

**T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

**TURİZM ALANINDA BİLİNÇLİ FARKINDALIK,
DESTİNASYON DENEYİMİ VE FAYDA: İÇ ANADOLU
BÖLGESİ'NDE BULUNAN KÜLTÜREL MİRASLARI
ZİYARET EDEN TURİSTLER ÜZERİNDE AMPİRİK
BİR ARAŞTIRMA**

MESUT MURAT ADABALI

DOKTORA TEZİ

**DANIŞMAN:
DR. ÖĞR. ÜYESİ FERDİ BİŞKİN**

KONYA-2020

 KONYA	T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü	 NECMETTİN ERBAKAN KONYA ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
--	---	---

Bilimsel Etik Sayfası

Öğrencinin	Adı Soyadı	Mesut Murat ADABALI		
	Numarası	158112013003		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı / Turizm İşletmeciliği Bilim Dalı		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans		
		Doktora	X	
Tezin Adı	Turizm Alanında Bilinçli Farkındalık, Destinasyon Deneyimi ve Fayda: İç Anadolu Bölgesi'nde Bulunan Kültürel Mirasları Ziyaret Eden Turistler Üzerinde Ampirik Bir Araştırma			

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu araştırmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Mesut Murat ADABALI








 KONYA	T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü	 NECMETTİN ERBAKAN KONYA ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
--	---	---

Doktora Tezi Kabul Formu

Öğrencinin	Numarası	158112013003
	Ana Bilim - Bilim Dalı	Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı - Turizm İşletmeciliği Bilim Dalı
	Programı	Doktora
	Tez Danışmanı	Dr. Öğr. Üyesi Ferdi BİŞKİN
	Tezin Adı	Turizm Alanında Bilinçli Farkındalık, Destinasyon Deneyimi ve Fayda: İç Anadolu Bölgesi'nde Bulunan Kültürel Mirasları Ziyaret Eden Turistler Üzerinde Ampirik Bir Araştırma

Yukarıda adı geçen öğrenci tarafından hazırlanan “**Turizm Alanında Bilinçli Farkındalık, Destinasyon Deneyimi ve Fayda: İç Anadolu Bölgesi'nde Bulunan Kültürel Mirasları Ziyaret Eden Turistler Üzerinde Ampirik Bir Araştırma**” başlıklı bu araştırma **06/03/2020** tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda **oybirliği** ile başarılı bulunarak jürimiz tarafından Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

Sıra No	Danışman ve Üyeler		
	Unvanı	Adı ve Soyadı	İmza
1	Prof. Dr.	Vural ÇAĞLIYAN	
2	Doç. Dr.	Hüseyin ÇETİN	
3	Doç. Dr.	F. Atıl BİLGE	
4	Doç. Dr.	Murat KOÇYİĞİT	
5	Dr. Öğr. Üyesi	Ferdi BİŞKİN (Danışman)	

Önsöz ve Teşekkür

Doktora öğrenimim boyunca sadece akademik konularda değil yaşam konusunda da bilgi ve tecrübelerini aktaran, tezin teşekkür kısmında formaliteden ötürü danışman hocaya teşekkür etme zorunluluğu bırakmayan değerli hocam Dr. Öğr. Üyesi Ferdi BİŞKİN'e sonsuz saygı ve teşekkürlerimi sunarım.

Tez izleme jürimde görüş ve önerileriyle katkılarını esirgemeyen kıymetli hocalarım Doç. Dr. Hüseyin ÇETİN ve Dr. Öğr. Üyesi Nahit YILMAZ hocalarım ve değerli jüri üyesi hocalarım Doç. Dr. Murat KOÇYİĞİT, Doç. Dr. Atıl BİLGE ve Prof. Dr. Vural ÇAĞLIYAN'a, tezimin analizleri için değerli katkılarından ötürü Doç. Dr. Yasin BİLİM, Dr. Öğr. Üyesi Selçuk KARAYEL, Dr. Öğr. Üyesi Yusuf BAYAR hocalarıma ve değerli dostum Dr. Öğr. Üyesi M. Cüneyt ŞAPÇILAR'a teşekkürlerimi sunarım.

Anket uygulaması esnasında destinasyonlarda bana yardımcı olan tüm kültürel miras alanı çalışanlarına ve alanlar hakkında bilgi sahibi olmamda yardımcı olan görevli rehberler, kültürel miras alanlarında kazı görevi yürüten arkeologlar ve yerel halka değerli katkılarından ötürü teşekkür ederim.

Lisansüstü öğrenimim boyunca sabırla her zaman bana destek olan ve daima varlığına şükrettiğim, değerli eşim Fulya ve doktora öğrenimim boyunca benimle ders çalışıp kalemlerimle canının istediği her yere şahane resimler çizen canımın parçası biricik oğlum Göktuğ Kadir'e,

Teşekkürlerin en büyüğünü hak eden, maddi ve manevi tüm zorluklarına rağmen hiçbir zaman bıkmadan yanımda olan, bir insanın sahip olduğu en değerli şey olan zamanını bana hesapsızca ayıran, varlığıyla bile tüm zorlukları aşmamda bana ilham veren, çocukluğumda kahraman, gençliğimde en iyi arkadaş ve şimdi can yoldaşım olan canım babam Kadir ADABALI'ya en derin saygı, sevgi ve teşekkürlerimi sunarım.

Konya, Mart 2020

İÇİNDEKİLER

Bilimsel Etik Sayfası	i
Doktora Tezi Kabul Formu	ii
Önsöz ve Teşekkür	iii
İçindekiler	iv
Özet	vi
Abstract.....	vii
Tablolar Listesi	ix
Ekler Listesi.....	x
Giriş	1

BİRİNCİ BÖLÜM

FARKINDALIK, BİLİNÇLİ FARKINDALIK, FAYDA VE DESTİNASYON DENEYİMİ KAVRAMLARI

1.1. Farkındalık Kavramı.....	4
1.2. Bilinçli Farkındalık Kavramı	6
1.2.1. Bilinçli Farkındalık İle İlgili Kuramlar.....	11
1.2.2. Bilinçli Farkındalığın Temel Unsurları.....	13
1.2.3. Bilinçli Farkındalık ve Turizm İlişkisi.....	15
1.3. Fayda Kavramı	16
1.3.1. Fayda Bölümlemesi	17
1.3.1.1. Yer Faydası.....	19
1.3.1.2. Zaman Faydası	19
1.3.1.3. Miktar Faydası.....	20
1.3.1.4. Kredi Faydası	20
1.3.1.5. Çeşit Faydası	21
1.3.1.6. Kalite Faydası.....	21
1.4. Destinasyon Deneyimi Kavramı	22
1.4.1. Destinasyon Sınıflandırması	23
1.4.2. Destinasyon İmajı	24

İKİNCİ BÖLÜM

UNESCO VE KÜLTÜREL MİRAS KAVRAMI

2.1. UNESCO ve Kültürel Miras İlişkisi.....	26
2.2. Kültürel Miras Kavramı	27
2.3. Türkiye’de Bulunan Somut ve Somut Olmayan Kültürel Miraslar	30
2.4. Türkiye’deki Somut Kültürel Miraslar	31
2.4.1. Göreme Milli Parkı ve Kapadokya (1985).....	31
2.4.2. Divriği Ulu Camii ve Darüşşifası (1985).....	32
2.4.3. İstanbul’daki Tarihi Mekanlar (1985).....	33
2.4.3.1. Sultanahmet Arkeolojik Parkı	33
2.4.3.2. Süleymaniye Koruma Alanı	34
2.4.3.3. Zeyrek Koruma Alan	34
2.4.3.4. Kara Surları Koruma Alanı	34

2.4.4. Hattuşa: Hitit Başkenti (1986)	35
2.4.5. Nemrut Dağı (1987)	36
2.4.6. Pamukkale ve Hierapolis Milli Parkı (1988)	37
2.4.7. Xanthos (Ksantos)-Letoon (1988)	37
2.4.8. Tarihi Safranbolu Şehri (1994)	38
2.4.9. Truva (Troya) Antik Kenti (1988)	39
2.4.10. Selimiye Camii ve Külliyesi (2011)	40
2.4.11. Neolitik Dönem Çatalhöyük Kalıntıları (2012)	41
2.4.12. Cumalıkızık Köyü (2014)	42
2.4.13. Bergama Antik Kenti (2014)	42
2.4.14. Diyarbakır Surları ve Hevsel Bahçeleri (2015)	43
2.4.15. Efes Antik Kenti (2015)	44
2.4.16. Ani Arkeolojik Alanı (2016)	44
2.4.17. Afrodias (Aphrodisias) (2017)	45
2.4.18. Göbeklitepe (2018)	46
2.5. Türkiye’deki Somut Olmayan Kültürel Miraslar	47
2.5.1. Meddahlık (2008)	47
2.5.2. Mevlevî Semâ Töreni (2008)	47
2.5.3. Âşıklık Geleneği (2009)	48
2.5.4. Karagöz (2009)	49
2.5.5. Nevruz (2009)	50
2.5.6. Geleneksel Sohbet Toplantıları (2010)	51
2.5.7. Kırkpınar Yağlı Güreş Festivali (2010)	53
2.5.8. Alevî-Bektaşî Ritüeli Semah (2010)	54
2.5.9. Geleneksel Tören Keşkeği (2011)	55
2.5.10. Mesir Macunu Festivali (2012)	55
2.5.11. Türk Kahvesi Kültürü ve Geleneği (2013)	56
2.5.12. Ebru: Türk Kâğıt Süsleme Sanatı (2014)	57
2.5.13. Geleneksel Çini Ustalığı (2016)	58
2.5.14. İnce Ekmek Yapma ve Paylaşma Kültürü (Azerbaycan, İran, Kazakistan ve Kırgızistan ile Çok Uluslu Dosya) (2016)	59
2.5.15. Bahar Kutlaması-Hıdırellez (Çok Uluslu Ortak Dosya) (2017)	59
2.5.16. Dede Korkut Hikayeleri (2018)	60
2.5.17. Geleneksel Türk Okçuluğu (2019)	61
2.6. Dünya Miras Geçici Listesi	61
2.7. Hipotez Gelişimi	62

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
TURİZM ALANINDA BİLİNÇLİ FARKINDALIK, DESTİNASYON
DENEYİMİ VE FAYDA: İÇ ANADOLU BÖLGESİ’NDE BULUNAN
KÜLTÜREL MİRASLARI ZİYARET EDEN TURİSTLER ÜZERİNDE
AMPİRİK BİR ARAŞTIRMA

3.1. Demografik Bulgular	65
3.2. Araştırmanın Modeli	66
3.3. Araştırmanın Önemi	68
3.4. Araştırmanın Amacı	69
3.5. Araştırmanın Hipotezleri	70
3.6. Araştırmanın Metodolojisi	71
3.6.1. Veri Toplama Metodunun Belirlenmesi	71
3.6.2. Veri Toplama Aracının Hazırlanması ve Geliştirilmesi	72
3.6.2.1. Anket Formunun Tasarımı	72
3.7. Örneklem Seçimi ve Büyüklüğünün Belirlenmesi	74

3.8. Test İstatistiklerinin Belirlenmesi ve Verilerin Düzenlenmesi	75
3.8.1. Test İstatistiklerinin Belirlenmesi	75
3.8.2. Ölçeklerin Güvenirlik ve Geçerliliği	77
3.8.3. Verilerin Düzenlenmesi	79
3.9. Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA).....	80
3.10. Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA)	83
3.11. Yapısal Eşitlik Modeli (YEM).....	92
3.12. Araştırma Verilerinin Analiz ve Bulguları	96
3.12.1. Hipotez Testleri.....	96
3.12.2. Fark Testleri	99
Sonuç ve Öneriler.....	111
Kaynakça	118
Özgeçmiş	144





T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin	Adı Soyadı	Mesut Murat ADABALI		
	Numarası	158112013003		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı / Turizm İşletmeciliği Bilim Dalı		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans		
		Doktora	X	
	Tez Danışmanı	Dr. Öğr. Üyesi Ferdi BİŞKİN		
Tezin Adı	Turizm Alanında Bilinçli Farkındalık, Destinasyon Deneyimi ve Fayda: İç Anadolu Bölgesi'nde Bulunan Kültürel Mirasları Ziyaret Eden Turistler Üzerinde Ampirik Bir Araştırma			

ÖZET

Günümüz yaşam koşullarının ortaya çıkardığı stres ve buna bağlı gelişen duygu değişimleri bireylerin iş ve sosyal yaşantılarında oldukça etkili olmaktadır. Bilinçli farkındalık, “âni yaşamak, o anda kalmak, geçmişi ve geleceği düşünmemek” olarak tanımlanmaktadır. Her sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de etkisini gösteren bilinçli farkındalık felsefesinin önemine istinaden, kültür turizminin yaygınlaşmasında ve bu turizm çeşidini tercih eden turistler için bir rehber niteliği taşıyan, UNESCO’nun ilan ettiği Dünya Kültürel ve Doğal Miras Listesi’nde yer alan Göreme Milli Parkı-Kapadokya (Nevşehir), Hattuşa-Hitit Başkenti (Çorum) ve Çatalhöyük Neolitik Kenti’ni (Konya) ziyaret eden 1264 katılımcının bilinçli farkındalık düzeyleri ölçülmüştür. Araştırmanın amacı, bilinçli farkındalık düzeyinin destinasyon deneyimi ve fayda üzerine olan etkisini belirlemektir. Araştırmada, kültürel miras alanlarını ziyaret eden turistlerin, ziyaret edilen alan ile ilgili farkındalık düzeyleri ölçülmüş ve ziyaret ettikleri alan ile duygusal bir etkileşim içerisine girip girmedikleri, alanı ziyareti esnasında ve sonrasında sahip oldukları duygu durumları tespit edilmiştir. Araştırmanın birincil verileri için anket yöntemi kullanılmıştır ve elde edilen veriler, yapısal eşitlik modeli çerçevesinde analiz edilmiştir. Frekans analizi ve fark testlerinin de kullanıldığı bu araştırmanın sonucunda, adı geçen kültürel miras alanlarını ziyaret eden turistlerin bilinçli farkındalık düzeylerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Türk katılımcıların bilinçli farkındalık düzeyleri yabancı katılımcılara göre yüksektir. Katılımcıların öğrenim düzeyi ve ziyaret edilen kültür mirasına göre de bilinçli farkındalık düzeyleri anlamlı farklılık göstermektedir. Bu araştırmada, turistlerin kültürel miras alanını ziyareti sonrasında sahip olduğu memnuniyet düzeyi, Türkiye’de turizm alanında ilk kez “Bilinçli Farkındalık Modeli” kapsamında ölçülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Bilinçli Farkındalık, Turizm, Yapısal Eşitlik Modeli, Kültürel Miras

 KONYA	T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü	 SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
---	--	---

Author' s	Name and Surname	Mesut Murat ADABALI		
	Student Number	158112013003		
	Department	Department of Tourism Management		
	Study Programme	Master's Degree (M.A.)		
		Doctoral Degree (Ph.D.)	X	
	Supervisor	Asst. Prof. Ferdi BİŞKİN		
Title of the Thesis	Mindfulness, Destination Experience and Benefit in the Field of Tourism: An Empirical Research on Tourists Visiting the Cultural Heritage in the Region of Central Anatolia			

ABSTRACT

The stress caused by today's living conditions and the emotional changes associated with this stress are very effective in individuals' work and social lives. Mindfulness is defined as “living the moment, staying in that moment, not thinking about the past and the future”. Regarding the importance of the mindfulness philosophy that shows its influence in the tourism sector as in every sector, the mindfulness levels of the 1264 participants who visited the Göreme National Park-Cappadocia (Nevşehir), Hattuşa-Hittite Capital (Çorum) and Çatalhöyük Neolithic (Konya) which are included in the World Cultural and Natural Heritage List declared by UNESCO, a guide for the popularization of cultural tourism and for tourists who prefer this type of tourism, were measured. The aim of this research is to determine the effect of the mindfulness level on the destination experience and benefit. In the research, the level of mindfulness of the tourists visiting the cultural heritage sites about the visited area was measured and whether they had an emotional interaction with the area they visited, their emotional state during and after the site visit was determined. The survey method was used for the primary data of the research and the data obtained were analysed within the framework of the structural equation model. As a result of this research, in which frequency analysis and difference tests were also used, it has been determined that the mindfulness levels of the tourists visiting the mentioned cultural heritage sites are high. The mindfulness levels of Turkish participants are higher than foreign participants. Mindfulness levels differ according to the education level of the participants and the cultural heritage visited. In this study, the level of satisfaction that tourists have after visiting the cultural heritage site was measured for the first time in the field of tourism in Turkey within the scope of “Mindfulness Model.”

Key words: Mindfulness, Tourism, Model of Structural Equations, Cultural Heritage

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 3.1. Bilinçli Farkındalık Modeli	67
Şekil 3.2. Araştırmanın Modeli	68
Şekil 3.3. DFA Sonuçları: Bilinçli Farkındalık Ölçeği.....	87
Şekil 3.4. DFA Sonuçları: Fayda Ölçeği.....	89
Şekil 3.5. DFA Sonuçları: Destinasyon Deneyimi Ölçeği.....	91
Şekil 3.6. Yapısal Eşitlik Modeli.....	94
Şekil 3.7. Kavramsal Modele İlişkin Yapısal Eşitlik Analizi Sonuçları.....	95



TABLolar LİSTESİ

Tablo 2.1. Kültürel Miras.....	28
Tablo 2.2. Hipotez Gelişimi.....	62
Tablo 3.1. Demografik Özelliklere İlişkin Sonuçlar.....	66
Tablo 3.2. Araştırmada Kullanılan Ölçekler ve Maddeleri.....	73
Tablo 3.3. Ölçeklerin Cronbach's Alfa Katsayıları ve Faktör Yükleri	74
Tablo 3.4. Yıllara Göre Ziyaretçi Sayıları.....	75
Tablo 3.5. Ölçeklerin Cronbach's Alfa Katsayıları ve Tamamlayıcı İstatistikleri.....	77
Tablo 3.6. Ölçeklerin Kaiser Meyer Olkin (KMO) Değerleri	79
Tablo 3.7. Ölçeklerin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları	80
Tablo 3.8. Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İndeksleri ve Değerleri	85
Tablo 3.9. DFA Sonuçları: Bilinçli Farkındalık Ölçeği	85
Tablo 3.10. DFA Sonuçları: Fayda Ölçeği	88
Tablo 3.11. DFA Sonuçları: Destinasyon Deneyimi Ölçeği.....	90
Tablo 3.12. Araştırma Modelinin Uyum İyiliği Değerleri.....	93
Tablo 3.13. Araştırma Modeli Bağlamında Hipotez Sonuçları	94
Tablo 3.14. Katılımcıların Bilinçli Farkındalık Düzeyleri	94
Tablo 3.15. YEM Sonucunda Değişkenlere Ait Katsayılar.....	99
Tablo 3.16. Kolmogorov-Smirnov Testi Sonuçları.....	99
Tablo 3.17. Katılımcıların Bilinçli Farkındalık Puanı Ortalamalarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması.....	100
Tablo 3.18. Katılımcıların Bilinçli Farkındalık Puanı Ortalamalarının Medeni Durumlarına Göre Karşılaştırılması.....	101
Tablo 3.19. Katılımcıların Bilinçli Farkındalık Puanı Ortalamalarının Yerli-Yabancı Ziyaretçiye Göre Karşılaştırılması.....	102
Tablo 3.20. Katılımcıların Bilinçli Farkındalık Puanı Ortalamalarının Öğrenim Durumuna Göre Karşılaştırılması.....	103
Tablo 3.21. Katılımcıların Bilinçli Farkındalık Puanlarının Anket Uygulaması Yapılan Kültür Mirasına Göre Karşılaştırılması.....	105
Tablo 3.22. Katılımcıların Bilinçli Farkındalık Puanlarının Kültürel Miras Alanına Kimine Geldiğine Göre Karşılaştırılması.....	106
Tablo 3.23. Katılımcıların Bilinçli Farkındalık Puanlarının Katılımcıların Yaş Aralığına Göre Karşılaştırılması.....	107
Tablo 3.24. Hipotez Testi Sonuçları.....	110

EKLER LİSTESİ

Ek-1 Türkçe Anket Formu	137
Ek-2 İngilizce Anket Formu	138
Ek-3 Japonca Anket Formu	139
Ek-4 Çatalhöyük Neolitik Kenti Araştırma İzin Belgesi	140
Ek-5 Hitit Başkenti-Hattuşa Araştırma İzin Belgesi	141
Ek-6 Göreme Milli Parkı ve Kapadokya Bölgesi Araştırma İzin Belgesi	143



KISALTMALAR LİSTESİ

AFA	: Açımlayıcı Faktör Analizi
AGFI	: Adjusted Goodness of Fit Index
CFI	: Comparative Fit Index
DFA	: Doğrulayıcı Faktör Analizi
GFI	: Goodness of Fit Index
RMSEA	: Root Mean Square Error of Approximation
RMSR	: Root Mean Square Residual
UNESCO	: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu.
YEM	: Yapısal Eşitlik Modeli
Pη	: Yapı Güvenirliliği
V.E.	: Açıklanan Varyanslar (Variance Explained)

GİRİŞ

Farkındalık, bireylerin deneyimlerini anlık olarak değerlendirdikleri ve bu değerlendirme sonucunda sahip oldukları duygu, düşünce ve bilgileri, olumlu veya olumsuz, yorum katmadan değerlendirmeleridir. Bilinçli farkındalığın temelini oluşturan bu düşünce sistemini ortaya çıkaran ilk kişi Buda'dır. Uzun zamandır Budist manastırlarının temel öğretilerinden birisi olan bilinçli farkındalık, bireylerin günlük hayatta karşı karşıya oldukları hemen her durumda yargılama yapmadan, duygularını değerlendirme dışında bırakarak olaylara nasıl yaklaşılması gerektiğini öğreten ve doğru kararlar vermelerini amaçlayan bir öğretilerdir. Bireyin olumsuz bir durum ile karşı karşıya kaldığında sağlıklı ve mantıklı düşünebilmesi ve tüm olumsuzluklar içerisinde olayın içinde var olan pozitif durumların farkına varabilmesi veya tam tersi, bireye gayet olumlu ve mantıklı gelen bir durumda mevcut olan olumsuzlukları fark edebilmek bilinçli farkındalık düzeyi yüksek bireyler için daha kolaydır. Çünkü bilinçli farkındalık düzeyi yüksek ise birey probleme yoğunlaşmak yerine, problemi oluşturan etmenlere odaklanarak sorunu çözmeyi başarabilmektedir ve bu süreç bireyin stresini azaltmakta, zorluklarla kolay başa çıkabildiği için öz saygısını da arttırmaktadır.

