet alanlarına yönelik olarak düzenlenen ve bu bölgelerin yaşam koşullarını deneyimlemeyi konu edinen turlar şeklinde ifade edilmektedir (Rogerson ve Sa-arinen 2018). Refah düzeyi kabul edilen standartların oldukça altında bulunan yerleşim alanlarının hem sayısal hem de nüfus bakımından artış göstermesi, turizm ile yoksulluk arasındaki ilişkinin yeniden ele alınmasını gerekli kılmaktadır. Bu çerçevede geline aşamada, turizmin yalnızca yoksullukla mücadelede kullanılan bir araç olmasının ötesine geçtiği; yoksulluğun, bazı turistler açısından başlı başına bir ilgi ve çekicilik unsuru olarak algılandığı bir yaklaşımın ortaya çıktığı görülmektedir (Arslan, 2023).

Büyük kentsel alanların marjinal yerleşimlerini ziyaret etmek yeni bir hareketlilik türü değildir. Varoş turizminin temelleri, 1890'lı yıllarda Viktorya dönemi elit Londralıların, yoksulların nasıl yaşadığını görmek amacıyla Doğu Londra'nın kenar mahallelerine otobüslerle gece yarısı turlarına çıkmasına dayandırılan varoşlaşma (slumming) olgusuna kadar uzanmaktadır. Bu dönemde varoşlar, kentin karanlık, sefil ve meçhul yönünü sembolize eden yerler olarak görülmekteydi. İlk varoş ziyaretçilerinin (19. yüzyılın ilk yarısı) amaçları yardım veya bağış gibi niyetler taşıırken, yüzyılın ikinci yarısında bu geziler boş zaman aktivitesi olarak görülmeye başlanmıştır (Rolfes 2010; Arslan, 2023). 1880'li yıllarda bu turlar, varlıklı Londralıların kendi yoksul bölgelerini ve Amerika'nın yoksul bölgelerini karşılaştırmak amacıyla New York'un yoksul bölgelerine yaptıkları turistik amaçlı gezilerle devam etmiştir. 20. yüzyılın başlarında ticari amaçlı şirketlerin kurulmasıyla "gecekondu turizmi", şehir turizminin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Cocks, 2001). Ancak günümüz varoş turizmine olan ilgi, ağırlıklı olarak yaklaşık 1990'lar itibarıyla Güney Afrika, Brezilya ve daha yakın zamanda Hindistan bölgelerine yönelik gerçekleşmektedir. Brezilya'daki "favela turizmi", 1992'de Rio De Janeiro'daki Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı ile ilişkilidir ve resmi olmayan rehberli turların başlangıcını oluşturmuştur (Freire-Medeiros, 2009).

Küresel ölçekte varoş turizminin yoğunlaştığı bölgeler, genellikle Asya, Afrika ve Güney Amerika'nın gelişmekte olan ülkeleridir. Dünyada varoş turizmi kapsamında en sık ziyaret edilen alanlar arasında Hindistan'da Mumbai'nin Asya'nın en büyük gecekondu yerleşimi olarak kabul edilen Dharavi'si yer almakta olup bölgeyi her yıl yaklaşık 8 bin turist ziyaret etmektedir. Brezilya'da Rio de Janeiro favelaları, özellikle Rocinha ve Vila Canoas, 2014 FIFA Dünya Kupası ve 2016 Olimpiyat Oyunları sırasında

artan turist ilgisiyle dikkat çekmiştir. Güney Afrika'da Cape Town'daki Khayelitsha ile Johannesburg'daki Soweto ve Alexandra, yerel bağlamda "kasaba turizmi" olarak adlandırılan uygulamalarla ziyaret edilen önemli alanlardır. Kenya'da Nairobi'nin en büyük gecekondu yerleşimi olan Kibera, Meksika'da ise Mexico City'deki Neza-Chalco-Itza ve Mazatlán'daki çöp depolama alanları, çeşitli tur şirketlerinin düzenlediği "çöplük turları" ile varoş turizminin uluslararası örnekleri arasında yer almaktadır (Aseye ve Opoku 2015).

Türkiye'de ise varoş turizminin talebi görece daha azdır, ancak ekonomik eşitsizliğin gözlemlendiği İstanbul, İzmir ve Ankara gibi büyük şehirlerde "arka sokak" turları yapılmaktadır. İstanbul'da Tarlabası, Dolapdere ve Balat gibi mahalleler, tarihi ve kültürel miraslarının yanı sıra, film ve dizilerin de etkisiyle arka sokak turlarının ön planda olduğu bölgelerdir (Gülduran ve Gürdoğan, 2022).

Varoş turizmi, dezavantajlı bölgelerde yaşayan topluluklara ekonomik fırsatlar sunma potansiyeli taşıırken, aynı zamanda mahremiyetin ihlali ve sömürü riski nedeniyle etik tartışmalara yol açan bir olgudur. Bu nedenle, sürdürülebilirliği büyük ölçüde yönetim biçimine ve yerel halkın sürece ne kadar dâhil edildiğine bağlıdır (Frenzel ve Koens 2012).

Etik açıdan en önemli eleştiriler, yoksulluğun turistik bir gösteriye dönüştürülmesi ve yerel halkın nesneleştirilmesidir. Turistlerin yoksulluğu "egzotik" bir deneyim gibi gözlemlemesi, toplumsal eşitsizliği yeniden üretmekte; gelirlerin büyük kısmının tur operatörlerine kalması da bu eleştirileri güçlendirmektedir. Buna karşın, doğru yönetilen varoş turları yerel halk için istihdam yaratabilir, gelir sağlayabilir ve sosyal projelere kaynak aktarabilir. Turizmden elde edilen gelirlerin park, okul veya toplum merkezi gibi yatırımlara yönlendirilmesi, bölgesel kalkınmaya katkı sunmaktadır. Ayrıca bu turlar, yoksulluk ve eşitsizlik konularında farkındalık yaratarak sürdürülebilir turizmin sosyal boyutunu güçlendirebilir (Yıldız ve Yıldız, 2018).

Sürdürülebilirlik için, yoksul yanlı turizm ve sorumlu turizm ilkeleri esas alınmalıdır. Bu yaklaşımlar, ekonomik faydaların doğrudan yerel halka yönlendirilmesini, mahremiyetin korunmasını, etik davranış kurallarının benimsenmesini ve altyapı yatırımlarının öncelikle bölge sakinlerinin ihtiyaçlarına göre yapılmasını savunur. Varoş turizmi tek başına bir çözüm ya da sorun değildir; etik ilkelere

yönetildiğinde, yoksulluğun vitrini olmaktan çıkıp yoksulluğun azaltılmasına hizmet eden bir araç haline gelebilir. Yerel halkın katılımı, gelir paylaşımında adalet ve toplumsal duyarlılık, bu turizm türünün sürdürülebilirliğini belirleyen temel unsurlardır.

6.15. Yalnız Seyahat (Solo Travel)

Yalnız seyahat kavramı, bireyin herhangi bir eşlikçi olmaksızın gerçekleştirdiği seyahatleri ifade etmektedir. Bu seyahat türü, kişinin sürekli ikamet ettiği yerden tek başına ayrılarak yolculuk yapmasını kapsamaktadır. Yalnız seyahat eden turistler, seyahat öncesi planlama sürecinde destinasyon seçimi, ulaşım, konaklama ile yiyecek-içecek olanaklarına ilişkin tüm karar ve düzenlemeleri kendileri üstlenmektedir. Aynı zamanda tatil sürecinde gerçekleştirilen rekreatif etkinlikler ile yararlanan diğer turistik hizmetlerin sorumluluğu da bu bireylere aittir. Bu gezginler, seyahat programlarında yüksek düzeyde esnekliğe sahip olmakta; destinasyon içerisinde ziyaret edecekleri yerleri özgürce belirleyebilmekte ve tek bir noktaya bağlı kalmaksızın birden fazla kasaba ve şehri kapsayan seyahatler gerçekleştirmektedir (Pereira ve Silva, 2018; Hyde ve Lawson, 2003).

Yalnız kavramı, bireyin tüm seyahati boyunca yalnız kalacağı anlamına gelmemekte, aksine, bu kavram daha çok kişinin destinasyona bireysel varış durumunu ifade etmektedir. Yalnız seyahat edenler, yerel toplumla, turizm sektörü çalışanlarıyla ve diğer turistlerle temasa geçebilir (Wilson, 2004). Yalnız seyahat, kitle turizminin sahip olduğu kısıtlayıcı özelliklerin aksine, bireyselliği ve deneyimsel pratikleri teşvik eden, postmodernizmin getirdiği bireysellelikle yükselen bir yaklaşımdır (Tükenmez, 2019).

Yalnız seyahat eden gezginlerin paylaştığı ortak motivasyonlar arasında; yenilik arayışı, diğer kültürleri tanıma, kişisel gelişim, deneyim arayışı, rahatlama ve sosyal etkileşim bulunmaktadır. Yalnız seyahate çıkanların içsel ve dışsal motivasyon kaynakları bulunmaktadır. Bu motivasyon kaynakları şunlardır (McCabe, 2000; Mayo ve Jarvis, 1981; Hye, 2015; Aydın ve Sezerel, 2017; Crompton ve Mckey, 1999; Durko ve Stone, 2017; Seow ve Brown, 2018).

Özgürlük ve Bağımsızlık: Bireylerin seyahat rotalarını esnek bir şekilde belirleme, istediklerini yapabilme ve kendilerini özgür hissetme isteği en güçlü motivasyonlardandır.

Kişisel Gelişim ve Kendini Keşfetme: Yalnız seyahat, bireyin kendine olan güvenini artırma, kendini tanıma, korkularla yüzleşme ve yenilenme amacıyla bir kaynak olarak görülmektedir.

Rutinden Kaçış ve Rahatlama: Günlük rutin hayattan ve iş stresinden uzaklaşma isteği bir motivasyon kaynağı olarak görülmektedir.

Sosyalleşme ve Deneyim: Yeni insanlar tanıma isteği, diğer gezginlere eşlik etme ve yakın dostluklar geliştirme gibi sosyalleşme amaçları önemli bir yer tutmaktadır.

Yalnız seyahat, modern turizmin postmodern dönemde kazandığı en dikkat çekici eğilimlerden biri olarak bilinmektedir. Kitle turizminin kalabalık, yüzeysel ve tüketime dayalı yapısına karşı, bireysel deneyimi, özgürlüğü ve derin kültürel etkileşimi ön plana çıkaran bir anlayış sunmaktadır. Bu yönüyle yalnız seyahat, turizmin sosyal, çevresel ve ekonomik sürdürülebilirlik hedeflerine anlamlı katkılar sağlayan alternatif bir turizm biçimi olarak değerlendirilmektedir (Kaba ve Emekli, 2018).

Sosyal açıdan bakıldığında, yalnız seyahat eden bireyler, yerel halkla daha doğrudan ve samimi ilişkiler kurma eğilimindedir. Kitle turizminin aksine, bu gezginler genellikle daha yavaş hareket eder, günlük yaşamın içine karışır ve yerel kültürü yüzeysel bir gözlem nesnesi olarak değil, paylaşılacak bir yaşam biçimi olarak deneyimlemektedirler. Bu etkileşim, kültürlerarası anlayışı güçlendirirken, yerel halkın turizme bakış açısını da olumlu yönde etkilemektedir. Özellikle kadın gezginlerin artan yalnız seyahat eğilimi, sosyal sürdürülebilirliğin önemli bir boyutunu oluşturmaktadır. Kadınlar bu süreçte özgüven kazanmakta, bağımsızlık duygularını pekiştirmekte ve toplumdaki cinsiyet eşitsizliklerine karşı farkındalık geliştirmektedir (Harman, 2014).

Çevresel açıdan değerlendirildiğinde, yalnız seyahat, kitle turizminin çevre üzerindeki olumsuz etkilerini azaltan bir yaklaşım olarak öne çıkmaktadır. Bu gezginler genellikle çevreye duyarlı, doğayla uyumlu ve düşük karbon ayak izine sahip seyahat biçimlerini tercih etmektedirler. Turizmin mekânı tüketen değil, dönüştüren ve koruyan bir faaliyet olarak görülmesi, bu anlayışın temelini oluşturmaktadır. Yalnız gezgin, büyük grupların aksine, çevreye minimum etkiyle hareket eder ve doğal kaynakların korunmasına ve yerel ekosistemin sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadırlar (Tükenmez, 2019).

Ekonomik boyutta ise yalnız seyahat edenlerin tercihleri, yerel ekonomilerin güçlenmesine yardımcı olmaktadır. Bu gezginler, genellikle zincir oteller yerine küçük aile işletmelerini, yerel restoranları veya yerel halkın önerdiği deneyimsel mekânları tercih etmektedir. Böylece harcamalar doğrudan yerel halka ulaşır ve ekonomik fayda destinasyonda kalmaktadır. Ayrıca yalnız seyahat edenlerin destinasyonda daha uzun süre kalma eğilimleri, turizm gelirlerinin mevsimsel dalgalanmalardan daha az etkilenmesini sağlamaktadır (Gök, Aylan ve Şalvarcı, 2021).

Kültürel mirasın korunması açısından da yalnız seyahat, önemli bir fark yaratmaktadır. Bu tür seyahatler, ziyaret edilen mekânlara karşı daha yüksek bir saygı ve duyarlılık içermektedir. Yalnız gezginler, kültürel değerleri anlamaya, hikâyelerini öğrenmeye ve bu mirasın sürdürülebilirliğine katkı sağlamaya istekli olarak görülmektedir (Tükenmez, 2019).

Sonuç olarak, yalnız seyahat eden gezgin, sürdürülebilir turizmin somut bir örneği olarak ifade edilmektedir. Gezgin, doğayı tahrip etmeden, yerel halkla empati kurarak ve ekonomik faydayı adil biçimde paylaştırarak turizmi dönüştürür. Bu yönüyle yalnız seyahat, turizmi sadece bir tüketim faaliyeti olmaktan çıkarıp, kültürel, çevresel ve ekonomik sürdürülebilirliğe hizmet eden insani bir yolculuğa dönüştürmektedir.

6.16. Yaratıcı Turizmi

Teknolojik gelişmelerin etkisiyle turizm sektöründe hızlı değişimler yaşanmaktadır. Bu süreçte turistlerin istek ve beklentilerinde önemli değişiklikler oluşmuştur. Günümüzde bireyselleşme eğilimi, çevreye ve yerel kültürel değerlere yönelik artan duyarlılık ile yaratıcılık unsurları, turistler tarafından giderek daha fazla önemsenen konular arasında yer almaktadır. Modern turizm tatil anlayışı kapsamında değerlendirilen bu dönüşüm sürecinde, birbirine benzer özellikler sergileyen destinasyonlar ve turistik ürünler sıradanlaşmış olarak algılanmaktadır. Bu doğrultuda turistler, destinasyona özgü benzersiz kültürel unsurları tanımayı, yerel kültürle daha yoğun ve aktif bir etkileşim kurmayı ve otantik, gerçekçi deneyimler elde etmeyi tercih etmektedirler. (Avcıkurt ve diğerleri, 2009; Ritchie ve Crouch, 2003).

Bu doğrultuda, kültürel turizmin bir uzantısı olarak görülen ve son yıllarda yeni yeni gündeme gelmeye başlayan turizm türlerinden biri de yaratıcı turizmdir. Yaratıcı turizm, somut olmayan kültürel unsurların turistler için tüketilebilir deneyimler haline

dönüştürülmesi olarak ifade edilebilmektedir. Bu yaklaşım, sağlıklı turizm gelişiminin bir gereği olarak tüm turizm çeşitlerine entegre edilebilen sürdürülebilirlik yaklaşımına destek olabilecek bir alternatif olarak nitelendirilmektedir. Bu bölümün amacı, yaratıcı turizmi kavramsal olarak incelemek ve sürdürülebilir turizm gelişimi sürecinde yaratıcı turizmin önemini ve potansiyelini değerlendirmektir (Akdu, 2019).

Yaratıcılık, genellikle yeni, orijinal, uygun veya faydalı anlamlarında kullanılan bir kavramdır. Yaratıcılığın özünde, ortaya çıkan fikirlerin orijinal ve kullanışlı olması yatmaktadır (Okutan, 2023). Yaratıcı turizm kavramı, ilk kez Richards ve Raymond (2000) tarafından, kültürel ürünlerin seri biçimde yeniden üretilmesine karşı bir yaklaşımı ifade etmek ve turistlere bireysel gelişim odaklı deneyimler sunan bir turizm anlayışını tanımlamak amacıyla kullanılmaktadır. Yaratıcı turizm, özünde destinasyona özgü kültürel ya da sanatsal değerlere yönelik olarak düzenlenen etkinliklere aktif katılım yoluyla turistlere otantik ve yaratıcı deneyimler sunan; bireylerin yaratıcılık potansiyellerini geliştirmelerine olanak tanıyan ve ziyaret edilen destinasyondaki yerel halk ile yaşayan kültürle doğrudan ilişki kurmalarını sağlayan, sürdürülebilir nitelikte bir turizm türü olarak tanımlanmaktadır (Wurzbürger, 2010).

Yaratıcı turizm faaliyetleri, ziyaretçilerin yalnızca izleyici konumunda kalmadığı, deneyime aktif olarak katıldığı ve bir üretim sürecinin parçası haline geldiği bir turizm yaklaşımı olarak dört temel kategoride incelenmektedir. Bu kapsamda geleneksel kültür, seramik, ahşap işleme, tekstil gibi el sanatları; yöresel yemek yapımı gibi gastronomik uygulamalar ile tarihi ve doğal miras unsurlarını içermektedir. Sanat başlığı, heykel, resim ve fotoğraf gibi görsel sanatların yanı sıra tiyatro, dans ve opera gibi performans sanatlarını kapsamaktadır. Kültürel endüstriler, film, televizyon ve radyo gibi görsel-işitsel alanları; canlı müzik etkinliklerini ve kitap ile dergi yayıncılığını içine almaktadır. Son olarak yaratıcı faaliyetler, moda, grafik ve iç mimari gibi tasarım odaklı uygulamaları; mimarlık, reklam ve yeni medya içerik üretim süreçlerini kapsayarak yaratıcı turizmin yenilikçi ve katılımcı niteliğini pekiştirmektedir (Okutan, 2023).

