7TH INTERNATIONAL TRAVEL AND TOURISM DYNAMICS CONGRESS

PROCEEDING BOOK

15-17 APRIL 2026
ANKARA, TÜRKIYE

ITTD26

HYBRID

DETAY YAYINCILIK

ANKARA THE TOURISM CAPITAL OF THE TURKIC WORLD 2026

7th INTERNATIONAL TRAVEL AND TOURISM DYNAMICS CONGRESS

PROCEEDING BOOK

15-17 APRIL 2026
ANKARA, TÜRKİYE

DETAY YAYINCILIK
Ankara, 2026

DETAY YAYINLARI : 2152

1. Baskı : Ekim 2026
ISBN : 978-625-8822-39-7
Yayıncı Sertifika No : 46573

© Detay Anatolia Akademik Yayıncılık Ltd. Şti.

Her hakkı saklıdır. Yazarından ve yayınevinden yazılı izin alınmaksızın bu kitabın fotokopi veya diğer yollarla kısmen veya tamamen çoğaltılması, basılması ve yayınlanması yasaktır. Aksine davranış, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu gereğince, 5 yıla kadar hapis ve adli para cezaları ile fotokopi ve basım aletlerine el konulmasını gerektirir.

Sayfa Tasarım : Detay Yayıncılık
Kapak Tasarım : Detay Yayıncılık

GENEL DAĞITIM ve İSTEME ADRESİ
DETAY ANATOLIA AKADEMİK YAYINCILIK LTD. ŞTİ.
Adakale Sokak No: 14/4 Kızılay/Ankara
Tel : (0.312) 434 09 49
Web: www.detayyayin.com.tr ● e-posta: detayyay@gmail.com

ONUR KURULU
Mehmet Nuri ERSOY- Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanı
Prof. Dr. Mehmet Naci BOSTANCI- Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Rektörü

KONGRE BAŞKANLARI
Dr. Serdar ÇAM- Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakan Yardımcısı
Prof. Dr. Muharrem TUNA- Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dekanı

DÜZENLEME KURULU
Prof. Dr. Muharrem TUNA- HBV Turizm Fakültesi Dekanı (Düzenleme Kurulu Başkanı)
Dr. Gözde ŞAHİN - Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı
Prof. Dr. Abdurrahman ALİY – Yunus Emre Enstitüsü Başkanı
Prof. Dr. Carlos Manuel Martins da Costa - Universidade de Aveiro
Prof. Dr. Cevat TOSUN - The George Washington University
Prof. Dr. Cihan ÇOBANOĞLU – Virscend University
Prof. Dr. Evren GÜÇER— Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi
Prof. Dr. Fevzi OKUMUŞ – University of South Carolina
Prof. Dr. Juan Ignacio Pulido FERNÁNDEZ - Universidad De Jaén
Prof. Dr. Mustafa Murat KIZANLIKLI— Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi
Prof. Dr. Marianna SIGALA - University Of Newcastle
Prof. Dr. Müjdat ERTÜRK -Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi, Kırgızistan
PhD. Anukrati SHARMA - Vıshvakatma Skills University
PhD. Fabio CARBONE - University Of Northampton
PhD. Shivam BHARTİYA - Jain University
Doç. Dr. Alper IŞIN– Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Doç. Dr. Cemal Ersin SİLİK— Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi
Doç. Dr. Kemal Gürkan KÜÇÜKERGİN — Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi
Doç. Dr. Hakan ÇETİNER— Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi
Doç. Dr. Sinem KUNT— Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Emine BALCI- Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Erdem ŞİMŞEK - Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Fulden Nuray KÜÇÜKERGİN - Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Selin DÜLGER — Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi (Kongre Akademisyen Temsilcisi)
Dr. Öğr. Üyesi Seda ERKEKLİ - Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi (Kongre Akademisyen Temsilcisi)
Dr. Öğr. Üyesi Gizem PALA - Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ümit Can KAYA - Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Dr. Gülşat Dädebaýewna Pirjanowa - Türkmenistan Devlet Kültür Enstitüsü
Yrd. Doç. Dr. Naringul Margazieva - Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
Saadat Aliyeva – Mingachevir State University
Arş. Gör. Aykan ATANLAR- Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Arş. Gör. Buse KARADAŞ KAYA- Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Arş. Gör. Büşra KARAGÖZ- Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Arş. Gör. Caner YENİSOY- Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Arş. Gör. Fatoş EREN- Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Arş. Gör. Rabia ZEYBEK- Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Arş. Gör. Tunahan PEKDEMİR- Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Arş. Gör. Zeynep AYDEMİR- Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

ÖN SÖZ

Değerli Araştırmacılar,

Türk Devletleri Teşkilatı coğrafyası, zengin tarihsel birikimi, köklü kültürel mirası ve eşsiz doğal kaynaklarıyla küresel turizm ekosisteminde her geçen gün daha stratejik bir konum kazanmaktadır. Bu potansiyelin bilimsel bir temelde değerlendirilmesi, ortak vizyonların geliştirilmesi ve bölgesel iş birliklerinin güçlendirilmesi amacıyla düzenlenen 7. Uluslararası Seyahat ve Turizm Dinamikleri Kongresi (ITTD26), 15-17 Nisan 2026 tarihlerinde Ankara Sheraton Otel'de yoğun bir katılım ile başarıyla gerçekleştirilmiştir.

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi ev sahipliğinde; T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı (TİKA), Yunus Emre Enstitüsü ile Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı'nın (YTB) kıymetli destekleriyle hayata geçirilen bu kongre, bilim insanlarını, kamu temsilcilerini ve sektör profesyonellerini son derece önemli bir alanda bir araya getirmiştir.

Kongremizin bu yılki ana teması olan "Re-Designing Tourism Futures in Turkic States: From Local Roots to Global Resilience, Wellness and Intelligent Transformation" (Türk Devletlerinde Turizmin Geleceğini Yeniden Tasarlamak: Yerelden Evrensele Dirençlilik, İyilik Hali ve Akıllı Dönüşüm), turizmi yalnızca ekonomik bir gelir kaynağı veya sektör olarak değil; insanı, doğayı, kültürü ve teknolojiyi bütünleştiren dönüştürücü bir sistem olarak yeniden yorumlamaktadır. Anadolu'nun derin kültürel köklerinden Orta Asya'nın kadim şifa geleneğine, topluluk temelli turizm modellerinden yapay zekâ destekli akıllı destinasyon yönetimine uzanan geniş bir bakış açısı ile Türk Devletleri'nin turizm geleceğini hep birlikte şekillendirme iradesini ortaya koymaktadır.

Türk dünyasının turizm alanındaki akademik hafızasına ve gelecek vizyonuna önemli katkılar sunacağına inandığımız bu kongrenin ve kıymetli eserin ortaya çıkmasında emeği geçen başta Rektörümüz Sayın Prof. Dr. Mehmet Naci BOSTANCI'ya, düzenleme kurulu ve bilim kurulu üyelerimize, bildiri sunarak kongremizi zenginleştiren tüm araştırmacılara, desteklerini esirgemeyen paydaş kurumlarımıza ve ev sahibi Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi'ne şükranlarımı sunarım.

Kongre sonuçlarının ve bu bildiri kitabında yer alan değerli çalışmaların akademik dünyaya, araştırmacılara, uygulayıcılara ve Türk dünyasının ortak geleceğine ışık tutmasını temenni ederiz.

Prof. Dr. Muharrem TUNA
Kongre Düzenleme Kurulu Başkanı

İÇİNDEKİLER

1. GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİNİN EĞİTİM SÜRECİNDE YAPAY ZEKÂNIN ROLÜ....1

2. BÖLGESEL GASTRONOMİ LİSELERİ: TÜRKİYE'DE ORTAÖĞRETİM DÜZEYİNDE EĞİTİM STRATEJİLERİ....3

3. KÜLTÜREL MİRAS KAPSAMINDA LEZZET UYUMUNUN YENİDEN TASARIMI: TÜRKİYE VE AZERBAYCAN ÖRNEĞİ....4

4. YENİLEYİCİ TURİZM KAPSAMINDA MUTLU ŞEHİR KAVRAMININ YEREL HALK TARAFINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ, SİNOP İLİ ÖRNEĞİ....5

5. KÜLTÜR TURİZMİ BAĞLAMINDA KOLEKTİF KÜLTÜREL MİRAS BİLİNCİ VE TURİZMİ DESTEKLEME EĞİLİMİNE YÖNELİK KAVRAMSAL BİR ÇERÇEVE....6

6. GELENEKSEL TÜRK MUTFAĞININ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK POTANSİYELİ: PLANETARYHEALTHDİET KRİTERLERİ ÜZERİNDEN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZ....8

7. GELENEKSEL SOHBET TOPLANTILARININ REKREASYONEL İŞLEVİ: ANKARA FERFENE GECESİ ÖRNEĞİ....9

8. SOSYAL MEDYANIN GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI EĞİTİMİ ÜZERİNE

9. ETKİLERİ....10

10. BULGARİSTAN'DAN TÜRKİYE'YE GÖÇ EDEN GÖÇMENLERİN MUTFAK KÜLTÜRLERİ VE YEMEKLERİNİN İNCELENMESİ: BURSA İLİ ÖRNEĞİ....12

11. TÜRK DÜNYASINDA KÜLTÜREL MİRASIN ULUSLARARASI TEMSİLİ: UNESCO KÜLTÜREL MİRAS LİSTELERİ ÇERÇEVESİNDE TÜRK DEVLETLERİNİN KARŞILAŞTIRILMALI ANALİZİ....14

12. TÜRK DEVLETLERİ COĞRAFYASINDA E-SPOR TURİZMİ: BÖLGESEL ENTEGRASYON VE ETKİNLİK TEMELLİ HAREKETLİLİK....16

13. SİYASAL BAŞKENTTEN KÜLTÜREL TURİZM MERKEZİNE: ANKARA'NIN YUMUŞAK GÜÇ PERSPEKTİFİNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ....18

14. 700. VEFAT YILINDA ŞEYH EDEBALİ'NİN TÜRK DÜNYASI'NDA DEĞER ODAKLI TURİZM BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ....19

15. ASMA YAPRAĞI KULLANILAN YÖRESEL YEMEKLERİN VEJETARYEN MUTFAK KAPSAMINDA İNCELENMESİ: TOKAT ÖRNEĞİ....20

16. AZERBAYCAN: SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM İÇİN STRATEJİK BİR VİZYON....21

17. BOŞ ZAMANDAN İBADETE TURİST DENEYİMLERİ: TANIMLAR, SINIRLILIKLAR....23

18. DİJİTAL DETOKS TURİZMİ: DİJİTAL BAĞIMLILIK VE İYİ OLUŞ ÇERÇEVESİNDE BİR DEĞERLENDİRME....25

19. EĞİTİM TURİZMİNİN MEKÂNSAL GELİŞİME ETKİSİ....26

20. GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA DESTİNASYON İMAJI, GASTRONOMİ İMAJI VE DAVRANIŞSAL NİYET İLİŞKİSİ: SİNOP DESTİNASYONU ÖRNEĞİ....28

21. GASTRONOMİK DENEYİMDE GIDA EŞLEŞMELERİ: BİREYLERDE HAZ VE RAHATSIZLIK ALGISININ DUYUSAL ANALİZİ....29

22. İRAN–İSRAİL–ABD GERİLİMİNİN 2026 TÜRKİYE TURİZM SEZONUNA ETKİSİ: AVRUPALI TURİST KARAR SÜREÇLERİ ÜZERİNE BÜTÜNLEŞİK BİR MEDYA ANALİZİ....30

23. KARADAĞ/PODGORİCA'DA OSMANLI MİRASI TEMELLİ ALTERNATİF TURİZM ROTASI TASARIMI.....32

24. KRİTER EKONOMİSİ: AKADEMİK PERFORMANS METRİKLERİNİN BİLİMSEL ÜRETİMDE YARATTIĞI YAPISAL DÖNÜŞÜM VE RİSKLER.....34

25. SAVAŞA YAKINLIK TURİZME UZAKLIK MI? İSTANBUL ŞEHİR OTELLERİ ÜZERİNE BİR ANALİZ.....35

26. TOKAT-ZİLE'DEKİ COĞRAFİ İŞARETLİ GASTRONOMİK ÜRÜNLERİN BÖLGESEL KALKINMADAKİ ROLÜNÜN SWOT ANALİZİYLE DEĞERLENDİRİLMESİ 37

27. TÜRK DÜNYASI TURİZMİNDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM: KÜLTÜREL TEMSİL VE TEKNOLOJİ TEMELLİ YÖNETİŞİM ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR YAKLAŞIM 38

28. TÜRK DÜNYASI TURİZMİNDE KÜLTÜREL YAKINLIK, AİDİYET DUYGUSU, KÜLTÜREL KİMLİK VE SEYAHAT NİYETİ: TEORİK BİR ÇERÇEVE ÖNERİSİ 40

29. TÜRK DÜNYASINDAKİ ÜLKELERDE TURİZMDE TEKNOLOJİ TEMELLİ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK UYGULAMALARI.....42

30. ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN RESTORAN TERCİHLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN SWARA YÖNTEMİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ 43

31. YAPAY ZEKÂ ÇAĞINDA TURİZMDE INFLUENCER ETKİSİ: SANAL KARAKTERLERİN Z KUŞAĞI SEYAHAT KARARLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN ANALİZİ 44

32. YENİLEYİCİ TURİZM PERSPEKTİFİNDE ZİYARETÇİ DENEYİMLERİNİN METİN MADENCİLİĞİ İLE ANALİZİ: GALATA KULESİ VE MAİDEN (KIZ) KULESİ KARŞILAŞTIRMASI 46

33. YÖRESEL MUTFAKLARDAKİ OT YEMEKLERİNİN GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA İNCELENMESİ: ORDU İLİ ÖRNEĞİ 47

34. TÜRK DESTANLARINDA REKREASYON FAALİYETLERİ: İSLAMİYET ÖNCESİ VE SONRASI DÖNEMLERİN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ.....48

35. UNESCO SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS LİSTELERİNDE GASTRONOMİK ÖGELER AÇİSİNDAN TÜRK DEVLETLERİ.....49

36. PHYGITAL REKREASYON: AKILLI DESTİNASYONLARDA ARTIRILMIŞ GERÇEKLİK (AR) İLE GELENEKSEL TÜRK SPORLARI DENEYİMİ.....50

37. TURİZM PAZARLAMASINDA ÜRETKEN YAPAY ZEKÂ: AI DESTEKLİ TANITIM VİDEOLARININ TURİST ALGISI VE KARAR VERME SÜREÇLERİNE ETKİSİ 52

38. KIRGIZİSTAN KAYAK TURİZMİNİN İKLİM DEĞİŞİKLİĞİNE UYUMUNDA İNOVATİF STRATEJİLER: SENTETİK YÜZEY UYGULAMASININ KAVRAMSAL ANALİZİ 54

39. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA AZERBAYCAN'DA ALTERNATİF TURİZM TÜRLERİ POTANSİYELİ VE GELİŞİM YOLLARI 55

40. TURİSTİK AŞİNALIKTAN KALICI YERLEŞİME: SAĞLIK HİZMETLERİNİN YAŞAM TARZI GÖÇÜNDEKİ BELİRLEYİCİ ROLÜ 56

41. AŞIRI TURİZM ve SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YÖNETİMİNİN PAYDAŞLAR GÖZÜNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ: SINIR KENTİ EDİRNE ÖRNEĞİ.....58

42. DENEYSEL ARKEOLOJİNİN ARKEOLOJİK KÜLTÜR VARLIKLARI TURİZMİNDE TURİSTİK ÜRÜNE EVRİLMESİ: KORUMA, REPLİKA TURİZMİ VE DENEYİM BOYUTU.....59

43. MODERN AZERBAYCAN EKONOMİSİNDE TURİZM SEKTÖRÜNÜN GELİŞİM TRENDLERİ.....61

44. ŞEHİR PLANLAMASI VE TURİZM: MODERN ŞEHİRLERİN TURİSTİK ÇEKİCİLİĞİ...62

45. MOTOSİKLET TOPLULUKLARINDA AİDİYET, DAYANIŞMA VE TURİSTİK DENEYİM: ORDU İLİ ÜZERİNE NİTEL BİR İNCELEME.....63

46. DİJİTAL DÖNÜŞÜM VE TURİZM EĞİTİMİ.....64

47. EFES ANTİK KENTİ'NDE GECE MÜZECİLİĞİ DENEYİMİNİN ÇEVRİMİÇİ ZİYARETÇİ YORUMLARI ÜZERİNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ.....66

48. KAFKAS İSLAM ORDUSU'NUN KÜLTÜREL MİRASININ TÜRK DÜNYASININ TURİZM POTANSİYELİ OLARAK DEĞERLENDİRİLMESİ.....67

49. DIGITAL NOMADISM: TRENDS AND INSIGHTS FROM A SYSTEMATIC REVIEW.....69

50. FACTORS INFLUENCING KYRGYZ MEDICAL TOURISTS' CHOICE OF TURKEY: EVIDENCE FROM SURVEYS AND EXPERT INTERVIEWS.....70

TourisMICE

TourisMICE®, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi'nin kongre ve akademik etkinliklerini bir araya getiren çatı markasıdır.

ITTD26

GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİNİN EĞİTİM SÜRECİNDE YAPAY ZEKÂNIN ROLÜ [1,2]

ÖZET

Günümüzde hızla gelişen yapay zekâ teknolojilerinin gastronomi ve mutfak sanatları eğitiminde taşıdığı potansiyelin incelenmesi bu çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Bu kapsamda çalışmada, yapay zekâ tabanlı araçların eğitim süreçlerindeki kullanım alanlarının belirlenmesi, sunduğu fırsatların ortaya konulması ve beraberinde getirdiği olası risklerin tartışılması hedeflenmiştir. Araştırma, nitel araştırma yöntemi kapsamında tasarlanmış olup doküman analizi ve içerik değerlendirme tekniklerinden yararlanılmıştır. Çalışmada amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilen ve güncel olarak yaygın biçimde kullanılan beş yapay zekâ aracı—ChatGPT, Grok, Gemini, Bing AI ve Meta AI—inceleme birimi olarak ele alınmıştır. Bu araçların tercih edilme gerekçesi; erişilebilirlik, çok yönlü kullanım imkânı, metin üretme ve analiz kapasitesi, eğitim içeriklerine uyarlanabilirlik ve kullanıcılar arasında yaygın olarak tercih edilmeleridir. Veriler, söz konusu yapay zekâ araçlarıyla gastronomi eğitimi bağlamında gerçekleştirilen etkileşimler üzerinden elde edilmiş ve tematik analiz yoluyla değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular, yapay zekâ teknolojilerinin gastronomi öğrencilerinin teorik bilgilerini pekiştirmelerine, güncel gastronomi eğilimlerini takip etmelerine ve disiplinler arası bakış açısı geliştirmelerine katkı sağlayan önemli bir öğrenme destek aracı olduğunu göstermektedir. Ayrıca bu araçların araştırma süreçlerini destekleme, içerik üretimini kolaylaştırma ve bireysel öğrenme fırsatlarını artırma açısından önemli avantajlar sunduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte, gastronomi eğitiminin uygulamaya, deneyime ve duyusal süreçlere dayalı doğası, yapay zekâ kullanımını belirli sınırlar içerisinde değerlendirmeyi gerekli kılmaktadır. Özellikle yapay zekâya aşırı ve kontrolsüz bağımlılığın öğrencilerin el becerileri, yaratıcılık, eleştirel düşünme ve problem çözme yetkinlikleri üzerinde olumsuz etkiler doğurabileceği tespit edilmiştir. Tat, koku, doku ve sezgi gibi duyusal unsurların doğrudan deneyim yoluyla gelişmesi, yapay zekânın gastronomi eğitiminde insan faktörünün yerini tamamen alamayacağını ortaya koymaktadır. Sonuç olarak, yapay zekâ teknolojilerinin gastronomi ve mutfak sanatları eğitiminde etkili ve sürdürülebilir biçimde kullanılabilmesi için bu araçların öğretmen rehberliğinde, kontrollü ve pedagojik bir çerçevede entegre edilmesi gerekmektedir. Yapay zekâ, öğrenme sürecini destekleyen ve yaratıcılığı teşvik eden tamamlayıcı bir eğitim aracı olarak konumlandırılmalıdır. Gelecekte yapay zekâ destekli uygulamaların, uygun kullanım stratejileri ile öğrenci başarısına ve eğitim kalitesine önemli katkılar sağlayacağı öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Eğitim, Yapay Zekâ, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Gastronomi Öğrencileri

KAYNAKÇA

Aykaç, N. (2018). Öğretim ilke ve yöntemleri. Pegem Akademi.ISBN 978-605-364-694-5

Baxter, P., & Jack, S. (2008). Qualitative case study methodology: Study design and implementation for novice researchers. TheQualitative Report, 13(4), 544-559. Retrieved fromhttp://www.nova.edu/ssss/QR/QR13-4/baxter.pdfhttps://doi.org/10.46743/2160-3715/2008.1573

Creswell, J. W. (2007). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches. Sage Publications.

Çiftçi, S.; Sağlam, A.; Yayla, A. (2021). 21. yüzyıl becerileri bağlamında öğrenci, öğretmen ve eğitim ortamları. RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi, (24), 718-734. DOI: 10.29000/rumelide.995863.

İşler, B., & Kılıç, M. (2021). Eğitimde yapay zekâ kullanimi ve gelişimi. Yeni Medya Elektronik Dergisi, 5(1), 1- ISSN: 2548-0200, January 2021 Volume 5 Issue 1, p.1-11

[1] Yüksek Lisans Öğrencisi, Erolcan BEYPAZARLI, Kastamonu Üniversitesi, Lisans Üstü Eğitim Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı, beypazarlierolcan@gmail.com, ORCID: 0009-0001-3375-5915

[2] Doç. Dr. Serkan ÇALIŞKAN, Kastamonu Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, serkancaliskan@kastamonu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4996-8640

Kınalı, M. & Çalışkan, S. (2025). Yapay Zekâ Perspektifinden Kastamonu Mutfağı: Coğrafi İşaretli Ürünlerin Dünya Mutfaklarıyla Karşılaştırması. In: Sayın, E. (ed.), Yapay Zekâ ile İşletme Alanında Güncel Gelişmeler. Özgür Yayınları. https://doi.org/10.58830/ozgur.pub812.c3417

Timms, M. J. (2016). Letting artificial intelligence in education outof the box: Educational cobots and smart classrooms. International Journal of Artificial Intelligence in Education, 26(2), 701–712. https://doi.org/10.1007/s40593-016-0095-y

Yıldırım, A., & Şimsek, H. (1999). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (11 baskı: 1999-2018). https://www.seckin.com.tr/kitap/824235992#

Yiğit, S. (2023). Yapay zekâ gastronomi eğitimine katkı sunabilir mi? ChatGPT örneği (Can artificial intelligence contribute togastronomy education? Example of ChatGPT). Journal of Tourism& Gastronomy Studies, 11(3), 1970–1982. https://doi.org/10.21325/jotags.2023.1232

ITTD26

BÖLGESEL GASTRONOMİ LİSELERİ: TÜRKİYE'DE ORTAÖĞRETİM DÜZEYİNDE EĞİTİM STRATEJİLERİ [1,2]

ÖZET

Bu çalışma, Türkiye'de tematik liseler kapsamında her bölgede bir adet kurulması planlanan gastronomi liselerinin hangi amaçlarla oluşturulduğunu, hangi eğitim ihtiyaçlarına karşılık geldiğini ve bölgesel olarak yapılandırılma gerekçelerini incelemektedir. Araştırma nitel yaklaşım çerçevesinde tasarlanmış, program geliştirme sürecinde görev alan beş uzman ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiş ve elde edilen veriler içerik analiziyle çözümlenmiştir. Bulgular, gastronomi liselerinin Türk mutfak kültürünün görünürlüğünü artırmak, tanıtmak, gastronomik mirası korumak, bölgesel kalkınmayı desteklemek ve sektöre nitelikli insan kaynağı kazandırmak noktasında önemli bir potansiyel taşıdığını göstermektedir. Ayrıca Türk mutfağını uluslararası ölçekte tanıtma ve küresel markalaşma bakımından kritik bir öneme sahip olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte, bu kurumların yapısal bazı sınırlılıklar barındırdığı saptanmıştır. Bölgesel odaklı müfredat yapısının, öğrencilerin diğer bölge mutfakları ve farklı gastronomik kültürlerle etkileşim konusunda kısıtlayıcı bir etki oluşturabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tematik Liseler, Gastronomi ve Gastronomi Eğitimi, Gastronomi Lisesi

KAYNAKÇA

Alanka, D. (2024). Nitel bir araştırma yöntemi olarak içerik analizi: Teorik bir çerçeve. Kronotop İletişim Dergisi, 1(1), 62–82

Çalışkan, S. (2022). Temel beceriler odağında orta öğretimde gastronomi eğitimi (Gastronomy education in secondary education with a focus on basic skills). Journal of Tourism and Gastronomy Studies, *10*(2), 1128-1146.

Kasaroğlu, K., Sarıbaş, Ö., & Güler, M. E. (2024). Gastronomi ve mutfak sanatları eğitim programlarının incelenmesine yönelik bir araştırma. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 27(51), 213-238

Keskin, Ç. F. (2025). Yiyecek içecek hizmetleri eğitimi alan ortaöğretim öğrencilerinin mesleki motivasyonlarının kariyer niyetlerine etkisi (Yüksek lisans tezi). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Millî Eğitim Bakanlığı (MEB). (2018). Tematik Mesleki ve Teknik Anadolu Liseleri Modeli ve Uygulama Esasları Raporu. Ankara: Millî Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü

Millî Eğitim Bakanlığı. (2025). Gastronomi Liseleri Proje Raporu. Ankara: MEB Yayınları.

Nielsen, J., & Landauer, T. K. (1993). A mathematical model of the finding of usability problems. In Proceedings of the INTERACT'93 and CHI'93 Conference on Human Factors in Computing Systems (pp. 206–213). ACM

Öney, H. (2016). Gastronomi eğitimi üzerine bir değerlendirme. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, *35*, 193-203.

Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. International Journal of Hospitality Management, 23(1), 15-24.

Sarı, B. (2025). Gastronomi eğitiminde yeni bir hamle olarak gastronomi liseleri: Paydaş görüşlerinin incelenmesi (Yüksek lisans tezi). Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane.

Yıldırım, K. (2010). Nitel araştırmalarda niteliği artırma. İlköğretim Online, 9(1), 79–92

Yurday, Y. İ. (2019). Turizm Otelcilik Meslek Liseleri Aşçılık Programlarında Yaşanan Eğitim Sorunları ve Çözüm Önerileri. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Sakarya.

[1] Yüksek Lisans Öğrencisi, Emine DEMİRKAYIK, Kastamonu Üniversitesi, Lisans Üstü Eğitim Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı, demirkayikemine@gmail.com, ORCID: 0009-0003- 0723-1135

[2] Doç. Dr. Serkan ÇALIŞKAN, Kastamonu Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, serkancaliskan@kastamonu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4996-8640

ITTD26

KÜLTÜREL MİRAS KAPSAMINDA LEZZET UYUMUNUN YENİDEN TASARIMI: TÜRKİYE VE AZERBAYCAN ÖRNEĞİ [1,2]

ÖZET

Mutfak kültürü, bir toplumun tarihsel birikimini, kimliğini ve kuşaklar arası aktarılan değerlerini somutlaştıran en önemli kültürel miras unsurlarından biridir. Eskiden ortak mirasa sahip olan Türk devletleri farklı coğrafyalarda komşularıyla geliştirdikleri tarihsel etkileşimler ile değişime uğramıştır. Günümüzde "Tek millet, iki devlet" söyleminin etkisiyle tekrar yakınlaşmaya başlayan Türk devletleri kültürel miras ve özellikle ortak mutfak kültürünü yeniden inşa etme sürecine girmişlerdir. Azerbaycan ve Türkiye arasındaki ortak gelişme sürecini lezzet faktörleri ve kültürel miras ile yeniden inşa etmeyi amaçlayan bu çalışmanın örneklem grubu her iki ülkede yaşamış ya da zaman geçirmiş olan gastronomi ve turizm profesyonellerinden oluşmaktadır. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden betimleyici içerik analizi fenomenoloji deseni ile kullanılmıştır. Araştırmanın bulguları 3 tema altında yer alan 10 kategori altında kurgulanmıştır. Araştırmanın bulguları alan yazındaki diğer araştırmaların bulgularıyla birlikte tartışılarak sonuca ulaşılmıştır. Bu araştırma alanda araştırma yapmak isteyen akademisyenlere ve ortak mutfak kültürel mirası konusunda iş birliği yapmak isteyen gastronomi ve turizm profesyonellerine faydalı olacağı düşüncesiyle yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Ortak Mutfak Mirası, Lezzet Uyumu, Azerbaycan, Türkiye

[1] Doç. Dr. Serdar Eren, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları ABD, serdar.eren@dpu.edu.tr, ORCID: ORCID: 0000-0001-9733-2308

[2] Yüksek Lisans Öğrencisi, Naim Isgandarov, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları ABD, naim.isgandarov@ogr.dpu.edu.tr, ORCID: 0009-0004-4759-8633

ITTD26

YENİLEYİCİ TURİZM KAPSAMINDA MUTLU ŞEHİR KAVRAMININ YEREL HALK TARAFINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ, SİNOP İLİ ÖRNEĞİ[1,2,3,4]

ÖZET

Bireyler, sosyal hayatlarında yaşadıkları olaylara farklı şekilde tepki verebilmektedir. Sosyal hayatında yaşadığı olaya göre farklı ruh haline giren birey gündelik yaşantısını, sosyal ilişkilerini ve hatta sorumluluklarını ruh haline göre yönlendirmektedir. Mutluluk bireylerin sosyal hayatlarında bulunabilecek veya yaşanan olay sonucu karşılarına çıkabilecek bir hissiyattır. Tarih boyunca tüm toplumlar mutluluk hissiyatını elde etmek adına çaba göstermektedir (Dağ, 2021:15). Mutluluğun tanımında, gelişen teknoloji ve değişen dünya düzeni ile sürekli değişiklik görülmektedir (Gül, 2017). Veenhoven (2003) mutluluk kavramını, toplum veya insanların yaşantısının genelini olumlu olarak görüp iyi değerlendirmesi olarak nitelendirmektedir. Mutluluk kavramını Bentham (1970) ise, bireyin hayatında yaşadığı olumlu ve olumsuz tüm duyguların kesişim noktası olarak açıklamaktadır. İnsanların kendilerini yenilemesi ve yaşam kalitesini arttırması hayat içinde önemlidir. Özellikle yaşam kalitesinin yüksek olduğu bölgelerde insanların mutlu olduğu araştırmalar sonucunda ortaya konmuştur. Sinop şehrinin neden mutlu olduğu araştırıldığında insanların birbiri ile uyum içerisinde yaşaması başlıca nedenler arasında görülmektedir. Halk birbirine karışmadan uyum içerisinde hayatına devam etmektedir. Kültür karmaşası yaşayan şehirde dil, din ve siyaset ayrımı yapmaksızın her kesimden insan bulunmaktadır. Sinop şehrinde yaşayan hiçbir insan için statü ayrımı yapmaksızın toplumun içine dahil edilmektedir. Küçük ve şirin bir şehir olan Sinop ilinde hayat yavaş ve sakin bir seyirde ilerlemektedir. Doğal güzelliklerin bir arada bulunduğu Sinop ili insanların iç huzura ermesine olanak sağlayarak bireylerin mutluluk kazanmasını sağlamaktadır. Sinop halkı kendi kentlerini hoşgörü ve sevgi kenti olarak ifade etmektedir. Mutluluğun başka bir sebebi olan güvenlik açısından bakıldığında şehirde halk birbirine güvenmekte ve problem yaşamamaktadır. Bu çalışmanın amacı, Sinop halkının mutluluk kavramına bakış açısını ortaya koymaktır. Bu kapsamda 422 kişiye anket uygulanmış olup sonuçlar analizlere tabii tutulmuştur. Katılanların yaklaşık eşit oranda kadın ve erkek olduğu, büyük kısmının orta yaş nüfus içinde olduğu ve aylık gelirinin ise düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre Sinop halkı mutluluğu huzur ve sağlık olarak nitelendirmektedir. Araştırmaya katılanların büyük çoğunluğu kendi yaşamlarını mutlu olarak görmektedirler. Genel olarak mutlu olduklarını, mutluluk denince ise akla aile yaşamı ve sağlık geldiğini dile getirmektedirler. Sinop halkı, ekonomik zorluklar, hastalık ve zor hayat koşulları neticesinde mutsuz olduklarını belirtmektedirler. Sinop dışında mutlu il olarak Antalya, Muğla ve İzmir gördüklerini ifade etmektedirler. TÜİK verilerine göre Sinop ilinin Türkiye de en mutlu şehir olmasının sebebini ise küçük ve sakin bir şehir olmasını göstermektedirler.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Mutluluk, Sinop.

KAYNAKÇA

Bentham, J. (1970). An Introduction to the Principles of Morals and Legislation (1789), ed. by J. H Burns and HLA Hart, London.

Dağ, Z. (2000). Mutluluk ve tüketim arasındaki ilişkinin mutluluk ekonomisi bağlamında incelenmesi: TRA2 Bölgesi Örneği. Iğdır Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı. S:15.

Gül, S. (2017). Mutluluk Ekonomisi ve Göç Üzerine Bir İnceleme. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Veenhoven, R. (2003). Is Happiness Relative?. Social İndicators Research, 24.

[1] Doç. Dr., Ercan Karaçar, Sinop Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, ekaracar@sinop.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1124-9667.

[2] Öğr. Gör. Emre Akmanoğlu, Sinop Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, eakmanoglu@sinop.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2224-0980.

[3] Yüksek Lisans Öğrencisi Muhammet Yusuf Arslan, Sinop Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. Rekreasyon Yönetimi ABD, muhammedyusuf60@icloud.com, ORCID: 0009-0009-1807-8045.

[4] Yüksek Lisans Öğrencisi Muhammet Çağrı Murat, Sinop Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. Rekreasyon Yönetimi ABD, mcagrimuratr@gmail.com, ORCID: 0009-0005-3692-7590.

ITTD26

KÜLTÜR TURİZMİ BAĞLAMINDA KOLEKTİF KÜLTÜREL MİRAS BİLİNCİ VE TURİZMİ DESTEKLEME EĞİLİMİNE YÖNELİK KAVRAMSAL BİR ÇERÇEVE[1,2]

ÖZET

Kültür turizmi, destinasyonların ekonomik kalkınmasına katkı sağlayan önemli bir turizm türü olmakla birlikte, özellikle kültürel mirasın yoğunlaştığı tarihi ve özgün alanlarda sürdürülebilirliğin sağlanması yalnızca ziyaretçi talebiyle değil, yerel paydaşların turizme yönelik algı, tutum ve destek eğilimleriyle doğrudan ilişkilidir (Pezeshki, vd., 2023). Somut ve somut olmayan kültürel miras unsurlarının turistik ürüne dönüştürülmesi süreci, ekonomik getirinin ötesinde kimlik, otantiklik ve koruma sorumluluğu gibi çok boyutlu dinamikleri içermektedir (Dorcheh, Mohamed, 2013). Bu nedenle kültür turizminin sürdürülebilirliği, yerel aktörlerin turizm gelişimini nasıl anlamlandırdığı ve bu sürece hangi değer temelli motivasyonlarla yaklaştığı sorusunu gündeme getirmektedir.