Çevresinde olan bitenlere karşı uyanık bir durumda olan bu bireylerin iş yaşantılarında da oldukça aktif ve başarılı olması, problem çözme yeteneklerinin gelişmiş olması ve karşılaştıkları zorluklara mantıklı ve uygun bir şekilde çözüm üretmeyi başarabilmeleri, kurumsal işletmeler ve büyük ölçekli işletmelerin yanı sıra küçük ölçekli fakat rekabetçi olmak isteyen firmaların da dikkatini çekmektedir. Bu sebeple, işletme yöneticileri personel eğitimlerine bilinçli farkındalık düzeyini yükseltmeyi hedefleyen eğitimler de eklemiştir. Ayrıca bu öğretilerin faydalarının farkında olan birçok eğitim kurumu, kamu kurum ve kuruluşu da bilinçli farkındalığın önemini anlamıştır ve yapılan iş her ne olursa olsun kalitesinin artırılması için bu eğitimleri çalışanlarına vermektedirler. Bilinçli farkındalık felsefesinin karşı karşıya bulunduğu en büyük sorun, Budist inancının bir öğretileri olmasıdır ve bu sebeple sadece Budist inancına sahip olan bireylerin bu felsefeyi yaşamlarının bir parçası haline getirdiği düşüncesidir. Fakat birçok sağlık kuruluşunda yapılan klinik araştırmalarda, bilinçli farkındalık eğitimleri verilen kişilerin psikolojik olarak daha

rahat hissettiği hatta psikolojik rahatsızlıkları bulunan bireylerin iyileşme kaydettiği, bu eğitimleri personellerine veren işletmelerin daha başarılı olduğu ve personellerinin iş kaynaklı kaygı ve streslerinin azaldığı gözlemlenmiştir.

Hizmet işletmeleri arasında yer alan turizm işletmeleri, misafirlerine daima en iyi hizmeti sunmayı ve onları tercih eden misafirleri mutlu ve tatillerinden memnun kalmış bir şekilde evlerine dönmelerini amaçlamaktadır. Bu bilgileri dikkate alarak, yönetim stratejilerine bilinçli farkındalığı dahil eden işletmelerin, ikame olanaklarının ve rekabetin oldukça yüksek olduğu turizm sektöründe rekabet avantajını sağlayabilecekleri düşünülmektedir.

UNESCO'nun 1972 yılında imzaladığı "Dünya Kültürel ve Doğal Mirasın Korunması Sözleşmesi"nin asıl amacı, dünya üzerinde var olan somut kültürel mirasları korumak olsa da ilan ettiği somut ve somut olmayan kültür miras listeleriyle birçok insanın ilgisini çekmektedir. İlan edilen listelere göz atıldığında, bir uygarlığın veya bir ulusun paha biçilemez eserlerinin ve kültürünün koruma altına alındığı görülmektedir. Turistik hareketleri etkileyen ana unsurlardan birisi olan merak, özellikle ilgi alanları kültür varlıkları olan turistleri yoğun bir şekilde bu bölgelere çekmektedir. UNESCO'nun ilan ettiği bu listeler ülkelerin başvuruları sonucunda oluşturulmaktadır. İlk olarak geçici listeye alınan kültür varlıkları gerekli şartları sağlaması halinde daimî listeye alınmaktadırlar.

Bu araştırmada, UNESCO'nun somut kültürel miras olarak kabul ettiği ve İç Anadolu Bölgesi'nde bulunan Göreme Milli Parkı-Kapadokya (Nevşehir), Hattuşa-Hitit Başkenti (Çorum) ve Çatalhöyük Neolitik Kenti'ni (Konya) ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin "Bilinçli Farkındalık Düzeyleri" ölçülmüştür. İç Anadolu Bölgesi'nde bulunan bir diğer kültürel miras alanı olan Divriği Ulu Camii (Sivas) 2017 yılında başlayan ve 2021 yılında bitirilmesi planlanan yenileme çalışmaları nedeniyle ziyarete kapatıldığından araştırma kapsamı dışında bırakılmak zorunda kalmıştır.

Bilinçli farkındalık düzeyinin ölçülmesinin sebebi, bilinçli farkındalığı yüksek bireyler aktif olarak bilgileri işler ve bir ortamda neler olup bittiğini sorgulamaktadırlar. Bilinçli farkındalık, bireyin kendi davranışı ve kendisinin bulunduğu ortam üzerinde maksimum kontrol sahibi olmasını sağlar (Langer ve Piper, 1989: 138; Moscardo, 1996: 382). Araştırmada bilinçli farkındalığın kültürel miras alanlarında yorumlanmasının sebebi; kültürel miras alanının, ziyaretçilerin fikirlerine

göre yorumlanmasının istenmesidir çünkü Moscardo (1996)'ya göre bilinçli farkındalık düzeyleri yüksek bireyler aktif bir şekilde sorgulayan, ilgilenen ve yeniden yorumlama kabiliyeti olan kişilerdir ve bu kişiler olaylara farklı bir bakış açısı getirebilmektedir. Bilinçli farkındalık düzeyi yüksek ziyaretçiler, ziyaretlerinden zevk almak, memnuniyet duymak, daha fazla şey öğrenmek ve bir konu hakkında daha fazla şey keşfetmek için diğer ziyaretçilere göre daha titiz olmaktadır.

Araştırmanın amacı, bilinçli farkındalık düzeyinin destinasyon deneyimi ve fayda üzerine olan etkisini belirlemektir. Araştırmada, kültürel miras alanlarını ziyaret eden turistlerin, alan ile ilgili bilinçli farkındalık düzeyleri ölçülmüş ve ziyaret ettikleri alan ile duygusal bir etkileşim içerisine girip girmedikleri, alanı ziyaretleri esnasında ve sonrasında sahip oldukları duygu durumları tespit edilmiştir.

Bu doğrultuda araştırmanın birinci bölümünde farkındalık, bilinçli farkındalık, fayda ve destinasyon deneyimi kavramlarına yer verilmiştir. İkinci bölümde ise kültür mirası kavramları üzerinde durulmuştur. Bununla birlikte, Türkiye'de bulunan UNESCO'nun "Dünya Kültür Mirası" ilan ettiği somut ve somut olmayan kültür mirasları hakkında bilgi verilmiştir.

Üçüncü bölümde, araştırmanın kapsamı, amacı, yöntemi ve modeli üzerinde durulmuştur. Araştırmanın niçin yapıldığı, elde edilen verilerin kuram ve uygulamaya yönelik ne gibi katkılar sağlayacağı açıklanmış; araştırmada yer alan bazı kavram ve yapılar hakkında değerlendirmelere yer verilmiş ve araştırma hipotezleri sunulmuştur. Araştırma sonucunda elde edilen veriler frekans analizi, fark testleri ve Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) ile açıklanmıştır. Analizler sonucunda elde edilen bulgular yorumlanmış, araştırmanın hipotezleri test edilmiş ve yorumları yapılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

FARKINDALIK, BİLİNÇLİ FARKINDALIK, FAYDA VE DESTİNASYON DENEYİMİ KAVRAMLARI

Farkındalık ve bilinçli farkındalık kavramları birbirine çok benzeyen kavramlar gibi görülse de farkındalık, fikir üretmek için önemli bilgilerin aktif olarak işlenmesi (Henderson, 2007: 39), bilinçli farkındalık ise bireyin sahip olduğu bilgileri ayırt edebilme veya yeni sonuçlar çıkarabilmek için bu bilgileri işleme yeteneğidir (Kabat Zinn, 2009: 24). Bilinçli farkındalığın fayda ile ilişkilendirilmesinin sebebi, Dutt ve Ninov'un (2016) bilinçli farkındalık felsefesini kavramış olmanın, bireysel açıdan öğrenme (fayda) ve ziyaret edilen destinasyonu yeniden ziyaret etme isteği konusunda oldukça önemli olduğunu belirtmesidir. Destinasyon deneyimi ile ilişkilendirilmesinin sebebi ise, Becker'ın (2008) destinasyonu, turizmin beş temel yapı taşı arasında göstermesidir.

1.1. Farkındalık Kavramı

Çoğunlukla psikoloji ve eğitim bilimleri alanında çalışmaların bulunduğu farkındalık kavramı 1980'li yıllardan sonra adı geçen alanlarda daha çok araştırma yapılmaya başlanmasıyla farklı tanımlarla ifade edilmiştir fakat tanımlar genellikle âna odaklanma, kabullenme, yargılamama ve gözlemlenme konuları ile ilgilidir.

Farkındalık; dikkatin, istemli bir şekilde ve yargısızca anlık deneyimlerin akışına yöneltilmesidir. Aynı zamanda, duygular ve düşüncelerden kaçılmaya çalışılmamakta, yargılanmamakta ve bastırılmamaktadır. Bu sayede birey tarafından üzüntü, kaygı, öfke gibi olumsuz durumlara karşı tahammül kapasitesi de artmaktadır (Kabat ve Zinn 2003: 147). Farkındalık, eleştirmeden ve yargılamadan bir bilinçlilik içinde olmaktır (Bays, 2012: 14). Thera (1972: 12) ise farkındalığı, “insanların, direkt olarak gerçeklikle en düz teması” olarak açıklamıştır. Bir istek yoğun bir biçimde ortaya çıktığında bireyler, konu ile ilgili daha dikkatli hale gelir ve farkındalık “dikkate almak” ya da “o nesneye yönelme” yoluyla ortaya çıkar. Bishop, Lau, Shapiro, Carlson, Anderson, Carmody, Segal, Abbey, Speca, Velting, Devins (2004: 236), farkındalığı, dikkatin bir çeşit öz denetimi olarak tanımlamıştır. Farkındalık hâlindeki kişi yeni bilgiye açıktır ve edindiği bilgileri kategorize ederek olayları birçok açıdan

ele alır (Langer, 1989: 47). Farkındalık “yeni farklılıklar keşfetme süreci” olarak da tanımlanmaktadır (Langer ve Moldoveanu, 2000: 131). Siegel, Germer ve Olendzki (2009: 21)’ye göre ise farkındalık;

- Boş bir hafızaya sahip olmak değildir. Aklın birçok yere değil, sadece bir yere odaklanmasıdır.
- Duygusuzluk değildir. Kişinin kendisine odaklanarak duygularından daha fazla haberdar olabilmesidir.
- Yaşamdan soyutlanmak değildir. Farkındalığın meditasyonla yakın ilişkisi olduğu için ve meditasyonun da Budist rahiplerle özdeşleştirilmesi farkındalığın yaşamdan soyutlanmak gibi düşünülmesine yol açmıştır. Aslında farkındalık, bireyin hayatın telaşesi içerisinde kaybolmasını engelleyerek hayatı daha iyi bir şekilde yaşamasını mümkün kılar.
- Dünyevi sıkıntılardan uzaklaşıp manevi bir yaşamı benimsemek değildir. Farkındalık; sıkıntıların farkına varmak, onları benimseyip sabretmek ve sonucunda sorunların üstesinden gelebilmektir.

Bilinçli farkındalıkta temel olan dikkat ve farkındalık, aynı zamanda mevcut durumu anlama ve karar verirken zıtlıkları en aza indirmek için de önem arz etmektedir (Brown, Ryan ve Creswell, 2007: 223). Reid (2011: 50)’e göre farkında olma bilinci, bilinçli farkındalığı oluşturan ana faktörlerden birisidir.

Literatüre bakıldığında, farkındalık çeşitli yöntemlerle incelenmiştir. Polster ve Polster’in (2013) oluşturduğu modelde farkındalık kavramının 4 alt boyutta incelendiği görülmektedir. Bireylerin sınırlarını bilmeleri, bu sınırların farkında olmaları ve tüm bunları kavrayarak davranmaları modelin temelini oluşturmaktadır. Modelin alt boyutları şu şekildedir;

- Fiziksel algılar ve duyguların farkındalığı
- Duyum ve eylemlerin farkındalığı
- İstemlerin farkındalığı
- Değerler bütünü farkındalığıdır.

1.2. Bilinçli Farkındalık Kavramı

Özyeşil, Arslan, Kesici ve Deniz (2011), “Mindfulness-Mindful Awareness” kavramını Türkçeye “Bilinçli Farkındalık” olarak çevirirken, Şahin ve Yeniçeri (2015) “Bilgece Farkındalık” olarak çevirmiştir. Bu araştırmada “Bilinçli Farkındalık” kavramı tercih edilmiştir.

Bilinçli farkındalık (mindfulness) kavramının ve bilinçli farkındalık uygulamalarının temellerinin 2.500 yıl öncesine dayandığı görülmektedir. Yapılan araştırmalara göre, bilinçli farkındalık felsefesini ve öğretilerini yaşamına dahil eden ilk kişi Buda’dır. Son 2.500 yılda bu felsefe, Asya’daki Budist manastırların düşünce ve uygulamalarının temelini oluşturmuştur (Almond, 1988: 34). Bilinçli farkındalığın Türkçe karşılığı “derin farkındalık hali” olarak da ifade edilmektedir. Bilinçli farkındalık, “yargılama yapmadan, sadece şu an ne olduğuna odaklanma” şeklinde de tanımlanmıştır (Brown ve Ryan, 2003: 823). Aynı zamanda, zihnin bir yeteneği, bir işlevi, sık sık pratik yapılan bir şey olarak tanımlanmaktadır. Bilinçli farkındalık, bireyin hem etrafındaki olayları hem de bu olaylara verdiği tepkilerin sebeplerini daha iyi analiz etmesini sağlamaktadır. Bu fikri içeren düşünme tekniği, bir ikileme karşılaşıldığında problemleri çözmeyi kolaylaştırmakta ve yaratıcılığı arttırmaktadır (Steele, 2008: 14). Bilinçli farkındalık günlük hayatı oldukça etkileyen bir inanıştır. Bilinçli farkındalık felsefesinin Budizm temelli olması, sadece Budist inancına mensup kişilerin bu öğretiyi benimsemesi demek değildir. Budist inancı bakımından farkındalık, insanın kim olduğunu, dünyadaki yaşamını ve insanın dünyadaki yerini ne şekilde gördüğünü irdeleyerek, meditasyonun da kullanılmasıyla, bilinçsizlik uykusundan uyandıran ve bilinçdışıdaki tüm seçeneklere ulaşarak onları yaşayabilme imkânı sağlayan bir durumdur (Kabat Zinn, 2009: 24). Bilinçli farkındalık, bireyin iç dünyasında ve çevresinde olup bitenleri eleştirmeden, ön yargı ve yargılamada bulunmadan yaklaşma yeteneğidir (Hayes, Orsillo ve Roemer, 2010: 239).

Bilinçli farkındalık bireylere zorlayıcı düşünce ve fikirleri düzenli ve dengeli bir şekilde kabullenme becerisi kazandıran “bağlantısız” farkındalıktır. Bunun zıttı olan durum ise aşırı özdeşleşmedir ve birey kendisini duygusal aktiflik içinde kaybettiğinde gerçekleşir (Ögel, 2012: 4). Bilinçli farkındalık, bireylerin zihinsel durumlarına veya demografik özelliklerine bakılmaksızın teşvik edilebilen bir

farkındalık halidir; bireylerin tatmini ve refahını arttırmak için neredeyse evrensel bir araçtır (Dutt ve Ninov, 2016: 85). Bilinçli farkındalık, bireyin olumsuz duyguları ortaya çıktığı anda duygularını değiştirmeye ya da bastırmaya çalışmadan, onlardan kaçmadan, kendini yargılamadan, olumsuz duygulara ilişkin açık düşünmeyi tercih etmesidir (Kirkpatrick, 2005: 12). Grossman, (2010: 89) bilinçli farkındalığın, gündelik hayatın alelade işlerinden uzaklaştıran dönüştürücü bir yol olma özelliğini vurgulamaktadır. Bu yol, duygusal, davranışsal, bilişsel, ahlaki, sosyal ve daha başka unsurları içinde barındırmakta ve bireyin iyi oluşunu desteklemekte ve acı çekme halini iyileştirmektedir.

Çeliker (2017: 5) ise bilinçli farkındalığı, şimdiki ânın içinde gerçekleşen deneyimin hoş, nahos veya nötr olup olmamasına bakmaksızın açıklıkla algılamak, buna müsaade etmek ve gözlemlemek olarak tanımlamıştır. Bireyde halihazırda var olan dikkati yönlendirebilme becerisini, açık bir merak ve niyet, yargısız ve kabule dayalı esnek bir tutumla geliştirmeyi esas almaktadır. Bilinçli farkındalık, geliştirilebilen bir davranış şeklidir. Tıpkı fiziksel aktiviteler aracılığıyla bireylerin beden sağlığını koruması gibi çeşitli bilinçli farkındalık egzersizleri ile zihinsel sağlığı da korumak ve geliştirmek mümkündür. Bu yöntemlerin başında meditasyon gelmektedir. Meditasyon, bir konu hakkında derinlemesine düşünmek anlamına gelmektedir ve Budist felsefesinde meditasyon “zihnin odaklanması” anlamına gelir (Olendzki, 2009: 32). Singh, Lancioni, Wahler, Winton ve Singh (2008: 661), bilinçli farkındalığın tanımı konusunda akademisyenler arasında bir uzlaşmanın olmadığını ve bu tanımın, üzerinde çalışılan bilim dalına göre (sosyoloji, psikoloji, klinik, dini vb.) farklılaştığını vurgulamaktadırlar. Holas ve Jankowski (2012: 38) ise bilinçli farkındalığın, bireyin farkındalık seviyesi ve kalitesi ile ilgili olduğu konusunda birçok akademisyenin hemfikir olduğunu fakat bu kavramın tanım ve içerikleri konusunda farklılıklar olduğunu belirtmişlerdir.

Kara (2016: 31) araştırmasında, çeşitli araştırmacıların (Baer, Smith, Allen, 2004; Dekeyser, Raes, Leijssen, Leysen ve Dewulf, 2008) yayınlarından derlediği bilgilerle bilinçli farkındalığın dört temel beceri kazandırdığını belirtilmektedir. Bu becerilerin bireye kazandırılması için çeşitli bilinçli farkındalık programları geliştirilmiştir. Bunlar;

- Âna odaklanma; birey, geçmişin geri gelmeyeceğini ve bu duruma müdahale edemeyeceğinin farkındadır. Bireyin geçmişi yeniden yaşama ve değiştirme gibi bir yeteneği yoktur. Gelecek ise henüz yaşanmadığı için belirsizdir. Bu sebeple birey, içinde bulunduğu âna odaklanmalıdır.
- Mesafe koyma; birey, yaşadığı duygulara ve düşüncelere yeniden ve daha objektif olarak bakma becerisi kazanmaktadır. Bu beceri aracılığı ile birey, kendisini düşüncenin bir parçası olarak görmez, düşüncüyü sadece “düşünce” olarak görür ve bu sayede duygu ve düşüncelerine uzaktan bakabilme becerisi kazanır.
- Serbest bırakma; birey, zihninde korku ve kaygı gibi olumsuz duygular aracılığı ile bir olay oluşturur ve bu düşünceler bir süre sonra bireyi esir almaya başlar. Bilinçli farkındalık felsefesinde birey bu olumsuz duygulara tepkisel yaklaşmak yerine bu olayları sakince karşılar ve olumsuz düşünceleri serbest bırakır.
- Kabullenme; birey, kendisini rahatsız eden duygu ve düşüncelerden kaçmak yerine bu deneyimleri tecrübe eder. Kabullenmede, yargılamaya yer yoktur, olaylara içtenlikle ve kibar yaklaşmaktadır.

Buda, acı çekmeyi, birbiriyle karşılıklı ilişki içinde olan, karmaşık, kendini devam ettiren dinamik bir yapıya sahip olan zihinsel içerik ve süreçler olarak tanımlamıştır (Siegel, Germer ve Olendzki, 2009: 23). Bu dinamik yapı, sürekli acı üretmektedir. Bu durumu geçici ya da kalıcı olarak sonlandırmak için dinamik yapının kaynak olarak kullandığı şartların değiştirilmesi gerekmektedir. Bu değişimi sağlamak için Teasdale ve Chaskalson tarafından (2011: 91) üç adet strateji önerilmiştir. İlk strateji zihnin işlediği içerik ile, ikincisi içeriğin nasıl işlendiği ile, üçüncüsü ise içeriğe dair görüş ile ilgilidir.

Bu stratejilerden ilki olan girdiyi değiştirme stratejisinde; dikkat, genel olarak bilinçli halde yapılmayan, otomatik ve alışkınlığa bağlı aktif olmayan bir yapıdadır. Karşı karşıya kalınan durumlara dikkat verilirken, geçmişten gelen ve acı veren anılar da eşlik etmektedir. Bu durumdan kurtulmanın yolu, dikkati kasten belli nesnelere yöneltmek olarak belirtilmektedir. Bu düşünce yapısında nesnelere; nefes, ses gibi nötr yapıda duygusal uyaranları içermektedir. Birey bu sayede dikkat değişimini

gerçekleştirmeyi öğrenir. Depresif düşünceye yol açan ve acı çektiren konu üzerinde sürekli düşünme halinin farkında varılıp bu sıkıntının aşılması mümkün hale getirilir.

Stratejilerden ikincisi olan, zihne ait girdinin nasıl işlendiğini değiştirmek ise; birey, istenmeyen olaylarla karşılaştıktan sonra zihni sürekli meşgul durumdadır ve sürekli olarak duruma ait sonuçları ve etkileri düşünmektedir. İlk olarak, bilinçli farkındalığın esaslarından birisi olan “bilinçli farkındalık felsefesini hatırlamak” gereklidir. Bilinçli farkındalık ise olay sonrası dikkati farklı düşüncelere ve duygulara yönlendirerek zihnin işleyişini değiştirir, sürekli acı üreten yapıya engel olur.