Dünya ve Türkiye’den yaratıcı turizm örnekleri incelendiğinde, bu yaklaşımın ziyaretçilerin üretim süreçlerine katılımını teşvik ederek hem kültürel mirasın korunmasına hem de yerel ekonomilerin canlanmasına katkı sağladığı görülmektedir. Uluslararası ölçekte Fransa’da parfüm yapımı veya Provence bölgesine özgü yemeklerin

pişirilmesi, Kanada’da dış mekân resim atölyeleri, İspanya’da yemek kursları ve Arjantin’de tango öğrenme deneyimleri yaratıcı turizmin öne çıkan uygulamaları arasında yer almaktadır. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı ise El Sanatları ve Halk Sanatı, Tasarım, Film, Gastronomi, Edebiyat, Medya Sanatları ve Müzik olmak üzere yedi alanda faaliyet göstermekte olup, Türkiye’den Gaziantep Gastronomi alanında bu ağa üyedir. Türkiye bağlamında yaratıcı turizmin önemli örneklerinden biri, Ödemiş’teki geleneksel el sanatlarıdır; iğne oyları, ipek dokumaları ve kanaviçeler hem turistik alışverişlerde yüksek talep görmekte hem de yerel halk tarafından korunması ve yaşatılması gereken kültürel değerler olarak görülmektedir. Isparta’nın Kuyucak Köyü ise “lavanta kokulu köy” kimliğiyle yaratıcı turizmin en başarılı destinasyonlarından biridir; burada ziyaretçiler lavanta ve gül bakımına ve hasadına katılabilmekte, lavantadan taç, buket ve çanta üretmekte, köye özgü gözleme ve el işi ürünleri hazırlayabilmekte ve sini böreği gibi yöresel yemek deneyimlerine dahil olabilmektedir. Ayrıca gül hasadının lavanta döneminden önce gerçekleşmesi, köydeki turizm sezonunu genişleterek sürdürülebilir bir gelir modeli oluşturulmasına katkı sunmaktadır (Akpulat ve Polat Üzümcü, 2020).

Yaratıcı turizmin sürdürülebilirliğe sunduğu katkı, hem çevresel hem ekonomik hem de sosyo-kültürel boyutlarda sağladığı çok yönlü kazanımlar dikkate alındığında göz ardı edilmesi mümkün olmayan, destinasyonların uzun vadeli gelişiminde belirleyici bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Bu turizm türü, ülkenin veya destinasyonun tarihi ve kültürel zenginliklerinin korunup yaşatılmasında oldukça önemlidir. Yaratıcı turizm, yerel kültürün ve yaşam biçimlerinin turistlerin aktif katılımıyla deneyimlenmesini sağlayarak, yerel halka ekonomik ve sosyal alanlarda gelişim imkânı sunmakta, yerel kültürün korunmasına ve sürdürülebilirliğin artmasına katkıda bulunmaktadır (Solene, 2011).

Yaratıcı turizmin geliştirilmesi için, destinasyonların sahip olduğu doğal çevre gibi somut kaynaklarla birlikte atmosfer, yetenek veya yaratıcılık gibi soyut kaynakların farkında olmak ve bunları bir cazibe unsuru olarak kullanmak önemlidir. Bu alandaki çalışmaların artırılması, turizm planlaması ve politikaları açısından uygulamaya dönük öneriler sunulmasını sağlayacaktır. Yaratıcılık, günümüz ekonomilerinde rekabet gücünü artırma ve dolayısıyla sürdürülebilirliğin sağlanması için önemli bir hale gelmiştir. Yaratıcı turizm, tıpkı bir deniz fenerinin rotasını kaybetmiş gemilere yol göstermesi gibi,

standartlaşan ve doyuma ulaşan turizm pazarına yeni ve özgün deneyimler sunarak, destinasyonların kültürel ve ekonomik geleceğine ışık tutmaktadır (Akdu, 2019).

SONUÇ

Efsane ve söylence turizmi, ev turizmi, evlilik turizmi, glamping, karavan turizmi, İslami turizm, yaratıcı turizm ve toplum temelli turizm gibi türler; kültürel mirasın korunması, toplumsal katılımın artırılması ve yerel kalkınmanın desteklenmesi bağlamında güçlü sürdürülebilirlik potansiyeline sahiptir. Bu turizm türleri, destinasyonların özgün değerlerini görünür kılmakta, yerel toplulukların ekonomik faydadan daha adil biçimde pay almasını sağlamaktadır. Özellikle toplum temelli turizm ve yaratıcı turizm, kültürel mirasın yeniden üretilmesine, yerel kimliğin korunmasına ve ziyaretçi ile yerel halk arasındaki etkileşimin niteliksel olarak güçlenmesine katkıda bulunmaktadır. Bu yönüyle özel ilgi turizmi, sürdürülebilirlik literatüründe koruma kullanma dengesinin pratikte uygulanabilir olduğu alanlardan birini temsil etmektedir.

Buna karşılık, intihar turizmi, varoş turizmi, sınır turizmi ve son şans turizmi gibi etik açıdan tartışmalı turizm türleri, turizmin sürdürülebilirlik ekseninde karşı karşıya olduğu gerilimleri görünür kılmaktadır. Bu türler, bireyin gizliliği, toplumsal hassasiyetler, kırılgan grupların temsili ve destinasyonların etik yönetimi gibi konularda kapsamlı değerlendirmeleri gerekli kılmaktadır. Özellikle son şans turizmi, küresel iklim krizinin yarattığı yok olma tehdidi altındaki doğal alanlara yönelik artan ilgiyi temsil ederken, aynı zamanda bu alanların korunmasına yönelik güçlü bir farkındalık oluşturma potansiyeli taşımaktadır. Ancak bu potansiyelin sürdürülebilirlik ilkeleriyle uyuşabilmesi, ziyaretçi yönetimi, taşıma kapasitesi kontrolü ve çevresel etkilerin minimize edilmesi gibi yönetsel süreçlerin titizlikle uygulanmasına bağlıdır.

Kutup turizmi, uzay turizmi ve yalnız seyahat gibi yeni eğilimler ise turizmin mekânsal ölçeğini genişletmekte ve insan deneyimini yeni coğrafyalara taşımaktadır. Bu eğilimler bir yandan teknolojik yeniliklerin turizme entegrasyonuna işaret ederken, diğer yandan karbon ayak izi, enerji tüketimi, ekosistem kırılganlığı ve etik güvenlik gibi sürdürülebilirlik sorunlarını daha görünür hale getirmektedir. Özellikle uzay turizmi, turizmin sınırlarını gezegen dışına taşıırken, sürdürülebilirlik tartışmalarını “dünya odaklı” olmaktan çıkarıp daha bütüncül bir ekolojik perspektife taşımaktadır.

Geleceğe yönelik öngörüler incelendiğinde, özel ilgi turizminin sürdürülebilirlik odaklı turizm politikalarının şekillenmesinde merkezi bir rol üstleneceği açık olarak görülmektedir. Sanal turizmin dijital teknolojiler yoluyla düşük karbonlu seyahat alternatifleri sunması, glamping ve karavan turizmi gibi doğa temelli deneyimlerin daha ekolojik pratiklerle uyumlu hale gelmesi, toplum temelli yaklaşımın yerel paydaşları turizmin karar süreçlerine aktif biçimde dahil etmesi gibi eğilimler; özel ilgi turizminin sürdürülebilir turizm paradigmasının geleceğinde önemli bir stratejik araç olacağını göstermektedir.

Bu çerçevede özel ilgi turizmi, yalnızca alternatif bir turizm kategorisi olarak değil; turizmin geleceğini şekillendirecek bütüncül, çok katmanlı ve sürdürülebilir bir dönüşüm modelinin taşıyıcısı olarak değerlendirilmektedir. Bu dönüşüm; çevresel yönetim, kültürel süreklilik, toplumsal katılım, etik duyarlılık ve teknolojik yenilikler arasındaki etkileşimin stratejik biçimde yönetilmesine bağlıdır. Dolayısıyla özel ilgi turizmi, turizm endüstrisinin geleceğine ilişkin tartışmalarda hem yeni trendleri hem de sürdürülebilirlik ilkelerini harmanlayan bir referans noktası niteliği taşımaktadır.

KAYNAKÇA

- Abaan, S. (1997). Ötanazi: Hastalarımıza borcumuz mu? Hekimler Birliği Vakfı Türkiye Klinikleri Tıbbi Etik Dergisi, 5(2), 92-96.
- Akçura, M. ve Karadağ, L. (2015). Yerel Halkın Bakış Açısıyla Kırsal Turizmin Uygulanabilirliği: Datça Örneği, International Journal of Social and Economic Sciences, 5(1), 105–110.
- Akdu, S. (2019). Sürdürülebilir turizm gelişimi ve yaratıcı turizm. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10, 132-139.
- Akputat, N. A., ve Polat Üzümcü, T. (2020). Geleneksel Türk el sanatlarının yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilmesi: Ödemiş yerel halkının bakış açısı. Journal of Social and Humanities Sciences Research, 7(51), 584-597.
- Akpur, A., ve Zengin, B. (2019). İznik Gölü İle Çevresinin Kamp Ve Karavan Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi, Turar Turizm ve Araştırma Dergisi, 8(2), 4-20.
- Akram, W. ve Kumar, R. (2017). A study on role and applications of augmented reality in tourism: its challenges and future prospects, International Journal of Advanced Research in Computer Science, 8 (8): 168-172.
- Aktaş, S., ve Batman, O. (2010). Efsanelerin Turistik Çekicilik Üzerine Etkileri: Profesyonel Turist Rehberlerine Yönelik Bir Araştırma. E-Journal of New World Sciences Academy Social Sciences, 5 (4), 367-395.
- Akyol, C. (2012). Kırsal Turizmde Ev Pansiyonculuğu Modeli ve Karadeniz Örnekleme Artvin. International Journal of Social and Economic Sciences, 2(2), 79-83.
- Akyüz, L. (2012). Bir Sınır Kasabası Olarak Hopa: Sınırın Ekonomik, Sosyal ve Kültürel Analizi, U. Biryol içinde, Karardı Karadeniz, (s. 146-152). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Alkan, Ö. (2021). Camp and Caravan Tourism. Krystev et al. (Ed.), içinde Tourism Studies and Social Sciences (ss. 239-253). St. Kliment Ohridski University Press.
- Altuntaş, E. C., Köşeler, S. ve Mercan, Ş. O. (2024). Karavan turizmi. In A. T. Bayram ve H. T. Kavlak (Eds.), Turizm araştırmaları IV. Özgür Yayınları. Gaziantep.
- Arlı, E., Bayırhan, İ. ve Saygılı, M. S. (2021). Kutup turizminde yeni alternatif: Antarktika destinasyonuna yönelik kruvaziyer seyahati ve Türkiye için önemi. Mersin Üniversitesi Denizcilik ve Lojistik Araştırmaları Dergisi, 3(1), 63-79.
- Arslan, E. (2023). Turist anlatıları perspektifinden varoş destinasyonları deneyimi. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 34(2), 19-31.
- Aseye, F. K. ve Opoku, M. (2015). Potential of Slum Tourism in Urban Ghana: A Case Study of Old Fadama (Sodom and Gomorra) Slum in Accra, Journal of Social and Development Sciences, 6 (1): 39-45.
- Aslan, A. (2008). Türkiye’de Ekonomik Büyüme Ve Turizm İlişkisi Üzerine Ekonometrik Analiz, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 24, ss: 1-11.

- Atar, A. (2019). “Dijital Dönüşüm ve Turizme Etkileri”. (Ed. Mete Sezgin, Seda Özdemir Akgül ve Ayşe Atar), Turizm 4.0 Dijital Dönüşüm ss. 99-114, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Avcıkurt, C. Köroğlu, A. ve Sarıoğlu, M. (2009). Türk turizminin dünya turizmindeki yeri, Çavuş, Ş., Z. Ege ve O. Çolakoğlu (Ed.), Türk turizm tarihi: yapısal ve sektörel gelişim (s.1-14). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Avcıkurt, C., Köroğlu, Ö. (2008), Kırsal Turizm, Turistik Ürün Çeşitlendirmesi, Nobel Yayınları, Ankara.
- Aydemir, B. ve Kazoğlu, İ. H. (2016). Toplum Temelli Turizm: Yerel Halk Algılarını Ölçmeye Yönelik Bir Çalışma Halfeti Örneği. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 19(35), 169-186.
- Aydın, Ç. (2024). Kastamonu Turizmi Destinasyon Yönetiminin Toplum Temelli Turizm Perspektifinden İncelenmesi. Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 8(2), 519-537.
- Aydın, S., Sezerel H. (2017). Seyahat Motivasyonlarına İlişkin Bir Yazın İncelemesi. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 7 (2):11-140.
- Aykaç, Ü. Ö. A. ve Karaduman, E. (2023). Efsaneler, Mitler ve Macera Turizmi: Van Gölü Canavarı Örneği. Journal of Academic Social Science Studies, 16(95).
- Aypar, Ü. (1997). Ötanazi. Hacettepe Tıp Dergisi, 28(1), 43-47.
- Batman, O. (2015), Helâl Turizm, Zafer Bilim-Araştırma Kültür-Sanat Dergisi, Eylül-2015, Sayı:465, Yıl:39, 50-51.
- Batu, A. (2012). Helâl (Mahzursuz) Gıda Belgelendirmesindeki Sorunlar ve Çözüm Önerileri, Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi, 7(2), 60-75.
- Bayat, G. ve Avcıkurt, C. (2022). Turist profili: Gürbulak sınır kapısından giriş yapan İranlı turistler örneği. Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 6(4), 931-949.
- Beceren, E. ve Koç, M. (2016). Habur Sınır Kapısının Bölge Üzerindeki Etkileri. Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, (2), 82-101.
- Benyon, D., Quigley, A.; O’Keefe, B. ve Riva, G. (2014). “Presence and Digital Tourism”, Al & Soc, 29(4): 521-529, DOI: 10.1007/s00146-013-0493-8.
- Besiri, A. (2009). Ötanazi ve yaşam hakkı. TBB Dergisi, (86), 188- 203. <http://tbbdergisi.barobirlik.org.tr/m2010-86-581>.
- Bilici, F. (2015). Pazarlamada Artırılmış Gerçeklik ve Karekod Teknolojileri: Tüketicilerin Artırılmış Gerçeklik Teknoloji Algılamaları Üzerine Bir Alan Araştırması,(Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi), Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Blom, S. ve Mauno, V. (2021). Environmental Sustainability İn Space Tourism. Haaga-Helia University Of Applied Science, 3.
- Bosshard, G., Ulrich, E. and Bär, W. (2003). 748 cases of suicide assisted by a Swiss right-to-die organization. Swiss Medical Weekly, 133: 310-317. <https://doi.org/10.4414/smw.2003.10212>.

- Bowdin, G., McDonnell, I., Allen, J., ve O'Toole, W. (2001). *Events management: Hospitality, leisure and tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Bölükbaşı, N. (1998). Sağlık personelinin ötanaziye bakışı. Uluslararası Katılımlı VI. Ulusal Hemşirelik Kongresi Bildiriler Kitabı içinde (s.45-56), Ankara: GATA Hemşirelik Yüksekokulu.
- Brochado, A. ve Pereira, C. (2017). Comfortable experiences in nature accommodation: perceived service quality in glamping. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 17, 77-83. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2017.01.005>
- Brooker, E., ve Joppe, M. (2013). Trends in camping and outdoor hospitality-An international review. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 3, 1-6.
- Buhalis, D., ve Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet-The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- Byers, M. ve Boley, A. (2023). Who Owns Outer Space? International Law, Astrophysics and Sustainable Development of Space. S. 14.
- Callaghan, S. (2011). Death Tourism: Travelling For Life-Ending Procedures, Precedent (Sydney, N.S.W.), 107: 34-39. <https://ses.library.usyd.edu.au/bitstream/handle/2123>.
- Chang, Y. W. ve Chern, J. S. (2016). Ups and Downs of Space Tourism Development in 60 Years from Moon Register to Spaceshiptwo Crash, *Acta Astronautica*, 127: 533-541.
- Civelek, M., ve Türkay, O. (2019). Uzay turizmine ilişkin uluslararası turizm karikatürlerinin göstergebilimsel bir analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(3), 960-980.
- Cocks, C. (2001). *Doing the Town: The Rise of Urban Tourism in the United States, 1850-1915*. CA: University of California Press.
- Cohen, G. I. (2014). *Patients with passports: Medical tourism, law and ethics*. USA: Oxford University Press ISBN: 0190218185.
- Crompton J. L., McKay S. (1999), Motives Of Visitors Attending Festival Events, *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, No. 2, :425-439.
- Çavuş, M. N. (2025). Toplum Temelli Turizm Kavramının VOSviewer ile Bibliyometrik Analizi. *Dünya İnsan Bilimleri Dergisi*, 2025(2), 323-342.
- Çelik, N., Bahar, O. veTatar, S. (2017). Kırsal kalkınmada glamping turizmin rolü: club amazon bördübet örneği. *Journal Of International Social Research*, 10(51), 1282-1287.
- Çoban, Ö., Dilek, S. E. ve Harman, S. (2017). İntihar bir turizm türü olarak değerlendirilebilir mi?. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 7(1), 137-151.
- Çuhadar, Y. (2024). Bilecik Pelitözü Göletinin Glamping Turizmi Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi. *Premium e-Journal of Social Sciences (PEJOSS)*, 8(47), 1252-1259.