Literatürde yerel halkın turizmi destekleme eğilimi çoğunlukla algılanan ekonomik faydalar ve olumsuz etkiler çerçevesinde, fayda-maliyet temelli yaklaşımlar üzerinden açıklanmaktadır (Ap, 1992). Ancak kültürel mirasın destinasyon kimliğinin merkezinde yer aldığı alanlarda destek davranışının yalnızca rasyonel ekonomik değerlendirmelerle açıklanması yeterli görünmemektedir. Kültürel mirasın korunması ve gelecek nesillere aktarılması yönündeki toplumsal sorumluluk algısı, ekonomik beklentilerden bağımsız olarak normatif bir destek mekanizması üretebilmektedir (Byrd, 2007).

Bu kavramsal çalışma, kültür turizmi bağlamında yerel paydaşların turizmi destekleme eğilimini kolektif kültürel miras bilinci ve toplumsal aidiyet ekseninde ele almayı amaçlamaktadır. Çalışmanın teorik çerçevesi, fayda-maliyet dengesine dayalı açıklamalar sunan Sosyal Değişim Teorisi yaklaşımını arka plan olarak kabul etmekle birlikte, bu çerçevenin kültür turizmi bağlamında normatif ve kimlik temelli değişkenlerle tamamlanması gerektiğini ileri sürmektedir (Nonkoo, 2016; Ward ve Berno, 2011). Ayrıca Paydaş Teorisi perspektifi doğrultusunda, yerel paydaşların yalnızca ekonomik aktörler değil, aynı zamanda destinasyonun kültürel değerlerinin taşıyıcısı ve koruyucusu olduğu vurgulanmaktadır (Byrd, 2007).

Bu bağlamda kolektif kültürel miras bilinci, destinasyon kimliği ile kurulan toplumsal bağ, sahiplenme duygusu ve kültürel değerleri koruma sorumluluğu üzerinden turizmi destekleme eğilimini şekillendiren temel bir normatif değişken olarak konumlandırılmaktadır. Kültürel miras bilincinin toplumsal aidiyeti güçlendirdiği; aidiyet duygusunun ise turizmin potansiyel olumsuz etkilerine karşı toleransı artırarak daha dengeli ve sürdürülebilir bir destek yaklaşımı geliştirilmesine katkı sağlayabileceği kavramsal olarak tartışılmaktadır (Silberman ve Purser, 2012).

Sonuç olarak, sürdürülebilir destinasyon yönetiminde yerel paydaşların turizm planlama ve karar alma süreçlerine katılımının yalnızca ekonomik beklentiler temelinde değil, kolektif değerler ve kültürel sahiplenme perspektifi üzerinden değerlendirilmesi gerektiği ileri sürülmektedir. Çalışmanın, kültür turizmi literatürüne normatif ve aidiyet temelli bir kavramsal çerçeve sunarak gelecekte gerçekleştirilecek ampirik araştırmalar için teorik bir zemin oluşturması hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kültür Turizmi; Kolektif Kültürel Miras Bilinci; Toplumsal Aidiyet; Turizmi Destekleme Eğilimi; Sürdürülebilir Destinasyon Yönetimi.

KAYNAKÇA

Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. Annals of tourism Research, 19(4), 665-690.

Byrd, E. T. (2007). Stakeholders in sustainable tourism development and their roles: Applying stakeholder theory to sustainable tourism development. Tourism review, 62(2), 6-13.

[1] Doktora Öğrencisi, Salih Ali GÜNGÖR, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Araştırmaları Enstitüsü, Turizm Rehberliği Anabilim Dalı, salihg97@gmail.com, ORCID ID: ORCID ID: 0009-0008-1801-7608

[2] Dr. Öğr. Üyesi, Fulden Nuray KÜÇÜKERGİN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, fulden.kucukergin@hbv.edu.tr ORCID ID: 0000-0002-0943-0467

Dorcheh, S. A., & Mohamed, B. (2013). Local perception of tourism development: A conceptual framework for the sustainable cultural tourism. J. Mgmt. & Sustainability, 3, 31.

Nunkoo, R. (2016). Toward a more comprehensive use of social exchange theory to study residents' attitudes to tourism. Procedia Economics and Finance, 39, 588-596.

Pezeshki, F., Khodadadi, M., & Bagheri, M. (2023). Investigating community support for sustainable tourism development in small heritage sites in Iran: A grounded theory approach. International Journal of Heritage Studies, 29(8), 773-791.

Silberman, N., & Purser, M. (2012). Collective memory as affirmation: People-centered cultural heritage in a digital age. In Heritage and social media (pp. 13-29). Routledge.

Ward, C., & Berno, T. (2011). Beyond social exchange theory: Attitudes toward tourists. Annals of tourism research, 38(4), 1556-1569.

ITTD26

GELENEKSEL TÜRK MUTFAĞININ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK POTANSİYELİ: PLANETARYHEALTHDİET KRİTERLERİ ÜZERİNDEN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZ [1,2]

ÖZET

Gezegensel Sağlık Diyeti (PlanetaryHealthDiet), beslenme sürecinin küresel anlamda hem insan sağlığı hem de gezegenin sürdürülebilirliği açısından değerlendiren bir bilimsel yaklaşımdır. Sürdürülebilirliği temel alan bu beslenme modeli, dünyada hızla artış gösteren nüfus, biyolojik çeşitliliğin azalması, iklim değişikliği ve beraberinde getirdiği sorunlar ile gıda endüstrisinde çevresel baskılar karşısında sürdürülebilir bir beslenme anlayışısunmaktadır.Türk mutfağı, tarihi süzgeçten geçirildiğinde oldukça farklı coğrafyalar ve kültürel unsurları bünyesinde barındıran eklektik bir yapıya sahiptir. Türk mutfağının sahip olduğu bu yapı; bitki, tahıl ve baklagil temelli yemek çeşitliliği, israfın azaltılmasına yönelik ürün saklama teknikleri ve günlük beslenme alışkanlıklarının gezegensel sağlık diyeti modeliyle örtüştüğü görülmektedir. Bu bağlamda gezegensel sağlık diyeti olan beslenme modeli; Türk mutfağındaki genel uygulamalar ve beslenme alışkanlıklarıyla karşılaştırılması çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Aynı zamanda Türk mutfağının tarihsel açıdan incelendiğinde beslenme örüntüsünün gezegen dostu bir model olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceği araştırmanın temel sorusu olarak belirlenmiştir. Türk mutfağının Orta Asya'dan günümüze dek taşıdığı fermente ürün kültürü, dolaylı olarak düşük karbon ayak izine katkı sağlayabilmektedir. Gıda israfının azaltılması, enerji verimliliği, yerel, mevsimsel üretimin teşvik edilmesi ve gıda işleme tekniklerinde, karbon ayak izi özelliğine dikkat edilmesi, iklim değişikliği ile mücadeleyi destekler niteliktedir. Bu doğrultuda hem fermente gıdaların sağlık açısından önemi hem de gıda tüketim şekliyle, gezegen dostu tüketim modeli ön plana çıkmaktadır.Çalışma doğrultusunda Türk mutfağında Orta Asya dönemine ait beslenme örüntüsü, göçebe yaşam biçiminin belirleyici etkisiyle yüksek düzeyde hayvansal protein ve süt ürünleri tüketimine dayanmakta olup buğday ve bulgur gibi tahıl ürünlerinin varlığı, modelin "tam tahıl tüketimi" ilkesiyle kısmi bir uyum göstermektedir. Dolayısıyla bu dönem, yüksek hayvansal protein yoğunluğu nedeniyle sınırlı uyum sergileyen ancak tahıl temelli bileşenler açısından kısmi sürdürülebilirlik potansiyeli taşıyan bir yapı sunmaktadır. Selçuklu ve Beylikler dönemine bakıldığında tarımsal üretimin yaygınlaşmasıyla birlikte daha dengeli bir yapıya gözükmekte bu dönemin bitki temelli beslenmeye geçiş sürecinde önemli bir kırılma noktası olduğunu göstermektedir. Osmanlı dönemi incelendiğinde beslenme örüntüsü, sebze, baklagil ve tahıl temelli çeşitliliği ile sürdürülebilir beslenme açısından en yüksek uyum gösteren dönem olarak öne çıkmaktadır.Hayvansal protein tüketiminin görece dengeli bir düzeyde kalması, PlanetaryHealthDiet'in önerdiği düşük ve dengeli hayvansal protein yaklaşımı ile uyumlu bir görünüm sunmaktadır. Günümüz Türk mutfağı, geleneksel beslenme unsurlarını kısmen korumakla birlikte, küreselleşme ve kentleşmenin etkisiyle önemli bir dönüşüm geçirmiştir. Menü bileşenleri incelendiğinde et tüketiminin arttığı, rafine karbonhidratların ve ilave yağların daha yaygın kullanıldığı görülmektedir.Sebze ve baklagil temelli yemeklerin varlığını sürdürmesi, geleneksel beslenme yapısının tamamen ortadan kalkmadığını göstermektedir. Bu bağlamda günümüz Türk mutfağı, sürdürülebilirlik açısından hem uyumlu hem de uyumsuz unsurları bir arada barındıran hibrit bir yapı sergilemektedir.Bulgular genel olarak incelendiğinde, Türk mutfağının tarihsel beslenme örüntüsünün; tam tahıllar, baklagiller ve sebzeler açısından yüksek uyum gösterirken, hayvansal protein ile ilave yağlar açısından sınırlı uyum gösterdiği görülmektedir. Bu bağlamda Türk mutfağının, özellikle geleneksel yapısı göz önünde bulundurulduğunda, gezegensel sağlık diyeti beslenme tipi için potansiyel olarak uyumlu bir beslenme örüntüsü sunduğunu söylemek doğru olacaktır. Ancak bu uyumun dönemsel ve reçete bazlı olarak değişkenlik gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

[1] Dr. Öğr. Üyesi Batuhan ÖZTÜRK, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, batuhan.ozturk@hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4951-0469
[2] Yüksek Lisans Öğrencisi, Nurdan HÜSEYİNOĞLU, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, huseyinoglunurdan8@gmail.com, ORCID: 0009-0004-7855-3737

ITTD26

GELENEKSEL SOHBET TOPLANTILARININ REKREASYONEL İŞLEVİ: ANKARA FERFENE GECESİ ÖRNEĞİ[1,2]

ÖZET

Günümüzde rekreasyonel etkinlikler çoğu zaman kurumsal ve planlı etkinlikler üzerinden ele alınsa da geleneksel etkinlikler bireylerin boş zaman deneyimlerini şekillendiren önemli kültürel imkanlar sunmaktadır. Bu bağlamda, Anadolu'nun birçok bölgesinde farklı isimler altında varlığını sürdüren ve Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'nde yer alan geleneksel toplantılar, bireylerin bir araya gelerek sosyal ilişkilerini güçlendirdikleri, kültürel değerleri paylaştıkları ve kolektif kimliği pekiştirdikleri sosyal ortamlar olarak tanımlanmaktadır (UNESCO Türkiye Millî Komisyonu, 2026). Ankara'da hala sürdürülen Ferfene geceleri de geleneksel toplantılar içerisinde yer almaktadır. Ferfene özellikle Batı Karadeniz ve Orta Anadolu bölgelerinde yaygın olarak gerçekleştirilen, katılımcıların belirli bir mekânda bir araya gelerek yemek, sohbet, müzik ve oyun eşliğinde zaman geçirdikleri geleneksel bir buluşma pratiğidir. Ferfene, eğlencenin ötesinde katılımcılar arasında dayanışmayı, birliği ve aidiyet duygusunu güçlendiren bir sosyal etkileşimi temsil etmektedir. Yemek, sohbet ve müzik eşliğinde gerçekleşen bu buluşmalar, aynı zamanda eski nesillerden yeni nesillere bilgi aktarımına da hizmet etmekte ve sosyal bağları güçlendiren geleneksel oyunlar oynanarak yerel kimliğin korunmasına da katkıda bulunmaktadır (Ayhan & Demir, 2025).

Bu çalışmanın amacı, Ankara'da gerçekleştirilen Ferfene gecelerinde geleneksel olarak oynanan oyunlar ve gerçekleştirilen ritüellerin katılımcı deneyimleri üzerinden rekreasyonel işlevini ortaya koymak ve bu etkinliklerin bireylerin boş zaman deneyimi, sosyal etkileşim ve kültürel aktarım süreçleri açısından taşıdığı rolü incelemektir. Bu çerçevede çalışmada aşağıdaki sorulara yanıt aranacaktır:

- Geleneksel Ankara sohbet toplantılarında gerçekleştirilen Ferfene gecesi oyunları ve ritüelleri nelerdir ve katılımcılar tarafından nasıl deneyimlenmektedir?
- Ferfene gecesi oyunları ve ritüelleri katılımcıların boş zamanlarını değerlendirme süreçlerinde nasıl bir rekreasyonel işlev üstlenmektedir?
- Ferfene gecelerinin sosyal etkileşim ve kültürel aktarım süreçlerine katkısı katılımcılar tarafından nasıl değerlendirilmektedir?

Araştırmanın nitel araştırma yaklaşımı çerçevesinde yürütülmesi planlanmaktadır. Çalışmada veri toplama yöntemi olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılacaktır. Araştırmanın çalışma grubunu Ankara'da geleneksel sohbet toplantılarına katılan ve Ferfene gecelerinin düzenlenmesinde aktif rol alan Seymenler oluşturacaktır. Araştırma kapsamında gerçekleştirilecek görüşmelerde katılımcıların Ferfene gecesi oyunlarına ilişkin bilgi ve deneyimleri, bu etkinliklerin bireylerin boş zaman değerlendirmelerine katkıları ve toplumsal işlevleri ele alınacaktır. Elde edilen veriler tematik analiz yöntemi kullanılarak analiz edilecektir. Araştırma sonuçlarının, geleneksel kültürel pratiklerin, oynanan oyunların ve gerçekleştirilen ritüellerin rekreasyon literatürü içerisindeki yerinin daha iyi anlaşılmasına katkı sağlaması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Rekreasyon, Geleneksel Sohbet Toplantıları, Ferfene Geceleri, Somut Olmayan Kültürel Miras

KAYNAKÇA

Ayhan, A., & Demir, G. (2025). Toplumsal ritüel olarak Ferfene geleneği: Kültürel hafıza, kültürel devamlılık ve geleneksel etkileşim. Social Sciences Studies Journal, 11(5), 992-997.

UNESCO Türkiye Millî Komisyonu. (t.y.). UNESCO somut olmayan kültürel miras listeleri. https://www.unesco.org.tr/Pages/126/123/UNESCO-Somut-Olmayan-K%C3%BClt%C3%BCrel-Miras-Listeleri (Erişim Tarihi: 08.03.2026).

[1] Arş. Gör., Merve Nur Çağlayan, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, mervecaglayan@isparta.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6730-1540

[2] Doç. Dr. Hakan Çetiner, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, hakan.cetiner@hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6370-2953

ITTD26

SOSYAL MEDYANIN GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI EĞİTİMİ ÜZERİNE ETKİLERİ[1,2]

ÖZET

Dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte sosyal medya, gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi alan öğrenciler için önemli bir öğrenme, etkileşim ve bilgi edinme alanı hâline gelmiştir. Bu araştırmanın amacı, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü öğrencilerinin sosyal medya kullanımına ilişkin deneyimlerini, kullanım amaçlarını ve bu platformlara yönelik algılarını ortaya koymaktır. Araştırma nitel araştırma yaklaşımı çerçevesinde tasarlanmıştır. Çalışma grubunun belirlenmesinde amaçlı kartopu örnekleme yöntemi kullanılmış; gönüllülük esasına dayalı olarak belirlenen katılımcılarla yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler betimsel analiz yöntemiyle çözümlenmiştir. Bulgular, öğrencilerin sosyal medyayı mesleki bilgi edinme, uygulama örneklerini takip etme, sektörel gelişmeleri izleme ve görsel içerikler aracılığıyla öğrenmeyi destekleme amacıyla yoğun biçimde kullandıklarını göstermektedir. Bununla birlikte, paylaşılan içeriklerin doğruluğu, güvenilirliği ve bilimsel temele dayanıp dayanmadığı konusunda bazı tereddütlerin bulunduğu da belirlenmiştir. Araştırma sonuçları, sosyal medyanın gastronomi eğitiminde destekleyici bir araç olarak önemli bir potansiyele sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak bu potansiyelin etkili ve bilinçli biçimde değerlendirilebilmesi için öğrencilerin eleştirel dijital okuryazarlık becerilerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda, gastronomi eğitiminde sosyal medya kullanımına yönelik daha kapsamlı araştırmaların yapılması ve eğitim süreçlerinde dijital içeriklerin eleştirel değerlendirilmesine önem verilmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelime: Gastronomi Eğitimi, Sosyal Medya Kullanımı, Dijital Öğrenme

KAYNAKÇA

Tess, P. A. (2013). The role of social media in higher education classes (real and virtual): A literature review. Computers in Human Behavior, 29(5), A60–A68.

Ainin, S., Naqshbandi, M. M., Moghavvemi, S., & Jaafar, N. I. (2015). Facebook usage, socialization and academic performance. Computers & Education, 83, 64–73.

Gikas, J., & Grant, M. M. (2013). Mobile computing devices in higher education: Student perspectives on learning with cellphones, smartphones & social media. The Internet and Higher Education, 19, 18–26.

Chen, C. M., & Wu, C. H. (2015). Effects of different video lecture types on sustained attention, emotion, cognitive load, and learning performance. Computers & Education, 80, 108–121.

Koçak, N. G., & Özdemir, B. (2019). Gastronomi ve mutfak sanatları öğrencilerinin sosyal medya kullanımlarının mesleki gelişimlerine etkisi. Journal of Tourism and Gastronomy Studies,7(4),2890–2906.

Öztürk, M. C., & Talas, M. (2015). Sosyal medya ve eğitim etkileşimi. Zeitschrift für die Welt der Türken / Journal of World of Turks, 7(1), 101–120.

Türkiye İstatistik Kurumu. (2025). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması.

Güler, O., Karaman, F. N., Serin, A., Şimşek, N., & Keklikoğlu, E. (2025). Türkiye'de sosyal medya örnekleminde gerçekleştirilen gastronomi araştırmaları üzerine sistematik bir derleme. Journal of Applied Tourism Research, 6(1), 54–76.

Bölükbaş, R. (2024). Gastronomi turizmi ve sosyal medyaya ilişkin sistematik bir literatür taraması. International Journal of Contemporary Tourism Research, 8(2), 132–139.

Cankül, D., & Abiş, A. D. (2023). Gastronomi kurslarına katılımda medyanın etkisi. Tourism and Recreation, 5(2), 58–65.

Enes, E., & Yavuz, Y. (2019). Eğitimde sosyal medya kullanımı: Gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencileri üzerine bir araştırma. III. International Congress on Future of Tourism: Innovation, Entrepreneurship and Sustainability (FUTOURISM 2019) Bildiri Kitabı.

Şenesen, İ. (2024). Sosyal medyanın halk gastronomisine etkileri ve halk ekonomisi. Motif Akademi Halkbilimi Dergisi, 17(48), 2012–2025.

[1] Yüksek Lisans Öğrencisi, Gaye ÇETİN, Kastamonu Üniversitesi, Lisans Üstü Eğitim Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı, cggayecc1@gmail.com, ORCID: 0009-0003-1536-451X

[2] Doç. Dr. Serkan ÇALIŞKAN, Kastamonu Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, serkancaliskan@kastamonu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4996-8640

Coşkun, R., Altunışık, R., ve Yıldırım, E. (2007). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı. Sakarya: Sakarya yayıncılık.

Karataş, Z. (2017). Sosyal bilim araştırmalarında paradigma değişimi: Nitel yaklaşımın yükselişi. Türkiye Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi, 1(1), 67–88.

Nielsen, J., & Landauer, T. K. (1993). A mathematical model of the finding of usability problems. In Proceedings of the INTERACT'93 and CHI'93 Conference on Human Factors in Computing Systems (pp. 206–213).

ITTD26

BULGARİSTAN'DAN TÜRKİYE'YE GÖÇ EDEN GÖÇMENLERİN MUTFAK KÜLTÜRLERİ VE YEMEKLERİNİN İNCELENMESİ: BURSA İLİ ÖRNEĞİ[1,2]

ÖZET

Toplumlar yaşadığı coğrafyanın onlara vadettiği bileşenlerle harmanlanmış, birbirinden farklı değerlerin ortak bir yapıda buluştuğu kimliklere sahiptir. Bu kimlikler değişen zaman ve çevre koşulları neticesinde evirilmişlerdir. Tarihsel serüven, coğrafi koşullar, inanç sistemleri ve toplumsal yapı bu kimliklerin bileşenleri arasındadır. Geçmişten geleceğe aktarılabilen bu kimliklere "kültür" adı verilmektedir. Kültür farklı kategorizasyonlar içerisinde değerlendirilebilmektedir. Bir toplumu oluşturan her unsur aslında o toplumun farklı bir kültür unsurunu oluşturmaktadır. Mutfak kültürü de bunlardan biridir. Bir toplumun mutfağı coğrafi sınırları içerisinde şekillenen, doğal kaynakları doğrultusunda çerçevelenen ve yaşam şekillerini yansıtan ayna görevi üstlenmektedir. Böylesine çok unsurlu bir yapıya sahip olan mutfak kültürü diğer kültürlerde de olduğu gibi çeşitli toplumlardan etkilenmektedir. Dünya üzerinde savaş, doğal afet, geçim sıkıntıları vb. çeşitli problemler dolayısıyla insanlar göç etmek durumunda kalmaktadırlar ve bu durum toplumların birbiriyle olan etkileşimini artırmaktadır. Bu çalışmada Bulgaristan'dan Bursa'ya göç etmiş bireylerin yeme içme kültürlerine odaklanmaktadır. Kültür, kimlik, göç, göçün etkileri ve mutfak kültürü kavramları ele alınarak, Bulgaristan'dan Türkiye'ye göçlerin mutfak kültürü üzerine etkisi incelenmiştir. Göç, kültür ve mutfak kültürü arasındaki ilişkiler araştırılmıştır. Literatür taramaları sonrasında, göçmenlerin yeme içme alışkanlıkları ve göç sonrası dönemde uyguladıkları yemek tarifleri detaylı bir şekilde incelenmiştir. Bulgaristan göçmenlerinin Türkiye'deki yeme içme kültürü, özel ve dini günlerdeki yemek alışkanlıkları ve onlara ait geleneksel yemekler ele alınmıştır. Göçmen bireylerin yemek kültürleri, içerik analizleri ve yarı yapılandırılmış mülakat teknikleri ile toplanan veriler ışığında değerlendirilmiştir. Yapılan analizler ve görüşmeler sonucunda, göç etmiş olan Bulgaristan vatandaşlarının yemek kültürlerinde ne gibi değişikliklerin olduğu, göç sonrası dönemde, göçmenlerin diğer topluluklarla ne gibi etkileşimde bulundukları ve Bulgaristan kökenli Türk yemek kültürünün büyük ölçüde revize edilmesi konularına cevap alınmıştır. Araştırma sonucunda, Bulgaristan'dan gelen göçmenlerin mutfak kültürlerinin önemli ölçüde korunduğu, bazı tariflerin malzeme erişimi gibi nedenlerle adapte edildiği, ancak kültürel belleğin özellikle kadınlar aracılığıyla güçlü biçimde aktarıldığı saptanmıştır. Bursa'daki Bulgaristan göçmen mutfağı, göç sürecinin bir sonucu olarak hem kültürel sürekliliğin hem de gastronomik etkileşimin canlı bir örneği olarak değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Bulgaristan Göçmenleri, Mutfak Kültürü, Göç, Bursa, Gastronomi

KAYNAKÇA

Aksoy, M. (2018). Geleneksel mutfak kültürünün turizm açısından önemi: Göçmenlerin mutfak kültürü. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 6(2), 228-245.

Aktürk, G. (2020). Migration and food culture: A study on the cultural significance of Food for Turkish migrants in Germany. Journal of Ethnic and Migration Studies, 46(11),2354- 2371.

Appadurai, A. (1988). How to make a national cuisine: Cookbooks in contemporary India. Comparative Studies in Society and History, 30(1), 3-24.

Arı, K. (2003). Büyük Mübadele, Türkiye'ye Zorunlu Göç (1923-1925). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları

Aydın, E. (2018). Göçmen mutfak kültürünün sosyal entegrasyon sürecindeki rolü: Bursa'daki Balkan göçmenleri örneği. Akademik İncelemeler Dergisi, 13(1), 207-236.

Borisova, P., Ivanov, I., & Yordanova, I. (2019). Traditional Bulgarian fermented beverages: Microbiological and nutritional aspects. Bulgarian Journal of Agricultural Science,25(4), 760–768.

Çalışır, E., Sağıroğlu, A. Z., & Karakaş, M. (2024). Kamu Yönteminin Kitlesel İnsan Hareketliliklerine Reaksiyonu: 1989 Bulgaristan Kitlesel Göç Hareketi. İçtimaiyat,8(1), 126-151.

[1] Yüksek Lisans Mezunu, Melek Nur Aslan, Başkent Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, meleknurtezcan2@gmail.com, ORCID: 0009-0000-6646-5343

[2] Doç. Dr. İlkay Yılmaz, Başkent Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, iilayyilmaz@baskent.edu.tr ORCID: 0000-0001-5938-3112

Demirtaş, N. (2016). Kahvaltı alışkanlıklarının kültürel boyutu: Türkiye ve Balkan ülkelerinden örnekler. Motif Akademi Halkbilimi Dergisi, 9(17), 149-164.

Egeli, B. (2019). Bulgaristan göçmenlerinin yeme içme kültürü ve uygulanan yemek reçeteleri üzerine inceleme (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Güldemir, O. (2018). Türk mutfağında kahvaltılarda tüketilen çorbalar ve iller bazında değerlendirilmesi. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 6(4), 296-307.

Güler, S. (2010). Türk mutfak kültürü ve yeme içme alışkanlıkları. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 26(1), 24-30.

Hatipoğlu, A., & Batman, O. (2014). Osmanlı saray mutfağına ait gastronomik unsurların günümüz Türk mutfağına yansımaları. Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 6(1), 71-83.

Mintz, S. W., & Du Bois, C. M. (2002). The anthropology of food and eating. Annual Review of Anthropology, 31, 99-119.

Özdemir, B. (2016). Türk Kahvesi Kültürü ve Somut Olmayan Kültürel Miras. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi, 1(1), 55–67.

Öztürk, M. (2018). Yemek sonrası içecek tüketimi: Kültürel bir yaklaşım. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 6(3), 320-333.

Parasecoli, F. (2014). Food, identity, and cultural reproduction in immigrant communities Social Research, 81(2), 415-439.

Parla, A. (2006). Longing, belonging and locations of homeland among Turkish immigrantsfrom Bulgaria. Southeast European and Black Sea Studies, 6(4), 543-557.

Şapçılar, M. C., Kalkan, F. & Büyükşalvarcı, A. (2019). Akademisyenlerin rekreasyonel faaliyetlere katılımlarını engelleyen faktörlerin belirlenmesi: Turizm Fakülteleri örneği.

Sarı, E., & Tetik, N. (2019). Göçmen mutfaklarının kültürel sürdürülebilirliği: Geleneksel ve yeni yaklaşımlar. Sosyoloji Araştırmaları Dergisi, 22(2), 130-158.

Tanrıvermiş Çınar, H. (2022). Gastronomide kültür ve kimlik yansıması: Süryani mutfak kültürü ve yemekleri (Master's thesis, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Tümtaş, M. S., & Ergun, C. (2016). Göçün Toplumsal ve Mekânsal Yapı Üzerindeki Etkileri.Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 21(4),1347-1359.

Türker, N. (2017). Bulgaristan göçmenlerinin mutfak kültürü ve yerel kimlik inşası. Folklor / Edebiyat, 23(90), 197-212.

Varol, E, & Gök, İ. (2022). Balkan göçmenlerinin sofra kültürü: Tekirdağ Malkara örneği. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 24(2), 775-789.

Yıldırım, F. (2019). Maddi kültür ve göç: Balkan göçmenlerinin mutfak araç gereçleri ve pişirme teknikleri. Millî Folklor, 31(124), 128-143.

Yılmaz, A. (2019). Yeme-içme pratiklerinde kültürel kimliğin izleri: Bulgaristan göçmenleri örneği. Uluslararası Halkbilimi Araştırmaları Dergisi, 3(5), 157-178.

Yolcu, M. A. (2018). Geleneksel kış hazırlık pratikleri ve toplumsal dayanışma. Millî Folklor, 30(119), 126-139.

ITTD26

TÜRK DÜNYASINDA KÜLTÜREL MİRASIN ULUSLARARASI TEMSİLİ: UNESCO KÜLTÜREL MİRAS LİSTELERİ ÇERÇEVESİNDE TÜRK DEVLETLERİNİN KARŞILAŞTIRILMALI ANALİZİ[1]

ÖZET

Kültürel miras, toplumların tarihsel birikimini, kolektif kimliğini ve kültürel sürekliliğini yansıtan temel unsurlardan biridir. Kültürel mirasın korunması ve gelecek kuşaklara aktarılması amacıyla uluslararası düzeyde çeşitli sözleşmeler ve programlar geliştirilmiştir. Bu bağlamda UNESCO tarafından kabul edilen 1972 Dünya Kültürel ve Doğal Mirasın Korunması Sözleşmesi ile 2003 Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi kültürel mirasın korunmasına yönelik en önemli uluslararası mekanizmalar arasında yer almaktadır. UNESCO'ya göre somut olmayan kültürel miras; toplulukların, grupların ve bireylerin kültürel kimliğinin bir parçası olarak kabul ettiği ve kuşaktan kuşağa aktarılan uygulamalar, temsil biçimleri, anlatımlar, bilgi ve beceriler ile bunlarla ilişkili araçlar, gereçler ve kültürel mekânlardan oluşmaktadır (UNESCO, 2003). UNESCO tarafından oluşturulan Dünya Miras Listesi ve Somut Olmayan Kültürel Miras Listeleri, insanlık için üstün evrensel değere sahip kültürel ve doğal varlıkların korunmasını amaçlamakta ve bu miras unsurlarının uluslararası görünürlüğünü artırmaktadır (UNESCO, 2024).

Türk dünyası, tarihsel süreç içerisinde geniş bir coğrafyada gelişmiş ve zengin bir kültürel miras birikimine sahip olmuştur. Ortak tarihsel kökenler, geleneksel yaşam biçimleri, sözlü kültür ürünleri, ritüeller ve el sanatları gibi unsurlar Türk dünyası ülkeleri arasında güçlü kültürel bağlar oluşturmaktadır. Bu bağlamda Türk dünyasına ait kültürel miras unsurlarının uluslararası platformlarda temsil edilmesi, kültürel kimliğin korunması ve kültürel diplomasi açısından önemli bir rol oynamaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Türk dünyasında yer alan devletlerin UNESCO kültürel miras listelerinde yer alan miras unsurlarını inceleyerek söz konusu mirasın uluslararası temsili bağlamında değerlendirilmesidir. Araştırmada özellikle Türk dünyasında kültürel iş birliğini geliştirmek amacıyla faaliyet gösteren TÜRKSOY (Uluslararası Türk Kültürü Teşkilatı) üyesi ülkeler inceleme kapsamına alınmıştır. Bu doğrultuda Türkiye, Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan ve Türkmenistan'ın UNESCO Dünya Miras Listesi ile Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'nde yer alan unsurları analiz edilmiştir.

Araştırmada nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiş olup veri toplama sürecinde doküman analizi yöntemi kullanılmıştır. Çalışma kapsamında UNESCO'nun resmi veri tabanları, kültürel miras listeleri ve ilgili uluslararası kuruluşların yayımladığı raporlar incelenmiştir. İncelenen ülkelerin UNESCO Dünya Miras Listesi ve Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'nde yer alan unsurları sistematik bir şekilde taranarak ülke temelli bir kültürel miras envanteri oluşturulmuş ve elde edilen veriler karşılaştırmalı analiz yöntemi ile değerlendirilmiştir.

Araştırma bulgularına göre Türk dünyasında yer alan ülkelerin UNESCO listelerinde önemli sayıda kültürel miras unsuruna sahip olduğu görülmektedir. Özellikle geleneksel festivaller, sözlü kültür ürünleri, müzik gelenekleri ve el sanatları gibi somut olmayan kültürel miras unsurlarının Türk dünyasında ortak kültürel özellikler taşıdığı belirlenmiştir.

Sonuç olarak Türk dünyası ülkeleri zengin ve çok katmanlı bir kültürel miras birikimine sahiptir. UNESCO kültürel miras listeleri bu mirasın uluslararası düzeyde tanınması ve korunması açısından önemli bir platform sunmaktadır. Bu doğrultuda Türk devletleri arasında kültürel miras yönetimi, korunması ve tanıtımı konusunda iş birliğinin geliştirilmesi önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Türk Dünyası, Kültürel Miras, UNESCO, Somut Olmayan Miras, Dünya Mirası

KAYNAKÇA

UNESCO. (2003). Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage. Paris: UNESCO.

[1] Elçin Işık, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü, elciniskk@gmail.com, ORCID: 0009-0009-1353-4849

UNESCO. (2024). World Heritage List. UNESCO World Heritage Centre. https://whc.unesco.org

UNESCO. (2024). Intangible Cultural Heritage Lists. https://ich.unesco.org

TÜRKSOY. (2023). About TURKSOY. International Organization of Turkic Culture. https://www.turksoy.org

ITTD26

TÜRK DEVLETLERİ COĞRAFYASINDA E-SPOR TURİZMİ: BÖLGESEL ENTEGRASYON VE ETKİNLİK TEMELLİ HAREKETLİLİK [1]

ÖZET

E-spor, uzun süre çevrim içi rekabet ve dijital eğlence ekseninde değerlendirilen bir alan olarak görülmüş; buna karşılık offline finaller, festival formatları, arena buluşmaları ve üniversite temelli turnuvaların yaygınlaşmasıyla fiziksel mekâna da taşınmaya başlamıştır. Bu değişim, turizm açısından yeni bir değerlendirme alanı ortaya çıkarmaktadır. Çünkü e-spor etkinlikleri yalnızca dijital izleyicilik üretmemekte; belirli koşullar altında seyahat, konaklama, şehir içi hareketlilik ve yerinde deneyim talebi de yaratabilmektedir. Türkiye literatüründe e-spor turizmini yeni bir turizm çeşidi olarak ele alan çalışmaların varlığı, bu alanın kuramsal olarak tartışılabilir bir zemine sahip olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, Türk Devletleri Teşkilatı (TDT) coğrafyasında e-sporun bölgesel turizm hareketliliğiyle nasıl ilişkilendirilebileceği konusu henüz yeterince ele alınmış değildir.

Bu çalışmanın amacı, TDT üyesi ve gözlemci ülkelerde e-sporun turizmle ilişkilendirilebilecek kapasitesini tartışmak ve bu kapasitenin bölgesel bir etkinlik devresi mantığıyla nasıl ürünleştirilebileceğine dair kavramsal bir çerçeve önermektir. Çalışma, belge temelli bir değerlendirmeye dayanmaktadır. Bu kapsamda ülkelerdeki kurumsal temsil yapıları, fiziksel etkinlik örnekleri ve seçili organizasyon göstergeleri birlikte okunmuş; e-sporun yalnızca dijital bir kültür alanı değil, aynı zamanda etkinlik temelli hareketlilik üretebilen bir yapı olup olmadığı sorgulanmıştır. Etkinlik turizmi literatürü, planlı organizasyonların destinasyon çekiciliği ve görünürlük açısından önemli sonuçlar doğurabileceğini göstermektedir. E-sporun yerinde katılım ve seyahat boyutunu açıklayan çalışmalar da fandom deneyimi ile fiziksel etkinlik katılımı arasında anlamlı bir bağ kurmaktadır.