Son olarak bakış açısını değiştirmek; deneyimlere dair genel bir bakış açısı ile oluşturulan görüşlere “şema ve zihinsel modeller” adı verilmiştir. Bu modeller deneyimleri belli bir şekilde görmeyi sağlayan lenslere benzetilmektedir. Acının ise belirli özelliklere sahip lensler ile deneyime bakılması sonucu olduğu belirtilmektedir. Bunlardan ilki, deneyimlerin, dinamik şekilde an be an gerçekleşen süreçler şeklinde değil, bağımsız şekilde var olan nesnel ve öznel şeklinde görülmesini içeren bakış açılarıdır. İkincisi ise, bazı şartların oluşmasıyla meydana gelmiş, kişinin kendisine mâl etmemesi gereken deneyimlerle kişisel olarak özdeşleşip, durumu ‘ben’ ya da ‘bana ait’ bakış açısıyla görmesi sonucu oluşmaktadır. Konuya işletmeler açısından bakıldığında, personelinin bilinçli farkındalık düzeyini arttıran işletmeler, daha güçlü bir rekabet üstünlüğü sağlamakta, markaya sadık tüketici topluluğu oluşturmakta ve tüketiciye anlamlı bir deneyim sunabilmektedirler. Gordon, Shonin, Zangeneh ve Griffiths (2014: 135) bilinçli farkındalık uygulamalarının iş ortamında faydalarını inceleyen araştırmasında, kişinin yaşadığı stresi azaltmanın yolunun, dış çevresini değiştirmekten çok, içsel duygularını düzeltmesi olduğunu vurgulamışlardır.

Yapılan klinik araştırmalarda ise depresyon, kaygı ve ruh sağlığı ciddi bir biçimde zarar görmüş olan bireylerde bilinçli farkındalık düzeyinin artırılması sonucunda, sağlıklarının iyiye gittiği ve yaşam kalitelerinin iyileştiği gözlemlenmiştir. Yapılan bir diğer araştırmada ise stres düzeyinin artması sonucunda, işyeri ve ofislerde stresi azaltmak ve çalışanların bilinçli farkındalık düzeylerini arttırmak amacıyla bir araştırma yapılmış, bu araştırma sonucunda çalışanların stresi azalmış ve refah düzeyleri artmıştır (Laurie ve Blandford, 2016: 2). Chambers, Gullone ve Allen, (2009: 561)’a göre bilinçli farkındalık sürecinin bireylerde oluşan psikolojik iyilik

halleri üzerinde olumlu etki yaptığı sıklıkla incelenmiş, pek çok klinik uygulamaya bilinçli farkındalık etkin bir bileşen olarak dahil edilmiş, böylelikle, bireylerin deneyimledikleri stresin azaldığı, iyilik hallerinin arttığı gözlenmiştir. Bilinçli farkındalığı yüksek bireyler huzurlu, mutlu ve çevrede olan bitene karşı uyanıklardır. Birey, içindeki duygu ve düşünceleri nasıl tanımlayacağını ve değerlendireceğini bilir (Kabat-Zinn ve Hanh, 2009: 44). Bilinçli farkındalık düzeyi yüksek olan bireyler zorlu ve acılı sorunlarla yüz yüze geldiklerinde endişelenip o sıkıntıya yoğunlaşmak yerine, sorunları oluşturan sebeplere yoğunlaşırlar. Bu süreç, negatif düşüncüyü yok eder, öz eleştiriyi hafifletir ve kendini anlamayı yükseltir (Neff, 2003: 96). Sipe ve Eisendrath (2012: 63)'a göre bu tür yaklaşımlar en az antidepresanlar kadar etkilidir.

Bilinçli farkındalık kavramının daha iyi anlaşılabilmesi amacıyla Siegel, v.d. (2009: 55) araştırmasında “bilinçli farkındalık ne değildir?” konusunu ele almıştır. Bilinçli farkındalık ile ilgili değerlendirmeleri aşağıdaki gibidir;

- Bilinçli farkındalık rahatlamaya çalışmak değildir. Birey yaşantısında neler olduğunun farkında vardığında, özellikle can sıkıcı durumlarda ve kendisi ile ilgili daha fazla şey öğrendikçe sorunlara karşı daha ihtiyatlı olmaktadır. Bu sayede aşırı duygu içeren durumlara karşı sakinlik kazanmaktadır ve zor durumları daha çabuk atlatabilmektedir.
- Bilinçli farkındalık bir din değildir. Her ne kadar Budist rahipler ve keşişler tarafından 2.500 yıldan fazladır uygulanıyor olsa da sadece bireylerin kendilerini geliştirmesini amaçlayan ve yaşamlarını kolaylaştıran bir egzersizdir. Ayrıca modern psikoloji alanında çalışan bilim insanları, bilinçli farkındalığın temel bir iyileştirici faktör olduğunu düşünmektedir.
- Bilinçli farkındalık yaşamdan soyutlanmak değildir. Birey, bilinçli farkındalığın her ne kadar önemsiz veya sıradan olduğunu düşünse de hayatımızın her alanında yaşamına etkisi olduğunu değiştiremez. Örneğin çok basit veya sıradan gözükse bile bir yemeğin aromasına dikkat ettikten sonra veya bir gülün rengini dikkatli bir şekilde inceleyip öğrendikten sonra bu konularda bireyin dikkati ve farkındalığı artacaktır. Bu yüzden bilinçli farkındalık bireyin kendisini eksiksiz deneyimlemesini sağlamaktadır ve hayatını sıradan bir hayatmış gibi görmesini engellemektedir.

- Bilinçli farkındalık zihindeki düşünceleri boşaltmak değildir. Beyin her zaman düşünceler üretecektir fakat bilinçli farkındalık, bireyin düşünceleri ve duyguları arasındaki dengeyi bulunmasını sağlar. Düşüncelerle daha az mücadele edildiği için bireyin kendini rahat hissetmesini sağlar.
- Bilinçli farkındalık zor değildir. Birey zihninin durmadan bir şeyler ürettiğini keşfettiğinde korkmamalıdır çünkü zihnin doğasının bu şekilde olduğu belirtilmektedir ve bireyin hayatının herhangi bir döneminde bu durumu mutlaka keşfedeceği düşünülmektedir. İronik bir şekilde birey umutsuzluğa kapıldığında aslında olayların farkında olduğuna dikkat etmemektedir. Bu sebeple, bireyin aslında kendisinde var olan fakat henüz keşfedemediği bilinçli farkındalığı kazanması zor değildir.
- Bilinçli farkındalık acıdan kaçmak değildir aksine acı ile mücadele edebilmektir. Bu fikrin kabul edilebilirliği ne kadar zor görünse de öfkelenmek veya üzölmek yerine birey acıyı kabul etmelidir çünkü acı, öfkeli bir boğa gibidir. Sıkı bir şekilde bağlı olduğunda, yani acıyı sürekli zihnimizde tuttukça vahşi olup kaçmaya çalışacaktır ve bu bireye acı vermeye devam edecektir. Fakat birey zihnindeki bu bağı çözdüğünde öfkeli olan boğa geniş alanda sakinleşecektir. Bu sebeple bilinçli farkındalık, acı için duygusal bir alan yaratır denilebilir.

1.2.1. Bilinçli Farkındalık İle İlgili Kuramlar

Özyeşil'e göre (2011), bilinçli farkındalık ile ilgili kuramlar bulunmaktadır. Bunlar, bilişsel davranışçı terapi, Gestalt psikolojisi, psikodinamik psikoterapi, insancıl psikoterapi ve varoluşçu psikoterapidir.

Bilişsel Davranışçı Terapi: Literatüre bakıldığında bu terapinin temelleri Watson'ın (1925) davranışçı çalışmaları ile başladığı belirtilmektedir ve süreç içerisinde temel olarak üç kuşak yer almaktadır (Hayes, Folette ve Linehan, 2004: 248). Budizm gibi geleneksel psikolojilerden bilişsel davranışçı terapilere çok sayıda fikir ve uygulamalar uyarlanmıştır. Budizm ve bilişsel terapiler "dünyayı düşüncelerimizle oluştururuz" ortak görüşünü paylaşmaktadırlar. Ayrıca Budizm ve bilişsel terapiler, bireylere fikirlerinin nasıl meydana geldiğini, belirli bazı fikir ve taleplerinin neticesini

kavramalarında yardımcı olurlar ve bu fikir ve talepleri ile mücadele etmek için kendilerini nasıl eğitecekleri hakkında da yol göstericidirler (Gilbert, 2005: 13).

Gestalt Psikolojisi: Gestalt Psikolojisinin ana konusunu algı ve bellek oluşturmaktadır. Birey, yaşantısının bir parçası olan herhangi bir nesneyi, durumu ya da olayı, duyu organlarının ilettiği parçasal verilerden, bütünsel, yapısal bir anlama dönüştürerek algılamaktadır. Algılama, duyularla gelen parçasal verilere değil, bunlar arasındaki bütünsel ilişkilerin yapılaşmasına bağlı olarak gerçekleşir. Gestalt Almanca'da şekil ya da bütün anlamına gelir. Gestalt psikolojisinde yapısal bütünlük, figür ile zemin arasındaki belirleyici ilişkiden kaynaklanmaktadır. Bir başka deyişle, figürün anlamı onun zemin ile ilişkisinden, aynı biçimde, zeminin anlamı da onun figürle olan ilişkisinden ve ilişkilerin bütünsel bir gestalt oluşturmasından kaynaklanmaktadır. Bundan çıkan sonuç ise, herhangi bir nesnenin tek başına değil, ait olduğu ilişkiler çerçevesinde algılandığında bir anlamı olabileceğidir (Güzel, 1995: 10).

Psikodinamik Psikoterapi: Psikodinamik kuramcılar Carl Jung döneminden beri Budist psikolojiye önem vermişlerdir. Bireyin kendi zihinsel durumu veya başka bireyler hakkında düşünebilme kapasitesi bir bilinçli farkındalık becerisidir. Psikodinamik psikoterapistler, bilinçli farkındalığı davranış bilimcilerden daha önce keşfetmişlerdir çünkü psikanaliz tarihsel olarak bilinçli farkındalık alıştırmalarıyla aynı özelliklere sahiptir. Her iki yaklaşımın amacı, bireyin iç yaşamını keşfetmesine yönelik ve yaşamın farkında olmak ve yaşanılanları kabul etmeyi değişimin ön şartı olarak varsayarlar. Her iki yaklaşım da bilinçaltı süreçlerin önemini vurgularlar (Özyeşil, 2011: 36).

İnsancıl Psikoterapi: Budist psikolojide olduğu gibi insancıl yaklaşım da “bireyin doğasında olan kapasitesini sağlıklı ve işlevsel hale getirmesini vurgular” şimdiye, yaşamın farkında olabilmeye, kararlarımızdaki sorumluluğumuzu kabullenmeye ve anksiyeteyi tölere edebilmeyi öğrenmeye yoğunlaşır (Shahrokh ve Hales, 2003, Özyeşil, 2011: 37).

Varoluşçu Psikoterapi: Bu psikoterapi türü Budist felsefesinin her gün tekrar edilmesini tavsiye ettiği “Beş anımsana” ile ilişkilidir (Hanh, 1998: 186). Bu felsefeye göre,

- Bireyin doğasında yaşlanmak vardır ve yaşlanmaktan kaçmanın bir yolu yoktur.
- Bireyin doğasında hastalanmak vardır ve hastalanmaktan kaçmanın bir yolu yoktur.
- Bireyin doğasında ölüm vardır ve ölümden kaçmanın bir yolu yoktur.
- Birey açısından kıymetli olan ve sevdiği herkesin hayatında değişim mevcuttur. Kıymetli olanlardan ve sevdiği herkesten ayrılmamanın bir yolu yoktur.
- Bireyin yaptıkları onun sorumluluğundadır ve birey bunların sonuçlarından kaçamaz.

1.2.2. Bilinçli Farkındalığın Temel Unsurları

Bilinçli farkındalığın temel unsurları Kabat-Zinn (2009: 33) tarafından 7 kategoride sıralanmıştır.

Yargılayıcı olmama: Bireyin, hemen her gördüğü şey için bir sınıflandırması ve etiketi olduğu belirtilmiştir. Karşı karşıya kalınan olaylar ve kişiler bireye hissettirdikleri bakımından “iyi” veya “kötü” olarak yargılanır. Bu ikisi dışında kalan ve “nötr” olarak tabir edilen durum ise bireyin bilincinin tamamen dışındadır. Tarafsız olan durumlar, insanlar ve olaylar tamamen bilincin dışındadır. Deneyimleri sınıflandırma ve yargılama alışkanlığı bireylerin bazı tepkiler vermesine yol açar ve birey o anda tam olarak olayın farkında ve tarafsız olamaz. Tüm bu yargılar ise zihnin bir şeyi sevmesi veya sevmemesi ile ilgili fazlasıyla meşgul olmasına sebep olmaktadır. Yaşamdaki stres kontrol altına alınmak isteniyorsa yapılması gereken ilk şey kendiliğinden meydana gelen bu yargıların farkında olmaktır. Bu sayede birey ön yargılarından kurtulmakta ve korkularının farkında varmaktadır. Bireyin ihtiyacı olan tek şey, neler olduğunun farkında olmasıdır. Yargıların yargılanması her şeyi karmaşık hale getirebilmektedir.

Sabır: Bilgeliliğin bir türü olarak tanımlanan sabır, bazı şeylerin kendi zamanlarında ortaya çıkması gerektiği ve bireyin bunu anlayarak kabul ettiğini göstermektedir. Bu duruma örnek olarak, bir çocuk tırtılın kozasını açarak bir kelebeğin ortaya çıkmasına sebep olabilir fakat kelebek genellikle bundan bir fayda göremez. Herhangi bir yetişkin ise kelebeğin kozasından zamanı geldiğinde çıkacağını, acele etmenin gerekli

olmadığını bilmektedir. Aynı şekilde farkındalık uygulamalarında, birey kendi zihnine ve bedenine karşı sabırlı olmalıdır. Sabırsız olmaması gerektiğini kendisine hatırlatması gereken birey, aksi durumda kendisini zihnini yargılamak veya gergin ve tedirgin şekilde bulabilir. Ortaya çıkan durumları kendi gerçekliği olarak kabullenmeli ve hayatının bir parçası olarak görmelidir.

Acemi Akli: Yaşanılan ânın zenginliği, yaşamın kendi zenginliğidir. Çoğu zaman bireyin düşündüğü ve “bildiği” şeyler, gerçekteki durumu tüm açıklığı ile görmekten alıkoymaktadır. Bu sebeple bireyler, içinde bulunduğu ânın zenginliğini görmek için “acemi akli” ni öğrenmelidir. Bu öğretilerde birey, her şeyi sanki ilk kez görüyormuş gibi davranmalıdır ve böylece geçmiş deneyimlere takılı kalarak ön yargılarından kurtulabilmektedir. “Acemi akli” bireylerin yeni olasılıklara açık olmalarını sağlamaktadır. Hiçbir an diğeriyle aynı değildir. Her biri benzersizdir ve yeni olasılıklar içermektedir.

Güven: Bireyin kendisine ve duygularına temel bir güven geliştirmesi meditasyon eğitiminin ayrılmaz bir parçasıdır. Süreç boyunca bazı hatalar yapılsa bile bireyin kendi sezgi, fikir, bilgi ve iyiliğine güvenmesi meditasyonda çok önemlidir. Başka birini taklit etmek tamamen aykırıdır çünkü başka biri gibi olmak imkansızdır. Bireyin tek umudu kendisidir ve kendisini daha eksiksiz birisi yapmalıdır. Bilinçli farkındalık uygulanırken birey kendisi olmalıdır ve kendi varlığını dinlemeyi, güvenmeyi ve sorumluluk alma bilincinde olmayı bilmelidir. Birey bu duyguları ne kadar geliştirirse, diğer insanlara güvenmek ve iyiliklerini görmek o kadar kolay olacaktır.

Hırslanmamak: Bireyler yaptıkları hemen her şeyi bir şeyler elde etmek uğruna veya bir yerlere gelmek amacıyla yaparlar. Fakat bu amaç, meditasyona engel bir durum ortaya çıkarabilmektedir çünkü meditasyonun insanların yaptığı tüm aktivitelerden farklı olduğu düşünülmektedir. Aslında meditasyon, hiçbir şey yapmamaktır ve bireyin kendisinden başka birisi olma hedefi yoktur. Meditasyon yapılırken “rahatlamam gerekiyor, aydınlanmam gerekiyor, daha iyi bir insan olacağım” gibi düşünceler o anda bireyin içinde bulunduğu durumdan dolayı iyi olmadığı fikrini kendi zihninde meydana getirir. Bu tutum, o anda olan şeye dikkatini vermekle ilgili olan bilinçli farkındalığın kazanılmasını engellemektedir.

Kabullenme: Kabullenme, “olayları gerçekte olduğu gibi görmek” anlamına gelmektedir. Birey, kabullenme durumuna çok yoğun inkâr ve öfke dönemlerinden geçtikten sonra ulaşmaktadır. Sadece büyük felaketlerde değil, günlük yaşantıda da meydana gelebilen bu süreçte bile birey çok büyük enerji harcar ve durumun istediği gibi olması için tüm şartlarını zorlar. Bu durum bireyde fazla gerilimin oluşmasına sebep olur ve olumlu bir değişim olmasını engellemektedir. Kabullenme, her şeyin sevilmesi gerektiği veya her şeye karşı pasif bir tavır alınmasını, ilke ve değerleri terk etmek anlamına gelememektedir. Aynı zamanda olaylardan oldukları gibi memnun olunması veya bir şeyleri olması gerektiği gibi hoşgörülle karşılanması anlamına da gelmemektedir. Bu durum, gerçekleşen olayları olduğu gibi görmeye istekli olduğunu belirtir. Kabullenme tutumunun kazanılması, bireyin hayatına uygun hareket etme fırsatı kazanmasını sağlar.

Oluruna Bırakmak: Bireyler içsel yaşantılarında dikkat verdiklerinde, akıllarında kalan bazı düşünceler, duygular ve durumlar olduğunu keşfetmektedirler. Bunlar memnuniyet verici ise bu düşünceler, duygular ve durumlar sürdürülür ve bireyler akıllarında bu durumları tekrar canlandırma eğilimindedirler. Benzer şekilde bireyler, unutmaya, önlemeye veya kendisini korumaya çalıştığı birçok düşünceye de sahiptir çünkü bunlar bireylere acı vermekte, korkutmakta ve acıtmaktadır. Oluruna bırakmak, bazı şeylerin oluşmasına izin vermektir ve her şeyi olduğu gibi kabul etmektir. Bireyler kendi yaşamlarını da değerlendirirken yargılayıcı olan bu düşünceleri de oluruna bırakmalıdır. Bu durum bireylerin yabancı oldukları bir durum değildir çünkü her gece uyumadan önce yapılan bir eylemdir. Eğer zihin serbest bırakılmazsa ve bireyler kendilerini uyumaya zorlarsa bu durum bireyleri psikolojik açıdan daha kötüye götürmektedir.

1.2.3. Bilinçli Farkındalık ve Turizm İlişkisi

Bilinçli farkındalık ve turizm ile ilgili ilk uygulama, Moscardo ve Pearce tarafından 1986’da Birleşik Krallıkta bulunan bir kültürel miras alanında yapılmıştır. Turistlerin, kültürel miras alanını nasıl yorumladığı ve onlara sunulan hizmet kalitesinin hangi düzeyde olduğunu anlamak için yapılan uygulamada, bilinçli farkındalık düzeyi yüksek turistlerin daha fazla öğrenme ve daha yüksek memnuniyet düzeyine sahip oldukları belirlenmiştir (Moscardo, 2009: 104).

Bilinçli farkındalık kavramını bilmek, farkındalık sahibi turistleri ziyaret ettikleri destinasyonlarda tespit etmeyi sağlayabilir. Bu turistler, kültürel miras alanlarını ciddi bir biçimde yorumlayan, daha fazla öğrenmeye istekli olan ve öğrenmekten zevk alan kişilerdir ve bilgi edinilmesi açısından değerlidir. (Moscardo, 1996: 380). Bilinçli farkındalık sahibi turistlerin, diğer turistlere göre kültürel mirasları daha iyi değerlendirdikleri ve anladıkları belirtilmektedir. Bilinçli farkındalığın aynı zamanda turistlerin deneyim kalitesini arttırdığı ve turistler ile miras alanları arasında sürdürülebilir bir bağlantı oluşturduğu şeklinde de yorumlanmaktadır (Chen, Scott ve Benckendorff, 2014a: 2). Bilinçli farkındalık düzeyi yüksek turistler, bilgileri aktif olarak işleyen ve destinasyonda bulunan etkinlikleri sorgulayan ve sonuç olarak kültürel mirası ve çevresini daha iyi değerlendirebilen turistlerdir (Prentice, Guerin ve McGugan, 1998: 7).

Moscardo (2009: 106)'ya göre, bilinçli farkındalık sahibi turistlerin turizm de önemli bir yeri vardır. Örneğin, ziyaret ettikleri kültürel mirasını diğer ziyaretçilere göre daha iyi yorumlayabilmektedirler. Bu turistler, kendilerine, başkalarına ve çevreye zarar verecek davranışlardan kaçınırlar. Ayrıca diğer turistlere göre ziyaret ettikleri kültür mirasını daha iyi öğrenirler ve ziyaretten memnun kalmaları, başkalarına ziyaret ettikleri destinasyonu önermeleri daha muhtemeldir.

1.3. Fayda Kavramı

Fayda, ihtiyaca çok benzemektedir. Rahatlık, prestij, düşük fiyat, itibar görme, dikkat çekme, romantizm, sessizlik ve güvenlik tatil satın almada beklenen faydalardan birkaç tanesidir (Lewis, Chambers ve Chacko, 1995: 316). Tüketiciler, üründen bekledikleri faydaya göre sınıflandırılabilirler. Bu sayede tüketicilerin aradıkları faydanın ne olduğunu bilinebilmektedir ve bu bilgiler pazarlamacılar açısından iki şekilde yararlıdır. İlk olarak, tüketicileri özel ürünlere çekmek için onlara neyi tanıtmaları gerektiğinin bilgisine ulaşmada yardımcı olmaktadır. İkinci olarak, tüketici tiplerinin tanımlanmasında önemli bilgilerin elde edilmesini sağlamaktadır (Kotler, Bowen ve Makens, 1999:248). Bu sayede hedef kitle, satın aldıkları üründen beklentilerini, ekonomik fayda, statü elde etme, yeni deneyimler yaşama, heyecan arama gibi gruplara ayrılabilir. Böylece, işletme yöneticileri oluşturulan bu tüketici gruplarından kendi ürünlerini tercih eden tüketicileri

belirlemektedirler ve tüketicilerin tercih ettikleri üründe aradıkları faydayı belirleyerek kendi ürünlerini bu doğrultuda geliştirmeye çalışmaktadırlar (Kavak ve Aksöz, 2003:233).