- Danov, D. G., (2020). A Review of Space Tourism Services: Supply and Demand Challenges, *TOLEHO Journal of Tourism, Leisure and Hospitality*, 2(1): 29-35.
- Dawson, J., Johnston, M. J., Stewart, E.J., Lemieux, C. J., Lemelin, R. H., Maher, P. T. ve Grimwood, B.S.R. (2011). Ethical Considerations of Last Chance Tourism. *Journal of Ecotourism*, 10(3), 250-265.
- De Witt, L. (2006). Key Success Factors For Managing Special Events: The Case Of Wedding Tourism. Yayımlanmamış Doktora Tezi, North-West University, Vanderbijlpark.
- Demir, M., ve Demir, Ş. Ş. (2004). “Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Futbol Turizmi: Antalya Bölgesinde Bir Araştırma”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (1), ss. 94-116.
- Demir, Ş. Ş. ve Demircioğlu, A. S. (2023). Sürdürülebilir kırsal kalkınmada glamping işletmelerinin rolü: Fethiye örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 105-120.
- Demiraslan, V. (2018) "Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Turizm Sektörüne Katkısı Kapıkule Sınır Kapısı Uygulama Örneği", *The International Sustainable Tourism And Environment Protection Conference*, Edirne/Turkey , (Kasım 2018).
- Demirezen, B. (2019). Artırılmış Gerçeklik ve Sanal Gerçeklik Teknolojisinin Turizm Sektöründe Kullanılabilirliği Üzerine Bir Literatür Taraması. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 1-26.
- Demirhan, E. A. (1994). *Tıp Tarihi ve Deontoloji Dersleri*, Bursa: Uludağ Üniversitesi Basımevi.
- Dikmen, Y. (2001). Yoğun Bakımda Hastadan Desteği Çekme ve Etik, Ötanazi. İçinde H. Hatemi, H. Doğan (Ed.), *Medikal Etik Doğum, Ölüm süreçleri ve Yaşamın Anlamı* (s. 35-41), İstanbul: Yüce Yayıncılık.
- Dinçer, F. İ. ve Bayram, G. E. (2017). İslami Bakışı Açısı ile Helâl Turizm, 1. In *International Halal Tourism Congress*, (07-09 Nisan 2017) (pp. 363-377).
- Durko, A.M. ve Stone, M. J. (2017). Even Lovers Need a Holiday: Women's Reflections of Travel Without Their Partners. *Tourism Management Perspective*. 21:18-23.
- Durmuşoğlu, K. ve Ataman, K. (2018). Kutsaldan sekülere: değişen ölüm algısı üzerine sosyolojik bir değerlendirme. *BEÜ İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 5(1), 123-149.
- Düzgün, E. (2021). Pandemi sonrası yeni turist tercihi: Glamping turizmi. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 11(1), 145-158.
- Elçioğlu, Ö., Gündüz, T. ve Köşgeroğlu, N. (1994). Tıp, hukuk ve etik açıdan euthanasia. *Tıbbi Etik*, 2(2), 64-70.
- Ercan, S. (2016). Kruvaziyer Turizm. 3. *Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu* 26 Şubat 2016, 5–7.
- Erdem, R. ve Fettahoğlu, R. (2022). Sağlık hizmetleri açısından ölüm turizmi. *Mesleki ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 29-37.

- Eroğul, C. (1993). Ölüm Hakkı. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 48(1): 47-56. <https://dergipark.org.tr/en/download/articlefile/36540>
- Freire-Medeiros, B. (2009). The favela and its touristic transits. *Geoforum*, 40(4): 580-588.
- Frenzel, F., Koenig, K., Steinbrink, M. ve Rogerson, C. M. (2015). Slum Tourism: State of the Art, *Tourism Review International*, 18 (4): 237-252.
- Gedik Arslan S. (2020). Türkiye Kamp ve Karavan Derneği (TKKD). Türkiye Turizm Ansiklopedisi <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/turkiye-kamp-ve-karavan-dernegi-tkkd>
- Genç, M. (2017). Antarktika Gezi Notları 29 Haziran 2017. Rotasız Seyyah. <https://www.rotasizseyyah.com/antarktika.html>
- Go, H. ve Kang, M. (2022). Metaverse tourism for sustainable tourism development: Tourism Agenda 2030, *Tourism Review*, 78(2), s. 381-394.
- Gök, C. ve Sarı, Y. (2009). Sosyo-ekonomik boyutuyla Fethiye’de evlilik turizmi üzerine bir alan araştırması. 10. Ulusal Turizm Kongresi, Mersin, 1(1), 637–650.
- Gök, H. S., Aylan, F. K. ve Şalvarcı, S. (2021). Yalnız seyahat eden turistlerin seyahat motivasyonu ve deneyimi: Z kuşağı örneği. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 16(62), 698-717.
- Gök, H. S., Aylan, F. K. ve Şalvarcı, S. (2021). Yalnız seyahat eden turistlerin seyahat motivasyonu ve deneyimi: Z kuşağı örneği. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 16(62), 698-717.
- Göktaş, L. S., Çetin, G. ve 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.
- Guttentag, D. A. (2010). Virtual reality: Applications and implications for tourism. *Tourism Management*, 31(5), 637–651. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.07.003>
- Gülduran, Ç. A. ve Gürdoğan, A. (2022). Yoksulluğun Metalaşması: Gecekondu Turizmi Üzerine Kavramsal Bir Bakış Açısı. *Turizm Akademik Dergisi*, 9(2), 463-475.
- Günçan, Ö. (2021). Dijital dönüşümün turist tipolojisine yansıması: Sanal turist. *SSD Journal*, 6(27), 368–383.
- Gündüz, Ş. (1998). Din ve İnanç Sözlüğü. Ankara: Vadi Yayınları.
- Hampton, M. P. (2009). The socio-economic impacts of Singaporean cross-border tourism in Malaysia and Indonesia, Kent Business school, Working Paper No.184.
- Hardy, A. ve Kirkpatrick, J. B. (2017). Exploring The Attitudes And Behaviours of Recreational Vehicle Users. *Journal Of Outdoor Recreation And Tourism*, 18, 100-104.
- Haris, R., Griffin, T. ve Williams, P., (Eds.) (2002). Sustainable Tourism: A Global Perspective. Kent: Butterworth-Heinemann.

- Harman, S. (2014). Bağımsız Seyahat Eden Yerli Gezinlerin Seyahat Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(21), 107-128.
- Hashimoto, A. (2002). *Tourism and Sociocultural Development Issues*, R. Sharpley and D. J. Telfer (Editors), Tourism and Development. Great Britain: Channel View Publications.
- Higginbotham, G. (2011). Assisted-Suicide Tourism: is it Tourism? *Brock University, Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 6(2): 177-185. https://www.researchgate.net/publication/267548347_Assistedsuicide_tourism_Is_it_tourism.
- Hjalager, A. M. (2015). 100 Innovations That Transformed Tourism. *Journal Of Travel Research*, 54(1), 3-21.
- Holt, S. (2023). Virtual Reality, Augmented Reality and Mixed Reality: For Astronaut
- Hoogendoorn, G. (2021). Last Chance Tourism in South Africa: Future Research Potential?. *Tourism*, 69(1), 73-82.
- Hunter C., Green H. (1996). *Tourism and The Environment*, Great Britain: Routledge, 78-86.
- Huxtable, R (2009), The Suicide Tourist Trap, *Compromise Across Boundaries, Bioethical Inquiry*, 6: 327-336. DOI 10.1007/s11673-009-9170-5.
- Hyde, K. F. and Lawson, R. (2003). The Nature of Independent Travel. *Journal of Travel Research*, 42(1), 13-23.
- Hye Lin Kim. (2015). An Examination of Salient Dimensions of Senior Tourist Behavior: Relationships Among Personal Values, Travel Constraints, Travel Motivation And Quality of Life. (Unpublished Doctoral Dissertation). Blacksburg, Virginia: Faculty of the Virginia Polytechnic Institute.
- İlhan, H. (2011). “Ötenazi” kavramının ahlâk felsefesi açısından incelenmesi, (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı, İstanbul.
- Jamal, T. B. ve Stronza, A. (2009). Collaboration theory and tourism practice in protected areas: stakeholders, structuring and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 77(2), 169-189.
- Kaba, B. ve Emekli, G. (2018). Turizmde Yükselen Bir Eğilim: Yalnız Seyahat Eden Kadın Gezinler (Türkiye Örneği). *Ege Coğrafya Dergisi*, 27(2), 111-126.
- Kabadayı, M. (2020). Otel işletmelerinde sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik uygulamaları. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(3), 464-479.
- Kanca, B. ve Unur, K. (2020). İstanbul'un düğün turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(2), 311-327.
- Kar, M., Zorkirişçi, E. ve Yıldırım, M. (2004). Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme, *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, (8), ss: 87-112.
- Karacaer, S.S. (2021). Türkiye'de Destinasyon Düğünleri. *Journal of Travel & Hospitality Management/Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 18(2).

- Karasar, S. (2004). Eğitimde Yeni İletişim Teknolojileri-İnternet ve Sanal Yüksek Eğitim. TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology, 3(4), ss.117-125.
- Kardeş, N. ve Kınır, S. (2017). Türkiye'de yükselen bir turizm çeşidi: helal turizm. Yönetim Ekonomi Edebiyat İslami ve Politik Bilimler Dergisi, 2(1), 32-46.
- Kasaroğlu, K. (2021). Ulusal yazılı medyada salda gölü'nün son şans turizmi destinasyonu olarak değerlendirilmesi. Uluslararası Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 5(Özel Sayı), 19-37.
- Kenar, G. (2023). Karavan Turistlerinin Motivasyonuna Etki Eden Unsurların Belirlenmesi. Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(2), 445-466.
- Kılıç, B., Yozukmaz, N. (2020). A conceptual review of last chance tourism: The case of Turkey. Tourism, 68(3), 322-335.
- Kızılırmak, İ. ve Gümüş, E. (2020). Galata Kulesi ve Kız Kulesi'nin Söylence Turizmi Kapsamında İncelenmesi, Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 4(4): 3449-3464.
- Kim, S. S. ve Agrusa, J. (2005). "The Positioning Of Overseas Honeymoon Destinations", Annals of Tourism Research, 32 (4), ss. 887-904.
- Kiper, V. O. ve Batman, O. (2021). Uzak turizm: Olasılıklar, uygulamalar, kavramsal bir yaklaşım. JOEEP: Journal of Emerging Economies and Policy, 6(1), 265-271.
- Kumaş, G., Bilgili, B. ve Avcıkurt, C. (2025). Fiziksel Çevre Açısından Kamp-Karavan Turizmi: Sistematik Derleme. Şura Akademik, (10), 33-50.
- Küçükergin, K. G. (2021). Son şans turizmi: Bir literatür incelemesi ve araştırma gündemi. Turizm Akademik Dergisi, 8(1), 151-165.
- Lashley, C. (2015). Researching snails on holiday: An agenda for caravanning and caravanners?. Research in Hospitality Management, 5(2), 115-122.
- Lee, S., Lee, N., Lee, T. J. ve Hyun, S. S. (2024). The influence of social support from intermediary organizations on innovativeness and subjective happiness in community-based tourism. Journal of Sustainable Tourism, 32(4), 795-817. <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2175836>.
- Lemelin, H., Dawson, J., Stewart, E. J., Maher, P. ve Lueck, M. (2010). Last-Chance Tourism: The Boom, Doom, and Gloom of Visiting Vanishing Destinations. Current Issues in Tourism, 13(5), 477-493.
- Lemelin, R. H., Stewart, E. ve Dawson, J. (2013). An Introduction to Last Chance Tourism. In Last Chance Tourism (pp. 21-27). Routledge. Erişim Adresi: https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=F8WsAgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=last+chance+turism+disappearing+destinations&ots=ktWL2t7Z-h&sig=wtfUCwuW4BrDMDDJkRIWmv3DT9Y&redir_esc=y#v=onepage&q=last%20chance%20tourism%20disappearing%20destinations&f=false
- Liggett, D., Frame, B., Gilbert, N. ve Morgan, F. (2017). Is it all going south? Four future scenarios for Antarctica. Polar Record, 53(5), 459-478.
- Major, B., McLeay, F. ve Waine, D. (2010). "Perfect Weddings Abroad", Journal of Vacation Marketing, 16 (3), ss. 249-262.

- Mayo, E. J., Jr. ve Jarvis, L. P. (1981). *The Psychology of Leisure Travel: Effective Marketing and Selling of Travel Services*. Boston. CBI Publishing.
- McCabe, S. (2000). The Problem of Motivation In Understanding The Demand For Leisure Day Visits. *Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure: Volume 6 No: (3/4)*, 2000.
- Mearns, K. (2012). Community-based tourism and peace parks benefit local communities through conservation in Southern Africa. *Acta Academica*, 44(2), 70-87.
- Mental Health; and Space Tourism, Education and Outreach. *Acta Astronautica*, 203, s. 436-446.
- Meriç, S., Subaşı, A. ve Şahin, S. (2021). Van Gölü havzasının glamping turizmi potansiyeli. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (53), 401-418.
- Nomer, M. (2014). Yaşama hakkına saygı nedeniyle ölümü istemek Pretty-Birleşik Krallığa Karşı. *TBB Dergisi*, (113): 41-55. <http://tbbdergisi.barobirlik.org.tr/m2014-113-1396>.
- Oğan, O. ve Emekli, G. (2022). Küresel İklim Değişikliği Bağlamında Kırılgan Mekânlarda Son Şans Turizmi: Kıyı Kentleri ve Deniz Seviyesi Değişimleri. *TÜCAUM 2022 Uluslararası Coğrafya Sempozyumu bildiriler kitabı*, 420-438.
- Okutan, Y. A. (2023). Yaratıcı Turizmin Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Değerlendirilmesi. *Journal of New Tourism Trends*, 4(2), 1-15.
- Oliveira, R. K., ve Correa, C. (2017). Virtual Reality Como Estratégia Para o Marketing Turístico. *Virtual Reality*, 10(23).
- Oral, U. (1995). *Ötanazi*, Ankara: Tıbbi Etik Hekimler Birliği Vakfı.
- Ömeroğlu, Ö. (2009). Hukuksal Açıdan Ölme Hakkı ve Kabul Edilebilirliği Sorunu. *Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 8 (3-4): 85-106. <https://hukukdergi.ebyu.edu.tr/?p=1515>.
- Özgüneş, R. E. ve Bozok, D. (2017). Turizm sektörünün sanal rakibi (mi?): Arttırılmış gerçeklik. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 146-160.
- Özgürel, G. (2022). Düşün turizmi destinasyonları üzerine bir araştırma [Conference presentation]. International Scientific Conference “Global Challenges for Global Science II”, Sofia, Bulgaria.
- Özkan, A. (2025). Son Şans Turizmi: İklim Krizi Çağında Seyahat Etmenin Psikolojisi. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(1), 74-87.
- Pekerşen Y. (2017) Hayatı Sonlandırmak İçin Seyahat, Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 15(4): 313-328. <https://dergipark.org.tr/pub/cbayarsos/issue/33453/373096>.
- Pereira, A. and Silva, C. (2018). Motivations and Experiences of Women Solo Travellers. *International Journal of Multidisciplinary in Business and Science*, 4(5), 134-138.

- Poon, A. (2009). "Prospects For The British Market 2009", *Tourism Industry Intelligence*, 16(1), ss. 1-4.
- Prokkola, Eeva-Kaisa (2008). Resources and barriers in tourism development: cross-border cooperation, regionalization and destination building at the Finnish-Swedish border, *Fennia* 186: 1, pp. 31–46. Helsinki.
- Richards, G. ve Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News* 23: 16-20.
- Ritchie, J. B. ve Crouch, G. I., (2003). *The Competitive Destination : A Sustainable Tourism Perspective*, Oxon, CABI Publishing.
- Rogan-Finnemore, M. (2005). What bioprospecting means for Antarctica and the Southern Ocean. *International Law Issues in the South Pacific: Policies and Practices*, 199–228.
- Rogerson, C. M. ve Saarinen, J. (2018). Tourism for Poverty Alleviation: Issues and Debates in the Global South. İçinde; C. M. Rogerson ve J. Saarinen (Editörler) *The SAGE Handbook of Tourism Management: Applications of Theories and Concepts to Tourism* (ss. 22-37). Londra: Sage.
- Rogerson, C. M. ve Rogerson, J. M.(2021). *Urban Tourism In The Global South: South African Perspectives*. Springer Nature.
- Sağlam, İ. (2017). Doktor yardımcı intihar ve bu konuyu ele alan düzenlemelere bir örnek olarak "California hayatı sonlandırma seçeneği Yasası"nın değerlendirilmesi. *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*, 23(3), 559-579.
- Schumann, F. R. ve Amado, C. (2010). "Japanese Overseas Weddings In Guam: A Case Study Of Guam's First Hotel Wedding Chapel", *South Asian Journal of Tourism and Heritage*, 3 (1), ss. 173-181.
- Schweinsberg, S., Wearing, S. ve Lai, P. H. (2020). Host Communities and Last Chance Tourism. *Tourism Geographies*, DOI: 10.1080/14616688.2019.1708446
- Seow, D. ve Brown, L. (2018). The Solo Female Asian Tourist. *Current Issues in Tourism*. 21 (10): 1187-1206.
- Sezer, İ. (2019). Mitolojik ve Efsanevi Unsurların Turistik Çekicilik Üzerine Etkilerinin Değerlendirilmesi: Giresun Adası Örneği. *Turkish Studies- Social Sciences*, 14 (5), 2463-2500.
- Shapley, D. (2013). *The Seventh Continent: Antarctica in a Resource Age* (7th ed.). RFF Press.
- Silvers, J. R. (2012). *Professional event coordination*, 2. Baskı, New Jersey: John Wiley & Sons.
- Solène, P. (2011). Establishing the connections between the goals of sustainable development and creative tourism. (Master of thesis). Uppsala University, Faculty of Science And Technology, <http://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A454754&dswid=-8319>.
- Swarbrooke, J., Beard, C., Leckie, S. ve Pomfret, G. (2003). *Adventure tourism: The new frontier*. Routledge.