Değerlendirme sonuçları, TDT coğrafyasında e-sporun her ülkede aynı düzeyde gelişmediğini; ancak birçok ülkede kurumsal temsilin oluştuğunu ve fiziksel etkinlik formatlarının görünür hâle geldiğini göstermektedir. Bu durum, e-sporun tekil organizasyonlar yerine daha yönetilebilir bir "devre" yaklaşımıyla ele alınması hâlinde bölgesel turizm hareketliliğini destekleyebilecek bir alan sunduğuna işaret etmektedir. Bu nedenle çalışmada "Türk Dünyası E-spor Turizmi Devresi (TDT-ETD)" adıyla operasyonelleştirilebilir bir entegrasyon mantığı önerilmektedir. TDT-ETD, etkinlikleri ortak bir takvim dili ve asgari standartlar altında ilişkilendirirken, turizm hareketliliğini paketleme üzerinden kurmaktadır. Uygulama açısından üç örnek paket öne çıkmaktadır: (X) "etkinlik bileti + şehir içi ulaşım + 2 gece konaklama"; (Y) "etkinlik + yerel kök modülü" (kısa gastronomi/kültür rotası); (Z) "üniversite kupası/bootcamp + kısa konaklamalı eğitim ve turnuva paketi".

Akıllı dönüşüm boyutunda odak, gösterişli teknolojilerden çok birlikte çalışabilirlik ve sürtünmesiz deneyim akışıdır. Biletleme–ulaşım–konaklama entegrasyonu ile çok dilli iletişim, paketin satın alınabilirliğini doğrudan etkilemektedir. Kullanıcı üretimli içerik de destinasyon görünürlüğünü güçlendiren bir değer üretim hattı olarak düşünülmelidir. Dayanıklılık açısından etkinliklerin sezon dışı dönemlere yayılması, şehir turizmine ek katkı sağlayabilir. Wellness boyutunda ise amaç, e-sporu doğrudan "wellness turizmi"ne çevirmek değil; kısa yürüyüş rotaları, ergonomi/odaklanma atölyeleri ve sağlıklı gastronomi seçenekleri gibi denge bileşenleriyle deneyimi güçlendirmektir. Sonuç olarak TDT-ETD önerisi, e-spor turizminin TDT coğrafyasında bölgesel entegrasyonu ve turizm hareketliliğini destekleyebilecek işlevsel bir çerçeve sunduğunu ileri sürmektedir.

KAYNAKÇA

Aktuna, H. C., & Ünlüönen, K. (2017). Yeni bir turizm çeşidi olarak elektronik spor turizmi. Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi, (2), 1–15.

Bányai, F., Zsila, Á., Griffiths, M. D., Demetrovics, Z., & Király, O. (2019). The psychology of esports: A systematic literature review. Journal of Gambling Studies, 35(2), 351–365. https://doi.org/10.1007/s10899-018-9763-1

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Can Aktuna, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, halilcan.aktuna@erdogan.edu.tr, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-5930-2834

Buhalis, D., & Leung, R. (2018). Smart hospitality—Interconnectivity and interoperability towards an ecosystem. International Journal of Hospitality Management, 71, 41–50. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.11.011

Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. Tourism Management, 29(3), 403–428. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017

Getz, D., & Page, S. J. (2016). Progress and prospects for event tourism research. Tourism Management, 52, 593–631. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007

Hamari, J., & Sjöblom, M. (2017). What is eSports and why do people watch it? Internet Research, 27(2), 211–232. https://doi.org/10.1108/IntR-04-2016-0085

Kari, T., & Karhulahti, V.-M. (2016). A study on training and physical exercise in elite e-sports. International Journal of Gaming and Computer-Mediated Simulations, 8(4), 53–66. https://doi.org/10.4018/IJGCMS.2016100104

Thompson, J., Taheri, B., & Scheuring, F. (2022). Developing esport tourism through fandom experience at in-person events. Tourism Management, 91, 104531. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104531

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

ITTD26

SİYASAL BAŞKENTTEN KÜLTÜREL TURİZM MERKEZİNE: ANKARA'NIN YUMUŞAK GÜÇ PERSPEKTİFİNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ[1,2,3]

ÖZET

Bu çalışma, Türkiye'nin başkenti Ankara'nın siyasal merkez kimliğinden kültürel bir güç odağına dönüşümünü, "yumuşak güç" ve "modernleşme–kimlik inşası" perspektifleriyle ele almaktadır. Cumhuriyet'in kuruluşundan itibaren modernleşmenin mekânsal simgesi olarak kurgulanan Ankara, uzun süre yönetim ve bürokrasi kenti olarak algılanmıştır. Ancak son yıllarda, müzeler, kültür-sanat kurumları, uluslararası festivaller ve diplomatik organizasyonlar aracılığıyla başkent kimliğini yeniden tanımlayan bir dönüşüm sürecine girmiştir. Bu süreç, Ankara'nın yalnızca bir idari merkez değil, aynı zamanda Türkiye'nin kültürel diplomasi kapasitesinin taşıyıcısı olan bir "yumuşak güç sahnesi" haline geldiğini göstermektedir. Araştırmanın amacı, Ankara'nın kültürel turizm markası ve modernleşme mirası üzerinden yumuşak güç kapasitesinin nasıl inşa edildiğini analiz etmektir. Nitel araştırma deseniyle yürütülecek çalışmada büyükelçilik çalışanları ile yarı yapılandırılmış görüşmeler, katılımcı gözlemler ve doküman analizi kullanılacaktır; elde edilen veriler tematik analiz yöntemiyle değerlendirilecektir. Sonuç olarak Ankara, modern Türkiye'nin kimliğini temsil eden bir "başkent modernliği" modeli üzerinden kültürel diplomasi ve şehir markalaşmasının yeni bir örneğini sunacaktır.

Anahtar Kelimeler: Kültürel Turizm, Yumuşak Güç, Kültürel Diplomasi, Marka

[1] Doç. Dr., Ayşe ŞENGÖZ, Akdeniz Üniversitesi. Manavgat Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Seyahat Hizmetleri Programı, aysesengoz@akdeniz.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0311-9141
[2] Doç. Dr., Aybüke BÜYÜKÇELEBİ, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Tapu Kadastro Yüksekokulu, Emlak Ve Emlak Yönetimi Bölümü, aybuke.buyukcelebi@hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2414-0713
[3] Prof. Dr., Erdoğan KOÇ, Bahçeşehir Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, erdogan.koc@bau.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3183-2574

ITTD26

700. VEFAT YILINDA ŞEYH EDEBALİ'NİN TÜRK DÜNYASI'NDA DEĞER ODAKLI TURİZM BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ[1,2]

ÖZET

Türk Dünyası'nın bütünselliği, ağırlıklı olarak ortak bir kültürel belleğin paylaşılmasıyla doğru orantılı olarak mukavemet kazanmaktadır. Bu belleği teşkil eden pek çok unsurdan biri de sağladıkları kıymetli ve müstesna katkılarıyla Türk tarihinde edindikleri belirgin yerle ön plana çıkan tarihî şahsiyetlerdir. Etkin bulundukları yerleri ve zamanları aşan bu ilham kaynağı niteliğindeki figürlerden biri de hem Osmanlı devlet anlayışının hem de Türk Dünyası kültürel belleğinin ve kimliğinin oluşumunda pay sahibi olan, manevi lider olarak kabul edilen Şeyh Edebali'dir. Kendisiyle özdeşleştirilen ve genel anlamda temsil ettiğine ittifak edilen değerlerle birlikte arz ettiği tarihî öneme binaen Şeyh Edebali, aynı zamanda mühim bir kültürel miras kaynağı olmaktadır. Söz konusu mühim kaynağın turizm çerçevesinde irdelenmesi ve ilgili olduğu geniş kültür coğrafyasını temele yerleştiren bir bakışla değerlendirilmesi, çalışmanın amacını ifade etmektedir. Tarihî şahsiyetin, özellikle vefatının 700. yılında, bu yönüyle ele alınmasına, ayrıca değer atfedildiği de not edilmelidir. Çalışmanın amacı doğrultusunda; nitel bir araştırma tasarlanmış olup genel olarak ilgili tarih ve turizm kaynaklarından istifade edilmiştir. Resmî ve güvenilir olduklarına dair azami özen gösterilmesinin ardından bahsi geçen kaynaklar için uygunluğuna karar kılınanlara dayalı olarak doküman analizi yapılmıştır. İnandırıcılık, aktarılabilirlik, tutarlılık ve doğrulanabilirlik ölçütlerinin, araştırma sürecinin her adımında karşılanmasına yüksek seviyede hassasiyet gösterilmiştir. Bulgular; Türk Dünyası ortak kültürel bellek ve kimlik inşasını destekleyen, özellikle bilgelik, adalet ve manevi rehberlik değerleriyle ön plana çıkan Şeyh Edebali'nin, turizm odağında bir kültürel miras unsuru olarak görüntüsünü güçlendirmiştir. Sonuç olarak tarihî şahsiyetlerin değer odaklı turizm yaklaşımı odağında ele alınarak Türk Dünyası kültür ağının daha iletken ve anlam yüklü kılınabileceği, Türk Dünyası destinasyonlarının ürün çeşitliliğinin ve ilişkiselliğinin zenginleştirilebileceği, turist deneyimine daha fazla anlam yönelimi kazandırılabileceği gibi hususlar dikkat çekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kültürel miras, destinasyon yönetimi, turizm ürünü, Türk Dünyası, Şeyh Edebali

KAYNAKÇA

İnalcık, H. (2022). Kuruluş dönemi Osmanlı sultanları. Diyanet Vakfı Yayınları.

Palmer, C. (1999). Tourism and the symbols of identity. Tourism Management, 20(3), 313-321. https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00120-4

Poria, Y., Butler, R., & Airey, D. (2003). The core of heritage tourism. Annals of Tourism Research, 30(1), 238-254. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00064-6

Şahin, H. (2025). Dervişler, fakihler, gaziler: Erken Osmanlı döneminde dini zümreler (1300-1400) (5. Baskı). Yapı Kredi Yayınları.

Şahin, K. (1994). Edebâli. Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (21.12.2025). https://islamansiklopedisi.org.tr/edebali

[1] Doç. Dr., Çağrı ERDOĞAN, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, cagri.erdogan@bilecik.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9308-0182

[2] Dr. Öğr. Üyesi, Zeynep YAMAÇ ERDOĞAN, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, zeynep.erdogan@bilecik.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7677-8738

ITTD26

ASMA YAPRAĞI KULLANILAN YÖRESEL YEMEKLERİN VEJETARYEN MUTFAK KAPSAMINDA İNCELENMESİ: TOKAT ÖRNEĞİ [1,2]

ÖZET

Bitki bazlı mutfak olarak da bilinen vejetaryen mutfak, sebzeler, meyveler, baklagiller, tahıllar, kuruyemişler ile süt ürünleri ve kısmen de yumurtanın dahil edildiği bir niteliktedir. Bununla birlikte et, jelatin veya hayvansal kaynaklı peynir mayası gibi hayvansal doku ürünlerinin hariç tutulmasıyla oluşturulan bir pişirme ve beslenme tarzını kapsamaktadır. Vejetaryen mutfağında tercih edilen yöresel yemekler genelde içeriği değiştirilmeden tüketilmektedir. Bu durum son zamanlarda ulusal ve uluslararası açıdan akademik çalışmalara da konu olmaktadır (Klein, 2017; Yavuz, 2018; Üçtuğ vd., 2021; Alçiçek ve Altundağ, 2025). Özellikle Türk mutfağında sebze, ot, baklagil ve tahıl ağırlıklı yemeklerin vejetaryenler tarafından tüketildiği bilinmektedir. Ege ve Karadeniz Bölgesi mutfakları bu anlamda daha fazla ön plana çıkmaktadır. Karadeniz Bölgesi'nin iç kesimlerinde yer alan Tokat mutfağının yemeklerinden bazıları da vejetaryenlere hitap etmektedir. Özellikle sebze, baklagil ve tahıl yemekleri (Bat, dilme fasulye yemeği, düğü pilavı, Tokat yağlısı vb.) ile ot yemekleri (Madımak) dikkat çekmektedir. Ancak bunlar haricinde araştırmanın konusu olan Tokat'ın en bilinen ürünü olan asma yapraklarından da vejetaryen mutfağına uygun yemekler yapılmaktadır. Asma yaprağı Tokat'ın coğrafi işaretli ve ticari değeri olan en önemli gastronomik ürünlerinden biridir. Tokat yöresinde asma yaprağı kullanılan ve vejetaryenlere hitap eden yemekler şunlardır: Bakla Dolması, Erikli Yavan Dolma, Tokat ve Zile Batı.

Bu çalışmanın amacı, asma yaprağı kullanılan Tokat'ın yöresel yemeklerinin vejetaryen mutfak kapsamında incelenmesi ve değerlendirilmesidir. Bu kapsamda Tokat mutfağına ait yöresel yemeklerin envanteri incelenmiş, bunlardan asma yaprağı kullanılan yemekler belirlenmiştir. Daha sonra yerel üreticilerle de görüşülerek vejetaryen mutfağına uygun olanların değerlendirmesi yapılmıştır. Aynı zamanda bu çalışma kapsamında vejetaryen beslenme tarzını benimseyenlere alternatif ürünler sunmak ve Tokat mutfağına katkı sağlamak hedeflenmektedir. Ayrıca bu çalışma, coğrafi işaretli Tokat asma yaprağının ticarileşmesini farklı bir bakış açısıyla ele alarak girişimcilere farklı bir fikir vermeyi de hedeflemektedir. Dolayısıyla bu çalışmadan Tokat ilinde gastronomi ve turizm alanlarında faaliyet gösteren sektör temsilcileri, ilgili alandaki akademisyenler ve karar vericiler (valilik, belediye vb.) gibi paydaşlar faydalanabilir.

Anahtar Kelimeler: Asma Yaprağı, Vejetaryen Mutfak, Yöresel Mutfak, Gastronomi, Tokat

KAYNAKÇA

Alçiçek, E., & Altundağ, Ö. Ö. (2025). Batı Karadeniz Bölgesi Yöresel Yemeklerin Vejetaryen-Vegan Yönünün Değerlendirilmesi. Hitit Sosyal Bilimler Dergisi, 18(2), 484-511.

Klein, J. A. (2017). Buddhist vegetarian restaurants and the changing meanings of meat in urban China. Ethnos, 82(2), 252-276.

Üçtuğ, F. G., Günaydin, D., Hünkar, B., & Öngelen, C. (2021). Carbon footprints of omnivorous, vegetarian, and vegan diets based on traditional Turkish cuisine. Sustainable Production and Consumption, 26, 597-609.

Yavuz, C. (2018). Turistik destinasyonların tanıtılmasında yerel mutfaklar: Ordu vejetaryen mutfağı. Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 2(Ek1 Bahar), 123-141.

[1] Yüksek Lisans Öğrencisi, Sevilay KARACA, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Programı. sevilay.karaca8425@gop.edu.tr. ORCID: 0009-0006-2398-7188

[2] Doç. Dr. Hakan KENDİR, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü. hakan.kendir@gop.edu.tr. ORCID: 0000-0002-1356-1339

ITTD26

AZERBAYCAN: SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM İÇİN STRATEJİK BİR VİZYON[1,2,3]

ÖZET

Yeryüzünün artan dünya nüfusu karşısında sunduğu kaynaklar giderek azalırken, insanların istek ve ihtiyaçları sürekli artış göstermektedir. Söz konusu artış, mevcut kaynaklarınkorunması ve etkin kullanılmasının gerekliliğini ortaya koymaktadır. Sürdürülebilirlik kavramı, bu doğrultuda 20. yüzyılın sonlarında ortaya çıkmış ve 21. yüzyılda ekonomik büyüme, çevresel koruma ve toplumsal refah arasında denge kurmayı amaçlayan temel bir yaklaşım olarak önem kazanmıştır.

Bu çalışmanın amacı, Küresel Sürdürülebilir Turizm Konseyi (GSTC) tarafından belirlenen uluslararası kriterler ve ilkeler çerçevesinde Azerbaycan turizm sektöründeki sürdürülebilirlik uygulamalarını incelemektir. Turizm sektörünün ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel boyutlar üzerindeki etkisinin giderek artması, Azerbaycan'ın küresel sürdürülebilirlik standartlarına uyum düzeyinin değerlendirilmesini stratejik açıdan önemli hale getirmektedir.

Bu çalışma nitel araştırma yaklaşımını benimsemekte olup, olguların kendi bağlamı içerisinde anlaşılmasını sağlamak amacıyla tematik analiz yönteminden yararlanılmıştır. Çalışmada tümevarımsal kodlama uygulanarak tematik analiz gerçekleştirilmiş; MAXQDA veri analiz programı aracılığıyla kod frekansları ve kategori matrisleri oluşturulmuştur. Araştırmanın evrenini; Azerbaycan turizm sektörünün temel paydaşları olan akademisyenler, belediye çalışanları, turizm işletmesi yöneticileri ve seyahat acentesi temsilcileri oluşturmaktadır. Evrenin genişliği ile zaman ve maliyet kısıtları nedeniyle amaçlı örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Beş akademisyen, beş belediye çalışanı, beş turizm işletmesi yöneticisi ve birseyahat acentesi temsilcisi ile toplam on altı katılımcı ile yarı yapılandırılmış mülakatlar gerçekleştirilmiştir.

Mülakat formu, GSTC'nin sürdürülebilir yönetim, sosyo-ekonomik etkiler, kültürel mirasın korunması ve çevresel sürdürülebilirlik boyutlarına ilişkin kriterleri esas alınarak hazırlanmıştır. Hazırlanan mülakat formu sürdürülebilir yönetimle ilgili 5, sosyo-ekonomik etkilerle ilgili 1, kültürel mirasın korunması ile ilgili 1, çevresel sürdürülebilirlik boyutlarına ilişkin ise 3 sorudan oluşmaktadır. Katılımcıların rızası doğrultusunda gerçekleştirilen mülakatlardan elde edilen veriler yazıya dökülerek dijital ortama aktarılmıştır. Verilerin analizi ve tematik kodların oluşturulması sürecinde nitel veri analiz yazılımlarından MAXQDA 20 (Sürüm 20.2.2) kullanılmıştır.

Araştırma bulguları, Azerbaycan turizm sektöründe sürdürülebilirlik uygulamalarının ağırlıklı olarak katılımcıların yenilikçi yaklaşımlara verdiği yanıtların %30,77'si ile dijitalleşme ve veri temelli yönetim yaklaşımları üzerine yoğunlaştığını göstermektedir. Ayrıca sürdürülebilir turizm stratejilerinin ülkenin petrole olan ekonomik bağımlılığını azaltma potansiyeline sahip olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte, Azerbaycan'a özgü, bütüncül ve bağımsız bir ulusal sürdürülebilir turizm stratejisinin henüz oluşturulmadığı tespit edilmiştir.

Elde edilen bulgular, Azerbaycan'ın sürdürülebilir turizm alanında önemli bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir. Bu potansiyelin rekabet avantajına dönüştürülebilmesi için paydaş katılımı ile hazırlanmış, bağlayıcılığı olan ulusal bir sürdürülebilir turizm stratejisinin geliştirilmesi; teşvik mekanizmalarının güçlendirilmesi; sertifikasyon sistemlerinin uygulanması ve teorik çalışmaların ampirik verilerle desteklenerek karar alma süreçlerinde etkin biçimde kullanılması önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Turizm, Tematik Analiz, Azerbaycan Turizmi

KAYNAKÇA

Adongo, C. A., Taale, F., & Adam, I. (2018). Tourists' values and empathic attitude toward sustainable development in tourism. Ecological Economics, 150, 251–263.

[1] Prof. Dr., Muharrem Tuna, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, muharrem.tuna@hbv.edu.tr, ORCİD: 0000-0001-5526-7122

[2] Doç. Dr., Arzu Huseyn, Azerbaycan Turizm ve Menecment Universitesi, Management Bölümü, a.huseyn@atmu.edu.az, ORCİD: 0000-0002-3326-9159

[3] Bilim Uzmanı Selahattin Çakmak, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, selahattin.cakmak@ogr.hbv.edu.tr, ORCİD: 0009-0007-5392-7749

Atakişiyeva, L. (2024). Qarabağ timsalında davamlı turizmin inkişafı prinsiplərinin araşdırılması [Bildiri sunumu]. XI Beynəlxalq Türk Dünyası Araşdırmaları Simpoziumu, Bakı, Azerbaycan.

Azadalıyev, S., & Akova, O. (2024). Azerbaycan'ın turizm sektörünün yeşil ekonomi çerçevesinde incelenmesi. Uluslararası Türk Dünyası Araştırmaları Dergisi, 7(3), 155– 180.

Azərbaycan Respublikası. (2021). Azərbaycan 2030: Sosial-iqtisadi inkişafa dair Milli Prioritetlər. https://president.az/az/articles/view/50474

Azərbaycan Respublikası. (2022). Azərbaycan Respublikasının 2022–2026-cı illərdə sosial iqtisadi inkişaf Strategiyası. Bakı. https://e-qanun.az/framework/50013

Azərbaycan Turizm Agentliyi (ARDTA). (2023). Azərbaycan Turizm Strategiyası 2023–2026. Bakı.

Balıkoğlu, A., Ulusoy Yıldırım, H. U., & Hacıoğlu, N. (2020). Turist rehberlerine yönelikelektronik yorumların içerik analizi: TripAdvisor örneği. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, 11(2), 385–401. https://doi.org/10.36362/gumus.680553

Bayramli, G. (2024). Sustainable development of tourism in Azerbaijan: Current situation, problems and solution. Revista de Gestão Social e Ambiental, 18(4).

Ünlü, B. Ç., & İçigen, E. (2025). Social representations of sustainable tourism development in mass tourism destinations: The case of Antalya, Türkiye. International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences, 15(1), 88–115.

Braun, V., & Clarke, V. (2019). Psikolojide tematik analizin kullanımı (S. N. Şad, N. Özer, & A. Atli, Çev.). Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi, 7(2), 873–898. https://doi.org/10.14689/issn.2148-2624.1.7c.2s.17m

Çarıkcı, K., Meral, H., Berkil, S., Çalışır, A., Önala, L., & Arslan, Ö. (2024). Nitel araştırmalarda tematik analiz. Socrates Journal of Interdisciplinary Social Studies, 10(37), 127–140. https://doi.org/10.5281/zenodo.10509707

Gasimli, V., Huseyn, R., & Huseynov, R. (2024). What advantages arise from the shift towards sustainable energy sources in resource-rich economies? Empirical insights from Azerbaijan. International Journal of Energy Economics and Policy, 14(1), 12–20.

Global Sustainable Tourism Council (GSTC). (2021). GSTC destination criteria v2.0.

Hall, C. M. (2019). Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism. Journal of Sustainable Tourism, 27(7), 1044– 1060.

Helhel, A., & Helhel, Y. (2024). Carbon footprint gap due to international tourism in Türkiye based on tourism subsectors. All Earth, 36(1), 2419243. https://doi.org/10.1080/27669645.2024.2419243

Huseyn, A., & Abasova, Y. (2024). Ecological entrepreneurship: Empirical research on thesustainable development of ecotourism in Azerbaijan. Collection of Papers New

Kuldasheva, Z., Ahmad, M., Salahodjaev, R., & Fahlevi, M. (2023). Do tourism and renewable energy influence CO_2 emissions in tourism-dependent countries? International Journal of Energy Economics and Policy, 13(6), 146–152.

Martins, F., Sitchinava, T., Keryan, T., Mitrofanenko, A., Stefanelli, N., & Guigoz, Y. (2025). Sustainable tourism and SDGs in the South Caucasus. Sustainable Development, 33(4), 4867- 4883.

Tuna, M., Kargiglioğlu, Ş., & Ağaoğlu, D. (2020). Tarım turizminin sürdürülebilir kırsal kalkınma açısından önemi: Bodrum mandalina bahçeleri örneği. International Journal of Contemporary Tourism Research, 4(1), 31–47.

OECD. (2020). OECD tourism trends and policies 2020. OECD Publishing.

Pan, S. Y., Gao, M., Kim, H., Shah, K. J., Pei, S. L., & Chiang, P. C. (2018). Advances and challenges in sustainable tourism toward a green economy. Science of the Total Environment, 635, 452–469.

Peeters, P., Çakmak, E., & Guiver, J. (2024). Current issues in tourism: Mitigating climate change in sustainable tourism research. Tourism Management, 100, 104820.

State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan (ARDSK). (2019). Azərbaycanda turizm 2023. Bakı.

State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan (ARDSK). (2025). Azərbaycanda turizm. Bakı. https://www.stat.gov.az/

Şahin, S., & Şad, B. (2018). Müzelere yönelik e-yorumların içerik analizi yöntemi ile değerlendirilmesi. Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 14(1), 199–232.

United Nations. (n.d.). Sustainable tourism. UN Sustainable Development Goals. Erişim tarihi: 12 Mart 2026, https://sdgs.un.org/topics/sustainable-tourism

UNWTO. (2022). International tourism highlights. United Nations World Tourism Organization.

Vučetić, A. Š. (2018). Importance of environmental indicators of sustainable development in the transitional selective tourism destination. International Journal of Tourism Research, 20(3), 317–325.

World Bank. (2021). Tourism for development: A pathway to sustainable growth. World Bank.

ITTD26

BOŞ ZAMANDAN İBADETE TURİST DENEYİMLERİ: TANIMLAR, SINIRLILIKLAR[1]

ÖZET

Bu çalışma, turizm kuramındaki baskın eğilimlerin—özellikle turist deneyimini otantiklik arayışı olarak yorumlayan yaklaşımın ve onu sekülerleşmiş bir hac pratiğinin karşılığı gibi kavramsallaştıran çerçevenin—turizmin dinamiklerini hatalı biçimde temsil ettiğini ileri sürmektedir. Nelson Graburn ve Dean MacCannell gibi otantiklik merkezli kuramcılar, anlam, yabancılaşma ve simgesel arzu gibi boyutları görünür kılmak bakımından önemli katkılar sunmalarının yanında dinsel ve varoluşsal modelleri modern kentli-sanayi toplumunun bağlamında uygulama eğilimindedir. Bu metnin temel tezi, turist deneyiminin ritüel biçimlerin bir devamı ya da kültürel hakikate yönelen bir arayış olarak değil, modern toplum içinde emek, boş zaman, hareketlilik ve tüketim tarafından şekillendirilen tarihsel olarak özgül bir pratik olarak analiz edilmesi gerektiğidir.

Analizimiz iki aşamada ilerlemektedir. İlk olarak, turizm-hac analojisi ritüel antropolojisinin kavramsal çerçevesi içinde sorgulanmaktadır. Bu benzetme ilk bakışta ikna edici/çekici görünmektedir; çünkü her ikisi de yer değiştirme, eşiksellik, beklenti ve gündelik rutinden kopuş gibi unsurlar içermektedir. Ancak antropoloji, ritüel ile haccın yalnızca yoğunlaşmış deneyimler olmadığını göstermektedir. Ritüel, disiplinli tekrar, katı normlar, pedagojik aktarım, topluluğa dönük yükümlülükler ve otorite ilişkileri üzerine kuruludur. Hac da yalnızca anlamlı bir merkeze yönelme hareketi değil, bunu aşan ahlaki bağlılıklar ve aidiyet biçimleri gerektirir. Bu nedenle, yüzeysel benzerlikler, şekilsel paralellikler, toplumsal yapı, yükümlülük ve kurumsal güç bağlamlarında açıklayıcı olmaktan uzaktır.

İkinci olarak, otantikliğin merkezi konumu sorgulanmaktadır. Otantiklik, turizm çalışmalarında etkisini sürdürmekle birlikte, kültürü özcü ve durağan biçimde kavrama riskini taşımaktadır. Turist deneyiminin ilksel olarak otantik olanın peşine düşme biçiminde kurgulanması, ziyaret edilen kültürleri yeniden keşfedilebilir özlere ya da değişmez kökenlere sahip yapılar olarak tasvir etmektedir. Bu yaklaşım, kültürü tüketime uygun şekilde dondurmakta ve onun dinamik, çatışmalı ve çoğul karakterini görünmez kılmaktadır. Kuşkusuz turistler yoğunluk, özgünlük ya da farklılık arayabilir; ancak bu arzular, modern çalışma koşulları, programlı boş zaman, görsel koşullanma, orta sınıf hareketliliği ve metalaştırılmış beklentiler tarafından üretilmektedir.

Bu nedenle yeni bir vurgu önerilmektedir: hac ve otantiklik anlatılarından modernitenin tarihsel sosyolojisine yönelmek. Turizm, ücretli emek, tatil düzenlemeleri, ulaşım sistemleri, kentsel yorgunluk ve temsil ekonomileri tarafından biçimlendirilen, öğrenilmiş ve örgütlü bir pratik olarak ele alınmalıdır. Böyle bir yaklaşım, önceki kuramsal katkıların içgörülerini korurken onların romantikleştirici yönlerini geride bırakmaktadır. Turist deneyimini kutsalın bir kalıntısının ya da kültürel özün keşfine açılan bir yol olarak görmek yerine, onu modern yaşamın sıradan fakat tarihsel olarak ayırt edici mantığı içinde temellendirmek gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turist deneyimi, Otantiklik, Hac, Ritüel, Modernite

KAYNAKÇA

Asad, T. (1986). The idea of an anthropology of Islam. Center for Contemporary Arab Studies, Georgetown University.

Bell, C. (1992). Ritual theory, ritual practice. Oxford University Press.

Bendix, R. (1997). In search of authenticity: The formation of folklore studies. University of Wisconsin Press.

Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. Sociology, 13(2), 179–201. https://doi.org/10.1177/003803857901300203

Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. Annals of Tourism Research, 15(3), 371–386. http://dx.doi.org/10.1016/0160-7383(88)90028-X

Graburn, N. (1989). Tourism: The Sacred Journey. In V. L. Smith (Ed.), Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism (21-36). Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Löfgren, O. (1999). On holiday: A history of vacationing. University of California Press.

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Alaattin Oğuz, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Antropoloji Bölümü, Sosyal Antropoloji Ana Bilim Dalı, E-mail: alaattin.oguz@hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6908-2820

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

Rappaport, R. A. (1999). Ritual and religion in the making of humanity. Cambridge University Press.

Urry, J. (1990). The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies. Sage.

Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. Annals of Tourism Research, 26(2), 349–370. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00103-0

ITTD26

DİJİTAL DETOKS TURİZMİ: DİJİTAL BAĞIMLILIK VE İYİ OLUŞ ÇERÇEVESİNDE BİR DEĞERLENDİRME[1,2]

ÖZET

Dijital teknolojilerin günlük yaşamda yaygınlaşması, bireylerin sürekli çevrim içi kalmasına ve buna bağlı olarak dijital bağımlılık, üretkenlik ve uyku düzenindeki değişiklikler, stresin artması gibi sorunların ortaya çıkmasına yol açmaktadır (Salepaki vd., 2025). Bu durum, bireylerin dijital ortamlardan geçici olarak uzaklaşarak daha dengeli bir teknoloji kullanımı arayışına yönelmelerine neden olmaktadır. Bu çerçevede, bireylerin dijital teknolojilerin kullanımından belirli sürelerde ve bilinçli olarak uzaklaşmasını ifade eden dijital detoks, bir dengeleme stratejisi olarak ortaya çıkmaktadır (Syvertsen ve Enli, 2020). Dijital detoks uygulamaları bir yandan bireylerin dijital bağımlılık düzeylerini azaltırken öte yandan iyi oluşlarını ise artırabilmektedir (Coyne ve Woodruff, 2023). Turizm sektörü bağlamında konu ele alındığında, dijital detoks turizmi bu uygulamalara dayalı olarak gelişen yeni bir alternatif turizm yaklaşımıdır.

Bu çalışmanın amacı dijital bağımlılık, dijital detoks ve iyi oluş kavramları arasındaki ilişkileri turizm bağlamında ele almak ve belirtilen kavramlara ilişkin gerçekleştirilen ampirik çalışmalara yönelik detaylı bir literatür incelemesi yapmaktır. Çalışma kapsamında konu ile ilgili Web of Science ve Scopus veri tabanlarında ve Google Scholar arama motorunda taramalar yapılmıştır. Literatür taraması sürecinde "digital detox", "unplugging", "digital disconnection", "digital detox tourism", "digital free tourism", "well-being", "digital addiction" and "tourism" anahtar kelimeleri kullanılmıştır. Tarama sonucunda elde edilen çalışmalar incelenmiş ve dijital detoks turizmi kavramının dijital bağımlılık ve iyi oluş ile ilişkisi literatür temelinde değerlendirilmiştir.

Literatürde yer alan bulgular, dijital teknolojilerden geçici olarak uzaklaşmayı içeren uygulamaların bireylerin dijital bağımlılık düzeylerini azaltabildiğini (Coyne ve Woodruff, 2023) ve zihinsel iyi oluşlarını destekleyebildiğini ortaya koymaktadır (Farrukh vd., 2025). Benzer şekilde, doğa temelli ve çevrim dışı deneyimler sunan turizm faaliyetlerinin bireylerin zihinsel yenilenme arayışına katkı sağlayabileceği ifade edilmektedir. Bu yönüyle dijital detoks turizmi, bireylerin dijital yoğunluktan uzaklaşmalarını destekleyen yeni bir turizm yaklaşımı olarak önerilmekte ve turizm destinasyonları için tavsiye edilebilmektedir (Pawlowska-Legwand ve Matoga, 2021). Yapılan değerlendirmeler sonucunda, turizm alanında gerçekleştirilen çalışmaların sayısının son derece sınırlı olduğu ortaya çıkmıştır. Literatür taramasında, bu değişkenlerin tümünü birlikte ele alan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu bulgular doğrultusunda gelecekte yapılacak çalışmaların literatüre katkı sağlaması beklenmektedir. Ayrıca yeni gelişmekte olan alternatif bir turizm türü olarak dijital detoks turizmi için destinasyon ve pazarlama yöneticilerine yönelik öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Bağımlılık, Dijital Detoks, Dijital Detoks Turizmi, İyi Oluş

KAYNAKÇA

Coyne, P. and Woodruff, S. J. (2023). Taking a break: The effects of partaking in a two-week social media digital detox on problematic smartphone and social media use, and other health-related outcomes among young adults. Behavioral Sciences, 13(12), 1004. https://doi.org/10.3390/bs13121004

Farrukh, S., Reza, S., Babar, S., Alam, M. F. and Imtiaz, M. (2025). From screens to serenity: Evaluating the effect of digital detox on mental and physiological health. BMC Medical Education, 25, 1738. https://doi.org/10.1186/s12909-025-08267-4

Pawlowska-Legwand, A. and Matoga, L. (2021). Disconnect from the digital world to reconnect with the real life: An analysis of the potential for development of unplugged tourism on the example of Poland. Tourism Planning & Development, 18(6), 649–672. https://doi.org/10.1080/21568316.2020.1842487

Salepaki, A., Zerva, A., Kourkouridis, D. and Angelou, I. (2025). Unplugging youth: Mobile phone addiction, social impact, and the call for digital detox. Psychiatry International, 6(1), 4. https://doi.org/10.3390/psychiatryint6010004

Syvertsen, T. and Enli, G. (2020). Digital detox: media resistance and the promise of authenticity. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, 26(5-6), 1269-1283. https://doi.org/10.1177/1354856519847325

[1] Arş. Gör., İlkyaz Akdemir, Akdeniz Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, ilkyazakdemir@akdeniz.edu.tr, ORCID: 0009-0007-1674-6033

[2] Doç. Dr., Aydın Çevirgen, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, aydin.cevirgen@alanya.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3245-8783

ITTD26
EĞİTİM TURİZMİNİN MEKÂNSAL GELİŞİME ETKİSİ[1]

ÖZET

Amaç: Eğitim turizminin mekâna olan etki düzeyinin değerlendirmesini konu edinen bu çalışmanın amacını, eğitim turizmi alanında gerçekleştirilmiş uluslararası ve ulusal akademik çalışmaların incelenerek söz konusu kavramın coğrafi boyutunun sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan etkisel analizinin yapılması oluşturmaktadır. Turizm olgusunun içinde her geçen gün daha fazla yer kaplayan eğitim turizminin küresel ölçekte kat ettiği mesafenin coğrafi açıdan ortaya çıkarılması, gelişmişlik skalasının farklı ölçeklerindeki ülkelerin ve özellikle Türkiye'nin mevcut ve gelecekteki potansiyeli hakkında bilgi sahibi olunması ile imkanların nasıl daha verimli bir şekilde değerlendirilebileceği konusunda bilgi sahibi olunmasını, veri tabanı geliştirilmesini, daha rasyonel daha uygulanabilir plan ve projelerin ortaya çıkarılması yönünde bilgi sahibi olunmasını sağlayacaktır.

Literatür Taraması: Gerçekleştirilen literatür analizinde eğitim turizminin coğrafi açıdan değerlendirildiği yönünde bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu durum da bu çalışmanın dayanağını, amacını ve ortaya koyacağı verileri ve oluşacak olana veri tabanına sunacağı katkının önem boyutunu arttırmaktadır. Gülmez ve Heydarov (2021: 263-275): araştırmalarında Akdeniz Üniversitesi'ndeki yabancı uyruklu öğrencilerin eğitim amaçlı turizm faaliyetleri kapsamındaki algılarını yapmış oldukları anket yöntemiyle ölçmeye çalışmışlardır. Hançer ve Aydın (2022: 1815-1832): çalışmalarında eğitim amacıyla ülkemizi tercih eden yabancı uyruklu öğrencilerin karar alma süreçlerinde etkili olan faktörleri incelemişlerdir. Kuşat (2023: 104-122): Gelişmekte olan ülke kalkınmasında eğitim turizmini ele almıştır. Turizm olgusunun son yıllarda gözde kavramlarından biri olan eğitim turizminin mekansal değişim / dönüşüm üzerinde etkilerini ortaya koyan herhangi bir çalışmaya ilgili literatürün incelenmesi sonucunda rastlanılmamıştır. Coğrafyanın bir insan-mekan etkileşimini konu edinen yapısı gereği, eğitim turizmi faaliyetlerinin de mekan üzerindeki farklı eksenlerdeki etkilerinin coğrafi zeminde tespit edilmesi, eğitim turizminin mekansal ölçekte etki düzeyleri ile olan ve olması gereken arasındaki farkların belirlenmesi, eğitim turizminin Ülkemiz özelinde istenilen / beklenilen düzeyde olmamasının altında yatan coğrafi faktörlerin ortaya konulması, eğitim turizmi ile coğrafya arasındaki bağlamsal ilişkinin dokusal analizinin yapılmasını sağlayacaktır.

Yöntem: Araştırma uluslararası ve ulusal düzeyde yayınlanan makale, tez, bildiri, kitap ve kitap bölümlerinden erişilebilir olanların coğrafi olarak değerlendirilmesine odaklanmaktadır. Bu bahisle ilk olarak doküman analizi gerçekleştirilerek eğitim turizmini konu edinmiş çalışmalara ulaşılmaya çalışılmıştır. "Doküman analizi, araştırma verilerinin birincil kaynağı olarak çeşitli dokümanların toplanması, gözden geçirilmesi, sorgulanması ve analizi olarak tanımlanabilen bilimsel bir araştırma yöntemidir" (Sak, Şahin Sak, Öneren Şendil ve Nas, 2021: 227-250). Çalışma kapsamında genel olarak birincil kaynaklara erişilmeye çalışılmış ve ulaşılan eserler ele aldıkları konular itibariyle türlerine göre kategorilere ayrılmış ve detaylı bir okuma sürecinden geçirilmişlerdir. Çalışmanın taslağı belirlendikten sonra konu bütünlüğüne katkı sunacak kaynaklar coğrafya, mekân ve turizm üçlemesi özelinde yeniden okunmuş ve faydalanılacak olanlar için yeni sınıflandırma süreci başlatılmıştır.

Bulgular: Araştırma boyunca temin edilen ve coğrafya-turizm-mekân üçlemesi özelinde değerlendirilen kaynaklardan yabancı öğrencilerin "ailevi etkenler, öneriler ve ülkelerarası benzerlik" eğitim alacakları ülkeleri seçmelerinde etkili olduğu vurgulanmıştır (Hançer ve Aydın, 2022: 1815-1832). Bir coğrafi birimin ya da eğitim kurumunun eğitim turizmi kapsamında cazibe merkezi olabilmesi için dil, din birliği, yakın mesafede yer alması, ortak bir kültürel birikime sahip olması vb. koşulları sağlaması gerekmektedir (Heydarov ve Gülmez, 2021: 263-275). Eğitim turizmi sonucunda ortaya çıkacak olan ekonomik değerin ölçülmesi ve yurtdışına eğitim amacıyla giden / hükümetler tarafından gönderilen öğrencilerin yurtdışındaki eğitim süreleri boyunca edinecek oldukları bilgi ve deneyimler bütüncül açıdan değerlendirildiğinde aslında bir sermaye birikimi olarak değerlendirilebilir (Kuşat, 2023: 104-122).

Sonuç ve Uygulamalar: Eğitim turizminin mekansal gelişim üzerine etkilerini odak olarak alan bu çalışma ile eğitim-turizm ve mekân arasında doğrudan ve sıkı bir ilişkinin bulunduğu düşünülmektedir. Turizm olgusu zaten başlı başına mekân üzerinde dönüşümsel etki yaratan temel paradigmalardan birini temsil ederken eğitim turizminin mekânı şekillendirme sürecinin çok boyutlu ve kapsamlı bir süreci temsil ettiği ve söz konusu etkinin ortaya çıkarılması için rasyonel zeminde, tartışarak ancak aynı zamanda da eksik / hatalı ya da değiştirilebilir olan yönleri de tespit ederek bir gelişme periyodu izlenebilir. Bugün gelinen noktada bireylerin / toplulukların eğitim süreçlerinin herhangi bir döneminde kendi

[1] Ferdi AKBAŞ, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Kadirli Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Coğrafya Bölümü, Türkiye, ferdi.akbas75@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1899-1458.

istek, talep, girişim ve imkanlarıyla ya da hükümetleri tarafından yurtdışındaki herhangi bir eğitim faaliyetine katılımlarının sağlanmasının mekansal, bireysel, sosyal, kültürel ve ekonomik açıdan getirilerinin göz önünde bulundurulması ve eğitim turizmi yelpazesi adı altında toplanan faaliyetlerin teşvik edilmesi gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Eğitim Turizmi, Coğrafya, Mekân, Mekansal Gelişim.

KAYNAKÇA

Hançer, F.H. ve Aydın, Ş. (2022). Eğitim Turizmi Kapsamında Destinasyon Seçimini Etkileyen Faktörler. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi, 12(3), 1815-1832. DOI: https://doi.org/10.30783/nevsosbilen. 1073344.

Heydarov, M. S. ve Gülmez, M., (2021). Alternatif Turizm Kapsamında Eğitim Turizmi: Akdeniz Üniversitesi'nde Bir Uygulama, Verimlilik Dergisi, Sayı: 3, 263-275. DOI: 10.51551 verimlilik.724452.

Kuşat, N. (2023). Gelişmekte Olan Ülke Kalkınmasında Eğitim Turizmi Çin – Hindistan – Güney Kore – Türkiye Karşılaştırması. Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(2), 104-122. https://doi.org/10.58670/ijgtr.1380229.

Sak, R., Şahin Sak, İ. T., Öneren Şendil, Ç., & Nas, E. (2021). Bir Araştırma Yöntemi Olarak Doküman Analizi. Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi, 4 (1), 227-250. http://doi.org/10.33400/kuje.843306.

ITTD26

GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA DESTİNASYON İMAJI, GASTRONOMİ İMAJI VE DAVRANIŞSAL NİYET İLİŞKİSİ: SİNOP DESTİNASYONU ÖRNEĞİ[1,2]

ÖZET

Gastronomi turizmi, günümüzde destinasyonların rekabet avantajı elde etmesinde ve sürdürülebilir turizm gelişiminde stratejik bir araç olarak öne çıkmaktadır. Turistlerin seyahat motivasyonlarında yöresel mutfak kültürünü deneyimleme arzusunun giderek artması, gastronomik unsurların destinasyon imajı ve pazarlaması üzerindeki etkisini daha da belirgin hâle getirmiştir. Bu çalışmanın amacı, Sinop ilini ziyaret eden turistlerin destinasyon imajı, gastronomi imajı ve davranışsal niyetleri arasındaki ilişkileri incelemek; ayrıca gastronomi turizminin destinasyon markalaşmasındaki rolünü ortaya koymaktır. Araştırma, Sinop'un sahip olduğu gastronomik potansiyelin turistlerin tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme niyetleri üzerindeki etkisini değerlendirmeyi hedeflemektedir.

Araştırmanın evrenini Sinop ilini Haziran-Eylül 2025 tarihleri arasında ziyaret eden yerli turistler oluşturmaktadır. Kolayda örnekleme yöntemiyle belirlenen 450 katılımcıya yüz yüze anket uygulanmıştır. Veri toplama aracı olarak destinasyon imajı, gastronomi imajı ve davranışsal niyeti ölçmeye yönelik ifadelerden oluşan bir anket formu kullanılmıştır. Elde edilen veriler SPSS ve AMOS programları aracılığıyla analiz edilmiş; betimleyici istatistikler, güvenilirlik analizi, faktör analizi regresyon analizi uygulanmıştır.

Araştırma bulguları, destinasyon imajının gastronomi imajı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Turistlerin Sinop'a yönelik genel algıları, yöresel mutfak ve gastronomik deneyimlere ilişkin değerlendirmelerini olumlu yönde etkilemektedir. Bunun yanı sıra, gastronomi imajının davranışsal niyet üzerinde güçlü ve doğrudan bir belirleyici olduğu tespit edilmiştir. Yerel yemeklerin lezzeti, restoran çeşitliliği, sunum kalitesi ve otantik mutfak unsurları turistlerin Sinop'u başkalarına tavsiye etme ve tekrar ziyaret etme niyetlerini anlamlı düzeyde artırmaktadır. Ayrıca destinasyon imajının, davranışsal niyet üzerinde doğrudan ve dolaylı (gastronomi imajı aracılığıyla) etkilerinin bulunduğu görülmüştür. Modelde destinasyon imajının davranışsal niyete olan doğrudan etkisi de istatistiksel olarak anlamlıdır.

Sinop özelinde elde edilen sonuçlar, ilin gastronomik potansiyelinin destinasyon imajını destekleyen önemli bir unsur olduğunu ve gastronomi deneyimlerinin turistlerin olumlu davranışsal niyetlerini pekiştirdiğini ortaya koymaktadır. Özellikle yöresel ürünlerin ön plana çıkarılması, gastronomi festivalleri ve yerel mutfak kültürünün tanıtımı, Sinop'un turistik çekiciliğini artırabilecek stratejik alanlar olarak değerlendirilebilir.

Bu bulgular, turizm literatüründe destinasyon imajı, gastronomi imajı ve davranışsal niyet arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmalarla paralellik göstermektedir. Gastronominin destinasyon markalaşmasındaki kritik rolü, turistlerin karar alma süreçlerinde yöresel mutfak kültürünün belirleyici olduğu görüşünü desteklemektedir. Araştırma sonuçları, destinasyon yöneticilerine ve paydaşlara Sinop'un gastronomi turizmi potansiyelini etkin kullanmaları, yerel üreticileri desteklemeleri ve gastronomik deneyim kalitesini artırmaya yönelik politikalar geliştirmeleri konusunda öneriler sunmaktadır. Gelecek çalışmalarda farklı destinasyonlarda karşılaştırmalı analizler yapılması ve turistlerin demografik özelliklerine göre farklılıkların incelenmesi literatüre katkı sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi turizmi, destinasyon imajı, gastronomi imajı, davranışsal niyet, Sinop.

[1] Doçent Dr, Emrah Örgün, Sinop Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, eorgun@sinop.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9597-637X

[2] Esmanur Çakır, Sinop Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ABD, esmanur0165@gmail.com, ORCID: 0009-0003-2843-4556

ITTD26

GASTRONOMİK DENEYİMDE GIDA EŞLEŞMELERİ: BİREYLERDE HAZ VE RAHATSIZLIK ALGISININ DUYUSAL ANALİZİ[1,2]

ÖZET

Gastronomi, turizm deneyiminin önemli bileşenlerinden biri olup ziyaretçilerin destinasyon algısını ve deneyim kalitesini şekillendiren unsurlar arasında yer almaktadır. Gastronomik deneyimlerin oluşumunda gıda eşleşmeleri ve farklı gıda kombinasyonları tüketicilerin duyusal algılarını doğrudan etkileyebilmektedir. Bireyler günlük yaşamlarında veya gastronomik deneyim süreçlerinde çeşitli gıdaları birlikte tüketerek yeni tat kombinasyonları oluşturmakta; bu kombinasyonlar bazı bireylerde yüksek düzeyde haz oluştururken bazı bireylerde rahatsızlık ya da olumsuz duyusal algılara yol açabilmektedir.

Literatürde gıda eşleşmesi ve gıda kombinasyonu teorisine yönelik çalışmalar bulunmasına rağmen, belirli gıda kombinasyonlarının bireylerde oluşturduğu haz ve rahatsızlık algısını birlikte inceleyen çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Bu çalışma, farklı gıda kombinasyonlarının bireylerde oluşturduğu duyusal algıyı incelemeyi ve bu algının hangi faktörlerden etkilendiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Araştırmada literatür taraması ve deneysel duyusal değerlendirme yöntemlerinden yararlanılması planlanmaktadır. Çalışma kapsamında katılımcılara yaygın olarak tüketilen bazı gıda kombinasyonları sunularak tat, koku ve genel beğeni düzeylerinin ölçülmesi hedeflenmektedir. Özellikle yumurta ve domates eşleşmesi, bireylerde farklı duyusal tepkiler oluşturması nedeniyle araştırmanın temel örneklerinden biri olarak ele alınacaktır. Ayrıca yoğurt ve meyve, karpuz ve peynir ile bal ve tereyağı gibi geleneksel gıda eşleşmelerinin de değerlendirilmesi planlanmaktadır.

Elde edilen verilerin istatistiksel yöntemlerle analiz edilmesi ve gıda kombinasyonlarının bireylerde oluşturduğu haz ve rahatsızlık algısının biyokimyasal etkileşimler, bireysel hassasiyetler ve kültürel faktörlerle ilişkisi incelenecektir. Çalışmanın gastronomik deneyimlerin anlaşılmasına katkı sağlaması ve gastronomi turizmi kapsamında gıda eşleşmelerinin değerlendirilmesine yönelik akademik bir çerçeve sunması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi turizmi, gıda eşleşmesi, duyusal algı, gastronomik deneyim, gıda kombinasyonu

KAYNAKÇA

Aksu, K., & Balcı, E. (2023). Kültürel Bir Yemek Eşleşmesi Örneği: Patriyot Böreği Ve Agurida. Journal Of Gastronomy, Hospitality And Travel, 6(3), 1334-1347.

Uçuk, C. (2025). Gıda Eşleştirme Teorisi Coğrafi İşaretli Yemeklerde İşlevsel Mi? Tekirdağ Köftesi Örneği. Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi, 8(1), 167-179.

[1] Yüksek Lisans Öğrencisi, Çiğdem Bakış, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, cgdmbks@gmail.com, ORCID: 0009-0009-2891-6428

[2] Doç. Dr. Emre Hastaoğlu, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, ehastaoğ-lu@cumhuriyet.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8802-6632

ITTD26

İRAN–İSRAİL–ABD GERİLİMİNİN 2026 TÜRKİYE TURİZM SEZONUNA ETKİSİ: AVRUPALI TURİST KARAR SÜREÇLERİ ÜZERİNE BÜTÜNLEŞİK BİR MEDYA ANALİZİ[1,2]

ÖZET

Bu çalışma, İran–İsrail–ABD geriliminin en kritik seyrine ulaştığı 28 Şubat–5 Mart 2026 döneminde yedi Avrupa kaynaklı medya pazarının Türkiye turizmine yönelik risk söylemini nasıl inşa ettiğini ve bu inşanın Avrupalı turistlerin seyahat karar süreçlerini nasıl biçimlendirdiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışma, Creswell ve Creswell'in (2018) yakınsayan paralel karma yöntem tasarımı çerçevesinde iki bağımsız veri setini bir birine entegre etmektedir. Buna göre; sistematik web taraması ve birincil belge analizi yoluyla derlenen 47 kaynaklık içerik analizi veri seti ile sosyal medya dinleme ve doğal dil işleme (NLP) tabanlı duygu analizinden elde edilen 355 dijital içerikten oluşan ikinci veri seti. Analiz kapsamında Almanya, İngiltere, Fransa, Hollanda, Bulgaristan, Polonya ve Romanya pazarları incelenmiştir.

İçerik analizi bulguları, incelenen medya içeriklerinin %41'inin Türkiye seyahatini lehte, %39'unun temkinli ve %20'sinin aleyhte çerçevelediğini göstermektedir. Sosyal medya duygu analizinde ise bu oran daha olumlu bir tabloya işaret etmekte; içeriklerin %62'si Türkiye seyahatini destekler nitelikte değerlendirilmektedir. İki veri seti arasındaki bu yapısal fark, sosyal medya söyleminin ana akım medyaya kıyasla daha lehte bir Türkiye algısı ürettiğine ilişkin güçlü bir kanıt sunmaktadır. Pazar bazlı karşılaştırmada en belirgin farklılaşma, Batı ve Doğu Avrupa pazarları arasında gözlemlenmiştir: Fransa %25 lehte / %62 temkinli çerçeveleme oranıyla en çekingen pazar konumunda iken, Bulgaristan %50 / %85, Romanya %33 / %80 ve Polonya %33 / %75 (içerik analizi / duygu analizi) oranlarıyla belirgin biçimde daha olumlu bir tutum sergilemiştir.

Çalışmanın teorik çerçevesi beş katmanlı bir yapı üzerine inşa edilmiştir: (1) turizm ve kriz/güvensizlik araştırmaları, (2) risk algısı ve tüketici karar teorisi, (3) medya çerçeveleme teorisi, (4) dijital medya ve influencer etkisi, (5) kültürel farklılaşma ve pazar segmentasyonu. Bulgular, Entman'ın (1993) çerçeveleme teorisinin ulusal medya pazarları bağlamında güçlü bir açıklayıcı işlev gördüğünü; Hofstede'nin (2011) belirsizlikten kaçınma boyutunun Batı Avrupa pazarlarındaki ihtiyatlı tutumu kısmen açıklamakla birlikte, Doğu Avrupa pazarlarındaki olumlu tutumun bu boyutun ötesinde alışkanlık etkisi ve fiyat–risk esnekliği dinamiklerinden beslendiğini ortaya koymaktadır. Sosyal medya influencer'larının kriz iletişiminde geleneksel medyayla rekabet eden birer karşı-çerçeveleme aktörü işlevi gördüğü de araştırmanın özgün bulguları arasında yer almaktadır. Araştırmanın temel kısıtlılıkları, tek kodlayıcı kullanımı, sekiz günlük dar zaman penceresi ve Doğu Avrupa pazarlarına ait bağımsız yerel medya verilerinin görece sınırlı erişilebilirliğidir. Bu bulgular doğrultusunda üç paydaş grubuna yönelik öneriler geliştirilmiştir. Araştırmacılar için Avrupa pazarlarındaki rezervasyon verilerini kapsayan uzunlamasına takip çalışmaları önceliklendirilmelidir. Turizm sektörü paydaşlarına yönelik olarak hedef pazar bazlı iletişim segmentasyonu önerilmekte; Fransa ve Almanya pazarları için coğrafi mesafe kanıtı ile resmi uyarı yokluğu ön plana çıkarılırken, Doğu Avrupa pazarları için fiyat–değer denklemini vurgulayan mesajlamanın benimsenmesi ve kriz dönemlerine yönelik influencer iletişim protokollerinin önceden geliştirilmesi tavsiye edilmektedir. Kamu kurum ve kuruluşları açısından ise Avrupa'daki Türk büyükelçiliklerinin yerel medyayla proaktif iletişim kurarak coğrafi uzaklık ve resmi uyarı yokluğuna dair kanıt setlerini kamuoyuyla paylaşması, NATO güvencelerinin turizm pazarlama iletişimine entegre edilmesi ve Bulgaristan, Romanya ile Polonya'nın kriz döneminde sergilediği yüksek olumlu algı göz önünde bulundurularak bu pazarlardaki turizm kapasitesi ve erişilebilirlik yatırımlarının önceliklendirilmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm krizi, risk algısı, medya çerçeveleme, Türkiye turizmi, jeopolitik risk, içerik analizi, duygu analizi, Avrupa pazarları

KAYNAKÇA

[1] Doç. Dr., Semih ARICI, Pamukkale Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, sarici@pau.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0674-4337
[2] Prof. Dr., Murat BAYRAM, Pamukkale Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, mbayram@pau.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2774-7513

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5. baskı). SAGE.

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. Journal of Communication, 43(4), 51–58. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing cultures: The Hofstede model in context. Online Readings in Psychology and Culture, 2(1). https://doi.org/10.9707/2307-0919.1014

ITTD26

KARADAĞ/PODGORİCA'DA OSMANLI MİRASI TEMELLİ ALTERNATİF TURİZM ROTASI TASARIMI[1,2]

ÖZET

Bu çalışma, Karadağ'ın başkenti Podgorica'da yer alan Osmanlı dönemine ait kültürel miras varlıklarının turizm bağlamında değerlendirilmesini ve bu mirasın bütüncül bir deneyim sunacak şekilde rota haline getirilmesini amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında şehirde bulunan cami, köprü, saat kulesi, hamam ve geleneksel kentsel dokular incelenmiş; bu eserlerin mevcut durumları ve turizm potansiyelleri analiz edilmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiş, literatür taraması ve yerinde gözlem verileri birlikte değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular, Podgorica'daki Osmanlı mirasının çoğunlukla parçalı ve sınırlı bir turizm aanlatısı içerisinde ele alındığını göstermektedir. Bu durum, miras varlıklarının bütüncül bir turizm ürünü olarak değerlendirilmesini zorlaştırmaktadır. Bu bağlamda çalışma, söz konusu miras öğelerini mekânsal (Eserlerin şehir içindeki yerleri, Birbirlerine olan mesafeleri, Ziyaret ırası) ve tematik (Osmanlı şehir yaşamı, Dini mimari, Ticaret ve gündelik hayat) olarak bir araya getiren alternatif bir turizm rotası önermektedir. Önerilen rota, ziyaretçi açısından yalnızca fiziksel mekânları görmek değil, aynı zamanda tarihsel arka planı, estetik değerleri ve kültürel etkileşim süreçlerini de içeren deneyim odaklı bir yaklaşım üzerine kurgulanmıştır. Sonuç olarak, Podgorica'daki Osmanlı mirasının alternatif turizm ürünü olarak yapılandırılabileceği ve bu yaklaşımın şehrin kültürel turizm çeşitliliğini artırarak sürdürülebilir turizm gelişimine katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Alternatif turizm, Osmanlı mirası, Rota tasarımı, Karadağ/Podgorica.

KAYNAKÇA

Altun, S. (2023). Eyüpsultan'da kültür turizmi bağlamında miras rotası önerisi. Uluslararası Beşeri ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi, 7(2), 87–97.

Aksoy, E. (2022). Erzurum tabyaları kültür rotası önerisi ve kültür turizmi olanakları. Journal of Turkish Research Institute, 73, 84–96.

Atasoy, Ö. A., & Çevik, S. (2024). Güney Marmara zeytin koridoru'nda kültür turizmi potansiyeli ve kültür rotası önerisi. Turkish Studies, 19(4), 1407–1425.

Ayverdi, E. H. (2000). Avrupa'da Osmanlı mimârî eserleri: Yugoslavya II (3. kitap). İstanbul Fetih Cemiyeti Yayınları.

Büyükdığan, İ. (2000). Balkanlardaki Osmanlı dönemi anıtsal yapılarında kullanılan strüktür sistemlerinin Osmanlı mimarlığı içindeki yeri: Cami yapıları. İçinde A. (Ed.), Balkanlarda kültürel etkileşim ve Türk mimarisi uluslararası sempozyumu bildirileri (ss. 173–188). Atatürk Kültür Merkezi Yayınları.

Eriçok, A. K. (2019). Van Gölü havzası'nda kültür rotası önerisi. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 45, 173–199.

Eroğlu, M. A. (2023). Karadağ Rožaje Kučanska camisi 'ahretlik' kilim dokumaları. Osmanlı Mirası Araştırmaları Dergisi, 10(27), 329–350.

Güngör, Ş. (2022). Kapadokya kültür yolu'nun alternatif turizm rotası bağlamında değerlendirilmesi. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi, 12(3), 1784–1802.

Hadžić, F. (2013). Elementi materijalne i duhovne kulture Bošnjaka u Sandžaku. Avlija. Hajdarpašić, R. (1997). Bosna i Bošnjaci Bihora. Srednja grafička škola.

Halaç, H. H., & Kelkit, D. M. (2023). Sivas kültür rotası önerisi ile kültürel miras farkındalığı kazandırılması. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (Cumhuriyet özel sayısı), 292–307.

İbrahimgil, M. Z., & Keleş, H. (2019). Balkan ülkelerinde Osmanlı eserleri üzerine istatistiki değerlendirme. Akdeniz Sanat Dergisi, 13(Özel ek sayı), 511–529.

Kiel, M. (1990). Studies in the Ottoman architecture of the Balkans: A legacy in stone. Variorum.

[1] Prof. Dr. Hacer ARSLAN KALAY, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, hacerkalay@yyu.edu.tr ORCID: 0000-0002-4203-8352

[2] Prof. Dr. Abidin TEMİZER, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Tarih Bölümü, atemizer@mehmetakif.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5708-3132

Bu çalışma Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi BAP birimi tarafından, SBA-2025-11535 numaralı proje kapsamında desteklenmiştir.

Medojević, J. (2003). Muslimani u bjelopoljskom kraju 1477–2002. Almanah. Morrison, K. (2009). Montenegro: A modern history. I. B. Tauris.

Özer, M. (2016). Balkanlarda Osmanlı kenti ve mimarlık mirası. Vakıf Restorasyon Yıllığı, 12(13), 120–133.

Rovčanin Premović, G. (2020). Expansion of the planned city in relation to the historic urban structure: Case study Podgorica, Montenegro. Osmanlı Mirası Araştırmaları Dergisi, 7(18),347–358.

Sancaktar, C. (2012). Osmanlı İmparatorluğu'nun Balkanlardaki kültürel ve demografik mirası. YDÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 5(2), 53–93.

Temizer, A. (2015). Karadağ'da Osmanlı hâkimiyetine dair. Yeni Türkiye, 68, 3007–3015.

Temizer, A. (2013a). Karadağ'ın sosyal ve ekonomik yapısı (1853–1913) (Doktora tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi).

Temizer, A. (2013b). Montenegro in the First Balkan War. Annals of the Academy of Romanian Scientists Series on History and Archeology, 5(1), 65–80.

Temizer, A. (2025). Osmanlı Devleti'nin Podgorica'da inşa ettiği camiler. İçinde Podgorica u vrijeme vladavine Osmanlija (1474–1878) (ss. 51–60). Institut za historiju, demografiju i antropologiju Sandžaka & Islamska zajednica Crne Gore.

Temizer, A., & Premović, M. (2021). Montenegro under Ottoman rule (1497–1697). Hiperboreea, 8(1), 1–15.

Temizer, A., & Serbestoğlu, İ. (2022). Karadağ'da Osmanlı dönemi camileri. İçinde A. Temizer (Ed.), 8th International Symposium on Balkan History Studies: Culture, architecture and art in the Balkans (Proceedings Book, Vol. 1) (ss. 1–19). Livre de Lyon.

Turan, Ö., & İbrahimgil, M. Z. (2004). Balkanlardaki Türk mimari eserlerinden örnekler. TBMM Kültür, Sanat ve Yayın Kurulu Yayınları.

ITTD26

KRİTER EKONOMİSİ: AKADEMİK PERFORMANS METRİKLERİNİN BİLİMSEL ÜRETİMDE YARATTIĞI YAPISAL DÖNÜŞÜM VE RİSKLER[1]

ÖZET

Son yıllarda akademik üretim giderek artan bir ivmeyle yayın sayısı, atıf indeksleri, dergi sıralamaları ve etki faktörleri gibi performans göstergeleri üzerinden değerlendirilmektedir. Bu ölçütler çoğu zaman akademik başarı sıralamasını belirlemenin yanı sıra, kaliteyi artırma ve hesap verebilirliği sağlama amacıyla meşrulaştırılmaktadır. Ancak söz konusu ölçütler aynı zamanda araştırmacılar üzerinde güçlü bir performans baskısı yaratarak akademik üretim pratiklerini dönüştürmektedir. Bu durum literatürde "bilimin metrikleşmesi" (Krzeski, 2023; Kulczycki, 2023,2024) kavramı üzerinden tartışılmaktadır. Akademik üretimin ölçülebilir çıktılar üzerinden değerlendirilmesi, araştırmacılar üzerinde sürekli performans baskısı yaratmakta ve bilimsel faaliyetlerin doğasını dönüştürüp, stratejik biçimde organize edilmesine yol açabilmektedir.

Bu çalışma, akademik faaliyetlerin giderek ölçülebilir çıktılar etrafında örgütlenmesini "kriter ekonomisi" kavramı üzerinden tartışmayı amaçlamaktadır. Çalışmada, kriter baskısının akademisyeni özgür bir araştırmacı olmaktan çıkarıp, nasıl bir "performans aktörüne" dönüştürdüğü sorusu yanıtlanmaya çalışılmaktadır.

Bilimsel merakın yerini, niceliksel performans metriklerine bıraktığı mevcut bilim anlayışı, bilginin hızla üretilip tüketilen bir meta/ürün haline dönüştüğü bir piyasa mekanizmasına evrilme riskiyle karşı karşıyadır. Bu durum sadece bilimsel üretim sürecini değil, akademinin etik bütünlüğünü de tehdit etmektedir. Mevcut çalışma kapsamında, akademik kartelleşme, atıf takasları ve yağmacı yayıncılığın meşrulaşması gibi güncel sorunlar, Adorno'nun "sakatlanmış" yapı ve "standartlaşma" kavramları ekseninde tartışmaya açılmaktadır. Sonuç olarak, bilimin ölçütlerle/metriklerle değil merakla ilerlediği gerçeğinden hareketle; akademiyi skor rekabetinden çıkaracak, nicelik yerine özgün katkıyı ve entelektüel derinliği merkeze alacak bir paradigma değişiminin gerekliliği önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kriter Ekonomisi, Akademik Performans, Akademik metrikler, Eleştirel teori, Bilim

KAYNAKÇA

Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (1991). The culture industry (p. 114). na

Adorno, T. (2020). Minima moralia: Reflections from damaged life. Verso Books.

Mura, P., & Wijesinghe, S. N. (2023). Critical theories in tourism–a systematic literature review. Tourism Geographies, 25(2-3), 487-507.

Krzeski, J. (2023). In-against-Beyond Metrics-Driven University: A Marxist Critique of the Capitalist Imposition of Measure on Academic Labor. In The Palgrave International Handbook of Marxism and Education (pp. 163-182). Cham: Springer International Publishing.

Kulczycki, E. (2023). The evaluation game: How publication metrics shape scholarly communication. Cambridge University Press.

Kulczycki, E. (2024). Reframing scientometrics: How ontological understanding of science influences what we count and how we interpret it. Qualität in der Wissenschaft (QiW), (4).

Morris, H. (2024). The evaluation game: how publication metrics shape scholarly communication: by Emanuel Kulczycki, Cambridge University Press.

Van Meurs, B. (2014). Tourism and Culture Industry. Continental Philosophy.

[1] Dr. Öğr. Üyesi Tuğba Şen Küpeli, Başkent Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, tugbasenkupeli@baskent.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6836-9355

ITTD26

SAVAŞA YAKINLIK TURİZME UZAKLIK MI? İSTANBUL ŞEHİR OTELLERİ ÜZERİNE BİR ANALİZ[1,2,3]

ÖZET

Turizm, yapısı gereği sosyal, ekonomik, çevresel ve politik faktörlerden hızla etkilenebilen, doğal ve insan kaynaklı dış unsurlara duyarlı bir sektördür (Hacıoğlu ve Saylan, 2014: 57; Cankül ve Yüksek, 2024: 66). Özellikle savaş ve çatışma ortamının bulunduğu destinasyonlarda, turizm faaliyetlerini uygulamak ve sürdürmek neredeyse olanaksız hale gelmektedir (Güney vd., 2022: 94). Türkiye, siyasi ve toplumsal olarak istikrarsızlık yaşayan ülkelere olan coğrafi, kültürel ve dini yakınlığı ve Asya ile Avrupa arasında bağlantı görevi gören stratejik konumu nedeniyle hem bölgesel hem de küresel çapta yaşanan jeopolitik gelişmelerden en hızlı etkilenen ülkelerden biridir (Şahin ve Güzel, 2020: 260). Bu bağlamda, 28 Şubat 2026 tarihinde Amerika Birleşik Devletleri, İsrail ve İran arasında başlayan ve süregelen savaşın Türkiye'de turizm sektöründe ve özellikle İstanbul şehir otelleri bağlamında nasıl etkiler yarattığı bu araştırmanın temel problemini oluşturmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, ABD/İsrail–İran Savaşı'nın İstanbul şehir otelleri üzerindeki etkilerini otel yöneticilerinin değerlendirmeleri doğrultusunda incelemektir. Bu çalışma nitel araştırma yaklaşımlarından olgubilim desenine dayanmaktadır. Çalışmada ABD/İsrail ve İran Savaşı'nın İstanbul şehir otelleri üzerindeki etkilerini yöneticilerin deneyim ve algıları üzerinden derinlemesine incelemek amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşmeler öncesinde yarı yapılandırılmış görüşme formu iki akademisyenin yanı sıra deneyimli bir otel genel müdürü ile açıklık ve anlaşılırlık açısından ön teste tabi tutulmuştur. Çalışmanın örneklemini, İstanbul şehir otellerinde görev yapan yöneticiler oluşturmaktadır. Bu kapsamda İstanbul'da dört ve beş yıldızlı şehir otellerinde görev yapan ve amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilen 29 yöneticiden yarı yapılandırılmış görüşmeler aracılığıyla veri elde edilmiştir. Elde edilen veriler, içerik analizi ile analiz edilmiştir. Görüşme, gözlem veya dokümanlar aracılığıyla elde edilen verilerin içerik analizi kapsamında değerlendirilmesi dört aşamada gerçekleştirilmektedir. Bu aşamalar sırasıyla; verilerin kodlanması, temaların belirlenmesi, kod ve temaların düzenlenmesi ile bulguların tanımlanması ve yorumlanmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 227–228). Bu araştırmada veriler, içerik analizi sürecine uygun olarak kodlanmış, temalar doğrultusunda kategorize edilmiş, kod ve temalar sistematik biçimde düzenlenmiş ve elde edilen bulgular tanımlanarak yorumlanmıştır.

Araştırma bulguları, ABD/İsrail–İran Savaşı'nın İstanbul şehir otelleri üzerinde çok boyutlu etkiler yarattığını göstermektedir. Bu etkiler; turist talebinde azalma, turist pazarlarında değişim, turistlerin destinasyon imajı ve güvenlik algısındaki etkiler ve otel işletmelerinin geliştirdiği stratejiler çerçevesinde şekillenmektedir. Turist talebi açısından bulgular; İstanbul şehir otellerine olan talebin savaşın başladığı günden itibaren ciddi oranda düştüğü göstermektedir. Turist pazarları açısından; savaşın süregeldiği Orta Doğu pazarında doğrudan yaşanan talep kaybı, Avrupa, Asya ve Amerika pazarlarında da dolaylı olarak gözlemlendiğini ortaya koymaktadır. Bulgulardan İstanbul'un savaş bölgesine olan coğrafi yakınlığı ve turistlerin bölgesel kaygıları nedeniyle riskli bir destinasyon olarak algılandığı ve bu durumun talepteki düşüşün önemli etkenlerinden biri olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca İstanbul şehir otellerinin ABD/İsrail-İran Savaşı'nın olumsuz etkilerini yönetebilmek adına; pazar çeşitlendirme, fiyat politikalarının yeniden düzenlenmesi ve maliyet kontrolü gibi çeşitli stratejiler geliştirdikleri görülmektedir.

Sonuç olarak, bu çalışma ABD/İsrail-İran Savaşı'nın turizm hareketlerini hem bölgesel hem de küresel ölçekte etkilediğini göstermektedir. Savaş gibi jeopolitik gelişmelerin turizm üzerindeki etkilerinin yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda algısal ve davranışsal boyutlar içerebildiğini de ortaya koymaktadır. Araştırma sonuçları, turizm işletmeleri için pazar çeşitliliğinin ve kriz yönetiminin önemine dikkat çekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Savaş, İstanbul, Otel, Turizm

KAYNAKÇA

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Tülay Karabuğa, İstanbul Gedik Üniversitesi, Ulaştırma Hizmetleri Bölümü, tulay.guney@gedik.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4577-6067

[2] Prof. Dr., A. Celil Çakici, Mersin Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, celilcakici@mersin.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9192-1969

[3] Prof. Dr., İsmail Kızılırmak, İstanbul Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, ikizilirmak@istanbul.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9141-6420

Cankül, I. ve Yüksek, G. (2024). Turistlerin destinasyonlara seyahat kararlarında krizlerin etkisi ve ilgilenimlerinin aracılık rolü. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 19(2), 489-510.

Hacıoğlu, N. ve Saylan, U. (2014). Arap Baharı'nın turizme yansımaları: Arap ülkeleri ve Türkiye. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17(32), 55-80.

Güney, T., Göktepe, S. ve Kokonalıoğlu, H. T. (2022). Rusya-Ukrayna Savaşı'nın Türkiye turizmine olası etkileri. Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi, 12(1), 92-104

Şahin, İ. ve Güzel, F. Ö. (2020). Olumsuz güncel gelişmelerin ve krizlerin Türk turizmine etkileri: Profesyonel turist rehberlerinin değerlendirmeleri ve sektörel çözüm önerileri. İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 7(2), 257-280.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

ITTD26

TOKAT-ZİLE'DEKİ COĞRAFİ İŞARETLİ GASTRONOMİK ÜRÜNLERİN BÖLGESEL KALKINMADAKİ ROLÜNÜN SWOT ANALİZİYLE DEĞERLENDİRİLMESİ[1,2]

ÖZET

Bölgesel kalkınma yaklaşımlarında yerel ve özgün kaynakların ekonomik değere dönüştürülmesi, sürdürülebilir kalkınmanın temel unsurları arasında yer almaktadır. Bu bağlamda coğrafi işaretler, belirli bir coğrafyaya özgü ürünlerin korunması, standartlarının belirlenmesi ve pazarlanması yoluyla yerel ekonomilerin güçlendirilmesinde önemli bir araç olarak değerlendirilmektedir. Özellikle gastronomi alanında coğrafi işaretli ürünler, ekonomik kalkınma ile kültürel mirasın korunması arasında bütünleştirici bir rol üstlenmektedir (Tregear vd., 2007; Belletti vd., 2017). Gastronomi literatüründe, yerel gıda ürünlerinin destinasyon çekiciliğini artırdığı ve turizm deneyiminin önemli bir bileşeni haline geldiği vurgulanmaktadır. Richards (2012), gastronominin destinasyon markalaşmasında stratejik bir rol oynadığını belirtirken, coğrafi işaretli ürünlerin kalite güvencesi ve özgünlük sağlayarak rekabet avantajı oluşturduğunu ifade etmektedir. Bu ürünler, aynı zamanda yerel üretim biçimlerinin devamlılığını destekleyerek kırsal kalkınmaya katkı sunmaktadır. Türkiye'de coğrafi işaretli gastronomik ürünlere yönelik çalışmalar, bu ürünlerin yerel kalkınma, istihdam ve üretici gelirleri üzerindeki olumlu etkilerine dikkat çekmektedir. Orhan (2010), coğrafi işaretlerin kırsal alanlarda ekonomik çeşitliliği artırıcı bir işlev gördüğünü belirtirken; Özdemir ve Güngör (2016), bu ürünlerin yerel kalkınma politikalarıyla bütüncül bir biçimde ele alınması gerektiğini vurgulamaktadır. Ayrıca, gastronomi temelli coğrafi işaretli ürünlerin destinasyon imajı ve tanıtımı üzerinde olumlu etkiler yarattığına ilişkin bulgular literatürde yer almaktadır.

Bu çalışmanın amacı, coğrafi işaretli gastronomik ürünlerin bölgesel kalkınmadaki rolünü Tokat ilinin Zile ilçesi örneği üzerinden incelemektir. Çalışma kapsamında Zile'ye özgü coğrafi işaretli gastronomik ürünlerin (Zile Pekmezi ve Zile Kömesi) yerel ekonomi ve tanınırlık üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi de amaçlanmaktadır. Ayrıca bu çalışma, coğrafi işaretli gastronomi ürünlerinin bölgesel kalkınmadaki işlevini yerel ölçekte ele alarak literatüre katkı sağlamayı hedeflemektedir. Bu çalışma kapsamında nitel araştırma yöntemlerinden SWOT analizi tekniğiyle alan uzmanlarının görüşleri elde edilmiştir. SWOT analizindeki amaç, bir duruma yönelik "Güçlü ve Zayıf" yönleri ve aynı durumun çevresinde gelişen "Fırsat ve Tehdit" unsurlarını tanımlamaktır (Dyson, 2004). Araştırmada uygulanan SWOT analizi neticesinde katılımcılar, coğrafi işaretli gastronomik ürünlerin Zile'de istihdama, ekonomik refaha ve tanıtıma olumlu katkılarının olduğunu belirtmiştir. Öte yandan katılımcılar söz konusu olumlu etkilere rağmen bu durumun, büyükşehirlere göçün önlenmesine ve gastronomi turizminin gelişimine yeterli düzeyde yansımadığını da ifade etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi İşaret, Gastronomi, Bölgesel Kalkınma, Tokat-Zile.

KAYNAKÇA

Belletti, G., Marescotti, A., & Touzard, J. M. (2017). Geographical indications, public goods, and sustainable development. World Development, 98, 45–57.

Dyson, R. G. (2004). Strategic Development and SWOT Analysis At The University of Warwick. European Journal of Operational Research, (152), 631-640.

Orhan, A. (2010). Coğrafi işaretlerin kırsal kalkınma açısından önemi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10(2), 243–256.

Özdemir, G., & Güngör, Ş. (2016). Coğrafi işaretli ürünlerin bölgesel kalkınma üzerindeki etkileri. Akademik Bakış Dergisi, 54, 89–102.

Tregear, A., Arfini, F., Belletti, G., & Marescotti, A. (2007). Regional foods and rural development: The role of product qualification. Journal of Rural Studies, 23(1), 12–22.

[1] Yüksek Lisans Öğrencisi, Gülşah KILIÇ, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Programı. gulsahklc44@gmail.com. ORCID: 0009-0009-7356-9859.

[2] Doç. Dr. Emin ARSLAN, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü. emin.arslan@gop.edu.tr. ORCID: 0000-0003-1592-8162.

ITTD26

TÜRK DÜNYASI TURİZMİNDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM: KÜLTÜREL TEMSİL VE TEKNOLOJİ TEMELLİ YÖNETİŞİM ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR YAKLAŞIM[1]

ÖZET

Turizm sektörü dijital teknolojilerin gelişimiyle birlikte yapısal bir dönüşüm sürecine girmiştir. Dijital platformlar, mobil uygulamalar, veri analitiği ve çevrim içi ağlar turistik faaliyetlerin planlanması, tanıtımı ve deneyim üretimi üzerinde belirleyici hale gelmiştir. Destinasyonların görünürlüğü, turistik içeriklerin dolaşımı ve ziyaretçi davranışlarının yönlendirilmesi giderek dijital ortamlar aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bu durum turizm faaliyetlerinin ekonomik boyutunun yanı sıra kültürel temsil biçimlerini de etkilemektedir. Türk Dünyası turizmi açısından dijital teknolojiler kültürel mirasın sunumu, kültürel kimlik anlatılarının dolaşıma girmesi ve destinasyonların küresel ölçekte temsil edilmesi bakımından yeni bir bağlam ortaya çıkarmaktadır.

Bu çalışma Türk Dünyası turizminin dijital dönüşümünü kültürel temsil ve teknoloji temelli yönetişim boyutlarıyla birlikte ele alan bütüncül bir kavramsal yaklaşım sunmayı amaçlamaktadır. Araştırma dijitalleşmenin turizm alanında yalnızca teknik altyapı gelişimi veya hizmet optimizasyonu olarak değerlendirilmesini sınırlı bir yaklaşım olarak görmektedir. Dijital ortamlar turistik deneyimin oluşumunu, destinasyonların kültürel anlatılarını ve turistik görünürlüğün yönetilme biçimlerini doğrudan etkilemektedir. Bu çerçevede çalışma Türk Dünyası turizminin dijitalleşme sürecini kültürel temsil, deneyim üretimi ve yönetişim bağlamında açıklayan analitik bir çerçeve ortaya koymayı hedeflemektedir.

Turizm ve teknoloji ilişkisine odaklanan çalışmalar çoğunlukla akıllı turizm ve dijital destinasyon yönetimi literatürü kapsamında ele alınmaktadır. Bu çalışmalar bilgi ve iletişim teknolojilerinin destinasyon yönetimi, hizmet sunumu ve turist deneyimi üzerindeki etkilerini incelemektedir. Büyük veri analitiği, mobil uygulamalar ve dijital platformlar aracılığıyla turizm faaliyetlerinde verimlilik ve kişiselleştirme imkânlarının arttığı vurgulanmaktadır. Deneyim ekonomisi yaklaşımı turistik değerin hizmet sunumundan çok deneyim üretimi üzerinden oluştuğunu ortaya koymaktadır. Kültürel bellek ve temsil literatürü kültürün sabit bir miras olmadığını, seçilerek yeniden üretildiğini ve farklı bağlamlarda yeniden yorumlandığını göstermektedir. Algoritmik yönetişim yaklaşımı ise dijital sistemlerin görünürlük, bilgi akışı ve karar süreçleri üzerindeki etkisini açıklamaktadır. Bununla birlikte bu kuramsal yaklaşımların turizm, kültürel temsil ve dijital yönetişim ilişkisini birlikte ele aldığı çalışmalar sınırlı düzeydedir. Türk Dünyası turizmi bağlamında dijital dönüşümü kültürel ve yönetsel boyutlarıyla açıklayan bütüncül yaklaşım eksikliği dikkat çekmektedir.

Araştırma nitel ve belge incelemesi yaklaşımı çerçevesinde tasarlanmıştır. Turizm, kültür ve teknoloji alanlarında geliştirilen kuramsal çalışmalar sistematik biçimde incelenmiş, öne çıkan kavramlar analitik olarak değerlendirilmiştir. Literatürde yer alan temel yaklaşımlar karşılaştırmalı biçimde ele alınmış ve ortak temalar doğrultusunda yorumlayıcı bir kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Bu süreçte dijitalleşme, kültürel temsil, deneyim üretimi ve yönetişim kavramları arasında kuramsal bağlantılar kurulmuştur.

Bu yaklaşım dijital dönüşümü kültürel temsil, deneyim üretimi ve yönetişim süreçleriyle birlikte ele almaktadır. Bu bağlamda beş temel boyut önerilmektedir. (ı) Kültürel belleğin dijitalleşmesi; kültürel anlatıların dijital ortamlarda arşivlenmesi ve dolaşıma girmesi sürecini ifade etmektedir. (ıı) Turistik deneyimin algoritmik yönlendirilmesi; dijital platformlar ve öneri sistemleri aracılığıyla turist davranışlarının yönlendirilmesini açıklamaktadır. (ıii) Kültürel temsilin dijital ortamlarda inşası; destinasyonların kimlik ve imaj üretiminde dijital medya araçlarının rolünü ortaya koymaktadır. (ıv) Kültürel mirasın dijital teknolojiler aracılığıyla yeniden üretilmesi; miras unsurlarının dijital ortamda yeniden yorumlanmasını kapsamaktadır. (v) Teknoloji temelli yönetişim boyutu ise turizm yönetimi, veri kullanımı ve görünürlük süreçlerinin dijital platformlar aracılığıyla şekillenmesini açıklamaktadır.

Sonuç olarak çalışma Türk Dünyası turizminin dijital dönüşümünü teknik uygulamalarla sınırlı görmeyen bütüncül bir kavramsal çerçeve sunmaktadır. Akıllı turizm, deneyim ekonomisi, kültürel bellek ve algoritmik yönetişim literatürleri ortak bir analitik yapı içinde birleştirilmektedir. Önerilen yaklaşım destinasyon yöneticileri ve politika yapıcılar için dijitalleşmenin kültürel anlatı üretimi, temsil biçimleri ve turistik görünürlük yönetimi açısından değerlendirilmesi ge-

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Cansu Uzun Güripek, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Zile Dinçerler Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, cansuguripek@gop.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7809-3097

rektiğini göstermektedir. Gelecekte gerçekleştirilecek araştırmalar önerilen kavramsal yaklaşımı ampirik çalışmalar aracılığıyla test edebilir ve farklı kültürel coğrafyalarla karşılaştırmalı analizler geliştirebilir. Bu yönüyle çalışmanın Türk Dünyası turizminin dijital dönüşümünü anlamaya yönelik geliştirilebilir bir teorik zemin oluşturduğu değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Türk Dünyası Turizmi, Dijital Dönüşüm, Kültürel Temsil, Turizmde Teknoloji Temelli Yönetişim.

KAYNAKÇA

Assmann, A. (2011). Cultural memory and western civilization: Functions, media, archives. Cambridge University Press.

Assmann, J., & Czaplicka, J. (1995). Collective memory and cultural identity. New German Critique, 65, 125–133. https://doi.org/10.2307/488538

Bağıran Özşeker, D. (2025). Turizm işletmelerinde gerçek zamanlı veri analizi. In H. Kurgun, O. A. Kurgun & E. Aktaş (Eds.), Turizm Sektöründe Dijital Dönüşüm II: Trendler ve Uygulamalar. Detay Yayıncılık.

Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2014). Smart tourism destinations. In Information and Communication Technologies in Tourism (pp. 553–564). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-03973-2_40

Buhalis, D., Leung, D., & Lin, M. (2023). Metaverse as a disruptive technology revolutionising tourism management and marketing. Tourism Management, 97, 104724. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104724

Ercan, F. (2020). Turizm pazarlamasında yapay zekâ teknolojilerinin kullanımı ve uygulama örnekleri. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi, 23(2), 394-410.

Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. Electronic Markets, 25(2015), 179–188. Springer. https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8

Güzel, T., & Sucaklı, G. (2020). Müze turizminde artırılmış gerçeklik teknolojisi uygulamaları; Dünya ve Türkiye örnekleri. Journal of Tourism Research Institute, 1(2), 71-82.

Güripek, E. (2022). Metaverse (öte evren) ve turizm. (Ed. H. Kurgun ve E. Aktaş) içinde Turizm ve Teknoloji (s.s.163-177). Detay Yayıncılık.

Kitchin, R. (2019). Thinking critically about and researching algorithms. In The social power of algorithms (pp. 14-29). Routledge.

Kurgun, O. A. (2025). Turizm sektöründe yapay zekâ, gelişimi ve geleceği. In H. Kurgun, O. A. Kurgun & E. Aktaş (Eds.), Turizm Sektöründe Dijital Dönüşüm II: Trendler ve Uygulamalar. Detay Yayıncılık.

McLeod, B. (1981). The mediating person and cultural identity. The mediating person: Bridges between cultures, Eds. Stephen Bochner, G K Hall & Co, pp.37-52.

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). The experience economy: Work is theatre & every business a stage. Harvard Business School Press.

Pratisto, E. H., Thompson, N., & Potdar, V. (2022). Immersive technologies for tourism: a systematic review. Information Technology & Tourism, 24(2), 181-219. https://doi.org/10.1007/s40558-022-00228-7

Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. Journal of Hospitality and Tourism Management, 36, 12–21.

https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005

Uzun Güripek, C. (2025). Uzamsal bilgi işlem (spatial computing): Turizm hizmetlerinin geleceği. In H. Kurgun, O. A. Kurgun & E. Aktaş (Eds.), Turizm Sektöründe Dijital Dönüşüm II: Trendler ve Uygulamalar. Detay Yayıncılık.

Yalçınkaya, P., Atay, L., & Karakaş, E. (2018). Akıllı turizm uygulamaları. Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research, 2(2), 85-103. https:/doi: 10.32958/gastoria.433831

Yaşarsoy, E. (2024). Dijital çağda destinasyon markalaşması: algoritmaların ve yapay zekânın yükseliş. In A. Ünal, E. Çilesiz & O. Çelen (Eds.), Turizm ve Destinasyon Araştırmaları IX. Paradigma Akademi.

Yeung, K. (2018). Algorithmic regulation: A critical interrogation. Regulation & Governance, 12(4), 505–523. https://doi.org/10.1111/rego.12158

Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. Annals of Tourism Research, 26(2), 349-370. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00103-0

ITTD26

TÜRK DÜNYASI TURİZMİNDE KÜLTÜREL YAKINLIK, AİDİYET DUYGUSU, KÜLTÜREL KİMLİK VE SEYAHAT NİYETİ: TEORİK BİR ÇERÇEVE ÖNERİSİ[1,2]

ÖZET

Kültürel faktörler destinasyon tercihlerini etkileyen unsurlar arasında giderek daha fazla dikkat çekmektedir (Ng, 2007; Filimonau, & Perez, 2019). Özellikle ortak tarihsel geçmişe, benzer kültürel değerlere ve dil yakınlığına sahip toplumlar arasında turizm hareketliliğinin daha güçlü olabileceği düşünülmektedir (Huang, Chen, & Lin, 2013). Bu bağlamda Türk Dünyası, ortak kültürel miras, tarihsel bağlar ve dil benzerlikleri bakımından önemli bir potansiyel sunmaktadır (Tuna ve diğerleri 2022). Ancak bu kültürel ortaklığın bireylerin seyahat davranışlarına nasıl yansıdığı konusunda yapılan akademik çalışmalar sınırlıdır. Bu çalışmanın amacı, kültürel yakınlık algısının bireylerin Türk Dünyası destinasyonlarına yönelik aidiyet duygusu ve seyahat niyeti üzerindeki etkisini ve kültürel kimliğin bu ilişkideki düzenleyici rolünü ortaya koyan bir model önermektir.

Araştırmanın teorik çerçevesi Benzerlik-Çekim Paradigması (Byrne, 1971), Kültürel Yakınlık Yaklaşımı (Straubhaar, 1991) ve Planlı Davranış Teorisine (Ajzen, 1991) dayanmaktadır Kültürel yakınlık, bireylerin belirli bir destinasyon ile paylaştıklarını düşündükleri dil, değerler, gelenekler ve tarihsel bağlar gibi unsurların algılanan benzerliği olarak tanımlanmaktadır (Huang, Chen, & Lin, 2013; Guan, Chan, Bi, & Qi, 2022). Bu algının bireylerde söz konusu destinasyonlara yönelik psikolojik bir yakınlık ve aidiyet duygusu oluşturabileceği düşünülmektedir. Aidiyet duygusu ise bireyin kendisini belirli bir topluluk veya kültürel alanın parçası olarak hissetmesi şeklinde ifade edilmektedir (Baumeister & Leary, 1995; McMillan & Chavis, 1986). Bu bağlamda Türk Dünyası ile kültürel yakınlık algısı yüksek olan bireylerin bu coğrafyaya karşı daha güçlü bir aidiyet hissetmeleri ve bunun da seyahat niyetlerini artırması beklenmektedir.

Araştırmada ayrıca bireylerin kültürel kimlik düzeyinin söz konusu ilişkilerde düzenleyici bir rol oynayabileceği öngörülmektedir. Kültürel kimlik, bireyin kendisini belirli bir kültürel grubun parçası olarak görme ve bu kimliği önemseme düzeyini ifade etmektedir (Cowan & Spielmann, 2020). Araştırmada Türk kültürel kimliği ile güçlü bir şekilde özdeşleşen bireylerin, kültürel yakınlık algılarının aidiyet duygusu üzerindeki etkisinin daha güçlü olacağı varsayılmaktadır. Bu nedenle araştırma modelinde kültürel kimlik değişkeni, kültürel yakınlık ile aidiyet arasındaki ilişkiyi düzenleyen bir moderatör değişken olarak önerilmiştir.

Araştırma kapsamında geliştirilen modelde kültürel yakınlık bağımsız değişken, aidiyet aracı değişken ve seyahat niyeti bağımlı değişken olarak konumlandırılmıştır. Ayrıca kültürel kimlik değişkeninin kültürel yakınlık ile aidiyet arasındaki ilişki üzerindeki düzenleyici etkisinin test edilmesi önerilmektedir. Araştırma örnekleminin Türkiye'de yaşayan potansiyel turistleri içermesi ve çalışma kapsamında Azerbaycan, Kazakistan, Özbekistan, Kırgızistan ve Türkmenistan gibi Türk Dünyası destinasyonlarına yönelik algı, tutum ve seyahat niyetlerinin incelenmesi önerilmektedir.



Bu çalışmanın Türk Dünyası turizmi literatürüne hem teorik hem de pratik katkılar sunması beklenmektedir. Teorik açıdan çalışma, kültürel yakınlık kavramının turizm davranışları üzerindeki etkisini aidiyet mekanizması üzerinden açıklayarak literatüre farklı bir bakış açısı kazandırmayı amaçlamaktadır. Ayrıca kültürel kimliğin moderatör rolünün incelenmesi, kültürel faktörlerin turizm karar süreçlerindeki etkisini daha derinlemesine anlamaya katkı sağlayacaktır. Uygulama açısından ise araştırma bulgularının Türk Dünyası ülkeleri arasındaki turizm iş birliği ve destinasyon pazarlaması stratejilerine yol gösterici olabileceği düşünülmektedir. Özellikle ortak kültürel mirasın vurgulanması ve kültürel

[1] Öğretim Görevlisi, Serpil KESKİN PULLUK, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, serpil.pulluk@gop.edu.tr , ORCID: 0000-0002-4546-7806
[2] Doç. Dr., Mert GÜRLEK, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, mertgurlek89@hotmail.com , ORCID: 0000-0002-0024-7746

bağların güçlendirilmesine yönelik tanıtım faaliyetlerinin, bölgesel turizm hareketliliğini artırma potansiyeline sahip olduğu değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kültürel Yakınlık, Aidiyet Duygusu, Seyahat Niyeti, Kültürel Kimlik, Türk Dünyası.

KAYNAKÇA

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179–211.

Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. Psychological Bulletin, 117(3), 497–529.

Byrne, D. (1971). The attraction paradigm. New York: Academic Press.

Cowan, K., & Spielmann, N. (2020). Culture is in the "I" of the beholder: Identity confirmation in tourist advertisements. Journal of Business Research, 121, 378-388.

Filimonau, V., & Perez, L. (2019). National culture and tourist destination choice in the UK and Venezuela: An exploratory and preliminary study. Tourism Geographies, 21(2), 235–260.

Guan, J., Chan, J. H., Bi, J., & Qi, X. (2022). Cultural proximity, destination familiarity and tourists' sense of away-from-home (SAFH). Journal of Destination Marketing & Management, 23, 100670.

Huang, W. J., Chen, C. C., & Lin, Y. H. (2013). Cultural proximity and intention to visit: Destination image of Taiwan as perceived by Mainland Chinese visitors. Journal of Destination Marketing & Management, 2(3), 176–184.

McMillan, D. W., & Chavis, D. M. (1986). Sense of community: A definition and theory. Journal of Community Psychology, 14(1), 6–23.

Ng, S. I. (2007). The influence of cultural similarity on tourists' intercultural interaction decisions (Doctoral dissertation, School of Business, The University of Western Australia).

Straubhaar, J. D. (1991). Beyond media imperialism: Asymmetrical interdependence and cultural proximity. Critical Studies in Media Communication, 8(1), 39–59.

Tuna, M., Özyurt, B., Dülger, A. S., Türkmen, F., & Uyanık, N. (2022). Türk dünyasında turizmin ülkeler arası iş birliği temelli geliştirilmesine yönelik nitel bir araştırma. Bilig, (100), 137-176.

ITTD26

TÜRK DÜNYASINDAKİ ÜLKELERDE TURİZMDE TEKNOLOJİ TEMELLİ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK UYGULAMALARI[1]

ÖZET

Turizm sektörü, iklim değişikliğinin yol açtığı zorluklarla karşı karşıyadır (Buhalis, 2025). Küresel sıcaklık artışları, kuraklık ve orman yangınları gibi aşırı hava olaylarını tetiklemekte ve çevresel bozulmalar biyoçeşitlilik ve su kaybına yol açmaktadır (Scott & Gössling, 2022). Tüm bu sebepler turizm sektöründeki işletmelerin, kaynakların etkin kullanımına yönelik sürdürülebilir uygulamaları kullanarak işletmenin karlılığı ve doğal çevre arasında bir denge kurmaları gerekliliğini ortaya çıkarmıştır (Molina-Azorín vd., 2009). Diğer taraftan sürdürülebilirlik hedeflerine bağlı kalarak gelişmiş teknolojilerin bu sürece nasıl entegre edileceği sorusu gündeme gelmektedir. Özellikle yapay zekâ, doğal dil işleme ve nesnelerin interneti gibi yeni nesil araçların turizm sektörüne entegre edilmesi işletmelerin hem çevresel ayak izlerini azaltmalarına hem de operasyonel verimliliklerini artırarak stratejik avantaj elde etmelerine olanak tanımaktadır (Afaq vd., 2025; Suanpang & Pothipassa, 2024). Turizmde teknoloji temelli uygulamalara, genellikle teknolojik altyapının gelişmiş olduğu Batı Avrupa ve Amerika kıtasındaki örneklerde oldukça sık rastlanmaktadır. Ancak literatürde, teknoloji temelli sürdürülebilirlik uygulamalarını gelişmekte olan pazarlardaki örnekleri daha sınırlıdır (Kusumawardhani vd., 2024). Bu çalışmanın amacı, Türk Dünyası (Türkiye, Azerbaycan, Özbekistan, Kazakistan, Kırgızistan) ülkelerinde turizm ve konaklama sektöründe öne çıkan teknoloji temelli sürdürülebilirlik pratiklerini incelemektir. Araştırmada nitel yöntem benimsenmiş ve ilgili işletmelerin web sitelerinden elde edilen veriler doküman analizi yoluyla değerlendirilmiştir. Analiz sürecinde, Liu vd. (2025) tarafından geliştirilen sürdürülebilir teknoloji entegrasyonu teorisi (STET) çerçevesi temel alınmıştır. Bulgular, incelenen işletmelerde enerji optimizasyonu, su tasarrufu, atık yönetimi ve karbon azaltımına yönelik uygulamaların yaygın olduğunu; bununla birlikte yapay zekâ ve nesnelerin interneti gibi ileri teknolojilerin özellikle operasyonel verimlilik ve müşteri deneyimini iyileştirme amacıyla giderek daha fazla entegre edildiğini göstermektedir. Ayrıca, sürdürülebilirlik uygulamalarının yalnızca çevresel değil, aynı zamanda deneyimsel değer yaratma aracı olarak konumlandırıldığı belirlenmiştir. Bu çalışma, gelişmekte olan pazarlarda teknoloji ve sürdürülebilirlik entegrasyonuna ilişkin bulgular sunarak literatüre katkı sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Turizm, Teknoloji Entegrasyonu, Akıllı Turizm, Türk Dünyası.

KAYNAKÇA

Afaq, A., Gaur, L., Singh, G., Erben, M., & Ferraris, A. (2025). A critical insight into the intersection of sustainability and technology. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 37(1), 239-259.

Buhalis, D. (2025). 80 years of tourism review–transformative and regenerative power of smart tourism, Tourism Review, 80(1),1-7.

Kusumawardhani, Y., Hilmiana, H., Widianto, S., & Azis, Y. (2024). Smart tourism practice in the scope of sustainable tourism in emerging markets: a systematic literature review. Cogent Social Sciences, 10(1), 2384193.

Liu, S. Q., Bilgihan, A., & Kandampully, J. (2025). The intersection of technology, sustainability and consumer experiences in hospitality and tourism for new horizons. Journal of Hospitality and Tourism Horizons, 1(2), 87-109.

Molina-Azorín, J. F., Claver-Cortés, E., Pereira-Moliner, J., & Tarí, J. J. (2009). Environmental practices and firm performance: an empirical analysis in the Spanish hotel industry. Journal of Cleaner Production, 17(5), 516-524.

Scott, D., & Gössling, S. (2022). A review of research into tourism and climate change-Launching the annals of tourism research curated collection on tourism and climate change. Annals of Tourism Research, 95, 103409.

Suanpang, P., & Pothipassa, P. (2024). Integrating generative AI and IoT for sustainable smart tourism destinations. Sustainability, 16(17), 7435.

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Gökhan Kenar, Alanya Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, gokhan.kenar@alanyauniversity.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3159-1865

ITTD26

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN RESTORAN TERCİHLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN SWARA YÖNTEMİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ[1]

ÖZET

Restoran ve kafe seçimi süreci, özellikle bütçe kısıtları ve sosyal ihtiyaçları arasında denge kurmaya çalışan üniversite öğrencileri için çok boyutlu bir problem sahasını temsil etmektedir (Alwedyan, 2024). Bu seçim süreci; menü fiyatları, konum, servis kalitesi ve mekanın ambiyansı gibi birbiriyle çelişebilen birçok kriterin eş zamanlı olarak optimize edilmesini gerektirmektedir (Cahaya, Aprico, Apriyanti, & Ardhianto, 2025; Hanin & Adi, 2023).

Bu çalışmanın amacı, üniversite öğrencilerinin dışarıda yemek yeme tercihlerini etkileyen temel kriterleri belirlemek ve bu kriterleri analitik bir çerçevede önceliklendirmektir. Araştırmanın kriter seti; literatürdeki çalışmalar ve öğrenci odaklı gereksinimler doğrultusunda menü fiyatları, konum/erişilebilirlik, sosyal alanlara yakınlık, ambiyans, menü çeşitliliği ve dijital itibar (çevrimiçi yorumlar) olarak belirlenmiştir (Alwedyan, 2024; Cahaya, Aprico, Apriyanti, & Ardhianto, 2025; Hanin & Adi, 2023; Verma & Gupta, 2018). Kriterler belirlendikten sonra SWARA anket formu oluşturularak Çorum ilinde öğrenimlerine devam 15 üniversite öğrencisine uygulanacaktır. Elde edilen bulgulara SWARA yöntemi uygulanarak restoranların tercih kriterlerinin öncelikleri belirlenecektir. Daha sonra, üniversite öğrencileri tarafından her bir kriter için verilen değerlerin aritmetik ortalamaları alınarak kriterler öğrenciler açısından değerlendirilecek ve elde edilen ortalamalara göre kriterler en önemliden az önemliye doğru sıralanacaktır.

Elde edilecek sonuçların, özellikle üniversite yerleşkeleri çevresinde faaliyet gösteren yiyecek-içecek işletmecileri için hedef kitle beklentilerine uygun stratejik kararlar almalarına yardımcı olması ve literatürdeki öğrenci odaklı karar destek mekanizmalarına katkı sağlaması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Yiyecek-İçecek İşletmeleri, Restoran Seçimi, Çok Kriterli Karar Verme, SWARA

KAYNAKÇA

Alwedyan, S. (2024). Optimal location selection of a casual-dining restaurant using a multi-criteria decision-making (MCDM) approach. International Review for Spatial Planning and Sustainable Development, 12(1), 156–172. https://doi.org/10.14246/irspsd.12.1_156

Cahaya, A. I., Aprico, F., Apriyanti, D., Nugroho, K., & Ardhianto, E. (2025). AHP–SAW-based decision support system for culinary tourism restaurant selection in Semarang City. Journal of Computer Networks, Architecture and High Performance Computing, 7(3), 898–909. https://doi.org/10.47709/cnahpc.v7i3.6557

Hanin, M. T., & Adi, K. (2023). Simple Additive Weighting (SAW) method for decision support systems in choosing a cafe for students. Scientific Journal of Informatics, 10(2), 173–182. https://doi.org/10.XXXX/sji.2023.102173

Verma, V. C., & Gupta, D. D. (2018). An investigative study of factors influencing dining out in casual restaurants among young consumers. European Business & Management, 4(1), 39–43. https://doi.org/10.11648/j.ebm.20180401.16

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Ahmet Aknar, Hitit Üniversitesi, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, ahmetaknar@hitit.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1577-5488

ITTD26

YAPAY ZEKÂ ÇAĞINDA TURİZMDE INFLUENCER ETKİSİ: SANAL KARAKTERLERİN Z KUŞAĞI SEYAHAT KARARLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN ANALİZİ[1]

ÖZET

Turizm sektörü, dijital teknolojilerin etkisiyle sürekli bir dönüşüm yaşamakta; turistler karar verme süreçlerinde geleneksel yöntemlerden uzaklaşarak dijital platformlara giderek daha fazla güven duymaya başlamışlardır (Truong, 2025). Dijital turizm pazarlaması son yıllarda büyük bir değişim geçirmiş olup, sosyal medya influencerları destinasyonların ön plana çıkmasında ve turistlerin destinasyon seçiminde önemli bir rol üstlenmiştir (Pop vd., 2022; John & Supramaniam, 2026). Influencerların turizm niyetine yön vermedeki rolü, kaynak güvenilirliği ve parasosyal etkileşim gibi unsurların etkisiyle daha da belirginleşmiştir (Hernández-Méndez & Baute-Díaz, 2023; Rajput & Gandhi, 2024). Ancak yapay zekâ teknolojisindeki hızlı gelişmelerle birlikte "sanal influencer" ve "AI-generated content" (yapay zekâ tarafından üretilen içerik) kavramları literatüre girerek geleneksel insan influencer modelini sorgulanır hale getirmiştir (Mesquita vd., 2025; Hernández-Méndez vd., 2026). Lil Miquela, Imma, Noonoouri gibi örneklerin her geçen gün arttığı yapay zekâ ile üretilen sanal influencerlar, dijital pazarlamada yoğun bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır (Akçin, 2024; Xie-Carson & Benckendorff, 2024; Jhawar, 2026). Bu gelişme, Mori'nin (1970) bir varlığa yönelik yakınlık hissinin, o varlığın insana ne ölçüde benzediğine bağlı olarak değiştiğini ifade eden "Tekinsiz Vadi" (Uncanny Valley) teorisi çerçevesinde değerlendirildiğinde, sanal karakterlerin destinasyon ziyaret niyetine olumsuz etkilerinin olabileceği ancak içerik benzersizliği algısı ve orijinallik düşüncesiyle bu etkinin azalabileceği düşünülmektedir (Xie-Carson vd., 2023; Jhawar, 2026). Her ne kadar insan influencerlar özgünlük ve samimiyetleri sayesinde daha ikna edici olarak görülse de (Magno & Cassia, 2018), yüksek ikna bilgisine sahip tüketicilerin yapay zekâ tarafından üretilen değerlendirmelere geleneksel insan modellerinden daha fazla güvendiği de ifade edilmektedir (Mesquita vd., 2025). Halo etkisiyle de birleştiğinde, bu "ikna paradoksu" destinasyon imajı ve ziyaret niyeti üzerinde güçlü bir etki yaratmaktadır (Wang vd., 2025; Hu & Zhang, 2026). Özellikle influencer pazarlamasıyla en yoğun etkileşime geçen Z kuşağı (1997-2012) turistlerin (Vašaničová vd., 2025; Guo vd., 2026) dijital etkileşim, sürdürülebilirlik ve otantik deneyim konularına oldukça duyarlı oldukları görülmektedir (Abate vd., 2026; Chauhan vd., 2026). Bu kuşağın sorumlu turizm uygulamalarına olan duyarlılıkları, influencerların çevresel ve kültürel korumaya yönelik mesajlara yoğunlaşma potansiyelini de artırmaktadır (Upananda & Bandara, 2022; Ilieva, 2023). Bu noktadan hareketle çalışmada, sanal influencerların Z kuşağı turistlerin seyahat karar alma süreçleri üzerindeki etkisini ortaya koymak amaçlanmıştır. Çalışma, betimsel tarama modelini benimseyerek hem mevcut literatürü sentezleyecek hem de Z kuşağının algılarını derinlemesine inceleyecektir. Çalışmada kolayda örnekleme yöntemi ile turistik tatil planını sanal influencerların yönlendirmesiyle yapan Z kuşağı turistler örneklemi oluşturacaktır. Böylece hem teorik bir çerçeve oluşturulacak hem de pratik uygulamalar için somut veriler elde edilecektir. Çalışma sonucunda turizm destinasyonlarına yönelik pratik öneriler sunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Sanal Influencer, Z Kuşağı Turist, Seyahat Niyeti, Tekinsiz Vadi Teorisi

KAYNAKÇA

Abate, Y. A., Ukpabi, D. C., & Karjaluoto, H. (2026). Eco-influencers: A cross-generational investigation on the role of social media influencer marketing on green destination image. Tourism Recreation Research. https://doi.org/10.1080/02508281.2025.2450813

Akçin, S. D. (24.05.2024). Yapay zekanın oluşturduğu 'influencerların' marka pazarlamaya etkisi. URL:https://www.pazarlama30.com/yapay-zekanin-olusturdugu-influencerlarin-marka-pazarlamaya-etkisi/ (Erişim Tarih: 20 Mart 2026).

Chauhan, R., Shaktan, A., Shukla, A., Khunsathitchai, K., Yadav, N., & Savanurmath, J. (2026). Influencer Marketing in Rural Tourism: Enhancing Destination Image and Encouraging Homestay Choices. F1000Research, 15, 32.

Guo, R., Wang, Y., & Song, M. (2026). Travel influencer marketing: How comment moderation affects Generation Z consumers. Journal of Hospitality & Tourism Research. https://doi.org/10.1177/1096348025130288

[1] Dr. Öğr. Üyesi Filiz Özlem ÇETİNKAYA, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü, f.cetinkaya@ahievran.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2509-8011

Hernández-Méndez, J., & Baute-Díaz, N. (2023). Influencer marketing in the promotion of tourist destinations: Mega, macro and micro-influencers. Current Issues in Tourism, 27(8), 1332-1342. https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2214354

Hernández-Méndez, J., Baute-Díaz, N., & Gutiérrez-Taño, D. (2026). The effectiveness of virtual versus human influencer marketing for tourism destinations. Journal of Vacation Marketing, 32(2), 175-189. https://doi.org/10.1177/13567667241263212

Hu, W., & Zhang, E. Y. (2026). The halo effect in destination marketing: A case of travel influencers in China. Journal of Internet Commerce. https://doi.org/10.1080/15332861.2026.2624668

Ilieva, G. (2023). The role of the influencers for the development of cultural and heritage tourism. HERiPRENEURSHIP. Proceedings of the Tulcea International Conference, 17-26.

Jhawar, A. (2026). Can virtual influencers induce destination visit intentions? A mediation analysis journey through the uncanny valley. Journal of Travel Research, 65(3), 354-370. https://doi.org/10.1177/00472875241234144

John, S. P., & Supramaniam, K. (2026). Influencer marketing and tourist behaviour: A systematic literature review of attitudes, intentions and behaviours in tourism. International Journal of Tourism Research. https://doi.org/10.1002/jtr.267026

Magno, F., & Cassia, F. (2018). The impact of social media influencers in tourism. Anatolia, 29(2), 288-290. https://doi.org/10.1080/13032917.2018.1476981

Mesquita, E., Herrero, E., Lopes, E. L., Ribeiro, T. de L. S., & Scrivano, P. (2025). Artificial influence: How AI and influencers shape choices in tourism and hospitality. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 38(1), 86-101. https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2024-1895

Mori, M. (1970). Bukimi no tani (the uncanny valley). Energy, 7(4), 33 – 35.

Pop, R.-A., Săplăcan, Z., Dabija, D.-C., & Alt, M.-A. (2022). The impact of social media influencers on travel decisions: The role of trust in consumer decision journey. Current Issues in Tourism, 25(5), 823-843. https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1895729

Rajput, A., & Gandhi, A. (2024). Influencer voices: Exploring how recommendations drive tourism intent. 2024 International Conference on Automation and Computation (AUTOCOM), 586-590. https://doi.org/10.1109/AUTOCOM60220.2024.10486181

Truong, T. V. (2025). The impact of digital influence on tourist decision-making behavior. Research Inventy: International Journal of Engineering and Science, 15(6) (June 2025), 87-91

Upananda, D. R. P., & Bandara, D. M. D. (2022). Impact of influencer marketing on social media users' travel intention. Sri Lanka Journal of Marketing, 8(1), 154-174. https://doi.org/10.4038/sljmuok.v8i1.90

Vašaničová, P., Kost'ová, Z., Hodorová, I., Kolková, N., Obšut, V., & Češkovic, M. (2025). Understanding Generation Z's tourism purchasing decisions through internet technologies: The case of influencer marketing. Future Internet, 17, 559. https://doi.org/10.3390/fi17020559

Wang, L., Li, Y.-Q., Ruan, W.-Q., & Zhang, S.-N. (2025). The congruence effect in tourism activity marketing: The difference between virtual influencers and human influencers. Current Issues in Tourism, 28(21), 3522-3540. https://doi.org/10.1080/13683500.2024.2400180

Xie-Carson, L., Magor, T., Benckendorff, P., & Hughes, K. (2023). All hype or the real deal? Investigating user engagement with virtual influencers in tourism. Tourism Management, 99, Article 104779. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104779

Xie-Carson, L., & Benckendorff, P. (2024). Insta-fame or insta-flop? The pitfalls of using virtual influencers in tourism marketing. Journal of Hospitality and Tourism Management, 60, 116-126. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2024.06.014

ITTD26

YENİLEYİCİ TURİZM PERSPEKTİFİNDE ZİYARETÇİ DENEYİMLERİNİN METİN MADENCİLİĞİ İLE ANALİZİ: GALATA KULESİ VE MAİDEN (KIZ) KULESİ KARŞILAŞTIRMASI[1]

ÖZET

Turizm planlaması ve destinasyon yönetiminde uzun yıllar boyunca hâkim paradigma olarak kabul edilen sürdürülebilirlik yaklaşımının, turizmin çevresel, sosyal ve kültürel etkilerini bütüncül biçimde ele almakta yetersiz kaldığı yönünde son yıllarda artan eleştiriler bulunmaktadır. Bu tartışmalar doğrultusunda literatürde giderek daha fazla önem kazanan yenileyici turizm yaklaşımı, turizm faaliyetlerinin yalnızca olumsuz etkilerini azaltmayı değil, aynı zamanda destinasyonların sosyo-ekolojik sistemlerini güçlendirmeyi, yerel toplulukların refahını artırmayı ve ziyaretçiler ile destinasyonlar arasında daha anlamlı ilişkiler kurulmasını sağlamayı amaçlayan dönüştürücü bir paradigma olarak ortaya çıkmıştır. Yenileyici turizm yaklaşımı, ziyaretçilerin destinasyonlarla kurdukları duygusal ve bilişsel bağların güçlenmesini ve turizm deneyiminin destinasyonun kültürel ve sosyal değerlerine katkı sağlayacak şekilde yeniden düşünülmesini teşvik etmektedir. Ancak mevcut literatür incelendiğinde, yenileyici turizm çalışmalarının büyük ölçüde kavramsal tartışmalar üzerine yoğunlaştığı, ziyaretçi deneyimlerini bu perspektiften ampirik veriler aracılığıyla inceleyen çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir.

Bu araştırma söz konusu boşluğu ele alarak kentsel kültürel miras alanlarında ziyaretçi deneyimlerini metin madenciliği yöntemleri aracılığıyla analiz etmeyi ve elde edilen bulguları yenileyici turizm perspektifi çerçevesinde yorumlamayı amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında İstanbul'da bulunan Galata Kulesi ile Azerbaycan'ın Bakü kentinde yer alan Maiden (Kız) Kulesi'ne ilişkin TripAdvisor platformunda paylaşılan ziyaretçi yorumları incelenmiştir. Her iki destinasyon için platformda listelenen ilk 500 ziyaretçi yorumu analiz edilerek toplam 1000 yorumdan oluşan bir veri seti oluşturulmuştur. Bu örnekleme yaklaşımı, ziyaretçi deneyimlerine ilişkin güncel değerlendirmeleri kapsamak ve iki destinasyon arasında karşılaştırılabilir bir veri seti oluşturmak amacıyla tercih edilmiştir. Bununla birlikte, platformda daha görünür olan veya algoritmik olarak öne çıkarılan yorumların veri setinde daha fazla temsil edilmesi olasılığı, çalışmanın sınırlılıkları arasında değerlendirilmiştir.

Veri analizinde kelime frekansı analizi, Latent Dirichlet Allocation (LDA) konu modelleme ve duygu analizi gibi metin madenciliği tekniklerinden yararlanılmıştır. Analiz sonuçları, ziyaretçi deneyimlerinin özellikle kültürel miras algısı, mekânsal deneyim, destinasyonla kurulan bağ ve dönüştürücü turizm deneyimi temaları etrafında şekillendiğini göstermektedir. Yenileyici turizm perspektifinden değerlendirildiğinde bu temalar, ziyaretçilerin kültürel miras alanlarını yalnızca fiziksel mekânlar olarak değil, aynı zamanda anlam yüklü kültürel peyzajlar olarak deneyimlediklerini ve destinasyonla duygusal ve bilişsel bağlar kurduklarını ortaya koymaktadır.

Karşılaştırmalı bulgular, Galata Kulesi ziyaretçi deneyimlerinde panoramik manzara ve mekânsal deneyim boyutunun daha belirgin olduğunu, Maiden (Kız) Kulesi yorumlarında ise tarihsel kimlik ve kültürel miras algısının daha güçlü biçimde vurgulandığını göstermektedir. Bu farklılıklar, kültürel miras destinasyonlarının ziyaretçi deneyimini şekillendiren özgün mekânsal ve kültürel özelliklerini yansıtmaktadır.

Bu çalışma, kültürel miras destinasyonlarında ziyaretçi deneyimlerinin yenileyici turizm perspektifi doğrultusunda ampirik veriler üzerinden analiz edilmesine katkı sunmaktadır. Ayrıca çevrimiçi kullanıcı yorumlarının metin madenciliği yöntemleri ile analiz edilmesinin turizm araştırmaları açısından önemli metodolojik olanaklar sunduğunu ortaya koymaktadır. Çalışma bulguları, destinasyon yöneticileri ve turizm planlamacıları için ziyaretçi deneyimini güçlendiren unsurların belirlenmesi ve kültürel miras alanlarında daha anlamlı ve sürdürülebilir turizm deneyimlerinin tasarlanması açısından önemli çıkarımlar sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yenileyici turizm, metin madenciliği, TripAdvisor yorumları, ziyaretçi deneyimi, kültürel miras turizmi, konu modelleme

[1] Doç. Dr. Ozan ÇATIR, Uşak Üniversitesi, Ulubey Meslek Yüksekokulu, Seyahat Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, ozan.catir@usak.edu.tr ORCID: 0000-0003-3168-7338

ITTD26

YÖRESEL MUTFAKLARDAKİ OT YEMEKLERİNİN GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA İNCELENMESİ: ORDU İLİ ÖRNEĞİ[1,2]

ÖZET

İnsanların gıda gereksinimlerini karşılayabildikleri temel besin maddeleri arasında otsu bitkiler önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle son yıllarda yükselen sağlıklı beslenme trendiyle yenilebilir otlara yönelik rağbet giderek artmaktadır. Bununla paralel olarak Türkiye'de yenilebilir ot üretimi de gün geçtikçe artmaktadır. Dahası, yenilebilir otlar Türkiye'deki tüketicilerin sıklıkla tercih ettiği ürünler arasındaki yerini de güçlendirmektedir. Türkiye'nin sahip olduğu eşsiz coğrafyası sayesinde yenilebilir otlar anlamında oldukça zengin ve avantajlı olduğu bilinen bir gerçektir. Gastronomi ve mutfak sanatları alanında yenilebilir otlar, son yıllarda akademik açıdan sıklıkla incelenen bir konu olarak göze çarpmaktadır (Tardio vd., 2006; Rico vd., 2011; Karaca vd., 2015). Türk mutfağında ot ağırlıklı yemeklerin toplumun tüm kesimleri tarafından yoğun olarak tüketildiği bilinmektedir. Özellikle Karadeniz Bölgesi'ndeki illerin yöresel mutfakları bu anlamda daha fazla ön plana çıkmaktadır. Karadeniz Bölgesi'nin kıyı kesiminde yer alan Ordu mutfağının yemeklerinden birçoğu da ot ağırlıklı olarak üretilmektedir. Yağışlı ve ılıman iklimiyle bitki çeşitliliğinin çok fazla olduğu Ordu ilinde yetişen ve yöresel mutfakta kullanılan başlıca otlar şunlardır (Karaevli ve Sarıkaya, 2019): "Melocan, Isırgan, Kaldirik, Nünük, Hoşgıran, Pancar (Karalahana), Pazı (Pezik), Sakarca, Kuşburnu, At Kuyruğu, Sirpen, Yayla Çiçeği, Kuzu Sarmaşığı". Öte yandan Ordu mutfağında ot ağırlıklı olarak üretilen yemekler ise şunlardır (Yavuz, 2018): "Isırgan Çorbası, Pancar (Karalahana) Çorbası, Kaldirik Kavurması, Hoşgıran Kavurması, Melocan Kavurması, Pancar (Karalahana) Diblesi, Pancar Döşemesi, Pezik Kavurması, Sakarca Kayganası, Sakarca Mıhlaması, Zeytinyağlı Pancar (Karalahana) Sarması, Pırasa Kayganası".

Bu çalışmanın amacı, yenilebilir otlarla üretilen Ordu iline ait yöresel yemeklerin gastronomi turizmi kapsamında incelenmesi ve değerlendirilmesidir. Bu doğrultuda Ordu mutfağına ait yöresel yemeklerin envanteri incelenmiş, bunlar arasından yenilebilir otlar kullanılarak üretilen yemekler belirlenmiştir. Daha sonra yerel halkın ve uzmanların görüşü alınarak en fazla tüketilen ve gastronomi turizmine uygun görülenler değerlendirmeye alınmıştır. Aynı zamanda bu çalışma kapsamında ot ağırlıklı yemeklerin Ordu mutfağına sağladığı katkı ve gastronomi turizmi hareketlerinde yaratacağı ivmeyi tartışmak hedeflenmektedir. Ayrıca bu çalışma, Ordu ilindeki ot ağırlıklı yöresel yemeklerin ticarileşmesini ve ekonomik katkılarını da incelemeyi hedeflemektedir. Dolayısıyla bu çalışmadan Ordu ilinde gastronomi ve turizm alanlarında faaliyet gösteren sektör temsilcileri, ilgili alandaki akademisyenler ve karar vericiler (valilik, belediye vb.) gibi paydaşlar faydalanabilir.

Anahtar Kelimeler: Yenilebilir Otlar, Gastronomi Turizmi, Yöresel Mutfak, Ordu.

KAYNAKÇA

Karaca, O. B., Yıldırım, O., & Çakıcı, C. (2015). Gastronomi turizminde otlar, ot yemekleri ve sağlıkla ilişkisi üzerine bir değerlendirme. Journal of Tourism & Gastronomy Studies, 3(3), 27-42.

Karaevli, A., & Sarikaya, A. G. (2019). Korgan (Ordu) Yöresinde Gıda Olarak Tüketilen Doğal Bazı Bitki Taksonlarına Ait Yöresel Tarifler ve Etnobotanik Özellikleri. Journal of Tourism & Gastronomy Studies, 7(2), 1108-1123.

Rico, C. M., Majumdar, S., Duarte-Gardea, M., Peralta-Videa, J. R., & Gardea-Torresdey, J. L. (2011). Interaction of nanoparticles with edible plants and their possible implications in the food chain. Journal of agricultural and food chemistry, 59(8), 3485-3498.

Tardío, J., Pardo-de-Santayana, M., & Morales, R. (2006). Ethnobotanical review of wild edible plants in Spain. Botanical journal of the Linnean society, 152(1), 27-71.

Yavuz, C. (2018). Turistik destinasyonların tanıtılmasında yerel mutfaklar: Ordu vejetaryen mutfağı. Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 2(Ek1 Bahar), 123-141.

[1] Yüksek Lisans Öğrencisi, Emir Selman KÖKSAL, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Programı. emirselman.koksal4025@gop.edu.tr. ORCID: 0009-0003-7890-5440.

[2] Doç. Dr. Hakan KENDİR, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü. hakan.kendir@gop.edu.tr. ORCID: 0000-0002-1356-1339.

ITTD26

TÜRK DESTANLARINDA REKREASYON FAALİYETLERİ: İSLAMİYET ÖNCESİ VE SONRASI DÖNEMLERİN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ[1,2]

ÖZET

İnsanlık tarihi boyunca rekreasyon, bireylerin boş zamanlarını değerlendirme biçimi olarak her toplumda önemli bir yer tutmuştur. Türk destanları, yazılı tarihin sınırlı olduğu dönemlere ait toplumsal yaşam pratiklerini yansıtması bakımından rekreasyon araştırmaları için özgün bir kaynak niteliği taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı, Türk destanlarında yer alan rekreasyon faaliyetlerini tespit etmek ve İslamiyet öncesi ile İslamiyet sonrası dönemleri karşılaştırmalı olarak incelemektir. Araştırma kapsamına İslamiyet öncesi dönemden Yaratılış, Oğuz Kağan, Ergenekon, Türeyiş ve Şu destanları; İslamiyet sonrası dönemden ise Manas, Satuk Buğra Han, Dede Korkut, Danişmend Gazi ve Battal Gazi destanları dahil edilmiştir. Nitel araştırma deseni benimsenen çalışmada veri toplama yöntemi olarak doküman analizi, veri analiz yöntemi olarak ise tematik analiz kullanılmıştır. Destan metinlerinden elde edilen veriler, sportif rekreasyon faaliyetleri (okçuluk, güreş, atlı faaliyetler, avcılık) ve kültürel rekreasyon faaliyetleri (Nevruz, Hıdırellez, toylar ve şölenler) olmak üzere iki ana tema altında sınıflandırılmıştır. Bulgular, sportif rekreasyon faaliyetlerinin her iki dönemde de yapısal sürekliliğini koruduğunu, ancak İslamiyet sonrası dönemde bu faaliyetlere dini bir anlam atfedildiğini ortaya koymaktadır. Kültürel rekreasyon faaliyetlerinde ise daha belirgin bir dönüşüm yaşanmış, bahar bayramları İslami unsurlarla harmanlanırken, alkollü içecek tüketimi destanlarda zamanla geri planda kalmıştır. Çalışma, din değişiminin Türk toplumunun boş zaman pratiklerinde köklü bir yapısal kırılmaya değil, anlamsal bir dönüşüme yol açtığını ve kültürel sürekliliğin korunduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Rekreasyon, Türk Destanları, Boş Zaman, İslamiyet Öncesi ve Sonrası Dönem, Tematik Analiz

KAYNAKÇA

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology, 3(2), 77–101.

Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. Qualitative Research Journal, 9(2), 27–40.

Ergin, M. (2019). Dede Korkut kitabı. Boğaziçi Yayınları.

Köprülü, M. F. (1980). Türk edebiyatı tarihi (2. baskı). Ötüken Neşriyat.

Ögel, B. (2010). Türk mitolojisi (Cilt 1). Türk Tarih Kurumu Yayınları.

[1] Arş. Gör. Dr. Hasan Suat AKSU, Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, hasansuat.aksu@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8196-129X.

[2] Prof. Dr. Mehmet Alparslan KÜÇÜK, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, a.kucuk@hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4845-2538.

Bu çalışma, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Rekreasyon Yönetimi Anabilim Dalı'nda 2020 yılında tamamlanan "İslamiyet Öncesi ve Sonrası Türk Destanlarında Rekreasyon Faaliyetleri" başlıklı yüksek lisans tezinden (kısmî düzeltmeler ve eklemeler ile) türetilmiş bir yayındır.

ITTD26

UNESCO SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS LİSTELERİNDE GASTRONOMİK ÖGELER AÇISINDAN TÜRK DEVLETLERİ[1,2,3]

ÖZET

Araştırmada, Türk Devletleri Teşkilatı (TDT) ülkelerinde UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras (SOKÜM) listelerinde yer alan gastronomi ile ilişkili miras unsurlarının incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada gastronomik miras unsurlarının tekil ve çoklu ülke temsiliyet biçimleri ile UNESCO SOKÜM Sözleşmesi kapsam alanlarına göre dağılımları değerlendirilmiştir. Çalışma nitel araştırma desenine dayanmakta olup veriler doküman incelemesi yöntemiyle toplanmıştır. Araştırmanın veri kaynaklarını UNESCO SOKÜM platformunda yer alan resmi kayıtlar ve konuya ilişkin akademik literatür oluşturmaktadır. Veriler, betimsel analiz yöntemiyle değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır. Araştırma sonucunda, TDT ülkelerine ait toplam 123 SOKÜM unsuru içerisinde 13 gastronomik unsur bulunduğu belirlenmiştir. Bulgular, gastronomik miras unsurlarının büyük ölçüde "sosyal uygulamalar, ritüeller ve şenlikler" kapsamında temsil edildiğini göstermektedir. Bununla birlikte gastronomik miras unsurlarının UNESCO listelerindeki temsil düzeyinin sınırlı olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak gastronomik mirasın, Türk dünyasında yalnızca mutfak kültürünün bir parçası değil aynı zamada kültürel kimlik ve toplumsal aidiyet hususnda önemli bir SOKÜM alanı olduğu değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: UNESCO, Somut Olmayan Kültürel Miras, Türk Devletleri Teşkilatı, Gastronomik Miras

KAYNAKÇA

Beşirli, H. (2010). Yemek, kültür ve kimlik. Millî Folklor, 22(87), 159–169.

Çakır, E. Z. (2023). Somut olmayan kültürel miras bağlamında gastronomik pratiklerin irdelenmesi: Menteşe örneği (Doktora tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.

Oğuz, M. Ö. (2013). Terim olarak somut olmayan kültürel miras. Millî Folklor, 25(100), 5–13.

[1] Elif Canser Perk, İskenderun Teknik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü / Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Türkiye, elifperk.lee25@iste.edu.tr, ORCID: 0009-0007-8568-0277

[2] Gözde Bolat Uslu, İskenderun Teknik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü / Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Türkiye, gozdeuslu.lee25@iste.edu.tr, ORCID: 0009-0002-3894-3752

[3] Salih Zeki Şahin, İskenderun Teknik Üniversitesi, Turizm Fakültesi / Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Türkiye, szeki.sahin@iste.edu.tr ORCID: 0000-0001-7304-3544

ITTD26

PHYGITAL REKREASYON: AKILLI DESTİNASYONLARDA ARTIRILMIŞ GERÇEKLİK (AR) İLE GELENEKSEL TÜRK SPORLARI DENEYİMİ[1,2,3,4]

ÖZET

Bu çalışmanın temel amacı, geleneksel Türk sporlarını modern teknolojik aygıtlar ve Genişletilmiş Gerçeklik (XR) sistemleriyle birleştirerek, unutulmaya yüz tutmuş kültürel mirasın dijital dünyada etkili bir şekilde yaşatılmasını sağlamak ve bu yenilikçi "Phygital" yani Fiziksel+Dijital deneyimi akıllı destinasyonlar ekosisteminde sürdürülebilir bir turizm potansiyeline dönüştürmektir. Bu doğrultuda çalışmada merkeze konumlandırılan Phygital kavramı, dijital dünyanın sınırsız görsel imkânı ile fiziksel dünyanın dokunsal gerçekliğini birleştiren hibrit bir etkileşim ortamı sunmayı hedeflemektedir. Benzer şekilde akıllı destinasyonlar ise turist deneyimini zenginleştirmek, yerel kültür unsurlarını erişilebilir kılmak ve veri odaklı yönetim amacıyla teknolojiyi kullanan turizm merkezlerini ifade etmektedir. Bu nedenle çalışmada kurgulanan model, modern rekreasyon alışkanlıklarının geleneksel değerler ile adaptasyonunu hedeflemektedir.

Gerçekleştirilen çalışmada temel problem ise at biniciliği, güreş, atlı cirit, halter, gürz savurma ve kılıç kalkan gibi Türk dünyası için anlam derinliği yüksek olan bu sporların; değişen eğlence anlayışları ve modern kentleşme gibi nedenlerle uygulama imkanlarının kısıtlanmasıyla birlikte yeni nesillerin anlayışında gerçekleştirilmesi zor birer müze objesi haline gelmesidir. Başta fiziksel mekanların kısıtlılığı, güvenlik riskleri ve ekipmanların maliyetleri gibi unsurların, Türk dünyasının mirası olan sporların turistlere ve geniş kitlelere ulaştırılması ve deneyimlenmesi konusunda büyük engeller oluşturduğu görülmektedir. Bu durumun beraberinde kültürümüzün somut olmayan mirasının gelecek kuşaklara aktarılması konusunda ciddi kopukluklar yaşanmasına yol açacağı düşünülmektedir.

Çalışmada benimsenen yöntem ise nitel araştırma desenlerinden durum çalışması ve kavramsal model önerisi yaklaşımı kullanılmıştır. Bu doğrultuda Sanal Gerçeklik (VR) ve Artırılmış Gerçeklik (AR) gibi donanımların yapay zekâ aracılığıyla üretilen görsel prototipler üzerinden analiz edilerek geleneksel sporların mekanikleri ve uygulanabilirliği gösterilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın temel odağında teknolojik arayüzlerin spor türleri ile etkileşiminden yola çıkarak kültürel sürdürülebilirlik ve rekreasyonel deneyim doyumu çıktıları oluşturmaktadır. Yapay zeka aracılığıyla oluşturulan atlı cirit, gürz savurma ve kılıç kalkan gibi altı temel spor dalına ait simülasyon senaryoları, dokunsal geri bildirimli cihazlar ve VR başlıkları üzerinden bir "Kullanıcı Deneyimi (UX) Prototiplendirmesi" olarak kurgulanmıştır. Sonuç olarak bu çalışma; fiziksel eforun dijital rehberlikle buluştuğu bu modelin, geleneksel sporları risklerden arındırarak "Tekno-Kültürel Rekreasyon" adı altında stratejik ve ekonomik değer üreten bir turizm ürününe dönüştürebileceğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Phygital Rekreasyon, Kültürel Mirasın Dijitalleşmesi, Artırılmış Gerçeklik (AR), Oyunlaştırma

KAYNAKÇA

Archambault, P. S., & Lamontagne, A. (2025). Turning strategies while walking on an omnidirectional treadmill with virtual reality.

Carmigniani, J. & Furth, B. (2011). Augmented reality: an overview.

Cranmer, E. E., tom Dieck, M. C. & Fountoulaki, P. (2020). Exploring the Value of Augmented Reality for Tourism.

Egger, R., Neuburger, L., & Beck, J. (2018). The 'Phygital' Tourist Experience: The Use of Augmented and Virtual Reality in Destination Marketing.

[1] Doç. Dr., Ercan Karaçar, Sinop Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, ekaracar@sinop.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1124-9667.
[2] Öğr. Gör. Emre Akmanoğlu, Sinop Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, eakmanoglu@sinop.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2224-0980.
[3] Yüksek Lisans Öğrencisi Muhammet Çağrı Murat, Sinop Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. Rekreasyon Yönetimi ABD, mcagrimuratr@gmail.com, ORCID: 0009-0005-3692-7590.
[4] Yüksek Lisans Öğrencisi Muhammet Yusuf Arslan, Sinop Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. Rekreasyon Yönetimi ABD, muhammedyusuf60@icloud.com, ORCID: 0009-0009-1807-8045.

Erdemir, A. S. (2017). Pazarlama yönelimli halkla ilişkilerde arttırılmış gerçeklik çözümleri: Pokemon Go üzerinden bir değerlendirme.

Fortune Business Insights. (2024). Gaming market size, share & industry analysis.

İnceismail, E. (2020). Fijital Pazarlama İletişimi ve Marka Etkileşimi: Fijital Uygulamalar Üzerine Bir Analiz.

Moravcikova, D., and Kliestikova, J. (2017). Brand building with using phygital marketing communication.

Nofal, E., Stevens, R., Coomans, T., & Vande Moere, A. (2017). Building Phygital Heritage: An Approach for the Design of Phygital Exhibitions.

Vate-U-Lan, P., Quigley, D., and Masouras, P. (2016). Phygital learning concept: from big to smart data.

ITTD26

TURİZM PAZARLAMASINDA ÜRETKEN YAPAY ZEKÂ: AI DESTEKLİ TANITIM VİDEOLARININ TURİST ALGISI VE KARAR VERME SÜREÇLERİNE ETKİSİ[1,2]

ÖZET

Turizm sektörünün en önemli pazarlama stratejilerinden biri olarak video pazarlaması, yalnızca belirli bir destinasyonun benzersiz özelliklerini canlı bir biçimde sunmakla kalmaz, aynı zamanda turistlere sürükleyici bir deneyim sağlamak için konum ve zaman sınırlamalarını bile ortadan kaldırır (Chew & Jahari, 2014). Bu sebeple, video odaklı pazarlama stratejileri, turizm işletmelerinin sosyal ve ekonomik yararlarını artırma çabalarında kritik bir rol oynamakta ve turistik alanların sürdürülebilir gelişimi için temel itici güçlerden biri haline gelmektedir. Bu çalışmanın amacı, yapay zekâ tarafından üretilen turizm tanıtım videolarının turistlerin destinasyon algısı ve ikna süreçleri üzerindeki etkisini nitel araştırma yöntemi kullanılarak incelemektir. Yapay zekâ sistemleri, en azından mevcut şu anlık, insanlar tarafından oluşturulan ve kendisine sunulan veri setleri üzerinden öğrenmektedir. Dolayısıyla spesifik bir iş için birey ya da şirketlerin üretken yapay zekânın potansiyelinden tam anlamıyla yararlanabilmesi için ona doğru hazırlanmış verileri sunması gerekmektedir (Brynjolfsson vd, 2025).

Yapay zekâ tarafından üretilen videolar, turizm sektörünü değiştirme potansiyeline sahip ve pazarlamada ne kadar önemli hale geldiklerini de göstermektedir. Bunun yanı sıra yapay zekâ tarafından üretilen videoların, turizm pazarlamasında önemli bir dönüşüm yaratma potansiyeli bulunmaktadır (Seo vd, 2025). Ayrıca, içerik üretiminin kolay olması, küçük ve orta ölçekli turistik yerler ya da yerel destinasyon pazarlama kuruluşları için avantaj sağlayabilmektedir. Sınırlı kaynaklara sahip turizm şirketleri, esnek yapay zekâ araçlarını kullanarak verimli bir şekilde içerik üretebilmekte, görüntüleri canlandırmak ve videoları uzatma gibi yöntemlerle içeriklerin etkisini artırabilmektedir (Fares, 2024).

Bu araştırma, turizm pazarlamasında üretken yapay zekâ tarafından oluşturulan tanıtım videolarının turist algısı ve ikna süreçleri üzerindeki etkisini incelemeyi hedefleyen nitel bir araştırma olarak tasarlanmıştır. Araştırmada katılımcıların deneyimlerini, algılarını ve anlamlandırma süreçlerini derinlemesine ortaya koymak amacıyla tasarlanmıştır.

Araştırmanın çalışma grubunu farklı demografik özelliklere sahip toplam 12 katılımcı oluşturmaktadır. Katılımcılar amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örneklemesi kullanılarak seçilmiştir. Bu doğrultuda farklı yaş gruplarından, farklı eğitim düzeylerinden ve farklı mesleklerden bireyler ile turizm alanında eğitim gören öğrenciler araştırmaya dahil edilmiştir. Bu çeşitlilik sayesinde farklı bakış açıları ve algıların ortaya koyulması amaçlanmıştır. Yapılan bu çalışmada yapay zeka temelli video içeriklerinin turist karar verme sürecindeki yeri ve etkisi nitel bir yaklaşımla incelenerek bulgular elde edilmiştir. Katılımcılar ile yapılan görüşmeler sonucu turistlerin bahsi geçen videolardan farklı şekillerde etkilendikleri belirlenmiştir. Bu etkiler "Sosyal Medya Kullanımı ve Seyahat Planlaması", "Destinasyon Algısı ve Çekicilik Motivasyonları", "Yapay Zekâ (YZ) İçeriklerine Yönelik Algı ve Tutum" ve "Karar Sürecine ve Davranışa Etki" şekilde dört tema altında toplanmıştır.

Sosyal medyanın seyahat karar verme sürecinde güçlü bir tetikleyici rol üstelediğini görsel ve duygusal unsurlar aracılığı ile bireylerin seyahat motivasyonunu harekete geçirdiği saptanmıştır. Bununla birlikte de bu etkinin tek başına son karara dönüşmediği, bireylerin sosyal medya kullanımı yoluyla riskleri azaltma eğiliminde olduklarına saptanmıştır. Ayrıca YZ destekli videoların seyahat niyetindeki davranışı üzerinde kısmi bir etkiye sahip olduğu fakat son kararlarının oluşmasında çoklu kaynaklar üzerinden doğrulama gereksiniminin belirleyici olduğu anlaşılmıştır. Turistlerin yanıltıcı beklentilerinden kaçınmak için YZ içeriklerini kullanıcı deneyimleri ve gerçek görüntülerle karşılaştırma eğiliminde oldukları saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm Pazarlaması, Üretken Yapay Zekâ, Turist Algısı, Karar Verme Süreci

KAYNAKÇA

[1] Yüksek lisans Öğrencisi, Ebru BABAOĞLU, Atatürk Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik A.B.D., ebru.bbglu@gmail.com, ORCID: 0009-0003-1602-121X
[2] Doç. Dr., Zafer TÜRKMENDAĞ, Atatürk Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, zafer.turkmendag@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7712-1500

Brynjolfsson, E., Li, D., & Raymond, L. (2025). Generative AI at work. The Quarterly Journal of Economics, 140(2), 889-942.

Chew, E. Y. T., & Jahari, S. A. (2014). Destination image as a mediator between perceived risks and revisit intention: A case of post-disaster Japan. Tourism Management, 40, 382-393.

Fares, O. H. (2024). OpenAI's new generative tool Sora could revolutionize marketing and content creation. Retrieved February, 25, 2024.

Seo, I. T., Liu, H., Li, H., & Lee, J.-S. (2025). AI-infused video marketing: Exploring the influence of AI-generated tourism videos on tourist decision-making. Tourism Management, 110, 105182. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2025.105182.

ITTD26

KIRGIZİSTAN KAYAK TURİZMİNİN İKLİM DEĞİŞİKLİĞİNE UYUMUNDA İNOVATİF STRATEJİLER: SENTETİK YÜZEY UYGULAMASININ KAVRAMSAL ANALİZİ[1]

ÖZET

Kırgızistan'da kayak turizmi, ülke ekonomisi için stratejik bir öneme sahip olmasına rağmen, doğrudan doğal kar yağışına bağımlı durumdadır. Son yirmi yılda iklim değişikliği etkisiyle kış sezonunun kısalması ve özellikle 2500 metrenin altındaki rakımlarda kar örtüsünün istikrarsızlaşması, sektörün sürdürülebilirliğini tehdit etmektedir. Bu çalışmanın amacı, geleneksel kar yapma sistemlerinin yetersiz kaldığı sıcaklık artışlarında, sentetik (kuru) kayak yüzeylerinin operasyonel sürekliliği sağlamadaki potansiyelini kavramsal düzeyde analiz etmektir. Araştırma metodolojisi, ikincil veri analizi ve ekstrapolasyon yöntemine dayanmaktadır. Çalışma kapsamında, Kırgızistan'daki kayak merkezlerinin iklim projeksiyonları ile küresel ölçekteki başarılı sentetik yüzey kullanım deneyimleri karşılaştırılmıştır. Teknik-ekonomik modelleme aşamasında, geleneksel kar bağımlı işletme modeli ile sentetik pistlerin stratejik noktalara (başlangıç alanları, lift biniş noktaları) entegre edildiği hibrit model karşılaştırılmıştır. Bulgular, sentetik yüzeylerin bölgedeki kayak sezonunu mevcut 90-100 günden yıllık bazda 250-300 güne çıkarma potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca, bu teknolojinin kullanımı yoğun kullanım alanlarında yapay kar maliyetlerini %40 oranında azaltarak su ve enerji tasarrufu sağlamaktadır. Çalışmanın sonuçları, altyapı temelli bu inovasyonun sadece iklim risklerini azaltmakla kalmayıp, aynı zamanda turizm ürününü çeşitlendirerek tesislerin yaz döneminde de aktif kalmasına olanak tanıdığını ortaya koymaktadır. Bu çalışma, dağ turizmi destinasyonları için sentetik teknolojilerin ulusal turizm stratejilerine entegre edilmesinin ekonomik ve çevresel açıdan rasyonel bir çözüm olduğunu savunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kayak Turizmi, İnovasyon, İklim Değişikliği, Sentetik Yüzeyler, Kırgızistan

KAYNAKÇA

Bérard-Chenu, L., François, H., George, E., & Morin, S. (2022). Snowmaking development trajectories in French Alpine ski resorts: The influence of local specificities and regional support policies. Journal of Alpine Research | Revue de géographie alpine, (110-1). https://doi.org/10.4000/rga.10465

Klacanova, S., & Sibik, J. (2022, May). Artificial snowing of ski slopes: disaster or gentle caress? [Poster presentation]. 30th Conference of the European Vegetation Survey, Bratislava, Slovakia. https://doi.org/10.13140/RG.2.2.14658.25283

Scott, D., Steiger, R., Dannevig, H., & Aall, C. (2020). Climate change and the future of the Norwegian ski industry. Current Issues in Tourism, 23(19), 2396–2411. https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1608919

Steiger, R., Scott, D., Abegg, B., Pons, M., & Aall, C. (2019). A critical review of climate change risk for ski tourism. Current Issues in Tourism, 22(11), 1343–1379. https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1338293

[1] Ögr.Gör., Sapargül Turdubekova, Kırgızistan-TürkiyeManas Üniversitesi, Turizm Fakültesi, sapargul.turdubekova@manas.edu.kg, ORCID: 0000-0001-5623-8147

ITTD26

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA AZERBAYCAN'DA ALTERNATİF TURİZM TÜRLERİ POTANSİYELİ VE GELİŞİM YOLLARI[1,2]

ÖZET

Coğrafi konum olarak Kafkaslarda bulanan Azerbaycan eşsiz doğal güzelliklere sahiptir. Ülkenin doğal güzellikleri kadar zengin petrol ve doğal gaz gibi tabii kaynaklarının olması ülke ekonomisinde turizm gelirlerinin geri planda kalmasına sebep olmuştur. Ancak günümüzde yeşil enerjinin kullanımının yaygınlaşması sonucu ekonomisi yeraltı kaynaklarına bağımlı olan ülkelerin turizm sektörünün gelişimine önem verdiği görülmektedir. Azerbaycan'da farklı yıllarda turizm sektörü ile ilgili çalışmalar yapılsa da (1999 yılında turizm kanunun kabulü, 2002-2005 turizmin gelişim programları, 2019-2023 ve 2023-2026 yıllar için turizm stratejisi planları) gerek Karabağ sorunu gerekse pandemi vb. hususlardan dolayı istenen sonuca ulaşılamamıştır. Özellikle Karabağ'ın işgalden kurtarılmasından sonra başta Karabağ ve Doğu Zengezur olmak üzere ülkenin birçok bölgesinde turizm alt ve üst yapısıyla ilgili çalışmalar devam etmektedir. Buna örnek olarak; Fuzuli, Zengilan ve Laçın havalimanlarının inşası, Ağdam ve Zengezur demir yolu ve ülkenin farklı bölgelerinde yapılan çalışmaları gösterebilir. Diğer taraftan, Azerbaycan'ın küreselleşmenin etkisiyle ortaya çıkan sosyo-ekonomik, siyasal ve teknolojik değişimlerden etkilenen turist ve turizm sektörünün taleplerine uyum sağlayan turizm politikaları geliştirmesi gerekmektedir. Bu değişimlere uyum sağlayarak hem bölgesel hem de küresel turizm gelirlerinden kendisine pay alabilecektir. Azerbaycan'ın Bakü, Nahçıvan, Abşeron-Hızı, Dağlık Şirvan, Gence-Daşkesen, Karabağ, Gazah-Tovuz, Guba-Haçmaz, Lenkaran-Astara, Merkezi Aran, Mil-Muğan, Şeki-Zagatala, Doğu Zengezur ve Şirvan-Salyan olmak üzere on dört ekonomik bölgesi bulunmasına karşın yoğunlukla turist çeken bölgesi Bakü şehridir. Bakü dışındaki diğer illeri ziyaret eden turist sayısı son derece sınırlıdır. Ülkende turizm gelirlerinin dengeli bir şekilde dağılması ve ekonomik anlamda sürdürülebilir turizmin oluşturulması adına diğer bölgelerin de turizm faaliyetlerine katılımının ve turist çekmesinin sağlanması gerekmektedir. Bunun için bölgelerin alternatif turizm potansiyelinin doğru tespit edilerek bu yönde çalışmalara öncelik verilmesi gerekmektedir. Bu amaçla, literatür taraması yapılmış ve ülkenin bölgeleri tek tek ele alınarak turizm potansiyeli tespit edilmeye çalışılmıştır. Azerbaycan'ın Abşeron-Bakü bölgesinde kültürel miras, eğlence, deniz, kongre ve fuar, şehir turizmi, Guba-Haçmaz bölgesinde deniz, ekoturizm, dağ turizmi, Şeki-Zagatala'da kültürel miras ve gastronomi turizmi, Karabağ'da tarihi kültürel ve ekoturizm, Lenkaran-Astara agro ve sağlık turizmi ve Nahçıvan Özerk Cumhuriyetinde ise kültürel miras, inanç, sağlık ve mağara turizmi potansiyelinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda ülkede sürdürülebilir turizmin geliştirilmesi adına bir sonraki turizm stratejisinde (2026-2030) bu bölgelere yönelik pazarlama kampanyalarına öncelik verilmesi ve bu bölgelerdeki mevcut turistik alt ve üst yapının geliştirilmesi önem arz etmektedir. Bu sayede hem Azerbaycan'ın turizmden gelirlerin artması hem de turizm faaliyetlerinin ve gelirlerinin sınırlı bölgeler yerine tüm bölgelere yayma fırsatı elde edilmiş olacaktır.

Anahtar Kelime: Azerbaycan, Sürdürülebilir, Alternatif Turizm

KAYNAKÇA

Ağakərimov, M. M., Yeganlı, S. T. və Babazadə, S. İ. (2020). "Ekskursiya və ekskursiya-bələdçisi". Bakı.

Ağa-Kərimov, M. və Quliyev, R. (2024). Turizm növləri. Bakı: Müəllim nəşriyyatı.

Hüseynov, İ. və Əfəndiyeva, N. (2007). Turizmin əsaslar. Bakı: Mars-print nəşriyyat-poliqrafiya.

Növserli, T. (2010). Azerbaycan Turizm Potansiyelinin Kalkınma Amaçlı Değerlendirilmesi. (Doktora Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Azizova, M. (2002). Azerbaycan Turizminin Değerlendirilmesi ve Turizm Eğitimine Yönelik Öneriler. (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

https://azerbaijan.az/tourism

https://tourism.gov.az/

[1] Ali NADIROV Mingeçevir Devlet Üniversitesi (MDU), Ekonomi, ali.nadirov@mdu.edu.az, ORCID: 0000-0002-1116-361X

[2] Prof. Dr. Cafer TOPALOGLU, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği, ctopaloglu@mu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6578-2125

ITTD26

TURİSTİK AŞİNALIKTAN KALICI YERLEŞİME: SAĞLIK HİZMETLERİNİN YAŞAM TARZI GÖÇÜNDEKİ BELİRLEYİCİ ROLÜ[1]

ÖZET

Bu çalışma, emeklilik sonrası Türkiye'ye göç eden yabancı bireylerin turistik aşinalıktan kalıcı yerleşime uzanan karar sürecinde sağlık hizmetlerinin belirleyici rolünü analiz etmektedir. Araştırma, gelişmiş ülkelerdeki sağlık sistemlerinde karşılaşılan yüksek maliyetler, sigorta kapsamı sınırlılıkları ve uzun bekleme süreleri gibi yapısal sorunların güçlü itici faktörler olarak işlediğini; buna karşılık Türkiye'de sunulan hızlı, erişilebilir ve görece ekonomik sağlık hizmetlerinin çekici faktörler olarak yerleşim niyetini şekillendirdiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu çerçeve, göç ve turizm karar süreçlerini açıklamada yaygın biçimde kullanılan İtme–Çekme Teorisi'ne dayanmaktadır (Parkins, 2010; Urbanski, 2022; Soldatenko vd., 2023). Çalışma, yaşam tarzı göçü literatüründe sağlık hizmetlerinin ikincil bir değişken değil, stratejik bir belirleyici olarak konumlandırılması gerektiği varsayımından hareket etmektedir.

Yaşam tarzı göçü literatürü, bireylerin daha yüksek yaşam kalitesi arayışıyla gerçekleştirdikleri gönüllü yer değiştirme süreçlerini açıklamakta; bu süreçlerin iklim, yaşam maliyeti ve kültürel çekicilik gibi unsurlar üzerinden şekillendiğini vurgulamaktadır (Özbek ve Şahan, 2016; Özgürel ve Avcıkurt, 2018). Turistik deneyimlerin kalıcı yerleşime evrilmesinde destinasyona ilişkin algının belirleyici olduğu ve sağlık destek hizmetlerinin yaşam kalitesi boyutunda kritik rol oynadığı belirtilmektedir (Özgürel ve Avcıkurt, 2018; 2020). Ayrıca kısa süreli kalışlar sırasında sağlık sistemine ilişkin oluşan olumlu imajın belirsizlik algısını azalttığı ve yerleşme kararını kolaylaştırdığı ifade edilmektedir (Yan ve He, 2023). Buna karşın mevcut çalışmaların önemli bir bölümü sağlık hizmetlerini tali bir unsur olarak ele almakta; sağlık sistemi deneyimlerinin yerleşme niyeti üzerindeki dönüştürücü etkisini sınırlı biçimde incelemektedir.

Araştırma nitel desende tasarlanmış ve fenomenoloji yaklaşımı benimsenmiştir. Çalışma grubunu Muğla'da ikinci konut sahibi olan, emekli ve yerleşik ya da yarı yerleşik statüde bulunan 9 yabancı katılımcı oluşturmaktadır. Veriler yaklaşık 12 dakika süren yarı yapılandırılmış görüşmeler aracılığıyla toplanmış ve tematik analiz yöntemiyle çözümlenmiştir. Analiz sürecinde katılımcı deneyimlerinin göç karar mekanizmasındaki anlam yapıları ortaya konmuş; veri toplama ve model geliştirme aşamaları bütüncül bir çerçevede yürütülmüştür.

Bulgular, katılımcıların menşe ülkelerindeki sağlık sistemi sorunlarını güçlü itici faktörler olarak değerlendirdiklerini göstermektedir. Literatür, temel sağlık hizmetlerine erişim kolaylığının göçmenlerin uyum süreçlerini desteklediğini ve kalıcı yerleşme kararını tetiklediğini ortaya koymaktadır (022). Sağlık hizmetlerine erişim, şehir memnuniyeti ve aidiyet duygusunu pekiştirmekte (Lyu, 2024); fırsat eşitliği yerleşme niyetini pozitif yönde etkilemektedir (Liu vd., 2024). Hizmetin yalnızca niceliği değil, niteliği ve erişilebilirliği de yerleşik kimlik gelişiminde belirleyici görülmektedir (Wang ve Shen, 2025). Sağlık durumunun korunması ya da iyileşmesi, bireyin topluma aidiyet hissini güçlendirmekte ve yerleşme niyeti üzerinde anlamlı etki yaratmaktadır (Xu, 2022; Xu, 2024). Bu bağlamda Türkiye'de sunulan hızlı, erişilebilir ve görece ekonomik sağlık hizmetleri; iklim ve mülk edinme imkânlarıyla birlikte güçlü çekici faktörler olarak öne çıkmaktadır.

Sonuç olarak çalışma, sağlık hizmetlerinin yaşam tarzı göçü literatüründe stratejik bir konumda değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Sağlık sistemine yönelik olumlu deneyimler kalıcı yerleşim niyetini güçlendirmekte, destinasyon bağlılığını artırmakta ve turistik kimliğin yerleşik kimliğe evrilmesini desteklemektedir (Özgürel ve Avcıkurt, 2020; Wang ve Shen, 2025). Bu bulgular, sağlık hizmetlerinin turizmin yan bir unsuru değil; göç kararını şekillendiren kritik bir belirleyici olduğunu göstermektedir. Gelecek araştırmaların farklı destinasyonlarda daha geniş örneklemlerle karşılaştırmalı analizler yürütmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yaşam tarzı göçü, Push–Pull Theory, Medikal turizm, Emekli göçü, Turistik aşinalık.

KAYNAKÇA

Jia, H. (2022). The impact of basic public health services on migrants' settlement intentions. PLoS ONE, 17. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0276188

[1] Dr. Öğr. Üyesi. Çağla Aslı GÜLDURAN, Alanya Universitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi/Turizm İşletmeciliği, Türkiye, caglaasli.gulduran@alanyauniversity.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3364-457X

Liu, P., Long, Z., & Ding, X. (2024). The effect of basic public health service equalization on settlement intention of migrant workers in China: The mediating effect model based on subjective feelings. Health Economics Review, 14. https://doi.org/10.1186/s13561-024-00534-2

Lyu, T. (2024). Can public health services promote the settlement intention of migrant workers: Empirical analysis from China. Frontiers in Public Health, 12. https://doi.org/10.3389/fpubh.2024.1472223

Özbek, Ç., & Engindeniz Şahan, İ. (2016). Yabancı yerleşimcilerin toplumsal aidiyetlerinin yerelde kurulma pratikleri: The Post Gazetesi örneği. Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, (38), 159–182.

Özgürel, G., & Avcıkurt, C. (2018). Yerleşik yabancıların Türkiye turizmine etkileri: Marmaris ilçesi örneği. Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 15(1), 195–225.

Özgürel, G., & Avcıkurt, C. (2020). Turizm destinasyonlarında turistin temsilcisi olarak yerleşik yabancıların yerel halk ile sosyal etkileşimleri ve sosyal etkileşimde kalış süresinin etkisi. Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 4(2), 776–777.

Parkins, N. C. (2010). Push and pull factors of migration. American Review of Political Economy, 8(2). https://doi.org/10.38024/arpe.119

ITTD26

AŞIRI TURİZM ve SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YÖNETİMİNİN PAYDAŞLAR GÖZÜNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ: SINIR KENTİ EDİRNE ÖRNEĞİ[1,2]

ÖZET

Son yıllarda turist hareketliliğinin hızla artması ve turizmin hızlı büyümesi, birçok destinasyonun taşıma kapasitesi üzerinde yüksek baskı oluşturarak sosyal, ekonomik ve çevresel açıdan çeşitli problemlere sebebiyet vermektedir. "Aşırı turizm" olarak bilinen olgu özellikle belirli dönemlerde yüksek ziyaretçi sayısına sahip destinasyonlarda daha da belirgin hale gelmektedir. Edirne, Bulgaristan ve Yunanistan ile olan sınır bağlantıları nedeniyle özellikle son yıllarda yoğun sınır ötesi alışveriş hareketliliği ve festival dönemlerinde artan ziyaretçi akımları ile dikkat çekmektedir. Bu durum kentte turizm hareketliliğinin belirli dönemlerde yoğunlaşmasına ve çeşitli kentsel sorunların ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Aşırı turizm çalışmaları çoğunlukla büyük turizm destinasyonları veya kitle turizminin hakim olduğu kentler özelinde yapılmaktadır. Fakat sınır kentlerinde ortaya çıkan turist hareketliliği özellikle sınır ötesi alışveriş ve ani artan veya azalan kısa süreli ziyaretçi akımları gibi farklı dinamiklere sahiptir.

Bu çalışmanın amacı, Edirne'de ortaya çıkan turizm yoğunluğunu aşırı turizm olgusu ve kentteki sürdürülebilirlik yönetimini ele alarak bu durumu turizm paydaşlarının bakış açısından değerlendirmektir. Edirne'de turist yoğunluğuna ilişkin basın haberlerinin sistematik biçimde incelenmesi ve paydaş görüşleri ile birlikte değerlendirilmesi açısından da özgün bir yaklaşım sunacaktır. Ayrıca, kentteki sürdürülebilir turizm yönetimi hakkında yerel paydaşların görüşlerinin alınması ve paydaşlar arasındaki iletişimin mevcut durumunu ortaya koyarak birbirleri arasındaki yönetimsel işbirliğin önemine odaklanıp, ilgili literatürdeki boşluğu doldurarak farklılaşmak hedeflenmektedir. Bu yönüyle araştırmanın, sınır kentlerinde ortaya çıkan turizm yoğunluğunun anlaşılmasına ve sürdürülebilir turizm politikalarının geliştirilmesine katkı sağlaması beklenmektedir.

Çalışma, nitel araştırma yaklaşımı doğrultusunda tasarlanmıştır. Çalışmada birincil ve ikincil veri kaynaklarından yararlanılacaktır. İkincil veri kapsamında Edirne'de turizm yoğunluğu ve sınır ötesi ziyaretçi hareketliliği ile ilgili ulusal ve uluslararası basında yer alan haberler detaylı incelenecek, araştırmanın teorik temelini oluşturmak için konuyla ilgili akademik makaleler, kitaplar, raporlar ve önceki bilimsel çalışmalar analiz edilecektir. Birincil veri kapsamında ise turizm paydaşlarının görüşlerine başvurulacaktır. Çalışmada olasılıklı olmayan örnekleme türlerinden amaçlı örnekleme yöntemi kullanılacaktır. Ortalama 30 katılımcı (paydaş) ile görüşülmesi planlanmaktadır. Katılımcılara yarı yapılandırılmış sorular ile yüz yüze ve çevrimiçi görüntülü mülakat yapılacak ve ses ve video kaydı alınacaktır. Elde edilen veriler MAXQDA nitel veri analiz programı aracılığıyla içerik analizine tabi tutulacaktır. Araştırmanın bulguları mevcut çalışmalarla karşılaştırılarak tartışılacaktır. Son olarak paydaş görüşleri de dikkate alınarak önerilerde bulunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Taşıma Kapasitesi, Aşırı Turizm, Sürdürülebilirlik Yönetimi, Sınır Kenti, Paydaşlar

[1] Doktorant Aysu ALMAZ, Trakya Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, aysufiliz@trakya.edu.tr, ORCİD: 0000-0002-6313-0617
[2] Prof. Dr. Emel GÖNENÇ GÜLER, Trakya Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, emelgguler@trakya.edu.tr, ORCİD: 0000-0002-3214-0206

ITTD26

DENEYSEL ARKEOLOJİNİN ARKEOLOJİK KÜLTÜR VARLIKLARI TURİZMİNDE TURİSTİK ÜRÜNE EVRİLMESİ: KORUMA, REPLİKA TURİZMİ VE DENEYİM BOYUTU[1,2]

ÖZET

Kültürel miras; doğal ve kültürel çevreyi birlikte ele alan, tarihî alanlardan kuşaktan kuşağa aktarılan değerler, ritüeller, normlar ve yaşam pratiklerine kadar uzanan geniş bir bütünlüğü ifade etmektedir. Toplumların kimlik inşasında ve tarihsel sürekliliğinde belirleyici bir rol üstlenen bu miras unsurları, aynı zamanda kolektif hafızanın somut ve soyut bileşenlerini oluşturmaktadır. Bu doğrultuda arkeoloji, salt geçmiş toplumlara ait maddi kalıntıları inceleyen bir disiplin olmanın ötesinde, bu kalıntıların işlevlerini, sembolik anlamlarını ve kültürel bağlamlarını yorumlayarak insanlığın ortak geçmişine ilişkin bilgi üretmeyi amaçlayan bir bilim alanıdır (Renfrew ve Bahn, 2016).

Arkeolojik veriler, kültür turizmi kapsamında önemli bir çekim unsuru oluşturmakta ve arkeoloji ile turizm disiplinleri arasındaki etkileşimi giderek güçlendirmektedir. Bu kesişim noktasında ortaya çıkan arkeolojik kültür varlıkları turizmi (Timothy, Erdoğan ve Samuels, 2024), ziyaretçilerin geçmiş toplumlara ait kültürel miras alanlarını deneyimleyebilmelerine olanak tanıyan önemli bir turizm türü olarak değerlendirilmektedir. Ancak özellikle prehistorik yerleşimlerin görsel bütünlüğünün zaman içinde büyük ölçüde kaybolmuş olması, bu alanların turizm vitrininde yeterince görünür olamamasına neden olabilmektedir. Bu durum, arkeolojik bilginin ziyaretçilere aktarılmasında yeni yaklaşımlara duyulan ihtiyacı gündeme getirmektedir (Ahunbay, 2010). Bu çalışma, deneysel arkeolojinin arkeolojik verilerin anlaşılması ve yorumlanması amacıyla geliştirilen bilimsel bir yöntem olmasının yanı sıra, günümüzde arkeolojik kültür varlıkları turizminde turistik ürün niteliği kazanan bir uygulama alanına dönüşme sürecini tartışmaktadır. Öyle ki deneysel arkeoloji uygulamaları; geçmişteki üretim tekniklerinin, yaşam pratiklerinin ve mekânsal düzenlemelerin yeniden canlandırılması yoluyla arkeolojik bilgiyi somut ve deneyimlenebilir hale getirmektedir (Duru, 2014; Keskin ve Tanaç Zeren, 2022) Dolayısıyla bu yaklaşım, ziyaretçilere hem bilgi edinme hem de geçmişi duyusal ve deneyimsel boyutlarıyla algılama imkânı sunmaktadır.

Replika ve rekonstrüksiyon temelli uygulamalar da bu sürecin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Fransa'daki Lascaux ve Chauvet mağaraları ile İspanya'daki Altamira mağarasının replika örnekleri, hassas miras alanlarının korunması ile ziyaretçi deneyiminin sürdürülebilir biçimde bir arada kurgulanmasına yönelik başarılı uygulamalar olarak değerlendirilmektedir (Hughes, Mkono, Myers ve Echentille, 2021). Türkiye'de ise Çatalhöyük, Aşıklı Höyük, Güvercinkayası, Aktopraklık, Göbeklitepe ve Yeşilova Höyüğü gibi arkeolojik alanlarda gerçekleştirilen deneysel arkeoloji ve rekonstrüksiyon uygulamaları, arkeoturizm bağlamında giderek daha görünür hale gelmektedir.

Sonuç olarak deneysel arkeoloji ve replika temelli uygulamalar, bir yandan kültürel mirasın korunmasına katkı sağlarken diğer yandan ziyaretçilere estetik, duyusal ve katılımcı deneyimler sunarak arkeolojik mirasın daha anlaşılır ve erişilebilir hale gelmesine imkân tanımaktadır. Bu yaklaşım, özellikle prehistorik yerleşimlerin turizm bağlamında yeniden yorumlanmasına ve arkeoturizm ürün çeşitliliğinin artırılmasına yönelik önemli bir potansiyel taşımaktadır. Aynı zamanda deneysel ve rekonstrüksiyon temelli uygulamalar, arkeolojik alanların mesafeli gözlemlenen mekânlar olmaktan çıkarak ziyaretçilerin aktif olarak deneyimlediği öğrenme ortamlarına dönüşmesine katkı sağlamaktadır. Bu durum, kültürel mirasın korunması ve sergilenmesinin yanı sıra anlamlandırılması ve toplumsal hafızada yeniden üretilmesi açısından da önemli bir işlev üstlenmektedir (Holtorf, 2013; Liu ve Minamikawa; 2024). Dolayısıyla deneysel arkeoloji uygulamalarının arkeoturizm bağlamında geliştirilmesi, hem miras yönetimi hem de sürdürülebilir turizm politikaları açısından değerlendirilebilecek bütüncül bir yaklaşım sunmaktadır. Gelecekte gerçekleştirilecek araştırmaların, ziyaretçilerin replika ve rekonstrüksiyon temelli alanlardaki deneyim algılarını incelemesi ve bu deneyimlerin destinasyon bağlılığı üzerindeki etkilerini ortaya koyması, literatüre önemli katkılar sağlayacaktır (Sarial-Abi, Merdin-Uygur ve Gürhan-Canli, 2020). Nihai çerçevede deneysel arkeoloji, arkeolojik bilginin kendi içinde derinleşen bilimsel üretim alanı olmaktan çıkarak toplumla buluştuğu, mirasın deneyim yoluyla yeniden anlam kazandığı disiplinlerarası bir kesişim noktası olarak değerlendirilebilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Deneysel arkeoloji, arkeoturizm, replika turizmi, kültürel miras, turistik deneyim

[1] Burcu SAÇLI GÜNDEN, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Rehberliği Bölümü, burcusacli@nevsehir.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1371-7329

[2] Prof. Dr. Şule AYDIN, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, suleaydin@nevsehir.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8760-643X

KAYNAKÇA

Ahunbay, Z. (2010). Arkeolojik alanlarda koruma sorunları kuramsal ve yasal açılardan değerlendirme. Tüba-Ked Türkiye Bilimler Akademisi Kültür Envanteri Dergisi, (8), 103-118.

Duru, G. (2014, January). Deneysel arkeoloji yoluyla neolitik bir ev yapımı. In Colloquium Anatolicum (No. 13, pp. 131-152). Türk Eskiçağ Bilimleri Enstitüsü.

Renfrew, C., & Bahn, P. (2016). Archaeology: Theories, Methods and Practice. London: Thames & Hudson.

Holtorf, C. (2013). On pastness: A reconsideration of materiality in archaeological reconstruction. Anthropological Quarterly, 86(2), 427–443. https://doi.org/10.1353/anq.2013.0036

Hughes, K., Mkono, M., Myers, D., & Echentille, S. (2021). Are you for real?! Tourists' reactions to four replica cave sites in Europe. Tourism Management Perspectives, 37, 100780.

Liu, Y., & Minamikawa, K. (2024). From sensory experience to revisit intentions: an embodied cognition perspective on replica tourism. Sustainability, 16(18), 8030. https://doi.org/10.3390/su16188030

Sarial-Abi, G., Merdin-Uygur, E. ve Gürhan-Canli, Z. (2020). Responses to replica (vs. genuine) touristic experiences, Annals of Tourism Research, 83, 10927, https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102927

Timothy, D. J., Erdoğan, H. A., & Samuels, J. (2024). Archaeological heritage and tourism: The archaeotourism intersection. Conservation and Management of Archaeological Sites, 26(2-3), 103-112.

ITTD26

MODERN AZERBAYCAN EKONOMİSİNDE TURİZM SEKTÖRÜNÜN GELİŞİM TRENDLERİ[1,2]

ÖZET

Bu makale, dinamik olarak gelişen modern Azerbaycan ekonomisinde turizm sektörünün rolüne ve başlıca gelişim trendlerine ayrılmıştır. Turizm sektörü, modern dünya ekonomisinde en hızlı gelişen alanlardan biri olarak özel bir yere sahiptir. Turizm sektörünün gelişimi, zengin doğal ve coğrafi çevreye, kadim tarihi ve kültürel mirasa sahip ülkeler için özellikle önemlidir. Azerbaycan da bu ülkelerden biridir. Azerbaycan'da turizm sektörünün gelişimi, devletin sosyo-ekonomik kalkınma konseptinin ve ekonomik çeşitlendirmenin ana yönlerinden biri olarak kabul edilmiştir. Makale, turizm sektörünün ülke ekonomisindeki rolünü ekonomik ve sosyal bağlamda ayrıntılı olarak analiz etmektedir. Araştırmanın ana nesnesi olarak, turizm sektörünün yıllar içindeki Gayri Safi Yurtiçi Hasıladaki payınındinamikleri, istihdam artışına, küçük ve orta ölçekli işletmelerin gelişimine ve nüfusun sosyal refahının iyileştirilmesine etkisi geniş bir şekilde analiz edilmiştir. Özel araştırma alanlarından biri olarak, turizm sektörünün ülkemizin dünya ekonomisine entegrasyonu ve uluslararası ekonomik ilişkilerin gelişimi üzerindeki etkisi açısından geliştirilme olanaklarına dikkat çekilmiştir.

Turizm sektörünün geliştirilmesine yönelik devlet desteğinin açık örneklerinden biri, kültürel turizm, kış turizmi, eğlence turizmi, kırsal turizm ve diğer türler de dahil olmak üzere, ülkedeki çeşitli turizm türlerinin geliştirilmesi için yüksek potansiyele sahip bölgelerde modern turizm altyapısının geliştirilmesidir. Sunulan makale, turizm alanındaki tüm eğitim seviyelerinde personel yetiştirme konularına ilişkin araştırmaları, sonuçları ve önerileri yansıtmaktadır. Bu konular arasında, halk arasında turizm işletmeciliği okuryazarlığının artırılması ve turizm alanında küçük ölçekli girişimciliğin ve bireysel işletme becerilerinin geliştirilmesi yer almaktadır; bu da ülkedeki turizm gelişiminin önemli yönlerinden biridir.

Anahtar kelimeler: Turizm sektörü, Ülke ekonomisi, Uluslararası turizm, turizm altyapısı, Azerbaycan ekonomisi, kültürel miras

[1] Ph.D. Aytan NADIROVA, Mingachevir Devlet Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, aytan.nadirova@mdu.edu.az, ORCID: 0009-0002-5712-5528

[2] Arif TAGIYEV, Mingachevir Devlet Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, arif.taghiyev@mdu.edu.az, ORCID: 0000-0002-2081-850x

ITTD26

ŞEHİR PLANLAMASI VE TURİZM: MODERN ŞEHİRLERİN TURİSTİK ÇEKİCİLİĞİ[1,2]

ÖZET

Bu makale, şehir planlaması ile turizm arasındaki karşılıklı ilişkiyi inceleyerek modern şehirlerin turistik çekiciliğinin oluşumunda kentsel planlama politikalarının rolünü analiz etmektedir. Günümüzde şehirler yalnızca ekonomik ve idari merkezler değil, aynı zamanda turizm faaliyetlerinin yoğunlaştığı önemli destinasyonlar haline gelmiştir. Küresel turizmin gelişmesiyle birlikte kentsel turizm, turizm endüstrisinin en hızlı gelişen alanlarından biri olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda şehirlerin mekânsal yapısı, mimari çevresi, tarihi ve kültürel mirası ile kamusal alanlarının kalitesi, turistlerin şehir algısını ve destinasyon tercihlerini doğrudan etkilemektedir.

Araştırmada, şehir planlamasının turizm potansiyelinin oluşumundaki stratejik rolü ele alınmıştır. Şehir alanlarının fonksiyonel şekilde planlanması, ulaşım ve turizm altyapısının geliştirilmesi, kamusal alanların düzenlenmesi ve tarihi mirasın korunması, şehirlerin turistik çekiciliğini artıran temel unsurlar arasında yer almaktadır. Aynı zamanda mimari estetik, yeşil alanların varlığı, sosyal yaşamın dinamizmi ve güvenli kentsel ortam da turist deneyimini şekillendiren önemli faktörler olarak değerlendirilmektedir.

Makale ayrıca modern şehir planlama stratejilerinin turizm gelişimine etkisini incelemektedir. Bu çerçevede sürdürülebilir kentsel gelişim, akıllı şehir uygulamaları ve kültürel şehir stratejileri gibi yaklaşımların turizm sektörüne sağladığı katkılar analiz edilmiştir. Sürdürülebilir şehir planlaması çevresel dengenin korunmasına, yeşil alanların artırılmasına ve ekolojik ulaşım sistemlerinin geliştirilmesine odaklanırken; akıllı şehir uygulamaları dijital teknolojiler aracılığıyla turistlerin şehir hakkında bilgi edinmesini ve şehir içinde daha rahat hareket etmesini sağlamaktadır.

Şehir planlaması ile turizm arasında güçlü bir etkileşim bulunduğunu göstermektedir. Turizm odaklı kentsel planlama yaklaşımlarının uygulanması, şehirlerin uluslararası turizm pazarındaki rekabet gücünü artırmakta, ekonomik gelişimi desteklemekte ve kültürel mirasın korunmasına katkı sağlamaktadır. Bu nedenle modern şehir planlama politikalarında turizm faktörünün dikkate alınması, şehirlerin sürdürülebilir gelişimi açısından büyük önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Şehir Planlaması, Kentsel Turizm, Turistik Çekicilik, Sürdürülebilir Şehir Gelişimi, Akıllı Şehir, Turizm Altyapısı.

KAYNAKÇA

Ashworth, G., & Page, S. J. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. Tourism Management, 32(1), 1–15. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.002

Edwards, D., Griffin, T., & Hayllar, B. (2008). Urban tourism research: Developing an agenda. Routledge.

Hall, C. M., & Page, S. J. (2014). The geography of tourism and recreation: Environment, place and space (4th ed.). Routledge.

Law, C. M. (2002). Urban tourism: The visitor economy and the growth of large cities. Continuum.

Page, S. J. (2019). Tourism management (6th ed.). Routledge.

Richards, G., & Palmer, R. (2010). Eventful cities: Cultural management and urban revitalisation. Routledge.

UNWTO. (2019). Global report on urban tourism. World Tourism Organization. 8. UNWTO. (2020). Tourism and sustainable urban development. World Tourism Organization.

[1] Öğretim Üyesi, Nesirova Gulnar Agil, Mingeçevir Devlet Üniversitesi, İktisad ve idareetme, gulnar.nasirova@mdu.edu.az ORCİD 0009-0009-5980-0743

[2] Öğretim Üyesi, Kemale Kerimova Samir, Mingeçevir Devlet Üniversitesi, İktisad ve idareetme, kemale.kerimova@mdu.edu.az ORCİD 0009-0000-3632-4769

ITTD26

MOTOSİKLET TOPLULUKLARINDA AİDİYET, DAYANIŞMA VE TURİSTİK DENEYİM: ORDU İLİ ÜZERİNE NİTEL BİR İNCELEME[1]

ÖZET

Bu araştırmada, Ordu ilinde motosiklet kullanan bireylerin motosiklet topluluklarına üyelik motivasyonlarını, grup halinde gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerin deneyimsel boyutlarını, algıladıkları avantaj ve dezavantajları ve motosiklet topluluklarının sosyo-kültürel etkileşim üzerindeki rolünü ortaya konulması amaçlanmıştır. Araştırmada nitel araştırma yöntemi benimsenerek yarı yapılandırılmış form kullanılmış ve Ordu ilinde ikamet eden 27 motosiklet kullanıcısından elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Bulgular, motosiklet kullanıcılarının sürüş motivasyonlarının duygusal tatmin, varoluşsal arayış ve kişisel gelişim temalarında yoğunlaştığını ortaya koymuştur. Grup üyeliğinde sosyalleşme, bilgi paylaşımı ve dayanışma temel motivasyon kaynakları olarak tespit edilmiştir. Grup seyahatinin başlıca avantajları güvenlik, yeni destinasyonların keşfi ve sosyal çevre genişlemesi iken; kalabalık grupların yönetim zorluğu, kişilik uyumsuzlukları ve eğitimsiz sürücülerin yarattığı riskler dezavantaj olarak belirlenmiştir. Ayrıca katılımcıların büyük çoğunluğu motosiklet gruplarının kültürel etkileşim ve yeni destinasyonlar keşfetme açısından önemli bir araç olduğunu vurgulamıştır.

Anahtar Kelimeler: Motosiklet turizmi, Motosiklet toplulukları, Aidiyet, Dayanışma, Nitel araştırma, İçerik analizi, Ordu ili.

KAYNAKÇA

Abutalibov, N., & Türkay, O. (2021). Motosikletle seyahat eden turistler için kritik motivasyon unsurlarının önem düzeyleri. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 24(46), 1169–1184.

Ardahan, F., & Güleç, S. (2020). Bireyleri motosiklet kullanmaya motive eden faktörlerin çeşitli değişkenlere göre karşılaştırılması. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 19(73), 237–253.

Austin, D. M., & Gagné, P. (2008). Community in a mobile subculture: The world of the touring motorcyclist. Studies in Symbolic Interaction, 30, 411–437.

Cater, C. I. (2017). Tourism on two wheels: Patterns of motorcycle leisure in Wales. Tourism Management, 61, 180–189.

Ertaş, M. (2020). Rekreatif amaçlı seyahat eden motosiklet kullanıcılarının sosyal kimlikleri üzerine bir ölçek geliştirme çalışması. Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 4(1), 621–640.

Ramoa, C. E. A., Pires, P. S., & Añaña, E. S. (2021). Motorcycle tourism and nature: An analysis of motorcyclists' motivations to travel. Leisure Studies, 40(3), 407–423.

Sykes, D. M., & Kelly, K. G. (2014). Motorcycle tourism demand generators and dynamic interaction leisure. International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, 8(1), 92–102.

Wu, H. C., Ai, C. H., & Chang, Y. Y. (2021). What drives experiential sharing intentions towards motorcycle touring? The case of Taiwan. Journal of China Tourism Research, 17(1), 90–119.

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (11. baskı). Seçkin Yayıncılık.

[1] Doçent, Eren Erkılıç, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, eren.erkilic@erdogan.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0449-7099

ITTD26
DİJİTAL DÖNÜŞÜM VE TURİZM EĞİTİMİ[1,2]

ÖZET

Bu çalışma, dijital dönüşümün turizm sektörü üzerindeki etkilerini ve bu dönüşümün turizm eğitimi üzerindeki yansımalarını incelemeyi amaçlamaktadır. Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler, turizm sektöründe hizmet sunumundan pazarlamaya kadar birçok alanı köklü bir şekilde değiştirmiştir. Özellikle yapay zekâ, büyük veri, sanal ve artırılmış gerçeklik gibi teknolojiler, turist deneyimini yeniden şekillendirirken işletmelerin rekabet stratejilerini de dönüştürmektedir.

Araştırmada, dijital dönüşüm sürecinin turizm eğitimine olan etkileri ele alınmış ve mevcut eğitim programlarının bu dönüşüme ne ölçüde uyum sağladığı değerlendirilmiştir. Bu bağlamda, turizm eğitiminin yalnızca mesleki bilgi aktarımıyla sınırlı kalmaması, aynı zamanda dijital beceriler, analitik düşünme, yenilikçilik ve teknoloji kullanım yetkinliklerini de kapsaması gerektiği vurgulanmaktadır. Bu bağlamda, çalışmada e-öğrenme platformları, sanal gerçeklik uygulamaları, hibrit öğrenme modelleri ve deneyimsel öğrenme yaklaşımlarının turizm eğitimine katkıları analiz edilmiştir.

Çalışma kapsamında literatür taraması yöntemi kullanılmış olup, turizm sektöründe dijitalleşmenin gerektirdiği yeni yetkinlikler belirlenmiştir. Elde edilen bulgular, turizm öğrencilerinin dijital yeterliliklerinin geliştirilmesine yönelik müfredat güncellemelerinin ve uygulamalı eğitimlerin önemini ortaya koymaktadır. Ayrıca sektör–okul iş birliğinin artırılması, dijital dönüşüm sürecine uyum sağlayabilecek nitelikli insan kaynağının yetiştirilmesi açısından kritik bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

Sonuç olarak, dijital dönüşümün turizm sektöründe sürdürülebilir rekabet avantajı sağladığı ve bu sürece uyumlu bir turizm eğitiminin geliştirilmesinin zorunlu olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda, eğitim kurumlarının yenilikçi, teknoloji odaklı ve esnek öğrenme modellerini benimsemeleri, müfredatlarını dijital becerilerin kazandırılması doğrultusunda güncellemeleri ve öğretim süreçlerinde yeni pedagojik yaklaşımlar geliştirmeleri gerektiği ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Dijital beceriler, dijital dönüşüm, teknoloji, turizm eğitimi, yenilikçilik.

KAYNAKÇA

Bergmann, J. & Sams, A. (2023). Flip your classroom: Reach every student in every class every day. ISTE.

Bennet, S., Maton, K. & Kervin, L. (2008). The “digital natives” debate: A critical review of the evidence. British Journal of Educational Technology, 39(5), 775-786.

Buhalis, D. & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management. Tourism Management, 29(4), 609-623.

Buhalis, D. & Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and nowness service. Journal of Travel and Tourism Marketing, 36(5), 563-582.

Dale, C. & Robinson, N. (2001). The theming of tourism education: A three domain approach. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 13(1), 30 – 34.

Daniel, A.D., Costa, R.A., Pita, M. & Costa, C. (2017). Tourism education: What about entrepreneurial skills? Journal of Hospitality and Tourism Management, 30(2017), 65 – 72.

Goh, E. & King, B. (2020). Four decades (1980 – 2020) of hospitality and tourism higher education in Australia: Developments and future prospects. Journal of Hospitality and Tourism Education, 32(4), 266 – 272.

Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z. & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. Electroic Markets, 25, 179 - 188.

Hmelo-Silver, C. (2004). Problem-based learning: What and how do students learn? Educational Psychology Review, 16(3), 235-266.

Hsu, C.H.C. (2018). Tourism education on and beyond the horizon. Tourism Management Perspectives, 25, 181 – 183.

[1] Doktora Öğrencisi, Kurtuluş TUNCER, Kastamonu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Fakültesi Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, nurhayat.tuncer@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-5367-5509
[2] Prof. Dr., Burhan SEVİM, Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, burhansevim@gmail.com, ORCID: 0000-0002-3326-9642

Kırlar Can, B., Ertaş, M. & Kozak, M. (2021). Understanding the philosophy of tourism education: A perspective study in Turkey. International Journal of Tourism Research, 23(6), 1112 – 1125.

Kim, H.J. & Jeong, M. (2018). Research on hospitality and tourism education: Now and future. Tourism Management Perspectives, 25(2018), 119 – 122.

Kock, F., Norfelt & Josiassen, A. (2025). Darwin in the classroom: Incorparating an evolutinary perspective into tourism and hospitality education. Annals of Tourism Research, 110(2025)103884, 1 – 10.

Kolb, D. (2014). Experiental learning: Experience as the source of learning and development. Prentice Hall.

Mei, X. Y. (2019). Gaps in tourism education and workforce needs: attracting and educating the right people. Current Issues in Tourism, 22(12), 1400 – 1404.

Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. On The Horizon, 9(5), 1-6.

Radianti, J., Majchrzak, T., Fromm, J. & Wohlgenannt, I. (2020). A systematic review of immersive virtual reality applications for higher education. Computers & Education, 147, 103778

Selwyn, N. (2022). Education and technology: Key issues and debates. Bloomsbury.

Sigala, M. (2018). New Technologies in tourism: From multi-disciplinary to anti-disciplinary advences and trajectories. Tourism Management Perspectives, 25, 151-155.

ITTD26

EFES ANTİK KENTİ'NDE GECE MÜZECİLİĞİ DENEYİMİNİN ÇEVRİMİÇİ ZİYARETÇİ YORUMLARI ÜZERİNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ[1,2]

ÖZET

Efes Antik Kenti, İzmir'in Selçuk ilçesinde bulunan ve 2015 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne dahil edilen önemli bir antik yerleşimdir. Bu antik kent Helenistik ve Roma dönemlerinde Küçük Asya'nın en önemli liman kentlerinden biri olarak siyasal, ticari ve kültürel açıdan bölgesel bir merkez işlevi görmüştür. Yıllık yaklaşık 2 milyon ziyaretçi ağırlayan Efes'te, 2024 itibarıyla başlatılan gece müzeciliği uygulamasıyla birlikte ziyaretçi sayısında belirgin bir artış görülmüştür. Gece müzeciliğinin kültürel katılımı ve destinasyon çekiciliğini artırmadaki potansiyeli giderek daha fazla kabul görmesine karşın, turizm ve müzecilik literatüründe gece odaklı müze programlarına ilişkin çalışmalar sınırlıdır. Bu çalışmalar gece turizminin ziyaretçi algısı ve kültürel deneyime etkisini (Çetinkaya, 2025; Germain, 2016; Herman vd., 2023), müze deneyimini zaman ve mekân boyutunda yeniden biçimlendiren çağdaş bir uygulama olarak gece müzeciliğini (Çiçekli Ayyıldız vd., 2025) ve turistik etkinliklere katılan ziyaretçilerin yapısal farklılıklarını, etkinliklerin gerçekleştiği mekâna göre incelemeyi (Bjeljac vd., 2011) hedeflemişlerdir. Özellikle bireylerin gündüz ve gece ziyaretleri arasındaki algısal ve duygusal farklılıkların ortaya konulması, gece müzeciliğinin ziyaretçi memnuniyeti, hatırlanabilirlik ve kültürel katılım üzerindeki etkilerini anlamak açısından önem taşımaktadır. Bu alanda yapılan araştırmaların sınırlı olması, ziyaretçi deneyimlerinin derinlemesine anlaşılmasını gerekli kılmaktadır. Bu çalışmanın amacı, Efes Antik Kenti'nde gerçekleştirilen gece müzeciliği deneyimini çevrimiçi ziyaretçi yorumları üzerinden analiz ederek bu deneyimin temel boyutlarını ortaya koymaktır. Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Veri kaynağı olarak çevrimiçi kullanıcı içerikleri kullanılmış; TripAdvisor ve Google Yorumlar'da Nisan 2024 ile 13 Ocak 2026 tarihleri arasında paylaşılan değerlendirmeler incelenmiştir. Bu veri seti içerisinden yalnızca gece müzeciliği deneyimine odaklanan yorumlar seçilmiş ve toplam 835 olumlu kullanıcı yorumu analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular, deneyimin özellikle aydınlatma tasarımı, görsel etki ve ziyaretçilerde oluşan "zamanda yolculuk" hissi etrafında şekillendiğini ortaya koymaktadır. Ziyaretçilerin önemli bir kısmının Efes'i gündüz deneyimledikten sonra gece atmosferini de merak ederek yeniden ziyaret ettiği ve iki deneyim arasındaki farkı güçlü bir estetik ve duygusal karşılaşma olarak tanımladığı görülmektedir. Ayrıca teknolojik unsurların tarihsel doku ile uyumlu biçimde bütünleşmesi, deneyimin niteliğini belirleyen temel unsurlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Bu çerçevede çalışma, gece müzeciliği uygulamalarının ziyaretçi deneyimini nasıl dönüştürdüğüne dair hem kuramsal hem de uygulamaya dönük çıkarımlar sunmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gece Müzeciliği, Kültürel Deneyim, Ziyaretçi Algısı, Efes Antik Kenti

KAYNAKÇA

Bjeljac, Ž., Brankov, J. ve Lukić, V. (2011). The "Museum Night" event: The demographic profile of the visitors in Serbia. Forum Geografic, 10(2), 229–234. https://doi.org/10.5775/fg.2067-4635.2011.005.d

Çiçekli Ayyıldız, S., Birdir, K. ve Sahilli Birdir, S. (2025). Gece müzeciliği uygulamaları çerçevesinde şekillenen müze deneyimi. İ. Bayhan (Ed.), Multidisipliner bir yaklaşımla özel ilgi turizmi içinde (s. 139–172). Özgür Yayınları.

Çetinkaya, Ç. (2025). Gece turizminde ziyaretçi algısı ve kültürel deneyimler. GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism, Recreation and Sports Sciences, 8(2), 744–763. https://doi.org/10.53353/atrss.1680010

Germain, F. (2016). Visiting the museum at night: A decidedly different experience. Society and Leisure, 39(3), 433–450. https://doi.org/10.1080/07053436.2016.1244146

Herman, G. V., Caciora, T., Grama, V., Baias, S., Beatón, M. O. R., Green, I. ve Gozner, M. (2023). Tourist perception of the "Night of the Museums" event: Case study in Oradea Municipality, Romania. GeoJournal of Tourism and Geosites, 47(2), 486–492. https://doi.org/10.30892/gtg.47215-1047

[1] Doç. Dr., Duygu YETGİN AKGÜN, Anadolu Üniversitesi, dyetgin@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9909-4523
[2] Deniz GARİP AKBAŞ, Anadolu Üniversitesi, denizgarip@anadolu.edu.tr, ORCID: 0009-0002-4883-4592

ITTD26

KAFKAS İSLAM ORDUSU'NUN KÜLTÜREL MİRASININ TÜRK DÜNYASININ TURİZM POTANSİYELİ OLARAK DEĞERLENDİRİLMESİ[1,2]

ÖZET

Bu makalede, Osmanlı İmparatorluğu tarafından 1918'de kurulan Kafkas İslam Ordusu'nun Azerbaycan'daki faaliyetlerini ve askeri-tarihsel mirasının modern tematik turizm rotalarına entegre edilme olanaklarını incelemeye çalıştık. Kafkas İslam Ordusu, Azerbaycan Demokratik Cumhuriyeti'nin kuruluşunda önemli bir rol oynamış ve Bakü ile çevresindeki bölgelerin kurtuluşu için yapılan savaşlarda belirleyici bir askeri-siyasi öneme sahip olmuştur. Ordunun Gence, Yevlakh, Ağdash, Göyçay, Ağsu, Şamahı, Hacıgabul, Kurdamir ve Bakü'ye doğru ilerleyişi sırasında gerçekleşen savaşlar, Azerbaycan askeri tarihinin ana aşamalarından biri olarak kabul edilir. Çalışma, bu askeri operasyonların gerçekleştiği bölgelerdeki tarihi yerleri, mezarlıkları, anıtları ve kolektif hafıza unsurlarını askeri-tarihsel turizm için bir kaynak olarak analiz etmektedir. Ayrıca, Kafkas İslam Ordusu'nun savaş rotalarına dayalı tematik bir askeri turizm rotası oluşturmanın bilimsel ve pratik önemi gerekçelendirilmiş, bu konuyla ilgili sergilerin ve arşiv belgelerinin müze sergilerinde sergilenmesi, bilgi yayımı ve rota planlaması olanakları ve en önemlisi, bu mirasın aynı soydan gelen bağımsız Türk cumhuriyetleri için ulusal kültürel zenginlik, kültürel miras olarak oluşturulmasının önemi vurgulanmıştır. Kafkas İslam Ordusu'nun faaliyetleri sadece askeri zafer bağlamında değil, aynı zamanda Azerbaycan-Türk kardeşliğinin tarihi temellerini yansıtan önemli bir miras örneği olarak da ele alınmıştır. Bu mirasın tematik turizm rotalarına entegrasyonu, bölgelerdeki turizm çeşitliliğinin artmasına, yerel ekonomik faaliyetin güçlenmesine ve tarihi hafızanın korunmasına katkıda bulunabilir.

Sadece yazılı kaynaklar, o döneme ait arşiv belgeleri, arkeologlardan ve tarihçilerden aldığımız bilgilerle yetinmeyip, aynı zamanda yerel toplulukların hafızasında saklı tarihi olayları, bölgelerimizdeki halkın evlerinde göz bebeği gibi koruyup nesilden nesile aktardığı eşyaları, belge örneklerini ve sözlü gelenekleri de bu rotaların hazırlanmasında önemli bir rol oynayacağını göz önünde bulundurarak, aylar önce kapsamlı bir araştırma başlattık ve bu konuyu hazırlamak için Azerbaycan'ın 9 bölgesini ziyaret ettik ve Kafkas İslam Ordusu hakkında en ufak bir ipucunu bile kaçırmamaya çalıştık. Tüm bu bilgilerin daha sonra tematik turizm rotalarındaki turistler için daha anlaşılır ve sistematik bir şekilde sunulması gerektiğinden, araştırma sonuçlarımızı en çok ilgi uyandıracak, dinleyici veya okuyucuda vatanseverliği ve Türk milli kültürel mirasını koruyacak ve bu mirasa karşı en büyük gururu hissettirecek en uygun forma getirmeye çalıştık ve bazı yerlerde 1918-1920 yıllarına ait fotoğraflarla günümüz fotoğrafları arasında karşılaştırmalar yapmaya çalıştık. Ancak, bu konseptin geliştirilmesi ve daha da zenginleştirilmesi için, rehberlerin bu süreçte uzmanlaştırılması ve askeri tarih bilgilerinin artırılması özellikle önemlidir. Bu mirasın gelecekte savaş turizmi, anma turizmi başlığı altında turizm pazarına sunulmasının, Azerbaycan ve Türkiye arasındaki tarihi ilişkilerin geliştirilmesi için çok önemli ve değerli olacağına inanıyoruz. Ayrıca, gelecekte dijital teknolojilerin, sanal turların ve interaktif platformların uygulanması, bu kavrama olan ilgiyi ve dolayısıyla ekonomik geliri daha da artırabilir. Kafkas İslam Ordusu mirası üzerine inşa edilen rotalar, mevsime bağlı olmayan bir turizm türü olarak da değerlendirilmekte olup, bu nedenle askeri-tarihi mirasın turizme entegrasyonu, ulusal kültürel mirasın korunması ile ekonomik kalkınma arasında bir köprü görevi görmede önemli bir rol oynamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kafkas İslam Ordusu, askeri-tarihi miras, tematik turizm rotaları, askeri turizm, 1918 olayları, Azerbaycan-Türkiye tarihi ilişkileri

KAYNAKÇA

Aşırli, A. (2007). Cümhuriyyət dövrü mətbuatında Qafqaz İslam Ordusu. Nurlan Nəşriyyatı.

Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası Tarix İnstitutu. (2018). Göyçay döyüşləri və Qafqaz İslam Ordusunun Azərbaycan tarixində rolu.

Azərbaycan Respublikasının Mədəniyyət Nazirliyi. (2021). Azərbaycanda tarixi-mədəni irsin qorunması və turizmə inteqrasiyası.

Ashworth, G. J., & Tunbridge, J. E. (2000). The tourist-historic city. Pergamon Press.

[1] Kanan Abbasov, Mingachevir State University, kanan.abbasov@mdu.edu.az , ORCID: 0009-0007-2332-586X

[2] Nushaba Qadimli, Mingachevir State University, nushaba.qadimli@mdu.edu.az, ORCID: 0000-0002-8774-2423

[3] Samir Zamanov, Mingachevir State University, zsamir962@gmail.com , ORCID: 0009-0008-6440-0421

İranın Azərbaycandakı Səfirliyinin Mədəniyyət Mərkəzi. (2001). Azərbaycan Respublikası məscidlərinin ensiklopediyası.

Rıhtım, M., & Gündoğdu, S. (2013). Qafqaz İslam Ordusu: Bakının azad edilməsi. Qafqaz Araşdırmalar İnstitutu Nəşriyyatı.

Rıhtım, M., & Süleymanov, M. (2008). Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti və Qafqaz İslam Ordusu. Qafqaz Araşdırmalar İnstitutu Nəşriyyatı.

Smith, V. L. (1998). War and tourism. Annals of Tourism Research, 25(1).

Süleymanov, M. (2014). Azərbaycan ordusunun tarixi: 1917–1918. Elm və Təhsil.

Süleymanov, M. (2015). Azərbaycan ordusunun tarixi: 1918–1920. Elm və Təhsil.

Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2003). Heritage tourism. Pearson Education.

Türkər, R. (2008). Qafqaz İslam Ordusu Bakı yollarında. Qafqaz Araşdırmalar İnstitutu Nəşriyyatı.

Yaqublu, N. (2013). Qafqaz İslam Ordusu Azərbaycanda.

Zülfüqarlı, M. (2017). Göyçay döyüşləri.

ITTD26

DIGITAL NOMADISM: TRENDS AND INSIGHTS FROM A SYSTEMATIC REVIEW[1,2]

ABSTRACT

Intertwinement of digital technologies and daily life have led to an increase in the desire for more leisure time and new lifestyles around the world (Hannonen, 2020, p. 335). It became evident that more and more people were embracing digital nomadism as a career route since the convenience of working from anywhere without being restricted by geographical restrictions (Hamurcu, 2022). In order to maximize their chances of success in a digital nomad lifestyle, people are increasingly planning their time and focusing their efforts in this manner. When digital nomadism grew in popularity, it stopped being a random job decision and instead became a professionalized, voluntary one (Aroles et al., 2020). Despite the growing body of research on digital nomadism, the literature remains fragmented across different disciplines, with limited attempts to systematically synthesize its conceptual, methodological, and thematic developments. This study on digital nomads has been carried out using SLR methodology based on PRISMA guidelines. To ensure a comprehensive and high-quality dataset, academic publications indexed in two major academic databases including Scopus and Scimago were used to determine the extent to which digital nomads are discussed in the literature on hospitality and tourism, as well as in business and management. The present study included research peer-reviewed articles written in the English language, research articles, review articles, conceptual articles, full text articles and those that directly focus on digital nomads as the sample, include perspectives related to digital nomads, or address sorts of topics of digital nomadism. The initial search yielded a total of 475 studies from two major databases: Scımago (262 records) and Scopus (213 records). After the screening and verification process, 110 studies met the eligibility criteria and were included in the final review. According to the findings, interest in the topic increased significantly after 2022. Majority of articles were published in tourism and hospitality journals. When considering the number of collaborating authors, it is revealed that articles with three authors have the highest number among the others. Also, authors from the UK, Turkiye, Portugal, Spain and USA show the most interest in the subject of digital nomads. Studies conducted in Thailand, Indonesia, Portugal, Spain have among the highest number of articles. Additionally, it was found that most of the articles employed qualitative research methods especially interview method and content analysis. Theories were applied in the articles were evaluated and various perspectives were identified and classified. After showing the frequency distribution of articles by research context, consumer behavior and marketing contexts were explored in more detail. In consideration of the context of consumer behavior, it is necessary to conduct further research into the construction of identity among digital nomads, cultural and social interaction in consumer behavior, and more profound levels of motivation in consumer behavior among digital nomads in different regions and among different social groups. In addition, from the perspective of marketing, it is necessary to conduct a search in the field of sustainability in digital nomadism in the context of marketing. Another point is that it is necessary to diversify further the research into identity construction and lifestyle in digital nomadism.

Keywords: Digital Nomadism, SLR, Remote Work, Location İndependence, Work And Travel

REFERENCES

Aroles, J., Granter, E., & de Vaujany, F. X. (2020). 'Becoming mainstream': The professionalisation and corporatisation of digital nomadism. New Technology, Work and Employment, 35(1), 114-129.

Hamurcu, A. U. (2022). New working conditions in the digitalising world: Metaverseand Online MobileWorking. Ideal City, 14, 26-48.

Hannonen, O. (2020) In search of a digital nomad: Defining the phenomenon. Information Technology and Tourism, 22(3), 335-353.

[1] Res. Asst., Başak Özyurt, Trakya University, Tourism Management Department, basakozyurt1@trakya.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3225-0250

[2] Prof. Dr., Güney Çetin Gürkan, Trakya University, Tourism Management Department, cguney@trakya.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1964-6966

ITTD26

FACTORS INFLUENCING KYRGYZ MEDICAL TOURISTS' CHOICE OF TURKEY: EVIDENCE FROM SURVEYS AND EXPERT INTERVIEWS[1]

ABSTRACT

It is well known that Türkiye is one of the leading centers of medical tourism in the world, providing treatment in fields such as oncology, cardiology, dentistry, plastic surgery, and others. The article discusses Türkiye as a destination for medical tourism and the reasons why patients from Kyrgyzstan choose this destination.

The purpose of this study is to identify and analyze the main reasons influencing the choice of Türkiye as a destination for medical tourism by citizens of the Kyrgyz Republic, based on the results of a questionnaire and expert interviews. The study involved medical tourists from Kyrgyzstan who received treatment in Turkish clinics. The results of the survey revealed that the key reasons for choosing Türkiye are mainly the high quality of medical services, as well as modern medical equipment and technologies. In addition, linguistic and cultural proximity and convenient transport accessibility for tourists were noted. A significant proportion of patients traveled for treatment based on recommendations from friends and relatives. The study also revealed that patients from Kyrgyzstan most frequently sought treatment in areas such as oncology, cardiology, and organ transplantation.

The results of the study confirm that Türkiye is a popular destination for medical tourism among citizens of Kyrgyzstan and indicate the potential for further development of this sector.

Keywords: Medical Tourism, Kyrgyzstan, Türkiye, Patients, Medical Tourists

REFERENCES Abasova A. S., Narynbek uulu K/. 2019. "Development of Health Tourism in the Kyrgyz Republic." 6: 94–97. doi:DOI:10.26104/IVK.2019.45.557.

Akbolat, Mahmut, and Nebiye Gülçin Deniz. 2017. "Türkiye'de Medikal Turizmin Gelişimi ve Bazı Ülkelerle Karşilaştırılması." Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi 1(2): 123–39. https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijgtr/article/366061 (March 12, 2026).

Aksu, Ahmet Akın. 2011. "Turistin Sağlığı." 7(39): 56–63.

Alp, Gamze. 2021. "Medikal Turistlerin Tıbbi Tedavi Tercihleri: Antalya Ili Örneği." Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi (7): 1570–86. doi:10.47994/usbad.953262.

Ananchenkova, P. I. 2022. "Medical Tourism and Drivers of Its Development." Byulleten' Natsional'nogo nauchno-issledovatel'skogo instituta obshchestvennogo zdorov'ya imeni N.A.Semashko 4 2022: Pages 3842. doi:10.25742/NRIPH.2022.04.007.

Ananchenkova, P. I., and N. N. Kamynina. 2020. "The Social Economic Aspects of Development of Medical Services Export." Problems of Social Hygiene, Public Health and History of Medicine 28(2): 184–89. doi:10.32687/0869-866X-2020-28-2-184-189.

Buzcu, Zafer, and Kemal Birdir. 2019. "Review of Medical Tourism in Türkiye: A Study in Private Hospitals." Gaziantep University Journal of Social Sciences 18(1): 311–27. doi:10.21547/jss.430941.

Eriş, Hüseyin. 2020. Sağlık Turizmi. Ankara / Türkiye: Iksad Publications.

"Fleur de Lis Tummy Tuck Türkiye - Photos, 2026 Prices." Flymedi. https://www.flymedi.com/ru/turtsiya/protsedury-plasticheskoy-khirurgii/abdominoplastika-fleur-de-lis (March 12, 2026).

Gaffarova, E. V. 2021. "The Current State and Prospects for the Development of Medical Tourism in the Republic of Belarus." https://elib.bsu.by/handle/123456789/294090 (March 12, 2026).

Glenn Cohen, I., and Ethan Prall. 2015. "Medical Tourism." In The Wiley Blackwell Encyclopedia of Consumption and Consumer Studies, eds. Daniel Thomas Cook and J Michael Ryan. Wiley, 1–3. doi:10.1002/9781118989463.wbeccs168.

Göktaş, Bayram. 2018. "Sağlık Turizmi Eğitiminin İncelenmesi." Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi 7(2): 77–84. doi:10.46971/ausbid.484558.

[1] Assist.Prof.Dr., Kyrgyz-Turkish Manas University, madina.ozturk@manas.edu.kg, ORCID: 0000-0002-9922-6063

Gonzales, A., and J. Sancho. 2003. Health Tourism and Related Services: Caribbean Development and International Trade. https://www.semanticscholar.org/paper/HEALTH-TOURISM-AND-RELATED-SERVICES%3A-CARIBBEAN-AND-Gonzales-Sancho/3f9cd69555b4c5536ed5f1918875869ab58672e5 (March 12, 2026).

"Heal In Türkiye - Why Türkiye for Health?" https://healinturkiye.gov.tr/ru/why-Türkiye (March 12, 2026).

"In 2025, 151 Thousand Tourists from Kyrgyzstan Visited Türkiye, 2025." 2025. Вечерний Бишкек. https://www.vb.kg/doc/450845_v_2025_gody_tyrciu_posetili_151_tysiacha_tyristov_iz_kyrgyzstana.html (March 12, 2026).

Kamalova, Anara, and Gulnara Abakırova. 2021. "The State of Medical Tourism in the Kyrgyz Republic." Reforma 2(90): 71–76. https://dergipark.org.tr/en/pub/reforma/article/986713 (March 12, 2026).

Krest'yaninova, Olga. 2019. "Medical Tourism: Essence and Prospects for Development." Technical and technological issues of service (3 (49)): 66–69. https://cyberleninka.ru/article/n/meditsinskiy-turizm-suschnost-i-perspektivy-razvitiya (March 12, 2026).

Kurçer, Doğa, and Makbule Civelek. 2022. "The Determination of the Status of Türkiye in the Medical Tourism Market in Accordance with the Demands of Health Tourists." Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi 7(1): 27–42. doi:10.37847/tdtad.1030560.

Kurmanaliev, Beıshenbek. 2015. "Health and Medical Tourism in Kyrgyzstan: Prospects, Problems, and Solutions." Medıtsına Kyrgyzstana (4): 45–47. https://cyberleninka.ru/article/n/ozdorovitelnyy-i-lechebnyy-turizm-v-kyrgyzstane-perspektivy-problemy-i-puti-resheniya (March 11, 2026).

"Medical Tourism in 2024: Global Trends, Leading Countries and the Best Clinics." 2025. RBK Magazin "sledovaniy. https://marketing.rbc.ru/articles/15920/ (March 11, 2026).

Merkezi, Haber. 2025. "2025 yılında sağlık turizmi rekor seviyeye ulaştı." https://www.cumhuriyet.com.tr/is-dunyasi/2025-yilinda-saglik-turizmi-rekor-seviyeye-ulasti-2465849 (March 12, 2026).

"Overview of International Medical Tourism Market News for summer 2025." 2025. Association of Medical and Academic Tourism. https://med-edu.org/medical-tourism-market-overview-summer-2025/ (March 12, 2026).

Pecheritsa E.V. 2013. "The State of Development of Medical Tourism in St. Petersburg." Innovations. Management. Marketing. Tourism. 1: 190–91.

"Sağlık Turizmine Yönelik Ticaret Bakanlığı Tarafından Verilen Desteklerin Genişletilmesi Hakkında Duyuru | TÜRSAB." https://www.tursab.org.tr/duyurular/duyurular (March 12, 2026).

Sarı, Cemali, and Ayşe Ulusoy Derin. 2019. "Medikal Turizm ve Antalya'daki Uygulamalar Üzerine Bir Araştırma: Akdeniz Üniversitesi Hastanesi Örneği." International Journal of Current Approaches in Language, Education and Social Sciences 1(2): 121–43. https://dergipark.org.tr/tr/pub/caless/article/669081 (March 12, 2026).

Shtol′ts L.Yu. 2023. "Medical Tourism: Role, Significance, Factors of Change and Consequences for Russia and the World." World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies 14(1). https://sfk-mn.ru/PDF/52SCSK123.pdf.

Tastanbekova, Sh. O. 2016. "Global Experience in the Development and Promotion of Medical Tourism: The Example of South Korea." Bulletin of the Kazakh National Medical University (4): 417–81. https://cyberleninka.ru/article/n/mirovoy-opyt-razvitiya-i-prodvizhenie-meditsinskogo-turizma-na-primere-yuzhnoy-korei (March 11, 2026).

"T.C. Ticaret Bakanlığı." https://ticaret.gov.tr. https://ticaret.gov.tr/haberler/ticaret-bakanligindan-hizmetler-ihracati-bilancosu-saglik-hizmeti-ihracatimiz-2024-yilinda-1-5-milyon-saglik-turisti-ile-3-milyar-dolar-gelire-ulasti-20-06-2025 (March 12, 2026).

Tiryakin, Umut. "New Health Media | Blog." New Health Media. https://newhealth.media/blog/turkiyede-2024-yilina-ait-saglik-turizmi-verileri (March 12, 2026).

Toptaş, Aytaç. 2020. "Sağlık Turizminde Türkiye'nin Önemi ve Tercih Edilme Sebeplerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma." Türk Turizm Araştırmaları Dergisi 4(4): 3191–3208. https://www.tutad.org/index.php/tutad/article/view/353 (March 12, 2026).

"Turizm İstatistikleri - III. Çeyrek: Temmuz-Eylül, 2025." Veri Portalı. https://veriportali.tuik.gov.tr (March 12, 2026).

Üstün, Uygar, and Yeter Demir Uslu. 2022. "Türkiye'nin Sağlık Turizminde Tercih Edilme Nedenleri Üzerine Bir Çalışma: Medikal Turizm Endeksi." Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi (33): 344–53. doi:10.31590/ejosat.1020647.

DETAY YAYINCILIK
Adakale Sokak No: 14/4 Kızılay-Ankara
Tel: 0312. 434 0949
web: www.detayyayin.com.tr
e-posta: detayyay@gmail.com

ISBN:978-625-8822-39-7
9 786258 822397

Sertifika No: 46573

online satış: www.detayyayin.com.tr