Tüketici pazarlarını değerlendirmede tanımlayıcı istatistiklerin yanı sıra fayda değişkeninin de kullanılması doğru bir strateji olarak değerlendirilmiştir (Calantone ve Joher, 1984:22). Palacio ve McCool'a göre (1997: 236) bir ürünün tüketiciye neden çekici ve kullanışlı geldiği hakkında bilgi edinmenin, ürünlerin fiyatları belirlenirken fiyat-ürün uygunluğunun belirlenmesi konusunda oldukça faydalı bir bilgi olduğu belirtilmektedir.

1.3.1. Fayda Bölümlemesi

Pazar bölümlemede ortaya çıkan ve yaklaşımlardan birisi de fayda bölümlemesine gidilmesidir (Yüksel ve Yüksel, 2002: 318). Fayda bölümlemesi, bir mal veya hizmetten beklenen faydanın tüketici gruplara göre ayrılması görüşüne dayanmaktadır. Örneğin, bir tüketici otomobilden istenilen yararın emniyetli, dayanıklı olmasını düşünürken; diğer tüketicinin gerçekte istediği yarar başkalarını etkilemek olabilir (İslamoğlu, 2009: 100). Gerçekte tüketici istekleri, bir bakıma, tüketicilerin maldan bekledikleri faydalardır (Cemalcılar, 1999: 50). İlk ortaya çıktığı 1961 yılından bu yana, özellikle Amerika'da, büyük şirketler tarafından kullanılmıştır (Haley, 1968: 31). Fayda bölümlemesi, müşterilerin benzer ürünleri farklı sebeplerden dolayı satın aldıklarını ve farklı ürün özelliklerine değişik anlamlar yükledikleri varsayımı doğrultusunda yapılmaktadır (Webster, 1991: 100). Belirli bir ürünü veya hizmeti tüketen kişilerin aradığı yararlar, gerçek pazar bölümlemesinin temelini oluşturur (Matear ve Gray, 1996: 44). Bu nedenle, diğer yaklaşımlardan daha iyi belirleyiciler sağlamaktadır. Diğer değişkenlerle birlikte kullanıldığında fayda bölümlemesi, pazarlama ile ilgili net bir görüş sağlar (Sarıgöllü ve Huang, 2005: 278).

Pazar bölümleme çalışmalarında, ilk önce insanların aradıkları faydayı saptamanın gerektiği savunulmaktadır. Fayda bölümlemesinin yararı, tüketicilerin üründen bekledikleri faydayı ortaya çıkarmasıdır. Bu sayede daha kolay ve etkili bir pazar bölümlemesi yapılmaktadır. Rahatlık, prestij, düşük fiyat, itibar görme, dikkat çekme, romantizm ve sessizlik tatil satın alımında beklenen faydalardan birkaç tanesidir (Lewis vd., 1995: 316). Bu nedenle, tüketicilerin aynı ürün ya da hizmetten

bekledikleri fayda göz önüne alındığında, o üründen bekledikleri yarar birbirlerinden farklı olabilir (Sarıgöllü ve Huang, 2005: 278). Ayrıca ürünün, tüketiciye sağlayabileceği fayda ile tüketicinin üründen beklediği fayda birbiriyle örtüşmelidir (Uçar, 2006: 71). Pazarlama alanında çalışanlar, fayda bölümlenmesi aracılığıyla tüketicilerin bir ürünü neden tercih ettiğini tespit ederler ve araştırmaya konu olan tüketicilerin gelecekteki satın alma davranışları ile ilgili tahminde bulunabilirler (Lewis vd., 1995: 316).

Faydaya göre bölümlenmenin etkili olabilmesi için şu koşullar gerekir;

- Tüketicilerin bekledikleri fayda belirlenmelidir.
- Bu faydalar kullanılarak tüketiciler belirli gruplara ayrılabilir.
- Pazar bölümlerinden biri ya da birkaçı, işletmenin pazarlama eylemlerini yönlendirebileceği ve etkili olacağı yapıda olmalıdır (Cemalcılar, 1999: 50).

Turizm ürününden beklenen faydaya göre de pazar bölümlendirilmesi yapılmaktadır. Tüketiciler turizm ürününden elde edecekleri faydayı satın almaktadırlar. Fayda bölümlendirmesine göre dikkate alınan faktörler; hoş zaman geçirme, dinlenme, rahatlık, ucuzluk, zevk, hizmet sunumunun hızı, turizm ürününün kalitesi, sağlamlık, yeni yerler görme, yeni şeyler öğrenme, yeni kültürler tanıma, alışveriş yapma ve arkadaşlık kurmadır (Kozak, 2016: 113).

Mal sektöründe olduğu gibi hizmet sektöründe de ürünlerin tüketicilere sunulması, genellikle dağıtım kanalındaki araçlar vasıtasıyla gerçekleşmektedir. Dağıtım sistemi içerisinde yer alan aracı seyahat kuruluşları gerek tüketicilere ve gerekse diğer turizm işletmelerine çeşitli faydalar sağlamaktadırlar. Aracı seyahat kuruluşları, sahip oldukları özel bilgi ve tecrübe sayesinde diğer turizm işletmelerinin ve tüketicilerin ferdi olarak elde edecekleri sonuçlara göre çok daha başarılı sonuçlar elde etmek şansına sahiptirler. Aracı seyahat kuruluşları diğer turizm işletmelerin mal ve hizmetlerini birleştirerek, tüketiciler için daha cazibeli bir ürün haline getirmektedirler (Akkılıç, 2003: 214). Turistik ürün değişik nitelikte turizm işletmelerinin üretmiş olduğu bileşik bir üründür. Turizm işletmeleri genellikle turistik ürünü oluşturan mal ve hizmetleri tek başına karşılayamazlar. Günümüzde tur operatörleri farklı turizm işletmeleri tarafından üretilen bu mal ve hizmetleri bir araya

getirerek paket tur adı altında kendisine bağılı seyahat acenteleri ya da direkt olarak kolaylıkla turistlere satışa sunarlar (Denizer, 1992: 62).

Turizm sektöründe, turizm pazarlaması ile oluşan faydaların önemli bir yeri vardır. Özellikle paket tur ile bir araya getirilen bileşenlerin sektördeki her kesime önemli faydalar sağladığı söylenebilir. Ancak sağlanan bu faydalar ayrı ayrı tespit edilememiştir. Oysa, oluşturulan paket tur ile muhtemel tüketicilerin fiili olarak turizm olaylarına katılmasına önemli ölçüde katkı sağladığı bilinmektedir. Günümüzde, geleneksel rekabet araçlarının yanına çeşitli faktörle de eklenebilir. Bunlardan bir tanesi de turizm pazarlaması ile oluşan faydalardır.

1.3.1.1. Yer Faydası

Yer faydası, tüketicinin satın almak istediği ürünü istediği yerde bulabilmesidir. Bu durum gerçekte ise, yer faydası söz konusu değildir ve tüketici aradığı ürün yerine ikame ürünü satın alabilir. Ürün ile ilgili yapılan fiziksel dağıtım faaliyetleri yer ve zaman faydası sağlanmaktadır (Bowersox, Smykay ve La Londe, 1969: 4). Hizmet sektörünün tamamında olduğu gibi, turizm sektöründe de tüketici hizmetin sunulduğu yere gitmek zorundadır ve tüketici, turizm faaliyetlerinden tam olarak yararlanabilmek için turizm arzını oluşturan faktörlerle doğrudan temasa geçmek durumundadır. Sanayi sektöründe, tüketici malı çoğu zaman kendi yaşadığı yerde aracı kuruluşlardan satın alırken, turizm sektöründe bir otel odası için otele, bir akşam yemeği için restoranta, seyahat için ulaşım aracının bulunduğu yere, deniz için denizin bulunduğu yere gitmek zorundadır. Bu nedenle arzın bulunduğu yer aynı zamanda tüketim yeridir (İçöz ve Kozak, 1988: 4).

1.3.1.2. Zaman Faydası

Tüketiciler satın almış oldukları ürünü belirli bir zaman dilimi içerisinde temin etmek istedikleri için, üreticiler, ürünün satın alınmasından sonra olabilecek en kısa zamanda hazır olabilmesi için çaba göstermelidirler. Turistik ürün ve hizmetin pazarlamasında dağıtım, hizmetin müşteri tarafından talep edildiği yer ve zamanda, istediği ölçüde tüketiciye sunulmasının sağlanmasıdır. Bu süreçte, ulaştırma, depolama, ürünün sunulması gibi etmenler büyük rol oynamaktadır. Tur operatörleri, turistik ürünün satışı için oluşturacağı pakette, ürünün hazırlanması için turistik

hizmetleri (konaklama, ulaşım, yeme-içme vb.) önceden planlamaktadır ve talep oluşmadan önce ulaşım şirketleri ve konaklama işletmeleri ile satın alma işlemlerini yaparak risk almalarına rağmen hazır bulunmak zorundadırlar. Tüm bunların bir arada bulunması, tüketicilerin her birini ayrı ayrı satın alması gerekliliğini ortadan kaldırmakta ve tüketiciye zaman faydası sağlamaktadır.

1.3.1.3. Miktar Faydası

Miktar faydasından genel olarak anlaşılması gereken husus, tüketicinin talep ettiği üründen istediği miktarda elde etmesinin sağlanmasıdır. Üretim sektöründe, aracı kuruluşların sağladığı miktar faydasını tarif etme şeklini, hizmetlerin soyutluk özelliklerinden dolayı tanımlamak ya da hizmet sektörüne uygulamak biraz daha zor olmaktadır. Miktar faydası turizm işletmelerinde ele alınırsa, ulaştırma araçlarında güvenlik, çabukluk yönden kaydedilen gelişmeler harcanan zaman açısından olumlu yönde etkili olmuştur. Teknolojik gelişmeler, hız bakımından ulaştırma araçlarında yaptığı yeniliklerle tüketicinin gideceği mesafeyi kısaltmıştır. Dolayısıyla zamanı kısıtlı olan ya da uzun süre yolculuk etmeyi istemeyen tüketicilerin taleplerini karşılanmaktadır. Ayrıca tüketicinin ulaşımına ayıracağı süre kısalarak konaklamaya ya da diğer turizm faaliyetlerine ayıracağı süre artmaktadır. Süre açısından sağlanan miktar faydası ile turizm talebi de olumlu yönde etkilenecektir (Akkılıç, 2003: 218).

1.3.1.4. Kredi Faydası

İşletmeler, tüketicilerin mevcut kaynaklarıyla elde edemedikleri ürünler için çeşitli kredi imkanları sunmaktadırlar. Bankalara yeni bir pazar, işletmelere garantili tahsilat ve tüketicilere de geç ödeme avantajı sağlamasıyla, kredi kartı üç taraflı bir fayda sağlamaktadır. Kredi kartının sağladığı bu faydalardan dolayı günlük olarak hemen hemen tüm iletişim araçlarında karşılaşmaktayız ve tüketici kartına olan ilgi de gün geçtikçe artmaktadır (Akkılıç, 2003: 219).

Hızlı değişen ve gelişen bir ekonomik-sosyal hayatta tüketiciler, mevcut kaynaklarıyla karşılayamadıkları ihtiyaçları gidermek için, ilerideki gelirlerini şimdiden kullanmanın yollarını aramakta, ileride de elde edebilecekleri refahı bugünden yakalama çabasına girmektedirler. Böylelikle belli bir hayat standardını tutturmak ve eldeki imkanlarla sahip olamadıkları mal ve hizmetlere ulaşmak

istemektedirler. Dolayısıyla ilerideki gelirini bugünden kullanmak isteği, tüketicinin kredi kullanmasını zorunlu olarak gündeme getirmiştir (Çınar, 1991: 13).

1.3.1.5. Çeşit Faydası

Turizm, gelişmekte olan ve çeşitli turizm zenginliklerine sahip ülkelere ekonomik, sosyal ve kültürel alanlar açısından oldukça fayda sağlanan bir sektördür. Bu sebeple, bu imkânlarla sahip ülkeler sürekli olarak edindikleri faydayı arttırmanın yollarını aramaktadırlar. Bu amaç doğrultusunda kullanılabilir stratejilerden bir tanesi de ürün çeşitlendirme stratejisidir. Bu stratejinin kullanılması ile birlikte turistik ürünün, sadece tek bir amaç için değil (örn. deniz, kum, güneş vb.), tarihi, dini ve kültürel amaçla da kullanımını sağlamaktır (Bulut, 1997: 140).

Aracı seyahat kuruluşları hava yolu, kara yolu, deniz yolu ve demir yolundan oluşan farklı ulaşım biçimlerini tüketicilerin hizmetine sunmalarıyla ulaşım açısından çeşit faydası sağlamaktadırlar. Paket turu oluşturan birimlerden kara yolu ile ulaşım şekli ele alındığında, günümüzde daha güvenli, konforlu ve fiyat yönünden de rekabet kabul etmeyen bir ulaşım çeşidi olmuştur. Aracı seyahat kuruluşları seçtikleri destinasyonun uzaklığına göre ulaştırma araçları açısından çeşitli alternatifler sunmaktadırlar (Akkılıç, 2003: 221).

1.3.1.6. Kalite Faydası

ISO tarafından 1986 yılında yapılan tanıma göre, kalite "bir ürün ya da hizmetin belirlenen ya da olabilecek gereksinimleri karşılama becerisine dayanan özelliklerin tamamı" olarak ifade edilmektedir. Hizmet kalitesi ise, insanların performanslarını hatasız olarak gerçekleştirmesi, tüketicilere, yerinde, zamanında, doğru şekilde ürün sunulmasına denilmektedir. Bir başka tanıma göre ise hizmet kalitesi, tüketicinin bir hizmetin bütün olarak mükemmelliği ve üstünlüğü hakkındaki değerlendirmesidir (Bozkurt, 1995: 173).

Hizmet kalitesi iki çeşit olarak kabul edilmektedir. Birincisi hizmetin düzenli olarak ulaştırılmasındaki kalite düzeyidir. İkincisi ise istisnaların ya da problemlerin ele alınışındaki karşılaşılan hizmet düzeyidir. Bir hizmetin kaliteli olabilmesi için bu iki boyutta da kalitenin sağlanmış olması gerekmektedir. Verilen hizmet kaliteli olsa dahi, bir sorun ortaya çıktığında müşteri ve firma temsilcisi arasındaki etkileşim ve

firmanın problemi etkinlikle çözümü, kalitenin algılanmasında önemlidir (Sevimli, 2006: 12).

1.4. Destinasyon Deneyimi Kavramı

Destinasyon, en basit tanımıyla turistlerin tatillerini geçirmek için tercih ettikleri yeri ifade etmektedir (Jafari, 2000: 144). Destinasyon, seyahat sebebiyle geçici olarak başka bir yere gitmek ve gidilen yerde belirli bir süre kalmaktır. Söz konusu yer-mekân; bir ülke, bir bölge ya da herhangi bir turizm merkezi olabilir. Bu yer-mekânlara turizm ekonomisi ve işletmeciliğinde "destinasyon" adı verilmektedir (Bahar ve Kozak, 2005: 18). Destinasyon adı verilen turizm bölgesi, turistlerin seyahat programlarına, kültürel geçmişlerine, ziyaret nedenlerine, öğrenim düzeylerine veya geçmiş deneyimlerine dayanan algısal bir kavram olarak da yorumlanabilmektedir (Buhalis, 2000: 97). Destinasyonlarda turistin talebini karşılayan ürünlere bakıldığında bunlardan birçoğunun bir destinasyonu meydana getiren öğelerden oluştuğu görülmektedir. Bu sebeple, turistik ürün ile destinasyon arasında sıkı bir ilişki söz konusudur (Atay, 2003: 29). Bir turistik tesis, bir köy, bölge, ülke, birkaç ülke grubu, hatta bir kıta turistik destinasyon olarak tanımlanabilmektedir. Destinasyon imajı belli bir turist pazarının destinasyon hakkında algılamış olduğu imajdır (Batchelor, 1999: 250). Destinasyon kavramını, bölge tanımına bağlı olarak da farklılaşabilmektedir. Destinasyonu tanımlamak için seçilen özellikler turizm gelişiminin boyutları ile ilgili olduğunda, analiz edilen bölgeler turizm destinasyonu olarak adlandırılabilir. Geniş bir tanımla turizm destinasyonu, ülke bütününden küçük ve ülke içindeki pek çok kentten büyük, insan beyninde belirli bir imaja sahip markalaşmış ulusal bir alan ve önemli turistik çekiciliklere, çekim merkezlerine, festivaller, karnavallar gibi çeşitli etkinliklere, bölge içinde kurulmuş iyi bir ulaşım ağına, gelişim potansiyeline, dahili ulaşım ağıyla bağlantılı bölgeler arası ve ülke düzeyinde ulaşım olanaklarına ve turistik tesislerin gelişimi için yeterli coğrafi alana sahip bir bölge olarak tanımlanmaktadır (Hosany, Ekinci ve Uysal, 2006: 638).

1.4.1. Destinasyon Sınıflandırması

Turistlerin turistik destinasyonları seyahat amaçları değişebilmektedir (kültür, sağlık, deniz vb.). Bu sebeple destinasyonları sınıflandırma gereği ortaya çıkmıştır. Buhalis (2000: 102) destinasyonları 6 farklı şekilde sınıflandırmıştır.

Kentsel Destinasyon: Bu destinasyon çeşidi insanlığın ilk yıllarından beri var olan bir turizm çeşididir. Bireyler tanıdıkları insanlarla, şehir yöneticileriyle görüşmek veya tanışmak için kent ve kasabalara gitmişlerdir. Antin Yunan medeniyetinde düzenlenen olimpiyatlarda ve buna benzer spor organizasyonlar, sporcuların kentleri ziyaretine sebep olmuştur. Ayrıca insanlar büyük camiiler, katedraller ve tapınakların bulunduğu kentlere seyahat etmişlerdir. Günümüzde birçok kente büyük organizasyonlar ve etkinliklerim düzenlenmesi için kongre ve sergi salonları inşa edilmiştir. Bu duruma ek olarak ulaşım ve konaklama alt yapısı da oluşturulmuştur.

Deniz Kıyısı Destinasyonlar: Bu tip destinasyonlar geleneksel olarak tabir edilen deniz, kum ve güneş üçlüsünü içeren tatiller için tercih edilen destinasyonlardır. Günümüzde klasik hizmetlerden sıkılan turistlerin bu tür destinasyonlarda farklılık arayışı, deniz kıyısı destinasyonlarda değişikliğe gidilmesine sebep olmuştur. Su sporlarının geliştirilmesi ve ülkeye özgü otantik ürünlerin çoğaltılması turistlerin tercih sebebini artırmıştır. Küreselleşmenin getirdiği seyahat kolaylığı sayesinde uzun mesafeli ve egzotik ürünlere sahip destinasyonlara talep artmıştır.

Dağlık Destinasyonlar: Bu tip destinasyonlar kayak, snowboard gibi kış sporları tutkunları yanı sıra doğa tutkunu turistlerin de tercihi olmaktadır. Ayrıca doğa bilimcileri, dağ bisikletçileri, trekkingciler gibi turistlerin de dikkatini çekmektedir. İsviçre’de bulunan ve her yıl Dünya Ekonomik Forumu’na ev sahipliği yapan Davos’da bir dağlık destinasyondur. Bu tip destinasyonların turizmde sürdürülebilirlik açısından diğer destinasyonlara göre daha fazla avantajı bulunmaktadır.

Kırsal Turizm Destinasyonları: Özellikle şehir hayatından sıkılan turistlerin doğaya geri dönme, bazı tarımsal faaliyetleri yerinde gözleme ve sınırlı olarak tarımsal faaliyetlere katılması gibi olanakların bulunduğu kırsal turizm anlayışı son yıllarda yükselişe geçmiştir. Bu tip destinasyonlarda özellikle tarımsal yaşamı hiç tecrübe etmemiş bireyler için arı yetiştirme, yöresel yemek pişirme gibi eğitim unsurları da mevcuttur.

Otantik Destinasyonlar: Genellikle az gelişmiş olan üçüncü dünya ülkelerine turistik faaliyetlerin gerçekleştirildiği bu destinasyon türünde turizm sınırlı bir şekilde gelişmiştir ve bu destinasyonlar turizm hizmetleri için gerekli alt yapıdan yoksundurlar. Çoğunlukla Asya, Güney Amerika ve Afrika'da bulunan bu destinasyonlar, yerel topluluklar ve el değmemiş çevreyle etkileşime girebilmek için tercih edilmektedir.

Emsalsiz (Unique) Destinasyonlar: Bazı destinasyonlar benzersiz ve değerli bir deneyim sundukları için bu şekilde adlandırılmaktadır. Fiyatlandırma konusunda ise oldukça yüksek rakamların olduğu bu destinasyonlara Bhutan ve Seyşeller örnek gösterilebilir. Ziyaretçi başına gelirin en yüksek düzeye çıkarılması için ulaşım konusunda sıkı bir politikayla takip edilmektedir ve ziyaretçi sayısı kontrollüdür. Çoğunlukla özel bir gün veya amaç için (balayı, düğün, prestijli bir hediye vb.) tercih edilmektedirler.

1.4.2. Destinasyon İmajı

Destinasyon imajı ile ilgili çalışmalar Hunt'ın (1975: 1) "potansiyel ziyaretçilerin bir yer hakkındaki algısı" tanımıyla başlamıştır. Destinasyon imajı, turistlerin bir destinasyon ya da bir yer hakkında sahip olduğu inançlar, düşünceler, ifadelerin tümünü kapsayan bir kavramdır (Crompton, 1979:18). Bir destinasyonun imajı, destinasyonu ziyaret eden veya gelmeyi planlayan ziyaretçilerin destinasyona ya da özelliklerine ilişkin görüş ve düşünceleridir. Bireyler çoğu zaman, henüz ziyaret etmediği yerler veya henüz göremediği şeyler ile ilgili bir fikre sahip olabilirler. Hatta bireylerde bu fikri oluşturan şeyler gerçek olmayabilir veya yanlış bilgiler içerebilir. Bu konu ile ilgili bireylerin eğitim, medya ve diğer bireylerin fikir ve etkileri ya da bireysel tecrübeleri, önyargıları ve inançları etkili olabilmektedir (Tekeli, 2001: 45). Kotler (1994: 54) ise destinasyon imajının bireyin destinasyon ile ilgili fikirlerinden oluştuğunu belirtmektedir. Turistlerin satın alma tercihlerini ve seyahatten duydukları memnuniyetin düzeyine etki eden en önemli unsurlardan birisi destinasyon imajıdır. Herhangi bir destinasyonu ziyaret etmeyi düşünen ve satın alma niyeti gösteren turistlerin destinasyon ile ilgili edindikleri izlenim, o destinasyonun geleceği ile ilgili oldukça önemlidir. Turistik ürünlerin ikame olanakları çok olduğu için destinasyonlar

arasındaki rekabet destinasyon imajı ile gerçekleşmektedir. Bu sebeple destinasyon imajı, seyahat öncesi satın alma kararında oldukça etkilidir (Akyurt ve Atay, 2009: 4).



İKİNCİ BÖLÜM UNESCO VE KÜLTÜREL MİRAS KAVRAMLARI

Kısaca UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization-Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu) olarak bilinen kuruluş, kültürel miras alanlarının korunması amacıyla, bu alanları “somut kültürel miras” ve “somut olmayan kültürel miras” olarak ayırmıştır. Bu ayrımın sebebi, kültür miraslarının azlık veya çokluğu değil, niteliksel olarak farklı olmalarıdır.

2.1. UNESCO ve Kültürel Miras İlişkisi

İkinci Dünya Savaş’ında milyonlarca insan hayatını kaybetmiştir ve birçok somut ve somut olmayan kültürel miras da dünya üzerinden silinmiştir. Özellikle savaşın sebep olduğu yıkımlardan oldukça zarar gören ülkelerin, UNESCO himayesinde kültürün korunması ve barışın sağlanması için ilk icraatları “Somut Kültürel Miraslar” hakkında olmuştur. Yıkılan heykel ve anıtlar, harabe haline gelen tarihi eserler, yakılıp yıkılan kütüphane ve yazma eserler, tamamıyla zarar gören doğal alanlar ilk korunması gereken unsurlar olarak öne çıkmıştır.

“Dünya Kültürel ve Doğal Mirasın Korunması Sözleşmesi”, 1972 yılında imzalanmıştır. Korunması gerekli olan kültürel miras “gözle görülen, elle tutulan” olarak tanımlanmış ve bu alanların koruma altına alınmasını amaçlanmıştır. Bu sözleşmenin tanımının sınırlı olduğu, somut kültürel mirasların koruma altına alınması açısından bir farkındalık oluşturmasına rağmen somut olmayan kültürel mirasları içermediğinin düşünülmesi imzalandığı tarihten itibaren eleştirilmesine sebep olmuştur. Eleştirilerin yoğunlaşması sonucunda, UNESCO harekete geçmiş ve 1973 yılında ilan edilen “Bolivya Deklarasyonu”, 1989 yılında ilan edilen “Geleneksel Kültürün ve Folklorun Korunması Tavsiye Kararı”, 1994 yılında düzenlenen “Yaşayan İnsan Hazinesi Programı”, 1997-1998 yıllarında yayımlanan “İnsanlığın Sözlü ve Somut Olmayan Başyapıtları İlan Programı” ve son olarak 2003 yılında “Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi” imzalanarak somut olmayan kültürel mirasın da korunması sağlanmıştır (Oğuz, 2016: 3).

Somut kültürel mirasın “Dünya Miras Listesi’ne” dahil olabilmesi için, “Dünya Miras Komitesi” tarafından belirlenmiş listeye alınması, istenilen alanın evrensel

değerini ölçen dört doğal ve altı kültürel koşuldan en az birer tanesini karşılaması gereklidir. Bu koşullar aşağıdaki gibidir (Somuncu, 2009: 63):

- İnsan yaratıcılığının üst düzey bir eseri olması,
- Bir dönemde teknolojik ve mimari açıdan sanatsal yapılar olması ve peyzaj mimarisi ve kentsel planlama açısından benzersiz insani değer içeriyor olması,
- Yok olan veya yaşayan bir kültürel âdetin unutulmaya yüz tutmuş bir temsilcisi olması,
- Eserin insanlık tarihinde önemli bir aşamayı temsil eden bir mimarinin veya doğal güzellik açısından az rastlanan bir örneği olması,
- Bir kültürü temsil eden, geleneksel yerleşim, arazi veya deniz kullanımının az rastlanan bir örneği olması,
- Nadir bulunan ve küresel ölçekte önemli edebi ve sanat eserleri, inançlar, düşünceler, yaşayan gelenekler ve olaylarla ilgili olması,
- Eşsiz doğal manzaralara veya doğal güzelliklere ve estetik öneme sahip mekânları içermesi,
- Önemli jeolojik süreçler veya önemli jeomorfik veya fizyografik özellikler dâhil, dünya tarihinin önemli aşamalarını temsil eden, eşine az rastlanan örnekler olması,
- Kara ve denizde bulunan yaşam alanları ile bitki, hayvan topluluklarının gelişiminde ve evriminde biyolojik-ekolojik süreçleri gösteren örnekler olması,
- Nadir görülen ve küresel ölçekte öneme sahip nesilleri tehlike altında bulunan türleri içeren mekânlar da dâhil, floranın bulunduğu yerde korunması için doğal çeşitliliği içermesi gerekmektedir.

2.2. Kültürel Miras Kavramı

Kültürel miras, atalarının insanlara miras bıraktığı, birey ve toplum anlam yüklediği için korunan, insanlar arası iletişimin ve davranışlarının sonucunda ortaya çıkan eser ve ifadeler olarak tanımlanır (Troyer, 2005: 14). Kültürel miras olgusu, ilk

olarak mimari ve tarihi değeri olan büyük yapıları korumayı içeriyorken, günümüzde “insanlar için belirli bir anlam ifade eden kültürel her şeyi içeren yapılar” olarak ifade edilmektedir. Yirminci yüzyılın sonunda ise kültürel miras kavramı, “somut kültürel miras” ve “somut olmayan kültürel miras” şeklinde küresel ölçekte kabul görmüştür. Somut kültürel miras, taşınır kültürel miras ve taşınmaz kültürel miras olarak iki şekilde sınıflandırılmıştır. Tablo 2.1.’de bu sınıflandırma verilmiştir.

Tablo 2.1 Kültürel Miras

Kültürel Miras		
Somut Olmayan Kültürel Miras	Somut Kültürel Miras	
	Taşınmaz Kültürel Miras	Taşınır Kültürel Miras
-Müzik -Halk Dansları -Tiyatro -Edebiyat -Sözlü Gelenekler -Törenler, Şölenler -Gelenekler -Görenekler -El Sanatları Geleneği -Dini Seremoniler Vb.	-Mimari Eserler -Anıtlar -Arkeolojik Sitler -Tarihi Merkezler -Bina Grupları -Kültürel Manzaralar -Tarihi Parklar ve Bahçeler	-Müze Koleksiyonları -Kütüphaneler -Arşivler

Kaynak: Aslan ve Ardemagni, 2006: 9

Somut sözcüğünün zıt anlamlısı olan soyut sözcüğünün kullanılması gerektiği düşünülse de UNESCO bu sözcüğü kullanmayı tercih etmemektedir. Somut; elin tutabildiği, gözün görebildiği, özellikleri şüphe götürmeyecek şekilde algılanabilen olarak tanımlanırken, soyut; elin tutamadığı, gözün göremediği, fakat akılda var olan madde dünyası dışındaki ve daha çok, hissetmeye, anlamaya ve kavramaya yönelik gerçekleri ifade etmektedir. Örneğin, tapınak, heykel, bina gibi eserler somut kültür unsurlarını oluştururken; dinsel öge, örf ve âdet, kültürel değer, ilahi, ninni gibi unsurlar somut olmayan kültür unsurlarını oluşturmaktadır. Bu unsurlar kendi içinde iki gruba ayrıldığında, ilk grupta inanç ve manevi değerler, ikinci grupta ninni, gösteri, el işçiliği gibi unsurlar yer almaktadır. UNESCO bu tercihle, somut olmayan ifadesinin İngilizcedeki karşılığı olan “intangible” kelimesini çağrıştırmak istemiştir. İngilizcede bu kelimenin “halkın bilgisi ve ortaya çıkardıkları” anlamının tamamını kapsadığı görülmektedir (Ekici, 2004: 2).

UNESCO, “Dünya Mirası ve Sürdürülebilir Turizm Programı” ismiyle faaliyete başladığı programda, kültürel mirasların bulunduğu yerlerde farkındalık

yaratmaya çalışarak, mevcut kapasitesini geliştirerek ve ortak çalışılan diğer kurumların dengeli bir şekilde temsil edilmesini sağlayarak, ortak problem ve imkânların belirlenmesini ve iş birliği içinde sonuca varılmasını hedeflemektedir. Programın diğer bir amacı, “Dünya Miras Alanlarının Üstün Evrensel Değeri” ne sahip çıkmak ve ayrıca turizmin, yerel halkın sürdürülebilir gelişimini ve misafirlerin kaliteli bir deneyim yaşamasını sağlam temellere oturtmak olarak belirtmektedir. Dinçer ve Enlil (2016: 50)’e göre, turizmin sürdürülebilir bir şekilde yönetilebilmesi ve Dünya Miras Alanlarının etkili bir şekilde korunması için geliştirilen programın hedefleri aşağıdaki gibidir:

- Oluşabilecek sıkıntılara zamanında müdahil olmak,
- Paydaşları etkin hale getirmek,
- Kamunun turizm sektörü ve bağlı iş kolları ile iş birliği ve ortaklıklar geliştirmesini sağlamak,
- Kültürel miras alanının yönetim kapasitesini geliştirmek,
- Yerel halkın işgücü yeteneğini geliştirmek.

Kültürel miras turizmi, tarihi-mimari eserler, sanatsal açıdan önemli anıtlar ve arkeolojik yapılar ile kısıtlı kültürel miras ve koruma anlayışının yanı sıra modern zamanda yapılan yapıların sosyal toplum tarafından kabul görmesi sonucu oluşan tüm soyut ve somut varlıkların toplamıdır (Aksoy ve Ünsal, 2012: 3). Bir destinasyonun, binanın ya da alanın dünya kültürel miras listesine girmesi, önemini ve korunması gerektiği gerçeğini de ortaya çıkarmaktadır. Listeye giren her varlık UNESCO tarafından ilan edildiği için kültürel mirasa ilgi duyan insanların dikkatinden kaçmamaktadır. Listeye girmesinin ardından bu yerin ziyaret edilmesi gerekliliği paralel bir algıya sahiptir ve bu durum “kültürel turistleri” cezbetmektedir. Bu sebeple, birçok kültürel turist, seyahatlerini bu yönde tasarlamaktadır (Kalay ve Yenişehirlioğlu, 2018: 1193).

2.3. Türkiye’de Bulunan Somut ve Somut Olmayan Kültürel Miraslar

Kültürel miras, bir grubun ya da toplumun atalarından miras kalan, korunmaya devam eden ve faydalanmaları için gelecek nesillere bırakılan somut eserler ve somut olmayan değerlerdir (Tonta, 2014: 3).

Kültürel miras; geçmişten miras alınan ve değişik gerekçelerle geleceğe miras bırakılmak istenen, fiziksel varlığı olan ve insanlar tarafından yapılmış her türlü eser ile bir topluma ait değerler bütünüdür. Somut kültürel miras, binaları, tarihi yerleri, anıtları ve insan eliyle yapılmış her şeyi kapsar ve gelecek nesiller için korunması, saklanması önemli görülen eserlerdir. Bunlar genellikle arkeolojik, mimari, teknolojik ve bilimsel eserlerdir. “Yaşayan Miras” olarak adlandırılan somut olmayan kültürel miras ise; topluluklar tarafından kuşaktan kuşağa aktarılan uygulama, temsil, ifade, bilgi ve becerileri içermektedir. Ancak somut ve somut olmayan kültürel mirasın yönetim sürecinde çeşitli sıkıntılarla karşı karşıya kalınmıştır. Bu sıkıntılar somut kültürel miras için; şehirleşme, büyük ölçekli tarım, madencilik, erozyon ve artan bilinçsiz ziyaretçilerdir. Somut olmayan kültürel mirasın yüz yüze kaldığı sıkıntılar ise dünyada etkisini arttırmaya devam eden küreselleşme hareketiyle beraber toplumların, özellikle bu mirası koruyacak gençlerin diğer toplumlardan daha kolay etkilenmeleri ve geçmiş nesillere göre bu değerlerin korunması gerekliliği konusundaki inancın azalmış olmasıdır. Bu duruma bakıldığında, somut olmayan kültürel mirasın korunmasının somut kültürel mirasa göre daha zor olduğu düşünülmektedir. Bu noktada, halkı kültürel miras konusunda bilinçlendirmeye yönelik çalışmalar önem kazanmaktadır. İlgili kuruluş ve hükümetlerin birlikte hareket etmesi ve halkın bu konudaki bilincini arttırabilecek politikalar üretilmesiyle gerekli adımlar atılmaya başlanmıştır (Teke, 2013: 41).

Günümüzde birçok ülke, sahip olduğu değerleri sonraki nesillere aktarabilme, uluslararası alanda itibarlı bir konuma erişme isteği gibi sebeplerden dolayı sahip olduğu kültürel ve doğal varlıkları yaşatmak ve dünyaya tanıtabilmek için çaba sarf etmektedir. Bu çaba ekonomik bakımdan çok büyük giderler yaratmasına rağmen turizmden elde edilen gelir, bu gideri karşılayabilmektedir. Bu sebeple ülkelerin sahip olduğu eşsiz doğal ve kültürel varlıkların ortak bir biçimde, tüm taraf devletlerin katılımıyla korunması için etkin bir sistem kurulmuştur (Özgüç, 1988: 161).

2020 yılı Mart ayı itibariyle, UNESCO kültür miras listesinde 1092 kültür varlığı bulunmaktadır ve 845'i kültürel, 209'u doğal ve 38'i karma (doğal ve kültürel) miraslardır. Türkiye'de ise bu rakam somut kültürel mirası olarak 18, somut olmayan kültür mirası olarak da 18'dir. "Göreme Milli Parkı" ve "Hierapolis-Pamukkale" hem doğal hem de kültürel varlık olarak adlandırılmıştır. UNESCO Dünya Mirası listesinde bulunan bu kültürel miraslar ile birlikte, bu listeye önerilen fakat henüz listeye alınmamış miraslardan oluşan "Geçici Liste" bulunmaktadır. UNESCO'nun Dünya Mirası Geçici Listesi'nde 178 ülkeden 1732 kültür mirası bulunmaktadır.

2.4. Türkiye'deki Somut Kültürel Miraslar

UNESCO'nun Dünya Mirası listesinde Türkiye'den aşağıdaki Somut Kültürel Miraslar yer almaktadır (Liste, kabul ediliş tarihlerine göre sıralanmıştır).

2.4.1. Göreme Milli Parkı ve Kapadokya (1985)

Kayseri'de bulunan Erciyes Dağı ve Aksaray'da bulunan Hasan Dağı volkanik bölgesinde, Nevşehir ili sınırları içerisinde yer alan Avanos ve Ürgüp ilçesini kapsayan doğal ve kültürel alanlar Göreme Milli Parkı ve Kapadokya'yı oluşturmaktadır. Dünya Miras Listesi'ne "Göreme Tarihi Milli Parkı ve Kapadokya'nın Kayalık Alanları" olarak alınmıştır (Arpa, Ersöz, Arda, Karaaslan ve Haçat, 2013: 47). Göreme Millî Parkı ve Kapadokya, Orta Anadolu bölgesinde volkanik erozyonla oluşmuş dağlar, vadiler ve 'peri bacası' tabir edilen doğal oluşumların bulunduğu Ürgüp ve Avanos ilçeleri, Karain, Karlık, Yeşilöz ve Soğanlı yerleşkeleri ve Kaymaklı ve Derinkuyu yeraltı şehirlerini içeren bir bölgedir. Kayaların yontulması ile yapılan oda, kilise, köy, yeraltı şehri ve peri bacası denilen kaya oluşumları, bölgeyi dünyanın en büyük mağara yerleşimi alanlarından biri yapmaktadır. Bölge, jeolojik ve etnolojik açıdan farklı olmakla beraber, Hristiyan mabetlerinin işlemeleri ve süsleri, Kapadokya'yı Bizans sanatının öncü örneklerinden biri yapmaktadır. Korama, Matiana ve Maccan Göreme bölgesinin eski adlarıdır. Korama sözcüğü Luvi dilinde "Yüce Ana Tanrıçanın Halkı" anlamına gelmektedir (İşçen ve İşçen, 2009: 49).

Kapadokya bölgesinde hem tarihi hem de doğal yapı sebebiyle üst üste geçmiş farklı alanlar bulunmaktadır. Bu alanlar farklı tarihlerde sit alanı olarak ilan edilmiştir. Bu alanda 112 arkeolojik, 11 kentsel, 19 doğal sit alanı bulunmaktadır. Bölgenin yapısı

ticaret ve yerleşim için olduğu kadar saklanmak için de farklı dönemlerde kullanılmıştır (Berkmen, 2015: 598). Bölgede Göreme Milli Parkı ve “Kapadokya Kayalık Sitleri” Dünya Mirası Alanı’nın en geniş bölümünü kaplayan, bunun yanında tarihsel, arkeolojik ve doğal değerler bakımından birbirinden özgün varlıkları barındıran kesim, Göreme Milli Parkı’dır (Somuncu ve Yiğit, 2009: 391).

2.4.2. Divriği Ulu Camii ve Darüşşifası (1985)

Mengüceklî Emiri Ahmed Şah tarafından yaptırılan Ulu Camii ve Darüşşifası, Sivas şehrini günümüzde dünya çapında bir üne ulaştırmıştır. Yapı, yerli ve yabancı birçok araştırmacı tarafından beğenilmektedir. Plan, mimari ve özellikle de taç kapılarındaki süslemesiyle birçok bilimsel makale ve kitaba konu olmuştur (Kındıgılı, 2009: 4). Divriği Ulu Camii ve Darüşşifası’nın içerdiği benzeri olmayan motifler, bir ya da birkaç sanatçının yaratıcılığı ile açıklanamayacak kadar karmaşıktır. Bezeme üslubunda, dönemin sanat kurallarına aykırı, özgün bir sanat ifadesi, Divriği’ye özel bir statü kazandırmaktadır (Kuban, 2001: 2).

Divriği Ulu Camii, kuzey-güney yönünde uzanan dikdörtgen şekilde inşa edilmiş ve tamamıyla kesme taşlarla kaplanmış bir yapıdır. Kuzey, batı ve doğu kısmının güneyinde birer kapı yer almaktadır. Camiinin iç kısmındaki bezemelerin dışında, dış cepheleri de değişik kurguları ve süslemeleri barındırmaktadır. Beden duvarından yüksek inşa edilmiş kuzey yönündeki kapı, kısmen yüzeyden kabarık durumda bulunan bitki figürleri ile yapının en farklı ögesi durumundadır. Nitekim araştırmacılar, iç içe geçmiş süsleme yapısı nedeniyle bu kapıyı “Barok Kapı” olarak adlandırmışlardır. Yapıda palmet, rumî, lotus ve kıvrık dalların yanı sıra vazo içinde bulunan bitki motiflerine de yer verilmiştir (Durukan, 1989: 48).

Bu özgün mimariye eşlik eden sütunlar ve kapılar, külliyeinin birçok yerinde bulunan Ahlat ve Tiflisli ustaların yaptığı motifler de dikkat çekmektedir. Bu eseri diğerlerinden ayıran bir özellik de Camii’ye uzaktan bakıldığında simetrik olduğu düşünülen, fakat simetrik olmayan şekillerde yer alan birçok motifin hiçbirinin birbirine benzemediği, dünyada bulunan farklı varlıkların bir ahenk ve denge içerisinde olduğunun taşa işlenerek gösterilmesidir. Mimari şekli, süslemelerinin dengeli ve uyumlu olmasıyla dikkat çeken bu eser, dünyada görülmeye değer eserler

listesinde yer almaktadır. Bu eseri Evliya Çelebi yüzyıllar önce "Methinde diller kısır, kalem kırıktır" şeklinde tanımlamıştır. Aynı zamanda sanat tarihçileri tarafından "Divriği Mucizesi", "Anadolu'nun El-Hamrâsı" gibi ifadelerle de tanımlanmıştır (<http://www.sivas.gov.tr/divrigi-ulu-cami-ve-darussifasi>, 2019).

2.4.3. İstanbul'daki Tarihi Mekanlar (1985)

MÖ 6500'lerden itibaren yerleşim gören İstanbul, Doğu Roma ve Osmanlı İmparatorluklarına başkentlik yapmış, 1600 yıldan fazla bir süre yüz yirmiden fazla imparator ve padişah burada hüküm sürmüştür. Yaklaşık 380 yıl boyunca Osmanlı İmparatorluğu'nun yönetim, eğitim ve sanat merkezi olan Topkapı Sarayı, günümüzde müze olarak hizmet vermekte, mimarisi ve saraydan getirilen eserleri ile dünyanın en önemli saray müzelerinden olmakla birlikte, pek çok eşsiz eseri de bünyesinde barındırmaktadır. İstanbul, camii, kilise ve sinagogların bir arada bulunduğu kutsal bir şehirdir. Sultanahmet Camii, benzersiz mozaikleri ile Ayasofya, Topkapı Sarayı, Haliç sırtlarında yükselen Mimar Sinan'ın başyapıtı Süleymaniye Camii, Yerebatan Sarnıcı, surlar, ahşap evler ve Aya İrini İstanbul'un bir tarih ve kültür başkenti olduğunun ispatıdır (Kayaalp, 2010: 27).

2.4.3.1. Sultanahmet Arkeolojik Parkı

Sultanahmet bölgesi ve çevresi, Sur-i Sultani ile Sultanahmet olmak üzere, kendi içerisinde iki bölgeye ayrılmaktadır. 1953 yılında "Arkeolojik Park" olarak ilan edilen alan, Topkapı Sarayı'nın da yer aldığı Sur-i Sultanî Bölgesi Birinci Derece Arkeolojik Sit Alanı, Sultanahmet Bölgesi ise Kentsel Arkeolojik Sit Alanı statüsündedir ve "İan Bezentin" adlı antik kentin kurulduğu ve geliştiği noktadır. Doğu ve güneyini Marmara surları sarmış durumdadır. Bu surlar Roma İmparatorluğu'ndan Osmanlı İmparatorluğunun sona erişine kadar onarılmıştır. Alanın batıda bulunan sınırı kuzeyde Sur-i Sultani ile başlayıp güneye doğru Küçük Ayasofya'yı da içine alacak şekilde Marmara surlarına ulaşmaktadır. Bu bölge, Türkiye ve Dünya'da, günümüzde sahip olduğu anıtsal eserlerin yanı sıra yerüstü ve yeraltı envanteri açısından da üstün kültürel ve tarihi öneme sahiptir (Çobanoğlu, Vefa, Yılmaz ve Özgümüş, 2014: 9).

2.4.3.2. Süleymaniye Koruma Alanı

Süleymaniye Camii ve Çevresi Koruma Alanı, Süleymaniye Külliyesi ile Şehzade Mehmet Külliyesi çevresinde yer almaktadır. Süleymaniye, Vefa ve Vezneciler semtlerini kapsamaktadır. Bu alan, 1977 yılında Kültür Bakanlığı tarafından sit alanı ilan edilmiştir ve 1995 yılında Kentsel ve Tarihi Sit Alanı olarak tanımlanmıştır. Bu alan, Tarihi Yarımada genelindeki kültür varlıklarının %32'sine sahiptir. Süleymaniye Koruma Alanı'nın UNESCO Dünya Miras Listesi'ne alınması kararında; Kanuni Sultan Süleyman'ın emriyle Mimar Sinan'ın inşa ettiği Süleymaniye Külliyesi'ne atıf yapılmakta ve bölgede korunmakta olan 525 geleneksel evin önemi vurgulanmaktadır. Bölge, 16. yüzyılın ortalarından itibaren Süleymaniye Külliyesi'nin adıyla anılmaya başlanmış ve kısa sürede şehrin önemli bilim ve kültür merkezlerinden biri olmuştur (Çobanoğlu vd., 2014: 12).

2.4.3.3. Zeyrek Koruma Alanı

Zeyrek Dünya Miras Alanı, Molla Zeyrek Camii ve çevresindeki sokakları içermektedir. Bölgenin merkezini oluşturan Camii 12. yüzyılda İmparator İoannes Komnenos tarafından büyük bir manastırın merkezi olarak inşa edilmiştir (www.ibb.gov.tr). Bizans dönemi itibariyle Tarihi Yarımada'nın merkezi, Meşe Yolu ana eksen olmak üzere, meydanlar etrafında gelişen ticari fonksiyonlu yapılar ile dini yapıların etrafında gelişen konut dokusundan meydana gelmektedir. Bu dönemde, Molla Zeyrek Camii ve Pantepoptes Kilisesi (İmaret-i Atik Camisi), Zeyrek ve çevresinin önemli dini yapıları olarak öne çıkmakta ve iskân alanlarının bu yapıların çevresinde gelişmeye başladığı anlaşılmaktadır (Çobancaoğlu, Güler ve Okyay, 2018: 23).

2.4.3.4. Kara Surları Koruma Alanı

Geçirdiği depremler dolayısıyla günümüzde büyük ölçüde harap durumda olan surlar 5. yüzyılın en gelişmiş savunma sistemine sahiptir. Üç hattan oluşan savunmanın en dış çizgisini hendek oluşturmaktadır. On altı metre genişliğindeki hendek, kuzeyden güneye doğru hareketli olan Tarihi Yarımada topografyasına uygun olarak kademeli inşa edilmiştir. Ayrıca, yer yer ara duvarlar yapılarak gerektiğinde hendek içinde su tutulması sağlanmıştır. Kara Surlarında yedi ana giriş ve kente uygun

aralıklarla giriş sağlamak üzere çok sayıda yan kapı bulunmaktadır. Altın Kapı (*Porta Aurea*) imparatorların kente girip çıktıkları törensel kapıdır. Bu anıtsal kapının iki yanında titiz bir işçilikle yapılmış olan iki mermer kule yükselmektedir. Diğer anıtsal kapılar Belgrad Kapı, Silivrikapı, Mevlevihanekapı, Topkapı, Sulukulekapı, Edirnekapı'dır. Surlar içindeki tek kapı ise Eğri Kapı'dır (Ahunbay, 2006: 22).

2.4.4. Hattuşa: Hitit Başkenti (1986)

Çorum ili Boğazköy ilçesinde bulunan Hattuşa, Hitit İmparatorluğu'nun başkentidir. Hititlerden sonra bölgeyi Frigler yönetmiştir ve Friglerin MÖ 6. yüzyılda etkinliğini kaybetmesi sonucunda Lidya egemenliği başlamıştır. Daha sonra Perslerin eline geçen Çorum ve çevresi, Büyük Pers İmparatorluğu'nda dört büyük eyaletten birisi olan Kapadokya'ya dahil olmuştur. Yöre MÖ 3. yüzyılda Galatların egemenliği altına girmiştir (Uluç, 1986; Günay, 2007: 89). Hititlerin Anadolu'ya nereden göç ettikleri tam olarak bilinmemektedir. Tarihte önemli bir yerleşim yeri olarak bilinen Kayseri-Kültepe bölgesinde yapılan arkeolojik kazılar sonucu yazıtların ortaya çıkmasıyla Anadolu'da yaşadıkları ispat edilmiştir (Alp, 1997: 15).

Alanda 1071'den sonra Türk egemenliği başlamıştır. Hattuşa'da MÖ 6.000'de yerleşimin başladığı ve bu zamanın da Kalkolitik Çağ'a denk geldiği bilinmektedir. İlk Tunç Çağı'nda da yerleşimin olduğu Hattuşa, Anadolu'da MÖ 2.000 yılının başlarından sonra tarihi belgelerde de yer almaya başlamıştır. Asur Ticaret Kolonileri Çağı'nda "Hattuş" olarak bilinen ve Asurlu tüccarlar tarafından kurulan bir şehirdir. Hitit Krallığı'nın siyasal başkenti Hattuşa, dini ve ekonomik yönden çağının önemli bir merkezi ve binlerce çivi yazılı tabletin bulunduğu bir arşiv kentiydi. Büyük Tapınak ve Büyük Kale'de yapılan kazılar sonucunda otuz binin üzerinde çivi yazılı belgede Hitit kültürünün yanı sıra Anadolu ve Anadolu dışındaki kültürler ile ilgili de bilgiler bulunmaktadır. Bu tabletler UNESCO "Dünya Belleği" listesinde yer almaktadır (Başak, 2008: 16). Hattuşa'yı çevreleyen surların ilk olarak MÖ 16. yüzyıl başında yapıldığı düşünülmektedir. Ayrıca kent, Kral III. Tudhaliya zamanında (MÖ 1400-1380) Kaskalılar tarafından büyük bir yıkıma uğramıştır. Bu yıkımın etkileri giderilmiş ve kent, surları da dahil olmak üzere yeniden inşa edilmiştir. Eski kentin inşa edildiği, kuzeydeki Büyük Tapınak ile orta kesime inşa edilen Büyük Kale arasında yer alan ve Hattiler zamanını da kapsayan Şehir Devletleri döneminde (MÖ

2000-1750) ve Eski Krallık zamanında (MÖ 1750-1450) yerleşim görmüştür. Güney tarafta bulunan, surlarla çevrili Yukarı Kent ise İmparatorluk Çağı'ndaki ana yerleşim bölgesi olmuştur. Oldukça iyi durumda olan sur duvarları, 6 km²'lik bir alanı korumaktadır. Hattuşa'da görülmeye değer yerler arasında; Büyük Tapınak, Büyük Kale, Kral Kapısı, Sfenksli Kapı, kuzeyindeki Üç Tapınak, Dehliz (Potern), Sfenksli Kapı yakınındaki Sur Duvarları, Aslanlı Kapı ile Müze Binası ve 2 km. kuzeydoğusundaki Yazılıkaya sayılabilir (Neve, 1990: 33).

2.4.5. Nemrut Dağı (1987)

Nemrut Dağı, Adıyaman ili Kâhta ilçesinde bulunmaktadır ve Adıyaman şehir merkezine 49 kilometre uzaklıktadır. Dünyanın sekizinci harikası olan Nemrut Dağı, yüksekliği on metreyi bulan heykelleri, metrelerce uzunluktaki kitabeleri ve Kommagene Krallığı eserleri ile birlikte Türkiye'nin önemli milli parklarından. Nemrut Dağı'nda Eski Kale (Arsemia), Yeni Kale, Cendere Köprüsü ve dev heykeller bulunmaktadır. Ayrıca, üzerinde bulunan dev heykellerin ve anıt mezarın yanı sıra, dünyada gün batımının en güzel izlendiği yerlerden biri olmasıyla da dikkat çekmektedir. Her yıl on binlerce kişi günbatımını seyredebilmek için Nemrut Dağı'nı ziyaret etmektedir (Karakuş, 2016: 6).

Nemrut Dağı, Antik Dönem Anadolu'sundaki en görkemli kutsal alan olarak kabul edilmektedir. I. Antiokos'un kendisi için bir bütün olarak yaptırdığı mezar tepesinin (Tümülüs) çapı 140 metre, yüksekliği 60 metredir. Tümülüsün batı, doğu ve kuzeyinde birer teras bulunmaktadır. Doğu ve batı teraslarında sırtları Tümülüse dönük duran, kireç taşıdan yapılmış beş tanrı heykeli ve her iki terasın başlangıcında birer çift, koruyucu kartal ve aslan heykellerinden meydana gelen alan yer almaktadır. Heykellerin sıralanışı genelde birbirlerine benzemektedir. Yükseklikleri üç buçuk metreden başlayarak dokuz metreye kadar devam etmektedir. Kuzey terası, doğu ve batı terası arasında bir geçit gibi kullanılmıştır. Teras, kumtaşından yapılmış bir duvarla çevrilmiştir. Günümüze söz konusu duvarların sadece yıkıntıları kalmıştır. Doğu ve batı terasında, heykellerin bulunduğu alanda Grek harfleriyle yazılmış 237 satır uzunluğunda bir kitabe bulunmaktadır. Bu yazıtta kutsal alan ile ilgili bilgiler ve kült uygulamalarıyla ilgili kural ve emirler yazılıdır. I. Antiolos'un yaptırdığı kutsal

alandaki Tümülüs ve heykellerin, Helenistik dönem kültürünü yansıtan anıtlarından olmaları ve Hristiyanlıktan hemen önceki dönemde, farklı dinlerin gelişim ve etkileşimini göstermeleri Nemrut Dağı'ndaki Tümülüs ve teraslardaki eserleri önemli kılan ana özelliklerdir (Günay, 2013: 13).

2.4.6. Pamukkale ve Hierapolis Milli Parkı (1988)

Denizli ilinin, Pamukkale beldesinde bulunan Hierapolis kenti, travertenleri ve antik kent kalıntılarıyla Türkiye'nin tanınmış doğal, tarihsel ve turistik değerlerinden biridir (Günay, 2013: 9).

Türkiye'nin termal merkezleri arasında bulunan ve termal su kaynakları bakımından zengin olan, travertenlere, tarihsel kalıntılara sahip olan Denizli, öngörülen turizm potansiyeline sahip olamamıştır. Pamukkale, Karahayıt bölgesi ile birlikte Hierapolis ören yeri, geniş bir turistik alan olarak kabul edilmektedir. Travertenleri yaratan sular, barındırdığı kirecin buharlaşması ve suda bulunan karbondioksitin ayrışması sonucunda, çökerek genellikle beyaz renkte olan Pamukkale travertenlerini oluştururlar (Semenderoğlu, Durmuş ve Güler, 1993: 9).

Hierapolis antik şehri arkeoloji literatüründe Diospolis (Zeus'un Şehri) ve "Holy City" yani kutsal kent olarak adlandırılmaktadır. Kutsal kent adı, sahip olduğu dinsel yapılar nedeniyle layık görülmüştür (Akmaz ve Akdağ, 2018: 255). Hristiyanlık dininin ilk yıllarında Hz. İsa'nın havarilerinden olan Aziz Philip'in Hristiyanlığı yaymak üzere buraya gelmesi ve burada öldürülmesi sonucu, azizlerin etkinlikte buldukları ya da din uğruna şehit oldukları yerde, olayın anısına yapılmış mezar yapısı ya da kutsal yer olarak bilinen bir Martyrium (anıt) yapılması burayı önemli bir merkez haline getirmiştir. 2011 yılında yapılan kazılar sonucunda Aziz Philip'in mezarının da ortaya çıkartılması bu şehri inanç turizmi açısından önemli bir merkez haline getirmiştir (Türkölmez, 2017: 323).

2.4.7. Xanthos (Ksantos)-Letoon (1988)

Likya'nın dini merkezi olan Xanthos (Ksantos), Letoon Antik Kenti ile bağlantılı olduğu düşünülerek listeye beraber alınmıştır. Letoon ile birlikte sahip olduğu Apollon ve Artemis tapınaklarıyla beraber onlarca eser bulunmaktadır. Alanda kazılar ilk olarak İngilizler tarafından 1841 yılında başlatılmıştır ve Fransızlar

tarafından 2006 yılına kadar devam ettirilmiştir (Ergüder, Babayiğit ve Korkmaz, 2013: 58).

Xanthos (Ksantos): Xanthos şehri ile ilgili ilk yazılı kanıtlar MÖ 546'da Perslere karşı yapılan savaşta geçmektedir. Ünlü tarihçi Herodot'a göre Xanthos'da yaşayan erkekler Perslilere teslim olmamak amacıyla önce kendi kadın ve çocuklarını öldürmüşlerdir. Daha sonra Perslilere karşı ölene dek savaşmışlardır. Bu olaydan sonra kentin dışında saklanmış 80 aile kente geri dönmüş ve Xanthos'u yeniden inşa etmişlerdir. MÖ 5. yüzyılda zamanın en güçlü kentlerinden Atina ile ilişkiler yeniden kurulmuşsa da çok fazla sürmemiştir. MÖ 4. yüzyılda, kent Mısır kökenli Ptolemaiosların yönetimine geçmiştir. MÖ 2. yüzyılda Xanthos kentinin başkent olduğu Likya Birliği kurulmuştur. MS 42'de kent Romalılar tarafından fethedilmiştir (Courtils, 2003: 56).

Letoon: Kaş-Fethiye karayolunda, Kınık yakınından ayrılan 4 km'lik yolla, Eşme çayının batısındaki Letoon harabelerine ulaşılmaktadır. Günümüzde Bozoluk adı verilen kent, Tanrı Apollon ve Tanrıça Artemis'in annesi Leto adına kurulmuştur ve Likya'nın kutsal merkezi olarak kabul edilmektedir. Kentin tarihinin MÖ 8. yüzyıla kadar uzandığı, 1962 yılında Henri Metzger başkanlığında yapılan ve Christian Le Roy tarafından sürdürülen kazılarda ortaya çıkarılmıştır (Ayazlar ve Ayazlar, 2018: 86).

İki şehir de Likya medeniyetinin önemli dini ve ticari merkezidir. Burada bulunan kalıntılardan elde edilen bulgulara göre, Hint-Avrupa dillerine ait en iyi örnekler bu bölgede bulunmaktadır. Ayrıca Xantos şehri, MÖ 2. yüzyılda Likya'ya başkentlik yapmıştır. Her iki kent de Roma ve Bizans dönemlerine ait yapılarıyla dikkat çekmektedir. Özellikle Letoon'da bulunan Leto, Apollon ve Artemis tapınakları, manastır ve Roma tiyatrosu kalıntıları tarihî ve sanatsal açıdan büyük önem taşımaktadır (Akpınar, 2007: 88).

2.4.8. Tarihi Safranbolu Şehri (1994)

Batı Karadeniz bölgesinde bulunan Karabük ilinin bir ilçesi olan Safranbolu, tarihi çok eski zamanlara dayanan farklı uygarlıkların yaşamış olduğu bir bölgede yer almaktadır. Elde edilen bilgilere göre, MÖ 3.000'li yıllardan itibaren bölgede toplu yerleşim başlamıştır. Gargaslar ile başlayan bu yerleşim Hitit, Lidya, Pers, Roma ve

Osmanlı gibi büyük imparatorlukların hüküm sürmesiyle devam etmiştir (Gürbüz, 2002: 32).

Safranbolu, Türkiye'nin geleneksel mimarlığının korunmasında öncü ve örnek olmuştur. Safranbolu ayrıca, Türk kenti, Türk evi, Türk odası, geleneksel ev plan tipleri, ahşap mimarlık, geleneksel yaşam biçimi, büyük aile tipi, yaşamın katlar arasında bölünmesi, yazlık ve kışlık yaşama biçimi ve bunun ev mimarlığına yansımaları, kapalı ekonomi gibi kavramların öğrenilmesinde de yardımcı olmuştur. Kışlık yaşam "Şehir" denilen vadiler içinde, kışın soğuk rüzgârlarına kapalı bir yerleşme bölgesi, yazlık yaşam ise daha yüksek ve daha geniş bahçeler içinde bir yerleşim yerinde geçmektedir. Evler, genellikle üç katlı, çıkmalı, bol pencere, dört yana eğimli çatılıdır. Ahşaptan yapılmış iskeletleri kerpiç dolgu ve sıvalıdır. Kalabalık aile yapısından dolayı evler büyüktür (Günay, 1999: 44).

Safranbolu'da turizmin kültürel miras ağırlıklı olarak başlamasında etkili olan faktörler vardır. İlk olarak kültürel miras olarak nitelendirilmeyi hak eden eserlerin çeşitli ve fazla olmasıdır. 1976 yılında TRT'de yayınlanan "Safranbolu'da Zaman" belgeseli, bölgenin tanıtımı ve korunması açısından oldukça etkili olmuştur. Önemli turizm merkezlerinden olan Amasra'nın bölgeye yakınlığı da bir diğer etkidir. Ayrıca kent, konak mimarisi ile inşa edilmiş olan ev, camii ve çeşmeler gibi zengin turistik eserlere sahiptir (Özdemir, 2011: 133).

2.4.9. Truva (Troya) Antik Kenti (1988)

Çanakkale il sınırları içerisinde, Biga Yarımadası'nda bulunan Truva Milli Parkı, doğal, tarihi ve arkeolojik özellikler açısından zengin bir bölgede yer almaktadır. Çevresinde Gelibolu, Kazdağı ve Manyas Kuş Cenneti milli parklarını bulunduran bu alan 1988 yılında Kültür Miras Listesine dahil edilmiştir. Sınırları, batıda Ege Denizi, kuzeyde Çanakkale Boğazı, doğuda Çanakkale Devlet Karayolu, güneyde Taştepe'yi Geyikli'ye bağlayan karayolu oluşturmaktadır (Öztura, 2010: 32). Truva tarihi ise, Homeros'tan nakledilen Truva'nın 17 yüzyıl öncesine kadar uzanmaktadır. Helenistik Dönemde Pers İmparatoru Xerxes ve Büyük İskender'in Truva'ya yaptıkları ziyaretler, Fatih Sultan Mehmet'in İstanbul'un alınmasından sonra Truva'yı ziyaret etmesi ve 30 Ağustos Zaferi'nin birinci yıldönümündeki kutlamalarda

Mustafa Kemal'in "Dumlupınar'da Truvalıların öcünü aldık" sözleri, şehrin isminin bugüne kadar yaşamasında etkili olmuştur (Kılıç 1996; Öztura, 2010: 34).

Gerçekleştirilen kazılar sonrasında burada on farklı kent katmanı ve elliden fazla yapı evresi tespit edilmiştir. Anadolu topraklarındaki sistematik ilk tarih öncesi dönemi kazısı "Troia" adı da verilen alanda başlamıştır. Truva'nın uygarlık tarihindeki önemi şöyle özetlenebilir; Antik Grek tapınak planının öncüsü olan megaron (dikdörtgen planlı yapı) yapılarının en görkemlileri MÖ 3.000'den itibaren Truva'da görülmektedir. Demirin daha bilinmediği dönemlerde, MÖ 2.500'den itibaren Truva'da kesme taş tekniği ile duvar örgülerine rastlanılmaktadır. Truva II dönemi (MÖ 2500) tabakaları arasından çıkartılan ve Schliemann'ın, Türkiye'den kaçırdığı, hatalı olarak "Priamos Hazinesi" olarak adlandırılan hazine buluntuları, Truva'nın Mısır'dan Mezopotamya'ya uzanan ticaret ağını belgelemektedir. Anadolu'daki ilk hızlı çömlekçi çarkının yoğun bir şekilde kullanımı MÖ 2.500'de Truva'da ortaya çıkmıştır (Korfmann, 2011; Aslan, 2013: 6).

2.4.10. Selimiye Camii ve Külliyesi (2011)

Osmanlılar, büyük bir yapı inşa etmeye karar verdikleri zaman sefere çıkarak elde edilen ganimeti yapının inşa edilmesi için harcamışlardır. Selimiye Camii için de Kıbrıs seferi planlanmıştır. 1571 yılında Kıbrıs Adası'nın alınmasından sonra sultana düşen pay Selimiye Camii'nin yapılmasına harcanmıştır. Camii, Kavak Meydanı denilen Eski Saray'a ait bir arazi üzerine yapılmıştır ve bu arazi kervan yolu üzerinde yüksek bir tepede yer almaktadır. Yakınında Eski Camii, Bedesten ve Rüstem Paşa Kervansarayı vardır. Camii, kentin dört giriş eksenini üzerinde, eksenlerin kesiştiği bölgede yer aldığından çok uzaklardan görülmektedir. Camii ve yol eksenleri çakışması sebebiyle başta Evliya Çelebi olmak üzere, eski yazarlar, uzaktan Selimiye Camii'nin iki minareli ama altı şerefeli görüldüğünü yazılarında belirtmişlerdir. Fakat bugün kent silüeti korunamadığından bu görünüm geçerliliğini yitirmiştir. Külliye, ana yapısını camiinin teşkil ettiği iki medrese, muvakkithane, arasta, türbe (III. Ahmet'in oğlu Selim Türbesi 1718) ve sübyan mektebi oluşturur. Dış avluda dokuz kapı bulunmaktadır. Esas kapıya Alay Kapısı, kible yönündeki kapıya Dilenci Kapısı, doğudaki camii haziresine açılan kapıya da Darphane Kapısı denmektedir (Günay, 2002: 11).

2.4.11. Neolitik Dönem Çatalhöyük Kalıntıları (2012)

Neolitik dönem, avcılık ve toplayıcılık ile yaşamını devam ettiren insanların göçebe yaşam kültüründen, kalıcı barınma yerleri inşa ettiği, yabancı bitkileri tarım yoluyla yetiştirdiği, yabancı hayvanları evcilleştirdiği döneme verilen isimdir. (Schmidt, 2007: 36). Neolitik dönemde Konya ovasının görünümünün bu günden farklı olduğuna dair kanıtlar mevcuttur. Yerleşim alanı, Toros Dağlarından başlayıp Konya ovasına kadar ulaşan Çarşamba nehrinin kenarında kurulmuştur. Yaşanılan alan ve nehrin etrafında bulunan bataklık alanlar belirli aralıklarla sular altında kalmıştır ve Çatalhöyük'te yaşayan insanlar, bu bataklık alanlardan yakacak için odun, saz, ot, balık ve kuş yumurtaları elde etmişlerdir (Türktaş, 2013: 134).

Çatalhöyük yerleşmesi, coğrafi olarak Konya Kapalı Havzası ya da Konya Ovası olarak adlandırılan bölgede yer almaktadır. Konya ilinin 52 km. güneydoğusunda, Çumra ilçesine bağlı Küçükköy'ün 1,5 km güneyinde yer alır. Çift konili olan höyüğün Neolitik Döneme tarihlenen doğu höyüğü yaklaşık 21 metre yükseklikte ve 13,5 hektarlık bir alana yayılmıştır. Genel olarak Kalkolitik Dönem'e tarihlenen batı höyüğü ise 400 metre çapındadır ve 6 metre yüksekliğe sahiptir (Mellaart, 2003: 10). 1960'tan sonra Anadolu'da gerçekleştirilen farklı araştırmalarda Anadolu ve Akdeniz'de Çatalhöyük'ten daha erken dönemler tespit edilmiştir. Ayrıca tarımsal faaliyetlerin yapılması, keçi ve koyun evcilleştirilmesi gibi Neolitik Dönem'e işaret eden olayların bu bölgelerde Çatalhöyük'ten binlerce yıl önce başladığı da ifade edilmektedir (Hodder, 2006: 5).

Yapılan araştırmalara göre, ilk yerleşimin günümüzden 9.000 yıl önce başladığı anlaşılmıştır. Gelişmiş tabakasında 3.500-8.000 kişinin yaşadığı, bulunduğu zaman için kent tanımlaması yapılabilecek bir yerleşmedir. Birbirine yakın ve sıkışık kerpiç evlere giriş, çatıdaki kapılardan yapılmıştır. Evlerin duvarları ise avlanma sahnelerini yansıtan resimler ve geometrik motifler ile bezenmiştir. Bu yapılardan elde edilen buluntular arasında çanak-çömlek, kumaş işlemesine dair kalıntılar, kilden heykelcikler ve ahşap el işleri yer almaktadır (Yaylalı, 2010: 7).

2.4.12. Cumalıkızık Köyü (2014)

Uludağ'ın eteklerine kurulu yedi Kızık köyünden biri olan Cumalıkızık Köyü, Oğuz boylarından olan Kızıklar tarafından 1300'lü yıllarda kurulmuştur. Ertuğrul Gazi tarafından bizzat yerleşimi sağlanmış yedi köyden birisidir (Gürer, 2003: 41). Cumalıkızık Köyü'nün ismi ile ilgili başka bir ihtimal de camiisi olan köy anlamına gelen "Camilikızık" olarak söylendiği, daha sonra camiisi bulunmayan köyler adı geçen yere cuma namazını kılmak için geldikleri için "Cumalıkızık'a" dönüştüğü şeklindedir (Dara, 2011: 103). Günümüzde ise bahsedilen yedi köyden beş tanesi ayakta kalabilmiştir (Cumalıkızık, Fidyekızık, Değirmenkızık, Derekızık, Hamamlıkızık) fakat Cumalıkızık haricindekiler kendilerine özgü mimari yapılarını koruyamamıştır. Cumalıkızık'ta bulunan geleneksel yapılar, Osmanlı halk mimarisinin özelliklerini yansıtan ve halk kültürünün de yansıması niteliğini taşıyan yapılardır. Cumalıkızık yerleşimi en ince ayrıntısına kadar incelendiğinde bölgenin en önemli özelliğinin yöresel malzeme ile oluşturulmuş yaşam kültürü olduğu dikkati çekmektedir. Cumalıkızık evlerinin ahşap konut sistemi; düşey düzlemler: duvarlar, yatay düzlemler: döşemeler, üst örtüler: çatılar, düşey sirkülasyon elemanları: merdivenler, duvar boşlukları: kapılar ve duvar boşlukları: pencereler olmak üzere altı başlık altında ele alınarak incelenilmektedir (Perker ve Akıncıtürk, 2011: 42).

2.4.13. Bergama Antik Kenti (2014)

İzmir'e bağlı bir ilçe olan Bergama, Bakırçay havzasında bulunan, tarih ve turizm bakımından İon, Helen, Roma, Bizans dönemlerine ait birçok esere sahip kültür, bilim ve sanat merkezidir. Merkez, aynı zamanda Birleşmiş Milletler tarafından "Akdeniz'de Ortak Öneme Sahip 100 Tarihi Sit" olarak ilan edilmiştir. Athena Tapınağı, Akropol, Zeus Sunağı gibi dünyaca ünlü eserler en önemli tarihi ve kültürel zenginliklerinin başında gelmektedir. Bölgede bulunan dünyanın ilk telkinle tedavi merkezi olan Asklepion Kutsal Alanı'nın geçmişi de MÖ 4. yüzyıla kadar dayanmaktadır. Hadrian ve Trajan Tapınakları da Roma döneminin en önemli eserleri arasında sayılmaktadır (Emekli, 2003: 41).

Kuruluş tarihi kesin olarak bilinmeyen alanda kazılardan elde edilen bilgilere göre kenti çevreleyen sur duvarlarının geçmişi MÖ 7. yüzyıla kadar uzanmaktadır.

Tarih boyunca birçok büyük imparatorluğun hüküm sürdüğü kent, kültürlerin ve bilimin merkezi olmakla birlikte, birçok ilke de sahne olmuştur. Güneş, su ve çamur kullanılarak yapılan doğal tedavi yönteminin uygulandığı ve müzik, tiyatro gibi sanatsal faaliyetlerin yanı sıra spor faaliyetlerinin de yapıldığı bir kenttir. Aynı zamanda İncil’de adı geçen ilk yedi Hristiyan kiliselerinden olan Pergamon da Bergama’da bulunmaktadır (Doğan ve Sezgin, 2012: 274).

Çağının İskenderiye kütüphanesinden sonra en büyük kütüphanesine sahip olan Bergama MÖ 133’te Roma hakimiyetine girdiğinde Romalı bilginlerin ilgisini çekmiş fakat eserler, Romalı Antonius tarafından Mısır Kraliçesi Kleopatra’ya hediye edilerek İskenderiye’ye gönderilmiştir. Döneminin en güzel mimarisine sahip olan kütüphanenin 3,5 metre yüksekliğindeki Athena heykeli şu an Berlin müzesindedir (Freeman, 2003: 323).

2.4.14. Diyarbakır Surları ve Hevsel Bahçeleri (2015)

Diyarbakır Surları, MÖ 5. yüzyılda başlayan yerleşimle birlikte oluşmaya başlamış ve kente egemen olan onlarca medeniyetin izleriyle şekillenerek çok katmanlı ve çok kültürlü bir oluşum süreci içinde günümüze kadar ulaşmıştır. Bölgede hüküm süren medeniyet ve kültürlerin ve dönemin ihtiyaçları doğrultusunda şekillenerek özgünlüğünü ve varlığını 7 bin yıldır sürdüren Diyarbakır Kalesi, surları ve burçları hala orijinal ve özgün kültür varlıkları olarak yaşamakta, Dünya tarihi için önemli bir evrensel miras özelliğini korumaktadır (Kültürel Peyzaj Alanı Yönetim Planı, 2012). Diyarbakır’da bulunan Suriçi bölgesi, birçok uygarlığın izlerini bıraktığı zengin bir kültürel ve tarihi bir birikime sahiptir. Günümüzde açık hava müzesi olarak hizmet veren Diyarbakır Kalesi ve surları bölgeye egemen olan birçok uygarlık tarafından önemini korumuş ve özellikle Roma ve Osmanlı dönemlerinde yeni eklemeler yapılarak onarılmıştır (Çatalbaş, 2012: 47).

Hevsel bahçeleri ise Diyarbakır’ın önemli bir parçasıdır. Bölgede Asur İmparatorluğu’nun hüküm sürdüğü yıllarda, Asur Kralı’nın kenti ele geçirmeden önce kentin çevresindeki askerleri öldürdüğünü ve kentin çevresindeki bahçeleri yağmaladığı yönünde bilgiler elde edilmiştir. Bu olayın gerçekleştiği bahçelerin ise Hevsel bahçeleri olduğu söylenmektedir. Hevsel’den alınan vergilerin de kentin

gelirlerinde önemli bir payı olduğu fakat II. Gıyasettin Keyhüsrev'in hüküm sürdüğü zamanlarda bu vergilerin alınmadığı belirtilmektedir. Evliya Çelebi ise Seyahatname'sinde Hevsel'de yetişen çok çeşitli sebze ve meyvelerden de söz etmiştir. Osmanlı döneminde ise yetişen ürünlerin çeşitliliği ve ticari faaliyetlerde kullanıldığı da belgelerde yer almaktadır (Soyukaya, 2015: 30).

2.4.15. Efes Antik Kenti (2015)

İzmir'in Selçuk ilçesinde bulunan, tarihi MÖ 6000'li yıllara dek uzanan ve tarihi boyunca bilim, kültür ve uygarlık alanında önemli bir yere sahip olan Efes, MÖ 560 yılında Artemis tapınağı çevresine taşınmıştır ve bugün ziyaret edilen Efes kenti Büyük İskender'in generallerinden olan Lysimakhos tarafından MÖ 300 yıllarında kurulmuştur. 1050 yıllarında deniz göçüyle gelenlerin yaşamaya başladığı, 1330 yılında Aydınöğlularının merkezi olan Ayasuluk'a Cumhuriyetin ilanından sonra Selçuk adı verilmiştir (<http://dosim.kulturturizm.gov.tr/muze/45>, 2019). Menderes Vadisi ve Küçük Menderes'de (Kaystros), bulunan arkeolojik eserler Geç Kalkolitik Çağ'a, (MÖ 6000) aittir. 1995 yılında, Magnesia Kapısı'nın 400 metre güneyinde yapılan kazılarda ortaya çıkarılan çanak, çömlek ve obsidyen aletleri Efes yöresinde yerleşimin bu çağın sonlarına doğru başlamış olduğunu kanıtlamaktadır (Scherrer, 2000: 14).

Efes antik kenti Hristiyanlar için kutsal anlam taşıyan ve Osmanlı Dönemlerine ait İslam eserlerini barındıran bir bölgedir. Günümüzde halen yerleşimin sürdüğü, ilk yerleşimin ise çok eski çağlarda başladığı, inanç turizmi açısından da önemli bir kent olan Efes, evrensel bir mirastır. Ayrıca Efes, Türkiye'nin en büyük antik tiyatrosunun bulunduğu Yunan ve Roma medeniyetlerinin oluşturduğu geçmişe sahiptir. Dünyanın yedi harikasından biri olan "Artemis Tapınağı" Hristiyanlar açısından kutsal yerlerden birisi olan "Meryem Ana Kilisesi", Celsus Kütüphanesi Efes'in simgesi haline gelmiş olan yapılardır. Bunun yanı sıra birçok agora, tapınak, kilise ve çeşme Efes bölgesinde yer alan önemli kültür yapılarıdır (Eser, Dalgın ve Çeken, 2012: 31).

2.4.16. Ani Arkeolojik Alanı (2016)

Ani arkeolojik alanı, Türkiye-Ermenistan sınırı yakınlarında bulunan Ocaklı köyü sınırları içerisinde yer almaktadır. Şehrin surları, uzun zamandır yerleşim olamamasından

dolayı, harap halde, kısmen yıkılmış veya büyük oranda toprakla örtülü halde bulunmaktadır. Kale surlarının Orta Çağ'a ait olduğu bilinmektedir. Toplam kırk bir burçtan oluşan kalenin kuzeyine otuz beş, doğusunda üç, güneyinde iki ve batısında bir burç bulunduğu tespit edilmiştir (Şener, 2014: 977).

Ani'de yaşamış olan topluluklar birçok yönden birbirlerinden farklıdır ve farklı mimari yapılarla dönemlerini ve dini-kültürel değerlerini hâlâ yaşatmaktadır. Ani şehri, kara tarafından etrafı iki katlı, vadi ve nehir tarafından ise tek katlı olan ve 5 km'yi bulan sur duvarları ile çevrilmiştir. İlk yerleşim yeri olarak vadideki volkanik oluşumlu mağaralar görülmektedir. Günümüzde Ani harabeleri olarak adlandırılan iç kale ise MS 4. yüzyılda Kars iline ismini veren Karsak'lılar tarafından yaptırılmıştır (Gündoğdu, 2016: 55). İlk zamanlarda sadece Ani ve çevresinde görülen mimari üslup, zaman içerisinde tüm Kafkasya ve Anadolu'ya yayılmıştır. Bunun sebebi, Ani Şehri'nin, yoğun ticaret yollarının kesiştiği bir noktada bulunmasıdır. Bölgede Ermeni, Gürcü, Bizans ve Selçuklu tacirlerinin kültürel etkileşimi sonucu ortaya çıkan mimari tasarımlar, yapı malzemeleri ve teknikleri, dekoratif ayrıntılar birçok kültürü içeren Ani'ye özgü eserlerin ortaya çıkmasına sebep olmuştur (www.atauni.edu.tr).

2.4.17. Afrodisias (Aphrodisias) (2017)

Aydın'ın Karacasu ilçesindeki Afrodisias arkeolojik alanı UNESCO'ya göre "Yunan-Roma dönemi mimari ve kent özelliklerini çok iyi yansıtan bir yerleşim yeri" dir. Kentteki Afrodit Tapınağı MÖ 3. yüzyıla, kentin kendisi ise bir yüzyıl sonraya dayanmaktadır. Arkeolojik alan, Afrodisias ve kentin kuzeyindeki mermer ocaklarından oluşmaktadır ve kentin zenginliği bu mermer ocaklarından gelmektedir. Kentin özelliklerinden en önemlisinin "ocaklardan çıkartılan mermerden yerel okullarca işlenen heykeltıraşlık eserlerinin yayıldığı Akdeniz havzasında bıraktığı derin kültürel etki" olduğu belirtmektedir (www.atlasdergisi.com/52/19/1, 2019). Afrodisias aynı zamanda aşkın ve güzelliğin tanrıçası Afrodit'in şehri olarak bilinmektedir ve kaynaklarda ilk adı Legenpolis olarak geçmektedir. Kente yerleşim 7.800 yıl önce başlamıştır ve sırasıyla bronz, bakır ve demir çağları boyunca da devam etmiştir. Afrodisias, aşk tanrıçasının evi olarak da nitelendirilmektedir. Buradaki aşk tanrıçası aynı zamanda doğuran ve doyuran diye bilinen ana tanrıça, Friglerin Kybele'sidir (Atalay, 2014: 142). Afrodisias, çağının en önde gelen sanat ve ibadet

merkezidir. MÖ 1. yüzyılda tanrıça Afrodite için yapılan tapınak, çeşitli sanat ve spor yapıları yanı sıra MS 2. yüzyılda İmparator Hadrianus'un hüküm sürdüğü yıllarda inşa edilen hamam ve agora kentte bulunan önemli yapılardır (Taşer, 2014: 26).

2.4.18. Göbeklitepe (2018)

Göbeklitepe, Şanlıurfa il merkezine 15 km. uzaklıkta kurulmuş ve günümüzden 11.600 yıl önce, bir uygarlık ya da bir devletin olmadığı, çanak-çömlekçiliğin bilinmediği, insanların göçebe olarak yaşadığı ve avcılık-toplayıcılık yaptığı zamanlarda, halkın tanrılarına tapındığı ve dua ettiği, şimdiye kadar dünya üzerinde bulunan en eski tapınaktır (Mann, 2011: 2).

Göbeklitepe, yaklaşık 3-6 metre boyundaki T formunda dikili taşlarla oluşturulmuş ve henüz çok az kısmı açığa çıkarılan fakat yirmi civarında olduğu belirtilen dairesel ve oval yapılardan oluşan bir merkezdir. Yapım özelliklerine bakıldığında tapınağın üzeri örtülü değildir. Ortaya çıkarılan 3 metre uzunluğundaki "T" şeklinde olan dikili taşlardan bazılarının etrafındaki duvarlardan daha alçak seviyede olmaları, kabartmalarla bezeli bu taşların çatılara destek amacı ile yapılmadıkları, bunların bölgede yaşayan insanlara ait totemler olabileceği ihtimali üzerinde durulmuş, o dönemde yaşayan insanların doğaüstü varlıklara ve tanrıya inandıkları anlaşılmıştır. Tapınaklarda çok sayıda kabartma mevcuttur. Figürler arasında insan başı, aslan başı, domuz başı, boğa başı, aslan, yılan, öküz, koç, tilki, turna, ördek ve kurbağa kabartmaları ile kazıma tekniğinde yapılmış yatar vaziyetteki çıplak kadın figürü gibi eserler Anadolu'nun en eski sanat çalışmaları olması açısından önemlidir. Ancak bu insanların, 300 metre yükseklikte bulunan ve suyun olmadığı bu tepede neden tapınak yaptıkları ile ilgili bulgulara henüz ulaşamamıştır. Fakat Göbeklitepe'nin bölgede yaşayan insanlar tarafından dini törenler ve tapınmalar için düzenli olarak ziyaret edilen bir mekân olduğu üzerinde durulmaktadır. Çakmak taşından imal edilmiş birçok kesici ve delici alet, taş balta, taş boncuk ve kolye boncukları Göbeklitepe kazılarının dikkate değer buluntularındandır (Schmidt, 2010: 321).

2.5. Türkiye'deki Somut Olmayan Kültürel Miraslar

UNESCO'nun Dünya Mirası listesinde Türkiye'den aşağıdaki Somut Olmayan Kültürel Miraslar yer almaktadır (Liste, kabul ediliş tarihlerine göre sıralanmıştır).

2.5.1. Meddahlık (2008)

Arapça “methetmek” kökünden gelen meddah, “kutsal kişileri ve kahramanları öven” anlamına gelmektedir. Kaynak olarak Ehl-i Beyt'in en yakınlarını kullanan Meddahlar, Orta Asya Türklerinin ozanları (şaman, bakşı) ile benzer bir hikayecilik yapmaktadırlar. Georg Jakob'a göre Meddahlık, Nasrettin Hoca ve Gölge Oyunu gibi Türklerin Araplardan aldığı değerlerdendir fakat Türklerin de Şamanlık gelenekleri içerisinde hikâyeler anlatan ozanların olduğu bilinmektedir. Hz. Muhammed ve onun çevresini öven hikâyeler anlatan meddahların hikâye kaynakları yine adı geçen çevrelerdir. Meddahlar genellikle şehir merkezlerinde bulunurken Aşıklar Anadolu'yu gezmektedir. Resmi İslamcı gruplar adı verilen, İran ve Arap edebiyat ve sanatını daha değerli gören ve öven topluluklar, âşıkları ve meddahları tasvip etmemişler ve hor görmüşlerdir fakat bu sanatçılar halk tarafından oldukça sevilmişlerdir (Nutku, 1997: 2).

Türk kültüründe meddahlığın kökleri İslamiyet öncesine kadar uzanmaktadır. Farklı adlarda ve tiplerde bu sanatın icra edildiği düşünülmektedir. Ozan adı verilen kişiler ellerinde kopuzla diyar diyar dolaşarak halk hikâyeleri ve destanlar anlatmaktaydı. İslamiyet'ten sonra ozanın âşığa, kopuzun saza dönüştüğü görülmektedir. Ozanlar, Oğuz Han ve Dede Korkut ile ilgili hikâyeler anlatmışlardır. Türklerin göçebe bir topluluk olmasından dolayı, hikâyeler içerik olarak zengindir ve benzer gelenekteki bazı milletlerden (özellikle Araplardan) etkilenmişlerdir. Örneğin, halkın beğenisini kazanmak için Kur'an'dan aldıkları kıssaları kendi bilgi ve becerileri ile anlatmışlardır. Yemen, İran ve Hindistan kültürlerinden etkilenerek farklı hikâyeler de anlatılmıştır (Köprülü, 2012: 318).

2.5.2. Mevlevî Semâ Töreni (2008)

Ayin, çok eski dönemlerden itibaren yapılan bir tören olup, birbirinden oldukça farklı medeniyetlerde çeşitli şekillerde icra edildiği görülmektedir. Tarikata mensup olanlar tarafından tekkelerde icra edilen ayin, İslâm kültüründe daha çok “icrây-ı

zikrullah” olarak isimlendirilmiştir (İz, 1969: 125; Aydeniz, 2009: 45). Semâ, tasavvuf ehlinin büyük bir kısmı tarafından benimsenen ve icra edilen bir uygulama olup, “dinî musiki” yerine kullanılan bir kavramdır. Mevlânâ’nın Semâ konusunda, kendisinden önceki mutasavvıflardan çok farklı bir tavra sahip olduğu söylenmemekle birlikte, kendine has bir üslup kazandırdığı ifade edilebilir. Mevlevîlikteki Semâ’nın bugünkü şeklinin, Mevlânâ’dan sonra daha belirgin ve kuralları daha açık bir yapıya kavuştuğu görülmektedir (Uludağ, 1999: 228).

Şaman ayinlerinde ve çeşitli mistik ritüellerde dünyanın dönüşünü esas alan hareketlere rastlamak mümkündür. Bu geleneklerin manen devam etmediği bilinse de şekil olarak İslâm dininin kabulüne rağmen hâlen devam etmektedir. Mevlevî ayinleri sırasında uygulanan “Sema Törenlerinde” musiki, şiir ve dansın tasavvufî manada birlikteliği devam etmektedir. Türklerin büyük çoğunluğunun tam olarak İslam’ı kabul etmediği zamanlarda bile Mevlevîlik, dini ve musiki alanında oldukça ileri bir düzeye ulaşmış durumdaydı. Semâ’da maksat, müridin dünyadan tamamen soyutlanması ve Allah ile bir olmasıdır. Tasavvuf kavramı, Arapça “Sûf”tan gelmektedir ve “sofulaşma, gönlünü Allah sevgisiyle bağlama” anlamına gelmektedir. Gönlün Allah’a bağlanması, varlık aleminden uzaklaşarak, hiçlik âleminde Allah ile bir olmak anlatılmak istenmektedir. Hiçlik alemi, sadece Allah sevgisinin olduğu âlemdir ve burada sevgili ile bir olmak, yani “fenafillâha ulaşmak” demektir (Uğurlu, 2014: 1065). Semâ, kelime anlamı olarak işitmek, güzel şöhreti, anılışı duymak anlamına gelir. Terim olarak ise mûsikî nağmelerini dinlemek ve dinlerken kendinden geçerek vecde gelip harekette bulunmak demektir (Gölpınarlı, 1942: 48). Hz. Mevlânâ’nın herhangi bir tekniğe, kurala bağlı olmaksızın yaptığı sema, ölümünden sonra Sultan Veled ve Ulu Arif Çelebi tarafından da aynı şekilde devam ettirilmiştir. Sonraları Cuma namazını takiben Mevlânâ’yı anmak için düzenlenen toplantılarda da semâ yapılması üzerine bunun bir düzene sokulması ihtiyacı ortaya çıkmış ve önce Pir Adil Çelebi, daha sonraki zamanlarda Pir Hüseyin Çelebi tarafından bugünkü şekline getirilmiştir (İnançer, 1994: 420; Bayrakçı, 2015: 142).

2.5.3. Âşıklık Geleneği (2009)

Türk edebiyatı, Orta Asya bozkırında zengin bir sözlü gelenekle başlamıştır. Atlı göçebe kültürün izlerinin sürülebildiği bu sözlü edebiyatın verimleri şiir

şeklindedir. Şiirlerde hece ölçüsü, dörtlük nazım birimi, yarım kafiye kullanılır. Ozan, baksı, kam, şaman, oyun gibi adlarla anılan şairler, bir tür telli saz olan “kopuz” eşliğinde “destan, koşuk, sagu” söylemişlerdir (Yücetoker ve Bahar, 2015: 2). Bir Türk atasözünde “Dil, sözü kulaklara, kalem ise uzaklara götürür.” düşüncesinden hareketle, sözü kulaktan kulağa aktaranlar özellikle 19. yüzyılın sonlarına kadar halk âşıkları olmuşlardır. Halk âşıkları yüzyıllar önce yaşamış âşıkları, kendi zamanlarında yaşamış âşıklar gibi onlardan aldıkları ilhamla âşıklık geleneğini bir bayrak gibi yüreklerinde taşıyarak kendilerinden önce hangi kıymette aldılarsa kendilerinden sonra gelecekler âşıklara da daha fazla bir kıymetle aktarmaya çalışmışlardır.

Türk âşıklık geleneğinin dayandığı temel öğretim yöntemi usta-çırak ilişkisidir. Toplumun değer yargularından kaynaklanan usta-çırak ilişkisi, tarih boyunca âşıklık geleneğini nesilden nesile intikal ettiren ve geleneği şekillendiren önemli unsurlardan biri olmuştur. Âşıklık geleneği içerisinde önemli bir yere sahip olan usta-çırak ilişkisi geçmişten günümüze kadar yaşamış olan âşıklar arasında bilgi, görgü ve tecrübenin iletimini sağlayan bir köprü vazifesi görmüş, bunun sonucu olarak da âşık kollarının meydana gelmesini sağlamıştır (Heziyeva, 2010: 81).

Kültürel bellek olmanın yanı sıra çeşitlilik ve zenginliğin de önemli bir ifadesi olan Âşıklık geleneği, yüzyıllardır devam eden ve şiir, müzik ve anlatımı içerisinde bulunduran bir sanat biçimidir. Geleneğine özgü anlatım biçimi olan Âşıklık’ın en önemli özelliği, dönemin hayat tarzı ve yaşayışını, ahlaki ve estetik değerleri göz önüne alarak geniş kitlelere hitap edebilmesidir. Geleneğe özgü olarak atışma yapabilen, şiir söyleyebilen ve sanatlarını çoğu zaman saz eşliğinde gerçekleştiren sanatçılara “Âşık”, bu sanat biçimine de “Âşıklama-Âşıklık” adı verilmektedir. Türk Edebiyatında “Âşık Tarzı” olarak bilinen manzum-mensur eserler, Âşıklar tarafından kendilerine has bir üslupla oluşturulmuştur (www.aregem.ktb.ogr.tr, 2019).

2.5.4. Karagöz (2009)

Temel tipleri Karagöz ve Hacivat olan geleneksel gölge oyunu, çok sevilmiş, her devirde o döneme ait renklere bürünerek âdeta halkın sesi olmuştur. Karagöz oyunu, Türk toplumunu, bilhassa İstanbul’u, bütün tipleriyle, bütün örf ve âdetleriyle aksettiren bir aynadır. Oyunda her çağın kendi sesi, İstanbul’un çeşitli mahalle ve

semtleri, şehrin sosyal, kültürel ve sanatsal çehresi, çeşitli yörelerden, kavimlerden insan tiplmeleri, kısacası, toplumsal yapının tüm dinamikleri aktif bir yapı oluşturmaktadır. Kısaca, Karagöz oyunu denilen geleneksel gölge oyunu, âdeta bir canlı varlık olarak doğup büyüüp Türk toplumuyla organik bir bütünlük kurarak gelişim sürecini tamamlamıştır. Bir “tek kişi” oyunu olan Karagöz, deve veya manda derisinden yapılan insan, hayvan veya eşya tasvirlerinin çubuklar yardımıyla oynatılarak ve arkadan verilen ışıkla beyaz perde üzerine yansıtılarak canlandırılması esasına dayanan gölge oyunudur. Karagöz oyununun sahnesine, gölge oyunun piri kabul edilen Şeyh Küşteri-Tüsterî'nin adına ithafen “Küşteri Meydanı” denir. “Hayâlî-Hayâlbâz” adı verilen ustası tarafından yapılır, oynatılır ve seslendirilir (Gökcan, 2016: 84).

Gölge oyunlarının Siyam ve Burma civarlarında ortaya çıktığı ve bu oyunları Moğolların Çinlilerden öğrendiği, Orta Asya Türklerinin ise Moğollardan öğrendiği ileri sürülmektedir. Anadolu'ya göç eden Türkler aracılığı ile bu sanatın tüm dünyada bilinir hale geldiği ve gölge oyunlarının Mısır'ı fetheden Yavuz Sultan Selim aracılığı ile 16. yüzyılda saraya getirildiği de söylenmektedir. Buna göre 1517 yılında Yavuz Sultan Selim Mısır'ı fethedince şerefine bir eğlence verilir ve ilk olarak gölge oyunlarına benzer bir oyunu orada izler. Sultan, kendisiyle birlikte saraya getirdiği bu sanatçının oyunlarına sarayında devam etmesini ister. O yıllarda yirmi bir yaşında olan oğlu Kanuni Sultan Süleyman'ın, gölge oyunlarını çok sevdiği ve izlediği, bu sayede Osmanlı sarayında yaygınlaştığı belirtilmektedir. Halkın büyük beğeni ile karşıladığı bu sanat, Türk ustaların elinde gelişmiştir. Mısır gölge oyununda bulunan renksiz ve hareketsiz görüntüler, Türk gölge oyununda renk ve hareket kazanır. Türk gölge oyunlarına “Çadır Hayal, Zıllı Hayal, Hayal-i Zıll” adı verilmektedir. Günümüzde ise oyunun baş kahramanlarına uygun olarak “Karagöz Oyunları” olarak tanımlanmaya başlamıştır (Mutlu, 1995: 53).

2.5.5. Nevruz (2009)

Kaynağını Hristiyan inancından alan ve dünya toplumlarının hemen hepsinde yılbaşı sembolü olarak bilinen “Noel Baba” figürüne benzer bir figür, Türk dünyasında da Nevruz kutlamaları esnasında ortaya çıkan “Hızır Baba” figürüdür. Efsaneye göre,

Nevruz akşamı Hızır'ın evleri gezerek bereket dağıttığı ve Hızır'a rastlayanın başına talih kuşu konacağına inanılır. Bu yüzden o gece evlerin temizliğine daha çok özen gösterilir. Bu inançlardan esinlenilerek, Orta Asya'nın çoğu yerinde, bazı kişiler Nevruz kutlamaları sırasında ak sakal takıp, yeşil cüppe giyerek ortaya çıkar, çocuklara hediyeler dağıtır ve büyüklere de hayır dua ederler. Halk bu sembolik kişilere Hızır Ata, Hızır Baba, Nevruz Ata, Nevruz Baba, Dihkân-Dehkân Baba gibi isimler takar (Kara, 2001: 28).

Nevruz, günümüzde Türk dünyası ve komşuları tarafından tarihin eski devirlerinden beri baharın ve yeni yılın gelişi ritüelleri içinde kutlanan ve kutsanan özel bir gündür. Nevruz; Doğu, Orta ve Kuzey Asya, Kafkasya, Balkan ve diğer bölgelerdeki pek çok ülkede baharın gelişine ve “Yeni Yıla” işaret etmektedir (www.unesco.org). Yenisey-Orhun çevresinden, Altaylara, oradan da Hunların Avrupa'ya yürümleriyle Macaristan ve Balkanlar'a ulaşmış, MS 800'lerden itibaren Hazar'ın güneyinden Anadolu'ya Mezopotamya'ya taşınmıştır. Nevruz'un bu kadar geniş bir coğrafyaya yayılmış olması, farklı kültürlerce kabul gördüğünü gösterdiği gibi, Nevruz'un yeni bir yılın başlangıcı olarak kabul edilmesi, takvimler yapılması ve kullanılması dışında, doğrudan hangi kültürden çıkmış olduğu meselesini de güçleştirmiştir (Turan, 1998: 90).

Günümüzde “Nevruz Bayramı” Türk topluluklarında “Naurus, Ergenekon, Bozkurt, Çağan” gibi adlarla da kutlanmaktadır. Aynı zamanda Güneş'in koç burcuna girdiği gün olan Nevruz Bayramı, Miladi 22 Mart, Rumi 9 Mart'a rastlamaktadır. Orta Asya ve Ortadoğu'da “baharın müjdecisi” olarak nitelendirilen bayramın üç bin yıllık bir geçmişi olduğu bilinmektedir (Ashirov, 2015: 124). Nevruz günümüzde Türkiye, Azerbaycan, Afganistan, Hindistan, İran, Irak, Kazakistan, Pakistan, Tacikistan ve Türkmenistan gibi ülkelerde yaşayan “Türk Topluluklarının” ortak kutlama organize ederek kutladığı uluslararası bir bayram niteliği kazanmıştır (Ekrem, 2016: 68).

2.5.6. Geleneksel Sohbet Toplantıları (2010)

Geleneksel sözlü kültürün taşıyıcısı ve bir eğlence biçimi olan sohbet toplantıları, özellikle uzun kış gecelerinde insanların bir araya gelerek belirli kurallar çerçevesinde hoşça vakit geçirmesini ve toplumsal dayanışmayı sağlayan sosyal bir

organizasyondur. 21. yüzyılın getirilerine bağlı olarak radyo, televizyon, internet ve telefon gibi kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ve ortaya çıkan farklı eğlence sektörleri, geleneksel kültürün icra zeminini zamanla ortadan kaldırmaya başlamıştır. Türkiye’deki geleneksel sohbet toplantıları yörelere göre farklı isimlendirilerek benzer ya da değişik uygulamalarla sürdürülmüştür. Toplantıların isimlerine bakıldığında sohbetlerin içerikleri, düzenlenme şekilleri ve katılımcıları ile büyük oranda bağlantılı olduğu görülmektedir. Toplantıların içerikleri ve icraları aynı ya da benzer olmasına rağmen yöresel söyleyişlerden kaynaklanan adlandırma farklılıkları da bulunmaktadır (Atlı, 2018: 90).

Akmaz ve Akdağ’ın (2018: 293) çeşitli kaynaklardan (Üçok, 2012, Tosun, 1969, Yüzbaşıoğlu, 1952, Yakıcı, 2010, Eroğlu, 1994, Ataman, 1973, Ataman, 1994, Güldoğan, 2011, Arstanbek, 2004, Cenkoğlu, 2004, Altınkaynak, 2004, Ekim, 2012) elde ettiği bilgilere göre, toplantıya katılımdaki temel motivasyon faktörü sohbettir. Bunun yanı sıra toplantılar sırasında farklı müzik ve danslar da icra edilebilir. Müzik yönüyle öne çıkan en önemli toplantılara Şanlıurfa Sıra Geceleri ve Elâzığ Kürsübaşı toplantıları örnek olarak verilebilir. Sohbet toplantıları icra edilen coğrafyalarda aynı zamanda dayanışma ve yardımlaşmanın artmasına da katkı sağlar. Anadolu’da sohbet adı altında da bilinen, genellikle kış aylarında tertiplenen, belirli bir düzen ve disiplin içerisindeki toplantılar; Çankırı, Kastamonu, Manisa, Isparta bölgesinde Yaren (Yaran), Konya-Akşehir’de Sıra Yarenleri, Kütahya yöresinde Yaren Teşkilatı, Balıkesir ve Konya’da Barana, Erzurum’da Sıra Oturması, Bartın, Kastamonu coğrafyasında Muhabbet, Şanlıurfa’da Sıra Gecesi, Nevşehir ve Elazığ Bölgesinde Kürsübaşı, Van’da Oturmah, Adıyaman ve Mardin’de Arifhane, Antalya’da Keyif, Diyarbakır’da Velime Geceleri gibi farklı isimlerle düzenlenmektedir. Bunun dışında, Türklerin yaşadığı farklı coğrafyalarda da sohbet toplantılarına sıklıkla rastlanılmaktadır. Doğu Türkistan’da Meşrep, Kırgızlarda Coro Bozo, Özbeklerde Geşdek, Kırım Türklerinde Konuşma, Bulgarlarda Muhabbet gibi isimlerle adlandırılan bu organizasyonlar, klasik Anadolu sohbet toplantılarıyla büyük ölçüde benzerlikler sergilemektedir. Anadolu coğrafyasında tarih boyunca yaşamış farklı Türk toplumlarında toy ve şölen adı altında düzenlenen organizasyonların devamı olarak değerlendirilen “Sohbet Toplantıları”, günümüzde de geniş bir coğrafyada Türk Boylarında ve Anadolu’da yaşatılmaktadır (www.unesco.org.tr, 2013)

2.5.7. Kırkpınar Yağlı Güreş Festivali (2010)

Bu festival, başlangıcından sonuna kadar birçok ritüeli içinde barındırmaktadır. Çoğunlukla haziran ayı sonu veya temmuz ayı başında düzenlenen “Tarihi Kırkpınar Yağlı Güreşleri” yedi gün sürmektedir. Festival güreşçiler için okunan dualar ile başlar ve Edirne’nin önemli merkezlerinden olan Sarayıçi’nde bulunan alanda yapılır. Kazanan pehlivan, prestijli bir ödül olan altın kemer ile baş pehlivan unvanını bir yıl süreyle elinde tutar. Üç yıl arka arkaya başpehlivan olan güreşçi, altın kemerin sürekli sahibi olur. Bazı güreş yazarları Kırkpınar’ın başlangıç tarihini Türklerin Rumeli’ne ilk ayak bastıkları tarihlere yani Sarı Saltuk’a dayandırsa da bazı tarihçiler Orhan Gazi’nin oğlu Süleyman Paşa ile birlikte Rumeli’ye geçen kırk yiğide dayandırmaktadırlar. Kırkpınar efsanelerinin çeşitli anlatımları incelendiğinde hepsinde hemen hemen aynı zaman, mekân unsurları ve şahsiyetlere rastlanılmaktadır. Kırkpınar efsanesi her ne kadar efsane olarak anılsa da tarih, mekân, olayların sıralanışı ve şahsiyetler itibarıyla tamamıyla gerçek olaylara dayanmaktadır (Dervişoğlu, 2012: 158).

Türk güreşinin en büyük gösterisini teşkil eden Kırkpınar Yağlı Güreşleri’nin tarihte (1940’lı yıllara kadar) Hıdırellez’den üç gün önce başladığından ve Hıdırellez arifesindeki akşam bittiğinden bahsedilmektedir. Buna göre ilk gün, iyi binicilerden oluşan “Yörük Koşusunun” yapıldığı ve ikinci gün ise güreşlerin başladığı dile getirilmektedir (Boratav, 1994: 222; Küçük ve Silik, 2018: 87). Kırkpınar yağlı güreşleri hazırlıklarının ise Hıdırellez’den on veya on beş gün önce başladığı beyan edilmektedir. Bu güreşlerin davet simgesi olan kırmızı dipli mumların gönderilmesinin de Kırkpınar ağası tarafından Hıdırellez’den yirmi-yirmi beş gün önce gerçekleştirildiğinden ve bu davet ile Türkiye’nin değişik bölgelerinden hatta çeşitli ülkelerden pehlivanların geldiğinden söz edilmektedir. Panayırılarda ifa edilen Kırkpınar Yağlı Güreşleri’nin en önemli özelliği, pehlivanların güçlerini göstermeleri ve ustalıklarını sergilemeleridir. Bu ustalığın adı “Pehlivanlık-Pehlevanlık”tır. Çünkü güreş, temelde Türklerin savaşa hazırlık amacıyla yaptıkları bir idmandır. Bu idman, tarihten bugüne kadar bir Türk geleneği olarak yaşatılmaktadır. Kırkpınar güreşleri de bu geleneğin bir parçası olmuştur. Hatta Osmanlı döneminde hem güreşte hem de

okçulukta başarılı olanlara “Pehlevan” denildiği ve pehlivanlığın “Alplık” ile özdeşleştirildiği ifade edilmektedir (Küçük ve Silik, 2018: 88).

Yağlı güreşlerin başlangıç yeri olarak Rumeli, başlangıç tarihi olarak da 1361 yılı kabul görmektedir. Yıllardır kesintisiz bir şekilde devam eden bu spor müsabakalarının tam adı “Tarihi Kırkpınar Yağlı Güreşleri”dir (Ekşi, 2011: 6).

2.5.8. Alevî-Bektaşî Ritüeli Semah (2010)

Semah, “sözlü, sazlı bir tarikat töreni” özelliği taşımaktadır. Tarikat mensubu olmayan kişilerin bu toplantıların düzenlendiği mekânlara girmesi yasaktır. Semahı sadece erkeklerin olduğu bir grubun oynadığı gibi kadın-erkek grubunun karışık olarak da oynadığı bilinmektedir. Oyunda en çok ayaklar hareket eder ve bu hareketler belli bir sayıda, düzenli bir biçimdedir. Semah esnasında “Bektaşî-Alevî” inançlarını içeren türküler söylenmektedir. Günümüzde Sivas, Tokat ve Kırıkkale yörelerinde oynandığı görülmektedir (Uğurlu, 2014: 1060). Ağırlıklı olarak kırsal kültür içinde yapılanmış semah ritüeli, kentli kültür içinde şekillenen sema ayinine nazaran bölgesel farklara çok daha açık, yöresel müzik ve dans kültüründen çok daha fazla etkilenmiş olan bir ibadet yapısıdır. Birçok farklı mitolojik hikâyeye ve kavrama gönderme yaptığı düşünülen semahın anlamına ilişkin yorumlardan birisi semahın “pervaneler gibi aşk ateşine dönme” ritüeli olduğudur (Güray ve Şimşek, 2011: 168). Semahta her ne kadar yörelere göre değişen bir koreografi, kıyafet ve müzik geleneği olsa da tüm semahlar için ortak bazı kurallar bulunmaktadır (Dönmez, 2013: 76).

Bazı yörelerde de Semah sözcüğü yerine, “Pervaz” sözcüğü kullanılmaktadır ve Semah edenlere de “Pervazcı” adı verilmektedir. Bu ritüeldeki en önemli özellik, ayırt etmeksizin tüm tarikatlarda, yapılış biçimi ne olursa olsun, Semah’ın kişinin Tanrı’ya yakınlaşmasını sağlayan bir niteliği içermesidir. Semah 2, 4, 6, 8, 10 veya 12 kişiyi içeren gruplar halinde dönülür (Yönetken, 1962: 2909).

Semahlarda vürmalı çalgı kesinlikle kullanılmamaktadır. Bunun sebebi, Semah ibadetinin gizlilik ilkesine bağlı kalınması ve kutsallık işlevinin korunması olarak söylenebilir. Türküler genellikle bağlama, keman, kabak kemane eşliğinde çalınıp, söylenmektedir. Semah, Mevlevi dervişleri gibi tek noktada değil, dolaşarak dönülmektedir ve özel bir giysisi yoktur. Günümüzde bazı dernek ve kuruluşlar semah

kıyafeti olarak folklorik kıyafetler tercih etmektedir fakat Semah için temiz, günlük bir kıyafet yeterlidir (Ayaz ve Sultanova, 2013: 131).

2.5.9. Geleneksel Tören Keşkeği (2011)

Keşkek, “karmaşık” olarak nitelendirilebilecek bir yemektir. