



Kapadokya Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü
Turizm Rehberliği Anabilim Dalı
Turist Rehberliği Bilim Dalı

SÜRDÜRÜLEBİLİR DESTİNASYON İMAJININ OLUŞUMUNDA KÜLTÜREL MİRASIN ETKİSİ: İSTANBUL KALKHEDON ÖRNEĞİ

Esin Deniz Aydın

Yüksek Lisans Tezi

Nevşehir, 2024

SÜRDÜRÜLEBİLİR DESTİNASYON İMAJININ OLUŞUMUNDA KÜLTÜREL
MİRASIN ETKİSİ: İSTANBUL KALKHEDON ÖRNEĞİ

Esin Deniz Aydın

Kapadokya Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü
Turizm Rehberliği Anabilim Dalı
Turist Rehberliği Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Nevşehir, 2024

TEŞEKKÜR

Tezimin hazırlık sürecinden sonuna kadar benden desteğini esirgemeyen, yüksek lisans derslerimde kıymetli bilgilerini paylaşan ve çalışmama sağladığı katkılardan dolayı Sayın Dr. Öğr. Üyesi Ali Yüce'ye, savunma sınavımda jüride yer alarak çalışmamı önerileriyle zenginleştiren Sayın Prof. Dr. Asım Saldamlı'ya ve Sayın Dr. Öğretim Üyesi Duygu Bora'ya şükranlarımı ve en yüksek saygılarımı iletmek isterim.

Tezimin akademik literatüre katkılarda bulunarak, gelecekteki önemli araştırmalara rehberlik etmesini ummaktayım. Örnek bir turist rehberi ve turizm profesyoneli olma yönünde çabalarım devam ederken her zaman ülkemizi de temsil ettiğimi aklımdan çıkarmayacağım...

Aylarca iş dönüşü akşamları ve hafta sonları çalışma odamda geçirdiğim zaman dilimlerinde, özlemle ve sabırla beni saatlerce bekleyen, bazı önemli anlarda yanlarında olamadığım için anlayış gösteren sevgili aileme, özellikle minik kızım Melina'ya bu fedakarlıkları nedeniyle teşekkür ederim.

Esin Deniz Aydın

ÖZET

AYDIN, Esin. *Sürdürülebilir Destinasyon İmajının Oluşumunda Kültürel Mirasın Etkisi: İstanbul Kalkhedon Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir, 2024.

Bu çalışmanın amacı, İstanbul'un Kadıköy semtinde bulunan tarihi mekanlarının sürdürülebilir bir imajla nasıl şekillendirilebileceğini ve turistlerin destinasyon imgesi ile memnuniyeti arasındaki ilişkiyi katılımcı görüşlerine göre derinlemesine incelemektir. Nitel araştırma yöntemiyle fenomenolojik bir yaklaşım benimsenen çalışmada, Kadıköy'deki çeşitli meslek gruplarından bireylerin tarihi mekanlar, destinasyon imajı ve sürdürülebilir turizm algısını keşfetmeyi amaçlayan bir çalışma yürütülmüştür. Çalışmaya farklı meslek ve yaşlardan dokuz kişi katılmıştır. Veriler, yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmelerle toplanmış ve tematik analiz yöntemiyle analiz edilmiştir. Görüşmeler, katılımcıların destinasyon imajı, tarihi yapıların korunması ve sürdürülebilir turizm uygulamalarına dair düşüncelerini ortaya koymuştur. MASQDA programı kullanılarak gerçekleştirilen analizde, teorik kavramlar dedüktif bir yaklaşım ile veriye uygulanmıştır. Araştırmada İstanbul Kalkhedon örneğinde sürdürülebilir destinasyon imajının oluşumuyla ilgili soyut olmayan kategorilere dair bir dizi önemli bulgu sunulmuştur. Sürdürülebilir turizme katkıları üzerine yapılan incelemede, turizmin günlük yaşam tarzına olan etkisi, kültürel etkinliklerin sürdürülebilir turizme olan katkısı, turistlerin sürdürülebilir turizm beklentileri ve bu beklentilerin mahalle kültürüne veya işletmelerin yönetimine olan etkileri ortaya çıkarılmıştır. Çalışma, İstanbul Kalkhedon örneğinde sürdürülebilir destinasyon imajının oluşumunu ele alarak, kültürel etkinliklerin turizme ekonomik ve toplumsal katkılar sağladığını, uluslararası kimlik kazandırabileceğini ve turist beklentilerinin çeşitlilik gösterdiğini ortaya koymuştur, böylece sürdürülebilir turizmin sadece ekonomik kazançlar değil, kültürel değerlerin korunması ve toplumsal katkılar açısından da önemli bir rol oynadığını vurgulamaktadır.

Anahtar Sözcükler: İstanbul Kalkhedon Bölgesi, destinasyon imajı, sürdürülebilir turizm

ABSTRACT

AYDIN, Esin . *The Influence of Cultural Heritage on the Formation of Sustainable Destination Image: The Case of Istanbul Kalkhedon*, Master's Thesis, Nevşehir, 2024.

The aim of this study is to explore how the historical sites in Kadıköy, Istanbul, can be shaped with a sustainable image and to examine the relationship between tourists' destination image and satisfaction based on participants' perspectives. Utilizing a qualitative research method with a phenomenological approach, the study investigates perceptions of historical sites, destination image, and sustainable tourism among individuals from various professions in Kadıköy. Nine participants from different professions and age groups took part in the study. Data were collected through semi-structured in-depth interviews and analyzed using thematic analysis. The interviews revealed participants' views on destination image, preservation of historical structures, and sustainable tourism practices. The analysis, conducted with MASQDA software, applied theoretical concepts to the data deductively. The research presents significant findings on the formation of a sustainable destination image in the Istanbul Kalkhedon example. It reveals the influence of tourism on daily lifestyle, the contribution of cultural activities to sustainable tourism, tourists' expectations of sustainable tourism, and the effects of these expectations on local culture and business management. The study highlights that cultural activities contribute economically and socially to tourism, can enhance international identity, and that tourists' expectations of sustainable tourism are diverse, emphasizing that sustainable tourism plays a crucial role in preserving cultural values and providing societal benefits beyond mere economic gains.

Keywords: Istanbul Kalkhedon Region, destination image, sustainable tourism

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	i
YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI.....	ii
ETİK BEYAN.....	iii
TEŞEKKÜR.....	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLOLAR DİZİNİ	x
ŞEKİLLER DİZİNİ	xi
GİRİŞ	1
1. BÖLÜM.....	4
SEYAHAT, KÜLTÜR VE TURİZM İLİŞKİSİ.....	4
1.1. TURİZMDE SEYAHAT MOTİVASYONUNU	4
1.2. TURİZMİN SOSYAL VE EKONOMİK ÖNEMİ.....	5
1.2.1. Turizmin Sosyal Ve Ekonomik Önemi.....	5
1.2.2. Turizmin Sosyal Yönü	5
2. BÖLÜM.....	7
SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR.....	7
2.1. KÜLTÜR, TURİZM VE MİRAS KAVRAMLARI	7
2.1.1. Kültür Turizminin Tanımı	8
2.1.2. Kültürel Turizm Ve Miras Turizmi	10
2.1.3. Arkeoloji, Turizm ve Arkeoturizm	11
2.1.4. Arkeolog ve Turist Rehberleri	13
2.2. TURİZM VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	13
2.2.1. Sürdürülebilirlik Kavramı.....	13
2.2.2. Sürdürülebilir Turizm Kavramı	16
2.2.3. Sürdürülebilir Kültürel Miras	17
2.2.4. Arkeoturizm ve Sürdürülebilir Turizm	19

2.3. SÜRDÜRÜLEBİLİR DESTİNASYON İMAJI	22
2.3.1. Sürdürülebilir Destinasyon Kavramı	22
2.3.2. Destinasyon İmgesi ve Turist Memnuniyeti.....	23
2.3.3. Destinasyon imajı ve Turist katılımı.....	24
2.3.4. Sosyoekonomik İmge	25
2.3.5. Turist Memnuniyeti ve Destinasyon Sadakati.....	26
2.3.6. Profesyonel turist rehberleri Sürdürülebilir turizm için önemi.....	26
2.4. TÜRKİYE'DE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM.....	27
2.4.1. Türkiye'de Kültürel Mirasın Korunması.....	27
2.4.2. Türkiye'de Sürdürülebilir Turizmin Korunması	30
2.4.3. Türkiye'nin Turistik İmajının Değerlendirilmesi.....	32
3. BÖLÜM.....	34
İSTANBUL KALKHEDON BÖLGESİ.....	34
3.1.1. KALKHEDON'DA MEDENİYET OLUŞUMU VE KENTLEŞMESİ	34
3.1.2. Antik Kent Kalkhedon'un Kadıköy'e dönüşümü	36
3.2. Kalkhedon'un Coğrafi Konumu.....	40
4. BÖLÜM.....	44
İLGİLİ ÇALIŞMALAR	44
5. BÖLÜM.....	54
YÖNTEM.....	54
5.1. Yöntem	54
5.2. Örneklem Katılımcı Seçimi.....	54
5.3. Veri Toplama ve Analiz	55
5.4. Mülakatların Güvenilirliği ve Geçerliliği.....	57
5.4.1. Güvenilirlik:.....	57
5.4.2. Geçerlilik:	57
5.5. Veri Analizi	58
6. BÖLÜM.....	59
BULGULAR	59
6.1. Katılımcıların Demografik Bilgilerine Yönelik Bulgular	59
6.2. İstanbul Kalkhedon örneğinde sürdürülebilir destinasyon imajının oluşumundaki somut olmayan kültürel varlıkların etkilerine dair bulgular.....	60

6.2.1. Katılımcıların Sürdürülebilir Turizme Katkısına Yönelik Bulgular.....	60
6.2.2. Sürdürülebilir turizmin, insanların günlük yaşam tarzına etkisine Yönelik Bulgular	63
6.2.3. Kültürel Etkinliklerin Etkisine Yönelik Bulgular.....	66
6.2.4. Kültürel etkinliklerin sürdürülebilir turizme katkısına Yönelik Bulgular	68
6.2.5. Katılımcılara Göre Turistlerin Sürdürülebilir Turizmle İlgili Beklentilerine Yönelik Bulgular.....	70
6.2.6. Turistlerin Beklentilerin mahalle kültürüne veya işletmenizin yönetimine etkisine Yönelik Bulgular	73
6.2.7. Sürdürülebilir turizmle ilgili benzersiz uygulamalarına Yönelik Bulgular ...	75
6.2.8. Sürdürülebilir Turizmin Önemine Yönelik Bulgular.....	78
6.2.9. Kalkhedon'daki Kültürel Zenginliklerin Korunmasına Yönelik Bulgular.....	81
6.2.10. Sürdürülebilir turizmi desteklemek adına mahalle sakinlerinin Yapabileceklerine Yönelik Bulgular	86
6.2.11. Katılımcıların Turizme Yönelik Kişisel Deneyimleri ve Katkısına Yönelik Bulgular	89
7. TARTIŞMA VE ÖNERİLER	93
SONUÇ.....	105
KAYNAKÇA	108
EK-1. ORJİNALLİK RAPORU.....	119
EK-2. ETİK KURUL İZİN FORMU.....	120
EK-3. MÜLAKAT SORULARI.....	121

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1. Türkiye'de 2008 yılında koruma altına alınan miras özellikleri.	28
Tablo 2. Dünya Mirası Listesi'ne Kaydedilen Mülk Sayısı	30
Tablo 3. Türkiye'deki Dünya Mirası Siteleri ve Özellikleri.....	31
Tablo 4. Katılımcıların Demografik Bilgilerine Yönelik Bulgular.....	59

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Sürdürülebilir Kültür Turizmi Kaynakları.....	20
Şekil 2. Katılımcıların Sürdürülebilir Turizme Katkısı.....	60
Şekil 3. Sürdürülebilir turizmin yaşam tarzına etkisi.....	63
Şekil 4. Kültürel Etkinliklerin Etkisi.....	66
Şekil 5. Kültürel etkinliklerin sürdürülebilir turizme katkısı.....	68
Şekil 6. Kültürel etkinliklerin Etkisi	70
Şekil 7. Beklentilerin mahalle kültürüne veya işletmenizin yönetimine etkisi.....	73
Şekil 8. Sürdürülebilir turizmle ilgili benzersiz uygulamalar	75
Şekil 9. Sürdürülebilir Turizmin Önemi	78
Şekil 10. Kalkhedon'daki kültürel zenginlikler nasıl korunur?.....	81
Şekil 11. Sürdürülebilir turizmi desteklemek adına mahalle sakinlerinin Yapabilecekleri	86
Şekil 12. Katılımcıların Turizme Yönelik Kişisel Deneyimleri ve Katkısı	89

GİRİŞ

Turizm sektörü, dünya genelinde ekonomik kalkınmanın önemli bir unsuru olarak kabul edilmekte olup, kültürel mirasın korunması, anlamlandırılması ve turistlere anlamlı deneyimler sunma amacını taşımaktadır. Gelişen teknolojiyle birlikte turizm deneyimlerindeki çeşitlilik artmış, turistlerin beklenti ve ilgi alanları önemli ölçüde evrim geçirmiştir (Dülgaroğlu, 2021). Bu evrim, turistlerin kültürel mirası keşfetme arzusunu ve tarihi yerleri ziyaret etme eğilimini artırmış, bu nedenle turizm sektörü sadece ekonomik bir kazanç kaynağı olmanın ötesinde, kültürel değerleri koruma ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine katkı sağlama amacını taşımaktadır.

Arkeolojik turizm, tarihi ve kültürel değerleri keşfetme amacı güden turistlere rehberlik eden önemli bir turizm türüdür (Birinci, Kaymaz ve Camci, 2018). Önceden sadece deniz, kum ve güneş (ya da 3S yani Sea, Sand and Sun) turizmi olarak bilinen kitle turizmi, günümüzde eğlence ve kültürel aktivite ile bütünleşmiştir. Son yıllarda, turizmin gastronomik boyutu da önem kazanarak destinasyonlara değer katmış, yerel mutfak mirası sürdürülebilir rekabet gücünü artırmıştır (Akdağ ve Üzülmüş, 2017). Bu zengin mutfak mirası, destinasyonları benzersiz kılarak markalaşmalarına olanak tanımaktadır (Ekerim ve Tanrısever, 2020).

Turizm sektörü, sadece ekonomik bir kalkınma aracı olarak değil, aynı zamanda destinasyonların sürdürülebilir, çekici ve özgün bir imaj oluşturmalarının da bir parçası olarak değerlendirilmektedir. Bu noktada, destinasyon imgesi, turistlerin belleklerinde yer alan marka birleşimleri tarafından yansıtılan bir marka hakkındaki algılar olarak tanımlanabilir (Keller, 2013). Destinasyon imgesi ise bir kişinin bir yer veya destinasyonla ilgili görüşlerini, kavramlarını ve izlenimlerini toplamını ifade eder (Crompton, 1979). Bu imge, bir yerin algılarına dair bir tasvir olarak öne çıkar ve algılar, tüketicilerin gerçek davranışlarını etkileyen önemli bir faktör olarak kabul edilir (Kotler ve Keller, 2012). Destinasyon imgesi, turist davranışını ve bir destinasyonun başarısını veya başarısızlığını etkileme gücüne sahiptir (Tasci ve Gartner, 2007), bu nedenle destinasyon imgesi turizm araştırmalarında sıkça incelenen bir kavramdır (Beerli ve Martín, 2004; Tasci ve Gartner, 2007; Zhang vd., 2014).

Destinasyon imgesi, doğal cazibe/çevre, tarihi ve kültürel cazibe, ün, eğlence ve etkinlikler, açık hava/serbest zaman aktiviteleri, gece hayatı, altyapı, erişilebilirlik, konaklama ve atmosfer gibi çeşitli boyutlarda ölçülen ve bilişsel ile duygusal imge terimlerinde de kategorize edilen bir konsepttir (Gartner ve Ruzzier, 2011; Prayag ve Ryan, 2011; Wu, 2016). Ancak, bu çalışma sürdürülebilirlik temelinde destinasyon imgesini değerlendirmekte ve turist memnuniyeti ile ilişkisini irdelemektedir.

Turist memnuniyeti, bir turistin bir destinasyonun çevresel, kültürel ve sosyoekonomik yönlerindeki beklentileri ile karşılaştırarak yaptığı bir değerlendirmedir (Tse ve Wilton, 1988). Bu bağlamda, destinasyon imgesinin turist memnuniyeti üzerindeki etkisi önemli bir araştırma konusunu oluşturmaktadır. Bu noktada, turistlerin kendi imajları ile bir destinasyonun imajı arasındaki uyum algısı, turist katılımını ve destinasyonla etkileşimlerini belirleyebilir (Abbasi vd., 2023; Meeprom & Fakfare, 2021). Bu uyum algısı, turistlerin destinasyona olan ilgisini artırabilir ve olumlu bir deneyim yaşama olasılığını yükseltebilir (Gupta vd., 2018).

Ancak, turistler arasında kendi imajları ile destinasyon imajı arasındaki uyumsuzluk algısı, turist katılımını azaltabilir ve olumsuz bir deneyime yol açabilir (Chen vd., 2020). Bu nedenle, destinasyon pazarlamacıları için hedef kitlelerinin kendi imaj uygunluğunu anlamak ve destinasyonlarını bu kitlelerin değerleri, inançları ve ilgi alanlarıyla uyumlu bir şekilde konumlandırmak önemlidir. Bu strateji, destinasyonla turist katılımını artırabilir ve genel turist deneyimini iyileştirebilir (Lee & Xue, 2020; Wang vd., 2016; Zhang vd., 2014).

Bu bağlamda, bu çalışmanın temel amacı, İstanbul Kalkhedon destinasyonunu sürdürülebilir bir imaj ile nasıl şekillendirebileceğimizi anlamak ve turistlerin destinasyon imgesi ile memnuniyeti arasındaki ilişkiyi derinlemesine incelemektir. Araştırmanın odak noktasını oluşturan Kadıköy'deki tarihi mekanlar, nitel araştırma yaklaşımlarından fenomenolojik olarak detaylı bir biçimde analiz edilecek ve bu mekanların destinasyonun genel çekiciliği üzerindeki etkileri daha iyi anlaşılmasına çalışılacaktır.

Antik kent Kalkhedon, günümüzde İstanbul'un Kadıköy ilçesinde bulunmakta olup tarih boyunca birçok medeniyetin etkisi altında kalmıştır. Megaralılar tarafından MÖ

7. yüzyılda kurulan Kalkhedon, Pers, Bizans, Sparta ve Makedonya gibi farklı güçlerin yönetiminde olmuştur. Kalkhedon'un ismi, Poseidon'un oğlu Kalkhedon veya kahin Kalhas'tan gelmektedir. Kalkhedon'un Bizanslılardan önce kurulmuş olması ve Megabazos'un "körler ülkesi" olarak adlandırdığı bu şehir, coğrafi konumunun sağladığı avantajlara rağmen, sıkça fethedilmiş ve yıkılmıştır.

Kadıköy'ün 20. yüzyılda metropol bir konuma evrilmesi, bölgedeki antik Kalkhedon'un izlerini büyük ölçüde silmiştir. Pers, Roma ve Bizans dönemlerinde yaşanan yıkımlar, Osmanlı döneminde yeni yerleşimlerin oluşması ve Cumhuriyet dönemiyle birlikte gerçekleşen demografik değişimler, Kalkhedon'un tarihi kalıntılarının bulunmasını zorlaştırmıştır. Bu sebeplerle antik Kalkhedon'un geçmişi hakkında bilgi edinmek zorlaşmıştır.

Kalkhedon'un sürdürülebilir turizm perspektifinden değerlendirilmesi, bölgenin tarihi ve kültürel mirasının korunmasını ve turist memnuniyetinin artırılmasını sağlayabilir. Antik Kalkhedon'un kalıntıları, Kadıköy'ün metropol kimliği ile harmanlanarak turistik çekim merkezleri oluşturulabilir. Böylece, hem yerel halkın hem de turistlerin bölgeye olan ilgisi artırılabilir.

Fenomenolojik araştırma katılımcıların bakış açılarını ve deneyimlerini derinlemesine keşfetmemize yardımcı olarak, araştırmanın daha kapsamlı ve anlamlı olmasına olanak tanıyacaktır. Veriler, katılımcıların destinasyon imajı, tarihi yapıların korunması ve sürdürülebilir turizm uygulamalarına dair düşüncelerini ortaya koyması amacıyla yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmelerle toplanacak ve tematik analiz yöntemiyle analiz edilecektir. Dolayısıyla bu çalışmanın, sürdürülebilir turizm perspektifinden bir destinasyonun imajını şekillendirme ve turist memnuniyeti üzerindeki etkisini anlama yolunda önemli bir adım olacağı düşünülmektedir.

İstanbul Kalkhedon'un zengin tarih, kültür, mitoloji, gelenekler, el sanatları ve gastronomik çeşitliliği gibi unsurları, destinasyonun sürdürülebilir bir imajını oluşturmak için nasıl kullanılabileceği bu çalışmada detaylı bir şekilde ele alınacaktır. Bu araştırmanın sonuçları, turizm sektörüne yönelik stratejik planlamalara, destinasyon pazarlamasına ve sürdürülebilir turizm uygulamalarına katkı sağlayacaktır.

1. BÖLÜM

SEYAHAT, KÜLTÜR VE TURİZM İLİŞKİSİ

1.1. TURİZMDE SEYAHAT MOTİVASYONUNU

Turizm, karmaşık bir alan olup, birçok araştırmacı tarafından motivasyonun detaylı bir şekilde incelenmesine imkan tanımaktadır. Motivasyonun turizm üzerindeki etkileri, çekme faktörleri ve itme faktörleri olmak üzere iki ana grupta incelenebilir. Šimková ve Holzner'e (2014) göre, seyahat tercihleri, bireylerin motivasyonlarına bağlı olarak şekillenir.

Maslow'un hiyerarşi prizması, turistlerin motivasyonlarını anlamada temel bir teoridir. Bu teori, insan davranışlarının belirli ihtiyaçlar tarafından yönlendirildiğini öne sürer. Fizyolojik, güvenlik, sosyal, özsaygı ve özgelişim ihtiyaçları, motivasyonu alttan üste doğru gösteren bir hiyerarşi oluşturur (Yousaf, Amin ve Santos, 2018). Turistlerin temel ihtiyaçlarını karşılama, turizm tercihlerini şekillendirebilir.

Stanley Plog'un gezgin tipleri, turistlerin motivasyonlarını psikosentrik, aleksentrik ve ortasentrik olmak üzere üç temel tip üzerinden açıklar. Her tip gezginin tercihleri, motivasyon farklılıklarından kaynaklanır (Šimková ve Holzner, 2014). Örneğin, aleksentrik gezginler yeni deneyimlere açıkken, psikosentrik gezginler konforlu hizmetleri tercih edebilir.

Cohen'in turist tipleri sınıflandırması, organize kitle turisti, bireysel kitle turisti, sürüklenenler ve kaşifler olmak üzere dört gruba ayrılır. Bu sınıflandırma, turistlerin seyahat motivasyonlarını ve tercihlerini daha iyi anlamak adına kullanılır (Mason, 2017). Turist tipleri, farklı motivasyonlara dayalı olarak belirlenen grupları içerir.

Turizmdeki motivasyonun sosyolojik boyutu, bireylerin sosyal çevrelerindeki etmenlere dayanabilir. Aile, arkadaşlar ve meslektaşlar gibi faktörler, turistlerin seyahat motivasyonlarını etkileyebilir. Örneğin, aile ziyareti, sosyal motivasyona bir örnektir. Psikolojik motivasyon ise çevresel stres, zorlayıcı koşullar ve yorucu yaşam şartlarından kaçmak amacıyla seyahat etmeyi içerir. Turizm, insanlar için bir kaçış ve rahatlama aracı olarak işlev görebilir (Sharpley, 2006).

1.2. TURİZMİN SOSYAL VE EKONOMİK ÖNEMİ

1.2.1. Turizmin Sosyal Ve Ekonomik Önemi

Turizm, insanların geçici olarak farklı yerlere seyahat etmelerini ve orada konaklamalarını içeren geniş bir kavramdır (Ceylan, 2001). Bu seyahatler, turistlerin çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak, konaklama sağlamak ve hizmetler sunmak amacıyla gerçekleşir. Turizm, bir açık sistem olup çevre ile geniş ilişkilere sahiptir. Turizmin ekonomik boyutu, turizm endüstrisi aracılığıyla ortaya çıkar ve bu sektör, seyahat eden bireylerin dinlenme amacıyla geçici olarak ikamet yerlerinden uzaklaşmasından oluşur (Jusoh vd, 2017; Akt. Erdoğan, 2020).

Turizmin tarihi oldukça eski olsa da, son on yılda sektörün hızla gelişmesi dünya genelinde ilgiyi artırmıştır. Turizm, toplumlar ve ülkeler tarafından ele alınan bir konu haline gelmiştir, çünkü diğer sektörlerle göre daha yüksek bir verimlilik sergiler ve ekonomik olarak olumlu etkilere sahiptir. Bu sektör aynı zamanda diğer ekonomik alanlarda da istihdam yaratır, örneğin ulaşım, deniz taşımacılığı, araç kiralama, restoranlar ve seyahat acenteleri gibi 35 farklı sektörle ilişkilidir (Arslan ve Çetiner, 2020).

1.2.2. Turizmin Sosyal Yönü

Günümüzde turizm, küresel ölçekte ekonomik ve kültürel etkileriyle önemli bir sektör haline gelmiştir. Özellikle şehir turizmi, ziyaretçilere çeşitli kültürel deneyimler, etkinlikler ve eğlence sunarak çok yönlü bir tatil deneyimi sağlamaktadır (Yaman Kocadağlı, 2018).

Turizmin olumlu yönleri arasında çok yönlü deneyim, ekonomik katkı ve kültürel değerlerin korunması öne çıkar. Şehir turizmi, ziyaretçilere yerel kültürleriyle etkileşimde bulunma fırsatı verirken, turistik mekanlar ve cazibe merkezleri yerel ekonomiye önemli katkılarda bulunabilir, aynı zamanda kültürel mirasın korunmasına destek sağlayabilir (Yaman Kocadağlı, 2018; Akova, 2013).

Ancak, turizmin beraberinde getirdiği olumsuz etkiler de göz ardı edilmemelidir. Plansız yapılaşma, çevre kirliliği ve yerel halkın gelir dengesinin bozulması gibi sorunlar, turizmin sürdürülebilirliği açısından önemli riskler içermektedir (Akova, 2018).

Plansız yapılaşma, özellikle turistik bölgelerde hızla artan yapılaşma faaliyetleriyle ilişkilidir. Bu durum, çevresel dengenin bozulmasına, doğal alanların tahrip olmasına ve şehir planlaması sorunlarına yol açabilir. Turizmin hızlı büyümesi, altyapı eksikliklerine ve çevresel sürdürülebilirlik sorunlarına neden olabilir (Akova, 2018).

Çevre kirliliği, turistik faaliyetlerin yaygınlaşmasıyla birlikte ortaya çıkan bir başka sorundur. Yoğun turist akışı, atık yönetimi problemlerini artırabilir, doğal kaynakların aşırı kullanımına ve çevre kirliliğine yol açabilir. Bu durum, hem yerel ekosistemlere hem de turistlerin deneyimine olumsuz etkiler bırakabilir (Yaman Kocadağlı, 2018; Akova, 2018).

Yerel halkın gelir dengesinin bozulması da turizmin önemli bir sorunudur. Plansız turizm faaliyetleri, yerel ekonominin dengesini bozabilir, yerel halkın geçim kaynaklarını tehdit edebilir ve sosyal yapıyı değiştirebilir. Bu durum, yerel topluluklar arasında gelir eşitsizliğine ve ekonomik belirsizliğe neden olabilir (Akova, 2018).

Turizm sektörü, sağladığı olumlu katkılarla birlikte bazı olumsuz etkilere de neden olabilir. Bu nedenle, turizm planlaması ve yönetimi süreçlerinde sürdürülebilirlik ilkesi ön planda tutularak, çeşitli paydaşların ihtiyaçları ve endişeleri dikkate alınmalıdır. Ayrıca, yerel toplulukların katılımıyla gerçekleştirilen planlama süreçleri, turizmin bütünsel etkilerini en aza indirmeye amacını taşımalıdır.

2. BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

2.1. KÜLTÜR, TURİZM VE MİRAS KAVRAMLARI

Turistlerin bulunduğu insan unsuru, turizm faaliyetinin kaynağı, geçiş alanı ve seçilen varış noktasıdır. Turizm terimi oldukça geniş kapsamlıdır ve çeşitli perspektiflerden ele alınabilir. Dünya Turizm Örgütü'ne (DTO) göre, turizm, "bir bireyin orijinal çevresinin dışında bulunan bir yere macera amaçlı, gittiği yerde para kazanma amacı taşımadan ve bir yıldan az süreyle orada kalması" anlamına gelir. Öte yandan, Leiper'a göre (1981), turizm "çevreyle geniş ilişkisi olan bir açık sistemdir (Akt. Jusoh vd, 2017). Ekonomik unsuru ise turizm endüstrisidir ve dinamik unsuru, en az bir gün boyunca ikamet yerinden uzaklaşarak dinlenmek amacıyla seyahat eden bireylerden oluşur." şeklinde tanımlanırken, Zeppelin ve Hall'a (1981) göre turizm, "rekreasyon veya boş zaman amaçlı olarak ikamet yerinden en az 50 mil uzakta bulunan başka bir yere ziyaret, tatil veya seyahat etme faaliyetlerini ifade eder ve bir yıldan fazla süreyle orada kalınmaz." (Akt. Jusoh vd, 2017).

Turizm, Fransızca kökenli bir kelime olup temel olarak insanların zevk amacıyla gerçekleştirdiği seyahatleri ifade etmektedir. Turizm faaliyetlerinin amacı, seyahat edenlerin konaklama ihtiyaçlarını karşılamak, geçici olarak ikamet ettikleri yerleri kullanmak ve ihtiyaçlarına uygun hizmetleri sağlamaktır. Ayrıca bireylerin yaşam tarzlarına göre turizm faaliyetlerine yönelik gereksinimlerinin belirlenmesi de turizme yön veren önemli bir faktördür (Akbaş, 2020).

Turizm, insanların farklı ruh halleri ve değişken çözümler arayışlarıyla çeşitlilik kazanır ve bu zenginlik, kültürel miras, gastronomi, dini, spor, sağlık, iş, plaj ve kırsal turizm gibi çeşitli türlere ayrılır. Kültürel ve miras turizmi, Venedik Tüzüğü (1964) ve UNESCO'nun tanımları çerçevesinde tarihi yapıların korunması ve sürdürülebilirliğini desteklerken, bu tür turizm ekonomik kalkınmaya katkı sağlar ve yerel toplumun katılımını gerektirir (Jusoh vd., 2017; Erdoğan, 2020; Pekerşen vd., 2019; Bachleitner ve Zins, 1999). Gastronomi turizmi, bölgenin kültürel zenginliklerini yiyecek ve içecek deneyimleriyle tanıtır ve ziyaretçilerin yerel kültürü keşfetmelerini sağlar (Lu ve Hu,

2021; Küçükkömürler, Şırvan ve Sezgin, 2018). Dini turizm, kutsal yerlerin ziyaret edilmesi ve dini deneyimlerin yaşanmasıyla tarih boyunca önemli bir rol oynar (Dwyer, 2013; Yılmaz, 2007). Spor turizmi, spor etkinliklerine katılma veya izleme amacıyla yapılan seyahatleri kapsar ve turizm sektörüne büyük katkı sağlar (Sobry ve Vincent, 2017; Ritchie ve Adair, 2004). Sağlık ve iyilik turizmi, termal ve medikal turizm olarak ikiye ayrılır ve insanların sağlıklarını iyileştirmek amacıyla seyahat etmelerini içerir (Erfurt-Cooper ve Cooper, 2009; Dwyer, 2013). İş turizmi, küresel toplantılar ve konferanslarla iş dünyasının önemli bir parçasıdır ve ekonomik kalkınmaya katkıda bulunur (Nicula ve Elena, 2014; Swarbrooke ve Horner, 2001). Plaj turizmi, güneş, kum ve deniz keyfi ile çeşitli aktiviteleri içerir ve yerel ekonomiye canlılık katar (Picken, 2017; Sankrusme, 2017; Sivadasan, 2018). Kırsal turizm, şehir hayatının stresinden kaçmak isteyenler için sakinleşme ve doğayla bağlantı kurma fırsatı sunar, ancak küreselleşme ve endüstrileşme nedeniyle kırsal alanların önemini kaybetmesi, sürdürülebilirlik açısından kritik bir sorundur (George, Mair ve Reid, 2009; Dashper, 2014; Nair, Hamzah ve Musa, 2020).

Turizm hareketlerinin geçmişi asırları kapsasa da, son birkaç on yılda turizm sektörünün inanılmaz bir hızla gelişmesiyle bu alandaki ilgi ve katılım dünya genelinde artmıştır (Barutçugil, 1986). Turizm sektörünün diğer sektörlerle göre daha yüksek bir verimlilik sergilemesi, olumlu etkileri nedeniyle turizm konusunun toplumlar ve ülkeler tarafından ele alınmasına yol açmıştır. Turizmin olumlu etkileri, özellikle ekonomik yönüyle dikkate değerdir. Turizm, ülkelere gelir sağlayan ve döviz kazandıran bir sektör olarak ekonomik boyutuyla öne çıkar (Arslan ve Çetiner, 2020).

Ayrıca turizm, hızlı gelişimi ve çeşitli boyutlara erişmesi nedeniyle önemli bir ekonomik faaliyet alanı oluşturur. Turizm, aynı zamanda uyarıcı etkileriyle dolaylı olarak diğer ekonomik sektörlerde de istihdam yaratmaktadır. Turizm sektörü, ulaşım şirketleri, deniz taşımacılığı, araç kiralama firmaları, restoranlar, seyahat acenteleri, tur operatörleri ve esnaf gibi 35 farklı sektörle yakın ilişki içinde olduğu ve bu sektörlerle ekonomik katkı sağladığı ifade edilebilir (Arslan ve Çetiner, 2020).

2.1.1. Kültür Turizminin Tanımı

Kültür, bir toplumun tüm değerlerini ve unsurlarını yansıtan bir yapıdır (Aktan ve

Tutar, 2007). Bu yapı, toplumun inançlarını, deneyimlerini, sanat anlayışlarını, kurallarını, gelenek ve göreneklerini içerir. Kültür, toplumların yaşamları boyunca ürettikleri ve nesilden nesile aktardıkları bir sermayedir. Her toplumun kendine özgü bir kültürel mirası vardır ve bu miras, toplumun kimliğini ve karakterini belirleyen unsurları içerir (Yeşilyurt ve Kurnaz, 2021). Kültürel miras, tarih, sanat, mimari, el sanatları, geleneksel festivaller, müzik, dans gibi çeşitli alanlarda kendini gösterebilir. Bu miras, toplumun geçmişini ve kökenlerini yansıtarak insanlara değerli bir kültürel deneyim sunar.

Mirasa gelince, bu terim miras kavramıyla yakından ilişkilidir. UNESCO, mirası her bir birey için anlamlı olan taşınabilir ve taşınmaz bir mülk olarak yorumlamaktadır. Bu, anıtlar, sanat, tarih (dini veya arkeolojik mekanlar olsun), bir geçmişi olan tarihi binalar grubu ve eşsiz heykeller, sanat eserleri, el yazmaları, kitaplar, sanat ve bilimsel koleksiyonlar gibi unsurları içerir (UNESCO, 1954, Akt. Jusoh vd, 2017). Öte yandan, Québec Mirasının Korunması Şartnamesi'nde miras, insanlarla birlikte doğal ürünlerin birleşimini ifade eden bir yaşam ortamını oluşturan bir şey olarak tanımlanmaktadır (ICOMOS, 1982; Akt. Jusoh vd., (2017). Milli Miras Kanunu 2005'e göre ise miras, bir önceki nesilden bir kişi veya bir grup insan tarafından miras olarak kabul edilen bir şeydir (Milli Miras Kanunu, 2005). Kısacası, miras, geçmişten günümüze aktarılan bir birikimdir. Gümrükler, kültürel, bölgesel, arşiv malzemesi veya estetik, arkeolojik, mimari, kültürel, tarihi, bilimsel, sosyal öğeleri içerir.

Türkiye'de kültürel mirasın korunmasına yönelik en önemli yasal düzenleme, 1983 tarihli ve 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu'dur. Bu kanun, kültürel ve doğal varlıkların korunmasını, değerlendirilmesini ve gelecek nesillere aktarılmasını amaçlamaktadır. Kanun, kültürel mirası taşınır ve taşınmaz kültür varlıkları olarak iki ana kategoriye ayırır:

1. Taşınmaz Kültür Varlıkları: Taşınmaz kültür varlıkları, bulunduğu yerden taşınması mümkün olmayan veya taşınması halinde özelliklerini kaybedecek olan eserlerdir. Bu kategoriye giren varlıklar arasında şu öğeler yer alır:

- Tarihi yapılar (kaleler, köprüler, camiler, kiliseler, sinagoglar, hamamlar, su kemerleri vb.)

- Antik kentler ve arkeolojik alanlar
- Anıtlar
- Doğal sit alanları
- Koruma altına alınmış meydanlar, sokaklar, ve diğer açık alanlar

2. Taşınır Kültür Varlıkları: Taşınır kültür varlıkları ise bulundukları yerden taşınması mümkün olan, taşınmaları durumunda değerlerini yitirmeyen veya daha fazla zarar görmeyecek eserlerdir. Bu kategoriye giren varlıklar arasında şunlar bulunur:

- Arkeolojik kazılardan çıkarılan buluntular (heykeller, çömlekler, madeni eşyalar, takılar vb.)
- Sanat eserleri (tablo, heykel, hat, tezhip, minyatür, el yazması kitaplar vb.)
- Tarihi ve etnografik eserler (geleneksel kıyafetler, ev eşyaları, silahlar vb.)
- Koleksiyonlar ve belgeler

2.1.2. Kültürel Turizm Ve Miras Turizmi

Venedik Tüzüğü, kültürel mirasın korunması ve restorasyonu konusunda önemli bir adım olarak kabul edilmektedir. Bu tüzük, tarihi yapıların korunması ve restorasyonunda uluslararası standartlar belirlemiş ve kültürel mirasın sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla uluslararası işbirliğini teşvik etmiştir (Pekerşen vd., 2019).

Kültürel mirasın korunması ve turizm faaliyetleri arasındaki ilişki de büyük önem taşır. Turizm faaliyetleri, kültürel mirası koruma ve sürdürülebilirlik açısından hem fırsatlar hem de zorluklar sunar. Turizm, kültürel mirasın tanıtılması ve korunması için bir araç olabilirken, aşırı turizm baskısı ve kültürel erozyon riski gibi sorunlara da yol açabilir. Bu nedenle, kültürel miras turizmi yönetimi stratejik bir öneme sahiptir. Kültürel mirasın korunması, sürdürülebilir turizm planlaması, ziyaretçi akışının yönetimi, yerel toplumun katılımı, eğitim ve farkındalık çalışmaları gibi unsurlar, kültürel miras turizminin başarılı bir şekilde yürütülmesini sağlamak için dikkate alınmalıdır (Pekerşen vd., 2019).

Kültürel miras turizmi, bir ülkenin veya bölgenin kültürel zenginliklerini tanıtmak ve bu zenginlikler üzerinden turizm faaliyetleri yürütmek anlamına gelir (Bachleitner ve Zins, 1999:199). Bir toplumun kültürel mirası, turistlerin ilgisini çekebilecek önemli bir

turizm kaynağıdır. Turistler, başka bir kültürü deneyimlemek, tarihi ve kültürel mekanları ziyaret etmek, yerel gelenek ve göreneklere tanık olmak gibi nedenlerle kültürel miras turizmine ilgi gösterirler.

Kültürel miras turizmi, bir ülke veya bölgenin ekonomik kalkınmasına katkı sağlayabilir. Turistlerin bölgeye getirdiği gelir, kültürel mirasın korunmasına ve sürdürülebilirliğine destek olabilir. Ancak kültürel miras turizminin yönetimi önemlidir. Kültürel mirasın korunması, turizm faaliyetlerinin sürdürülebilir olması ve yerel toplumun katılımının sağlanması gibi konular dikkate alınmalıdır (Pekerşen vd., 2019).

2.1.3. Arkeoloji, Turizm ve Arkeoturizm

Arkeoturizm, "arkeoloji" ve "turizm" kelimelerinin birleşimi olan bir terimdir. Arkeoturizm, arkeolojik miras alanları, anıtlar ve tarihi yapılar temelinde turistik destinasyonlarda yer almaktadır. "Arkeoturizm" , antik siteleri ve tarihi mekanları ziyaret etmek ve deneyimlemek amacıyla oluşturulan bir turizm türüdür.

Bu türün motivasyonu, belirli bir bölgede yaşamış olan geçmiş ve kültürlerle ilgili tutku ve ilgiyi içerir (Srivastava, 2015). "Arkeoloji" ve "turizm" kelimelerinin birleşmesiyle oluşan bu terim, arkeolojik miras alanlarına, anıtlara ve tarihi bölgelere dayanan turistik destinasyonlarla doğrudan ilgilidir (Jusoh, Sauman & Ramli, 2017) ve geçmişle ilgili her şeyin ziyaret edilerek daha iyi öğrenilebileceğini ifade eder. İki alan birçok açıdan benzeşse de, arkeologlar ve turizm profesyonelleri genellikle birbirinden uzak noktada dururlar (Hutchings and La Salle, 2018).

Arkeoturizm, daha geniş kavramlar olan kültürel turizm ve miras turizmi altında sınıflandırılır ve diğer turizm türlerinden farklı olarak bilimsel olarak ayrı bir disiplin haline gelmiştir (Avrami 2016). Müzik, sanat, dans ve el sanatları gibi yenilenebilir kültürel ürünlerin aksine, kültürel miras turizm endüstrisinde ticareti yapılan malzemeler olarak kabul edilen arkeolojik miras, kritik derecede hassas ve yenilenemez varlıklardan oluşur ve ulusal varlığın bir parçasıdır ve ulusal çıkarlar doğrultusunda korunur (Wurz ve Van der Merwe, 2005).

Arkeoturizmin işleyebilmesi için koruma ve muhafaza önemlidir. Arkeolojik miras alanları, anıtlar ve tarihi yapılar turistik destinasyonları cazip hale getirmek için

geliştirilmelidir. Gerçek anlamda, arkeoturizm, turistleri arkeolojik alanları ziyaret etmeye çekme çabasıdır. Ziyaret sırasında turistler sadece alan hakkında bilgi edinmekle kalmaz, aynı zamanda bir ülkenin mirasına olan takdirlerini de yaşarlar. Temel olarak, arkeoturizm kavramı, ulusal veya yerel miras alanının çevresinde turizm geliştirme faaliyetlerine odaklanmaktadır. Genel olarak, arkeoturizm kavramı aracılığıyla elde edilebilecek iki amaç bulunmaktadır:

- Miras alanının çevresindeki altyapının geliştirilmesi;
- Yerel toplumun yaratıcılığının geliştirilerek ekonominin iyileştirilmesi.

Arkeoturizm, miras turizmiyle bağlantılıdır. Ancak, miras turizminin kapsamı aslında daha geniştir çünkü sosyo-kültürel unsurlar ve belirli bir konumun inanç sistemi gibi diğer yönleri de içermektedir.

Ulusal devletlerin yönetim yeteneklerinin yanı sıra, ICOMOS Uluslararası Kültürel Turizm Şartı ve Kültürel Mirasın Toplum İçin Değeri gibi birçok STK da bu kritik öneme sahip kültürel miras alanlarını planlama, yönetme ve pazarlama şeklinde tasarlamaya çalışmıştır (Özdoğan, 2006). Bu şekilde, hassas arkeolojik kaynakların sürdürülebilir gelişimi ve kullanımı, turizm endüstrisi ve arkeolojik kaynak yönetimi ihtiyaçlarını dengeleme niteliğinde uluslararası bir boyut kazanır (McKercher & Du Cross, 2002). Küresel kültürel mirasa dayalı turizm, endüstrinin hızla büyüyen bir sektörü olmuştur ve arkeolojik özelliklerin sunduğu cazibe, bu alanda etkili bir rol oynamıştır (Erdoğan, 2020).

Arkeoturizm, müzelere, tarihi öneme sahip mekanlara, arkeolojik parklara ve hatta geleneksel danslara, festivallere ve diğer etkinliklere katılımı da kapsayabilir (Srivastava, 2015) ve turistik faaliyetlerin bir parçası olarak gerçekleşir (Griffith & Griffith, 2012). Bu tür bölgelerdeki turistler için, baskın kültürü yorumlama ve anlama gerekliliği vardır, aynı zamanda "ırkçılık, etnosentrizm, din-merkezcilik, dil-merkezcilik, yaş-merkezcilik, engel-merkezcilik, sınıf-merkezcilik, cinsiyet-merkezcilik ve heteroseksüel-merkezcilik gibi unsurların geçmişimizin bir parçası olduğu" anlayışı da vardır (Shackel, 2005).

Bu nedenle, arkeolojik turizm, kazı alanları da dahil olmak üzere kutlanan bölgelerde yapılan turist ziyaretleri veya turistik faaliyetler olarak tanımlanır ve arkeoturistler bu alanlar ve çevreleri tarafından yaratılan benzersiz deneyimlerden de

ilham alır (Srivastava, 2015). Bu bağlamda, arkeolojik bir alanın arkeoturizm için merkezi bir unsuru olduğu görülmektedir (Ross et al., 2017).

2.1.4. Arkeolog ve Turist Rehberleri

Geleneksel anlamda karşılaştıklarında, arkeologlar genellikle arkeolojik turizm endüstrisine önemli katkılarının olmasına rağmen turizm işlerinden uzak durmayı tercih ederler (Hutchings and La Salle, 2018). Yani, arkeologlar kendilerini başlıca koruyucular olarak gördükleri için turizm profesyonellerini kültürel miras varlıklarının potansiyel tahripçileri olarak kabul etmişlerdir (Al-Belushi, 2014). Arkeologların çoğunluğu, arkeolojik kalıntıların ve bölgelerin önemini küçümseme ve ticarileşme korkusuyla, turizmin olumsuz etkilerinden kaynaklanabilecek felaket durumlarını önlemek için ya ikilemde kalır (Erdogan, 2021) ya da ikisini bir araya getirerek bu gizli zenginlikleri kültürel, sosyal, çevresel ve ekonomik gelişim için daha somut hale getirmenin yollarını ararlar (Erdogan, 2021). Bununla birlikte, her ne olursa olsun, arkeologların bu konuda genel olarak kabul ettiği görüş, temel turizm prensiplerine neredeyse hiçbir bilgisi olmayan arkeologların, arkeolojik açıdan kritik olan miras alanlarında çalışmalarını sürdürdükten sonra projelerini sonlandırarak kapıları kapatmalarıdır (Smith, 2006). Ancak, turizm profesyonelleri ve turistlerin çoğunluğu için, bu genellikle sınırlı alanlarında bulunan eski kültürlerle ait alanlar büyük ilgi ve merak potansiyeline sahiptir ve bu da turizm endüstrisi için hayati öneme sahiptir. Turizm profesyonelleri arkeoloji hakkında çok fazla bilgi sahibi olmadıkları için arkeoturizm destinasyonlarına cesaret edemezler.

2.2. TURİZM VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

2.2.1. Sürdürülebilirlik Kavramı

Çağımızda teknolojinin ilerlemesi, endüstrileşme ve nüfus artışı, dünyayı sürekli tükenen doğal kaynaklara maruz bırakmaktadır. İnsanlar ihtiyaçlarını karşılamak için doğaya başvurdıkları ilk kaynağın doğa olduğunu bilmektedirler. Ancak bu hızlı tüketim odaklı yaşam tarzı, çevreye ciddi zararlar vermiştir (Özmehmet, 2012). Bu hızlı ilerleme, doğal kaynakların tükenme endişelerini beraberinde getirerek sürdürülebilirlik kavramını gündeme getirmiştir.

"Sürdürülebilirlik" kelimesi Latince kökenlidir ve "subtenir" kelimesinden türemiştir, "tutmak" veya "aşağıdan destek" anlamına gelir (Özmehmet, 2012). Bu kavram, insanların doğal kaynakları bilinçli bir şekilde kullanmaları gerekliliğini vurgulayarak sadece doğal kaynaklarla sınırlı kalmaz, aynı zamanda ekonomik, kültürel ve sosyal kaynakların da düşünceli bir şekilde kullanılması gerektiğini içerir (Cebeci ve Çakılcıoğlu, 2002; Toka, 2008).

Sürdürülebilirlik iki ana kategoriye ayrılır: Taşınır Sürdürülebilirlik ve Taşınmaz Sürdürülebilirlik. Taşınır sürdürülebilirlik, zaman ve mekâna göre yer değişikliği yapılabilen, insan emeğiyle meydana getirilen varlıkları içerir. Bu kategorideki öğeler, halı, kilim, cam, deri, metal eşyalar, seramik kaplar, resimler, heykeller, sikkeler, mobilyalar, el işleri ve el yazması kitaplar gibi değerli sanat eserlerini içermektedir (Okuyucu, 2011). Taşınmaz sürdürülebilirlik ise, toplumların yaşam alanlarını oluşturdukları yerleşim bölgeleri ve mimari yapılar gibi yerleşik kültürel varlıkları içerir (Koç, 2008).

Sürdürülebilirlik, dünya genelinde birçok sektörde yer bulmuş ve farklı tanımlara sahip olan geniş bir kavramdır. Sürdürülebilirlik, sistem için hayati önem taşıyan kaynakların aşırı tükenmeye gitmeden kullanılmasını ifade eder (Cebeci ve Çakılcıoğlu, 2002). Ayrıca, sürdürülebilirlik, bugünkü ihtiyaçların gelecek kuşakların bu kaynaklara ulaşmasına engel olmayacak bir yöntemle sağlanması gerektiğini savunan bir anlayıştır (Toka, 2008).

Sürdürülebilirlik, doğal kaynakların korunması ve gelecek nesiller için önem taşımaktadır. Sürdürülebilirlik, tüketim ve üretim dengesini sağlayacak sınırları belirleyerek, kaynaklara aşırı yüklenmeden kullanabilmeyi gerektirir. Bu anlayış, toplumların doğa ile olan ilişkisinin bozulmasının sonucu olarak ortaya çıkmıştır (Kınacı vd., 2011).

Çevresel krizler, 1970'lerde küresel tepkilerin ortaya çıkmasına ve sürdürülebilirlik kavramının uluslararası boyuta taşınmasına neden olmuştur. İlk ciddi yaklaşımlar, 1972'de İsveç'in Stockholm kentinde gerçekleştirilen "Birleşmiş Milletler (BM) İnsan Çevresi Konferansı" ile başlamıştır. Bu konferansta doğal çevrenin zarar görmeye başladığı ve çevrenin korunması için önlemler alınması gerektiği belirtilmiştir

(Çavuş ve Tanrısevdi, 2000).

Uluslararası Doğayı Koruma Birliği, 1980 yılında sürdürülebilirliğe odaklanan bir koruma stratejisi belirlemiştir (Dodds, 2007). 1987 yılında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından hazırlanan "Ortak Geleceğimiz" adlı rapor, "Sürdürülebilir Kalkınma" kavramını tanımlamış ve kavramın birçok kişiye ulaşmasına imkan vermiştir (Garrod ve Fyall, 1998: 200).

1992 yılında Rio de Janeiro'da düzenlenen Birleşmiş Milletler Kalkınma ve Çevre Konferansı (UNCED), sürdürülebilir kalkınmanın önemini vurgulayarak "Gündem 21", "Rio Bildirgesi", "Orman İlkeleri", "İklim Değişikliği Sözleşmesi" ve "Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesi" gibi belgeleri ortaya çıkarmıştır. Söz konusu belgeler arasında, özellikle Gündem 21'in uluslararası düzeyde sürdürülebilir kalkınmanın prensiplerini benimsemesinde etkili olduğunu belirtilmiştir (Scharpf, 1999).

2002'de gerçekleşen BM Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi, sürdürülebilir kalkınmanın merkezi bir konu olmasını ve kapsamının genişletilmesini sağlamıştır. Zirve, kaynak kullanımının adil ve dengeli bir şekilde dağıtılmasını, açlık sınırındaki nüfus artışının kontrol altına alınmasını, sektörlerin etkilerinin artırılmasını ele almıştır (Bozdoğan, 2005).

2012'de BM Sürdürülebilir Kalkınma Konferansı, "İstedığımız Gelecek" adlı belgeyi tanıtarak 2030 için sürdürülebilir kalkınma hedeflerini belirlemiştir (TC Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2012). Bu belge, ülkelerin kalkınma konusundaki kararlarını ve uygulayacakları politikaları, insan ihtiyaçları, iklim, çevre, haklar ve özgürlükleri göz önünde bulunduran bir perspektifle şekillendirmiştir.

Sürdürülebilir kalkınma, gelecek nesillerin ihtiyaç duyduğu kaynakları geleceğe aktarabilmeyi savunur (Akıncı ve Elinç, 2010). Bu nedenle, sosyoekonomik ve çevresel politikaların birlikte uygulanması gereklidir (OECD, 2001). Sürdürülebilirlik var olan doğal ve beşeri kaynakları rasyonel bir şekilde gelecek kuşakların yaşam alanlarını tehlikeye, riske atmadan kullanmak demektir. Sürdürülebilirlik kavramı, doğal kaynakların sürdürülebilir bir şekilde kullanılmasını ve gelecek nesiller için kaynakların korunmasını vurgular. Tarihsel olarak çeşitli uluslararası konferanslar ve anlaşmalar,

sürdürülebilirlik kavramını gündeme getirmiş ve bu kavramın önemini vurgulamıştır. Gelecekte, bu ilkeleri daha da genişleterek sürdürülebilir bir dünya için çabaların devam etmesi beklenmektedir.

2.2.2. Sürdürülebilir Turizm Kavramı

Turizm kavramının kökeni, Latince "tournus" sözcüğünden türemiştir ve "dönmek" veya "hareket etmek" anlamına gelir (Dinçer, 1993). Zaman içinde turizmin tanımı gelişmiş ve Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'ne (UNWTO) göre turizm, kültürel ve ekonomik bir olgu olarak tanımlanmıştır (UNWTO, 2014). Ancak, sanayileşme, çevre kirliliği ve kırsaldan kentlere göç gibi faktörler, çevreye zarar vermektedir. Diğer yandan, turizm sektörü ekonomik gelişmeye, istihdam yaratmaya ve döviz getirisi sağlamaya katkıda bulunmaktadır. Bu nedenle, turizmin çevre ve doğal kaynaklarla sıkı bir ilişkisi bulunmaktadır (Beyhan ve Ünügür, 2005).

Sürdürülebilir turizm kavramı, turizmin çevreye, sosyal yapıya ve ev sahibi halka zarar vermemesi düşüncesi üzerine inşa edilmiştir (Garrod ve Fyall, 1998). Sürdürülebilir turizm, doğal çevrenin, toplumsal kültürün ve yerel mirasın korunması ve gelecek nesillere aktarılması hedeflerine odaklanır (Gelecek Turizmde, 2020). Sürdürülebilir turizm, aynı zamanda bölge halkının refahını yükseltmeyi, ziyaretçilerin tatminini sağlamayı ve yenilenemeyen kaynakların korunmasını hedeflemektedir.

Sürdürülebilir turizmin ortaya çıkmasındaki bir diğer neden, dünyadaki hızlı değişimlerin doğal kaynaklara zarar vermesi, toplumsal ve kültürel bozulmaların yaşanması ve turizm sektörünün bu olumsuzluklara karşı çözüm arayışına girmesidir (Özbey, 2002). Dünya çapında gelişmelerin devam etmesi beklenirken, çevrenin ve kültürel yapının zarar görmemesi istenir. Bu nedenle sürdürülebilir turizmin temelinde doğal çevrenin ve toplumsal kültürün korunması düşüncesi bulunmaktadır (Kahraman ve Türkay, 2006).

Sürdürülebilir turizmin uygulanabilirliği, kamu, özel sektör, sivil toplum kuruluşları, uzmanlar gibi paydaşların katılımını gerektiren bir süreçtir (Mcintyre, 1993). Sürdürülebilir turizm, turizmi ve yardımcı sektörleri desteklerken sağlanacak faydanın dengeli bir şekilde dağılmasını, istihdamın yaratılmasını, sektörün ekonomiye daha fazla

katkı sağlamasını, farklı kültürel toplumlar arasında iletişimi güçlendirmesini, tarihi alanlar için bütçe oluşturulmasını teşvik etmesini ve çevrenin korunmasını hedeflemektedir.

Sürdürülebilir turizmin toplumlara, destinasyonlara ve ülkelere olumlu etkiler sağlayabileceği 12 hedefi şunlardır: Ekonomik Süreklilik, Yerel Refah, İstihdam Kalitesi, Sosyal Eşitlik, Ziyaretçi Memnuniyeti, Yerel Kontrol, Toplumsal Refah, Kültürel Zenginlik, Fiziki Bütünlük, Biyolojik Çeşitlilik, Kaynak Verimliliği ve Çevresel Sağlık (TÜSİAD, 2012).

2.2.3. Sürdürülebilir Kültürel Miras

Kültürel miras, tarih boyunca birçok toplumun deneyimleri, olaylar ve yaşanmışlıkla şekillenen varlıkları ve değerlerini ifade etmektedir. Her toplum, kendi kültürel mirasını, deneyimleri ve olayları yorumlama biçimiyle oluşturur. Kültürel çeşitlilik, kültürel miras ve kültür çeşitliliği arasında önemli bir uyumu sağlar (UNESCO, 2014). Tarihi ve kültürel varlıklar, bireylerin oluşturduğu kültürel toplulukların kimliğini sembolize eder. Albayrak (2011), kendi kültürel kimliğini koruyan toplumların, farklı kültürlerle ait unsurlar içinde varlık gösterebileceklerini, kültürel mirasa sahip çıkabileceklerini ve böylece kendi kültürleriyle gelecek arasında bağ kurarak toplumsal kimlik oluşturabileceklerini vurgular.

McGehee ve diğer araştırmacıların (1996) çalışmaları, seyahat tercihlerini belirleyen unsurlar arasında miras, kültür ve doğal varlıkların etkileyici bir rol oynadığını vurgulamıştır. Kültürel miras, turizm dünyasını şekillendiren temel faktörlerden biri olarak öne çıkmaktadır. İnsanların farklı coğrafyaları keşfetme arzusu, kendi kültürlerini koruma veya başka medeniyetlere ait öğeleri keşfetme isteğini artırmış, bu da inanç turizmi, kültür turizmi, doğa turizmi, kırsal turizm, agro-turizm, gastronomi turizmi gibi çeşitli turizm türlerinin ortaya çıkmasına sebep olmuştur.

Kültürel mirasa olan bilinç, turistler için büyüleyici bir çekicilik haline gelmiştir. Kültürel mirası ziyaret etmek, deneyimlemek ve bu deneyimi özel kılan ürünleri elde etmek, turistlerin seyahat motivasyonunu oluşturur. Meydan ve Baykan'ın (2007) ifadesiyle, turistler, içlerinde merak uyandıran kültürel miras değerlerini görmek için

seyahat etme fırsatı bulmaktadırlar. Aynı zamanda, kültürel miras aracılığıyla ziyaretçiler, farklı kültürleri, yaşam tarzlarını ve inançları keşfetme şansına sahip olurlar. Bu durum, turistlerin ve yerel halkın farklı kültürlere anlayışla yaklaşmalarını ve kültürel değerleri benimsemelerini teşvik etmektedir.

Shankar ve Swamy'nin (2013) vurguladığı gibi, konaklama tesisleri, seyahat sırasında yemek ve içme mekanları, ulaşım sağlayıcıları ve hediyelik eşya satıcıları gibi işletmelerin artırılması, bölgede istihdam oluşturarak olumlu bir etki yaratabilir, bu da turizm aracılığıyla kültürel mirasa katkıda bulunan bir gelişmeyi beraberinde getirir. Kültürel mirası içinde barındıran bölgeler, turizm aracılığıyla gelişerek yerel halk için ekonomik ve sosyal fırsatlar sunan önemli bir ekonomik kaynak haline gelir, bu da özellikle yerel ekonomiye pozitif bir etki sağlar.

Ancak, turizmin yoğun olduğu bölgelerde olumsuz etkileri göz önünde bulundurmak önemlidir. Eğer gerekli tedbirler alınmazsa, destinasyondaki kaynaklar ve turistler olumsuz etkilenebilir. Bu nedenle kültürel, doğal ve tarihi mirasın korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması, turizm faaliyetlerinin devamını güvence altına almak için hayati önem taşır (Çelikkanat, 2015).

Günümüzde teknolojik ve ekonomik gelişmeler, sanayileşme, hızlı nüfus artışı, plansız kentleşme ve toplumsal değişimler gibi faktörler, kültürel mirasa olumsuz etkiler yaratmaya başlamıştır. Turizmin aşırı talebi, fiziksel ve tarihi çevreyi de olumsuz etkileyebilir. Bu durum, turistik ürün olarak kabul edilen kültürel varlıkların yalnızca ticari birer ürün haline gelmesine ve doğallığının bozulmasına yol açabilir. Turizm aynı zamanda turizme açılmamış, geleneksel kültürün hala değişime uğramadan yaşandığı bölgelerde, ev sahibi toplumun sosyokültürel yapılarını etkileyebilir. Sonuç olarak, bölgeyi cazip hale getiren unsurların özgünlüğü zarar görebilir, özellikle kültür zarar görebilir (Troel vd., 2005).

Troel vd., (2005), turizm ve kültürel miras arasında sıkı bir ilişki olduğunu ve birbirlerini etkilediklerini belirtirler. Bu iki kavramın gelişimi, turizm talebinin sürekliliğini ve kültürel mirasın sürdürülebilirliğini sağlamakla mümkündür. Bu sürdürülebilirlik, kültürel mirasın yok olmasını engellemek, korumak ve gelecek nesillere aktarmak için gerekli önlemlerin alınması, kültürel mirasın ve alanlarının önemini tüm

paydaşlara anlatmak, geliştirmek için geliştirilmesiyle mümkündür.

Kültürel mirasın sürdürülebilirliğini sağlayan bir başka faktör, henüz keşfedilmemiş doğal, tarihi ve kültürel değerleri içeren rotaların oluşturulmasıdır. Bu, tarihi yapıları, yolları ve unutulmuş değerleri canlandırma fırsatı sunar. Önemli gastronomi rotaları, ticaret yolları, inanç rotaları ve doğa sporları için uygun rotalar gibi farklı rotalar, kültürel mirasın korunmasına önemli katkı sağlar. Bu tür rotalar sayesinde kültürel miras değerleri birbirine bağlanır, turistler ve yerel halk farklı kültürleri tanıma ve kültürel değerleri benimseme fırsatı bulur (Durusoy, 2003).

Kültürel mirasın korunması ve sürdürülebilirliği, doğru planlama, strateji ve yöntemlerle gerçekleştirilebilir. Zarar görmüş veya işlevini yitirmiş kültürel miras ve alanlar analiz edilerek, onları koruma, iyileştirme ve değerlendirme çalışmaları yapılmalıdır. Sürdürülebilirlik, doğal ve kültürel mirasın korunarak geleceğe taşınmasını kolaylaştırır ve turizmin olası zararlarından korur (Drost, 1996).

Kültürel mirasın sürdürülebilirliğini sağlamak ve turizmin sürdürülebilir bir şekilde gelişmesini sağlamak için, kültürel mirasın korunması, geliştirilmesi ve etkili bir şekilde yönetilmesi büyük önem taşır. Bu, turizm sektörünün sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunmasını ve kültürel mirasın gelecek nesillere aktarılmasını destekler.

2.2.4. Arkeoturizm ve Sürdürülebilir Turizm

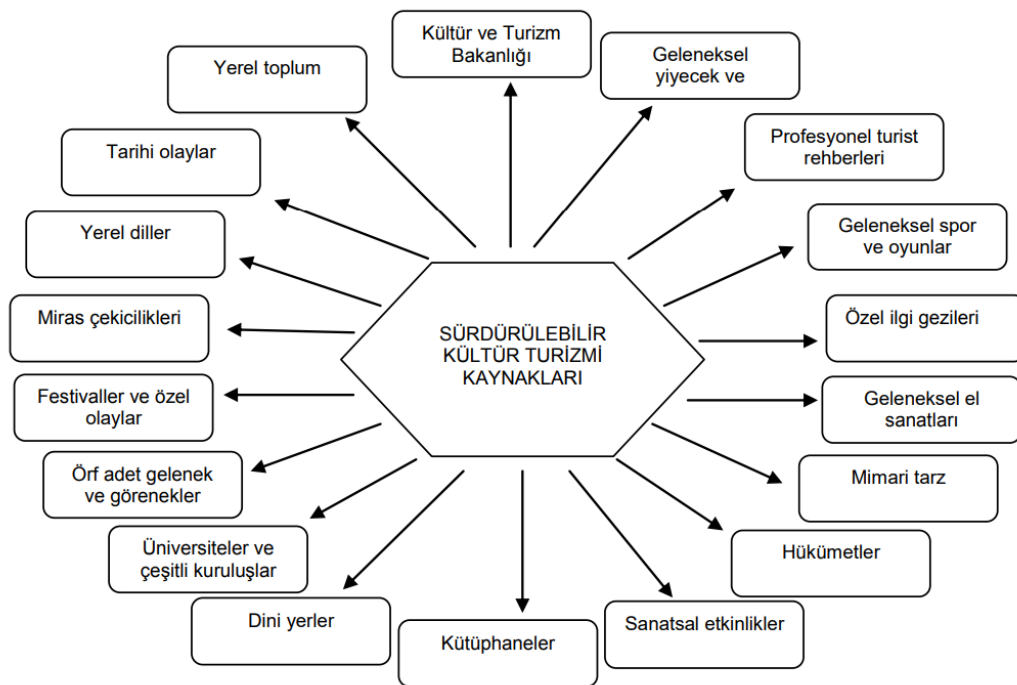
Arkeoturizm ve sürdürülebilir turizm arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Arkeoturizm, turistlerin arkeolojik siteleri ve antik kalıntıları ziyaret etmek amacıyla seyahat ettiği bir turizm şeklidir. Bu tür turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirlik ilkeleriyle uyumlu olması, hem çevresel hem de sosyo-kültürel açıdan önem taşır.

Arkeoturizmde sürdürülebilirlik, arkeolojik sitelerin korunması, yerel toplumların dahil edilmesi, doğal ve kültürel kaynakların sürdürülebilir yönetimi ve ziyaretçilerin etkilerinin minimize edilmesi gibi faktörleri içerir. Bu noktada turist rehberleri, arkeoturizmin sürdürülebilirliği üzerinde önemli bir rol oynarlar (Choi & Sirakaya, 2006).

"Sürdürülebilir kalkınma" kavramı, uluslararası ve ulusal turizm örgütleri arasında geniş kabul görmüştür. Sürdürülebilir turizm fikri, çevresel, sosyal ve ekonomik

faidaların tüm turizm formlarına sağlanması gerektiği şeklinde uluslararası olarak kabul edilmiştir (Lazano-Oyola et al., 2012). Dünya Turizm Örgütü (WTO), sürdürülebilir turizmi "mevcut ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerini tam olarak dikkate alan, ziyaretçilerin, sektörün, çevrenin ve ev sahibi toplulukların ihtiyaçlarına odaklanan turizm" olarak tanımlamaktadır (WTO, 2005). Sürdürülebilir prensiplere dayalı turizm yönetimi, yerel toplumun uzun vadeli yaşam kalitesini ve ziyaretçilerin deneyim kalitesini sağlar (Choi & Sirakaya, 2006).

Turistik destinasyonlar ve faaliyetler, karlı olmasına rağmen yerel toplum, kültür, çevre ve ekosistemlere zarar vermeyen bir şekilde planlanmalı, hazırlanmalı ve deneyimlenmelidir. Önceki araştırmalar, turizmin sosyal, kültürel ve çevresel yönlerinden kaynaklanan birçok faydanın olduğunu göstermiştir, örneğin yenilenmiş dinlenme tesisleri, daha geniş bir yelpazede boş zaman etkinlikleri, daha temiz bir toplum görünümü ve tarihi binaların ve diğer kültürel varlıkların daha iyi korunması gibi, genel yaşam kalitesine değer katan unsurlardır (López vd. 2018).



Şekil 1. Sürdürülebilir Kültür Turizmi Kaynakları

WTO, kitlesel turizm de dahil olmak üzere tüm turizm formlarında sürdürülebilirlik prensiplerinin uygulanması için yönergeler ve yönetim uygulamaları

geliştirmiştir (WTO, 2013). Sharareh ve Badaruddin'e göre, kültürel turizmin turizm sektöründe tanımlanması son derece zor olup, aslında kültürel turizmin neyi kapsadığı konusunda çok az bir fikir birliği bulunmaktadır (Sharareh & Badaruddin, 2013, s. 32). Richards ve Cooper, kültürel turizmi bireylerin normal ikamet yerlerinden uzaklaşarak yeni bilgi ve deneyimler kazanmak amacıyla kültürel cazibe merkezlerine hareket etmesi olarak tanımlar (Richards ve Cooper, 2018).

Kültürel turizm, turizm sektörünün önemli bir bileşenidir (Sharareh & Badaruddin, 2013). Kültürel turizm faaliyetlerinde yer alan farklı kurumlar, tesisler ve bireylerin sayısı, kültürel turizmin turizm sektöründeki önemini göstermektedir. Kültürel turizm, konaklama, restoranlar ve eğlence gibi "klasik" turizm ürünlerini müzeler, gösteriler ve galeriler gibi kültürel miras ürünleriyle birleştirir. Kültürel ve miras varlıkları, yerel toplumun sosyo-kültürel tutumları bağlamında hassastır ve dolayısıyla turizm planlayıcılarının/yöneticilerinin ve yerel toplumun onayı dikkatle alınmalıdır. Ayrıca, kültürel ve miras varlıkları genellikle fiziksel olarak kırılgandır ve dikkatli bir şekilde işlem gerektirir. Bu bağlamda, sunum ve taşıma kapasitesi dikkatle planlanmalı ve izlenmelidir. Ek olarak, turizmin gelişimi turist memnuniyetine öncelik verse de, geleneksel değerlerin korunmasını tehlikeye atarsa, maddi olmayan kültürel miras da risk altında olabilir (Köse, 2020).).

Kültürel ürünleri tüketme ve koruma arasında denge kurmak önemlidir. Sürdürülebilir kültürel turizm gelişimi, ulusal hükümetler, özel sektör ve yerel toplumlar için sürekli faydalar sağlamak için gereklidir. Sürdürülebilir turizm, uzun yıllardır turizm sektöründeki ilk ve genellikle tercih edilen turizm formudur (Ersoy, Tehci & Ersoy, 2018). Ancak son zamanlarda bazı insanlar, güneş, kum ve deniz gibi ana akım turizm formlarının ötesine geçmek isteyen ve turizm kavramlarına yeni bir perspektif getiren farklı turizm türlerine ilgi göstermektedir. Turizm içinde kültürel miras unsurlarını yönetim sınırları içinde yoğun bir şekilde değerlendirmek için yerel yönetimlerin yoğun çaba sarf ettiği gözlemlenmektedir (Akbaş, 2020).

2.3. SÜRDÜRÜLEBİLİR DESTİNASYON İMAJI

2.3.1. Sürdürülebilir Destinasyon Kavramı

Turizm literatürü içerisinde öne çıkan ve geniş ölçüde incelenmiş bir kavram, destinasyon imajıdır. Költringer ve Dickinger (2015) tarafından vurgulanan bu kavram, erken 70'lerden itibaren akademik çalışmalara konu olmuş ve birçok bilim insanı tarafından açıklanmaya çalışılmıştır (Fakeye & Crompton, 1991; Echtner & Ritchie, 1991).

Fakeye ve Crompton (1991) tarafından yapılan bir tanıma göre, destinasyon imajı, turistin farklı bilgi kaynakları aracılığıyla elde edilebilen çeşitli görüntü gruplarından seçtiği zihinsel bir temsil olarak ele alınmıştır. Yani, turistlerin zihninde oluşan bir algı olarak tanımlanmıştır. Bu görüntüler, destinasyon hakkında edinilen bilgilerin turistin algısını şekillendirdiği ve seyahat kararı üzerinde etkili olduğu temel unsurları içermektedir.

Destinasyon imajının tanımında daha ileri giden araştırmacılar, turistlerin bu zihinsel temsilini öznel ve kişisel bir algı olarak ele almışlardır (Bigne vd., 2001). Yani, destinasyon imajı sadece bilgi kaynaklarına dayanan genel bir temsil değil, aynı zamanda turistin kişisel deneyimleri, duygusal tepkileri ve öznel algılarıyla da şekillenmiştir.

Araştırmalar, sürdürülebilir destinasyonu ekonomik kalkınma, yüksek yaşam standardı, ekolojik koruma ve sosyal kültürel mirasın korunması sağlayan bir destinasyon olarak tanımlamıştır (Költringer & Dickinger, 2015). Ancak, ziyaretçiler arasında sürdürülebilir destinasyon imajının farklı algılanabileceği gerçeği önemlidir. Bu bağlamda, destinasyon imajı araştırmaları, sürdürülebilir destinasyonun içeriğini anlamaya ve bu kavramın farklı boyutlarını belirlemeye yönelik çabalar içermektedir (Beerli & Martin, 2004).

Geçmiş araştırmalar, bir destinasyonun çevresel ve sosyoekonomik yönlerinin, destinasyonun imajı ile doğrudan bağlantılı olduğunu öne sürer. Bu durum, sürdürülebilirliğin bir destinasyonun konumlandırma stratejisinin önemini vurgular. Souza vd., (2014), sürdürülebilirlik ve imaj kavramlarının ortak temel yönleri olduğunu iddia etmişlerdir. Ancak, geçmiş çalışmalar sürdürülebilirliği, bilişsel imajın bir bileşeni

olarak ele almıştır (San Martín & Del Bosque, 2008).

Bugün, sürdürülebilirlik kavramının kazandığı önem göz önüne alındığında, sürdürülebilirlik sadece bilişsel bir algıdan ziyade duygusal ve genel destinasyon imajı ile de ilişkilendirilmelidir (Weeden, 2013). Yani, ziyaretçilerin sürdürülebilir bir destinasyonla ilgili algısı, sadece çevresel ve sosyoekonomik faktörlerle değil, aynı zamanda duygusal bağlamda da şekillenmektedir. Bu durum, destinasyon yöneticileri için sürdürülebilirlik stratejileri oluştururken hem bilişsel hem de duygusal unsurları dikkate almalarını gerektirir.

2.3.2. Destinasyon İmgesi ve Turist Memnuniyeti

Marka imgesi, tüketicilerin belleklerinde yer alan marka birleşimleri tarafından yansıtılan bir marka hakkındaki algıları olarak tanımlanabilir (Keller, 2013, s. 72). Destinasyon İmgesi ise bir kişinin bir yer veya destinasyonla ilgili görüşlerini, kavramlarını ve izlenimlerini toplamını ifade eder (Crompton, 1979). Basitçe ifade etmek gerekirse, hedef imgesi, bir yerin algılarına dair bir tasviridir. Algılar, gerçeklikten daha önemli olarak kabul edilir, çünkü algılar tüketicilerin gerçek davranışlarını etkiler (Kotler ve Keller, 2012, s. 161). Hedef imgesi, turist davranışını ve bir destinasyonun başarısını veya başarısızlığını etkileme gücüne sahiptir (Tasci ve Gartner, 2007). Bu nedenle, Destinasyon İmgesi turizm araştırmalarında sıkça incelenen bir kavramdır (Beerli ve Martín, 2004; Tasci ve Gartner, 2007; Zhang vd., 2014).

Destinasyonların doğal cazibe/çevre, tarihi ve kültürel cazibe, ün, eğlence ve etkinlikler, açık hava/serbest zaman aktiviteleri, gece hayatı, altyapı, erişilebilirlik, konaklama ve atmosfer gibi çeşitli boyutlarda ölçülen destinasyon imgesi, aynı zamanda bilişsel ve duygusal imge terimlerinde de kategorize edilmiştir (Gartner ve Ruzzier, 2011; Prayag ve Ryan, 2011; Wu, 2016). Boo vd. (2009), destinasyon imgesini turistin kendisinin bir yansıması olarak incelemiş, ancak hiçbir hedef imgesini özellikle sürdürülebilirlik temelinde değerlendirmemiştir.

Turist memnuniyeti, bir turistin bir destinasyonun çevresel, kültürel ve sosyoekonomik yönlerindeki beklentileri ile karşılaştırarak yaptığı bir değerlendirmedir (Tse ve Wilton, 1988). Bir turist, bir destinasyonun çevresel, kültürel ve sosyoekonomik

performans beklentilerini karşıladığında veya aştığında memnuniyet yaşayacaktır; aksi durumda memnuniyetsizlik söz konusu olabilir (Fornell vd., 1996; Kotler ve Keller, 2012). Bu bağlamda, destinasyon imgesinin turist memnuniyeti üzerindeki etkisi önemli bir araştırma konusunu oluşturmaktadır.

2.3.3. Destinasyon imajı ve Turist katılımı

Turist katılımı, destinasyonun marka imajı ve genel müşteri deneyimi gibi çeşitli faktörlerden etkilenebilir. Turistik destinasyonlar hakkında sosyal medya aracılığıyla sunulan imaj, turist katılımını artırır (Abbasi vd., 2023). Marka imajıyla gerçek ve ideal özdeşlik (self-congruence), destinasyonun marka imajını olumlu bir şekilde etkiler (Meepprom & Fakfare, 2021). Bir kişinin kendi imajının belirli bir turistik destinasyonun imajıyla ne kadar örtüştüğü, o destinasyonla turist katılımını etkileyebilir (Rao vd., 2022; Şegota vd., 2022). Kendi imajı uygunluğu veya bir kişinin kendi imajının belirli bir turistik destinasyonun imajıyla ne kadar uyumlu olduğu, o destinasyonla turist katılımını etkileyebilir (Saxena & Dhar, 2021).

Turistler, kendi imajları ile bir destinasyonun imajı arasında güçlü bir uyum algıarsa, o destinasyonla daha fazla etkileşimde bulunma ve olumlu bir deneyim yaşama olasılığı daha yüksektir (Gupta vd., 2018). Diğer yandan, turistler, kendi imajları ile bir destinasyonun imajı arasında güçlü bir uyum algılamazlarsa, o destinasyonla daha az etkileşimde bulunabilir ve daha az olumlu bir deneyim yaşayabilirler. Bu, destinasyonun, değerlerine, inançlarına ve ilgi alanlarına uygun olmadığını düşündükleri için, onlarla aynı rezonansa sahip olmadıkları anlamına gelebilir (Chen vd., 2020).

Destinasyon pazarlamacıları için, hedef kitlelerinin kendi imaj uygunluğunu anlamak ve destinasyonlarını bu kitlelerin değerleri, inançları ve ilgi alanlarıyla uyumlu bir şekilde konumlandırmak önemlidir. Bu, destinasyonla turist katılımını artırabilir ve genel turist deneyimini iyileştirebilir (Lee & Xue, 2020; Wang vd., 2016; Zhang vd., 2014).

2.3.3.1. Kültürel İmge

Bir destinasyonun kültürel özellikleri, turist memnuniyetini etkileyebilir (Beerli ve Martín, 2004). Kültürel marka varlıkları, kültürel ve tarihi cazibe noktaları, festivaller,

sanat ve gelenekler gibi, destinasyon marka imgesinin önemli belirleyicileridir (Beerli ve Martín, 2004; Kladou ve Kehagias, 2014). Turizm faaliyetleri, bir destinasyonun kültürel ve tarihi sitelerin korunması gibi olumlu etkiler yaratabileceği gibi, toplum karakterinin kaybına da neden olabilir (Choi ve Murray, 2010; Fong vd., 2017). Bu nedenle, bir destinasyonun kültürel imgesi, turistleri çekmek ve tutmak için toplumun kimlik ve değerlerinin uzun vadeli korunması gereken bir faktördür. Örneğin, İtalya'daki Expo 2015 için Şanghay Belediye Bilgi Ofisi ve RTG Consulting, Şanghay'ın zengin kültürel mirasına vurgu yaparak uluslararası bir kimliği tanıtan "Shanghai. Let's Meet!" adlı bir slogan geliştirmiştir (Chan, 2015). Olumlu bir kültürel imgenin turist memnuniyetine yol açacağı öngörülmektedir.

2.3.3.2. Çevresel İmge

Bir destinasyonun çevresel yönleri de turist memnuniyetini etkiler (Yoon ve Uysal, 2005). Genellikle destinasyon imgesinin bir parçası olarak incelenen çevresel faktörler, seyahat ortamı, atmosfer ve doğal cazibe gibi unsurları içerir (Beerli ve Martín, 2004). Kirlilik ve yoğunluklar, bir destinasyondaki çevresel sorunlara örnek teşkil eder (Puczko ve Rätz, 2000).

İyi korunmuş bir doğal çevre, destinasyonun otantikliği ve turistlere benzersiz dinlence deneyimleri sunma potansiyeli nedeniyle bir rekabet avantajı sağlayabilir. Bir yerdeki olumlu çevresel etkiler, yerel halkın turizmi desteklemesine neden olabilir (Andereck ve Nyaupane, 2011; Choi ve Murray, 2010), bu nedenle şehrin olumlu bir çevresel imgesinin turist memnuniyetine yol açması beklenmektedir.

2.3.4. Sosyoekonomik İmge

Sürdürülebilir turizm gelişimi hedefleri genellikle ekonomik ve sosyal boyutlar açısından birbirine bağlıdır; örneğin iş ve istihdam fırsatlarını artırmak, yerel tesisler/altyapıları geliştirmek, toplumun yaşam standardını yükseltmek ve yerel ürün ve hizmetleri teşvik etmek gibi. Bir şehirdeki sosyoekonomik faktörler, kamu altyapısı, erişilebilirlik, turizm teklifleri ve tesisleri, mal ve hizmetlerin fiyatları gibi, turist memnuniyeti ve davranışı üzerinde etkili olmuştur (Chen ve Phou, 2013; Wu, 2016). Turizm endüstrisi bir destinasyonun sosyoekonomik büyümesine katkıda bulunurken

(Andereck ve Nyaupane, 2011; Fong vd., 2017; Hall, 2011), turizm tarafından getirilen mal ve hizmet fiyatlarının artışı gibi olumsuz etkiler de vardır (Akis vd., 1996; Cottrell vd., 2004). Turizm büyümesi ile paydaşlar arasında sürdürülebilir turizm yönetimi potansiyel karmaşıklıklarını içerir (Hall, 2011; Timur ve Getz, 2009). Bu nedenle, şehrin sosyoekonomik imgesinin turist memnuniyetini etkileyebileceği ölçüde değerlendirilmesi gereklidir.

2.3.5. Turist Memnuniyeti ve Destinasyon Sadakati

Var olan araştırmalar, turist memnuniyeti ile destinasyon sadakati arasındaki pozitif ilişkiyi sürekli olarak doğrulamıştır; yani destinasyonu tavsiye etme ve tekrar ziyaret etme niyeti veya geziyi yeniden satın alma niyeti (Prayag ve Ryan, 2011; Yoon ve Uysal, 2005). Destinasyon imgesi kendisi doğrudan destinasyon sadakati ile bağlantılıdır (Tasci ve Gartner, 2007; Wu, 2016; Zhang vd., 2014). Destinasyon sadakati üzerine yapılan çalışmalar genellikle turist memnuniyeti ve destinasyon sadakatının nedenlerini yenilikçi bir şekilde ele alsa da, kültürel, çevresel ve sosyoekonomik imajların destinasyon sadakati üzerindeki etkilerini inceleyen hiçbir çalışma yoktur ve turist memnuniyeti bu süreçte aracılık eder. Bu çalışmanın modelinde memnuniyet boyutunun dahil edilmesi gereklidir, çünkü memnuniyet olmadan sadakat olması zordur. Buradan hareketle, bir destinasyonun kültürel, çevresel ve sosyoekonomik yönlerinde yaşanan sorunların turistlerin memnuniyetsizliğine ve bunun sonucunda turist varışlarında ve önerilerinde düşüşlere neden olabileceği varsayılmaktadır. Turistlerin bakış açılarından yola çıkarak bir destinasyon, uzun vadede sürdürülebilir olması için iyileştirilebilir (Wu, 2016; Zhang vd., 2014).

2.3.6. Profesyonel turist rehberleri Sürdürülebilir turizm için önemi

Profesyonel turist rehberleri, sürdürülebilir turizmin başarılı bir şekilde uygulanması ve turist deneyiminin iyileştirilmesi için önemli bir rol oynamaktadır. Profesyonel turist rehberleri, sürdürülebilir turizmin başarılı bir şekilde uygulanması için bilgi ve bilinçlendirme sağlarlar. Turistlere çevresel, sosyal ve kültürel konularda doğru ve güncel bilgiler sunarak, çevresel ve kültürel duyarlılık konusunda farkındalık yaratırlar. Rehberler, ziyaretçilere yerel ekosistemleri, kültürel mirası ve doğal kaynakları anlatarak, turistlerin sürdürülebilir turizm ilkelerine uyum sağlamalarını ve yerel

toplumları ve çevreyi korumalarını teşvik ederler (Şahin ve Güzel, 2020; Ulusoy ve Köroğlu, 2021).

Profesyonel turist rehberleri aynı zamanda yerel kültür ve ekonomiye katkıda bulunurlar. Turistleri yerel toplumlarla etkileşime geçirmek ve yerel kültüre ait deneyimler sunmak için önemli bir araçtırlar. Rehberler, ziyaretçilere yerel el sanatları, geleneksel yemekler, yerel festivaller ve diğer kültürel etkinlikler hakkında bilgi vererek, yerel ekonomiye katkı sağlamalarını teşvik ederler. Bu sayede turizm gelirleri yerel halk arasında dağıtılır ve yerel ekonomik kalkınma desteklenir (Şahin ve Güzel, 2020).

Doğal ve kültürel mirasın korunması da profesyonel turist rehberlerinin önemli bir görevidir. Rehberler, turistleri doğal ve kültürel mirasa saygı göstermeye teşvik ederler. Ziyaretçilere yerel koruma projeleri hakkında bilgi verirler ve onları çevreye zarar vermeden ve kültürel mirası bozmadan seyahat etmeye teşvik ederler. Aynı zamanda, rehberler, ziyaretçilerin hassas bölgelere olan etkilerini minimize etmelerine yardımcı olacak doğru davranışlar sergilerler (Ulusoy ve Köroğlu, 2021).

Güvenlik ve turist deneyimi de profesyonel turist rehberlerinin sorumlulukları arasındadır. Rehberler, turistlerin güvenliğini sağlamak için gerekli önlemleri alır, tehlikeler konusunda uyarmak ve rotaları belirlemek gibi görevleri üstlenirler. Turistlerin seyahatlerinde güvende hissetmelerini sağlamak ve turist deneyimini geliştirmek için önemli bir rol oynarlar. Turistlerin güvenliği ve rahatlığı, sürdürülebilir turizmin bir parçası olarak ele alınmalıdır. Profesyonel turist rehberleri, güvenlik önlemlerini takip ederek ve kriz yönetimi becerilerini kullanarak turistlerin güvenliğini sağlarlar. Aynı zamanda, turistlerin seyahat deneyimini daha keyifli hale getirmek için bilgi, ipuçları ve yerel içgörüler sunarlar (Şahin ve Güzel, 2020; Ulusoy ve Köroğlu, 2021).

2.4. TÜRKİYE'DE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM

2.4.1. Türkiye'de Kültürel Mirasın Korunması

Tarih alanında uzman olan kişiler, geçmişin tüm somut izlerini anlamayı ve korumayı amaçlar, ancak yasal olarak koruma altına alınan tarihi yapılar sadece resmi listeye alınan anıtlar ve alanlar arasından seçilir. Bu listeler, yasal düzenlemelere uygun

olarak oluşturulur ve Smith'in belirttiği gibi (2006), devletin önceliklerini yansıtan 'yetkilendirilmiş miras söylemi'ne dayanır. Bu resmi miras listeleri, tüm diğer miras faaliyetlerinin kaynağıdır, bu nedenle resmi miras kategorilerini anlamak, sistemi tam anlamak için önemlidir (Şekil 2).

Tablo 1. Türkiye'de 2008 yılında koruma altına alınan miras özellikleri.

Kategori	Adet	Yüzde
Müzeler Altında Korunan Site Alanları	9,722	100.0
Arkeolojik Siteler	7,766	79.9
Şehir Alanları	220	2.3
Doğal Siteler	1,166	12.0
Tarihî Siteler	186	1.9
Diğer Siteler	428	4.4
Müzeler Altında Korunan Benzersiz Binalar	84,830	100.0
Sivil Mimari	52,665	62.1
Dini Yapılar	7,507	8.8
Kültürel Miras	8,197	9.7
İdari Binalar	2,108	2.5
Askeri Miras	943	1.1
Endüstriyel ve Ticari Yapılar	2,891	3.4
Türebeler	2,638	3.1
Şehitlikler	215	0.3
Anıtlar	248	0.3
Vakıflar Altında Korunan Benzersiz Binalar	19,814	100.0
Toplam Korunan Özellikler	114,366	100.0

Kaynak: Vakıflar Genel Müdürlüğü, 2009

Türkiye'nin resmi miras listeleri, 2863 sayılı yasa (Türkiye Cumhuriyeti 1983) kapsamında 'Koruma Gerektiren Kültürel ve Doğal Miras' kavramına dayanmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı, bu geniş kapsamlı mirası tanımlama ve listeleme yetkisine sahiptir (Yasa 2863, Madde 6). Listeleme süreci, geniş yetkilere sahip olan Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü ile vakıflara ait mülkleri listeleyebilen Vakıflar Genel Müdürlüğü olmak üzere iki ana kurumsal aktör tarafından yürütülmektedir (Yönetmelik 19660). Yönetmelik 19660, Madde 6'ya göre, korunması gereken taşınmaz kültür ve tabiat varlıklarının değerlendirilmesi ve tescili hakkında 19660 sayılı Yönetmelik (10.12.1987)'e dayanmaktadır.

Bu kuruluşlar kültürel özelliklere dair değerlendirmeleri Bölge Koruma Kurullarına sunarlar. Bölge Koruma Kurulları ise bu özellikleri 2863 sayılı yasa kapsamında birinci, ikinci veya üçüncü derece korunan alanlar olarak sınıflandırıp

sınıflandırmayacaklarına karar verirler (Yönetmelik 19660, Madde 6).

Resmi istatistiklere göre korunan taşınmaz miras üç kategoriye ayrılır. Bunların içinde 9722 alan bulunmakta olup, bunların %80'i arkeolojik sit alanları ve %12'si genellikle kentsel alanların dışında bulunan doğal sit alanlarıdır. Bu alanlar genellikle müze müdürlerinin sorumluluğundadır, ancak çoğu henüz kazılmamış veya halka kapalıdır. Ayrıca, 84,830 farklı bina bulunmaktadır ve bunların çoğu sivil mimarinin örnekleridir (%62). Bu binalar da müze müdürlüklerinin sorumluluğundadır, ancak Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından sahiplenilmeleri gerekmez. Son olarak, Vakıflar Genel Müdürlüğü, vakıflara ait 19,184 antik eseri yönetir; bu eserlerin çoğu dini binaları içerir, ancak hanlar, çeşmeler ve köprüler gibi tarihi şehir altyapılarını da kapsar (Kültür ve Turizm Bakanlığı 2009). Vakıflar Genel Müdürlüğü aynı zamanda Türkiye dışındaki eski Osmanlı topraklarında birkaç miras mülkünü yönetmektedir (Vakıflar Genel Müdürlüğü, 2011a).

Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü ve Vakıflar Genel Müdürlüğü 'nin paralel sınıflandırma şemaları ve farklı özelliklerin tek miras kategorilerine dahil edilmesi, idari geleneklerin - mesleki kriterlerden ziyade - nasıl miras yönetimini şekillendirebileceğinin mükemmel bir örneğidir. Osmanlı dini mirası çağdaş sivil mimarlıktan ayrı olarak yönetilir, şehir ve kırsal mirası da aynı şekilde ayrı yönetilir, bu da hem epistemolojik hem de metodolojik endişelere yol açar. Elde edilen miras listeleri, 114,000 mülk ile Türkiye'nin resmi mirasını oluşturur ve geriye kalan miras zincirindeki faaliyetler bu mülklere yönlendirilir.

Bu çalışmanın konusu olan antik kent Kalkhedon, günümüzde İstanbul'un Kadıköy ilçesinde yer almakta olup, Megaralılar tarafından MÖ 7. yüzyılda kurulmuş ve tarih boyunca Pers, Bizans, Sparta ve Makedonya gibi çeşitli medeniyetlerin yönetimi altında kalmıştır. Poseidon'un oğlu Kalkhedon veya kahin Kalhas'tan ismini alan bu şehir, stratejik konumu sayesinde önemli bir ticaret merkezi olmuş, ancak sıkça fethedilerek yıkıma uğramıştır. 20. yüzyılda metropol bir konuma evrilmesi, antik Kalkhedon'un izlerini büyük ölçüde silmiş ve çeşitli yıkımlar, yeni yerleşimler ve demografik değişimler nedeniyle Kalkhedon'un tarihi kalıntılarına ulaşmak zorlaşmıştır.

2.4.2. Türkiye'de Sürdürülebilir Turizmin Korunması

UNESCO'nun öncülüğünde, küresel çapta olağanüstü değere sahip kültürel ve doğal mirasın tanımlanması, korunması ve muhafaza edilmesi amacıyla kurulan World Heritage Convention, dünya genelindeki önemli doğal ve kültürel varlıkları korumak amacıyla uluslararası toplumu bir araya getirmeyi hedeflemektedir (UNESCO Dünya Mirası Merkezi, 2008).

Bu uluslararası anlaşma, 1972'de Paris'te düzenlenen UNESCO Genel Konferans Toplantısı'nda kabul edilmiş ve ulusal düzeyde işbirliğini öncelik haline getirerek insanlık adına bir çerçeve oluşturmuştur (Ahunbay, 2006;; UNESCO Dünya Mirası Merkezi, 2005).

World Heritage Convention, varlığının üç on yılında büyük başarılar elde etmiş, neredeyse evrensel üyelik ve koruma altındaki sitelerin büyük sayısı ile kendini kanıtlamıştır (2009 itibarıyla 148 ülkede 890 site). Sözleşme, uluslararası işbirliğinin gücünü ve etkinliğini somut bir şekilde göstererek, milyonlarca insanın kalbinde ve zihninde yer bulmuş ve giderek daha fazla katılımı teşvik etmiştir (UNESCO Dünya Mirası Merkezi, 2007).

Toplam Sayı ve Tür Dağılımı (2009): 2009 itibarıyla, 148 ülkenin adına toplam 890 Dünya Mirası Sitesi kaydedilmiştir. Bu sitelerin özelliklerine göre dağılımı Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 2. Dünya Mirası Listesi'ne Kaydedilen Mülk Sayısı

Mülk Türü	Toplam Sayı
Kültürel Mülkler	689
Doğal Mülkler	176
Karma Kültürel ve Doğal Mülkler	25
Toplam	890

Kaynak: UNESCO Dünya Mirası Merkezi, 2009a.

Türkiye'deki Dünya Mirası Siteleri (1985-1998): Türkiye, 1985 ile 1998 yılları arasında toplam 9 alanı Dünya Mirası Listesi'ne dahil etmiştir (Şekil 1). Bu alanlarla ilgili detaylar Tablo 2'de sunulmuştur.

Dünya Mirası Sözleşmesi, başvuran ülkelerin alanları UNESCO WHC tarafından analiz edilmek üzere saha belgeleri hazırlamasını ve belirli kriterleri karşılaması

durumunda bu alanları Dünya Mirası Sitesi olarak ilan etmesini öngörmektedir. Ancak, bu ilan ve reklam yetkisi UNESCO WHC'ye ait olsa da, katılımcı ülke ilgili faaliyetleri yönetmek ve izlemekle yükümlüdür (UNESCO Dünya Mirası Merkezi).

Tablo 3. Türkiye'deki Dünya Mirası Siteleri ve Özellikleri

Dünya Mirası Yılı	Mülk Türü	İl
1985	Tarihi İstanbul Alanları	İstanbul
1985	Göreme Milli Parkı ve Kapadokya Kaya Siteleri	Nevşehir/Kayseri
1985	Divriği Ulu Camii ve Darüşşifası	Sivas
1986	Hattuşa: Hitit Başkenti	Çorum
1987	Nemrut Dağı	Adıyaman
1988	Hierapolis-Pamukkale	Denizli
1988	Xanthos-Letoon	Antalya/Muğla
1994	Safranbolu	Karabük
1998	Troya Arkeolojik Alanı	Çanakkale

Kaynak: UNESCO Dünya Mirası Merkezi, 2009b.

Dünya Mirası Listesi'ne dahil edilebilmek için sitelerin olağanüstü evrensel değere sahip olması ve en az bir seçim kriterini karşılaması gerekmektedir. Bu kriterler, insan yaratıcılığının başyapıtlarını temsil etmekten, kültürler arası değer alışverişine ve doğal olağanüstü örnekleri içermeye kadar geniş bir yelpazeyi kapsar (UNESCO Dünya Mirası Merkezi, 2007a:41).

Dünya Mirası, bir siteye verilebilecek en önemli tanıma sahiptir ve birçok ülke için prestijli bir liste olmakla birlikte, ekonomik avantajlar da sağlamaktadır. Turizm gibi çeşitli ekonomik faaliyetler, bu sitelerin korunması ve yönetimi için finansman sağlar ve zaman içinde ülkenin ekonomisine ciddi bir katkıda bulunabilir (Lockwood vd., 2006:90).

Türkiye, 1985-1998 döneminde Dünya Mirası Listesi'ne 9 alan kaydettikten sonra, bu sitelerle ilgili çeşitli yönetim ve kullanım sorunlarıyla karşılaşmıştır. Bu sorunlar, eksik yönetim planları, kurumlar arası koordinasyon eksikliği, finansman zorlukları, yetersiz sosyal farkındalık ve etkili tanıtım eksikliği gibi faktörlere dayanmaktadır.

Bu çalışmanın konusu olan antik kent Kalkhedon, 20. yüzyılda Kadıköy'ün metropol bir konuma evrilmesiyle büyük ölçüde kaybolmuş, çeşitli yıkımlar, yeni yerleşimler ve demografik değişimler nedeniyle Kalkhedon'un tarihi kalıntılarına ulaşmak zorlaşmıştır. Ancak, Kalkhedon'un sürdürülebilir turizm perspektifiyle ele

alınması, bölgenin tarihi ve kültürel mirasının korunmasına ve turist memnuniyetinin artırılmasına katkı sağlayabilir. Kadıköy'ün modern kimliği ile antik Kalkhedon'un geçmişini harmanlayarak oluşturulacak turistik çekim merkezleri, hem yerel halkın hem de turistlerin ilgisini çekebilir ve bölgeye olan ilgiyi artırabilir.

2.4.3. Türkiye'nin Turistik İmajının Değerlendirilmesi

Türkiye, turistik destinasyon olarak algısı birçok akademik çalışma tarafından incelenmiştir. Bu çalışmalardan biri, Baloglu ve Brinberg'in (1997) Türkiye'yi 10 Akdeniz ülkesi ile karşılaştırarak yaptığı araştırmadır. Bu çalışma, 60 Amerikalı üniversite öğrencisinden Türkiye'nin duygusal imajını değerlendirmelerini istemiş ve Türkiye'nin, İsrail ve Cezayir ile birlikte olumsuz bir duygusal imaja sahip olduğunu ortaya koymuştur.

Bir diğer önemli çalışma, Baloglu ve McCleary'in (1999) Türkiye'nin turistik imajını ölçmek amacıyla uluslararası seyahat tutkunlarıyla yaptığı ankettir. Bu çalışmada, Türkiye'nin İtalya, Yunanistan ve Mısır gibi diğer Akdeniz ülkelerine göre nispeten olumlu bir imaja sahip olduğu belirlenmiştir. Ancak, Türkiye'ye yönelik olası önyargıları azaltmak amacıyla sunulan teşviklerin (örneğin ücretsiz paket turlar) etkisi üzerinde durulmuştur.

Sonmez ve Sirakaya (2002) ise potansiyel turistlerin kararlarında destinasyon imajının rolünü anlamak için bir araştırma yapmıştır. Türkiye'nin cazibesi, güvenli ve misafirperver ortam, genel hava ve tatil atmosferi, seyahat deneyimi, rahatlatıcı etki, yerel cazibe ve misafirperverlik, deneyimin otantikliği, sosyal ve kişisel iletişim kanalları, konfor/güvenlik ve turist kolaylığı gibi faktörlere dayanmaktadır.

Seyahat acentelerinin etkisinin önemine vurgu yapmak amacıyla yapılan çalışmalardan biri, Baloglu ve Mangalolu'nun (2001) Türkiye, İtalya, Yunanistan ve Mısır ile iş yapan ABD'li tur operatörleri ve seyahat acentelerinin imajını değerlendirdiği çalışmadır. Türkiye'nin değerlendirmesi, özellikle para karşılığında değeri boyutunda Yunanistan ve İtalya'dan daha yüksek bulunmuş, ancak gece hayatında Yunanistan'dan ve standart hijyen ve temizlikte İtalya'dan daha düşük bulunmuştur. Ayrıca, açık uçlu sorulara verilen yanıtlar, Türkiye'nin antik kalıntılar, tarih, eski ve arkeoloji ile

ilişkilendirildiğini, aynı zamanda mistik, ilginç ve gizemli olarak algılandığını göstermiştir.

Kozak'ın (2003) Türkiye'nin imajını ölçmek amacıyla yaptığı çalışma, Avustralya ve Yeni Zelanda'daki seyahat acentelerini içermiştir. Türkiye'nin tarihsel ve kültürel olanaklarının bilindiği ancak sıcak su kaynakları, flora ve fauna zenginliklerinin net bir şekilde anlaşılmadığı bulunmuştur. Ayrıca, katılımcıların Türkiye'yi bir Batı ülkesi olarak net bir şekilde algılamadıkları da ortaya çıkmıştır.

3. BÖLÜM

İSTANBUL KALKHEDON BÖLGESİ

3.1.1. KALKHEDON'DA MEDENİYET OLUŞUMU VE KENTLEŞMESİ

Her kültürde insanın yaratılışı ve nereden geldiği değişik biçimlerde yorumlanmaktadır. İnsanoğlunun çamurdan yaratıldığı kutsal kitaplarda yer almıştır.

Günümüzde bu konu bilim adamları tarafından araştırılmaktadır. Ayrıca, ensefalografi uzmanları (yunanca: εγκεφαλογράφος), elektroensefalografi ile, insanın beyin dalgalarının aktivitesini elektriksel bazda ölçen yöntemle, insan beyinini ve yaratılışını araştırmaya devam etmektedirler. İnsanı evrende diğer canlılardan ayıran en önemli özellik “*farkındalık*”tır. İnsan, kendi yaratılışının ve varlığının farkındadır. Bu nedenledir ki yaratılışını sorgular, genlerinin başlangıç haritasını, atalarını, yerleştikleri coğrafyayı araştırır.

İnsanın en uzak atasının bir *Promisiyen* (maymungiller öncesi) olduğu varsayılmış ve evrim sürecinde farklı türlere dönüşüp, “beyni nicel ve nitel değişikliklere uğramıştır” (Şenel s.59). İnsansılar evrimi 5 milyon yıl önce başlamıştır ve insan cinsine yani “*Homo*” türüne geçiş 3 milyon yıl öncesine dayanmaktadır. Bir milyon yıl kadar önce ise günümüz insan görünümü “*Homo Sapiens*” halini almıştır.

İnsanoğlunun dik yürümeye başladığı evrede kültürel gelişimin yaşanmaya başladığı sanılmaktadır. “Leakey ve Lewin’e göre, dik yürüyen *homo erectus*, kültürünü o kadar geliştirmiştir ki, ‘*hominidler*’ ilk kez tropikal bölgenin iklim baskılarından kaçarak başka yerlerde yaşama imkânı arayabilmişlerdir. Asya’ya, oradan da Avrupa’ya geçerek üç kıtada da evriminin güçlü ivmesiyle soylarını ‘*homo habilise*’ taşımışlardır. (Bıçak s.20).

İlk insanların, Anadolu’ya Yakın Doğu’dan göç ederek geldiği düşünülmektedir. MÖ 400 bin yıllarında Paleolitik çağda, insanlar Afrika’dan kıyı şeritlerini geçerek, Güneybatı Asya’ya göç etmişlerdir. Buradan Anadolu’nun güneydoğu bölgelerine ulaşmışlardır. İlkel toplumlarda eşitsizlik kavramı olmadığından ve üretim de yapılamadığından, insanlar doğada hali hazırda var olan kaynaklardan yararlanarak

yaşamlarını mağaralarda sürdürmüşlerdir. Kolektif yaşam biçimlerinde, iklim ve çevre etmeni önemli olmuştur. Anadolu'nun dağlar, ovalar, nehirler, denizler ve kıyılar gibi çok çeşitli coğrafi unsurları içermesi, dört mevsimin yaşanması, tarıma elverişli olması, zengin maden kaynaklarıyla metalürjinin burada başlamasını sağlamış hem ilkel dönemlerde hem de insanların uygarlığa geçiş döneminde, kendi özel ihtiyaçlarını karşılamalarına yardımcı olmuş ve gelişmelerine olanak sağlayacak büyük bir doğal kaynak çeşitliliği sunmuştur.

Hititler, Frigler, Urartular, Hellenler, Hattiler, İonlar (Luwiler), Lidyalılar, Persler, İskitler, Dorlar, Aramiler, Araplar, Romalılar, Bizans İmparatorluğu, Selçuklular, Anadolu Beylikleri, Osmanlı uygarlıklarının bazıları binlerce yıl önce, bazıları ise daha yakın tarihlerde Anadolu'da hüküm sürmüştür. Bunların yanı sıra, Anadolu'ya farklı kavimler de gelmiştir. Kent oluşumunun ve medeniyetin yükseldiği dönemler, tarih öncesi çağların ardından başlayan tarih çağları olarak kabul edilir.

Bu dönemlerde, ilkel topluluktan uygar topluma geçiş simgelenir. Kentli yaşayış ve uygarlık bu dönemlerde yayılmış ve gelişmiştir. Uygarlığın yayılması ve gelişimi ise kent devletlerinden imparatorluklara doğru bir yönelim göstermiştir (Şenel, s. 437). Tarih öncesi ve sonrası çağların başlangıç ve bitiş noktaları, akademik dünyada çeşitli görüşlere sahiptir ve bu nedenle Antik Çağ'ın, diğer adıyla Eski Çağ'ın tam olarak ne zaman sona erdiği kesin bir şekilde belirlenememektedir.

İstanbul ve çevresinde Paleolitik çağın ardından iskân edildiği sanılmaktadır. “Kemerburgaz ilçesinde bir el baltası, Pendik ilçesinde ise yine iki yüzeyli el baltaları tespit edilmiştir (Kansu, 1947, 1963). 1960'lı yıllarda İstanbul'un Asya yakasındaki Fikirtepe, İçerenköy ve Pendik'te ve Avrupa yakasındaki Göksu dereleri çevresinde de iki yüzeyli aletler içeren tekil Paleolitik Çağ buluntularına ulaşıldığı bildirilmektedir.” (Birol, s.63). İstanbul'da, Küçükçekmece Gölü'nün kuzeyinde yer alan Yarımburgaz mağaralarında ve Büyükçekmece'deki Eskice Sırtı ile Kilyos yakınlarındaki Gümüşdere Kumluğu bölgesinde, Dip Paleolitik döneme ait olan ve yaklaşık olarak 7500 yıl öncesine dayanan ilk insan izleri bulunmuştur.

M.Ö 7. Yüzyılda Anadolu kıyılarına yönelik Helen göçlerinin başlamasıyla, Marmara bölgesinde ve çevresinde yerleşim birimleri ortaya çıkmıştır. İstanbul'un antik

kentleri bu dönemde belirlemiştir: Bathonea Antik Kenti (Βαθυνία Κιουτσοúk Τσεκμετζέ Vatinia Küçük Çekmece), Athyra Antik Kenti (Άθυρα Μπουγιούκ Τσεκμετζέ Büyükçekmece), Rhegion Antik Kenti (Αρχαία Ρήγιον Küçükçekmece), Pentikion, Pandikapeum Antik Kenti (Πανδικαπέυμιον Αρχαία Πόλη Πεντίκιον Pendik), Hebdemon Antik Kenti (Ηέβδημον Αρχαία Πόλη Bakırköy), Khrysopolis Antik Kenti (Χρυσόπολη–Σκούταρι Üsküdar), Selymbria Antik Kenti (Σηλύμβρια Silivri), Philee Antik Kenti (Φύλη Şile), Khalkedon Antik Kenti (Χαλκηδόνα Kadıköy), Byzantion (Βυζάντιο), Konstantinopolis Antik Kenti (Κωνσταντινούπολις İstanbul).

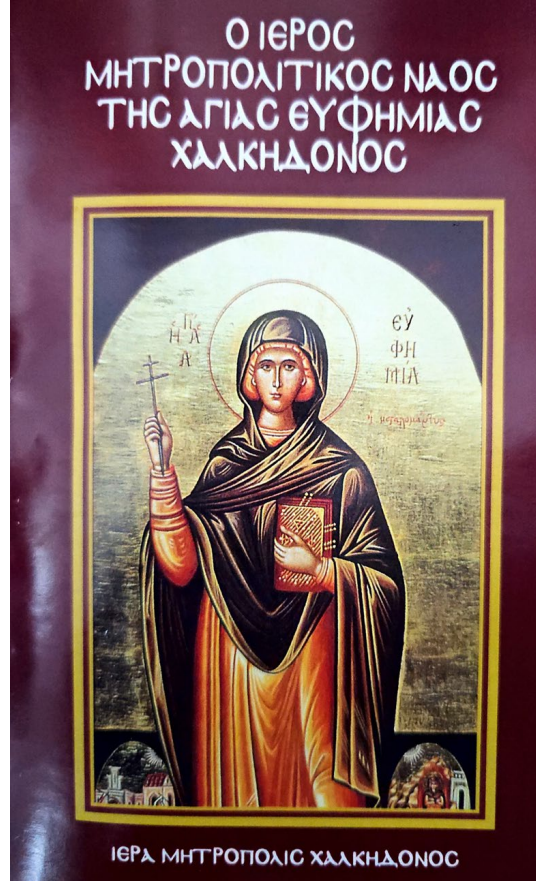
Anadolu'nun farklı bölgelerine yapılan göçler sonucunda oluşan kentler ve kültürler, birçok araştırmaya konu olmuştur. Ancak, İstanbul'da Antik Çağ'da kurulmuş bazı kentlerin sadece tarih ve arkeoloji alanlarında çalışıldığı görülmüştür. Son yıllarda İstanbul'da gerçekleştirilen kentleşme çalışmaları, metro, Marmaray ve diğer alt yapı projeleri sırasında arkeolojik eserlerin ortaya çıkmasına sebep olmuş ve bu durum İstanbul'un farklı bölgelerinin merak konusu haline gelmesine yol açmıştır. Antik kent Kalkhedon günümüzde Kadıköy'e dönüşmüştür. İstanbul Anadolu yakasının gözde merkezi olarak nitelendirilmekte olup birçok tur programında da yer almaktadır. Bu sebeple, Kadıköy'ün Antik Çağ'a uzanan geçmişini araştırmak ve turizmde sürdürülebilir bir destinasyon olarak yerini belirlemek önem taşımaktadır.

3.1.2. Antik Kent Kalkhedon'un Kadıköy'e dönüşümü

Eskiçağ'daki antik kent Kalkhedon, günümüzde İstanbul'un Kadıköy ilçesi sınırları içerisinde bulunmaktadır. Kalkhedon, MÖ 7. Yüzyılda 685 yılında, Megaralılar tarafından kurulan bir koloni şehri olarak tarih sahnesine çıkmıştır. Daha sonra Pers, Bizans, Sparta, Makedonya gibi farklı medeniyetlerin hâkimiyetine girmiştir. Birçok kaynakta yunanca χάλκη (bakır) kelimesi referans olarak gösterilse de M.Ö.2. yüzyıla ait olan şehir sikkесinin üzerinde bulunan Yunan alfabesindeki Kappa 'K, Alpha 'A', Lambda 'Λ', Khi 'X' harfleri esas alınarak oluşturulan Kalkhedon ismi yaygın olan kullanımıdır. Khalkedon veya Kalkhedon adı, Poseidon'un oğlu Kalkhedon veya kahin Kalhas'tan gelmektedir. Megaralılardan önce de bu bölgede Fenikelilerin yaşadığına dair bir görüş vardır. Fenike kökenli olduğu varsayılırsa, “Νέα Πόλης” Türkçe “Yeni Şehir” anlamına gelen Halkidon veya Kalkidon adını almıştır. “Kadıköy taşı” olarak bilinen “Kalsedon” doğal taşın kökeni de Kalkhedon'dan gelmektedir.

Kalkhedon'dan ilk kez Herodotos bahsetmiştir: “Megabazos, Hellespontoslulara unutulmaz bir hatıra olarak, tarihe geçecek bir söz bırakmıştır. Bizans'ta bulunduğu sırada, Kalkhedonluların kentlerini Bizanslılardan on yedi yıl önce kurmuş olduklarını öğrenmişti; bunun üzerine Kalkhedonluların o zamanlar kör olmaları gerektiğini söyledi; gözleri kör olmasaydı, ellerinin altında bu kadar güzel bir yer dururken gidip o kadar güzel olmayan bir yeri seçmezlerdi.” (Ökmen ve Erhat,1993:340) Megabazos , Pers Kralı I.Darius'un atadığı satraplardan biriydi. Byzantion, Antandros ve Kalkhedon, Megabazos tarafından fethedilmişti (Kaya,2018:166). Megabazos'un meşhur sözü üzerine Kalkhedon çoğu zaman körler ülkesi olarak anılmıştır.

Megaralılar zamanından beri Kalkedon gelişen bir şehirdi. Megaralıların kurduğu Bizantion ile rekabet halindeydi. Pers Kralı I. Darius'un yönetimindeki Kalkhedon, yine Persler tarafından yok edildi ve diğer Yunan Şehirlerinin kaderini takip etti. Kalkhedon, Bithynia eyaletinin idari bölümüydü. Kalkhedon şehri, Nikomedia'nın kurulmasından ve Bithynia'nın başkent olarak belirlenmesinden sonra geriledi. M.Ö. 74 yılında Bithynia kralı Nikomedes arafından Romalılara bazı şehirler verilmiş ve Kalkhedon Roma İmparatorluğu'nun egemenliğine girmiştir. Bizans döneminde Kalkhedon göreceli ihtişamını korumuştur. Kalkhedon, M.S.258 civarında Gotlar tarafından ve daha sonra sistematik yağmalamaya girişen İskitler tarafından yok edilmiştir. Son olarak 1350'de Osmanlılar tarafından işgal edilmiştir. Şehrin ele geçirilmesinden sonra 1453 yılında Fatih Sultan Mehmet, şehrin ilk idaresini üstlenen Hızır Bey'e bu polikiniyi, bugünkü adıyla Kadıköy'ü hediye etmiştir. 19. yüzyıla kadar isimsiz ve terkedilmiş bir köy iken, geçen yüzyılın sonlarında Türkler, yerliler ve yabancılar tarafından iskân edilmeye başlanmıştır. (EKTE: Ο ΙΕΡΟΣ ΜΗΤΡΟΠΟΛΙΤΙΚΟΣ ΝΑΟΣ ΤΗΣ ΑΓΙΑΣ ΕΥΦΗΜΙΑΣ ΧΑΛΚΗΔΟΝΟΣ/ KADIKÖY AZİZE EFİMİA METROPOLİTİK KİLİSESİ).



ΕΚ: Ο ΙΕΡΟΣ ΜΗΤΡΟΠΟΛΙΤΙΚΟΣ ΝΑΟΣ ΤΗΣ ΑΓΙΑΣ ΕΥΦΗΜΙΑΣ ΧΑΛΚΗΔΟΝΟΣ/
KADIKÖY AZİZE EFİMİA METROPOLİTİK KİLİSESİ BROŞÜRÜ

19. Yüzyılın ilk yarısında, Osmanlı döneminde Kadıköy çevresi Roma ve Bizans döneminde olduğu gibi, üst düzey yöneticilerin rağbet ettiği gözde bir sayfiye ve mesire yeri haline gelmiştir. Önemli tarımsal faaliyetlerin yürütüldüğü, çayır ve mesire alanlarının bulunduğu bir bölgedir. Osmanlı İmparatorluğuna hizmet etmiş isimlerin ve sultanların, Çamlıca, Kanlıca, Fenerbahçe, Kalamış, Moda gibi semtlerin iç kısımlarında ve sahil kısımlarında köşklerinin, denize sıfır yalılarının bulunduğu bir bölge olmuştur. İmparatorluğun çöküş dönemine paralel olarak askeri faaliyetlerin de yapıldığı bir dönem geçirmiştir. 1869 yılında o zamanlar daha büyük ve önemli bir merkez olan Üsküdar Sancağına bağlanmıştır.

6 Ekim 1923 tarihinde Ulu Önder Atatürk'ün liderliğinde, İstanbul Kadıköy düşman işgalinden kurtarılmıştır. Uzun süre Üsküdar'a bağlı olan Kadıköy, 23 Mart 1930'da ilçe yapılmıştır. Bu tarihte Kadıköy'ün Kızıltoprak ve Erenköy olmak üzere iki bucak olarak ayrıldığını belirtmek gerekir. Cumhuriyet dönemiyle birlikte Kadıköy,

modern kentsel hizmetlerden de yararlanma imkanına kavuşmuştur. Bu hizmetler arasında, 1928 yılında elektrik hizmetinin başlaması ve 1927 yılında şirket olarak kurulan tramvayın 1928 yılında Üsküdar-Kısıklı arasında seferlere başlaması sayılabilir.

Sonraki dönemlerde imar planlarının uygulanmasıyla Bostancı'ya kadar olan, Kadıköy'e bağlı semtlerle nüfus yoğunluğu artmıştır. Günümüzde de olduğu gibi çalışan nüfusun bir kısmı Avrupa yakasında işe giderken, iskelelerinde Moda, Üsküdar ve Bostancı'ya ulaşım sağlayan vapur seferlerinin sayesinde, Anadolu yakasında ikamet etmeyi tercih etmiştir.

30 Ekim 1973 tarihinde büyük bir törenle 1. Boğaz köprüsünün açılmasıyla vapur seferlerine olan talep azalmıştır. Ardından inşa edilen Fatih Sultan Mehmet Köprüsü (1988), Unkapanı Atatürk Köprüsü (1992), Galata Köprüsü (1994), ve Yavuz Sultan Selim Köprüsü (2016) karayolunda farklı ulaşım alternatifleri olarak ortaya çıkmışlardır. Bu köprüler, Boğaziçi'ndeki vapur seferlerine olan talebi azaltmış ve karayolu ulaşımının önemli bir parçası haline gelmiştir. 1980'den sonra İstanbul'a doğru göçün artmasıyla, imarda kolaylıklar sağlanmış ve böylece Kadıköy nüfusu daha da yükselmiştir. 1999 Deprem felaketinin ardından yeniden kentleşme çalışmalarına başlanmıştır. Günümüze kadar Kadıköy İlçesinde ve İstanbul genelinde de değişkenlik gösteren nüfus yoğunluğuyla beraber, vapur seferleri ve köprüler yetersiz hale gelmiştir. Bu nedenle Metrobüs ve Marmaray Tüp geçidi gibi yeni ulaşım yolları inşa edilmiştir.

Kadıköy'ün metropol bir konuma evrilmesi ve yapıların artmasıyla birlikte, Antik Kalkhedon'un geçmişi hakkında bilgi edinmek zorlaşmıştır. Başlıca sebepler arasında;

- a) Persler tarafından gerçekleştirilen kuşatmalar, yıkımlar ve daha sonra Roma ve Bizans dönemlerinde çeşitli yıkımların ve değişimlerin yaşanması,
- b) MS 347-395 yıllarında "I. Theodosius'un Byzantion Akropolis'i'ndeki tapınakları yıktırarak yerine yeni yapılar inşa ettirmesi" (Lortoğlu,2015:2),
- c) Osmanlı döneminde yeni yerleşim birimlerinin oluşması,
- d) Cumhuriyet'in ilk yıllarından günümüze gelen demografik, sismik etkiler ve fiziksel değişimler, savaşların sonucunda gerçekleşen göçler nedeniyle, kentin eski haline dair bulgulara nadiren rastlanmaktadır.

Antik kent Kalkhedon'dan günümüz Kadıköy'üne dönüşüm, sancılı dönemler, yıkımlar, savaşlar, yönetim değişiklikleri ve göçler gibi birçok etkene maruz kalarak bugünkü şeklini almıştır.

3.2. Kalkhedon'un Coğrafi Konumu

Kalkhedon antik kenti, günümüzde İstanbul'un Anadolu yakasında, Kadıköy ilçesinin merkezini oluşturan bölgede bulunmaktaydı. Bu bölge Bahariye, Moda, Kalamış semtleri için bir yüksek yarımada olarak bilinir. Günümüz Osmanağa mahallesi, Caferağa mahallesi, Yoğurtçu, Yeldeğirmeni, Altıyol, Söğütlüçeşme ve Hasanpaşa semtlerinde yapılan arkeolojik çalışmalar sonucunda kentin konumlandığı alanla ilgili bilgiler edinilmiş ve birtakım buluntulara ulaşılmıştır. Kentin konumuyla ilgili farklı görüşler bulunmaktadır.

Önemli bir koloni şehri olan Kalkhedon, iki limana sahipti. Kalamış adıyla bilinen koy doğusunu, Haydarpaşa Limanı'nın bulunduğu koy da batısını oluşturuyordu. Kentin biraz yukarısında bugünkü adı Kurbağalıdere olan, Yunan tarihçi “Strabon”un bahsettiği üzere denizden biraz içeride, içinde küçük timsahların yaşadığı Kalkhedon deresi bulunuyordu. “Kalkhedon”un kuzeyden akan Ayrılık Suyu ve güney doğudan gelen Kurbağalıdere ile çevrelenerek muhtemelen bugünkü Kadıköy çarşısını içine alacak şekilde kurulmuş olduğu varsayılabilir” (Lortoğlu,2015:120). Büyük olasılıkla Yoğurtçu semti de bugün bulunduğu yer ile aynı konumda bulunuyordu. Çamlıca'ya doğru bir ova bulunması, bölge halkının ihtiyaçlarını karşılaması bakımından önemliydi. Bununla birlikte, bazı görüşlere göre o dönemde Kadıköy'ün merkezi, Caferağa, Osmanağa, Fenerbahçe, Kalamış, Zühtüpaşa, Fikirtepe ve Karacaahmet civarını kapsıyordu. İstanbul'da tarih öncesi döneme ait en önemli yerleşim alanının Fikirtepe semti olduğu söylenmektedir. Fikirtepe, İstanbul'un bilinen en eski çanak çömlekçi neolitik kültürüdür.

M.Ö. 1000 yılları civarında, Fenikeliler tarafından Fikirtepe'de Harhadon adıyla bilinen bir ticaret kolonisi kurulduğu bilinmektedir (Koçak, 2023).

Bu dönemde Kuşdili Deresi bir haliç şeklindeydi ve kıyı çizgisi, bugünküne göre daha içeride, Fikirtepe-Hasanpaşa arasındaydı. Daha sonra, bu ilk yerleşmenin karşısında Moda Burnu ile Yoğurtçu semti arasında "Körler Ülkesi" ya da "Bakır Ülkesi" olarak

anılan ikinci yerleşim olan Kalkhedon kurulmuştur ve Apollon Tapınağı ile ün kazanmıştır. Haydarpaşa Çayırı ise Kalkhedonlular tarafından at yarışları için kullanılmaktaydı.

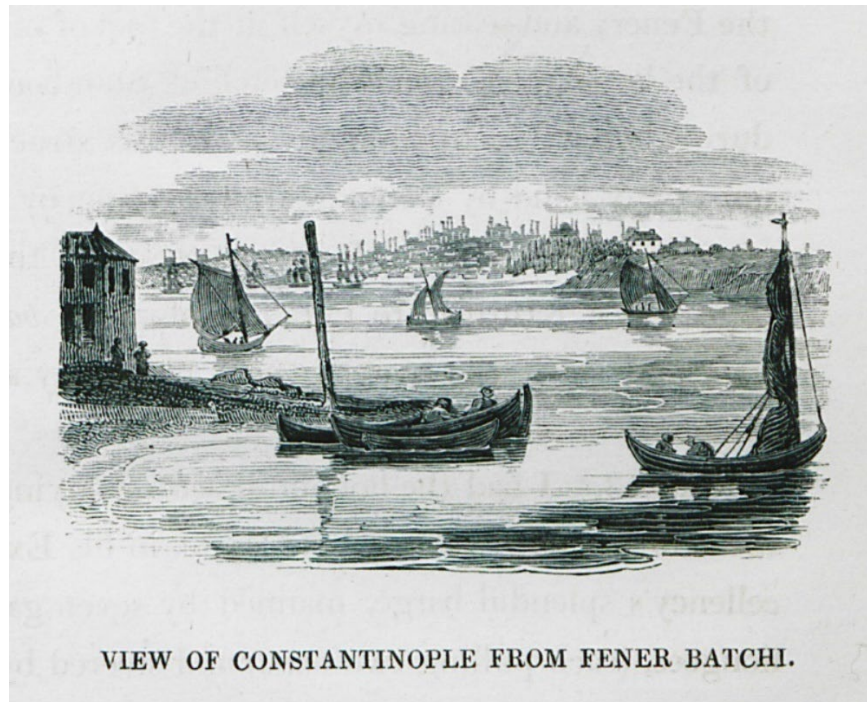
Yüksek yarımada konumlandığı düşünülen kent, sınır güvenliğini de korumaktaydı. Bu yarımada, hem Çamlıca, Kayışdağı ve Aydos'a kadar uzanan ovaya, hem de Propontida'ya “Προποντίδα” (Marmara Denizi'ne) ve Bosporos'a “Βόσπορος” (İstanbul Boğazı'na) hâkim bir durumdaydı.



Χάρτης της Προποντίδας και των στενών του Βοσπόρου.1547

Marmara Denizi ve İstanbul Boğazı Haritası.1547

Kaynak: <https://el.travelogues.gr/item.php?view=41350>



Άποψη της Κωνσταντινούπολης από τον Κάλαμο ή Φαναράκι, το σημερινό Φενέρ Μπαχτσέ. 1829

Kalamos'tan ya da bugünkü Fenerbahçe'den İstanbul'un görünümü. 1829

Kaynak: <https://el.travelogues.gr/item.php?view=50471>



Άποψη της Χαλκηδόνας, το σημερινό Καντί Κιόι. Στο βάθος φαίνεται ο Πύργος του Λεάνδρου και τμήμα της Βοσπόριας Άκρας. 1819

İstanbul Boğazı'nın karşısında, Antik kent Kalkhedon'un bulunduğu yer, bugünkü Kadıköy'ün görünümü. Arka planda Kız Kulesi görünüyor.1819

Kaynak: <https://www.el.travelogues.gr/item.php?view=50245>



Άποψη της Βοσπόριας άκρας από το Καρά Κιοϊ. Στο βάθος διακρίνονται τα Πριγκηπόνησα, ενώ στα αριστερά η Χαλκηδόνα (σήμερα Καντί Κίοι) και ο Πύργος του Λεάνδρου.1838

Karaköy'den İstanbul Boğazı manzarası. Arka planda Prens Adaları, solda ise Kalkhedon (bugün Kadıköy) ve Kız Kulesi görülebilir.1838

Kaynak: <https://el.travelogues.gr/item.php?view=50399>

4. BÖLÜM

İLGİLİ ÇALIŞMALAR

Abbasi Vd (2023) turizm destinasyonlarının sosyal medya kullanarak tanıtılması ve yeni müşteriler çekme zorluklarına odaklanmaktadır. Çalışma, turizm organizasyonlarının sosyal medya görselleri seçme sürecindeki zorlukları inceleyerek, tüketicilerin dikkatini çekme, destinasyonla etkileşim kurma ve eWOM davranışını teşvik etme konularını ele almaktadır. Uyarı-Organizma-Yanıt (S-O-R) çerçevesini kullanarak Ducoffe'un modeli ve Elaboration Likelihood Model (ELM)'i entegre ederek, sosyal medya görsellerinin özelliklerinin tüketicinin algılanan değeri ve eWOM üzerindeki etkilerini incelemiştir. Ankete dayalı yapılan çalışma, 307 bireyden elde edilen verilerle PLS-SEM temelli transmittal mediasyon yaklaşımını kullanarak önerilen yapısal modeli test etmiştir. Bulgular, sosyal medya görselleri ile eWOM arasındaki ilişkileri destekleyerek, turizm organizasyonlarına stratejik yönlendirmeler sunmaktadır. Çalışmanın önemi, turizm sektöründe sosyal medyanın etkili kullanımına dair stratejik kararları ele alması ve sektöre değerli bilgiler sunarak rekabet avantajı sağlamasıdır.

Acielma ve Güngör'ün (2021) araştırması, kültürel mirasın muhafazası, tanıtımı ve gelecek nesillere aktarılması konularına odaklanarak Altınköy Açık Hava Müzesi'ni incelemektedir. Müze, ziyaretçilere yaşayarak öğrenme imkânı sunma amacıyla özel olarak tasarlanmış olup, genel özellikleri ve turistik çekicilik bağlamında detaylı bir analize tabi tutulmuştur. Araştırma, nitel araştırma yöntemlerini benimseyerek gözlem, katılımcı gözlem ve mülakatlar aracılığıyla elde edilen birincil verilere odaklanmıştır. Elde edilen veriler, betimsel ve içerik analizi teknikleriyle çözümlenmiş, bu verilerin tamamı alıntılarla desteklenerek anlamlandırılmıştır. Altınköy Açık Hava Müzesi, geleneksel mimari, kültür, gelenek-görenekler, örf-adetler, yöresel yemekler ve düğün etkinlikleri gibi unsurları ziyaretçilere aktararak, 100 yıl öncesinin köy hayatını canlı bir şekilde yansıtmakta ve deneyimleme fırsatı sunmaktadır. Bu bağlamda müze, kültürel mirasın korunması ve turistik çekicilik açısından önemli bir role sahiptir. Ayrıca, çalışma, sosyal medya, televizyon programları ve fuar organizasyonları gibi etkinlikler aracılığıyla müzenin tanıtımının yapılarak kültürel mirasın geniş kitlelere ulaştırılmasının değerini vurgulamaktadır.

Akbaş (2020) turizmin gelişmiş yerleşim birimlerine sağladığı sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel faydaların yanı sıra, kitle turizminin doğal ve beşeri turizm kaynakları üzerindeki olumsuz etkilerini değerlendirerek, sürdürülebilir turizm perspektifini ele almaktadır. Özellikle Sardes Antik Kenti üzerinden gerçekleştirilen SWOT analizi, kültürel mirasın sürdürülebilirliği bağlamında bölgeye olan katkıları belirlemeyi amaçlamaktadır. Güçlü yönler arasında coğrafi konumu, tarihi zenginlikleri ve turistik potansiyeli öne çıkmaktadır. Fırsatlar arasında turizmin bölgeye olan katkısı, evre düzenlemesi imkanları ve bölgeye yakın turistik destinasyonlar bulunmaktadır. Zayıf yönler arasında turizm kaynaklarının yetersiz tanıtımı ve altyapı sorunları göze çarpmaktadır. Tehditler arasında ise miras öğelerinin tahrip olma riski, tanıtım eksikliği ve kalifiye personel sıkıntısı bulunmaktadır. Araştırma sonuçları, kültürel mirasın korunması ve turizm faaliyetlerinin sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesi için önemli bir yol haritası sunmaktadır. Bu çalışmanın önemi, kültürel mirasın korunması ve gelecek nesillere aktarılmasına yönelik sürdürülebilir turizm yaklaşımının vurgulanmasıyla birlikte, turizm faaliyetlerinin bölgeye etkilerini anlamak ve daha sürdürülebilir turizm modellerine geçişte stratejik bir perspektif sunmaktadır.

Akinci ve Helinc (2010), sürdürülebilir turizm ve kalkınma prensipleri temelinde, yerel halkın da katılımı ve desteği ile bölgenin doğal ve kültürel zenginliklerini vurgulayarak özel ilgi turizmi alanında yeni ürünlerin geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesiyle iç bölgelerde turizmin yayılmasını ve bölgesel gelir eşitsizliklerini minimize etmeyi hedeflemektedir. "Otantik Yörük Kültür Köyü Projesi" adı altında kurulacak sürdürülebilir bir turistik destinasyonla, bölgenin kültürel, doğal ve çevresel yapısını bozmadan sosyo-ekonomik kalkınmayı desteklemek, istihdamı artırmak, bölge turizmini canlandırmak ve çeşitlendirmek amaçlanmaktadır. Proje, bölgenin kültürel mirasını ve doğal yapısını koruma ve kullanma dengesini sağlamayı hedefleyerek, yerel halkın ve yerel yönetimlerin katılımıyla değerlendirilmesini öngörmektedir. Bu çerçevede, projenin bölgedeki sürdürülebilir turizm ve kalkınma açısından önemli bir adım olduğu ve yöre ekonomisine olumlu etkiler sağlaması beklenmektedir. Ayrıca, metinde Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Devlet Planlama Teşkilatı gibi kamu kurumlarının Türkiye'nin turizm potansiyelini daha etkili bir şekilde değerlendirebilmesi için yeni bir turizm politikası oluşturması gerekliliği üzerinde durulmaktadır. Paris'e yılda yapılan turist ziyaretlerinin Türkiye geneline gelen turist sayısından daha fazla olduğu

gerçeğinden yola çıkarak, ülkemize daha fazla turist çekebilmek ve turist harcamalarını artırabilmek için Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın kültür turizmi ve özel ilgi turizmi gibi alanlara yönelmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Ancak, bölgedeki potansiyel değerlerin yeterince anlaşılmaması, göz ardı edilmesi ve koordinasyon sorunları nedeniyle, bu değerlerin hak ettiği önemi göremediği ifade edilmekte ve kültürel ve doğal kaynakların kaybedilme riskine dikkat çekilmektedir.

Bachleitner ve Zins'in (1999) çalışması, kültür turizminin sürdürülebilir kalkınma ve yerel toplulukların refahı üzerindeki olumlu etkilerini vurgulamaktadır. Özellikle kırsal bölgelerde turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi ve kültürel zenginliklerin turizmle entegre edilmesinin, yerel ekonomiyi güçlendirebileceğini ve istikrarlı istihdam sağlayabileceğini belirtmektedir. Çalışma, Kültür ve Turizm Bakanlığı gibi kamu kuruluşlarının sürdürülebilir turizm politikalarını destekleyerek kültür turizminin yaygınlaştırılması ve kırsal bölgelerdeki potansiyelin değerlendirilmesi için stratejiler geliştirmesi gerekliliğini vurgulamaktadır. Ayrıca, araştırmanın sonuçları kültür turizminin özellikle sergi turizmi alanında kırsal bölgelerdeki küçük topluluklar üzerindeki olumlu etkilerini analiz etmeyi amaçlamış ve turizmin psikometrik etkilerini ölçen Turizm Etkisi ve Tutum Ölçeği'nin (TIAS) genişletilmiş bir modelini içermiştir. Bulgular, sergi turizminin bölgesel ekonomik kalkınma, istihdam ve yaşam kalitesine olumlu katkıda bulunduğunu göstermiş, aynı zamanda çevresel etkilerin sosyal etkiler üzerinde belirgin bir etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Bu bağlamda, kültür turizminin sadece büyük şehirlerde değil, kırsal bölgelerde de sürdürülebilir turizm açısından önemli bir potansiyel taşıdığı vurgulanmıştır.

Baloglu ve Mangaloglu (2001)'nin yaptıkları çalışmanın önemli sonuçları şunlardır: Tur operatörleri ve seyahat acentelerinin destinasyonlar hakkındaki algıları, turistik destinasyonların tanıtımı ve pazarlaması açısından kritik bir rol oynamaktadır. Yapılan inceleme, dört rekabetçi Akdeniz destinasyonunun güçlü ve zayıf yönlerini ortaya koymaktadır. Bu bilgiler, destinasyon pazarlamacıları için önemli stratejik ipuçları sunmaktadır. Çalışma ayrıca, turistik destinasyonların algılarının, tur operatörleri tarafından tasarlanan tur paketleri üzerinde etkili olduğunu ve bu imajların destinasyonun rekabetçiliğini belirlediğini göstermektedir. Ayrıca, destinasyon imajlarının ölçülmesi için hem yapılandırılmış ölçek öğeleri hem de yapılandırılmamış tekniklerin

kullanılmasının önemli olduğunu vurgulamaktadır. Sonuçlar, turistik destinasyonların sadece bilişsel değil, aynı zamanda duygusal boyutlarının da değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir. Bu bulgular, destinasyon pazarlaması ve strateji planlaması için kılavuz niteliğindedir.

Beerli ve Martín, J. (2004) destinasyon ziyaret sonrası imgesini oluşturan faktörleri açıklamayı ve deneysel olarak doğrulamayı amaçlayarak bir model geliştirmişlerdir. İki aşamalı bir yaklaşımla, algılanan imgenin farklı bileşenleri arasındaki ilişkileri analiz etmektedir. İki tür bilgi kaynağının (birincil ve ikincil) yanı sıra motivasyon, birikmiş turistik deneyimler ve sosyodemografik özellikler gibi faktörlerin, ziyaret öncesi ve sonrası algıları ve değerlendirmeleri nasıl etkilediğini incelemektedir. Çalışma, imaj oluşum sürecini anlamaya yönelik bir kavramsal çerçeve sunarak, destinasyon imgesi üzerine sınırlı deneysel kanıt bulunan alandaki boşluğu doldurmaya çalışmaktadır. Elde edilen sonuçlar, ikincil bilgi kaynaklarının ziyaret öncesi imgeyi etkilemede sınırlı rol oynadığını, seyahat acentesi personelinin ise belli imaj boyutları üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Ayrıca, motivasyonların duygusal imgeyi etkilediği ve deneyimin, algılanan imge üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Sonuçlar ayrıca sosyodemografik faktörlerin, bilişsel ve duygusal bileşenleri etkilediğini ve destinasyon pazarlama stratejilerinin bu faktörlere göre şekillenmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

Bigne, Sanchez ve Sanchez, J. (2001) tarafından gerçekleştirilen bu çalışmanın temel hedefi, turizm imajının tüketicilerin davranışları üzerindeki etkilerini ve destinasyonun algılanan imajının tatil deneyiminden elde edilen memnuniyet üzerindeki etkilerini sistemli bir şekilde incelemektir. Bu bağlamda, destinasyon imajının turistler tarafından algılandığı biçimiyle davranışsal niyetler arasındaki ilişki ve aynı imajın konaklama sonrası değerlendirmesi arasındaki ilişki de detaylı bir şekilde ele alınmıştır. Çalışmanın elde ettiği sonuçlar, destinasyon imajının turistler tarafından algılandığında, bu imajın turistlerin davranışsal niyetleri üzerinde ve konaklama deneyiminden sonraki değerlendirmeler üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Genel olarak bir yerin imajının birey tarafından iyileştirilmesi, bu kişinin gelecekte o yere geri dönmeye ve başkalarına tavsiye etmeye olan niyetini artırmaktadır. Aynı zamanda, genel imajın artması konaklama deneyimini olumlu bir şekilde değerlendirme eğilimini ve

algılanan kaliteyi artırmaktadır. Algılanan kalitenin memnuniyet ve geri dönme niyeti üzerinde olumlu bir etkisi olduğu ve memnuniyetin destinasyonu tavsiye etme niyetini belirlediği doğrulanmıştır. Ancak, kalitenin "tavsiye etme niyeti" üzerindeki etkisi ve memnuniyetin "geri dönme niyeti" üzerindeki etkisi kesin bir şekilde doğrulanamamıştır. Bu bulgular, destinasyon yöneticilerine pazarlama stratejileri oluştururken imajın etkisini sistematik bir şekilde değerlendirmeleri konusunda önemli bir rehberlik sunmaktadır.

Chen ve Phou, S. (2013) tarafından yürütülen bu çalışma, marka ilişkisi teorisi ve tutum teorisi çerçevesinde destinasyon imajı, destinasyon kişiliği, turist-destinasyon ilişkisi ve turist davranışı arasındaki ilişkileri analiz etmektedir. Çalışma, Kamboçya'daki Angkor tapınak bölgesini ziyaret eden 428 yabancı turist örneği üzerinden gerçekleştirilmiş olup, yapısal eşitlik modelleme tekniği kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlar, destinasyon imajı ve destinasyon kişiliğinin turist-destinasyon ilişkisi üzerinde olumlu etkileri olduğunu ve bu etkilerin turist davranışını etkilediğini göstermektedir. Ayrıca, çalışma turistlerin destinasyonlarla duygusal ilişkiler kurduğunu ortaya koyarak marka ilişkisi teorisini desteklemekte ve Bagozzi'nin (1992) tutum teorisini bilişsel, duygusal ve davranışsal sıralama bağlamında güçlendirmektedir.

Chen vd. (2020) tarafından yapılan çalışma, destinasyon marka angajmanının önemine odaklanmış olup, bu konseptin turizm endüstrisine uygulanmasının sınırlı olduğunu belirtmektedir. Çalışma, destinasyon marka otantikliği ve destinasyon marka özdeşleşmesi olmak üzere iki temel etkeni içeren bir entegre çerçeve önermektedir. Bu etkenler hem destinasyon odaklı hem de turist odaklı perspektiflerden geliştirilmiş olup, bunlarla ilişkilendirilen sonuçlar ise tekrar ziyaret niyeti ve öneri niyetidir. Ayrıca, destinasyon marka angajmanının aracılık etkisi de incelenmiştir. Bulgular, destinasyon marka otantikliği ve destinasyon marka özdeşleşmesinin destinasyon marka angajmanını, tekrar ziyaret niyetini ve öneri niyetini olumlu bir şekilde etkilediğini göstermektedir. Ayrıca, destinasyon marka angajmanının bu ilişkiyi aracılık ettiği belirlenmiştir. Destinasyon marka otantikliği, öneri niyetini doğrudan etkilerken, tekrar ziyaret niyetini dolaylı olarak etkilemektedir. Destinasyon marka özdeşleşmesinin ise tekrar ziyaret niyeti üzerinde doğrudan bir etkisi bulunmaktadır, ancak öneri niyeti üzerinde dolaylı bir etkisi vardır. Bulgular, destinasyon pazarlama organizasyonlarına destinasyon marka angajmanının önemini anlamalarına yardımcı olabilir ve destinasyon marka yönetiminde

marka performansını artırabilir.

Çalık ve Ödemiş (2018) tarafından yürütülen araştırmanın amacı, Gümüşhane'nin özgün niteliklerini muhafaza eden somut olmayan kültürel miras unsurlarının sürdürülebilir turizm açısından incelenmesidir. Araştırma, 16 paydaş katılımcıyla gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmeler aracılığıyla iletmiştir ve elde edilen sonuçlar betimsel analiz yöntemiyle değerlendirilmiştir. Bulgular, Gümüşhane'de birçok unutulmaya yüz tutmuş somut olmayan kültürel mirasın mevcut olduğunu ve turizmin Gümüşhane'nin özgün somut olmayan kültürel mirasını korumak için stratejik bir araç olabileceğini göstermektedir. Ayrıca, turizm etkinliklerinin planlanması aşamasında ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel boyutlara dikkat edilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Çalışma, yerel halkın turizm gelirlerinden adil pay almasının ve turizmin uzun vadeli etkilerinin göz önünde bulundurulmasının önemine işaret etmektedir. Sürdürülebilir turizm sürecinin dengeli bir şekilde planlanması gerektiği ve yerel kültürün korunmasının önemine vurgu yapmaktadır.

Çelikkat'ın (2015) çalışmasının sonuçlarına göre, yerel halkın turizme bakış açısı ve algıları önemli bir rol oynamaktadır. Araştırma sonuçlarına göre, yerel halkın turizmin ekonomik etkilerini algılamalarında cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, turizm sektöründe çalışma durumu ve gelir düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar saptanmamıştır. Ancak, meslek grupları arasında ve gelir durumlarına göre bazı farklılıklar gözlemlenmiştir. Turizmciler meslek grubuna dahil olan katılımcıların turizmin ekonomik etkilerini daha olumlu algıladığı belirlenmiştir. Ayrıca, daha yüksek gelir düzeyine sahip olan katılımcıların turizmin ekonomik etkilerini daha olumlu değerlendirdikleri tespit edilmiştir. Turizmin sosyal etkileri açısından ise yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, meslek, turizm sektöründe çalışma durumu, yabancı dil bilme durumu ve ikamet yılı gibi faktörler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar belirlenmiştir. Özellikle, evli ve çocuksuz olanlar, turizm sektöründe çalışanlar, yabancı dil bilenler ve uzun süre ikamet edenlerin turizmin sosyal etkilerini daha olumsuz değerlendirdikleri görülmüştür. Araştırma, turizmin olumlu etkilerini artırmak ve olumsuz etkilerini azaltmak için yerel halkın katılımının ve bilinçlendirilmesinin gerekliliğini vurgulamaktadır. Yerel halkın turizme olan olumlu bakış açısı, turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel boyutlarıyla uyumlu bir şekilde geliştirilmesini

destekleyebilir. Ayrıca, yerel halkın turizm gelişimine aktif katılımı, turizm politikalarının daha etkili ve sürdürülebilir bir şekilde uygulanmasına katkı sağlayabilir.

Kozak (2003) tarafından gerçekleştirilen bu çalışmanın temel amacı, Bilimsel bir perspektifle Bodrum'daki kitle turizminin çevresel etkilerini ortaya koymaktır. Araştırma, turizmin artışıyla birlikte mevsimsel yoğunlaşmanın çöp miktarlarındaki artış, tarla alanlarının azalması ve deniz suyunun kirlenmesi gibi çevresel sorunlara neden olduğunu belirledi. Bulgular, Bodrum'un turizm kaynaklı olumsuz etkilendiğini göstermektedir. Çalışma, kitle turizminin etkilerini detaylı bir şekilde inceledi ve bölgede çevresel sorunlarla karşılaşıldığını tespit etti. Turizmin yaygınlaşmasıyla birlikte, ekolojik unsurların bozulması, çevrenin kirlenerek yok olması ve kentleşme sorunları gibi konuların ortaya çıkabileceği vurgulanmıştır. Bu sorunların önüne geçebilmek için çevre duyarlılığı, altyapı yatırımları ve planlı kentleşme konularında önlemler alınması gerekmektedir. Ayrıca, turizm işletmeleri, yerel yönetimler ve halk arasında işbirliği sağlanmalıdır. Bodrum'un çevresel sorunlarına çözüm bulabilmesi için çöp yönetimi, atık su arıtma ve çevresel kontroller gibi konularda tedbirler alınmalı, mavi bayrağa sahip plaj, koy ve marina sayısı artırılmalıdır.

Prayag ve Ryan, C. (2011) yaptığı çalışmada destinasyon imajı, mekâna bağlılık, kişisel katılım ve ziyaretçi memnuniyetinin turist sadakatinin öncüleri olarak değerlendirildiği bir teorik modeli ele almaktadır. Mauritius adasındaki otellerde konaklayan 705 uluslararası ziyaretçi üzerinde gerçekleştirilen araştırmada, doğrulayıcı faktör analizi kullanılarak bu dört yapı arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Bulgular, mekâna bağlılık yapısının destinasyonlar için geçerli olduğunu, özellikle de mekân kimliğinin bu bağlılığı en güçlü şekilde tanımladığını göstermektedir. Ayrıca, destinasyon imajının turist memnuniyetini, bağlılığı ve dolaylı olarak sadakati etkilediği görülmüştür. Bu sonuçlar, destinasyon yöneticilerine, mekân özelliklerine, duygusal refaha ve ziyaretçi memnuniyetine odaklanarak turist sadakatini artırmak için pazarlama ve yönetim stratejileri geliştirmeleri konusunda önemli ipuçları sunmaktadır.

San Martín ve Del Bosque (2008) tarafından gerçekleştirilen çalışma, destinasyon imajının çok yönlü doğasını derinlemesine inceleyerek, bu kavramın bilişsel ve duygusal değerlendirmeler tarafından oluşturulan çok boyutlu bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymayı amaçlamaktadır. 807 turist üzerinde gerçekleştirilen araştırma sonuçları,

destinasyon imajının sadece bilişsel boyutlardan değil, aynı zamanda duygusal boyutlardan da etkilendiğini göstermiştir. Motivasyonlar ve kültürel değerler gibi psikolojik faktörlerin, bir turistik destinasyonun algılanan imajını şekillendirmedeki rolünü destekleyen bulgular, destinasyon yöneticilerine güçlü ve zayıf yönleri belirleme, özel pazarlama stratejileri geliştirme, destinasyon imajını etkili bir şekilde yönetme, pazar segmentasyonu ve özelleştirilmiş iletişim stratejileri oluşturma, tanıtımın ve projelene imajın uyumlu olmasına dikkat etme, turist beklentilerini anlama ve karşılama konularında yönetimsel çıkarımlar sağlamaktadır.

Šegota, Chen ve Golja (2022) tarafından Ljubljana (Slovenya) ve Pula (Hırvatistan) sakinleri üzerinde gerçekleştirilen araştırma, turistik yerlerde yerleşik olan yerel halkın davranışlarını anlamak amacıyla farklı psikolojik faktörlerin etkilerini incelemiştir. Bulgular, yerel halkın kendi kimlikleri, yer memnuniyeti, bağlılık, beklentiler ve ağızdan ağıza iletim (WOM) arasındaki kompleks ilişkileri açıklamaktadır. Çalışmanın sonuçlarına göre, yerel halkın turizme katkısı incelendiğinde, bireylerin yerleşim yerlerine olan bağlılıkları ve algıları önemli bir rol oynamaktadır. Araştırma, bireylerin kendileriyle ilgili beklentileri ve gerçekleşen durumlarıyla uyum içinde olmalarının, yer memnuniyetini artırdığını ve bu memnuniyetin olumlu ağızdan ağıza iletişimi doğrudan etkilediğini göstermiştir. Ayrıca, bireylerin yerleşim yerlerine duygusal bağlılıkları ve beklentileri, birçok kişiye hitap eden olumlu ağızdan ağıza iletişimi etkileyen önemli faktörler olarak ortaya çıkmıştır. Cinsiyet farkları da dikkate alındığında, erkeklerin gelecek beklentilerini, kadınların ise ideal benlik algılarıyla ilişkilendirdiği görülmüştür. Sonuç olarak, yerel halkın turizm destinasyonlarına olan katkısı, bireylerin algıları, beklentileri ve duygusal bağlılıkları üzerinden şekillenmektedir, bu da turizm gelişimi ve yerel toplumun sürdürülebilirliği açısından önemli bir rol oynamaktadır.

Shankar ve Chidambara'nın (2013) çalışmasına göre, Hindistan'ın zengin tarihi, kültürel ve miras özelliklerine sahip olan Mysore Şehri, yerel destek ve bağlılıkla gerçekleştirilen çeşitli faaliyetlerle kültürel miras farkındalığını artırmaya yönelik önemli çabalara ev sahipliği yapmaktadır. Jawarharlal Nehru National Urban Renewal Mission kapsamında City Corporation ve Heritage Commissioner's office işbirliğiyle başlatılan farkındalık programları, şehrin mirasını koruma çabalarına etkili destek sağlamaktadır.

Ancak mevcut düzenlemelerin, Karnataka Şehir ve Kır Planlama Kanunu'nun 12(1)(f) maddesi altında kültürel mirası master planlarda yeterince kapsamadığı vurgulanmakta ve Hampi Dünya Mirası Düzenlemeleri gibi detaylı düzenlemelerin oluşturulması gerektiği belirtilmektedir. Ayrıca, halk arasında farkındalığı artırmak için bilgi eğitim iletişimi, kültürel miras yürüyüşleri, özgürlük yürüyüşleri, sokak oyunları, ışık ve ses gösterileri gibi çeşitli etkinliklerin önemi vurgulanmakta ve bu çabaların şehirdeki miras alanlarının etkili bir şekilde yönetimi ve korunması için hayati olduğu vurgulanmaktadır.

Sonmez ve Sirakaya, E. (2002) tarafından yapılan araştırma, Türkiye'nin uluslararası turizm pazarındaki küçük payını ve dalgalanan turizm gelirlerini göz önüne alarak, ülkenin dünya seyahat edenlerinin zihinlerindeki imajının turizm hedeflerine istikrarlı bir şekilde ulaşamamasını ele almaktadır. Çalışmanın ana amacı, potansiyel seyahat edenlerin destinasyon seçim kararlarındaki rolü incelemek olup, bu bağlamda destinasyon imajı, seyahat eden algıları ve diğer davranışsal değişkenler etkileşimli bir şekilde değerlendirilmektedir. 552 katılımcıdan (%58,6 yanıt oranı) toplanan veriler, Türkiye'ye seyahat olasılığının belirlenmesinde Türkiye'nin genel çekiciliği, güvenli ve konuksever ortamı, genel atmosfer ve tatil havası, seyahat deneyimi, dinlendirici etki, yerel cazibe ve konukseverlik, deneyimin otantikliği, sosyal ve kişisel iletişim kanalları, konfor/güvenlik ve turist kolaylığı gibi algıların önemli öngördürücüler olduğunu göstermektedir. Çalışma, Türkiye'nin hedef pazarlardan biri olan Amerika Birleşik Devletleri'nden potansiyel seyahat edenlerin zihinlerinde olumlu bir konumda olmadığını ortaya koymakta ve destinasyon pazarlama stratejileri için önerilerde bulunmaktadır. Ayrıca, Türkiye'nin güvenli ve güvenilir bir ortam olarak algılanma konusuna özel bir dikkat göstermesi gerektiği vurgulanmaktadır.

Yoon ve Uysal (2005) tarafından gerçekleştirilen bu çalışma, turizm literatüründeki boşluğu doldurmayı hedefleyerek, turist motivasyonu, tatmini ve destinasyon sadakati arasındaki karmaşık ilişkileri bütünlüklü bir perspektifle incelemiştir. Yapılan yapısal eşitlik modelleme analizi, turist tatmininin destinasyon sadakati üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu doğrulamıştır. Bulgular, destinasyon yöneticilerinin turist memnuniyetini artırarak olumlu turist davranışlarını destekleyebilecekleri ve destinasyonun rekabetçiliğini güçlendirebilecekleri konusunda stratejik bir rehberlik sunmaktadır. Ayrıca, çalışma turistlerin destinasyonlarına olan

sadakatinin, tekrar ziyaret niyetleri ve çevrelerine destinasyon önerileriyle ölçülebileceğini ortaya koymuştur. Sonuçlar, turist memnuniyetinin destinasyon sadakati üzerinde kritik bir rol oynadığını ve turizm destinasyonlarının pazarlamasında önemli bir faktör olduğunu vurgulamaktadır. Bu bağlamda, destinasyon yöneticileri için turist motivasyonunu anlamak ve tatmini artırmak stratejik bir öncelik olarak belirtilmiştir. Bu çalışma, turizmde motivasyon, tatmin ve sadakat konularında daha fazla araştırma ve stratejik planlama ihtiyacını vurgulayarak sektördeki paydaşlara önemli bir katkı sağlamaktadır.

5. BÖLÜM

YÖNTEM

5.1. Yöntem

Bu çalışma, Kadıköy'deki farklı meslek gruplarından bireylerin tarihi mekanlar, destinasyon imajı ve sürdürülebilir turizm algısını keşfetmeyi amaçlayan bir nitel araştırmayı içermektedir. Araştırma, nitel araştırma paradigması benimseyerek açıklayıcı fenomenoloji araştırma tasarımını kullanmaktadır. Fenomenoloji yöntemi önceden belirlenmiş kavramlara eleştirel bir yaklaşım getiren metodolojik bir çerçeve sunmaktadır. Fenomenoloji yöntemi, bireylerin yaşadıkları deneyimlerin derinlemesine anlaşılmasını amaçlayan bir nitel araştırma yöntemidir. Bu yöntem, bireylerin deneyimlerinin özünü ve anlamını keşfetmeye odaklanır, genellikle derinlemesine mülakatlar ve açık uçlu anketler kullanılarak veri toplar. Toplanan veriler, fenomenolojik analizle incelemeye alınarak deneyimlerin ortak temaları ve yapılarına dair kapsamlı bir anlayış geliştirilir. Araştırmacılar, bu süreçte kendi önyargılarını ve varsayımlarını bir kenara koyarak, katılımcıların öznel bakış açılarını ve kişisel anlamlarını açığa çıkarmayı hedefler. Böylece, bireylerin yaşam deneyimlerinin en gerçekçi ve otantik biçimde yorumlanması sağlanır. Bu yöntem, araştırmacının katılımcıların deneyimlerine odaklanmasına imkan tanımaktadır (Creswell, 2020; Yıldırım ve Şimşek, 2016). Sundler vd., (2019) tarafından öne sürülen, açıklık ve öz-sorgu üçlüsü, araştırmacının kendi inançlarının ve önyargılarının çalışmayı nasıl etkilediğine dair farkındalık kazanmayı hedeflemektedir.

5.2. Örneklem Katılımcı Seçimi

Bu nitel çalışmada, katılımcı seçimini belirlemek amacıyla Yargısal örneklem tekniği kullanılmıştır (Morgan, 2008). Kadıköy'de yaşayan çeşitli meslek gruplarından bireylerin seçiminde belirli kriterlere dayanılmıştır. Yargısal örnekleme tekniği, bu kriterlere uyan bireylere etkili bir şekilde ulaşmak için tercih edilmiştir. Ocak 2024'te, çalışmanın odak noktasındaki çeşitli mesleklerden toplamda 9 kişiyi içeren bir grup oluşturmak için bu yöntem etkili bir şekilde uygulanmıştır. Yargısal örnekleme, örneklemin araştırmacının kişisel arzuları, düşünceleri ve deneyimlerine göre seçildiği

bir örnekleme yöntemidir. Bu yöntemin kolayda örneklemeden farkı, araştırmacının belirli ölçütler belirleyerek bu ölçütlerin temsili bir örneklem oluşturacağına inanmasıdır. Kolayda örneklemede olduğu gibi, yargısal örneklemede de örnekleme birimlerine kolayca ulaşılabilir ve veriler hızlı bir şekilde toplanabilir.

Katılımcılara yöneltilen sorular aracılığıyla, çalışmaya katılmayı kabul eden uygun bireylerden, çalışmanın kriterlerine uygun diğer potansiyel katılımcıları önerebilmeleri için bilgi toplanmıştır. Bu yöntemle elde edilen katılımcılar arasında, Kadıköy'de yaşayan otel sahipleri, turist rehberleri, kafe sahipleri, mağaza sahipleri, concierge ve ev hanımları bulunmakta; toplam 9 kişinin yaşları 34 ile 78 arasında değişirken, bölgedeki ikamet süreleri 5 ay ile 55 yıl arasında değişmektedir.

5.3. Veri Toplama ve Analiz

Bu araştırma, Kadıköy'de yaşayan çeşitli meslek gruplarından bireylerin, tarihi mekanlar ile destinasyon imajı ve sürdürülebilir turizm algısını nasıl deneyimledikleri konusunda bir perspektif sunmayı hedeflemektedir. Veri toplama sürecinde, yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme öncesi katılımcılara görüşme protokolü paylaşılmış olup, görüşmenin gizliliği ve katılımcının istediği zaman araştırmadan çekilebileceği hususları vurgulanmıştır. Görüşmeler, yazılı olarak kaydedilmiştir, bu da katılımcıların söylemlerinin doğru ve eksiksiz bir şekilde belgelenmesini sağlamıştır. Her görüşme, 11 soru üzerinden yaklaşık 40-45 dakika sürmüştür. Derinlemesine görüşme, araştırmacının sınırlı sayıda katılımcı ile konuyu, olguyu veya durumu katılımcı bakış açısıyla detaylı bir şekilde inceleme olanağı sağlayan etkili bir yöntem olarak öne çıkmaktadır (Boyce, 2006). Araştırmanın temel kavramları, Kadıköy'ün destinasyon imajı ve sürdürülebilir turizm algısı olarak belirlenmiş ve bu bağlamda dedüktif bir yaklaşım benimsenmiştir.

5.3.1. Mülakat Sorularının hazırlanması

Bu tezde, sürdürülebilir turizmin iş yerleri ve mahalleler üzerindeki etkilerini anlamak amacıyla çeşitli sorular geliştirilmiştir. Soruların hazırlanması sürecinde, araştırmanın ana konusu belirlenmiş ve bu kapsamda sürdürülebilir turizmin çeşitli boyutlarını kapsayacak sorular oluşturulmuştur (Ek 1). İlk olarak, literatür taraması

yapılarak sürdürülebilir turizmle ilgili mevcut çalışmalar incelenmiş ve bu çalışmalardan elde edilen bilgiler doğrultusunda soruların temaları oluşturulmuştur. Bu aşamada, sürdürülebilir turizmin çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel boyutları üzerinde durulmuştur. Bu temalar şunlardır:

- *Sürdürülebilir Turizmin İş Yerleri ve Mahalleler Üzerindeki Etkileri*: Bu tema, iş yerlerinin ve mahallelerin sürdürülebilir turizme nasıl katkı sağladığını ve bu katkıların hissedilip hissedilmediğini anlamayı amaçlamaktadır.
- *Sürdürülebilir Turizmin Günlük Yaşam Tarzına Etkileri*: Bu tema, sürdürülebilir turizmin bireylerin ve çevrelerindeki diğer insanların günlük yaşam tarzını nasıl etkilediğini incelemektedir.
- *Kültürel Etkinliklerin Turizme Etkisi*: Bu tema, katılımcıların kültürel etkinliklere katıldıklarında turizmin nasıl bir etki yarattığını ve bu etkinliklerin sürdürülebilir turizme nasıl katkı sağladığını değerlendirmektedir.
- *Turist Beklentileri ve Mahalle Kültürü ile İşletme Yönetimine Etkileri*: Bu tema, turistlerin sürdürülebilir turizmle ilgili beklentilerini ve bu beklentilerin mahalle kültürüne veya işletmelerin yönetimine olan etkilerini anlamayı hedeflemektedir.
- *Benzersiz Sürdürülebilir Turizm Uygulamaları ve öneriler*: Bu tema, işletmelerin veya mahallelerin sürdürülebilir turizmle ilgili benzersiz uygulamalarını ve bu alanda yapılabilecek önerileri ele almaktadır.

Hazırlanan sorular, sürdürülebilir turizmin çeşitli boyutlarını kapsayacak şekilde tematik olarak gruplandırılmıştır. Temalar iş yerleri ve mahalleler üzerindeki etkiler, günlük yaşam tarzına etkiler, kültürel etkinlikler ve turizm, turist beklentileri ve mahalle kültürü, benzersiz uygulamalar ve öneriler şeklinde belirlenmiştir. Her bir tema için detaylı ve spesifik sorular hazırlanmış olup, bu soruların katılımcıların konuyla ilgili derinlemesine düşüncelerini ve deneyimlerini ortaya çıkarması amaçlanmıştır. Ayrıca, soruların açık uçlu olması sağlanarak, katılımcıların geniş ve detaylı yanıtlar verebilmeleri hedeflenmiştir. Bu sayede, katılımcıların kişisel deneyimleri ve görüşleri hakkında daha kapsamlı bilgiler elde edilmiştir.

Görüşmeler, katılımcılara Kadıköy'ün destinasyon imajının mevcut durumu ve geleceği, tarihi yapıların korunması ve çekiciliğinin artırılması, sürdürülebilir turizm

uygulamalarına dair düşüncelerini paylaşma fırsatı sunmuştur. Görüşmeler, 30 Aralık 2024- ile 02 Şubat 2024 tarihleri arasında katılımcıların bulundukları mekanlarda gerçekleştirilmiş ve yazılı olarak kaydedilmiştir. Daha sonra, görüşmeler titizlikle transkribe edilmiştir.

5.4. Mülakatların Güvenilirliği ve Geçerliliği

Kadıköy'de Ocak 2024'te yapılan mülakatlar, çeşitli mesleklerden toplamda 9 kişinin yer aldığı bir grup ile gerçekleştirilmiştir. mülakatların güvenilirliği ve geçerliliği, standartlaştırılmış uygulama, tutarlılık, içerik geçerliliği ve çeşitlilik kriterleri açısından olumlu bir şekilde sağlanmıştır. Bu mülakatların güvenilirlik ve geçerliliğini değerlendirmek için aşağıdaki kriterlere göz önüne alınmıştır:

5.4.1. Güvenilirlik

Standartlaştırma: Mülakatlar, açık uçlu sorularla yapılmış olup, her katılımcıya aynı tür sorular sorulmuştur. Bu, mülakatların standartlaştırılmış olduğunu ve dolayısıyla güvenilirlik açısından tutarlılığı artırdığını gösterir.

Tutarlılık: Mülakatların düzenli bir şekilde ve belirli bir protokol çerçevesinde yapılmış olması, elde edilen verilerin tutarlılığını destekler. Her bir mülakatın benzer koşullar altında gerçekleştirilmesi, sonuçların güvenilirliğini artırır.

5.4.2. Geçerlilik

İçerik Geçerliliği: Açık uçlu sorular, çalışmanın odak noktasındaki meslekler hakkında kapsamlı bilgi edinmeyi amaçladığı için, mülakatların içeriği çalışmanın hedefleri ile uyumludur. Soruların, çalışmanın amaçlarını ve araştırma sorularını doğrudan yansıtması, geçerliliği destekler.

Katılımcı Seçimi: Mülakatlar, çeşitli mesleklerden seçilen 9 kişi ile yapılmıştır. Bu çeşitlilik, elde edilen verilerin farklı bakış açılarını temsil etmesini ve dolayısıyla genel geçerliliğini artırır.

5.5. Veri Analizi

Veri analiz sürecinde, tematik analiz yöntemini benimsemiştir. Braun ve Clarke (2021), dedüktif tematik analizin belirli bir kodlama şemasının veriye uygulandığı bir süreci içerdiğini ifade etmektedir. Tematik analiz, nitel verilerin anlamlı temalar ve kalıplar belirlemek için kullanılır; bu süreç, verilerin dikkatlice okunması ve kodlanmasıyla başlar, ardından kodlar gruplandırılarak ana temalar oluşturulur. Sonrasında, bu temalar detaylı bir şekilde incelenir ve verinin genel yapısındaki rolü analiz edilir. Nihayetinde, elde edilen bulgular bir rapor halinde sunulur ve temaların araştırma soruları ve literatürle nasıl ilişkilendiği açıklanır. Bu yöntem, verilerin derinlemesine anlaşılmasını ve organize edilmesini sağlar. Ayrıca, veri analizi sürecinde MASQDA programı kullanılmıştır. MASQDA, nitel veri analizi için yaygın olarak kullanılan bir araştırma aracıdır ve veri analizinde sistematik bir yaklaşım sunar. MASQDA (Matrix-based Analytical Strategy for Qualitative Data Analysis), nitel veri analizinde kullanılan bir program olup, özellikle büyük miktarda nitel verinin sistematik ve yapılandırılmış bir şekilde analiz edilmesini kolaylaştırmak amacıyla geliştirilmiştir. Bu program, nitel verilerin analitik bir matriks içine yerleştirilerek analiz edilmesini öngörür ve bu sayede veriler arasında ilişki kurulmasını, temaların ve örüntülerin ortaya çıkarılmasını sağlar. Analiz sürecinde, teorik kavramlar veriye uygulanarak daha fazla kodlanmış ve yorumlanmıştır. Braun ve Clarke (2021), analiz ile düşünsel açıklama arasında bir bağlantı önerir ve bu bağlamda, araştırmacının kişisel düşünce süreci kullanılarak, araştırmacı öznelliği katılımcıların yaşam deneyimlerine dair bir yansıma olarak dahil edilmeye çalışılmıştır. İlk aşamada, nitel veriler (mülakat transkriptleri, gözlem notları, belgeler vb.) toplanmış ve organize edilmiştir. Ardından, bu veriler kodlanarak belirli temalar veya konular etrafında organize edilip kategorilere ayrılmıştır. Kodlama işlemi, verilerin belirli temalar altında gruplandırılmasını sağlarken, kategorilendirme ise kodların daha geniş temalar veya ana kategoriler altında toplanmasını içermiştir. Bu süreçte, kodlar ve kategoriler analitik bir matriks yapısında düzenlenmiştir. Matriks, verilerin sistematik olarak karşılaştırılmasını ve analiz edilmesini mümkün kılmıştır. Son olarak, bu matriks kullanılarak veriler arasındaki ilişkiler ve örüntüler belirlenmiştir. Bu sayede, verilerin anlamlı bir şekilde yorumlanması ve teorik çıkarımlar yapılması sağlanmıştır.

6. BÖLÜM

BULGULAR

6.1. Katılımcıların Demografik Bilgilerine Yönelik Bulgular

Katılımcıların demografik bilgilerine yönelik bulgular, Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Katılımcıların Demografik Bilgilerine Yönelik Bulgular

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Meslek	Bölgede İkamet Süresi
K1	Erkek	52	Otel sahibi	10 yıl
K2	Erkek	60	Turist Rehberi	55 yıl
K3	Erkek	38	Kafe Sahibi	3 yıl
K4	Erkek	41	Turist Rehberi	20 yıl
K5	Erkek	45	Mağaza sahibi	45 yıl
K6	Erkek	34	Concierge.	25 yıl
K7	Kadın	35	Servis Elemanı	5 ay
K8	Kadın	38	Turist Rehberi	8 yıl
K9	Kadın	78	Ev hanımı	38 yıl

İstanbul'un Kalkhedon semtindeki sürdürülebilir destinasyon imajının oluşumuyla ilgili yürütülen araştırmada, katılımcılar çeşitli meslek gruplarından, farklı yaş gruplarından ve cinsiyetlerden seçilmiştir. Araştırmaya otel sahipleri, kafe işletmecileri, turist rehberleri, mağaza sahipleri gibi çeşitli sektörlerden katılımcılar dahil edilmiştir. Katılımcıların farklı mesleklerden olması, topluluğun çeşitli beceri ve deneyimlere sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca, K9'un 38 yıldır ev hanımı olarak bölgede yaşaması, katılımcıların farklı yaşam tarzlarına da işaret etmektedir. Bu katılımcılar, Kalkhedon semtindeki yaşam süreleri ve meslek deneyimleri çerçevesinde sürdürülebilir turizmin oluşturulmasında somut olmayan kültürel varlıkların rolüne ilişkin çeşitli bakış açıları sunmuşlardır.

6.2. İstanbul Kalkhedon örneğinde sürdürülebilir destinasyon imajının oluşumundaki somut olmayan kültürel varlıkların etkilerine dair bulgular.

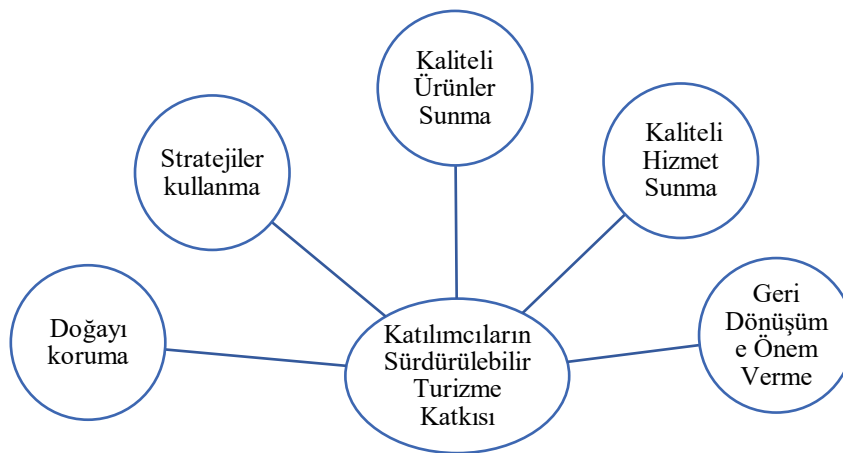
Araştırma, katılımcıların demografik bilgileriyle birlikte İstanbul Kalkhedon örneğinde sürdürülebilir destinasyon imajının oluşumundaki somut olmayan kültürel faktörlere odaklanmıştır. Bulgular, katılımcıların sürdürülebilir turizme katkısı,

sürdürülebilir turizmin günlük yaşam tarzına etkisi, kültürel etkinliklerin ve benzersiz uygulamaların sürdürülebilir turizme etkisi gibi konuları içeren çeşitli alt başlıklar altında sunulmuştur.

6.2.1. Katılımcıların Sürdürülebilir Turizme Katkısına Yönelik Bulgular

Katılımcı görüşlerine göre, İş yerleri veya mahallenin sürdürülebilir turizme katkıları çeşitli temalarda ortaya çıkmaktadır. İşletme sahipleri, bölgeye değer katma amacı güderken kaliteli ürünler ve etkili tanıtımları ön planda tutmaktadır. Diğer yandan, çevre duyarlılığı ve kaliteli hizmetle sürdürülebilir turizme odaklananlar da bulunmaktadır. Bazı katılımcılar, geri dönüşüm çalışmalarıyla çevre bilincini artırmanın önemine vurgu yaparken, diğerleri çevre bakımı ve doğaya saygının sürdürülebilir turizmin temeli olduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca, işyerlerini mahalle odaklı bir perspektifle değerlendirerek, yerel işletmecilerin iletişim ve pazarlama stratejilerinin sürdürülebilir turizmde kritik bir rol oynadığını belirten katılımcılar da önemli bir yer tutmaktadır.

Katılımcılara “İş yeriniz veya mahalleniz sürdürülebilir turizme nasıl katkı sağlıyor? Bu katkıları hissetmişir musunuz?” sorusu sorulduğunda alına cevaplara yönelik temalar aşağıda detaylı olarak sunulmuştur.



Şekil 2. Katılımcıların Sürdürülebilir Turizme Katkısı

6.2.1.1.Kaliteli Ürünler Sunma

İşletme sahipleri K3 ve K5, sürdürülebilir turizme katkıda bulunmak amacıyla yerli ve yabancı ziyaretçilere hitap eden kaliteli ürünler sunma ve etkili tanıtımlar yapma stratejilerini benimsemekteler. Bu çabalar, bölgeye değer katmayı amaçlayan bir yaklaşımın bir parçası olarak değerlendirilebilir. K3, bölgedeki çalışmaların yetersiz olduğunu şöyle vurgu yapmıştır:

"Bulunduğumuz bölgedeki çalışmalar bu konuda yetersiz, yerli ve yabancıya hitap eden kaliteli ürünlerle, tanıtımlarla ve kalifiye personelle insanları buraya çekmeye çalışıyoruz."

K5 ise doğa sporları ürünleriyle bölgeye değer katmanın önemine şöyle vurgu yapmıştır:

"Üst kalite doğa sporları ürünlerini yerli ve yabancı müşterilere tedarikini sağlayarak bölgeye değer katmaktayız."

6.2.1.2.Kaliteli Hizmet Sunma

Katılımcılar K6 ve K7, iş yerlerinin sürdürülebilir turizme katkısını çevre duyarlılığı ve kaliteli hizmetle sağlama odaklı bir yaklaşımı benimsediklerini ifade etmiştir. K6, daha iyi hizmetin sağlanmasıyla katkı sağlanabileceğini vurgularken, K7 ise güler yüz ve nezaketin sürdürülebilir turizm için önemli olduğunu belirtiyor. Bu temaya katılımcı görüşlerinden örnekler aşağıda sunulmuştur:

K6:"Daha iyi ve güzel hizmet vererek katkı sağlanabilir. Hissettiğim zamanlar oluyor. Otelimizin çevresi ve bahçe düzenlemesi Kadıköy'ün yapısına uygun, buna dikkat ediliyor."

K7:"Evet, yabancı ve yerli insanlara güler yüzümüzü ve nezaketimizi eksik etmiyoruz. Mekânımızı ve mahallemizi özenle koruyoruz."

6.2.1.3.Geri Dönüşüme Önem Verme

K1, otelinde geri dönüşüm çalışmaları yaptığını ve çevresinde farkındalık oluşturmayı amaçladığını şöyle açıklamaktadır:

K1: "Otelimizde geri dönüştürülebilir ve dönüştürülemeyen atık kutularımızı aldık artık pil atıklarımızı başka bir kutuda biriktiriyor tehlikeli atık ve tehlikesiz atık bölümleri yaparak bunları daha iyi ayrıştırabiliyoruz. Bu katkıları zaman içerisinde daha iyi hissedeceğimizi düşünüyorum."

6.2.1.4.Doğayı koruma

K9 çevre bakımı ve doğaya saygının sürdürülebilir turizmin temeli olduğunu aşağıdaki gibi ifade etmiştir.

K9: "Çevre bakımı ve doğaya saygı Sürdürülebilir turizmin temelidir diye düşünüyorum"

6.2.1.5.İletişim Stratejileri kullanma

K3, işyerini turizm acentası olarak değil, mahalle ve ilçe odaklı bir perspektifle değerlendiriyor. İlçesindeki Kadıköy'ün sürdürülebilir turizm adına büyük bir atılım yaptığını ve bu başarıda turist rehberlerinin yanı sıra yerel işletmecilerin etkili iletişim ve pazarlama stratejilerinin önemli bir rol oynadığını aşağıdaki gibi ifade etmiştir.

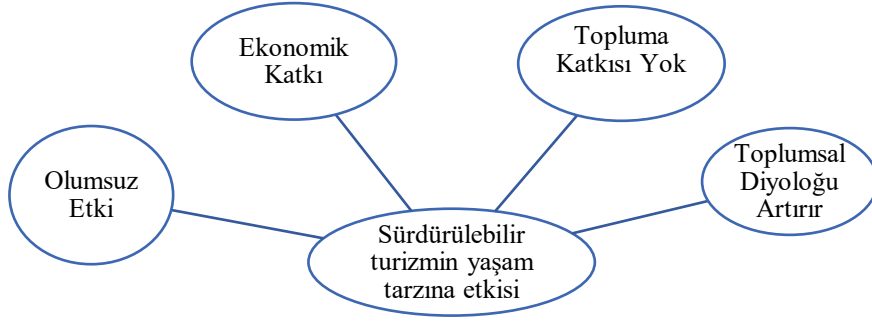
K3: "İşyerim ki bir turizm acentası olup onu arka plana bırakıp mahalleme, daha doğrusu İlçemi bu konuda biraz analiz edeyim... Yerel işletmecilerin de yüksek eğitim seviyeleri, interneti ve sosyal medyayı iyi kullanabilmeleri tüm dünya turistlerine ulaşabilmelerini olanaklı kılmıştır"

6.2.2. Sürdürülebilir turizmin, insanların günlük yaşam tarzına etkisine Yönelik Bulgular

Sürdürülebilir turizmin günlük yaşam tarzına etkisi çeşitli temalarda ortaya çıkmıştır. İşletme sahipleri ekonomik katkı ve yerel kalkınma perspektiflerini vurgularken, bazı katılımcılar sürdürülebilir turizmin çevre duyarlılığı ve toplumsal etkilerine odaklanmaktadır. Ancak, katılımcıların bazıları sürdürülebilir turizmin olumsuz etkileri olduğunu düşünmektedir. Bu temalar, katılımcıların farklı perspektiflerle sürdürülebilir turizmin yaşam tarzlarına olan etkilerini değerlendirdiğini

göstermektedir.

Katılımcılara “Sürdürülebilir turizmin, sizin ve çevrenizdeki diğer insanların günlük yaşam tarzını nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz?” sorusu sorulduğunda alınan cevaplara yönelik temalar aşağıda detaylı olarak sunulmuştur.



Şekil 3. Sürdürülebilir turizmin yaşam tarzına etkisi

6.2.2.1.Ekonomik Katkı

K3, işletme sahibi olarak sürdürülebilir turizmin, kendi işletmesinin ve çevredeki diğer esnafların marka değerini arttıracaklarını ve ülke ekonomisine katkı sağlayacağını belirtmiştir. Bu perspektif, sürdürülebilir turizmin ekonomik anlamda bölgeye ve işletmelere olan olumlu etkilerini aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Sürdürülebilir Turizm bizim ve çevredeki diğer esnafların işletmelerinin marka değerini arttıracaklarını, bu sayede daha da büyüyeceğimizi ve ülke ekonomisine de katkı sağlayacağımızı düşünüyoruz."

Buna ek olarak turist rehberleri K4 ve K3 ile işletme sahibi K5, sürdürülebilir turizmin yerel kalkınmaya olan etkilerini vurgulamışlardır. K4 ise, turistlerin ilçede bıraktığı etkinin yerel halkın kalkınması için önemli olduğunu belirtirken, K5 farklı kültürlerden insanlarla diyalog kurmanın çevreye fayda sağladığını ifade etmişlerdir. Bu temaya katılımcı görüşlerinden örnekler aşağıda sunulmuştur:

"Kadıköy'de hem yemek yediriyoruz hem alışveriş yapmıştırlar, ibadethaneleri ve Antik Kent Kalkhedon'u anlatıyoruz. Onlarda

biraktığımız etkiyle vazgeçilmez bir destinasyon olduğunu düşünüyorlar, bu da yerel halkın kalkınması için önemli bir etki." K4

"Farklı kültürlerden insanlarla diyalog kurarak çevremize de fayda sağlıyoruz. Etkili olduğunu düşünüyoruz." K5

6.2.2.2.Topluma Katkısı Yok

K3 Sürdürülebilir turizmin katkısı olmadığına yönelik düşüncelerini aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Sürdürülebilir turizmin şahsen mesleki konumumun dışında çevreme çok büyük bir etki yaratmamıştır. Bunun sebebi henüz yaşadığım bölgede çok geniş bir alana yayılmamış olmasıdır."

6.2.2.3.Toplumsal Diyalogu Artırır

Katılımcılar K7, K1, ve K8, sürdürülebilir turizmin çevre duyarlılığı ve toplumsal etkilerine vurgu yapmışlardır. K7, sürdürülebilir turizmin sosyal ve güvenilir ilişkiler için sağlıklı iletişim ve kolektif ağlar oluşturduğunu belirtirken, K1 farkındalığının arttığını ve iş yerinde bu konuda personeli uyardığını paylaşıyor. K8 ise yaşam kalitesinin arttığını belirtmiştir. Bu temaya katılımcı görüşlerinden örnekler aşağıda sunulmuştur:

"Sosyal ve güvenilir ilişkilenmeler için sürdürülebilir olması daha sağlıklı iletişimler hatta kolektif ağlar oluşmasını sağlar." K7

"Şahsi olarak tabii ki farkındalığımın arttığını hissetmiştim zaten çevreye özen gösteren bir insan olarak biraz daha dikkatli olmak gerektiğini daha iyi anlıyor insan, iş yerimizde de bütün personeli bu yönde uyarıyor bu konularda biraz da olsa farkındalığımızı arttırmaya çalışıyoruz tabii ki olumlu olarak etkilendiklerini düşünüyorum." K1

"Yaşam tarzına etkisi ise yaşam kalitesinin artması yönünde etkilendiğini düşünüyorum. Özellikle küçük şehirlerde toplumsal bağların da güçlü olmasının bununla bağlantılı olduğu kanısındayım."

K8

6.2.2.4.Olumsuz Etki

K6 ve K9, sürdürülebilir turizmin toplumsal algı ve medya üzerindeki etkilerine dikkat çekiyorlar. K6, bazı olumsuz etkilerin medya ve siyasi paylaşımların etkisiyle oluştuğunu belirtirken, K9 ise ülkeye gelen turist profilinin değiştiğini ve bu değişikliğin yaşam tarzını olumsuz yönde etkilediğini ifade etmiştir. Bu temaya katılımcı görüşlerinden örnekler aşağıda sunulmuştur:

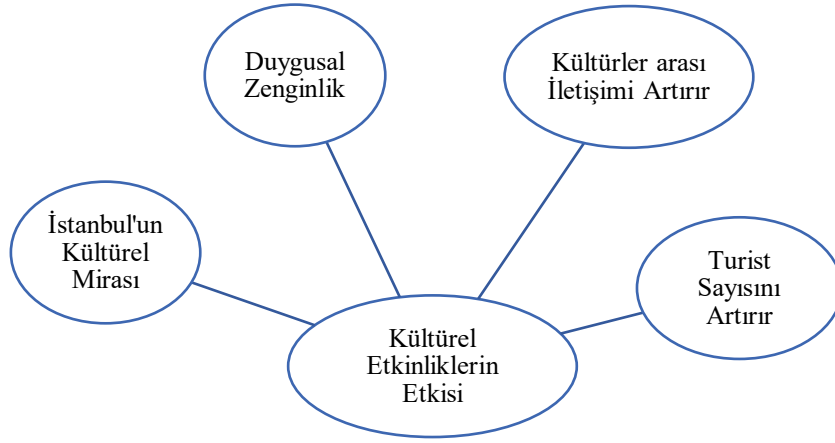
"Bence sadece sektörde çalışanların yaşamlarını etkiliyor. Özellikle bazen çevreyi olumsuz etkiliyor. İnsanlar çevrede yabancı insanlar görmek istemiyor. Bazıları, medyadaki siyasi paylaşımların etkisiyle dolduruşa gelip olumsuz davranışlar sergiliyorlar. Bu da sürdürülebilir turizme olumsuz etki etmiştir tabi ülkesine dönen turist bu olumsuz izlenimi paylaşıyor." K6

"Ne yazık ki ülkeye gelen turist profili değişti. Eskiden görgülü ve çevre dostu turistler gelirdi şimdi çoğunlukla gelişmemiş olan Arap ülkelerinden ucuz alışveriş yapmak isteyen turistler geliyor. Kültüre meraklı değiller o yüzden sürdürülebilir turizm gelişmiyor ve yaşam tarzımız da olumsuz yönde gidiyor." K9

6.2.3. Kültürel Etkinliklerin Etkisine Yönelik Bulgular

Kültürel etkinliklere katılımın turizmle ilişkisi çeşitli temalarda öne çıkmaktadır. Bazı katılımcılar, bölgesel kültürel etkinlik eksikliğinin turizm potansiyelini düşürdüğünü belirtirken, diğerleri etkinliklere katılmanın yaşam deneyimini zenginleştirdiğini vurgulamaktadır. Kültürel etkinliklerin turist sayısını artırabileceğini ve turizmle iç içe olduğunu ifade edenler de bulunmaktadır. İstanbul'un kültürel mirasının turist çekmede önemli bir rol oynadığını belirtenler ile kültürler arası iletişimi artıran etkinliklerin turizm üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu ifade edenler de görüşlerini paylaşmaktadırlar. Bu temalar, katılımcıların kültürel etkinliklere katılımın turizm açısından çeşitli pozitif etkiler yaratabileceği konusundaki düşüncelerini detaylı bir şekilde ortaya koymaktadır.

Katılımcılara "Kültürel etkinliklere katıldığınızda, turizmle ilgili nasıl bir etki hissediyorsunuz?" sorusunun cevaplarına yönelik temalar aşağıda olarak sunulmuştur.



Şekil 4. Kültürel Etkinliklerin Etkisi

6.2.3.1. Duygusal Zenginlikler

K3, bölgesindeki kültürel etkinlik eksikliğinin turizm potansiyelini düşürdüğünden bahsetmiştir. Pandemi öncesi dönemin renkli atmosferini özleyerek, tiyatroların ve sinemaların dolup taşıdığı bir zamanı hatırlatıyor. K3, şu ifadelerle düşüncesini aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Pandemi öncesi bölgemiz daha renkliydi, tiyatrolar, sinemalar dolup taşardı. Şimdi de gerekli potansiyeli çekmek için çaba harcanmıyor."

K7 ise katıldığı etkinliklerin renk skalasını genişlettiğini ifade etmiştir. Kendisinin etkinliklere olan katılımının, bölgenin kültürel çeşitliliğine olumlu bir katkı sağladığını belirtmiştir. K7'nin bakış açısını şu şekilde özetlemiştir:

"Renk skalamın daha genişlediğini hissetmiştim."

6.2.3.2. Turist Sayısını Artırır

K4 kültürel etkinliklerin turizmle iç içe olduğunu vurgulayarak, daha çekici etkinliklerin düzenlenmesinin turist sayısının artacağını "Etkinliklerle turizm iç içe geçmiş kavramlar. Etkileşim kaçınılmaz ama daha çok turisti çekecek etkinlikler yapılmalı." şeklinde belirtmiştir. K1 ise kültürel etkinliklerin toplumlar ve turistler için olmazsa olmaz olduğunu, aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Kültür etkinlikleri ve turizm beraberce yol almakta."

6.2.3.3.İstanbul'un Kültürel Mirası

K8, turist rehberi, katıldığı Mevlevi sema etkinliği gibi etkinlikleri İstanbul'un Kültürel Mirası olduğunu ve Unesco tarafından dünya miras listesine alınmasının turist çekmede etkili olduğunu aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Bu etkinliğin Unesco tarafından dünya miras listesine alındığını ve bu sayede ülkemize milyonlarca turist geldiğini düşünüyorum."

6.2.3.4.Kültürler arası İletişimi Artırır

K3, medya üzerinden edindiği izlenimlere dayanarak, turistlerle genç nesiller arasında tanışma taleplerinin arttığını aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Medya üzerinden algıladığım kadarı ile yabancı turistler ve bilhassa genç nesillerde karşılıklı tanıma, tanışma talepleri bir hayli artmış gibi görünüyor."

K5, farklı kültürlerle diyalog halinde olmanın olumlu bir etki yarattığını dile getirmiştir. Bu diyalogların bireyin sosyal yaşamına olumlu katkılarda bulunduğunu ifade eden K5, şu görüşleri paylaşıyor:

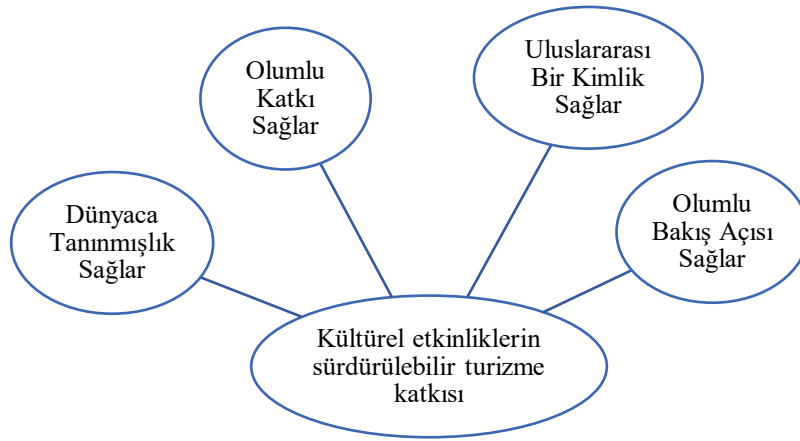
"Farklı kültürlerden insanlarla diyalog halinde olabildiğimden kendi açımdan daha iyi ve sosyal bir etki hissetmiştim."

6.2.4. Kültürel etkinliklerin sürdürülebilir turizme katkısına Yönelik Bulgular

Katılımcıların görüşlerine göre kültürel etkinlikler sürdürülebilir turizm bağlamında önemli bir rol oynamaktadır. Bölgesel etkinliklerin turist çekme potansiyelini vurgulayanlar, sürdürülebilir turizme olumlu bir etki sağladıklarını ifade etmişlerdir. Kültürel etkinlikler turist çekmenin yanı sıra ekstra gelir kaynağı oluşturduğunu düşünenler, bu etkinliklerin yerel ekonomiye katkıda bulunduğunu belirtmişlerdir. Kültürel etkinliklerin bireylerin bakış açılarını geliştirdiğine inananlar ile yerel

yönetimlerin desteklediği kültürel faaliyetlerin uluslararası bir kimlik kazanabileceğini düşünenler de vardır. Ayrıca, belirli kültürel etkinliklerin turist çekim gücünün ülke tanıtımına önemli katkılar sağladığı düşünülmektedir.

Katılımcılara “Bu kültürel etkinliklerin sürdürülebilir turizme nasıl bir katkı sağladığını düşünüyorsunuz?” sorusu sorulduğunda alına cevaplara yönelik temalar aşağıda detaylı olarak sunulmuştur.



Şekil 5. Kültürel etkinliklerin sürdürülebilir turizme katkısı

6.2.4.1.Olumlu Katkı Sağlar

K3, işletme sahibi, Kadıköy'e özgü sürdürülebilir etkinliklerin turistleri cezbetme potansiyeline vurgu yaparak, aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Kadıköy'e özgü sürdürülebilir etkinliklerin yapılması lazım, böyle yerli ve yabancı turistin uğrak yeri olabilir."

K4 kültürel etkinliklerin olumlu etkilerini aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Mesela Nazım Hikmet Kültür Merkezi'nde şiir etkinliği yapılıyor. Şiir birkaç dilde okunuyor ama turistin bundan haberi olmuyor."

K5, işletme sahibi, kültürel etkinliklerin turist çekme potansiyelini vurgulayarak aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Daha çok turist ve ziyaretçi gelmesi ve ülkemiz için ekstra gelir kaynağı oluşmasını sağladığını düşünüyorum."

K1, kültürel etkinliklerin toplumun çevre ile barışık bir yaşam sürmesine katkı sağladığını aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Toplum olarak çevremizle ve doğayla nasıl barışık yaşanır neler yapmamız gerekiyor. Bu konuda herkesin farkındalığını artırabilmek için çok değerli buluyorum."

6.2.4.2.Olumlu Bakış Açısı Sağlar

K7, kültürel etkinliklerin bakış açılarını geliştirdiğine inanarak aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Bakış açılarımız ve düşünme biçimimizi geliştiren bizi dönüştüren bir etkisi olduğuna inanıyorum."

6.2.4.3.Uluslararası Bir Kimlik Sağlar

K3, kültürel faaliyetlerin yerel yönetimlerin liderliğinde ve çeşitli etkinliklerle desteklendiğinde uluslararası bir kimlik kazanabileceğini aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Kültürel faaliyet denince merkezi hükümetlerin değil de yerel yönetimlerin liderliğinde ve farklı eğlence, dinleti faaliyetleri rahatça uygulandığı sürece bu faaliyetler uluslararası bir kimlik kazanır ki bu sürdürülebilir ülke turizmi için en büyük reklam olur kanaatimce."

6.2.4.4.Dünyaca Tanınmışlık Sağlar

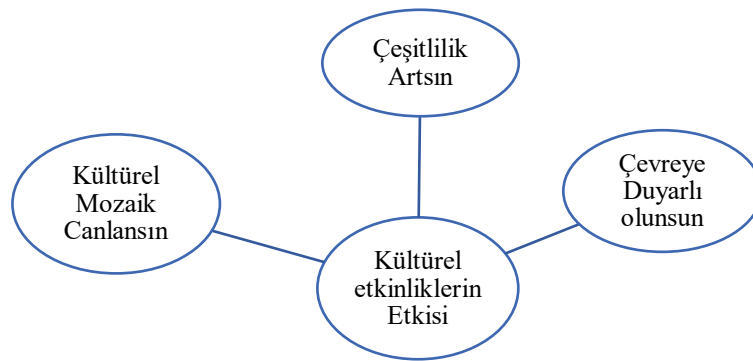
K8, turist rehberi, Galata Mevlevihanesi'nde düzenlenen sema ayinlerinin turist çekim gücü olduğunu belirterek, aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Galata Mevlevihanesi'nde bir yılda yaklaşık 10000 turist bu Mevlevi sema ayinini izlemektedir. Bu da maddi olarak ve ülkemizin tanıtımı olarak ciddi kazançlar sağlamaktadır."

6.2.5. Katılımcılara Göre Turistlerin Sürdürülebilir Turizmle İlgili Beklentilerine Yönelik Bulgular

Katılımcılara göre turistlerin sürdürülebilir turizmle ilgili beklentileri, çeşitlilik, çevre duyarlılığı ve kültürel deneyimlere odaklanma temalarında ortaya çıkmıştır. Çeşitlilik beklentisi, turistlerin yemek, gezi ve yerel yaşam hikayelerini paylaşan etkinlikler gibi özgün deneyimlere yönelik talepleri içermektedir. Katılımcılara göre çevre duyarlılığı, turistlerin çevresel konulara olan hassasiyetini yansıtmakta ve çevresel sürdürülebilirlik stratejilerine odaklanmayı gerektirmektedir. Katılımcılara göre kültürel deneyimler beklentisi, turistlerin farklı kültürel zenginlikleri görmek ve deneyimlemek istemelerini ifade etmektedir. Ancak, bazı katılımcılar turistlerin genellikle gastronomiye odaklandığını ve kültürel deneyimlere sınırlı yaklaştığını belirtmiştir.

Katılımcılara “Turistlerin sürdürülebilir turizmle ilgili beklentilerini gözlemlediniz mi?” sorusu sorulduğunda alına cevaplara yönelik temalar aşağıda detaylı olarak sunulmuştur.



Şekil 6. Kültürel etkinliklerin Etkisi

6.2.5.1.Çeşitlilik Artsın

K5, turistlerin daha fazla alternatif ve doğa ile iç içe olma isteğine "Daha rahat ve doğa olarak alternatiflerin fazlaşmasını tarihi yerleri daha fazla görmek ve gezmek." şeklinde dikkat çekerken, K4, turistlerin sürdürülebilir turizmle ilgili beklentilerinde çeşitliliğin önemine vurgu yapmaktadır. O, Kadıköy'ün yerlilerinin hayat hikayelerini paylaşan etkinliklerin düzenlenmesini ve belediyenin bu konuda liderlik yapmasını aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Aynı şeyleri sürekli sunmak ilginç değildir. Gastronomi zaten zengin Kadıköy'de, İbadethaneler de öyle ama onları tarihi binaların arka bahçelerine götürmel, tarihi hikayeler anlatmalı. Bunu sağlamalı belediye."

K3, turistlerin sıradan turistik deneyimlerden çıkıp daha özgün ve kişiselleştirilmiş aktivitelere ilgi gösterdiklerini aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Klasik turizm ürünleri dışına çıkılması, turistlerin sadece yönlendirilmiş, hedeflenmiş bölgeler dışında da rahatça ve güvenli olarak ulaşp, dolaşma talepleri mevcut."

K6 ise turizmin sıradanlaştığını ve alternatiflerin azaldığını aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Son dönemde beklentileri iyice düştü. Her şey sıradanlaştırıldı, sürekli aynı tur programlarını yanı boğaz turlarını satıyoruz, kısır döngü gibi halbuki alan geniş konu çok yaratım yok. Anadolu yakası turları güçlendirilmeli, aynı konsept sunulmamalı"

6.2.5.2.Çevre Duyarlı Olunsun

K1, turistlerin sürdürülebilir turizme dair farkındalıklarını paylaşarak, atık kutuları gibi fiziksel öğelerin bu farkındalığı artırdığını belirtiyor. K8 ise turistlerin kentsel projelere karşı olumsuz bakışlarını gözlemlediğini ifade etmiştir. Bu temaya katılımcı görüşlerinden örnekler aşağıda sunulmuştur:

"Kendi işletmemizden hemen örnek verebilirim kalan misafirlerden gözlemlerimi söyleyebilirim birçoğu atık kutularımızı gördüklerinde bizimle bu konuda sohbetler ettiler ve bu olayın gerçekten çok önemli olduğuna dair izlenim ve düşüncelerini paylaştılar." K1:

"Bazı turistlerin elbette ki var özellikle de turizm açısından gelişmiş şehirlerde var olan düzenin korunması ve ilerlemesi yönünde." K8:

6.2.5.3.Kültürel Mozaik Canlansın

K3, turistlerin Kadıköy'ün oryantal folklorik mozağını görmek istediklerini aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Turistler farklı tatlar, farklı hayaller peşindeler. Buranın oryantal folklorik mozağını görmek istiyorlar."

K9 eski ahenkin kaybolduğunu ve turistlerin genellikle gastronomi için geldiğini aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Turistleri ne yazık ki sadece çarşıda gözlemleyebiliyoruz. Restoranlarda kabile halinde oturuyorlar, ya da şekerçilerin kapısında kuyruk oluyorlar. Sanki sadece gastronomi için buradalar. Belki rehberleri anlatım yapmıştır ama Kadıköy'de o eski ahenk yok."

6.2.6. Turistlerin Beklentilerin mahalle kültürüne veya işletmenizin yönetimine etkisine Yönelik Bulgular

Katılımcı görüşlerine göre, turist beklentileri mahalle kültürüne veya işletmenizin yönetimine çeşitli etkiler yaratmaktadır. Bu etkiler, turizmin bölgede kalıcı hale gelmesi, ekonomik kalkınmanın sağlanması, sürdürülebilir turizm farkındalığının artırılması ve çevreye duyarlılığın geliştirilmesi temalar altında toplanmıştır.

Katılımcılara “Bu beklentilerin mahalle kültürüne veya işletmenizin yönetimine etkilerini nasıl değerlendiriyorsunuz? ”sorusu sorulduğunda alına cevaplara yönelik temalar aşağıda detaylı olarak sunulmuştur.



Şekil 7. Beklentilerin mahalle kültürüne veya işletmenizin yönetimine etkisi

6.2.6.1. Turizmi Bölgede Kalıcı Kılar

K3, işletmesinin turist potansiyelini bölgede kalıcı kılma amacıyla olduğunu aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Beklentileri karşılamaya çalışıyoruz biz de. İşletmemizle ilgili aldığımız kararlar bu turist potansiyelini bölgede kalıcı kılmaya yöneliktir."

K4, uzun vadeli turizm yatırımlarının geniş bir coğrafyayı kapsamalarının önemine vurgu yaparak, sadece rehberlerin anlatımının yeterli olmadığını aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Uzun vadeli turizm yatırımlarının Kadıköy ve Üsküdar genelinde de yapılmasını doğru buluyorum. Sadece konuşmak ve turiste anlatmak yeterli değil, biz rehberler anlatım yapmıştık ama büyük kitlelere ulaşmak için daha geniş çaplı hareket edilmeli."

K6, turist beklentilerini karşılamamanın turizmin ivmesini düşüreceğini ve Anadolu yakası turlarının çeşitlendirilmesi gerektiğini aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Turistin beklentilerini karşılamadığımız sürece turist yurtdışında ülkemizden yeteri kadar iyi bahsetmeyecektir. Anadolu yakası turları güçlendirilmeli, aynı konsept sunulmamalı."

6.2.6.2.Ekonomik Kalkınma Sağlar

K5, turist beklentilerini karşılayarak işletmenin hem ekonomik hem de kültürel olarak buluşma noktası haline gelmesini hedefliyor. Bu şöyle açıklıyor:

"Daha çok ziyaretçi hem ekonomik hem de kültürel olarak buluşma noktalarından birisi haline gelmesi demek."

6.2.6.3.Sürdürülebilir Turizm Farkındalığı Sağlar

K1, turizmin içinde uzun süre bulunmanın bilinçli bir yaklaşım geliştirmelerine katkı sağladığını ifade ederken, K7 ise turistlerle etkileşimlerin olumlu bir atmosfer yarattığını belirtiyor. Bu temaya katılımcı görüşlerinden örnekler aşağıda sunulmuştur:

"Bizler uzun zamandır turizmin içinde olduğumuzdan bu konuda biraz daha bilinçli olduğumuzu düşünüyorum, toplumsal olarak eğer bakarsak biraz daha zamana ihtiyacımız olduğunu söyleyebilirim tabii bu vazgeçmek anlamına gelmez çünkü sonuçta birbirimizden etkilenerek zaman içerisinde etkileşimlerle beraber farkındalığın daha da çok artabileceğini düşünüyorum." K1

"Kötü bir etkisi olmuyor, konuştukça dertleştikçe birbirimizi iyi yönde anlamaya çalışıyoruz." K7

6.2.6.4.Çevreye Duyarlılığı Artırır

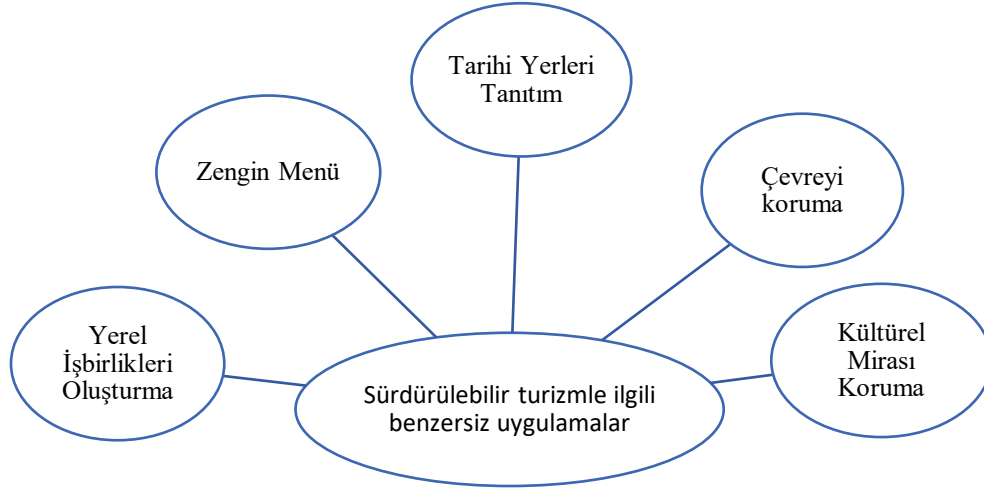
K9, bölge insanının çevreye katkı sağladıktan sonra turist beklentilerini değerlendirebileceğini aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Açıkkası, öncelikle bölge insanı kendi alanını temiz tutup çevreye katkı sağladıktan sonra beklentileri değerlendirebilir. O gelişmeyi pek göremiyoruz."

6.2.7. Sürdürülebilir turizmle ilgili benzersiz uygulamalarına Yönelik Bulgular

Katılımcılara "İşletmenizin veya yaşadığınız bölgenin sürdürülebilir turizmle

ilgili benzersiz uygulamalarını bize anlatabilir misiniz?” sorusu sorulduğunda alınan cevaplara yönelik temalar aşağıda detaylı olarak sunulmuştur.



Şekil 8. Sürdürülebilir turizmle ilgili benzersiz uygulamalar

6.2.7.1.Zengin Menü

K3, işletmesinde farklı kültürden gelen insanlarla iletişim kurarak, onların damak zevkine uygun tarifleri menüye ekleyerek sürdürülebilir turizme katkı sağlıyor. Bu şöyle ifade etmiştir:

"Farklı kültürdeki insanlarla iletişim kurarak onların damak zevkine uygun tarifleri öğrenip menümüze ekliyoruz. Gelen yabancılarla bizzat ilgilenerek onların buraya tekrar gelmelerini sağlamaya çalışıyoruz."

6.2.7.2.Tarihi Yerleri Tanıtım

K5, işletmesinde ziyaretçi ve turistlere bölgedeki tarihi yerler hakkında tavsiyeler vererek sürdürülebilir turizme katkı sağladığını "Bölgedeki tarihi yerler hakkında tavsiyeler vererek ziyaretçi ve turistleri yönlendiriyoruz." Şeklinde açıklıyor. K8, ise büyükşehir belediyesinin "Visit İstanbul" projesiyle İstanbul'un tüm yönlerini keşfetme imkanı sunmasını ve şehrin tarihi, kültürel mirası ile ilgili bilgilerin yer aldığı bir platform oluşturmasını sürdürülebilir turizm uygulamasını aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Yaşadığım şehirdeki büyükşehir belediyesinin visit İstanbul projesiyle İstanbul'un tüm yönlerini keşfetme imkânı sunuyor. Portalda şehrin tarihi ve kültürel mirasından gastronomisine, sanatından eğlencesine kadar pek çok konuda bilgi, fotoğraf, video ve harita bulunuyor."

6.2.7.3.Çevreyi Koruma

K6, otelinin çevresindeki yeşillikleri koruyarak çevre kirliliğine engel olmayı ve şehir düzenine ayak uydurmayı sürdürülebilir turizm uygulamaları olarak benimsiyor. Bunu şöyle anlatıyor.

"Hizmette öncü marka olması bu kapsamda katkı sağlamaktadır. Otel binasının çevresinde yeşillikler korunmaktadır, çevre kirliliğine engel olunur. Şehir düzenine ayak uydurulur."

K1 ise, otelinde su tasarrufu yapmak adına banyolara yönelik uygulamalar ve atık yönetimi konusunda özenli bir yaklaşım sergileyerek sürdürülebilir turizme katkı sağladığını aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Khalkedon otelimizde tüm odaların banyolarına dünyayı koruyabilmek adına su tasarrufu yapmamız gerektiğini belirten stickerlar yapıştırdık. Bitkisel atık, tehlikesiz ve tehlikeli atık bölümleri, kutuları yerleştirdik. Aydınlatmalarımızın tamamı led ampuldür, enerji tasarrufunu da düşünmekteyiz."

6.2.7.4.Kültürel Mirası Koruma:

K7, işletmelerinin dokusunu korumaya öncelik verdiklerini ve mahallelerinin dokusunu bozmadan sürdürülebilir turizme katkı sağlamaya çalıştıklarını aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Öncelikle Mekanımızın dokusunu mahallemizinkini de bozmadan korumaya çalışıyoruz."

6.2.7.5.Yerel İşbirlikleri Oluşturma

K3 Kadıköy çarşısı, Bağdat Caddesi, Marmara sahil şeridi gibi bölgelerde yeme, içme, dinleti gibi etkinliklere yabancıların katılmasını ve yerel işletme ve belediye kurumlarıyla işbirliklerini sürdürülebilir turizm uygulamaları olarak değerlendiriyor. K9, eski vali döneminde düzenlenen tur organizasyonlarıyla, farklı kesimlerden insanların bir araya gelmesini sağladıklarını ve bu uygulamanın bölgeye olan değeri artırdığını ifade etmiştir. Bu temaya katılımcı görüşlerinden örnekler aşağıda sunulmuştur:

"En somut örnek Kadıköy çarşısı, Bağdat caddesi, Marmara sahil şeridi gibi alanlarda yeme, içme, dinleti gibi etkinliklerde artık yabancıların da katılabilmesi ve yerel işletme ve belediye kurumlarının bunu çokça desteklemeleri bence bu konudaki en iyi uygulamalardır."

K3

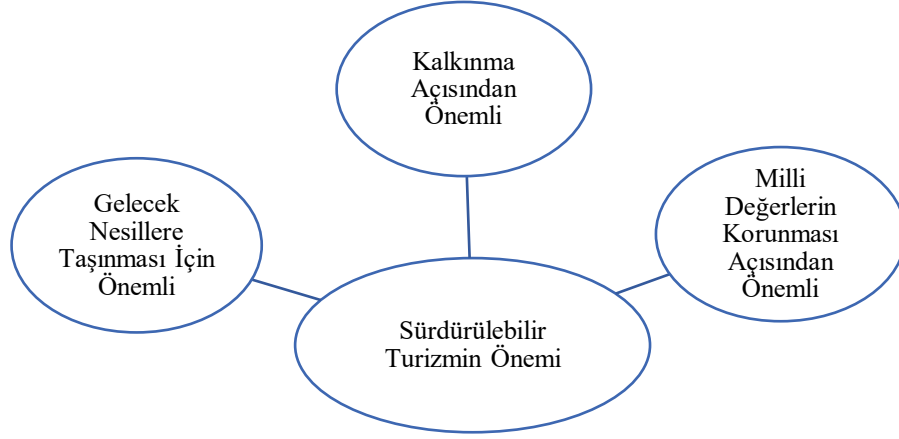
"Eski Vali Muammer Güler'in döneminde Kadıköy ilçesi çok hareketliydi. Eşi Neval hanım her semte tur organizasyonları düzenletirdi. Yol ve yemek parası bize ait olurdu ama cüzi bir harcamayla bölgedeki camileri, kiliseleri, tarihi yerleri kalabalık kafileler halinde gezerdik. Aramızda emekli memurlar, ev hanımları, gençler yanı her kesimden insan olurdu. Yabancı Turistler bizi görünce bize özenirdi, bölgeye değer verdiğimiz anlaşılırdı. Bu uygulamaları benzersiz buluyorum keşke tekrar yapılsa."

K9

6.2.8. Sürdürülebilir Turizmin Önemine Yönelik Bulgular

Katılımcıların sürdürülebilir turizmle ilgili benzersiz uygulamalar; zengin menü oluşturma, tarihi yerleri tanıtmak, çevreyi koruma, kültürel mirası muhafaza etme ve yerel işbirlikleri kurma, gibi temalarda toplanmıştır. İşletmeler, turist çekme amacıyla farklı kültürleri ve damak zevklerini içeren zengin menüler sunmaktadır. Aynı zamanda, tarihi ve kültürel zenginlikleri tanıtarak bölgeye değer katma çabasındadırlar. Çevre dostu uygulamalarla çevreyi koruma ve kültürel dokuyu muhafaza etme, sürdürülebilir turizmin vazgeçilmez unsurlarıdır. Bunun yanı sıra, yerel işbirlikleri kurarak bölgesel turizmi güçlendirme çabaları da dikkat çekmektedir.

Katılımcılara “Sürdürülebilir turizmin sizin için neden bu kadar önemli olduğunu düşünüyorsunuz?” sorusu sorulduğunda alına cevaplara yönelik temalar aşağıda detaylı olarak sunulmuştur.



Şekil 9. Sürdürülebilir Turizmin Önemi

6.2.8.1.Kalkınma Açısından Önemli

K3, sürdürülebilir turizmin bölge tanıtımıyla birlikte ekonomik kalkınmaya ve toplumsal mutluluğa katkı sağlayabileceğini aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Öncelikle işletmemizi düşünüyoruz tabi ki. Bölgemizin tanıtımı iyi ve gerektiği gibi yapılırsa sadece işletmemiz değil, bu bölgede yaşayan herkes mutlu olur. Ekonominin iyileşmesiyle esnafın yüzü güler, ibadethaneler daha iyi bakılır ve korunur, Kadıköy gençliği hakkettiği eğlence mekanlarına ve istedikleri sanatçıları izleyebilecekleri platformlara sahip olurlar."

K4, sürdürülebilir turizmin potansiyel farkındalığı artırarak talepleri çoğaltabileceğini ve çevre düzenlemesi ile tarihi dokunun korunmasının önemli bir yatırım olduğunu aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Benim için oldukça önemli turizm potansiyeli farkındalığı amaçlanmalı öncelikle. Böylece daha çok talep alırız bunu sadece gelir arttırmak adına söylemiyorum, sevgi ve sempati duyulması adına da"

gerekli. Çevre düzenlemesi, tarihi dokunun korunması etkinlikler hep yatırımdır"

K5 ise sürdürülebilir turizmin önemini durumu aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Devamlılık açısından. Ülkemiz gibi bir ülke için sürdürülebilir turizm çok önemlidir. Yapılanması gelişirse daha çok turist bölgeye gelir, esnafın yüzü güler. Nitelikli turist profiline erişmek istiyoruz, yani sadece alışveriş yapıp yiyip içen değil, buranın taşını toprağını, geçmişini, coğrafi konumunu merak eden bu konuda döviz bırakmaktan çekinmeyen turisti bekliyoruz."

6.2.8.2.Milli Değerlerin Korunması Açısından Önemli

K7, sürdürülebilir turizmin tarihi dokuları, anıları ve hikayeleri korumak adına büyük bir değer taşıdığını aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Tarihi dokular, anılar, hikayeler bazen herşeydir. Bunlara sahip çıkmak, emek vermek çok değerlidir."

K8, sürdürülebilir turizmin kültürel değerlere ve milli değerlere katkı sağlayarak, hem maddi hem de manevi açıdan büyük önem taşıdığını aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Hem turizmci olmam hem kültürel değerlere verdiğim önem itibariyle maddi manevi birçok katkı sağlaması açısından büyük önem taşımaktadır."

K9, sürdürülebilir turizmin Türkiye'yi cazip bir destinasyon haline getireceğini belirtmiştir. Bunu şöyle ifade etmiştir:

"Milli değerlerimizi tekrar güçlendireceğini, yabancı kültürlerle hayranlık bırakacağını ve Türkiye'yi cazip bir destinasyon haline getireceğini düşünüyorum."

K3, bölgedeki her tarihi binanın önemli bir geçmişe sahip olduğunu ve bu değerlerin sadece kafe veya restoran olarak değil, gelecek nesillere taşınarak

korunacağını aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Bölgede her tarihi binanın önemli bir geçmişi var, ya soylu bir ailenin evi olmuştur ya Osmanlı döneminden kalmadır ya da Cumhuriyetin başlangıç dönemini yansıtır. Böyle değerler sadece kafe restoran yapılmamalı. Gelecek nesillere taşınmalı."

6.2.8.3. Gelecek Nesillere Taşınması İçin Önemli

K9, kültürel mirasın sürdürülebilirliği için gelecek nesillere tarihi dokuya sahip çıkılması, sevgi ve saygıyla insan ilişkilerinin sürdürülmesi ve ticari faaliyetlerin kontrol altında tutulmasının önemli olduğunu aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Bizden sonra gelecek nesiller için tarihi dokuya sahip çıkılması, sevgiyle ve saygıyla insan ilişkilerinin sürdürülmesi ve ilçede önüne gelene işletme açma yetkisinin verilmemesiyle kültürel mirasın sürdürülebilirliği sağlanır."

K1 ise, sürdürülebilir turizmin dünyayı temiz tutma sorumluluğu taşıdığını ve gelecek nesillere daha yaşanabilir bir dünya bırakma amacını güttüğünü aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

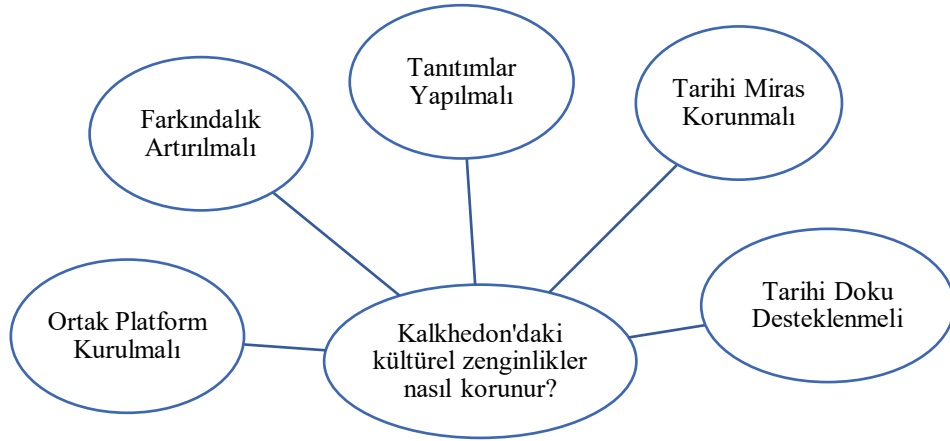
"Yaşadığımız dünyayı daha temiz tutmak bizlerin elinde çevremize ne kadar duyarlı olursak biz ve bizden sonra gelecek olan nesiller daha temiz daha yaşanabilir bir dünyada yaşarlar, unutmamalıyız ki dünya bizim evimiz ve insan kendi evini tabii ki temiz tutmalı."

6.2.9. Kalkhedon'daki Kültürel Zenginliklerin Korunmasına Yönelik Bulgular

Katılımcıların İstanbul Kalkhedon'daki kültürel zenginlikleri korumak ve turizmde kullanmak konusundaki önerileri çeşitli temalara ayrılmıştır. Tanıtım konusunda, turizm ofislerinin dijital platformları etkin bir şekilde kullanması, renkli belgesellerle bölgenin kültürel mirasını tanıtmaları ve sanatsal festivaller düzenlemesi önerilmiştir. Tarihi mirasın korunması için ise tarihi yapıların hızlı restore edilmesi, duvarlara zarar verilmesinin önlenmesi, yerel halkın tutumunun düzeltilmesi ve

denetimlerin artırılması gerektiği belirtilmiştir. Tarihi dokunun desteklenmesi için eski esnafın korunması, kültürel mozaığı yansıtan işletmelere yer verilmesi vurgulanmıştır. Ortak bir platform kurulması önerilerek yerel yönetimlerin, bölge sakinlerinin ve işletme sahiplerinin turizm konusunda işbirliği yapması gerektiği ifade edilmiştir. Son olarak, farkındalığın artırılması için insanlarla etkileşim halinde bilgi paylaşımına ve eğitimlere ağırlık verilmesi gerektiği, yerel yönetimlerin turizme odaklanması ve gençler arasında farkındalık yaratılması önemli olduğu vurgulanmıştır.

Katılımcılara “İstanbul Kalkhedon'daki kültürel zenginlikleri korumak ve turizmde kullanmak konusunda önerileriniz nelerdir? ”sorusu sorulduğunda alınan cevaplara yönelik temalar aşağıda detaylı olarak sunulmuştur.



Şekil 10. Kalkhedon'daki kültürel zenginlikler nasıl korunur?

6.2.9.1. Tanıtımlar Yapılmalı

K4, turizm ofislerinin daha aktif bir rol üstlenmesi gerektiğini belirterek, dijital platformları kullanarak bölgeye sahip çıkılmasının önemini, turizmin bilgi belge broşürlerle değil, canlı renkli belgesellerle desteklenerek ve kültürel mirasa dair kalıcı etkiler bırakacak yöntemlerle tanıtılması gerektiğini vurguluyor. K3, sürdürülebilir turizmin tanıtım açısından önemini vurgulayarak, siber ulaşılabilirliğin ve sosyal medya hesaplarının gücünü vurguluyor. K8, mahallenin tarihini ve kültürünü tanıtacak daha fazla reklam veya tur programının mahalle esnafına ve turist rehberlerine fayda sağlayacağını öne sürüyor. K8 ayrıca, Kalkhedon'daki gelişmiş tiyatro sektörünü daha

fazla turiste ulaştırmak için sanatsal ve kültürel festivallerin düzenlenmesini öneriyor. K9, bölgenin eski çağlarda balıkçı köyü olduğunu ve coğrafi konumunun değerini düşünerek, geçmişini yansıtacak çalışmalara ağırlık verilmesini öneriyor. K4, Kalkedon kazıları ile ilgili turlar düzenlenmesini ve turist rehberlerine bölgeyle ilgili daha derin bilgi verilmesini önererek, farkındalık yaratmanın ve turistlerin bölgede daha fazla vakit geçirmelerini sağlamanın kültürel mirasa katkı sağlayacağını belirtiyor.

"Evet. Kalkedon kazıları ile ilgili turlar düzenlenmeli önce bölgede farkındalık yaratılmalı, turist rehberine bölgeyle ilgili daha derin bilgi verilmesi burada daha çok vakit geçirmeliler." K4

"Bölgenin eski çağlarda balıkçı köyü olduğunu ve coğrafi konumunun değerini düşünürsek geçmişini yansıtacak çalışmalara önem verilmeli. Bu kültür mozaiki her yerde tanıtılmalı." K9

"Turizm ofisi ama pek de faydasını göremedim, çünkü çok pasifler. Ellerin altında dijital platform var, bir eleman sadece maaşını alıp oturmamalı. Kendi dijital platformlarında da bölgeye sahip çıkabilirler. Turizm enformasyon bilgi belge broşür yetmez, canlı renkli turist çekecek belgesel lazım. Kültürel Miras sadece bültenle korunamaz, herkes de kitap veya gazete okumuyor kalıcı etkiler bırakmalı " K4

"Sürdürülebilir turizm en basit tarifile turizmin geleceği bence. Artık yeni nesillere (40 yaş ve altı) klasik pazarlama taktikleri ile ulaşmak zor. Bilgi iletişim çağında klasik turizm logo ve propagandaları internet nesline hiçbir şey ifade etmiyor. Her türlü turist atraksiyonu için akıllıca hazırlanmış görseller ve sosyal medya uygulamalarında çok güçlü hesaplar oluşturup yüksek takipçi sayısı oluşturulmalıdır. Sürdürülebilirlik en başta tanıtım ve Siber ulaşılabilirlikle sağlanır." K3

"Bağlı olduğumuz Kadıköy ilçesindeki tarihi doku çoğu zaman ön plan çıkarılmıyor. Bazı binalar korunuyor ama burada farklı inançların mozaiki var, kiliseler, camiler, kültürel yeme içme alışkanlıkları,

bunlara bağı olarak daha çok festival düzenlenebilir... Kalkhedon'daki gelişmiş tiyatro sektörünün 2023 yılında Beyoğlu'ndaki kültür yolu festivali gibi festivaller düzenlenerek daha çok turiste erişimi sağlanmalıdır." K8.

6.2.9.2.Tarihi Miras Korunmalı

K3, tarihi yapıların hızla restore edilmesi ve duvarlara spreylere boyalar ile resim çizmenin yasaklanması gerektiğini belirtiyor. Bu konuda alınacak tedbirlerin ve mantıklı cezaların belirlenmesi önemli olduğunu aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Tarihi yapıların bir an önce restore edilmesi ve bina duvarlarına spreylere boyalar ile resim çizilmesinin yasaklanması ve mantıklı bir cezanın belirlenmesi, yeşil alanların arttırılması ve gençlerin bu konuya dahil edilmesi."

K6, yerel halkın turistlere karşı tutumunun düzeltilmesi ve tarihi yapıların zarar görmemesi için denetimlerin artırılması gerektiğini aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Önce turiste karşı yerel halktan bazı insanlar tavrını düzeltmeli sonra tarihi yapılara zarar vermemeli. Zarar veren ihbar edilmeli. Sivil görünümüne belediye görevlilerinin sokakların denetimini yapmasında fayda var. Böylece doğa, çevre korunur."

K7, farklı tatların, dokuların ve hatta kokuların korunmasının değerli olduğuna inandığını aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Farklı tatları, dokuları hatta kokuları korumanın değerli olduğuna inanıyorum."

6.2.9.3.Tarihi Doku Desteklenmeli

K8 ayrıca, Kalkhedon'daki tarihi dokunun ön plana çıkarılması gerektiğini aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Bağlı olduğumuz Kadıköy ilçesindeki tarihi doku çoğu zaman ön plan çıkarılmıyor. Bazı binalar korunuyor ama burada farklı inançların mozaigi var, kiliseler, camiler, kültürel yeme içme alışkanlıkları, bunlara bağlı olarak daha çok festival düzenlenebilir"

K5, tarihi dokuların korunması ve daha fazla ön plana çıkarılması gerektiğini aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Tarihi dokuların korunması ve daha fazla ön plana çıkarılması gerekmektedir."

K6, Kadıköy'ün tarihi dokusunun sürdürülebilirliği için eski esnafın korunması ve bölgenin kültürel mozaigini yansıtan işletmelere yer verilmesi gerektiğini aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Kadıköy'de tarihi binalar korunursa kültürel miras sürdürülebilirliği sağlanır. Biz Kadıköylüler Kadıköy'ün kültürel mozaigini yansıtan esnafı görmeyi istiyoruz. Böylece ilçenin tarihi dokusunu yeniden yasama imkânı buluruz."

6.2.9.4.Ortak Platform Kurulmalı

K3, yerel yönetimlerin, bölge sakinleri ve işletme sahiplerinin ortak bir platformda buluşarak turizm üzerine görüşmeler yapmalarını ve sorunları tartışmalarını aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Öncelikle yerel yönetimler ve bölge sakinleri ortak bir platformda buluşup turizm üzerine görüşmelidir. Turizmi hedef ya da amaç yapmadan turizmin ne getirip ne götürdüğünü iyice tartışıp anlamak ve anlatmak ön şarttır."

6.2.9.5.Farkındalık Artırılmalı

K1, bölgedeki farkındalığı artırmak ve insanları bu konuda eğitmek için etkileşim halinde olduğu insanlarla bilgileri paylaşmayı aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Tamamen farkındalığı artırmak ile ilgili olduğunu düşünüyorum etkileşim halinde olduğumuz tüm insanlarla bu bilgileri paylaşmak ve onların da farkındalığını arttırmak için zaman harcamak gerekiyor, belki biraz zaman alacak ama buna değer diye düşünüyorum."

K7, yerel yönetimlerin turizm konularına daha fazla odaklanması ve yerel halkla etkileşim kurmalarını aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Yerel yönetimin bu konulara daha çok yönelmesini ve ilgi duymasını ve yerel halkla konuşmalarını öneririm."

K3, turizmin sürdürülebilirliğini sağlamak için yerel yönetimler, bölge sakinleri ve gençler arasında farkındalık yaratılması, eğitimlerin artırılmasının önemli olduğunu aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

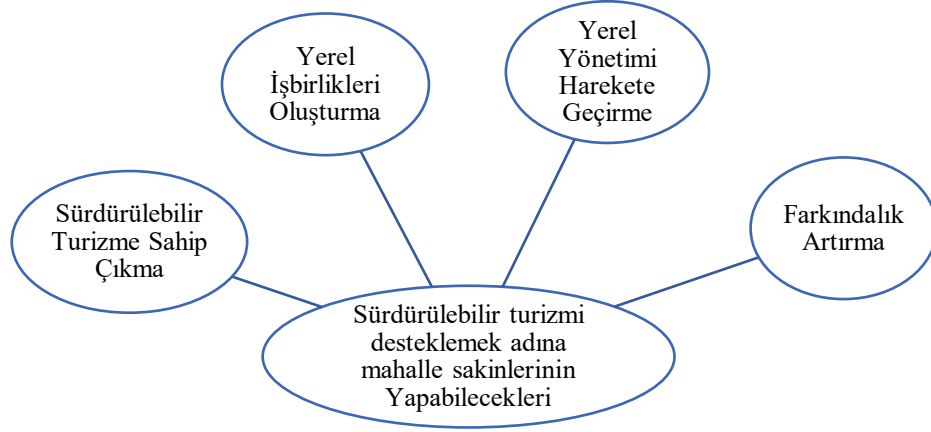
"Öncelikle yerel yönetimler ve bölge sakinleri ortak bir platformda buluşup turizm üzerine görüşmelidir. Turizmi hedef ya da amaç yapmadan turizmin ne getirip ne götürdüğünü iyice tartışıp anlamak ve anlatmak ön şarttır."

6.2.10. Sürdürülebilir turizmi desteklemek adına mahalle sakinlerinin Yapabileceklerine Yönelik Bulgular

Sürdürülebilir turizmi desteklemek adına mahalle sakinlerinin alabileceği önlemler çeşitli temalar etrafında şekillenmektedir. Yerel işbirlikleri oluşturmak amacıyla mahalle sakinleri, dijital platformlarda yatırım yapma ve tanıtım ile turist çekme önerisinde bulunmaktadır. Gönüllü çalışmalarla yerel yönetimlerle işbirliği içinde olma fikri, turizmi destekleme adına öne çıkan bir diğer tema olarak öne çıkmaktadır. Yerel yönetimleri harekete geçirme noktasında, turizmin teşvik edilmesi gerektiği yönünde mahalle sakinlerinin beklentilerini duyurmak ve projeler sunmak öne çıkan öneriler arasındadır. Mahalle sakinlerinin, gelen ziyaretçilerle diyalog halinde olmaları, tarihlerine sahip çıkmaları ve sürdürülebilir turizmi desteklemeleri için yerel kermeslerden alışveriş yapma önerisi bulunmaktadır.

Katılımcılara "Sürdürülebilir turizmi desteklemek adına mahalle sakinleri olarak

neler yapabiliriz? ”sorusu sorulduğunda alına cevaplara yönelik temalar aşağıda detaylı olarak sunulmuştur.



Şekil 11. Sürdürülebilir turizmi desteklemek adına mahalle sakinlerinin yapabilecekleri

6.2.10.1. Yerel İşbirlikleri Oluşturma

K3, yerel yönetimlere beklentilerini duyurmak adına mahalle sakinlerinin bir araya gelip dijital platformlarda yatırım yapıp tanıtımla daha fazla turist çekmeyi öneriyor. Görüşünü şöyle ifade etmiştir:

" Ayrıca kendi aramızda birlik olursak yabancı dijital platformlarda yatırım yapıp tanıtımla daha çok turist çekebiliriz."

K8, mahalle sakinlerinin turizmi desteklemek adına gönüllü çalışmalar yaparak belediye ile işbirliği içinde olmalarını öneriyor.

"Turizm sakinlerinin bu konuda özel çalışmalar yaparak kendi imkanları dahilinde ücretsiz faaliyetlerle insanları daha etkin kılarak bu alanda çeşitli kültürel faaliyetlerle hem gençleri hem de çevreyi bu alanda bilgi sahibi kılarak daha bilinçli bir toplum oluşması yönünde çalışmalar sağlayabilir."

K9, mahalle sakinlerinin belediyeye öneri sunarak ve gönüllü çalışmalara katılarak turizmi desteklemeleri gerektiğini aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Belediyeye öneri sunup gönüllü çalışabiliriz. Ben varım."

6.2.10.2. Yerel Yönetimi Harekete Geçirme

K4, Kadıköy ve Üsküdar'da turizm hareketinin sınırlı olduğunu belirterek, yerel yönetimlere turizmi teşvik etmeleri için aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Kadıköy ve Üsküdar ile ilgili turizm hareketi maalesef sınırlı, yerel yönetim teşvik edilmeli."

Benzer olarak, K3, yerel yönetimlere beklentilerini duyurmak adına mahalle sakinlerinin bir araya gelip dilekçe sunmalarını aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Yerel yönetimlere, belediyeye beklentilerimizi duyurmak üzere birlik olup dilekçe sunmalıyız."

K7, mahalle sakinlerinin yerel yönetimlere projeler sunarak aktif olarak destek sağlamalarını aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Projeler üretilip yerel yönetime sunulabilir."

6.2.10.3. Sürdürülebilir Turizme Sahip Çıkma

K5, gelen ziyaretçilerle daha fazla diyalog halinde olunması ve mahalle sakinlerinin tarihlerine sahip çıkmaları gerektiğini aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Gelen ziyaretçilerle daha fazla diyalog halinde olabiliriz ve tarihimize sahip çıkmalıyız."

K6, mahalle sakinlerinin yerel kermeslerden, yöresel gıda pazarlarından alışveriş yaparak sürdürülebilir turizmi desteklemelerini aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Ben şahsi alışverişimi ve ailemin gereksinimlerini de yerel halkın açtığı kermeslerden, yöresel gıda pazarlarından sağlıyorum."

6.2.10.4. Farkındalık Artırma

K1, mahalle sakinlerinin birbirlerini bilinçli bir düşünce yapısına erdirmek adına

uyarmalarının önemine vurgu yapmaktadır. İşyerinde ve mahallede farkındalık oluşturma'nın gerekliliğini vurgulayarak, örnek olmanın önemini dile getirmektedir. Sürdürülebilirlik konusundaki düşüncelerini şu şekilde ifade etmektedir:

"Daha bilinçli bir düşünce yapısına erişmek için yaşadığımız mahallede birbirimizi uyarmak bence en önemli husus. Farkındalığımızı arttırmak için işyerimizde ve mahallemizde bu minvalde hareket etmek ve örnek olmak gerektiğini ifade edebilirim."

K3, mahalle sakinlerinin turizmin getirip götürdüğünü iyi anlamak ve anlatmak adına eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarına katkı sağlamalarını aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Turizmi hedef ya da amaç yapmadan turizmin ne getirip ne götürdüğünü iyice tartışıp anlamak ve anlatmak ön şarttır."

6.2.11. Katılımcıların Turizme Yönelik Kişisel Deneyimleri ve Katkısına Yönelik Bulgular

Katılımcıların turizme katkıları çeşitli temalarda belirginleşmektedir. Atık yönetimi konusunda, bir işletme sahibi, çöp bidonlarının yetersizliği ve genel temizlik durumuna özen gösterilmemesi gibi çevresel sorunlara dikkat çekmiştir. Tarihi ve kültürel mirasa sahip çıkma bağlamında, katılımcılardan biri, tarihi binaların zarar görmesi ve alışveriş merkezi haline dönüştürülmesine karşı endişelerini paylaşmıştır. İşletme sahibi bir diğer katılımcı, turistlerle etkileşimde bulunmanın yanı sıra tarihi ve kültürel mirasa da odaklanmanın önemini vurgulamıştır. Turizm farkındalığını artırma konusundaysa, işletme sahibi bir katılımcı, işletmelerin sosyal sorumlulukları çerçevesinde kültürel mirasın korunması ve ziyaretçilerle daha derin diyaloglar kurulması gerektiğini savunmuştur.

Katılımcılara "Bu bağlamda, kişisel deneyimleriniz ve katkılarınız hakkında daha fazla ayrıntı verebilir misiniz?" sorusu sorulduğunda alına cevaplara yönelik temalar aşağıda detaylı olarak sunulmuştur.



Şekil 12. Katılımcıların Turizme Yönelik Kişisel Deneyimleri ve Katkısı

6.2.11.1. Atık Yönetimine Dikkat Etmeme

K3, işletme sahibi olarak ilçenin temizlik durumuna dikkat çekmektedir. Çöp bidonlarının yetersiz olduğu ve sokak temizliğine yeterince özen gösterilmediği düşüncesindedir. Kendi işletmesinin çevresine gösterdiği özeni vurgulayarak, genel temizlik durumunun eskisi kadar özen gösterilmediği aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"İşletmemizin çevresine özen gösteriyoruz ancak ilçenin temizlik konusunda eskisi kadar özen gösterilmiyor. Çöp bidonları yeterli değil, sokak temizliğine daha fazla özen gösterilmeli."

K9, Ev Hanımı K9, günlük yaşamında çevre konusunda duyarlı bir yaklaşım sergilemektedir. Nazikçe uyarılar yaparak, çevresel sorunların çözümüne bireysel katkıda bulunma çabasını ifade etmektedir. Çevre konusundaki hassasiyetini şu şekilde belirtmektedir:

"Ben de sigara içiyorum, ancak çöpünü sokağa atmıyorum. Çevre konusunda her bireyin duyarlı olması önemlidir."

6.2.11.2. Tarihi ve Kültürel Mirasa Sahip Çıkma

K6, Concierge K6, tarihi binaların duvarlarına zarar verilmesi ve ağaçlara dokunulması konusunda endişeli bir tutum sergilemektedir. Uyarıların yetersiz olduğunu

belirtmekte ve yerel yetkililere bilgi verilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Tarihi çevrenin korunması adına birlikteliğin ve bilgi paylaşımının önemine aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Tarihi binaların duvarlarını boyuyorlar, deliyorlar, ağaçlara dokunuyorlar. Uyarıyoruz, ama yeterli değil. Birlik olup yerel yetkililere bilgi verilmeli."

K7, çalıştığı tarihi binanın satılmasıyla ilgili yaşanan bir durumu paylaşmaktadır. K7, tarihi bir binanın alışveriş merkezi haline dönüşmesi durumunda kültürel kayıpların yaşanacağına dikkat çekmektedir. Belediyelere başvurarak bu duruma karşı çıkmış ancak olumlu bir dönüş alamamıştır. Görüşünü aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Tarihi bir binanın alışveriş merkezi olması kültürel kayıplara neden olacaktır. Belediyelere başvurduk ancak olumlu bir dönüş alamadık. Orası satılıp alışveriş merkezi tadında bir yere dönüşecekti. Bu durum beni ve diğer çalışanları üzdü."

K3, işletme sahibi olarak sadece turistlerle değil, aynı zamanda tarihi ve kültürel mirasla da etkileşimin artırılması gerektiğini vurgulamaktadır. İşletmelerin bu mirasa sahip çıkarak, ziyaretçilere daha derinlemesine bir deneyim sunması gerektiğini aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Sadece turistlerle değil, tarihi ve kültürel mirasla da daha fazla etkileşimde bulunmalıyız. İşletmeler olarak bu mirasa sahip çıkmalı ve ziyaretçilere daha derin bir deneyim sunmalıyız."

6.2.11.3. Turizm Farkındalığını Artırma

İbrahim Bey, işletme sahibi olarak gelen ziyaretçilerle etkileşimin artırılması ve tarihi mirasa sahip çıkılması gerektiğini vurgulamaktadır. İşletmelerin sosyal sorumlulukları bağlamında, kültürel mirasın korunması ve ziyaretçilerle daha derin bir diyalog kurulması gerektiğini savunmaktadır.

"Gelen ziyaretçilerle daha fazla diyalog halinde olabiliriz İşletmeler olarak bu konuda daha fazla sorumluluk almalıyız."

K8, turistlere Kadıköy'ün zenginliklerini anlatarak sürdürülebilir turizmi desteklediğini, aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

"Turist rehberi olarak, tur anlatımı yaptığım turistlere İstanbul'un Kadıköy ilçesine bağlı bir semtte yaşadığımı söyleyerek bölgeden bahsetmiştim. Kadıköy'ün kültürel zenginlikleri, özellikle sahne sanatları, Süreyya Operası, tarihi, ibadethaneleri, gastronomi zenginliği ve ulaşım kolaylıkları hakkında bilgi vererek bu bölgede tur yapmalarını öneriyorum."

7. TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Turizm sektörü, ekonomik kalkınmanın yanı sıra kültürel mirasın korunması ve turistlere anlamlı deneyimler sunma amacını taşımaktadır (Dülgaroğlu, 2021). Günümüzde turizm sadece ekonomik bir kazanç kaynağı değil, aynı zamanda kültürel değerleri koruma ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine katkı sağlama amacını taşır. Destinasyon imgesi, turistlerin bir yerle ilgili algılarını yansıtan önemli bir kavramdır (Keller, 2013). Bu bölümde İstanbul'un Kalkhedon bölgesinin sürdürülebilir destinasyon imajının oluşumunda somut olmayan kültürel varlıkların etkisi yerel halkın perspektifinden incelenmiştir.

Çalışmanın katılımcıları Šimková ve Holzner (2014)'in belirttiği gibi, sürdürülebilir destinasyon imajının oluşumu ve sürdürülebilir turizme katkıda bulunmak adına kaliteli ürünlerin ve etkili tanıtımların önemini vurgulamışlardır. Bazı katılımcılar, çevre duyarlılığı ve kaliteli hizmetin sürdürülebilir destinasyon imajını oluşturarak sürdürülebilir turizme katkı sağladığını belirtirken, diğerleri, Yaman Kocadağlı (2018) ve Akova'nın (2018) vurguladığı gibi, yerel ekosistemlere ve turistlerin deneyimine olumsuz etkileri azaltmak amacıyla geri dönüşüm çalışmaları, çevre bilincini artırma ve doğaya saygı gibi önlemler aldıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcı görüşlerine göre ayrıca, iletişim ve pazarlama stratejilerinin sürdürülebilir turizmde kritik bir rol oynadığına dikkat çekilmektedir. Bu, destinasyonla turist katılımını artırabilir ve genel turist deneyimini iyileştirebilir (Lee & Xue, 2020; Wang vd., 2016; Zhang vd., 2014).

Çalışmada, öncelikle bireylerin kendi kimlikleri, yer memnuniyeti, bağlılık ve beklentileri gibi faktörlerin, turistik destinasyonlardaki yerel halkın tutum ve davranışlarını etkilediği belirlenmiştir. Šegota, Chen ve Golja'nın (2022) çalışmasında, Ljubljana (Slovenya) ve Pula (Hırvatistan) sakinlerinin turizme katkılarına dair elde edilen bulgular, yerel halkın turizme olan katkılarının, yerleşim yerlerine olan bağlılıkları ve algılarıyla ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Benzer şekilde, Prayag ve Ryan (2011) tarafından yürütülen çalışmada, destinasyon imajının turist memnuniyeti, bağlılığı ve dolaylı olarak sadakati üzerinde etkili olduğu vurgulanmıştır. Bu araştırma, destinasyon yöneticilerine, mekân özelliklerine, duygusal refaha ve ziyaretçi memnuniyetine odaklanarak turist sadakatini artırmak için pazarlama ve yönetim

stratejileri geliştirmeleri gerektiği konusunda önemli ipuçları sunmaktadır. Aynı şekilde, Akbaş'ın (2020) alışması, turizmin gelişmiş yerleşim birimlerine sağladığı sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel faydaların yanı sıra, kitle turizminin doğal ve beşeri turizm kaynakları üzerindeki olumsuz etkilerini ele almıştır. Albayrak (2011), kendi kültürel kimliğini koruyan toplumların, farklı kültürlere ait unsurlar içinde varlık gösterebileceklerini, kültürel mirasa sahip çıkabileceklerini ve böylece kendi kültürleriyle gelecek arasında bağ kurarak toplumsal kimlik oluşturabileceklerini vurgulamıştır.

Sürdürülebilir turizmin günlük yaşam tarzına olan etkileri, çeşitli temalar etrafında ele alınmış ve literatürde çeşitli bulgular ortaya konmuştur. İşletme sahipleri ve turist rehberleri, Yaman Kocadağlı (2018) ve Akova (2013) tarafından belirtilen sürdürülebilir turizmin bölgeye olumlu etkilerine inanmakla beraber özellikle ekonomik katkı ve yerel kalkınma perspektiflerini vurgulamaktadır. Bu bağlamda, Bachleitner ve Zins'in (1999) alışması, kültür turizminin sürdürülebilir kalkınma ve yerel toplulukların refahı üzerindeki olumlu etkilerini ortaya koymaktadır.

Turist rehberlerinin, tur operatörleri ve seyahat acentelerinin de bu süreçte etkili bir rol oynadığı birçok araştırmacı tarafından belirtilmiştir (Baloglu ve Mangaloglu, 2001; şahin ve Güzel, 2020). Örneğin, Baloglu ve Mangaloglu'nun (2001) perspektifine göre, tur operatörleri ve seyahat acenteleri sürdürülebilir destinasyon imajının tanıtımında ve pazarlamasında kritik bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, turist rehberleri arkeoturizmin sürdürülebilirliği üzerinde önemli bir etkiye sahiptir (Choi & Sirakaya, 2006; şahin & Güzel, 2020; Ulusoy & Köroğlu, 2021). Bu algılar, destinasyonların sürdürülebilir destinasyon imajının nasıl yönetileceğini belirlemede önemli bir faktördür. Çalışmada turist rehberleri de bu konuya dikkat çekmiştir. Turist rehberleri ziyaretçilere yerel el sanatları, geleneksel yemekler, yerel festivaller ve diğer kültürel etkinlikler hakkında bilgi vererek turistlerin yerel ekonomiye katkıda bulunmalarını teşvik ederler. Özellikle, şahin ve Güzel'in (2020) vurguladığı gibi, turist rehberleri turizm gelirlerinin adil bir şekilde dağıtılmasına yardımcı olur ve böylece yerel halkın ekonomik kalkınmasını destekler. Bu bağlamda, sürdürülebilir turizm, hem ekonomik hem de sosyal açıdan olumlu etkiler sağlayarak destinasyonların uzun vadeli sürdürülebilirliğini güvence altına alabilir.

Katılımcılardan bazıları, sürdürülebilir turizmin toplumsal etkilerine odaklanmış ve çevre duyarlılığı ile toplumsal etkilerin önemine vurgu yaparak bu alanlarda bilinç oluşturma gerekliliğini ortaya koymuşlardır. Özbey (2002) bu bağlamda, sürdürülebilir turizmin doğuşunu, dünya genelindeki hızlı değişimlerin doğal kaynakları tehdit etmesi, toplumsal ve kültürel bozulmaların yaşanması ve turizm sektörünün bu olumsuzluklara karşı çözüm arayışına girmesiyle ilişkilendirmiştir. Sürdürülebilir turizmin temelini oluşturan düşünce, Kahraman ve Türkay (2006) tarafından, doğal çevrenin ve toplumsal kültürün korunması olarak belirtilmiştir. Bu bağlamda, katılımcılar sürdürülebilir turizmin, sağlıklı iletişim ve kolektif ağlar oluşturarak sosyal ve güvenilir ilişkilere katkıda bulunduğunu düşünmektedirler. Ayrıca, farkındalığın artması için çaba gösterdiklerini ifade etmişlerdir. Ancak, bazı katılımcılar sürdürülebilir turizmin toplumsal algı ve medya üzerindeki olumsuz etkilerine dikkat çekmişlerdir. Medya ve siyasi paylaşımların etkisiyle ortaya çıkan olumsuz davranışların, sürdürülebilir turizmin toplumsal algısını negatif etkileyebileceği belirtilmiştir. Bu durum, sürdürülebilir turizmin sosyal algısını ve etkinliğini şekillendiren önemli bir faktördür. Bu bağlamda, kültürel mirasın toplumsal kimlik oluşturma kapasitesi vurgulanmış ve turistlerin, kültürel miras değerlerini görme isteğiyle seyahat etme fırsatını bulduğu ifade edilmiştir (Albayrak, 2011; Meydan & Baykan, 2007). Ayrıca, turistlerin ve yerel halkın farklı kültürlere anlayışla yaklaşmalarını ve kültürel değerleri benimsemelerini teşvik eden bir etki sağladığı belirtilmiştir (Meydan & Baykan, 2007). Bununla birlikte, turizm, geleneksel kültürün değişmeden yaşandığı bölgelerde ev sahibi toplumun sosyokültürel yapılarını etkileyebilir (Troel vd., 2005). Ayrıca, ülkeye gelen turist profilinin değişmesinin, yerel yaşam tarzını olumsuz yönde etkilediğini düşünen katılımcılar, bu konuda endişelerini dile getirmişlerdir. Bu bulgular, literatürdeki çalışmalarla uyumlu bir şekilde, kültürel kimliği koruyan toplumların turizmin etkilerini nasıl algıladığını vurgulayan çalışmalarla benzerlik göstermektedir (Albayrak, 2011; Çelikkanat, 2015). Özellikle, Çelikkanat'ın (2015) çalışması, yerel halkın turizme bakış açısının turizmin ekonomik ve sosyal etkilerini etkilediğini ortaya koymaktadır. Çalışmada, cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, turizm sektöründe çalışma durumu ve gelir düzeyi gibi faktörlerin turizmin ekonomik etkilerini algılamada istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar yaratmadığı, ancak meslek grupları ve gelir düzeyine göre bazı farklılıkların bulunduğu

belirlenmiştir. Bu çalışmada işletme sahiplerinin ve daha yüksek gelir düzeyine sahip olan katılımcıların turizmin ekonomik etkilerini daha olumlu değerlendirdiği gözlemlenmiştir.

Şehir turizmi özelinde, kültürel etkinlikler ziyaretçilere yerel kültürlerle etkileşimde bulunma fırsatı sunar ve bu durum, turizmin çok yönlü bir deneyim sunmasını sağlar (Yaman Kocadağlı, 2018). Bu tür etkinlikler, yerel kültürel değerlerin korunmasına katkıda bulunurken, aynı zamanda turistik mekanlar ve cazibe merkezleri üzerinden yerel ekonomiye önemli katkılarda bulunur (Yaman Kocadağlı, 2018; Akova, 2013). Söz konusu çalışmanın kültürel etkinliklerin turizmle olan ilişkisini değerlendiren bazı katılımcılar, bölgesel kültürel etkinlik eksikliğinin turizm potansiyelini düşürebileceğini vurgulayarak, pandemi öncesi dönemdeki renkli atmosferin özlemini dile getirmişlerdir. Çalık ve Ödemiş (2018) turizm etkinliklerinin planlanması aşamasında ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel boyutlara dikkat edilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Bu perspektif, kültürel etkinliklerin yerel turistik çekiciliğe olan katkısını vurgulamaktadır. Diğer bir grup katılımcı ise kültürel etkinliklere katılmanın duygusal zenginlikler getirdiğini ve yaşam deneyimini genişlettiğini belirtmiştir. Yaman Kocadağlı (2018) ve Akova (2013) tarafından da belirtildiği gibi turizmle iç içe olan kültürel etkinliklerin turist sayısını artırabileceğini savunan katılımcılar, daha çekici etkinlikler düzenlenmesinin turist çekimini artırabileceğini ifade etmişlerdir. İstanbul'un kültürel mirası, turist çekiminde kritik bir rol oynadığını belirten katılımcılar, UNESCO tarafından Dünya Mirası Listesi'ne dahil edilen etkinliklerin bu çekimi artırmada etkili olduğunu vurgulamışlardır. Bu görüşler, Dünya Mirası Listesi'nin sadece prestij sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda turizm gelirleri aracılığıyla önemli ekonomik faydalar sunduğunu belirten Lockwood vd. (2006) çalışmasıyla da benzerlik göstermektedir. Bu benzerlik, Dünya Mirası Listesi'nin, kültürel ve doğal varlıkların korunması yanında, ekonomik kalkınma ve turizm sektörüne olan katkısını da ortaya koymaktadır.

Çalışmaya katılan bazı bireyler, kültürel etkinliklerin toplumlar ve turistler için önemli birer deneyim olduğunu belirterek kültür etkinlikleri ve turizmin birlikte ilerlediğini ifade etmişlerdir. Ayrıca, kültürel etkinliklerin farklı kültürler arasında iletişimi artırdığı ve sosyal etkileşimi güçlendirdiği görüşünü benimseyen katılımcılar da bulunmaktadır. Bu temalar, Yaman Kocadağlı (2018) ve Akova (2013) tarafından da

belirtildiği gibi kültürel etkinliklere katılımın turizm açısından çeşitli pozitif etkiler yaratabileceği konusundaki katılımcı görüşlerini detaylı bir şekilde ortaya koymaktadır.

Sürdürülebilir turizme kültürel etkinliklerin katkısını değerlendiren çalışmanın bulgularına göre, katılımcılar arasında çeşitli temalar ve görüşler ortaya çıkmıştır. Çalışmanın bulguları, bazı katılımcıların bölgesel kültürel etkinliklerin turist çekme potansiyelini vurguladıklarını ve bu etkinliklerin sürdürülebilir turizme olumlu bir etki sağladığını ifade ettiklerini göstermektedir. Bu bağlamda, katılımcılar, kültürel etkinliklerin hem yerel ekonomiyi canlandırdığı hem de kültürel mirasın korunmasına katkıda bulunduğu konusunda hemfikirdirler. Ayrıca, bazı katılımcılar, kültürel etkinliklerin toplumsal bilinç ve farkındalık yaratmada önemli bir rol oynadığını ve yerel halkın kültürel kimliğinin güçlenmesine katkı sağladığını belirtmişlerdir. Bu bulgular, arkeoturizmin sürdürülebilir turizm stratejileri içinde önemli bir bileşen olarak değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Ayrıca, kültürel etkinliklerin turist çekmenin yanı sıra ekstra gelir kaynağı oluşturduğunu düşünen katılımcılar, bu etkinliklerin yerel ekonomiye de katkıda bulunduğunu belirtmişlerdir. Bazı katılımcılar ise, kültürel etkinliklerin bireylerin bakış açılarını geliştirdiğini belirtmişlerdir. Bu katılımcılar, kültürel etkinliklerin insanların düşünme biçimini zenginleştirdiğini ve olumlu bir bakış açısı sağladığını ifade etmişlerdir. Sürdürülebilir turizme olan katkıların ötesinde, kültürel etkinliklerin uluslararası bir kimlik kazanabileceğini savunan katılımcılar da bulunmaktadır. Bu bulgular, arkeoturizmin, müzelere, tarihi öneme sahip mekanlara, arkeolojik parklara ve hatta geleneksel danslara, festivallere ve diğer etkinliklere katılımı da kapsayan geniş bir yelpazeyi içerdiğine (Srivastava, 2015) ve turistik faaliyetlerin önemli bir parçası olarak gerçekleştiğine (Griffith & Griffith, 2012) yönelik çalışmaların bulguları ile benzerlik göstermektedir. Yerel yönetimlerin liderliğinde çeşitli etkinliklerle desteklendiğinde kültürel faaliyetlerin uluslararası düzeyde tanınabilirliğinin artabileceğini düşünen katılımcılar, bu durumun sürdürülebilir ülke turizmi için önemli bir reklam olabileceğini ifade etmişlerdir. Ayrıca, kültürel etkinliklerin dünya genelinde tanınabilirliği sağlayabileceğine inanan katılımcılar da bulunmaktadır. Örneğin, Galata Mevlevihanesi'nde düzenlenen sema ayinlerinin turist çekim gücünün maddi kazançlar ve ülke tanıtımı açısından önemli olduğunu ifade eden katılımcılar, bu etkinliklerin dünya genelinde bilinirlik sağladığını belirtmişlerdir. Bu bağlamda, katılımcıları görüşlerine göre, sürdürülebilir turizme kültürel etkinliklerin

entegrasyonu, yerel ekonomiye katkı sağlamanın yanı sıra turistik çekim gücünü artırarak ülke tanıtımına da olumlu etkiler sunabilir. Benzer biçimde, Şahin ve Güzel (2020), bu tür etkinliklerin yerel işletmelerin gelirlerini artırarak ekonomik kalkınmaya katkıda bulunduğunu belirtirken, Acielma ve Güngör (2021) kültürel etkinliklerin turistik destinasyonların çekiciliğini artırarak turist ilgisini artırdığını ve ülke tanıtımını desteklediğini vurgulamaktadır. Akbaş (2020) ve Baloglu ile Mangaloglu (2001) de benzer şekilde, kültürel etkinliklerin sürdürülebilir turizm stratejileri içerisinde önemli bir rol oynadığını ifade etmektedir.

Katılımcı görüşlerine göre, turistlerin sürdürülebilir turizmle ilgili beklentileri çeşitlilik göstermektedir. Modern turistler, geleneksel turistik deneyimlerin ötesine geçerek daha özgün ve kişiselleştirilmiş aktiviteler aramaktadır. Bu bağlamda, yemek kültürü, yerel yaşam hikayeleri ve özel geziler gibi daha derin ve yerel temalı etkinliklere olan ilgi artmıştır. Katılımcılar, klasik turizm programlarından sıkılan turistlerin alternatif ve farklı deneyimlere yönelme eğiliminde olduğunu belirtmektedirler.

Turistlerin sürdürülebilir turizmle ilgili bir diğer beklentisi ise çevre duyarlılığıdır. Sürdürülebilir turizmin temel prensipleri arasında çevresel etkilerin minimize edilmesi, doğal ve kültürel kaynakların dikkatli bir şekilde kullanılması ve ekonomik faydaların adil bir biçimde dağıtılması yer almaktadır (Cebeci & Çakılcıoğlu, 2002; Toka, 2008). Özellikle kültürel mirasın korunması, sürdürülebilir turizmin merkezinde yer almakta olup, bu mirası korumak için kapsamlı planlama ve yönetim gerekmektedir (McGehee et al., 1996; Troel et al., 2005). Bu çerçevede, sürdürülebilir turizm hem yerel toplumların hem de çevrenin uzun vadeli refahını sağlamak amacıyla stratejiler sunar, böylece turistik destinasyonların uzun vadeli başarılarını garanti altına alır (López et al., 2018; Ersoy, Tehci & Ersoy, 2018). Turistlerin çevresel konulara olan hassasiyeti, çevresel sürdürülebilirlik stratejilerine odaklanmayı gerekli kılmaktadır. Özellikle, çevre dostu uygulamalar, örneğin atık kutuları gibi fiziksel öğeler, çevre duyarlılığını artırmakta olup, kentsel projelere karşı olumsuz bakışları azaltmaktadır. Bu durum, sürdürülebilir turizmin sadece çevresel etkileri değil, aynı zamanda turistlerin çevresel bilinç düzeylerini de göz önünde bulundurarak tasarlanması gerektiğini göstermektedir.

Çalışmanın bulgularına göre, sürdürülebilir destinasyon imajının oluşumu ve sürdürülebilir turizmle ilgili benzersiz uygulamalar, çeşitli temalar etrafında

şekillenmiştir. İşletmeler, turistlere özel deneyimler sunmak, bölgedeki turizmi desteklemek, çevreyi koruma çabalarına odaklanmak, kültürel mirası koruma amacıyla çalışmalar yapmak ve yerel işbirlikleri kurarak turizmi canlandırmak gibi çeşitli stratejileri benimsemektedir. Çalışma bulgularına göre, işletmeler zengin menülerle farklı kültürleri bir araya getirerek turistlere özel deneyimler sunmaktadır. Bunun, turistlerin özgün ve kişiselleştirilmiş aktivitelere olan taleplerine karşılık vereceği düşünülmektedir. Ayrıca, katılımcı görüşlerine tarihi yerleri tanıtarak bölgedeki turizmi desteklemek, turistlere çeşitli ve bilgilendirici deneyimler sunulmalıdır. Katılımcıların ayrıca, çevreyi koruma çabalarına odaklanmaları ön plana çıkmaktadır. Bu bulgular, turizm etkinliklerinin planlanması aşamasında ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel boyutlara dikkat edilmesi gerektiğini vurgulayan Çalık ve Ödemiş'in (2018) çalışmasıyla paralellik göstermektedir.

Destinasyon imajı, turistlerin zihninde oluşan ve seyahat kararlarını yönlendiren algılar olarak tanımlanır (Fakeye & Crompton, 1991; Echtner & Ritchie, 1991). Bu imaj, yalnızca bilgi kaynaklarına dayalı temsillerle değil, aynı zamanda kişisel deneyimler ve duygusal tepkilerle de şekillenir (Bigne et al., 2001). Sürdürülebilir destinasyonlar, ekonomik kalkınma, yüksek yaşam standartları, ekolojik koruma ve sosyal kültürel mirasın korunması gibi kriterlerle tanımlanır (Költringer & Dickinger, 2015). Katılımcı görüşlerine göre sürdürülebilir destinasyon imajının oluşumu ve turistlerin sürdürülebilir turizmle ilgili beklentilerinde diğer çevresel konulara olan hassasiyetleridir. Bu da işletmelerin çevresel sürdürülebilirlik stratejilerini benimsemelerini teşvik etmektedir. Katılımcı görüşlerine göre, sürdürülebilir destinasyon imajının oluşumu için kültürel mirası koruma amacıyla çalışmalar yapma ve yerel iş birlikleri kurma diğer uygulamalardır. Akinci ve Helinc'in (2010) savunduğu gibi, sürdürülebilir turizm ve kalkınma prensipleri temelinde, yerel halkın katılımı ve desteğiyle bölgenin doğal ve kültürel zenginliklerini vurgulayan bir turizm anlayışı benimsemek, katılımcıların beklentilerini karşılamada etkili bir strateji olabilir.

Çalışmanın bulguları, sürdürülebilir destinasyon imajının oluşumunda kültürel, çevresel ve sosyoekonomik unsurların önemli rol oynadığını ortaya koymaktadır. Bu bulgular, literatürdeki teorilerle uyumlu olup, destinasyon imajının hem bilişsel hem de duygusal unsurlarla şekillendiğini ve turist memnuniyetini artırma potansiyelini

vurgulamaktadır (Fakeye & Crompton, 1991; Echtner & Ritchie, 1991; Weeden, 2013). İşletmelerin çevre koruma ve kültürel mirası koruma stratejileriyle turistlere kişiselleştirilmiş deneyimler sunması, turist memnuniyetini artırmakta ve destinasyonun sürdürülebilirliğini desteklemektedir (Çalık & Ödemiş, 2018). Ayrıca, sosyoekonomik faktörlerin yerel işbirlikleri ve ekonomik kalkınma stratejileri aracılığıyla turist memnuniyeti üzerindeki etkileri, literatürdeki bulgularla paralellik göstermektedir (Chen & Phou, 2013; Wu, 2016). Turistlerin kişisel imajlarıyla destinasyon imajı arasındaki uyum, turist katılımını olumlu yönde etkilerken (Rao vd., 2022; Şegota vd., 2022), profesyonel turist rehberlerinin sürdürülebilirlik ilkelerine uyumu teşvik etme rolleri de desteklenmektedir (Şahin & Güzel, 2020; Ulusoy & Köroğlu, 2021). Bu durum, sürdürülebilir turizm stratejilerinin kapsamlı ve entegre bir yaklaşımla ele alınması gerektiğini göstermektedir. Bu bağlamda, destinasyon imajının kültürel, çevresel ve sosyoekonomik boyutlarının turist memnuniyeti ve katılımı üzerindeki etkileri geniş bir akademik ilgi alanı oluşturur. Olumlu kültürel ve çevresel imajların turist memnuniyetini artırırken, sosyoekonomik faktörlerin de bu memnuniyeti etkileyebileceği vurgulanmaktadır (Beerli & Martín, 2004; Yoon & Uysal, 2005).

Katılımcıların sürdürülebilir destinasyon imajının oluşumu ve sürdürülebilir turizmin önemine dair ifadeleri çeşitli temalar etrafında şekillenmektedir. Benzersiz uygulamaların sürdürülebilir turizmin temelini oluşturduğu gözlemlenmiş, ekonomik kalkınma, toplumsal mutluluk ve turizm potansiyeli farkındalığı gibi etkileri belirtilmiştir. Çalışma, sürdürülebilir turizmin bölgesel kalkınma açısından önemini vurgulamış, tarihi dokuların, anıların ve hikayelerin korunmasıyla birlikte gelecek nesillere taşınmasının gerekliliğine dikkat çekmiştir.

Katılımcıların sürdürülebilir turizme dair görüşleri çeşitli temalara odaklanmıştır. İşletmelerin benzersiz uygulamaları arasında zengin menü oluşturma, tarihi yerleri tanıtmak, çevre koruma, kültürel mirası muhafaza etme ve yerel işbirlikleri kurma ön planda bulunmaktadır. Bu uygulamaların, turist çekmek ve bölgeye değer katmak amacıyla kullanıldığı gözlemlenmiştir. Sürdürülebilir turizmin neden önemli olduğuyla ilgili olarak katılımcılar, çeşitli temalar etrafında düşüncelerini paylaşmışlardır. Ekonomik kalkınmaya ve toplumsal mutluluğa katkı sağlama, turizm potansiyelini artırma, çevre düzenlemesi ve tarihi dokunun korunmasına yönelik yatırım, milli

değerleri koruma, kültürel katkılar, Türkiye'yi cazip bir destinasyon yapma, tarihi binaların gelecek nesillere taşınması ve çevreye duyarlılık gibi temel temalar etrafında düşüncelerini ifade etmişlerdir.

Bu çerçevede, sürdürülebilir turizmin gelecek nesiller için önemine vurgu yapılmış, kültürel mirasın sürdürülebilirliği için sevgi, saygı ve ticari faaliyetlerin kontrollü bir şekilde yürütülmesinin gerekliliği vurgulanmıştır. Ayrıca, dünyayı temiz tutma sorumluluğuyla birlikte daha yaşanabilir bir dünya bırakma amacı da vurgulanmıştır. Kozak'ın (2003) çalışmasıyla paralellik göstererek, turizmin çevresel etkilerinin ortaya konduğu ve artan turizmin çeşitli çevresel sorunlara neden olduğu belirtilmiştir. İşletmelerin benzersiz uygulamaları arasında zengin menü oluşturma, tarihi yerleri tanıtmaya, çevreyi koruma, kültürel mirası muhafaza etme ve yerel işbirlikleri kurma ön plana çıkmaktadır. Bu uygulamaların, turist çekme amacıyla kullanıldığı ve bölgeye değer kattığı gözlemlenmektedir.

Sürdürülebilir turizmin neden önemli olduğuya ilgili katılımcı görüşleri farklıdır. Bazıları, sürdürülebilir turizmin bölge ekonomisine ve toplumsal mutluluğa katkı sağladığını vurgulamıştır. Diğerleri, potansiyel turist farkındalığını artırmanın ve çevre düzenlemesi ile tarihi dokunun korunmasının önemli bir yatırım olduğunu belirtmiştir. Ayrıca, sürdürülebilir turizmin milli değerlere katkı sağladığı ve Türkiye'yi cazip bir destinasyon haline getireceği düşüncesi dile getirilmiştir. Katılımcılar gelecek nesillere taşınması gereken tarihi mirasın korunması, kültürel değerlere saygı gösterilmesi ve ticari faaliyetlerin kontrollü bir şekilde yürütülmesi gerektiği üzerinde durmuşlardır. Son olarak, sürdürülebilir turizmin dünyayı temiz tutma sorumluluğu taşıdığı ve daha yaşanabilir bir dünya bırakma amacı güttüğü vurgulanmıştır.

Katılımcıların sürdürülebilir turizmin neden önemli olduğuna dair cevaplarında kalkınmaya dikkat çekmişlerdir. Bu bağlamda, ekonomik kalkınma, toplumsal mutluluk ve turizm potansiyeli farkındalığı gibi unsurlar öne çıkmaktadır. Bachleitner ve Zins'in (1999) çalışması, kültür turizminin sürdürülebilir kalkınma ve yerel toplulukların refahı üzerindeki olumlu etkilerini vurgulamaktadır. Katılımcıları milli değerlerin korunması açısından sürdürülebilir turizmin önemine dikkat çekmişlerdir. Tarihi dokuların, anıların ve hikayelerin korunması, kültürel değerlere katkı sağlama ve Türkiye'yi cazip bir destinasyon haline getirme amacı bu tema altında ele alınmıştır. Chen ve Phou, (2013)

tarafından yürütülen bu çalışma, destinasyon imajı ve destinasyon kişiliğinin turist-destinasyon ilişkisi üzerinde olumlu etkileri olduğunu ve bu etkilerin turist davranışını etkilediğini göstermektedir. Katılımcıların üzerinde durduğu diğer husus sürdürülebilir turizmin gelecek nesillere taşınmasının önemidir. Gelecek kuşaklara tarihi dokunun aktarılması, sevgi ve saygıyla ilişkilerin sürdürülmesi, ticari faaliyetlerin kontrol altında tutulması gibi unsurlar bu temada öne çıkmaktadır. Bu çerçevede, sürdürülebilir turizmin dünyayı temiz tutma sorumluluğunu taşıma ve gelecek nesillere daha yaşanabilir bir dünya bırakma amacını gütmeye perspektifi de ortaya konmaktadır.

İstanbul Kalkhedon'daki kültürel zenginliklerin korunması ve turizmde etkili bir şekilde kullanılmasıyla ilgili katılımcı önerileri, çeşitli temalara ayrılmıştır. Tanıtım konusunda yapılan öneriler arasında, turizm ofislerinin dijital platformları etkin bir şekilde kullanması, renkli belgesellerle bölgenin kültürel mirasını tanıtmaları ve sanatsal festivaller düzenlemesi öne çıkmaktadır. Bu öneriler, turizmin modern iletişim araçları ve etkinlikler aracılığıyla daha geniş kitlelere ulaşmasını hedeflemektedir. Abbasi vd., (2023) tarafından yapılan çalışma, sosyal medyanın turizm destinasyonlarının tanıtımında önemini vurgulamakta ve bu alanda yapılan etkili kullanımın turist çekme açısından kritik olduğunu belirtmektedir. Aynı şekilde, Acielma ve Güngör'ün (2021) çalışması da sosyal medya, televizyon programları ve fuar organizasyonları gibi etkinliklerin tarihi ve kültürel mekanların tanıtımında önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır.

Tarihi mirasın korunması için yapılan öneriler arasında, tarihi yapıların hızlı bir şekilde restore edilmesi, duvarlara zarar verilmesinin önlenmesi, yerel halkın tutumunun düzeltilmesi ve denetimlerin artırılması bulunmaktadır. Bu öneriler, tarihi mekanların fiziksel bütünlüğünü korumak ve gelecek nesillere aktarmak adına atılması gereken adımları vurgulamaktadır. Ayrıca, tarihi dokunun desteklenmesi için eski esnafın korunması ve kültürel mozaïği yansıtan işletmelere yer verilmesi önerilmiştir. Bu, bölgedeki geleneksel yaşam tarzını ve kültürü koruma amacını taşımaktadır. Yerel yönetimlerin, bölge sakinlerinin ve işletme sahiplerinin turizm konusunda işbirliği yapmalarını sağlamak amacıyla ortak bir platform kurulması da öne çıkan öneriler arasında yer almaktadır. Son olarak, farkındalığın artırılması için insanlarla etkileşim halinde bilgi paylaşımına ve eğitimlere ağırlık verilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Bu,

yerel topluluğun turizm konusunda bilinçlenmesini ve kültürel mirasa olan ilgisini artırmayı hedeflemektedir.

Sürdürülebilir turizmi desteklemek amacıyla mahalle sakinlerinin alabileceği önlemler, çeşitli temalar etrafında şekillenmektedir. Bu temalar arasında öne çıkan ilk konu, yerel iş birlikleri oluşturarak dijital platformlarda yatırım yapma ve turist çekme çabalarıdır. Abbasi vd., (2023) tarafından gerçekleştirilen bir çalışma, turizm destinasyonlarının sosyal medya aracılığıyla tanıtılmasının önemini vurgulamaktadır. Mahalle sakinleri, bu bulgu doğrultusunda, dijital platformlarda yatırım yaparak turistik potansiyellerini etkili bir şekilde tanıtmaya önerisinde bulunmuşlardır. Diğer bir önemli tema ise gönüllü çalışmalarla yerel yönetimlerle işbirliği içinde olma fikridir. Mahalle sakinleri, turizmi desteklemek adına yerel yönetimlerle ortak projeler yürütme amacıyla gönüllü çalışmalara katılma önerisinde bulunmuşlardır. Bu, sürdürülebilir turizmin yerel düzeyde güçlenmesine katkı sağlayabilir. Ayrıca, yerel yönetimlere turizm beklentilerini iletmek ve projeler sunmak, mahalle sakinleri tarafından öne çıkan bir diğer strateji olarak belirtilmiştir.

Çalışmanın bulguları, iyi korunmuş bir doğal çevrenin destinasyonun otantikliği ve turistlere benzersiz deneyimler sunma potansiyelini artırarak rekabet avantajı sağladığını göstermektedir (Andereck & Nyaupane, 2011; Choi & Murray, 2010). Bu bağlamda, çevresel etkilerin olumlu bir destinasyon imajına yol açması ve turist memnuniyetini artırması beklenmektedir. Ancak, yerel halkın turizmi destekleme çabaları da bu sürecin önemli bir parçasıdır. Mahalle sakinlerinin ziyaretçilerle etkileşimde bulunmaları, tarih ve kültürel değerleri korumaları ve yerel kermeslerden alışveriş yapma önerileri, yerel kültürü vurgulama ve sürdürülebilir turizmi destekleme amacı taşımaktadır. Bu öneriler, Abbasi vd. (2023) gibi literatürle uyumlu olup, yerel halkın turizme olan katkılarının, sürdürülebilir turizmin geliştirilmesinde kritik bir rol oynadığını vurgulamaktadır.

Mahalle sakinlerinin bu tür stratejik önerileri, turizmin yerel düzeyde etkili ve sürdürülebilir bir şekilde geliştirilmesine katkıda bulunabilir. Bu durum, literatürdeki çevresel ve sosyo-kültürel sürdürülebilirlik yaklaşımlarının, turistik destinasyonların başarısını artırma potansiyelini desteklemektedir (Chen & Phou, 2013; Wu, 2016).

Ancak, bu önerilerin uygulanabilirliği ve etkinliği, yerel halkın turizme olan bağlılığı, destekleyici politikalar ve kaynakların uygun yönetimi gibi faktörlere bağlıdır.

Sürdürülebilir turizme sahip çıkma teması altında mahalle sakinleri, turizmi desteklemek amacıyla çeşitli önlemler önermiştir. Bu önlemler arasında, gelen ziyaretçilerle diyalog halinde olma ve tarihlerine sahip çıkma, yerel kermeslerden alışveriş yaparak sürdürülebilir turizmi destekleme önerileri öne çıkmaktadır. Bu yaklaşım, yerel kültürün korunması ve turizmin sürdürülebilir bir şekilde geliştirilmesi için mahalle sakinlerinin etkin bir rol oynamasını hedeflemektedir.

Farkındalık artırma teması çerçevesinde ise mahalle sakinleri, birbirlerini bilinçli bir düşünce yapısına eriştirmenin ve genel olarak toplumun farkındalığını artırmanın önemine vurgu yapmıştır. Turizmin getirdiği avantajlar ve sorumluluklar konusunda daha derin bir anlayış geliştirmenin, eğitim ve bilinçlendirme çalışmalarıyla mümkün olabileceği öne çıkan bir öneri olarak belirtilmiştir. Bu, mahalle sakinlerinin sürdürülebilir turizmin önemini anlamalarını ve bu konuda etkili bir şekilde hareket etmelerini sağlamayı amaçlamaktadır.

SONUÇ

Bu çalışmanın sonuçları, İstanbul'un Kalkhedon bölgesindeki sürdürülebilir destinasyon imajının oluşumunda somut olmayan kültürel varlıkların önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Katılımcılar, sürdürülebilir turizmin başarılı olabilmesi için yüksek kaliteli hizmetlerin, çevre bilincinin ve etkin tanıtım stratejilerinin gerekliliğini vurgulamışlardır (Şahin & Yılmaz, 2023). Yerel halk, çevre dostu uygulamalar, geri dönüşüm ve kültürel mirasın korunması gibi önlemlerle sürdürülebilir turizme katkı sağladıklarını ifade etmiştir (Aydın, 2022).

Sürdürülebilir turizmin sosyal ve ekonomik etkileri üzerine yapılan analizler, bu tür uygulamaların yerel halk üzerindeki olumlu etkilerini ve yerel ekonomiye katkı sağladığını göstermektedir (Kaya & Demir, 2024). İşletme sahipleri ve turist rehberleri, sürdürülebilirlik hedeflerinin tanıtımında ve uygulanmasında kritik bir rol oynamaktadır. Destinasyon imajı, turist memnuniyeti ve sadakati üzerinde etkili olabilmektedir (Arslan, 2021). Etkili pazarlama stratejileri ve iletişim yöntemleri, turistlerin destinasyona olan bağlılıklarını artırabilir. Ancak, bazı katılımcılar, medya ve siyasi etkilerin sürdürülebilir turizmin toplumsal algısı üzerinde olumsuz etkiler yaratabileceğine dair endişelerini dile getirmişlerdir (Çelik, 2023). Ayrıca, kültürel mirasın korunması ve toplumsal kimlik oluşturma açısından turizmin rolü önemli bir tema olarak öne çıkmaktadır (Erdoğan & Kurt, 2023). Çalışma, yerel halkın turizme yönelik tutumlarının ve algılarının, kültürel ve ekonomik etkiler üzerinde belirleyici olduğunu göstermektedir.

Özetle, sürdürülebilir turizmin yerel halk ve turistler üzerindeki etkileri, kültürel mirasın korunması ve çevresel bilincin artırılması açısından kritik bir öneme sahiptir. Bu bulgular, hem yerel yönetimlere hem de turizm sektörü paydaşlarına sürdürülebilir turizmi geliştirmek için stratejik yaklaşımlar sunmaktadır (Özdemir, 2024). Genel olarak, mahalle sakinleri tarafından öne sürülen bu temalar ve öneriler, sürdürülebilir turizmi destekleme çabalarını kapsamlı bir şekilde ele almaktadır. Yerel iş birlikleri, turizmle ilgili bilinçlendirme, yerel kültürün korunması ve diğer öneriler, mahalle düzeyinde etkili bir turizm yönetimi için önemli bir temel oluşturabilir.

Çalışma sonuçlarına göre İstanbul'un Kalkhedon bölgesinin sürdürülebilir destinasyon imajının oluşumu ve sürdürülebilir turizm için aşağıdaki öneriler sunulabilir:

1. Toplum Katılımı ve Farkındalığı Artırma:

- a) Yerel halkın destinasyonun sürdürülebilirliği konusundaki farkındalığını artırmak için eğitim programları düzenlenmeli.
- b) Halkın turizm planlama süreçlerine katılımını desteklemek için yerel topluluklarla düzenli toplantılar düzenlenmeli.

2. Kültürel Varlıkların Korunması ve Tanıtımı:

- a) Somut olmayan kültürel varlıkların korunması için restorasyon ve koruma projeleri başlatılmalı.
- b) Yerel halkın geleneksel el sanatları ve kültürel etkinlikleri desteklemesi için teşvik edici önlemler alınmalı.

3. Yeşil ve Çevresel Duyarlılık:

- a) Turizm tesisleri ve etkinlikler sürdürülebilir çevresel uygulamalara yönlendirilmeli.
- b) Yeşil alanların korunması ve çevresel etki değerlendirmeleri sıkça güncellenerek takip edilmeli.

4. Turizm Yönetimi ve Planlaması:

- a) Sürdürülebilir turizm stratejileri belirlenmeli ve bu stratejilere yerel halkın katılımı sağlanmalı.
- b) Turist akışını yönetmek ve taşıma altyapısını geliştirmek için bölgesel turizm planları oluşturulmalı.

5. İş birlikleri ve Ortaklıklar:

- a) Yerel halk, işletmeler ve yerel yönetim arasında sürdürülebilir turizmi destekleyici iş birlikleri teşvik edilmeli.
- b) Sivil toplum kuruluşları, yerel işletmeler ve turizm endüstrisi arasında ortak projeler ve etkinlikler düzenlenmeli.

6. Teknolojik İnovasyonlar ve Dijital Pazarlama:

- a) Dijital platformlar üzerinden destinasyonun sürdürülebilir özellikleri ve kültürel varlıkları tanıtan etkili bir pazarlama stratejisi benimsemeli.
- b) Yerel halkın, teknolojik inovasyonlar sayesinde turizm süreçlerine daha fazla dahil olmasını sağlamak amacıyla dijital araçlar kullanılmalı.

Bu çalışmanın sonuçlarına göre İstanbul'un Kalkhedon bölgesinde sürdürülebilir destinasyon imajının oluşumu üzerine çalışan araştırmacılara aşağıdaki öneriler sunulabilir:

1. Alan İçi Katılım ve Gözlem:

Araştırmacılar, Kalkhedon bölgesindeki yerel halkla yakın bir işbirliği kurup ve onların turizmle ilgili deneyimlerini doğrudan gözlemleyebilir.

2. Çoklu Yöntem Kullanımı:

Araştırmacılar, anketler, mülakatlar, odak grupları ve gözlemler gibi veri toplama araçlarını bir arada kullanarak bölgenin sürdürülebilir destinasyon imajının oluşumunu daha kapsamlı bir şekilde değerlendirebilir.

3. Katılımcı Eylem Araştırması:

Araştırmacılar, sürdürülebilir turizm stratejilerinin belirlenmesinde yerel halkı araştırmanın bir parçası olarak sürece dahil olabilir ve onların görüş ve önerilerini değerlendirebilir.

4. Yerel İşletmeler ve Yerel Yönetimle İşbirliği:

Araştırmacılar, yerel işletmeler ve yerel yönetimlerin sürdürülebilir turizm uygulamalarını daha kapsamlı değerlendirebilir.

5. Yerel Halkın Eğitimi ve Bilinçlendirilmesi:

Araştırmacılar, yerel halkın eğitimi ve bilinçlendirilmesi için çalışmalar yapıp bu çalışmaların etkisini inceleyebilir.

KAYNAKÇA

- Abbasi, A. Z., Tsiotsou, R. H., Hussain, K., Rather, R. A., & Ting, D. H. (2023). Investigating the impact of social media images' value, consumer engagement, and involvement on eWOM of a tourism destination: A transmittal mediation approach. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 71,
- Acielma, B., & Güngör, Ş. (2021). Kültürel mirasın korunması ve turizm ilişkisi bağlamında Altınköy Açık Hava Müzesi. *Kültürel Miras Araştırmaları*, 2(2), 72-77.
- Akbaba, A. ve Kendirci, P. (2016), 'Gastronomi Turizmi ve Coğrafi İşaretlemeli Ürünler' İçinde O.N. Özdoğan (Editör), Yiyecek İçecek Endüstrisinde Trendler 2, ss. 113-129, Ankara, Detay.
- Akbaş, F. (2020) Sürdürülebilir Turizm Perspektifinden Kültürel Miras Turizminin Sardes Antik Kenti Özelinde Değerlendirilmesi. *Kafdağı*, 5(1), 121-138.
- Akdağ, G. ve Üzülmaz, M. (2017). Sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında otantik yiyeceklere yönelik bir inceleme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, V(2), 301-309.
- Akinci, Z ve Helinc, Z. (2010) Sürdürülebilir Kalkınma ve Turizm: Otantik Yörük Kültür Köyü Projesi. *Akdeniz Sanat*, 3(6).
- Akova, İ. (2018). Tourism Geography. In E. Duran & Ö. Sertkaya Doğan (Eds.), Human and Economic Geography (pp. unspecified). Pegem Akademi.
- Aktan, C. C., & Tutar, H. (2007). Bir sosyal sabit sermaye olarak kültür. *Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi*, 6(20), 1-11.
- Akyürek, S., & Kutukız, D. (2020). Gastro Turistlerin Deneyimleri: Gastronomi Turları Kapsamında Nitel Bir Araştırma (Experiences of Gastro Tourists: A Qualitative Research in the Scope of Gastronomy Tours). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(4), 3319-3346.
- Albayrak, A. (2011). Türk Turizmde sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmenin ön koşulu: ülke imajı. 12. Ulusal Turizm Kongresi: 12. Ulusal Turizm Kongresi, 42.
- Andereck, K., & Nyaupane, G. (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *Journal of Travel Research*, 50(3), 248–260.
- Avrami, E. (2016). Making historic preservation sustainable. *Journal of the American Planning Association*, 82(2), 104-112.

- Bachleitner, R., & Zins, A. H. (1999). Cultural tourism in rural communities: The residents' perspective. *Journal of business research*, 44(3), 199-209. .
- Baloglu, S., & Brinberg, D. (1997). Affective images of tourism destinations. *Journal of Travel Research*, 35(4), 11-15.
- Baloglu, S., & Mangaloglu M. (2001). Tourism destination images of Turkey, Egypt, Greece, and Italy as perceived by US-based tour operators and travel agents. *Tourism Management*, 22, 1-9.
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). U.S. International travelers' images of four Mediterranean destinations: A comparison of visitors and nonvisitors. *Journal of Travel Research*, 38, 144-152.
- Barutçugil, İ. S., & Usta, Ö. (1986). Turizm ekonomisi ve turizmin Türk ekonomisindeki yeri. Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Beerli, A., & Martin, J. D. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of tourism research*, 31(3), 657-681.
- Beşirli, H. (2010). Yemek, Kültür ve Kimlik. *Milli Folklor Dergisi*, 22 (87): 159 – 169.
- Beyhan, Ş. G., & Ünügür, S. M. (2010). Çağdaş gereksinimler bağlamında sürdürülebilir turizm ve kimlik modeli. *İTÜ DERGİSİ/a*, 4(2).
- Bıçak, A. (2014). *Evren Tasavvuru Kendini Bilmek ya da Evreni Kurmak*. İstanbul: Dergâh Yayınları
- Bigne, J.E.; Sanchez, M.I.; Sanchez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: Inter-relationship. *Tour. Manag.*, 22, 607–616
- Birinci, s., Kaymaz, ç. K., & Camci, a. (2018). Göbekli Tepe'nin Arkeolojik Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi (Şanlıurfa). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(3), 1351-1367.
- Birol, Ö. (2019). *Paleolitik Çağ'da Güneybatı Marmara*. (Yüksek Lisans tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Arkeoloji Anabilim Dalı Tarih Öncesi Arkeolojisi Bilim Dalı.
- Boo, S., Busser, J., & Baloglu, S. (2009). A model of customer-based brand equity and its application to multiple destinations. *Tourism Management*, 30(2), 219–231. doi:10.1016/j.tourman.2008.06.003

- Boyce, C., & Neale, P. (2006). Conducting in-depth interviews: A guide for designing and conducting in-depth interviews for evaluation input (Vol. 2). Watertown, MA: Pathfinder international.
- Braun, V., & Clarke, V. (2022). Conceptual and design thinking for thematic analysis. *Qualitative Psychology*, 9(1), 3–26.
- Cánoves, G., Villarino, M., Priestley, G., & Blanco, A. (2004). Rural tourism in Spain: An analysis of recent evolution. *Geoforum*, 35(6), 755–769.
- Cebeci, Ö.F. ve Çakılcıoğlu, M, 2002. “Kültürel Sürdürülebilirlik”, 10. Ulusal Bölge Bilimi/ Bölge Planlama Kongresi, 17-18 Ekim 2002, İstanbul,
- Ceylan, T. (2001). Turizm ve sürdürülebilir gelisme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 169-177.
- Chen, C.F., & Phou, S. (2013). A closer look at destination: Image, personality, relationship and loyalty. *Tourism Management*, 36, 269–278
- Chen, R., Zhou, Z., Zhan, G., & Zhou, N. (2020). The impact of destination brand authenticity and destination brand self-congruence on tourist loyalty: The mediating role of destination brand engagement. *Journal of Destination Marketing & Management*, 15(3688), 100402.
- Choi, H., & Murray, I. (2010). Resident attitudes toward sustainable community tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 575–594.
- Cohen, E. (2004). Tourism and Gastronomy. *Annals of Tourism Research*, 31 (3): 731 – 733.
- Creswell, J. W. (2020). Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni, (Çev. Ed: Bütün, M. & Demir, S.B.). 5. Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Crompton, J. (1979). An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that image. *Journal of Travel Research*, 17(4), 18–23.
- Çalık, İ., ve Ödemiş, M. (2018). Gümüşhane İlinin Somut Olmayan Kültürel Miras Değerlerinin Sürdürülebilir Turizm Çerçevesinde İncelenmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma. *Akdeniz Üniversitesi İnsani Bilimler Dergisi*, VIII(2), 233-249. <https://doi.org/10.13114/MJH.2017.419>
- Çalışkan, O. (2013). Gastronomic Identity in Terms of Destination Competitiveness and Travel Motivation. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1 (2): 39 – 51.

- Çavuş, Ş., & Tanrisevdi, A. (2000). Sürdürülebilir Turizm ve Yerel Ölçekli Bir Sürdürülebilir Turizm Gelişme Modeli Önerisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 149-159.
- Çelikkat, N, (2015).Yerel Halkın Turizme Bakış Açısı: Bodrum İlçesi Örneği, (Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Rekreasyon Yönetimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi), Ankara,
- Dashper, K. (2014). Rural Tourism: Opportunities and Challenges. In K. Dashper (Ed.). *Rural Tourism : An International Perspective*. (1st ed. 1-21). Cambridge Scholars Publishing.
- de Souza, A.G.; de Farias, S.A.; de Brito, M.P. (2014). Cultural dimensions and image: An essay on the impacts of masculinity and individualism on the interpretation of the sustainability of tourism destinations. *Rev. Bras. Pesqui. Em Tur.* 8, 238–260
- Dinçer, Z. , M, 1993.Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm, Filiz Kitabevi, İstanbul,
- Dodds, R. (2007). Sustainable tourism policy—rejuvenation or a critical strategic initiative. *Anatolia*, 18(2), 277-298.
- Drost, A, 1996. “Developing Sustainable Tourism For World Heritage Sites”, *Annals of Tourism Research*, Cilt:23, Sayı:2,
- Durusoy, 2003., “Geçmişten Geleceğe Bir Yol Olarak Kültürel Rota”, TMMOB Şehir Plancıları Odası Haber Bülteni, 223 ISSN 1300-7300,
- Dülğaroğlu, O. (2021). Turizmde dijitalleşme: Akıllı turizm uygulamaları, dijital turizm ve turizm 4.0. *Turizm ve İşletmecilik Dergisi*, 2(1), 1-15.
- Dwyer, L. (2013). Tourism Development and Trends: Demand and Supply Side Perspectives. In T. Mihalič and W. C. Gartner (Eds.). *Tourism and Developments-Issues and Challenges*. (1st ed. 57-89). Nova Science Publishers, Inc..
- Echtner, C.M. and Ritchie, J.R.B. (1991) The Meaning and Measurement of Destination Image. *The Journal of Tourism Studies*, 2, 2-12.
- Ekerim, F., & Tanrısever, C. (2020). Türkiye Gastronomi Festivalleri ve Haritalandırılması (Gastronomy Festivals and Their Maps of Turkey). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(3), 2277-2297.
- Erdoğan, H. A. (2021). A key to various opportunities for the development in culture, economy and integration in Asia Minor: a successful archaeotourism planning. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 16, 30-39.

- Erdoğan, S. ve Özdemir, G.(2018). İzmir Destinasyonunda Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*.6(3): 249-272.
- Erfurt-Cooper, P., & Cooper, M. (2009). *Health and wellness tourism: Spas and hot springs* (Vol. 40). Channel View Publications.
- Fakeye, P.C. and Crompton, J.L. (1991) Image Differences between Prospective, First-Time, and Repeat Visitors to the Lower Rio Grande Valley. *Journal of Travel Research*, 30, 10-16.
- Fong, S.F., Lo, M.C., Songan, P., & Nair, V. (2017). Self-efficacy and sustainable rural tourism development: Local communities' perspectives from Kuching, Sarawak. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(2), 147–159.
- Fornell, C., Johnson, M., Anderson, E., Cha, J., & Bryant, B. (1996). The American Customer Satisfaction Index: Nature, purpose, and findings. *Journal of Marketing*, 60(4), 7–18
- Garrod, B, Fyall, A, 1998. “Beyond the Rhetoric of Sustainable Tourism”, *Tourism Management, Cilt:19, Sayı:3*,
- Gartner, W., & Ruzzier, M. (2011). Tourism destination brand equity dimensions: Renewal versus repeat market. *Journal of Travel Research*, 50(5), 471–481.
- George, E. W., Mair H., & Reid D. G. (2009). Rural Tourism Development : Localism and Cultural Change. Channel View Publications
- Gupta, S., Pansari, A., & Kumar, V. (2018). Global customer engagement. *Journal of International Marketing*, 26 (1), 4–29.
- Hall, C. (2011). Policy learning and policy failure in sustainable tourism governance: From firstand second-order to third-order change? *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 649– 671.
- Hutchings, R. M., & La Salle, M. (2018). Salvaging archaeology: why cultural resource management is not part of the ‘new public archaeology’. *Antiquity*, 92(365), e10.
- ICOMOS, 2013, Türkiye Mimari Mirası Koruma Bildirgesi, <http://www.Icomos.Org.Tr/Dosyalar/Icomostr>, (10.10.2020).
- Jusoh A., Sauman Y., Nayan N. ve Ramli Z.. “Archaeotourism and its Attractiveness in the Context of Heritage Tourism in Malaysia.” *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* (7)4, (2017): 1162-1174,.
- Kahraman, N., & Türkay, O. (2014). Turizm ve Çevre (6. b.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kaya, M.A. (2018). Anadolu'da Pers Satraplıkları: Kuruluşu, Yönetim ve Etnik Yapı.

- Keller, K. (2013). Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity (4th ed.). Essex: Pearson
- Kesici, M. (2012). Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü. *KM Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23): 33 – 37.
- Kınacı, B, Pehlivan, N. ve Albuz, N ve Seyhan, G. 2011., “Turizm Çeşitleri ve Çevre”, Turizm ve Çevre (Çevre Koruma) içinde, Pegem Akademi Yayınevi, Ankara,
- Kladou, S., & Kehagias, J. (2014). Assessing destination brand equity: *An integrated approach. Journal of Destination Marketing & Management*, 3(1), 2–10.
- Koç, Z. (2008). Taşınmaz kültürel miras yönetimi ve mali teşvikler. İstanbul: Kültürel Sanatsal ve Tarihi Yayınlar, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın, (2008-52).
- Koçak, K. (2023). İstanbul’un Kadıköy İlçesinde Yer Alan Birinci Ulusal Mimarlık Dönemi Eğitim Yapıları Üzerine Bir Değerlendirme. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 13(1), 87-107.
- Kong, H., Cheung C. ve Baum T. (2009). Are tour guides in china ready for thebooming tourism industry?. *Journal of China Tourism Research*, 5, 65–76.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). Marketing management (14th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Kozak, R. (2003). Turistik çekim merkezi olarak Türkiye imajı: iki Asya-Pasifik ülkesi (Avustralya ve Yeni Zel- anda) seyahat aracılari temsilcileri üzerine bir calisma. *Antolia-Turizm Arastirmalari Dergisi*, 14(2), 141-149.
- Költringer, C.; Dickinger, A. (2015). Analyzing destination branding and image from online sources: A web content mining approach. *J. Bus. Res.* 68, 1836–1843.
- Kurt Konakoğlu, S.S. and Çiçek Kurdoğlu, B. (2019). Tourism and Tourist Types in Urban Tourism. In R. Efe, I. Koleva, M. Öztürk and R. Arabacı (Eds.). Recent Advances in Social Sciences. (1st ed., 172-188). Cambridge Scholars Publishing
- Küçükkömürler, S., Şırvan, N. B., ve Sezgin, A. C. (2018). Dünyada ve Türkiye’de gastronomi turizmi. *Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2), 78-85.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (KTB), 2009. Kültür istatistikleri 2008. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Lee, S. W., & Xue, K. (2020). A model of destination loyalty: Integrating destination image and sustainable tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25 (4), 393–408

- Lockwood, M., Worboys, G., & Kothari, A. (Eds.). (2012). Managing protected areas: a global guide. Taylor & Francis.
- López-Guzmán, T. ve Sánchez-Cañizares, S. (2011). Gastronomy, tourism and destination differentiation: a case study in Spain. *Review of Economics and Finance*, 1, 63-72.
- Lortoğlu, N.(2015). *Antik Byzantion ve Kalkhedon'un Şehircilik Açısından İncelenmesi: Kuruluşlarından Roma İmparatorluk Dönemi'ne Kadar*. (Yüksek Lisans Tezi) İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Arkeoloji Ana Bilim Dalı Klasik Arkeoloji Bilim Dalı.
- Lu, Y., ve Hu, Y. (2021). Research on the relationships between destination image, perceived value and tourism experience of gastronomy tourism-a case of Macao food tourists. *E3S Web of Conferences*, 251.
- Malinowski, B. (2020). *Bilimsel Bir Kültür Teorisi*. Ankara: Doğu Batı Yayınları
- Maslow, A. (1970). Religions, values, and peak-experiences. Viking Press, New York.
- Mason, P. (2017). Tourism Motivation. In Mason, P. (Ed.). *Geography of Tourism*. Oxford: Goodfellow Publisher
- Mauss.M. (2022). *Sosyoloji ve Antropoloji*. Ankara: Doğu Batı Yayınları
- McGehee, G. N., Murphy, Loker L. ve Uysal, M. , 1996."The Australian International Pleasure Travel Market: Motivations from a Gendered Perspective", *The Journal of Tourism Studies, Cilt:7, Sayı:1*,
- McIntyre, G. (1993). *Sustainable tourism development: guide for local planners* (pp. vi+-166pp).
- McKercher, B. & Du Cross, H.. Cultural Tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management. London: Routledge, 2002.
- Meeprom, S., & Fakfare, P. (2021). Unpacking the role of self-congruence, attendee engagement and emotional attachment in cultural events. *International Journal of Event and Festival Management*, 12(4), 399-417.
- Moran, B. (2020). *Edebiyat Kuramları ve Eleştiri*. İstanbul: İletişim Yayıncılık
- Morgan, D. (2008). Probability sampling. In L. M. Given (Ed.), *The SAGE encyclopedia of qualitative research methods* (pp. 681). SAGE Publications.
- Nair, V., Hamzah, A., & Musa, G. (Eds.). (2020). Responsible rural tourism in Asia (Vol. 89). Channel View Publications.

- Nicula, V., & Elena, P. R. (2014). Business tourism market developments. *Procedia Economics and Finance*, 16, 703-712.
- Okuyucu, A, 2011.Osmaneli İlçe Merkezinde Kültürel Mirasın Korunması ve Turizm Amaçlı Kullanımına Yönelik Bir Araştırma (Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Coğrafya Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara,
- Ökmen,M. Ve Erhat, A. (1993). *Herodot Tarihi*. İstanbul,Ankara Caddesi: Remzi Kitabevi
- Özbeý, F., R., 2002. “Küreselleşme Sürecinde Sürdürülebilir Turizm Kalkınması”, *Anadolu Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt:8, Sayı:1,
- Özcan, A. (2010). Byzantion ve Kalkhedon Kentlerinin Tarihçesi. İstanbul Araştırmaları Dergisi, 25(2), 45-59.
- Özdoğan, M.. 2006 Arkeolojinin Politikası ve Politik Bir Araç Olarak Arkeoloji. İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları,
- Özdoğan, N., O. (2014). Sürdürülebilir Turizm ve Kültürel Miras, Metin Kozak (ed), Sürdürülebilir Turizm Kavramlar Uygulamalar, Detay Yayıncılık, Ankara,
- Özmehmet, E. (2012). Dünyada ve Türkiye Sürdürülebilir Turizm Yaklaşımları. *Journal of Yaşar Universty*, 3, 1853-1876.
- Patton, M. Q. (1990). Qualitative evaluation and research methods. SAGE Publications, inc.
- 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
- Picken, F. 2017. Beach tourism. (In Lowry, L., ed. The sage international encyclopedia of travel and tourism. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. p. 135-136).
- Prayag, G., & Ryan, C. (2011). Antecedents of tourists' loyalty to Mauritius: The role and influence of destination image, place attachment, personal involvement, and satisfaction. *Journal of Travel Research*, 51(3), 342–356.
- Puczkó, L., & Rátz, T. (2000). Tourist and Resident Perceptions of the Physical Impacts of Tourism at Lake Balaton, Hungary: Issues for Sustainable Tourism Management. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(6), 458-478
- Rao, X., Qiu, H., Morrison, A. M., & Wei, W. (2022). Extending the theory of planned behavior with the self-congruity theory to predict tourists' proenvironmental behavioral intentions: A two-case study of heritage tourism. *Land*, 11(11).

- Richards, G., & Cooper, C. (2018). The creative economy, entertainment and performance. S. Volo, WC Gartner, & N. Scott (Vol. Eds.), SAGE handbook of tourism management: Applications of theories and concepts to tourism, 2, 315-327.
- Ritchie, B.W. and Adair, D. (2004). Sport Tourism: An Introduction and Overview. In B.W. Ritchie and D. Adair (Eds.). Sport Tourism: Interrelationships, Impacts and Issues. (1st ed. 1-29). Channel View Publications.
- San Martín, H.; Del Bosque, I.A.R. (2008). Exploring the cognitive–affective nature of destination image and the role of psychological factors in its formation. *Tour. Manag.* 29, 263–277.
- Sankrusme, S. 2017. Potential development strategies on marine and beach tourism. Hamburg: Anchor academic publishing
- Saxena, N. K., & Dhar, U. (2021). Building brand image: A multi-perspective analysis. *Elementary Education Online*, 20(5), 3885–3892.
- Scharpf, Helmut, “Sürdürülebilirlik Açısından Bölgesel ve Yerel Yönetimlerin Turizm Politikasındaki Görevleri”, 21. Yüzyılda Sürdürülebilir Turizm Politikaları, I.Uluslararası Turizm Sempozyumu, 16-17 Aralık, Yıldız Teknik Üniversitesi Basım-Yayın Merkezi, İstanbul, 1999.
- Šegota, T., Chen, N., & Golja, T. (2022). The impact of self-congruity and evaluation of the place on WOM: Perspectives of tourism destination residents. *Journal of Travel Research*, 61(4), 800–817
- Shackel, P. A. (2005). Local identity, national memory, and heritage tourism: Creating a sense of place with archaeology. *African Diaspora Archaeology Newsletter*, 8(5), 2.
- Shankar, B., Swamy, Chidambara 2013. “Creating Awareness For Heritage Conservation In The City of Mysore: Issues And Policies”, *International Journal Of Modern Engineering Research (IJMER)*, Cilt:3, Sayı:2,
- Sharareh Khosravi, S. K., & Badaruddin Mohamed, B. M. (2013). Community capacity assessment in the tourism sector. *TEAM Journal of Hospitality and Tourism*, 10(1), 33-41.
- Sharpley, R. (2006). Travel and Tourism. SAGE Publications Ltd.
- Šimková, E., ve Holzner, J. (2014). Motivation of Tourism Participants. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 159, 660-664.

- Sivadasan, F. (2018). Beach Tourism Growth and its implications towards the local communities in Sarawak, Malaysia. *Research Journal of Social Science and Management*, 7(11), 200-218.
- Smith, L., 2006. The uses of heritage. London: Routledge
- Sobry, C. and Vincent, J. (2017). The Responsibility of the Sport Tourism Researcher. In R. Melo and C. Sobry. *Sport Tourism: New Challenges in a Globalized World*. (1st ed. 14-25). Cambridge Scholars Publishing.
- Sonmez, S., & Sirakaya, E. (2002) A distorted destination image? The case of Turkey. *Journal of Travel Research*, 41(2), 185-196.
- Srivastava, S. (2015). "Archaeotourism: An Approach to Heritage Conservation and Area Development: Case Analysis of Badoli Temples." *Global Journal of Engineering, Science & Social Science Studies*, 01(02), 31-42.
- Sthapit, E., Kumaran, P. S. ve Björk, P. (2020). Tourists' motivations, emotions and memorable local food experiences. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 5, 17-32.
- Sundler, A. J., Lindberg, E., Nilsson, C., & Palmér, L. (2019). Qualitative thematic analysis based on descriptive phenomenology. *Nursing open*, 6(3), 733-739.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (2012). Business travel and tourism. Routledge.
- Şahin, İ. ve Güzel, Ö. (2017). Turist Rehberliğinde Duygusal Zekâ. İçinde: Güzel, Ö., Altıntaş, V. ve Şahin, İ. (Der.), *Turist Rehberliği Araştırmaları: Öngörüler ve Uygulamalar*, Ankara: Detay Yayıncılık, ss. 161-196
- Şenel, A. (2006). *Kemirgenlerden Sömürgenlere İnsanlık Tarihi*. Ankara: İmge Kitabevi Yayıncılık
- Tasci, A.D., & Gartner, W.C. (2007). Destination image and its functional relationships. *Journal of Travel Research*, 45(4), 413-425.
- Timur, S., & Getz, D. (2009). Sustainable tourism development: How do destination stakeholders perceive sustainable urban tourism? *Sustainable Development*, 17(4), 220-232.
- Toka, Ş., Mualla, 2008. Tarihi Çevrelerin Sürdürülebilirliği: Isparta Çayönü Örneği, (Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi), Isparta,
- Troel, Jessica, Bruch Carl, Cassar Angela ve Schang Scott, 2005 .Enhancing Participation And Governance In Water Resources Management: Conventional Approaches And

- Information Technology, Libor JANSKY ve Juha I. UITTO (Editörler), New York: United Nations University Pre,
- Tse, D. K., & Wilton, P. C. (1988). Models of consumer satisfaction formation: An extension. *Journal of marketing research*, 25(2), 204-212.
- Tse, D., & Wilton, P. (1988). Models of consumer satisfaction formation: An extension. *Journal of Marketing Research*, 25(2), 204-212.
- Ulusoy, H., & Köroğlu, Ö. (2021). Turist rehberlerinin kaynak yönetimi rol tanımlarının belirlenmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 8(2), 89-110.
- UNWTO, 2014, Tourism Highlights, Madrid, <https://www.eunwto.org/doi/book/10.18111/9789284416226>, (30.10.2023).
- Vakıflar Genel Müdürlüğü (VGM). 2011. Yurtdışındaki kültürel miras. Şuradan temin edilebilir: <https://www.vgm.gov.tr/kurumsal/vakif-kayitlar-arsivi/vakif-kayitlar-arsivi> [6 Ekim 2023'de erişildi]
- Venedik Tüzüğü (1964), http://www.icomos.org.tr/Dosyalar/ICOMOSTR_tr0243603001536681730.pdf
- Weed, M. and Bull, C.J. (2004). Sport tourism: Participants, Policy and Providers. Oxford: Elsevier,
- Weeden, C. Responsible and Ethical Tourist Behaviour; Routledge: London, UK, 2013
- Wu, C.W. (2016). Destination loyalty modeling of the global tourism. *Journal of Business Research*, 69(6), 2213-2219. doi10.1016/j.jbusres.2015.12.032
- Wurz, S., & Van der Merwe, J. H. (2005). Gauging site sensitivity for sustainable archaeotourism in the Western Cape Province of South Africa. *The South African Archaeological Bulletin*, 10-19.
- Yaman Kocadağı, A. (2018). Cities in a Changing World: Urban Tourism. In E. Duran & Ö. Sertkaya Doğan (Eds.), *Tourism Geography of Turkey* (pp. 67-97). Paradigma Akademi.
- Yeşilyurt, B., & Kurnaz, A. (2021). Somut Olmayan Kültürel Miras Listesine Gastronomik Bir Bakış. In 2nd International Congress of New Generations and New Trends in Tourism. Sakarya Üniversitesi (pp. 27-28).
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2016). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

- Yılmaz, Ö. D. (2007). Turizm Sektörünün Tanımı, Yapısı ve Özellikleri. In O. İçöz. Genel Turizm: Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler. (1st ed., 1-19). Turhan Kitabevi, Ankara.
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45–56.
- Yousaf, A., Amin, I., ve C Santos, J. A. (2018). Tourist's Motivations to Travel: A Theoretical Perspective on the Existing Literature. *Tourism and Hospitality Management*, 24(1), 197-211
- Yüncü, H. R. (2010). *Şarap turizmi bölgelerinin rekabet edebilirliğine yönelik bir model önerisi: Kapadokya örneği* (Doctoral dissertation, Anadolu University (Turkey)).
- Zhang, H., Fu, X., Cai, L., & Lu, L. (2014). Destination image and tourist loyalty: A metaanalysis. *Tourism Management*, 40, 213–223.

EK-3. Mülakat Soruları

Merhaba,

Bu anket, sürdürülebilir turizmin iş yeriniz veya mahalleniz üzerindeki etkilerini anlamayı amaçlamaktadır. Sürdürülebilir turizm, yerel kültürü ve çevreyi koruyarak ekonomik kalkınmayı desteklerken toplulukların refahını artırmayı hedefler. Ankete katılarak, sürdürülebilir turizm uygulamalarının günlük yaşam üzerindeki etkilerini ve bu alandaki farkındalığı artırma yollarını daha iyi anlamamıza yardımcı olabilirsiniz. Vereceğiniz yanıtlar, bölgenizdeki sürdürülebilir turizm politikalarının geliştirilmesine katkı sağlayacaktır.

Aşağıdaki soruları yanıtlayarak değerli görüşlerinizi bizimle paylaşmanızı rica ediyoruz. Ankete katıldığınız için teşekkür ederiz.

1. İş yeriniz veya mahalleniz sürdürülebilir turizme nasıl katkı sağlıyor? Bu katkıları hissediyor musunuz?
2. Sürdürülebilir turizmin, sizin ve çevrenizdeki diğer insanların günlük yaşam tarzını nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz?
3. Kültürel etkinliklere katıldığınızda, turizmle ilgili nasıl bir etki hissediyorsunuz?
4. Bu kültürel etkinliklerin sürdürülebilir turizme nasıl bir katkı sağladığını düşünüyorsunuz?
5. Turistlerin sürdürülebilir turizmle ilgili beklentilerini gözlemlediniz mi?
6. Bu beklentilerin mahalle kültürüne veya işletmenizin yönetimine etkilerini nasıl değerlendiriyorsunuz?
7. İşletmenizin veya yaşadığınız bölgenin sürdürülebilir turizmle ilgili benzersiz uygulamalarını bize anlatabilir misiniz?
8. Sürdürülebilir turizmin sizin için neden bu kadar önemli olduğunu düşünüyorsunuz?
9. İstanbul Kalkhedon'daki kültürel zenginlikleri korumak ve turizmde kullanmak konusunda önerileriniz nelerdir?
10. Sürdürülebilir turizmi desteklemek adına mahalle sakinleri olarak neler yapabiliriz?
11. Bu bağlamda, kişisel deneyimleriniz ve katkılarınız hakkında daha fazla ayrıntı verebilir misiniz?