- Swartman, B. (2015). The Business of Last Chance Tourism: Stakeholder's Perspectives. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). University of Waterloo Recreation and Leisure Studies, Ontario.
- Şimşek, S., Günay, G., Elhatip, H. ve Ekmekçi, M. (2000). Environmental protection of geothermal waters and travertines at Pamukkale, Turkey. *Geothermics*, 29, 557-572.
- Tanrısever, C., Pamukçu, H. ve Batman, O. (2016). New tourism trends in the world and their adaptations to Turkey. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 7 (16), 55-72.
- Tejokusumo, A. (2014). Entering "New Space": Research on the global sub-orbital tourism industry. Thesis for: MBA International Business, Trinity Western University, Canada.
- Tekin, Ö. A. (2014). İslami Turizm: Dünyadaki Ve Türkiye'deki Genel Durum Üzerine Bir İnceleme. *Journal of International Social Research*, 7(29).
- Tekin, Ö. A. ve Yılmaz, E. (2016). İslami Turizm Konseptinde Hizmet Veren Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir İnceleme. *Journal of International Social Research*, 9(42).
- Temizel, G., Özgün, İ., Ceylan, B. ve Güneş, S. (2021). Ölüm hakkı ve ötanazi kavramlarının intihar turizmi kapsamında değerlendirilmesi. In S. Z. Kavacık, S. Uslu, S. Aras, & F. E. Güleç (Eds.), *Turizm araştırmaları: Alternatif yaklaşımlar*. Konya: NEÜ Yayınları.
- Timur, B. ve Köz, E. N. (2022). Turizmde sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik çalışmaları üzerine sistematik bir literatür taraması. *Turizm Akademik Dergisi*, 9(1), 233-251.
- Toivonen, Annette, (2017). Sustainable Planning for Space Tourism, *Vertaisarvioitu Kollegialt Granskad, Peer-Reviewed, Matkailututkimus* 13: 1–2/2017.
- Tonguç, S. ve Tutuk, Z. (2019). *Kanatlarımda İstanbul*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Torun, S., Kadioğlu, S., Tanrıverdi, G., Öztunç, G. ve Akbaş, M. (2012). Bir Üniversite Hastanesinde Çalışan Hekimlerin Ötanaziye, Yardımlı İntihara, Resüsite Etmeme Kararına İlişkin Görüşleri. içinde Y. I. Ülman (Ed.) ve F. Artvinli (Ed.), *Değişen dünyada biyoetik*. (ss. 237-243). İstanbul: Türkiye Biyoetik Derneği Yayını.
- Trauer, B. (2006), "Conceptualizing Special Interest Tourism- Frameworks For Analysis", *Tourism Management*, 27 (2), 183-200.
- Tükenmez, E. G. (2019). Türkiye'de yalnız seyahat eden kadınlar: deneyimleri, tercihleri, motivasyon ve kısıtları (Master's thesis, Dokuz Eylül Üniversitesi (Turkey)).
- Türkay, O., Dilmaç, E. ve Taşarer, E. (2024). Turizmin "özgürlük" ve "yolda olmak" hali: Türkiye'deki karavan turistlerini anlamaya yönelik bir araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 385-408.
- Uca, S. ve Karahan, S. (2022). Çevrimiçi rehberli sanal turlara katılan ziyaretçi deneyimleri: Airbnb örneği. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 4(2), 108-122.

- Uçar, N. (2010), Turizmin Kırsal Alana Etkisi: Gökçeada Örneği, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antropoloji Anabilim Dalı, İstanbul.
- Unur, K., Kanca, B. ve Ertaş, Ç. (2017). Yeni Bir Turistik Ürün Olarak Düğün Turizmi: Alanyazın İncelemesi. Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 3(1), 149-163.
- Walton, D. W. H. (2013). Antarctica: global science from a frozen continent. Cambridge University Press.
- Wang, L., Stepchenkova, S. ve Kirilenko, A. P. (2021). Will the present younger adults become future orbital space tourists? Tourism Recreation Research, 46(1), 109-123.
- Williams, P. ve Hobson, J. P. (1995). Virtual reality and tourism: fact or fantasy? Tourism Management, 16(6), 423–427. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(95\)00050-X](https://doi.org/10.1016/0261-5177(95)00050-X)
- Wilson, E. C. (2004). A „Journey of Her Own“. The Impact of Constraints on Women’s Solo Travel. PhD’s Thesis submitted to the Griffith University, Australia.
- Wolf, P., Wolf, J. ve Levine, D. (2005). Event Planning Made Easy. New York: McGraw-Hill. Liite, 1(1), 3.
- Wurzbürger, R. (2010), Introduction to the Santa Fe & UNESCO International Conference. A Global Conversation On Best Practices And New Opportunities. In R. Wurzbürger, T. Aageson, A. Pattakos, & S. Pratt (Eds.), Creative tourism: A global conversation , Santa Fe: Sunstone Press.
- Yaşar, Y. ve Turan, İ. (2013). Alman, Avusturya ve İsviçre Yüksek Mahkeme Kararları Çerçevesinde Talep Üzerine Öldürme Suçu ile Ötanazi İlişkisi. Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi, 19 (1): 39-72.
- Yayla E.N. ve Altan F. (2020). An Overview of Physician-Assisted Suicide Tourism. Usaysad Dergi, 2020; 6(3): 503-514 (Derleme makale). <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1472420>.
- Yıldırım, B. I., Gürçam, Ö. S. ve Yıldırım, F. (2014). Sınır Turizmine Genel Bir Bakış: Sarp Ve Dilucu Sınır Kapılarının Karşılaştırılması. Pamukkale Journal of Eurasian Socioeconomic Studies, 1(2), 1-12.
- Yıldız, S. ve Yıldız, Z. (2018). Gecekondu Turizmi: Bir Çözüm Mü? Yoksa Bir Sorun Mi?. Turizm ve Gastronomi Çalışmaları Dergisi, 6 (4), 974-992.
- Yılmaz, B. ve Nergiz, H. G. (2023). Karavan Turistlerinin Karavan Park İşletmeleri Çevrim İçi Yorumlarının İçerik Analizi İle Değerlendirilmesi: Tripadvisor Örneği, Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi.
- Yorgun, B., İlal, N. Ç., Çalışkan, U. ve Ulusoy, H. (2023). Kamp karavan turizmi mobil uygulamalarına ilişkin görüşler. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 25(3), 1374-1399.
- Yurgiden, H. (2023). Uzay turizminin uzay ekonomisine olan etkileri üzerine bir değerlendirme. Ufkun Ötesi Bilim Dergisi, 23(1), 42-61.
- Zayım, M., Bayartan, M. ve Kahraman, M. (2022). Değişen turizm algısında kamp/karavan turizmi: Demre örneği. Journal of Geography, (45), 215-227.

YEDİNCİ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİR ÖZEL İLGİ TURİZMİNİN ÖNEMİ VE ETKİLERİ

Duran KURU¹

GİRİŞ

Globalleşen dünyada turizm sektörü, son on yıl içerisinde küresel ekonominin en dinamik, gün geçtikçe büyüyen alanlarından birini oluşturmakta ve hem niceliksel büyümesini hem de niteliksel dönüşümünü hız bir biçimde devam ettirmektedir. Fakat bu büyüme çevresel baskılar, kültürel deformasyonlar, yerel kaynakların aşırı kullanımı ve yerel halkın üzerindeki ekonomik dengesizlikler gibi birçok sorunu da beraberinde getirmektedir (Mowforth ve Munt, 2015; UNWTO, 2023a). Bu sorunların artış göstermesiyle dünya çapında turistlerin satın alma tercihlerini daha özgün, deneyim odaklı ve sürdürülebilir seçeneklere doğru yönlendirdiği görülmektedir (Novotná, 2019). Özel ilgi turizmi, turistlerin deneyimini kişisel ilgi, öğrenme, katılım ve farkındalıkla bütünleştirmesi, çevreye duyarlı bir turizm türü olması gibi nedenlerle turistlerin bu tercihlerinde ön plana çıkmaktadır (Trauer, 2006).

Özel ilgi turizmi, turistlerin kişisel ihtiyaç, istek, arzu, beklenti ve yaşam tarzlarına dayalı olarak belirli temalar çerçevesinde düzenlenen seyahatleri kapsamaktadır. Dolayısıyla özel ilgi turizmi (Special Interest Tourism-SIT), sadece bir seyahat biçimi olarak değil, aynı zamanda kişilerin değerleri, kimlikleri ve öğrenme istekleri ile doğrudan ilişkili bir deneyim türü olarak da görülmektedir (Gantait, Singh ve Sharma, 2024). Özel ilgi turizmi sürdürülebilirlik yaklaşımı ile birlikte incelendiğinde, ekonomik kalkınma sağlayan alternatif turizm türünden ziyade sorumlu tüketim, yerel katılım, kaynak koruma ve denge merkezli bir dönüşüm modeli olarak değerlendirilmektedir (Weaver, 2006). Ayrıca bu model, yerel kalkınmayı desteklemekte doğal ve kültürel

¹ Öğr. Gör. Dr., Hitit Üniversitesi, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı, durankuru@hitit.edu.tr, 0000-0002-7487-8911

mirasın korunmasını da sağlamaktadır. Bu bağlamda özel ilgi turizmi; doğa, kültür, gastronomi, sağlık ve wellness, tarım, ekoloji, fotoğrafçılık, kuş gözlemi, kırsal deneyim gibi alanlarda sürdürülebilir turizm ilkeleri ile bağdaşan bir yapıya sahip çeşitli alt turizm türlerini bünyesinde barındırmaktadır (Trauer, 2006). Türkiye özelinde ise gastronomi turizmi, agro-turizm, yürüyüş rotaları ve kültürel miras temalı özel ilgi turizmi, destinasyonların sürdürülebilir marka değerini artıran başlıca unsurlar arasında sayılmaktadır (Özbat ve Taş, 2025; TÜRSAB, 2019).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), sürdürülebilir turizmi; kültürel değerlerin korunması, doğal kaynakların sürdürülmesi ve uzun dönem ekonomik yaşanabilirliğin sağlanması olarak tanımlamaktadır (UNWTO, 2022). UNWTO tarafından yapılan bu tanım, özel ilgi turizminin sürdürülebilir kalkınma hedefleri ile doğrudan ilişkilendirilmektedir. Çünkü özel ilgi turizmi, yerel toplulukların karar süreçlerine katılımını, kültürel mirasın korunmasını ve çevresel farkındalığın artmasını teşvik etmektedir (Weiler ve Hall, 1992; Timothy, Michalkó ve Irimiás, 2022).

Günümüzde insanlar arasında yayılan ve gün geçtikçe artış gösteren çevre bilinci, pandemi sonrası bireysel seyahat tercihleri, sakin turizm anlayışının gelişmesi ve toplumsal duyarlılıklar sürdürülebilir özel ilgi turizminin gelişimini hızlandırmaktadır. Örneğin, 2023 verilerine göre eko-turizm ve doğa merkezli sürdürülebilir özel ilgi turizmi pazarının küresel turizm gelirleri içindeki payı yaklaşık %21'e ulaşmaktadır (Strippoli, Gallucci ve Ingrao, 2024; UNEP, 2023; WTTC, 2024).

Kitlesel turizmin aksine genel anlamda özel ilgi turizmini, belirli bir temaya, faaliyete veya deneyime odaklanan, temelinde çevresel ve kültürel sorumluluk bilinci olan turizm faaliyeti olarak tanımlamak mümkündür. Özel ilgi turizmi, sürdürülebilirlik kavramı ile kullanıldığında, doğanın yaşatılması, kültürel mirasın korunması, toplumsal refahın artırılması gibi hedeflerle donatılmaktadır. Bu hedeflerle donatılan sürdürülebilir özel ilgi turizminde, turistler sadece tüketici olarak değil, aynı zamanda öğrenen, gözlemleyen ve katılım sağlayan bir rolde konumlanmakta ve sürdürülebilir özel ilgi turizmi turistlere bu özelliklerle donatılan eşsiz bir deneyim sunmaktadır (Fennell ve Cooper, 2020).

Sürdürülebilir özel ilgi turizmi, yaklaşım olarak katılım temelli sorumlu turizm yaklaşımını benimsemektedir. Bu yaklaşım, çevre ile destinasyonu ziyaret eden turistler

arasındaki iletişimi ve etkileşimi en uygun hale getirmekte, yerel halkın refah düzeyini artırmakta ve turizm faaliyetlerinin destinasyonun taşıma kapasitesi sınırları içinde kalmasını hedeflemektedir (Weaver, 2006). Dolayısıyla özel ilgi turizmi, sürdürülebilir kalkınmanın üç temel dayanağı olan doğayı koruma, ekonomik istikrar ve sosyal bütünleşmeyi aynı anda bünyesinde taşıma potansiyeline sahip bir turizm çeşidini oluşturmaktadır. Örneğin, doğa odaklı eko-turizm, agro-turizm, kuş gözlemciliği gibi özel ilgi turizmi çeşitleri doğrudan çevresel farkındalıkla ilişkilendirilmektedir.

7.1. Sürdürülebilir Özel İlgi Turizminin Etkileri

7.1.1. Ekonomik Etkiler

Sürdürülebilir özel ilgi turizminin ekonomik etkileri, yerel kalkınmanın kalıcı ve dengeli biçimde desteklenmesi ilkesine dayanmaktadır. Bilhassa kırsal ve az gelişmiş bölgelerde, sürdürülebilir özel ilgi turizminin bu ilkesi bölgesel kalkınmayı destekleyen bir araç olarak görülmektedir (Akıncı ve Kasalak, 2016). Dolayısıyla özel ilgi turizmi kitle turizminin aksine gelirlerin büyük bölümünü yerel halkta bırakmakta; mikro işletmeleri, el sanatı icra eden sanatçıları ve tarımsal üreticileri doğrudan desteklemektedir (UNEP, 2023).

Dünya genelinde, sürdürülebilir özel ilgi turizminin ekonomik etkilerine Kosta Rika ve İzlanda gibi ülkelerde uygulanan turizm kalkınma stratejileri örnek olarak verilmektedir. Bu ülkelerden Kosta Rika'ya baktığımızda eko-turizmden elde edilen gelirlerin %50'den fazlasının yerel üretici ve işletmelerde kaldığı, ülke gayrisafı millî hasılanın ise %10'nundan fazlasının sürdürülebilir turizm etkinliklerinden elde edildiği görülmektedir (UNWTO, 2023a). Benzer şekilde, Hindistan'ın Kerala eyaletinde yürütülen spice tourism uygulamaları ile turizm gelirlerine yerel baharat üreticilerinin doğrudan dâhil edilmesi sayesinde bölgede ekonomik sürdürülebilirlik sağlanmaktadır (UN Tourism, 2013).

Türkiye'de ise özellikle ön plana çıkan Kapadokya, Safranbolu, Halfeti ve Şirince gibi bölgeler, kültürel mirasın korunması, ekonomik refahın artması gibi örnekler sunan destinasyonlar olmaktadır. Bu destinasyonlarda faaliyet gösteren butik oteller, yöresel el sanatları üreticileri ile gastronomi turizmi girişimleri, sürdürülebilir özel ilgi turizminin ekonomik etkilerini göstermektedir. Örneğin, İzmir Seferihisar'daki Cittaslow (sakin şehir) hareketi çerçevesinde yürütülen agro-turizm uygulamaları sürdürülebilir özel ilgi

turizminin ekonomik etkilerine örnek olarak verilebilmektedir. Burada yürütülen sürdürülebilir özel ilgi turizm uygulamaları ile hem yerel ürünlerin değerleri artırılmakta hem de kadın kooperatifleri desteklenerek bu kooperatiflerin gelir düzeyleri yükseltilmektedir. Bu uygulamaya ek olarak sürdürülebilir özel ilgi turizmi kapsamında düzenlenen sıcak balon turları, geleneksel el sanatları atölyelerinin bölge ekonomisine uzun vadeli gelir ve istihdam sağladığı Kapadokya Bölgesi örnek olarak gösterilmektedir (Altay ve Aydın, 2020; Demirezen, 2020; Güvendi ve Ardıç Yetiş, 2025).

Ayrıca sürdürülebilir özel ilgi turizmi, destinasyonlarda yerel ürünlerin markalaşması ve coğrafi işaretli ürünlerin tanıtımı aracılığıyla tarım, el sanatları ve gastronomi gibi konularında önemli destekler sağlamaktadır. Örneğin, Isparta'da coğrafi işaretli yöresel ürünlerin gastronomi turizmi açısından tanıtımı, yerel ekonomiye ve turizmin çeşitlenmesine katkılarda bulunmaktadır (Yıldız ve Akdemir, 2022). Benzer biçimde Kayseri'de bölgenin coğrafi işaretli ürünleri sürdürülebilir gastronomi turizmi için önemli bir zemin oluşturmaktadır (Sabur ve Güneş, 2023). Ayrıca, Gümüşhane'de coğrafi işaretli ürünler destinasyonun markalaşmasını desteklemekte ve turist çekim gücünü artırmaktadır (Özbolat ve Taş, 2025). Dolayısıyla, coğrafi işaretli yerel ürünlerin turizm ile bütünleşmesi, hem yerel üretici ve işletmelerin ekonomik refahını artırmakta hem de kültürel ve gastronomik mirasın sürdürülebilir korunmasına imkân tanımaktadır.

Bu örneklerin yanında Çorum'da coğrafi işaret tescili almış yöresel ürünler (İskilip Dolması, Çorum Leblebisi vb.) gastronomi turizmi ekseninde pazarlanmakta ve tanıtılmaktadır. Böylece ürünlerin katma değerleri yükseltilerek yerel ekonomiye doğrudan katkı sağlamakta ve ayrıca destinasyonun çekiciliğini artırarak da turizmin dört mevsime yayılmasına olanak tanımaktadır. Bu bağlamda coğrafi işaretli ürünler yerel ekonomiyi güçlendiren somut bir araç olmaktadır (Şahin, 2025; Şahin, 2019).

7.1.2. Sosyo-Kültürel Etkiler

Turizm, kültürel mirasın korunmasında, yerel kimliğin güçlendirilmesinde ve toplum dayanışmasının artırılmasında önemli katkıları olan bir sektör olarak görülmektedir. Özellikle sürdürülebilir özel ilgi turizminin önemli bir boyutu sosyo-kültürel etkiler olmaktadır (Dredge ve Jenkins, 2016). Sürdürülebilir özel ilgi turizmi, sadece ekonomik anlamda değil, bununla birlikte kültürel kimliğin korunması ve sosyal bütünleşmenin güçlendirilmesi boyutlarında da önem arz etmektedir. Sürdürülebilir özel

ilgi turizminin uygulama alanlarında bilhassa yerel halkın turizm süreçlerine aktif olarak katılması, toplum temelli kalkınma modelini desteklemektedir (Jackson, 2025). Bu tür turizm çeşidi, kültürel mirasın ve geleneksel yaşam biçimlerinin korunmasını teşvik etmekte, yerel halkın kendi kültürel miraslarına yeniden değer biçmelerine olanak sağlamaktadır (Timothy, 2023).

Ayrıca sürdürülebilir özel ilgi turizminin uygulama süreçlerinde kültürel mirasın yeniden değerlendirilmesi, geleneksel el sanatlarının sürdürülmesi ve yerel hikâyelerin turist deneyimlerine entegre edilmesi, kültürel sürekliliğin sağlanmasında önemli rol oynamaktadır. Örneğin, Mardin'e gelen turistlerin taş evlerde konaklatılması, hem yerel halkın kültürel mirası korumasını hem de ekonomik fayda elde etmesini sağlamaktadır. Ayrıca bu durum toplum temelli turizm modelinin başarılı bir örneğini oluşturmaktadır (Avcı, 2025). Benzer şekilde Halfeti'de (Şanlıurfa) yürütülen Cittaslow turizm modeli, sakin hayat tarzı ile kültürel mirasın, mutfak kültürünün ve toplumsal birlikteliğin sürdürülebilir bir biçimde yaşatılmasını sağlamaktadır (Atçı ve Akan, 2021).

Uluslararası alanda ise Bhutan'ın "Yüksek Değer, Düşük Etki" turizm politikası, turist sayısının çokluğu ve kısa dönemli ekonomik kazançlardan ziyade kültürel mirasın devamlılığı, doğanın korunması ve toplum refahını yükselten bir sürdürülebilir özel ilgi turizmi çerçevesi çizmektedir (Shrivastava ve Dave, 2023). Bununla birlikte İspanya'daki kırsal bölgelerde bir tema etrafında düzenlenen gastronomi turları, yerel mutfağın tanıtımını sağlamakta ve genç kuşakların da bu gibi faaliyetlere katılımını artırmaktadır (Carral, Del Río ve López, 2020). Ayrıca Japonya'da düzenlenen "Takayama Bahar Festivali" aktiviteleri, hem ziyaretçilere otantik kültürel deneyimler yaşatmakta hem de yerel ustaların bilgi birikimlerini koruma altına almaktadır. Bu örnekler, sürdürülebilir özel ilgi turizminin yerel kültürün yaşatılmasında, doğanın korunmasında, geleneksel el sanatlarının sürdürülmesinde ve sosyo-kültürel bağların güçlendirilmesinde etkili bir araç olduğunu göstermektedir.

7.1.3. Çevresel Etkiler

Sürdürülebilir özel ilgi turizminin çevresel etkileri, genellikle doğrudan gözlemlenebilir nitelik taşımaktadır. Bu turizm türü, kitle turizminin aksine ekosistemlere zarar vermeden doğa odaklı deneyimler sunmayı hedeflemektedir. Bu hedef doğrultusunda korunan alanlarda ekoturizm uygulamalarının biyo-kültürel turizm

yaklaşımıyla gerçekleştirilmesi hem doğanın korunmasını hem de yerel kalkınmayı mümkün kılmaktadır (Akıncı ve Kasalak, 2016; Arı, 2025). Örneğin, kuş gözlemciliği, doğa fotoğrafçılığı, trekking, kırsal turizm, agro-turizm gibi sürdürülebilir özel ilgi turizminin doğa odaklı aktiviteleri, ekosistemlerin korunmasının ve çevresel farkındalık oluşturmaının (çevre bilinci) yanında doğa koruma fonlarına da katkı sağlamaktadır (UNEP, 2023). Bunun yanında açık alan rekreasyonu ve doğa turizmi, turistlerin doğayla etkileşimini sağlayarak ekolojik farkındalığını da artırmaktadır (Gülner, 2025). Bu turizm türündeki doğa odaklı aktiviteler aracılığıyla oluşan ekolojik farkındalık, sadece turistlerde değil aynı zamanda yerel halkta da gelişmektedir (Weaver, 2006).

Örneğin, Kosta Rika’da yürütülen eko-turizm uygulamaları, ülkenin orman rezervlerinin sürdürülmesinde ve yaban hayatı çeşitliliğinin korunmasında önemli rol oynamaktadır. Benzer şekilde, İzlanda’da doğanın korunması amacıyla sürdürülebilir trekking rotaları, dijital izleme sistemleri ile yönetilmektedir (Miller, Cox ve Morse, 2023).

Türkiye’de ise Artvin’deki Macahel Vadisi, sürdürülebilir özel ilgi turizmi anlamında dikkat çekici bir örnek oluşturmaktadır. Macahel Vadisi’ndeki eko-turizm uygulamaları, geleneksel mimari örnekleri, organik tarım ve çevreye duyarlı konaklama tesisleri ile çevresel sürdürülebilirliğin sağlandığı bir model sunmaktadır (Macahel Vakfı, 2014). Benzer şekilde Kaz Dağları biyosfer alanı çevresinde gerçekleştirilen doğa yürüyüşleri ve eko-turizm uygulamaları, doğa dostu bir turizm modeli sunmaktadır. Ayrıca Balıkesir’de bulunan Kuş Cenneti Milli Parkı’nda yürütülen kuş gözlemciliği turlarından elde edilen gelir, parkın korunması için ayrılan bütçeye ek gelir olarak yansıtılmaktadır. Böylelikle turizm gelirleri hem doğal mirasın korunmasına hem de yerel halkın faydasına dönük bir kaynak olmaktadır (Zal ve Breda, 2010).

Sunulan bu örnekler, özel ilgi turizminin çevresel sürdürülebilirliği destekleyen bir araç olarak kullanılabileceğinin kanıtlarını göstermektedir. Özellikle yeşil destinasyon kavramı, bu yaklaşımın giderek daha fazla kabul gördüğünü ortaya koymaktadır.

Bunların yanında, karbon ayak izinin azaltılması, enerji verimliliğinin sağlanması ve sıfır atık yönetimi gibi uygulamalar da çevresel sürdürülebilirliğin uygulamalı süreçlerini oluşturmaktadır. Bu bağlamda turizm işletmelerinin çevre yönetim sistemlerini benimsemesi (ISO 14001 sertifikasyonu gibi) büyük önem kazanmaktadır.

7.2. Yerel Yönetimlerin Rolü ve Sorumlulukları

Yerel yönetimler, sürdürülebilir özel ilgi turizminin planlanması, yürütülmesi ve izlenmesi süreçlerinde kilit rol oynamaktadır. Çünkü sürdürülebilirlik kavramı sadece küresel çapta uygulanan merkezi yönetim politikalarıyla değil, aynı zamanda yerel düzeyde uygulanan stratejiler ve yönetim modelleriyle somutlaşmaktadır. Dolayısıyla sürdürülebilir özel ilgi turizminde yerel yönetimlerin rolü; çevrenin korunması, yerel halkın kalkınması, kültürel mirasın korunması, altyapı planlaması ile paydaşlarla iş birliklerin kurulması gibi çok fonksiyonlu bir çerçevede ele alınması gerekmektedir (Dredge ve Jenkins, 2016).

7.2.1. Stratejik Planlama ve Politika Geliştirme

UNWTO (2022) raporunda, bir destinasyonda sürdürülebilir turizmin amaçlarına ulaşmasında en etkili yolun, yerel yönetimlerin turizm planlaması sürecinde aktif olarak liderlik üstlenmesinden geçtiği belirtilmektedir. Bu yüzden yerel yönetimlerin, bir destinasyonda yürütülen sürdürülebilir özel ilgi turizmi etkinliklerinin başarıya ulaşmasında kritik roller üstlenmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda oluşturulan turizm planlamaları sadece altyapı, reklam ve tanıtım faaliyetlerinden oluşturulmamalı bunlarla birlikte çevrenin korunması, kültürel mirasa sahip çıkılması, yerel halkın katılımı ve kalkınmasını da içerisine alan bütüncül bir politika yaklaşımı benimsenmelidir (UNWTO, 2023b).

Özellikle sürdürülebilir özel ilgi turizmi kapsamında, yerel yönetimlerin;

- Destinasyonun sahip olduğu doğal varlıkların ve kültürel değerlerin korunmasına ve sürdürülebilir kullanılmasına yönelik stratejik planlar hazırlaması,
- Destinasyonda yapılacak altyapı yatırımlarının çevresel duyarlılıkla gerçekleştirilmesi,
- Destinasyonda yürütülen turistik aktivitelerin taşıma kapasitesini ölçmesi ve oluşabilecek çevresel baskıyı yönetmesi,
- Destinasyonda toplum temelli kalkınma politikaları hazırlaması ve aktif hale getirmesi,
- Destinasyon ile ilgili karar alma süreçlerine yerel paydaşların aktif olarak katılımlarını sağlaması gerekmektedir (Hall, Gössling ve Scott, 2015).

Ayrıca, sürdürülebilir özel ilgi turizmi alanlarının belirlenmesi açısından yerel yönetimlerin destinasyon bazında turizm envanteri oluşturması büyük önem taşımaktadır. Bu sayede hangi destinasyonda gastronomi turizmi, hangi destinasyonda agro-turizmi veya hangi destinasyonda kültür turizmi çeşidinin geliştirilebileceği daha etkin biçimde planlanabilmektedir (Hall, 2019).

Bir destinasyonda sürdürülebilir özel ilgi turizminin başarısı, uzun vadeli turizm planlamasının yapılmasına ve bütüncül politikaların yürütülmesine bağlı olmaktadır. Bunun için yerel yönetimler, sürdürülebilir özel ilgi turizmini yerel kalkınma planlarıyla entegre ederek çevresel, ekonomik ve kültürel dengeleri koruyabilmektedirler (UNWTO, 2023a). Bu çerçevede hazırlanan stratejik planlama sürecin temel amacının, turizm faaliyetlerinin bölgenin taşıma kapasitesine uygun olarak yürütülmesini sağlamak olmalıdır. Örneğin, Slovenya'nın Bled bölgesinde yürütülen sürdürülebilir turizm stratejisi, turist sayısının sınırlandırılması, doğal çevrenin korunması ve toplum temelli katılımın sağlanması gibi amaçlar üzerinden oluşturulmaktadır (Bled, 2025).

Türkiye'de ise Muğla, Seferihisar, Ayvalık ve Kapadokya bölgelerinde yerel yönetimler tarafından, sürdürülebilir turizm stratejileri yerel kalkınma planlarıyla bütünleştirerek çevreye duyarlı altyapı çalışmaları ve kültürel değerleri koruma programları uygulanmaktadır. Uygulanan bu tür planlama programları hem ekonomiyi canlandırmakta hem de ekolojik dengeyi koruma altına almaktadır (Ayvalık Alan Başkanlığı, 2024; Cittaslow Türkiye, 2024; Muğla Büyükşehir Belediyesi, 2025; Pektaş, Demir ve Eryılmaz, 2024).

Yerel yönetimlerin bir diğer sorumluluk alanları içerisinde sürdürülebilirlik ilkelerini destekleyen mevzuat düzenlemeleri, turizmi teşvik mekanizmaları ve denetim süreçleri yer almaktadır. Bu bağlamda turizm işletmelerinin çevre dostu uygulamalarını teşvik etmek amacıyla uluslararası boyutta çeşitli yeşil sertifika programları ve etiketleme sistemleri uygulanmaktadır. Örneğin, çevre yönetim standartlarını uygulayan işletmelere verilen Green Key ve Blue Flag gibi uluslararası sertifikalar, yoğun rekabet ortamında işletmelere prestij ve tanıtım avantajı sağlamaktadır (UNEP, 2023).

Bu bağlamda yerel yönetimlerin görevi hem sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda turizm işletmelerini denetlemek hem bu yönde gerekli yönlendirme işlevini yerine getirmek hem de turizmi teşvik etmektir. Örneğin, turizmi teşvik

mekanizması içinde sayabilecek çevre dostu yatırımlar için vergi indirimi, düşük faizli kredi desteği ya da altyapı teşviki gibi uygulamalar, turizm işletmelerini sürdürülebilirlik konusunda motive etmektedir. Türkiye’de bu tür teşviklerin uygulanması, Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı ile yerel yönetimler arasında imzalanan ortak protokoller sayesinde kolaylıkla yürütülebilmektedir.

Ayrıca yerel yönetimlerin denetim mekanizmaları, sürdürülebilirlik ilkelerinin yalnızca plan düzeyinde kalmamasını, fiili uygulamalara yansımaları sağlamaktadır. Bu kapsamda, özellikle düzenli olarak ÇED (çevresel etki değerlendirme) raporlarının incelenmesi ve yerinde denetimlerin yapılması önem arz etmektedir (UNEP, 2023).

7.2.2. Katılımcı Yönetim ve Paydaş İş Birliği

Sürdürülebilir turizm, yalnızca tek bir aktörün yürütebileceği bir süreç değil, çok paydaşlı bir yönetim modelinin sonucunda oluşan bir süreci kapsamaktadır. Burada yerel yönetimlerin başlıca bir diğer sorumluluğu; akademik kurumlar, sivil toplum kuruluşları (STK), turizm işletmeleri ve yerel halk arasında etkin iletişim, etkileşim ve iş birliği mekanizmalarının kurulması ve işletilmesi olmaktadır (Bramwell ve Lane, 2013).

Bu bağlamda paydaş iş birliği mekanizmalarının kurulması ve devreye alınması, yerel yönetimlerin turizm kararlarını daha kapsayıcı hâle getirmesine yardımcı olmaktadır. Paydaş iş birliği mekanizmaları, çalıştaylar, kamu forumları, anketler ve yerel turizm meclisleri aracılığıyla uygulanabilmektedir. Bu mekanizmaların işletilmesiyle hem yerel halkın görüşleri alınmakta hem de turizm yatırımlarına yönelik toplumsal destek artmaktadır (Dredge ve Jenkins, 2016).

Örneğin, Kosta Rika’da yerel yönetimler ile özel sektör arasındaki paydaş iş birlikleri, orman koruma fonlarının (Forest Fund) oluşturulmasını sağlamakta, bu sayede eko-turizm gelirlerinin bir bölümü çevreyi koruma ve geliştirme projelerine aktarılmaktadır (Hall ve diğerleri, 2015).

Türkiye’de bu konuda başarılı bir örnek olarak, Seferihisar Cittaslow uygulaması gösterilmektedir. Cittaslow uygulaması; belediye, yerel üreticiler, turizm işletmeleri ve sivil toplum kuruluşlarının iş birlikleri ile yürütülen bir yönetim modelinden oluşmaktadır. Bu model, sakin yaşam felsefesini benimsemekte; çevrenin korunması, yerel üretim ve kültürel miras değerlerinin yaşatılması konularında entegre bir sürdürülebilirlik anlayışını geliştirmektedir (Cittaslow Türkiye, 2024).

Ayrıca yerel yönetimlerin, sürdürülebilir özel ilgi turizmi bağlamında oluşturulacak paydaş iş birliklerinde yalnızca kendi ulusal sınırları içerisinde kalmamaları önerilmektedir. Özellikle uluslararası paydaşlarla yapılan iş birlikleri ve sertifikasyon programlarına katılım, çevresel ve kültürel standartların yükseltilmesini sağlamaktadır. Örneğin, uluslararası UNESCO ve Cittaslow Ağları, yerel yönetimlerin sürdürülebilir turizm projelerini küresel platformlarda tanıtmasına ve deneyim paylaşmasına olanak tanımaktadır (UNESCO, 2022). Benzer şekilde Green Key ve Blue Flag gibi uluslararası sertifikasyonlar, yerel yönetimlerin çevresel uygulamalarını belgelendirmekte ve sürdürülebilir destinasyon imajını güçlendirmektedir (Gantait, Mathew, Chatterjee ve Singh, 2024).

7.3. Turizm İşletmelerin Sürdürülebilirlik Uygulamaları

Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler, sürdürülebilir özel ilgi turizminin en önemli uygulayıcı rolünü üstlenmektedirler. Sürdürülebilir özel ilgi turizmi kapsamında yerel yönetimler politika düzeyinde stratejiler geliştirmekte, turizm işletmeleri ise bu stratejilerin sahadaki uygulamalarını gerçekleştirmektedir. Bu nedenle turizm işletmelerinin sahadaki çevresel, ekonomik ve sosyal sürdürülebilirlik alanlarında yürüttükleri uygulamalar, destinasyonun genel anlamda sürdürülebilirlik performansını etkilemektedir (Hall ve diğerleri, 2015).

7.3.1. İşletme Yönetimi ve Kurumsal Sürdürülebilirlik

Çağımızda sürdürülebilirlik uygulamaları işletmeler için sadece çevresel bir sorumluluk olmaktan ziyade kurumsal rekabet gücünü artıran bir stratejik yönetim biçimi olmaktadır. İşletmelerin çevre dostu tedarik, üretim ve hizmet süreçlerini benimsemeleri, işletmelere hem maliyet avantajı sağlamakta hem de marka imajlarını güçlendirme olanağı tanımaktadır (Budeanu, 2007). Bu yüzden turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin de sürdürülebilirlik stratejileri içerisinde, ekonomik kaygılar kadar çevresel ve toplumsal sorumlulukların da bulunması gerekmektedir. Uluslararası boyutta sürdürülebilir stratejilere sahip işletmelerin çevresel ve toplumsal sorumluluklarını;

- Güneş, rüzgâr, biyogaz gibi yenilenebilir enerji kaynakları ve su tasarrufu sistemlerini işletmelerine entegre etmek,
- Atık yönetimi ile kompost uygulamalarını ve geri dönüşüm yöntemlerini işletmelerinde hayata geçirmek,

- İhtiyaçlarını yerel tedarikçilerden temin ederek oluşan ekonomik faydayı bölgeye aktarmak ve karbon ayak izini azaltmak,
- İşletmelerinde sürdürülebilir menü planlaması (yerel ürünlerle mevsimsel gıda temelli gastronomi) yapmak ve
- Personel ve turist eğitimleri ile çevre bilinci geliştirme programları yapmak olarak sıralamak mümkündür (UNEP, 2023).

Görüldüğü üzere kurumsal sürdürülebilirlik uygulamaları; enerji verimliliği, su tasarrufu, atık yönetimi, geri dönüşüm yöntemleri, karbon azaltımı ve tedarik zinciri sürdürülebilirliği gibi çok yönlü stratejiler içermektedir. Bu uygulamalara örnek olarak, konaklama işletmelerinin kullandığı hem çevresel hem de ekonomik açıdan olumlu sonuçlar doğuran gri su geri dönüşüm sistemleri ile güneş enerjisi panelleri verilebilmektedir.

Örneğin Kanada’da kurulan G Adventures isimli bir tur operatörü, toplum temelli turizm ile çevresel sürdürülebilirliği bütünleştirmektedir. Bunun için şirket, bölgeye gerçekleştirilen her tur programında yerel halkın gelir elde etmesini amaçlayan “Planeterra Foundation” adlı bir sosyal girişim modelini uygulamaktadır (Gadventures, 2025).

Benzer şekilde İtalya ve Avusturya’da uygulanan Slow Food Travel konsepti, yerel gastronomi, sürdürülebilir tarım ve kültürel mirasın birleştiği bir sürdürülebilir özel ilgi turizmi modelini oluşturmaktadır. Bu proje ile destinasyonlar, turistlere üreticilerle direkt olarak temas kurma, yerel tarifleri uygulayarak öğrenme ve sürdürülebilir gıda üretimi süreçlerine katılma fırsatı sunmaktadır (Petrini, 2020).

Türkiye’de ise, Kapadokya, doğa odaklı turizm, kültürel mirasın korunması ve yerel halkın katılımıyla sürdürülebilir özel ilgi turizmi açısından özgün bir model oluşturmaktadır. Bölgede faaliyet gösteren tur operatörleri, balon turları ve butik oteller, çevre dostu enerji verimliliği, su tasarrufu ve atık yönetimi uygulamalarıyla sürdürülebilir turizm işletmeciliğine örnek olarak gösterilebilmektedirler. Bunun yanı sıra bölgede yürütülen yeşil balon sertifikası projesi çerçevesinde, karbon dengeleme (carbon offsetting) sistemleri de uygulanmaktadır (Güvendi ve Ardıç Yetiş, 2025; T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021).

Ayrıca Datça'daki agro-turizm ve eko-pansiyon uygulamaları, sürdürülebilir özel ilgi turizmi boyutuyla dikkat çekmektedir. Burada yerel üreticiler, bölgede yetiştirilen zeytinlerden ve badem üretiminden elde ettikleri ürünleri turizm zincirine dahil etmekte ve yerel değer odaklı sürdürülebilir kalkınma modelini hayata geçirmektedir (Ersoy, 2023; Kayabay, 2019; Muğla Ticaret ve Sanayi Odası, 2023). Bölgede uygulanan bu modelle, hem bölge kadınlarının iş hayatına girmeleri sağlanmakta hem de bölgenin turizm çeşitliliği güçlendirilmektedir.

Dolayısıyla yürüttüğü bu kurumsal sürdürülebilirlik uygulamalarını belgelemek için birçok turizm işletmesi, uluslararası sertifikasyon programlarından yararlanmaktadır. Bu doğrultuda başvuru yaptığı Green Globe, Blue Flag, EarthCheck, Travelife, GSTC (Global Sustainable Tourism Council) kriterleri ve ISO 14001 çevre yönetim sistemi gibi sertifika uygulamaları, işletmelerin çevre yönetimi standartlarını yerine getirdiğini belgelemektedir (UNEP, 2023). Bu sertifikalar aynı zamanda işletmelere pazarlama avantajı da sağlamaktadır. Çünkü sürdürülebilirlik bilincine sahip turistler, yeşil etiketli turizm işletmelerini tercih etme eğiliminde olmaktadır (WTTC, 2024).

Uluslararası sertifikasyon programları konusunda Türkiye'de gün geçtikçe artan bir farkındalık oluşmaktadır. Örneğin, Antalya'daki Cornelia ve Gloria otelleri, enerji verimliliği, geri dönüşüm ve yerel ürün tedariki uygulamaları ile yeşil yıldız belgesine sahip ilk işletmeler arasında yer almaktadır (T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023).

7.3.2. İnovasyon ve Dijitalleşme

Dünya çapında hemen hemen her alanda yaşanan teknolojik ilerlemeler, turizm sektöründe de sürdürülebilirlik uygulamalarını dönüştüren önemli faktörlerin başında gelmektedir. Turizm sektöründe dijitalleşme sayesinde uygulanmaya başlayan akıllı turizm teknolojileri (smart tourism technologies); enerji yönetim sistemleri, dijital rezervasyon programları, çevrimiçi geri bildirim mekanizmaları ve mobil rehber uygulamalarıyla sürdürülebilirliği desteklemektedir. Örneğin, konaklama işletmelerinde uygulanan akıllı oda sistemleri sayesinde misafirler oda sıcaklığını, odanın ışık alma düzeylerini ya da su tüketimlerini enerji verimliliğine göre kontrol edebilmektedirler. Bu anlamda turizm işletmeleri dijitalleşmeyle, kaynaklarını en iyi şekilde kullanma, karbon ayak izlerini ölçme ve tüketici davranışlarını analiz etme süreçlerinde rekabetin yoğun

olarak yaşadığı turizm pazarında büyük avantaj elde etmektedirler (Gretzel ve diğerleri, 2020).

Ayrıca turizm işletmeleri, dijital platformlar sayesinde sürdürülebilirlik kapsamında hazırladıkları raporları kamuoyu ile açık bir şekilde paylaşarak yürütülen çalışmalar adına şeffaflık sağlamaktadırlar. Örneğin, Intrepid Travel firması, her yıl düzenli olarak dijital ortamda paylaştığı “Sustainability Report” ile karbon ayak izi, enerji kullanımı ve toplum odaklı projeleri gibi sürdürülebilir performans göstergelerini yayınlamaktadır (Intrepid Group, 2022).

Türkiye’de ise Slow Food Yeryüzü Pazarı Kapadokya- Uçhisar projesi, gastronomi turizmi ve dijital sürdürülebilirlik açısından örnek olarak verilmektedir. Yürütülen projede, dijital platformlar aracılığıyla yerel üreticiler, yerel çiftçiler ve turistler arasında direkt bağlantı kurularak hem karbon ayak izi azaltılmakta hem de tedarik zinciri kısaltılmaktadır (Kapadokya Üniversitesi SDB, 2024; Slow Food Türkiye, 2023).

7.4. Eğitim ve Farkındalık: Turistlerin ve Yerel Halkın Katılımı

Sürdürülebilir özel ilgi turizminin başarıyı yakalamasında turizm işletmelerinin yürütmüş oldukları uygulamalarla birlikte turistler ile yerel halkın bilgi, tutum ve davranışlarıyla doğrudan ilişkisi bulunmaktadır. Bu nedenle eğitim ve farkındalık, sürdürülebilirliğin sosyal boyutunun merkezinde yer almaktadır (Moscardo, 2015).

Eğitimi yalnızca bilgi aktarma süreci değil, bunun yanında doğaya ve topluma duyarlı tutumların gelişmesini sağlayan bir dönüşüm aracı olarak görmek gerekmektedir. Dolayısıyla, turizm alanında verilen sürdürülebilirlik eğitimleriyle turistleri ve yerel halkı tüketici algısından uzaklaştırarak sorumlu katılımcı konumuna getirmek amaçlanmaktadır (UNESCO, 2022).

7.4.1. Sürdürülebilir Turizmde Eğitim ve Farkındalığın Önemi

Sürdürülebilir özel ilgi turizmi, öncelikle doğru planlama ve iyi bir yönetimle daha sonra bilinçli davranış ve farkındalıkla mümkün olmaktadır. Bunun için turistlerin ve yerel halkın sürdürülebilirlik anlayışı çerçevesinde hareket etmesi gerekmekte ve bu durum da turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliği ve etkisinin ölçülebilirliği açısından hayati önem taşımaktadır (UNESCO, 2022).

Günümüzde bu amaç doğrultusunda Türkiye’de verilen turizm eğitimleri, yalnızca üniversiteler ve meslek liseleriyle sınırlandırılmamaktadır. Bunlarla birlikte yerel halk için düzenlenen katılımcı eğitim programları ile doğanın korunması ve kültürel mirasın yok olmamasına yönelik farkındalığın artırılması sağlanmaktadır. Örneğin, Muğla’da yürütülen yerel rehber eğitim uygulaması, yerel halkın turizm deneyimini yönetme kapasitesini güçlendirmekte ve bölgedeki rehberlik hizmet kalitesini yükseltmektedir (Muğla Büyükşehir Belediyesi, 2023).

Turizm sektörünün farklı paydaşların bir arada bulunduğu çok boyutlu bir biçime sahip olmasından dolayı turistler, yerel halk, özel sektör, kamu kurumları ve STK’ler arasındaki etkileşim için sürdürülebilir turizm eğitimi şu üç temel amaç doğrultusunda yapılmaktadır:

- **Çevre Bilincini Geliştirmek:** Doğal varlıkların korunmasına yönelik insanları bilinçlendirmek ve insanlara bu yönlü davranış kazandırmak.
- **Kültürel Duyarlılığı Artırmak:** Yerel geleneklere, göreneklere, değerlere ve kimliklere saygılı turizm anlayışını geliştirmek.
- **Toplumsal Katılımı Desteklemek:** Yerel toplulukların turizm karar alma süreçlerine aktif katılımını teşvik etmek.

UNESCO tarafından uygulanan “World Heritage and Sustainable Tourism Programme” (Dünya Mirası ve Sürdürülebilir Turizm Programı) ile sürdürülebilir turizm ve kültürel mirasın yönetim sürecine yönelik yapılan planlama, destinasyon bölgesiyle bütünleştirilmektedir. Yürütülen bu program ile hem doğal ve kültürel varlıklar değerlendirilmekte ve korunmakta, hem de diyalog ve paydaş iş birliğine bağlı yeni bir yaklaşım oluşturulmaktadır (UNESCO, 2025). Ayrıca Avrupa Komisyonu (2023-2025) tarafından yürütülen “Sustainable EU Tourism – Shaping The Tourism of Tomorrow” (Sürdürülebilir AB Turizmi- Geleceğin Turizmini Şekillendirmek) projesi ise, AB turizm destinasyonlarının daha fazla sürdürülebilirlik ve refaha doğru ilerlemelerine destek sağlanmaktadır. Proje kapsamında yerel halkın ekonomik, sosyal ve kültürel refahının sağlanmasının yanı sıra doğal çevrenin korunmasına da önem verilmektedir (European Commission, 2025).

7.4.2. Turistlerin Katılımı ve Sorumlulukları

Sürdürülebilir özel ilgi turizminde destinasyona gelen turistlerin turizm bilinci ve farkındalık seviyeleri, o destinasyonun sürdürülebilirlik başarısına direkt olarak tesir etmektedir. Nitekim eğitilmiş ve bilinçli turistlerin, sadece ekolojik dengeyi bozmaktan kaçınmakla kalmadıkları gibi, aynı zamanda yerel ekonomiye ve kültürel değerlere de birçok katkı sağladığı görülmektedir (Weaver, 2006). Dolayısıyla turistlerin sürdürülebilir turizme olumlu etkisi, davranışsal tercihleri ve bilinçli tüketim anlayışlarıyla doğrudan ilişkili olmaktadır. Bu bağlamda turistlere yönelik kullanılan:

- Seyahat öncesi bilgilendirme faaliyetleri,
- Çevresel rehberlik uygulamaları,
- Dijital farkındalık kampanyaları,
- Etik davranış rehberleri gibi araçlar, turistlerin pasif tüketici yerine aktif paydaş haline gelmesini sağlamaktadır (Abreu, Walkowski, Perinotto, ve Fonseca, 2024).

Özellikle dijital platformlarda yürütülen kampanyalar, turizm bilinci ile turist farkındalığını oluşturmakta ve artırmakta günümüzde önemli bir araç hâline gelmektedir. Örneğin Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından yürütülen “Travel. Enjoy. Respect.” (Seyahat Et. Tadını Çıkar. Saygı Göster.) kampanyası, dünya çapında milyonlarca turiste ulaşmakta ve turistlerin sürdürülebilir seyahat davranışlarını benimsenmelerine katkı sağlamaktadır (UNWTO, 2023b). Ayrıca Finlandiya Turizm Bakanlığı himayesinde uygulanan “Respect the Arctic Nature” politikası da kullanılan bu araçlara örnek olarak verilmektedir. Bu politika kapsamında dijital ortamda yürütülen eğitim programı ile sürdürülebilir özel ilgi turistleri çevreye duyarlı hareket etmeye yöneltilmektedir. Benzer şekilde, Türkiye’de “Plajına Sahip Çık Projesi” çerçevesince turistlerin tek kullanımlık plastik kullanımının azaltılması hedeflenmektedir (TURÇEV, 2024). Bunların yanında Göreme Açık Hava Müzesi ile Likya Yolu yürüyüş rotası üzerinde bulunan interaktif bilgi panoları, kare kodlu dijital rehberlik uygulamaları ve sesli anlatımlı hizmetler sayesinde burayı ziyaret eden turistler çevresel değerler hakkında bilgi edinmekte ve bu sayede seyahatleri boyunca daha sorumlu davranışlar sergilemektedirler (T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2025; Sarıtaş, 2025).

7.4.3. Yerel Halkın Katılımı ve Güçlendirilmesi

Sürdürülebilir özel ilgi turizminin en önemli başarı kriterlerinden biri, yerel halkın aktif olarak sürdürülebilir turizm uygulamalarına katılımının sağlanmasıdır. Bu katılım yalnızca iş gücünün sağlanması ile sınırlı kalmamalı, planlama, karar verme, uygulama ve izleme süreçlerinde de yerel halkın etkin rol üstlenmesi gerekmektedir (Scheyvens, 2012).

Çünkü bilgi birikimi, geleneksel üretim yöntemleri, kültürel değerleriyle turistik ürünlerin kimliğini oluşturan yerel halkın, sürdürülebilir özel ilgi turizminin tüm süreçlerine dâhil edilmesi, toplumsal kalkınma ve aidiyet duygusunun gelişimi açısından son derece önem arz etmektedir. Dolayısıyla yerel halkın sürdürülebilir turizm süreçlerine aktif olarak katılımı, ekonomik fayda elde etmenin ötesinde kültürel süreklilik de sağlamaktadır (Wang ve Lin, 2025).

Örneğin, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yürütülen GAP Eko-Turizm faaliyetleri, yerel halkın özellikle kadınların ve gençlerin turizm rehberliği, el sanatları, yerel ürünlerin pazarlanması gibi konularda eğitim almasını teşvik etmektedir. Bu sayede bölgede hem ekonomik olarak yerel halkın güçlenmesi hem de sahip olunan kültürel mirasın korunması sağlanmaktadır (GAP Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı, 2023).

Benzer şekilde, Fırtına Vadisi'nde yürütülen doğa yürüyüşü uygulamaları, bölge halkının eko-turizm etkinliklerine katılımını artırmakta ve bölgede çevre dostu hizmet anlayışının yaygınlaşma sürecine katkıda bulunmaktadır. Ayrıca Türkiye'de, Kadın Kooperatifleri ile "turizmde yerel katılım etkinlikleri" (Muğla, Rize, Mardin vb.) sayesinde yerel halk, yöresel ürün üretimi ve otantik konaklama hizmetleri ile toplum odaklı bir ekonomik modelle güçlendirilmektedir. Yapılan ve yürütülen tüm bu uygulamalar, turizmden elde edilen gelirlerin yerel ekonomiye adil dağılımını sağlamakta ve toplumsal kalkınmayı desteklemektedir (Gönüllü Biz, 2022); Kadınların Kooperatifler Yolu ile Güçlendirilmesi Projesi, 2025; Muğla Büyükşehir Belediyesi, 2022).

7.4.4. Dijitalleşme ve Yenilikçi Eğitim Yaklaşımları

Sürdürülebilir özel ilgi turizmi, temelinde doğa, kültür, gastronomi, miras, ekoloji gibi özgün destinasyon özelliklerine ilgi duyan turistlerin, çevresel ve sosyo-kültürel odağında gerçekleştirdikleri deneyimlere odaklanmaktadır. Odaklanan bu özellikler,

günümüz çağında geleneksel yöntemlerden sıyrılmasını ve dijitalleşme merkezinde yenilikçi eğitim yaklaşımlarıyla desteklenmesini gerektirmektedir. Özellikle dijitalleşmenin hızlı gelişimi, büyük verilerin elde edilmesi ve analizinde sürdürülebilir turizm planlamasına, simülasyon tabanlı öğrenmeden artırılmış gerçeklik (AR) destekli destinasyon deneyimlemeye kadar çok geniş bir yelpazede özel ilgi turizmi eğitimine yeni imkanlar sunmaktadır (Gretzel ve diğerleri, 2020).

Dolayısıyla günümüzde bu dijital imkanlar; sürdürülebilir turizm, kırsal kalkınma, özel ilgi turizmi, kültürel miras yönetimi gibi alanlarda büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda turizm eğitimi bu noktada, yalnızca bilgi aktaran bir yapı olmaktan çıkması ve öğreneni ekosistemde konumlandıran dijital yenilikçi eğitim yaklaşımlarına dönüşmesi gerekmektedir.

Büyük veri, yapay zekâ (AI), mobil uygulamalar, blockchain, sanal gerçeklik (VR), artırılmış gerçeklik (AR), merkezi rezervasyon, müşteri ilişkileri yönetimi (CRM) sistemleri gibi dijital teknolojiler, özel ilgi turizmi özelinde talebin tahmin edilmesi, kapasite yönetimi, sürdürülebilir ürünlerin etiketlenmesi, izlenebilirlik gibi konularda imkânlar sağlamaktadır. Örneğin; destinasyonlarda turist yoğunluğunun canlı olarak takip edilmesi, ekosistemlerde taşıma kapasitesi aşıldığında yöneticilere ani müdahale edebilme imkânı verebilmektedir. VR ve AR uygulamaları ise fiziksel deneyimlemenin çevresel maliyetlerini azaltmakta ve eğitime katma değer sunmaktadır (Polukhina, Sheresheva, Napolskikh ve Lezhnin, 2025; Azadaliyev ve Demirkol, 2023).

Ayrıca doğa yürüyüş rotaları, gastronomi turları gibi alanlarda zamanlama ve kapasite optimizasyonu sağlamak amacıyla büyük veri analiz yöntemleri destinasyon yönetim sistemlerine (DMS) entegre edildiğinde hem turist davranışlarını hem de çevresel göstergeleri izleyerek sürdürülebilir planlamaya katkı sağlamaktadır (Agrawal, Wankhede, Kumar, Luthra ve Huisinigh, 2022).

Bunun için dijitalleşmeyle turizm eğitimi pedagojik yeniliklere gereksinim duymaktadır. Bu amaçla hazırlanacak eğitim programları, sektördeki dijital yeterlilikleri, sürdürülebilirlik bilgisini ve yerel paydaşlarla iş birliği yeteneklerini bir arada geliştirmelidir (Fernández-Villarán, Guereño-Omil ve Ageitos, 2024). Geliştirilen başlıca yenilikçi yaklaşımlar:

- ***Mikro-sertifika (micro-credential) sistemleri:*** Mikro-sertifika sistemleri, kısa süreli ve beceri odaklı öğrenme çıktılarını doğrulayan turizm sektöründe sürekli mesleki gelişimin sağlanması açısından kritik bir rol üstlenen sertifikalar olarak tanımlanmaktadır (Venaruzzo ve Diaz, 2025). Bu sertifikalar, sürdürülebilir destinasyon yönetimi, dijital içerik üretimi, veri analitiği, müşteri ilişkileri yönetimi, dijital pazarlama ve akıllı turizm uygulamaları gibi alanlarda uzmanlaşmayı kolaylaştırmaktadır. Ayrıca mikro-sertifikalar, mesleki gelişimi hızlandırmakta, iş piyasasına geçişi kolaylaştırmakta ve sektör-üniversite iş birliğini güçlendirmektedir (Gamage ve Dehideniya, 2025).
- ***Açık dijital öğrenme platformları MOOC'lar (Massive Open Online Courses):*** Turizm eğitiminde özellikle sürdürülebilirlik, dijital pazarlama, gastronomi, destinasyon yönetimi, kültürel miras koruma gibi özel ilgi turizmi alanlarda geniş kitlelere ulaşan MOOC programları, bilginin herkes tarafından ulaşılabilir olmasına katkı sağlamaktadır. Özellikle OER (Open Educational Resources) tabanlı açık içerikler, yerel paydaşların ücretsiz eğitim almasını, kırsal bölgelerde dijital turizm kapasitesinin artırılmasını, yaşam boyu öğrenme uygulamalarının güçlenmesini sağlamaktadır (Chan, 2025).
- ***Artırılmış Gerçeklik (AR) ve Sanal Gerçeklik (VR):*** Turizm eğitiminde hızla yaygınlaşan yenilikçi öğrenme araçlarından olan AR/VR uygulamaları, destinasyonları, kültürel miras alanlarını, otel operasyonlarını ya da ünik ekosistemleri fiziksel olarak ziyaret edilmeden deneyimleme olanağı sağlamaktadır (Azadaliyev ve Demirkol, 2023). Bu olanaklar özellikle arkeolojik alanların zarar görmesini önlemekte ve turist hareketliliğinden kaynaklanan karbon ayak izini düşürmektedir.
- ***Harmanlanmış öğrenme (blended learning) ve proje tabanlı öğrenme:*** Bu öğrenme türü, yüz yüze öğrenmeyi çevrimiçi öğrenme araçlarıyla harmanlayarak hem pedagojik esneklik hem de kapsayıcılık sağlamaktadır. Dijital dönüşüm süreci turizm eğitiminde özellikle proje tabanlı öğrenme ile birleştiğinde etkili olmakta, problem çözme, veri okuryazarlığı, etik karar verme ve dijital tasarım gibi becerileri geliştirmekte ve sektörle güçlü iş birliği kurulmasını sağlamaktadır (Kamble ve Dandge, 2025).

- **Yapay zekâ ve veri tabanlı eğitim:** Yapay zekâ destekli analizler, turist davranışlarının modellenmesi, özel ilgi turizmi eğilimlerinin tahmin edilmesi ve sürdürülebilirlik performans göstergelerinin değerlendirilmesinde önemli rol oynamaktadır. Özellikle ChatGPT tabanlı senaryo oluşturma, makine öğrenmesi ile ziyaretçi akış tahminleri yapma, veri madenciliği ile destinasyon sürdürülebilirlik analizleri gerçekleştirme, eğitimde kullanılan yapay zekâ ve veri tabanlı öğrenme tekniklerine örnek teşkil etmektedir. Ayrıca yapay zekâ, turizm planlamasında karar destek mekanizmasını güçlendirmekte ve daha kanıta dayalı bir öğrenme süreci sunmaktadır (Talukder, Farhana ve Salsabil, 2025).
- **Dijital hikâyeleştirme ve kültürel miras eğitimi:** Dijital hikâyeleştirme, özellikle gastronomi, somut olmayan kültürel miras ve etnografik değerler gibi sürdürülebilir özel ilgi turizmi alanlarında kullanılmaktadır. Bu yöntemde, yerel halkla yapılan röportajlardan dijital arşivler oluşturulmakta, yöresel ürünlerin sürdürülebilir üretim süreçleri belgelendirilmekte, destinasyon kimliği dijital içerikler ile yeniden yorumlanmaktadır. Türkiye’de UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı’na gastronomi alanında dahil olan şehirler (Gaziantep (2015), Hatay (2017), Afyonkarahisar (2019)), bu tür dijital içerik üretimi eğitimleri açısından önemli uygulama sahaları sunmaktadır (UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, 2025).

Turizm eğitiminde dijitalleşmeyle gelen yenilikçi yaklaşımlara örnek olarak Yeni Zelanda’daki bazı üniversitelerde uygulanan ekoturizm programları verilebilmektedir. Uygulanan bu programlar, korunan alanları VR ile üç boyutlu modelleyerek öğrencilerin çevresel etkileri sanal ortamda analiz etmelerine olanak tanımaktadır (Guttentag, 2010). Bu uygulama, turistik korunan alanların zarar görmesini önleyerek sürdürülebilirliği desteklemektedir.

Finlandiya’daki (Lapland University of Applied Sciences) üniversitede sürdürülebilir turizm için dijital laboratuvarın (FrostBit Software Lab) kurulması, yenilikçi yaklaşımlara bir diğer örnek olabilmektedir. Bu dijital turizm laboratuvarı, iklim değişikliğinin özel ilgi turizmine etkisini simülasyonlarla göstermekte ve öğrencileri veri temelli planlamaya yönlendirmektedir (Lapland University of Applied Sciences, 2024). Benzer şekilde Kanada’da yerli halkın kültürel mirasını dijitalleştiren projeler, öğrencilerin yerli halkla ortak öğrenme ve sürdürülebilir kültürel turizm projeleri

geliştirmesini sağlamaktadır (Grimwood, Maseh ve Arthurs, 2024; Indigenous Tourism Association of Canada, 2023).

Türkiye’de ise, Kocaeli Arkeoloji ve Etnografya Müzesi deposunda bulunan değerli kilim gibi geleneksel tekstil/etnoğrafik eserlerin AR tabanlı dijital ortamda müze ziyaretçilerine sunulması örnek olarak gösterilebilmektedir. Bu uygulamayla fiziksel olarak sergilenmesi riskli olan eserler bile görünür kılınmaktadır. Ayrıca bu uygulama geleneksel sergileme metotlarına ilaveten AR tabanlı dijital teknolojiler ile erişilebilirlik, kültürel mirasın korunması gibi sorunlara yenilikçi bir çözüm sunmaktadır (Karakullukçuoğlu, 2025).

Benzer şekilde Türkiye’de bir üniversite tarafından geliştirilen VR tabanlı müze turu uygulaması hem müze hem turizm eğitiminin dijitalleşmesine örnek teşkil etmektedir (Yıldız, Hasanlı ve Demirci, 2025). Ayrıca geliştirilen bu uygulamalar, öğrenci ziyaretçi etkileşimini sanal ortamda mümkün kılabilmektedir.

Bununla birlikte geliştirilen dijital teknolojilerle kültürel miras alanlarının ve varlıklarının korunması ile aktarımı yapılabilmektedir (Büyükkuru, 2023). Bu durum uzun vadeli sürdürülebilir miras turizmi ve eğitimi için büyük önem arz etmektedir. Sunulan bu örneklerin çoğu, bilhassa AR/VR tabanlı uygulamalar, kültürel mirasın korunmasına yönelik geliştirilen programlar ile müze sanal turlarının turizme entegrasyonu hem eğitimsel hem deneyimsel hem de sürdürülebilirlik açılarından özel ilgi turizminin dijitalleşme sürecine doğrudan referans sağlamaktadır.

SONUÇ

Sürdürülebilir özel ilgi turizmi, özetle çevreye, kültüre ve yerel halka saygılı bir turizm modelini sunmaktadır. Çalışmada görüldüğü üzere tüm paydaşların (kamu, akademi, yerel yönetim, özel sektör, STK’ler, yerel halk ve turistler) iş birliği içinde hareket etmesi, sürdürülebilir özel ilgi turizminin temel koşulunu oluşturmaktadır. Dolayısıyla Türkiye gibi tarihi, doğal ve kültürel çeşitliliğe sahip ülkelerde sürdürülebilir özel ilgi turizminin temel koşulları çerçevesinde planlanması hem bölgesel kalkınmayı desteklemekte hem de küresel boyutta destinasyon imajını güçlendirmektedir.

Çalışma kapsamında ortaya çıkan sonuçlar doğrultusunda bazı politika ve uygulama önerileri geliştirilmekte ve bu önerilere aşağıda yer verilmektedir.

Yerel Yönetimler İçin Öneriler

- Katılımcı planlama süreçleri oluşturulmalı, yerel halkın ve sivil toplumun karar alma mekanizmalarına aktif katılımı sağlanmalıdır.
- Turistik bölgelerde taşıma kapasitesi düzenli olarak ölçülmeli ve bu verilere göre bölgelerin yoğunluğu kontrol altına alınmalıdır.
- Yerel yönetimlerin çevre koruma, altyapı, ulaşım ve atık yönetimi konularında yetkinliği artırılmalıdır.
- Uluslararası sertifikasyon ve iş birlikleri teşvik edilmeli; Green Key, UNESCO ve Cittaslow gibi programlar yoluyla yerel uygulamalar küresel standartlara taşınmalıdır.

Turizm İşletmeleri İçin Öneriler

- Enerji verimliliği, su tasarrufu, atık azaltımı gibi konularda yeşil sertifikasyon sistemlerine katılım zorunlu ya da teşvik edici hale getirilmeli ve çevresel performans raporlaması standartlaştırılmalıdır.
- Yerel ürünlerin ve iş gücünün kullanımını teşvik eden tedarik zinciri politikaları güçlendirilmeli ve karbon ayak izini azaltacak uygulamalar benimsenmelidir.
- Deneyim tasarımı hem turist hem de yerel halk odaklı olmalı, kültürel ve çevresel değerleri ön plana çıkarmalıdır.
- Turistler ile doğrudan etkileşimi güçlendiren sorumlu ziyaretçi bilgilendirme sistemleri geliştirmelidir.

Eğitim Kurumları ve STK'ler İçin Öneriler

- Sürdürülebilir özel ilgi turizmi odaklı müfredatlar oluşturulmalı ve saha uygulamaları artırılmalıdır.
- Dijital ve fiziksel farkındalık programları, turist ve yerel halkın çevresel ve kültürel duyarlılığını güçlendirmelidir.
- Yerel halk için düzenlenen eğitim programları, gelir getirici faaliyetlerle ilişkilendirilmelidir.
- Yenilikçi eğitim yaklaşımları (VR/AR tabanlı, hikayeleştirilmiş ya da oyunlaştırılmış uygulamalar) yaygınlaştırılmalıdır.

- Turistler için dijital platformlarda çevre bilinci ve kültürel saygı rehberleri oluşturulmalıdır.

Turistler İçin Öneriler

- Sorumlu davranış rehberleri ve dijital farkındalık materyalleri hazırlanmalıdır.
- Çevresel etik ilkeler ve yerel kültüre saygı vurgusu, turistik deneyimlerin ayrılmaz bir parçası olmalıdır.
- Katılımcı ve bilinçli turizm yaklaşımı teşvik edilmelidir; pasif tüketici değil, aktif paydaş olmaları sağlanmalıdır.

Gelecek Perspektifi ve Araştırma Önerileri

- Sürdürülebilir özel ilgi turizmi, yeşil dijitalleşme, döngüsel ekonomi uygulamaları, karbon dengeleme stratejileri, yerel halk odaklı girişimler ve yenilikçi finansman modelleri ile güçlendirilmelidir.
- Özellikle dijital rekreasyon, sanal miras deneyimleri ve düşük karbonlu ulaşım sistemleri ile sürdürülebilir turizmin yeni paradigma alanları oluşturulmalıdır.
- Türkiye'nin sürdürülebilir turizm sertifikasyon sistemi, GSTC ve UNWTO standartlarıyla sürekli güncellenmelidir.
- Uluslararası ağlara (örneğin Slow Tourism Network, Green Destinations) daha fazla destinasyonun katılımı teşvik edilmelidir.
- Sürdürülebilir turizm göstergeleri düzenli olarak izlenmeli, açık veri dijital platformlarında paylaşılmalıdır.
- 2030 BM Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları ile uyumlu projeler hazırlanmalıdır.
- Gelecek araştırmalar, ölçülebilir sürdürülebilirlik göstergeleri, turist davranış analizleri ve yerel halkın katılımının uzun vadeli etkileri üzerine odaklanmalıdır.

Örneğin;

- Yerel halkın sürdürülebilir turizm projelerine katılım motivasyonları ve sosyo-ekonomik etkileri,
- Dijital teknolojilerin (yapay zekâ, büyük veri, VR/AR vb.) sürdürülebilir özel ilgi turizminde kullanım alanları,
- İklim değişikliğinin özel ilgi turizmi türlerine etkileri,
- Pandemi sonrası turist davranışlarında sürdürülebilirliğe yönelik dönüşümler,

- Kadın girişimciliği ve yerel üretim zincirlerinin turizmdeki rolü gibi araştırma konularının detaylandırılması sürdürülebilir özel ilgi turizminin hem teorik hem de uygulamalı yönlerinin geliştirilmesine katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Abreu, L. A. D., Walkowski, M. D. C., Perinotto, A. R. C., ve Fonseca, J. F. D. (2024). Community-based tourism and best practices with the sustainable development goals. *Administrative Sciences*, 14(2), 36. <https://doi.org/10.3390/admsci14020036>
- Agrawal, R., Wankhede, V. A., Kumar, A., Luthra, S., ve Huisingh, D. (2022). Big data analytics and sustainable tourism: A comprehensive review and network based analysis for potential future research. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2), 100122. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2022.100122>
- Akıncı, Z., ve Kasalak, M. A. (2016). Sürdürülebilir turizm yönetimi açısından özel ilgi turizminin yeri ve önemi. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (1), 161-182.
- Altay, T., ve Aydın, F. (2020). Yerel halkın turizme yaklaşımı: Safranbolu örneği. *Türk Coğrafya Dergisi*, (75), 81-94. <https://doi.org/10.17211/tcd.714040>
- Arı, Y. (2025). Korunan alanlarda ekoturizm mi biyokültürel turizm mi? Kuşçenneti Milli Parkı üzerinden bir değerlendirme. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 30(53), 1-12. <https://doi.org/10.17295/ataunited.1585640>
- Atçı, E., ve Akan, H. (2021). Cittaslow şehri Halfeti (Şanlıurfa)'nin "Meyve Yemekleri Festivali"nin etnobotanik açıdan değerlendirilmesi. *Journal of the Institute of Science and Technology*, 11(4), 2537-2548. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1938459>
- Avcı, B. (2025). *Mardin'de taş evler turistlerin uğrak noktası*. Erişim Tarihi: 01.12.2025. <https://www.kocaelifikir.com/sur-manset/189960-mardinde-tas-evler-turistlerin-ugrak-noktasi/>
- Ayvalık Alan Başkanlığı. (2024). *Faaliyet raporu 19*. UNESCO Dünya Mirası ve Alan Yönetim Birimi Ayvalık Belediyesi, Balıkesir.
- Azadaliyev, S., ve Demirkol, Ş. (2023). Turizm sektöründe artırılmış gerçeklik ve dijital dönüşümün değerlendirilmesi. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 5(1), 11-26.
- Bled. (2025). *Why is Bled one of the greenest destinations?* Erişim Tarihi: 01.12.2025. <https://www.bled.si/en/inspiration/green-bled/>
- Bramwell, B., ve Lane, B. (2013). *Tourism governance*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203721025>
- Budeanu, A. (2007). Sustainable tourist behaviour—a discussion of opportunities for change. *International Journal Of Consumer Studies*, 31(5), 499-508. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2007.00606.x>
- Carral, E. V., Del Río, M., ve López, Z. (2020). Gastronomy and tourism: socioeconomic and territorial implications in santiago de compostela-galiza (NW Spain). *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(17), 6173. <https://doi.org/10.3390/ijerph17176173>

- Chan, V. (2025). MOOC-based blended learning: a new paradigm in translation technology education. *Interactive Technology and Smart Education*. <https://doi.org/10.1108/ITSE-12-2024-0325>
- Cittaslow Türkiye. (2024). *Cittaslow Türkiye coordination*. Erişim Tarihi: 28.11.2025. https://cittaslowturkiye.org/en/projects/?utm_source=chatgpt.com
- Demirezen, B., (2020). Agro tourism in Turkey. *International Journal Of Health Management And Tourism*, 5(1), 64-75. <https://doi.org/10.31201/ijhmt.696185>
- Doğan, R., ve Yılmaz, H. (2023). Mardin’de taş evlerde topluluk temelli turizm uygulamaları. *Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 33–50.
- Dredge, D., ve Jenkins, J. (2016). *Stories of practice: Tourism policy and planning*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315610849>
- Ersoy, E. (2023). *Datça nurlu bademinin coğrafi işareti tescillendi*. DHA. Erişim Tarihi: 01.12.2025. <https://www.dha.com.tr/yerel-haberler/mugla/datca/datca-nurlu-bademinin-cografisi-isareti-tescillen-2359097>
- European Commission. (2025). *Sustainable EU tourism – shaping the tourism of tomorrow*. Erişim Tarihi: 15.11.2025. https://transport.ec.europa.eu/tourism/transition-eu-tourism/sustainable-eu-tourism-shaping-tourism-tomorrow_en#:~:text=The%20%E2%80%9CSustainable%20EU%20tourism%20%E2%80%93%20shaping,the%20transition%20pathway%20for%20tourism
- Fennell, D. A., ve Cooper, C. (2020). *Tourism and sustainability: Principles and practice*. Channel View Publications.
- Fernández-Villarán, A., Guereño-Omil, B., ve Ageitos, N. (2024). Embedding sustainability in tourism education: Bridging curriculum gaps for a sustainable future. *Sustainability*, 16(21), 9286. <https://doi.org/10.3390/su16219286>
- Gadventures. (2025). *Responsible travel*. Erişim Tarihi: 29.11.2025. <https://www.gadventures.com/about-us/responsible-travel/>
- Gamage, K. A., ve Dehideniya, S. C. (2025). Unlocking career potential: How micro-credentials are revolutionising higher education and lifelong learning. *Education Sciences*, 15(5), 525. <https://doi.org/10.3390/educsci15050525>
- Gantait, A., Mathew, R., Chatterjee, P., ve Singh, K. (2024). Community-based tourism as a sustainable direction for the tourism industry: evidence from the Indian Sundarbans. In *Interlinking SDGs and the Bottom-of-the-Pyramid Through Tourism* (pp. 197-217). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-3166-8.ch009>
- Gantait, A., Singh, K., ve Sharma, R. (2024). *Special interest tourism: exploring dimensions, impacts, and future trends*. Astitva Prakashan.
- GAP Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı. (2023). *2022 Yılı Faaliyet Raporu*. Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü. Erişim Tarihi: 25.11.2025. <https://www.gap.gov.tr/e-kutuphane-detay/2022-yili-faaliyet-raporu/>
- Gönüllüyüz Biz. (2022). *Doğa yürüyüşü- Fırtına Vadisi etkinliği duyurusu*. Erişim Tarihi: 25.11.2025. <https://gonulluyuzbiz.gov.tr/Activity/Detail/65961>

- Gretzel, U., Fuchs, M., Baggio, R., Hoepken, W., Law, R., Neidhardt, J., Pesonen, J., Zanker, M., ve Xiang, Z. (2020). e-Tourism beyond COVID-19: a call for transformative research. *Information Technology ve Tourism*, 22(2), 187-203.
- Grimwood, B. S. R., Maseh, A., ve Arthurs, D. (2024). Sustainable tourism development and Indigenous protected and conserved areas in sub-arctic Canada. *Frontiers in Sustainable Tourism*, 3, 1-15. <https://doi.org/10.3389/frsut.2024.1397589>
- Guttentag, D. A. (2010). Virtual reality: Applications and implications for tourism. *Tourism Management*, 31(5), 637-651. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.07.003>
- Gülner, Ü. (2025). Doğa turizmi, açık alan rekreasyonu ve sürdürülebilirlik. *Eğitim ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 23-34. <https://orcid.org/0000-0002-7886-5296>
- Güvendi, N., ve Ardıç Yetiş, Ş. (2025). Kapadokya Bölgesi'nde balon turizminin mevcut durumu ve bölge turizmindeki yerine ilişkin paydaş görüşlerinin incelenmesi. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences*, 8(1), 13-31. <https://doi.org/10.53353/atrss.1451456>
- Hall, C. M. (2019). Constructing Sustainable Tourism Development: The 2030 Agenda and the Managerial Ecology of Sustainable Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27, 1044-1060. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1560456>
- Hall, C. M., Gössling, S., ve Scott, D. (Eds.). (2015). *The Routledge handbook of tourism and sustainability*. Abingdon: Routledge.
- Indigenous Tourism Association of Canada. (2023). *2023-24 action plan: Building back better*. Erişim Tarihi: 29.11.2025. <https://indigenoustourism.ca/corporate/>
- Intrepid Group. (2023). *Intrepid Integrated Annual Report 2022*. Erişim Tarihi: 01.12.2025. <https://reports.intrepidtravel.com/Intrepid-Integrated-Annual-Report-2022.pdf>
- Jackson, L. A. (2025). Community-based tourism: a catalyst for achieving the United Nations sustainable development goals one and eight. *Tourism and Hospitality*, 6(1), 29. <https://doi.org/10.3390/tourhosp6010029>
- Kadınların Kooperatifler Yolu ile Güçlendirilmesi Projesi. (2025). *Haberler ve duyurular*. Erişim Tarihi: 25.11.2025. <https://www.kadinkoop.org/haberler/>
- Kamble, H., ve Dandge, R. E. (2025). E-learning and blended learning in tourism and hospitality education after the pandemic: Challenges, and implementation barriers. *International Journal for Multidisciplinary Research*, 7(3), 1-13. <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2025.v07i03.46473>
- Kapadokya Üniversitesi SDB. (2024). *Türk mutfağı haftasında slow food liderleriyle Kapadokya'da buluşuyoruz*. Kapadokya Üniversitesi Sürdürülebilir Kalkınma Birimi. Erişim Tarihi: 29.11.2025. <https://kapadokya.edu.tr/haberler/turk-mutfagi-haftasinda-slow-food-liderleriyle-kapadokya-da-bulusuyoruz>
- Karakullukçuoğlu, E. (2025). Müzelerde artırılmış gerçeklik uygulamaları ile kilimlerin dijital sunumu. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 12 (124), 2207-2213. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17525053>

- Kayabay, Ö. (2019). *Datça agro turizm (proje açıklaması)*. Erişim Tarihi: 01.12.2025. <https://www.ozgurkayabay.com/my-projects/datca-agro-turi%CC%87zm>
- Lapland University of Applied Sciences. (2024). *FrostBit software lab: Smart solutions in the north*. Erişim Tarihi: 29.11.2025. <https://www.lapinamk.fi/en/Services/Development-environments>
- Macahel Vakfı. (2014). *Macahel'de ekoturizm*. Macahel Eğitim Kültür ve Dayanışma Vakfı. Erişim Tarihi: 01.12.2025. https://www.macahel.org.tr/macahelde-turizm/?utm_source=chatgpt.com
- Miller, A. B., Cox, C., ve Morse, W. C. (2023). Ecotourism, wildlife conservation, and agriculture in Costa Rica through a social-ecological systems lens. *Frontiers in Sustainable Tourism*, 2, 1179887. <https://doi.org/10.3389/frsut.2023.1179887>
- Moscardo, G. (2015). The importance of education for sustainability in tourism. In *Education for sustainability in tourism: A handbook of processes, resources, and strategies* (pp. 1-21). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Mowforth, M., ve Munt, I. (2015). *Tourism and sustainability: Development, globalisation and new tourism in the Third World*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315795348>
- Muğla Büyükşehir Belediyesi. (2022). *Büyükşehir Kadın Kooperatifleri ile işbirliğini sürdürüyor*. Erişim Tarihi: 25.11.2025. <https://www.mugla.bel.tr/haber/buyuksehir-kadin-kooperatifleri-ile-isbirligini-surduruyor>
- Muğla Büyükşehir Belediyesi. (2023). *2023 yılı faaliyet raporu*. Muğla. Erişim Tarihi: 15.11.2025. <https://panel.mugla.bel.tr/uploads/sayfatr/Mu%C4%9Fla%20B%C5%9Fb%2023%20FR.pdf>
- Muğla Büyükşehir Belediyesi. (2025). *İklim değişikliğiyle mücadelede Muğla'dan yol haritası*. Erişim Tarihi: 25.11.2025. <https://www.mugla.bel.tr/haber/iklim-degisikligiyle-mucadelede-mugladan-yol-haritasi>
- Muğla Ticaret ve Sanayi Odası (MUTSO). (2023). *Datça Nurlu Bademi artık coğrafi işaretli*. Erişim Tarihi: 01.12.2025. <https://www.mutso.org.tr/haberler/datca-nurlu-bademi-artik-cografisi-aretli>
- Novotná, M. (2019). Více je lépe? Intenzita cestovního ruchu a její vliv na udržitelnost destinace. *XXII. Mezinárodní Kolokvium o Regionálních Vědách, Velké Bílovice*, 12.–14. Června 2019. <https://doi.org/10.5817/CZ.MUNI.P210-9268-2019-72>
- Özbolet, M., ve Taş, S. (2025). Sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında coğrafi işaretlerin destinasyon gelişiminde rolü: Turizm paydaşları perspektifinde bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(3), 975-997. <https://doi.org/10.36362/gumus.1628213>
- Pektaş, K., Demir, E., ve Eryılmaz, G. (2024). Turizm kalkınma planlarında sürdürülebilirlik politikalarının karşılaştırmalı olarak incelenmesi. *IV. Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Kongresi*, Aksaray/Türkiye.
- Petrini, B. (2020). *Forme di valutazione reinterpretate*. Skilled, 1-23.

- Polukhina, A., Sheresheva, M., Napolskikh, D., ve Lezhnin, V. (2025). Digital solutions in tourism as a way to boost sustainable development: Evidence from a transition economy. *Sustainability*, 17(3), 877. <https://doi.org/10.3390/su17030877>
- Sabur, D. G., ve Güneş, S. G. (2023). Kayseri örneğinde sürdürülebilir gastronomi turizmi ve coğrafi işaretli ürünler. *Tourism and Recreation*, 5(2), 138-152. <https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1351137>
- Sarıtaş, Y. (2025). *Likya yolu için yeni bir dönem: dijitalleşme ve markalaşma*. Erişim Tarihi: 01.12.2025. <https://www.turizmworld.com/kultur-sanat/likya-yolu-icin-yeni-bir-donem-dijitallesme-ve-markalasma-2/>
- Scheyvens, R. (2012). *Tourism and poverty*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203831595>
- Shrivastava, B., ve Dave, S. (2023). Gross National Happiness: Bhutan's Model for Sustainable Development–Its Relevancy in Current Times. In *Climate Change Management and Social Innovations for Sustainable Global Organization* (pp. 175-194). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-9503-2.ch012>
- Slow Food Türkiye. (2025). *Slow food Kapadokya yeryüzü pazarı*. Erişim Tarihi: 29.11.2025. <https://kapadokyayeryuzupazari.org/>
- Strippoli, R., Gallucci, T., ve Ingrao, C. (2024). Circular economy and sustainable development in the tourism sector – An overview of the truly-effective strategies and related benefits. *Heliyon*, 10(17), e36801. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e36801>
- Şahin, E. Ö. (2025). Çorum İli alaca ilçesinin gastronomik ürün potansiyelinin coğrafi işaretler açısından incelenmesi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (68), 243-255. <https://doi.org/10.53568/yyusbed.1572278>
- Şahin, S. Z. (2019). Çorum mutfağının gastronomi turizmi potansiyeli. *Journal of Tourism ve Gastronomy Studies*, 7(4), 2550-2565. <https://doi.org/10.21325/jotags.2019.486>
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2021). *Kapadokya Bölgesi (Nevşehir) 2021-2025 turizm tanıtım stratejisi ve eylem planı*. T. C. Kapadokya Alan Başkanlığı. Erişim Tarihi: 01.12.2025. <https://kapadokyaalan-arsiv.ktb.gov.tr/Eklenti/94176,turizm-tanitim-stratejisi-ve-eylem-planismalpdf.pdf?0>
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2025). *Sanal gezi*. T. C. Kapadokya Alan Başkanlığı. Erişim Tarihi: 01.12.2025. <https://kapadokyaalan.ktb.gov.tr/cappadokia/virtual-trip>
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2023). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023–2030*. Ankara. Erişim Tarihi: 01.12.2025. <https://www.ktb.gov.tr/TR-96696/turkiye-turizm-stratejisi.html>
- Talukder, M. B., Farhana, N., ve Salsabil, I. T. (2025). Enhancing tourism through ai-driven professional development of ESL teachers in Bangladesh. In *AI Applications for English Language Learning* (pp. 195-222). IGI Global Scientific Publishing. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-9077-1.ch009>
- Timothy, D. J. (2023). Conflict and stability: The potential of heritage tourism in promoting peace and reconciliation. In *Heritage and cultural heritage tourism*:

- International perspectives* (pp. 183-191). Cham: Springer International Publishing.
- Timothy, D. J., Michalkó, G., ve Irimiás, A. (2022). Unconventional tourist mobility: A geography-oriented theoretical framework. *Sustainability*, 14(11), 6494. <https://doi.org/10.3390/su14116494>
- 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>
- TURÇEV. (2024). *Plajına Sahip Çık Projesi*. Türkiye Çevre Eğitim Vakfı. Ankara. Erişim Tarihi: 25.11.2025. https://www.turcev.org.tr/v2/icerikDetay.aspx?icerik_id=160
- TÜRSAB. (2019). *Ortak geleceğimiz için sürdürülebilir turizm*. United Nations Development Programme.
- UN Tourism. (2013). *Kerala to showcase historical spice route and boost tourism*. Madrid, İspanya.
- UNEP. (2023). *Sustainable tourism and circular economy report*. United Nations Environment Programme.
- UNESCO Türkiye Milli Komisyonu. (2025). *UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Programı*. Erişim Tarihi: 25.11.2025. <https://www.unesco.org.tr/Pages/3001/2401/UNESCO-Yarat%C4%B1c%C4%B1-%C5%9Eehirler-A%C4%9F%C4%B1-Program%C4%B1>
- UNESCO. (2022). *Education for sustainable development in tourism*. Paris: UNESCO Press. Erişim Tarihi: 20.11.2025. <https://www.unesco.org/en/sustainable-development/education>
- UNESCO. (2025). *World Heritage and Sustainable Tourism Programme*. World Heritage Convention. Erişim Tarihi: 15.11.2025. <https://whc.unesco.org/en/tourism/>
- UNWTO. (2022). *Tourism for SDGs*. Tourism in the 2030 Agenda.
- UNWTO. (2023a). *Indicators of sustainable development for tourism destinations*. Madrid.
- UNWTO. (2023b). *Travel. Enjoy. Respect. Campaign Report*. Madrid: UNWTO.
- Venaruzzo, L., ve Diaz, C. (2025). A learner experience framework for microcredential design and online learning. *Distance Education*, 46(1), 77-94. <https://doi.org/10.1080/01587919.2024.2442018>
- Wang, W. C., ve Lin, C. H. (2025). Climate change and sustainable community-based tourism. In *Handbook on Sustainable Community-Based Tourism* (pp. 253-272). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781035321063.00023>
- Weaver, D. (2006). *Sustainable tourism: Theory and practice*. Routledge.
- Weiler, B., ve Hall, C. M. (1992). *Special interest tourism*. Belhaven Press.
- WTTC. (2024). *Global trends in sustainable tourism businesses*. London: World Travel ve Tourism Council.

- Yıldız D., Hasanli S., ve Demirci S. (2025). Sanal gerçeklik teknolojisi ile bir müze turu uygulaması tasarımı ve geliştirilmesi. *Black Sea Journal of Engineering and Science*, 8(3), 642-649. <https://doi.org/10.34248/bsengineering.1553833>
- Yıldız, M. H., ve Akdemir, N. (2022). Coğrafi işaretli gıda ürünlerinin gastronomi turizmi açısından değerlendirmesi: Isparta örneği. *Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 6(2), 145-159. <https://ijtebs.org/index.php/ijtebs/article/view/554>
- Zal, N., ve Breda, Z. (2010). Tourism in protected areas: observations from Kuşçenneti National Park. *Anatolia*, 21(1), 73-87. <https://doi.org/10.1080/13032917.2010.9687091>

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YAKLAŞIMIYLA ÖZEL İLGİ TURİZMİ

EDITÖRLER

Dr. Öğr. Üyesi Ayhan BAŞÇI

Dr. Yusuf ORMANKIRAN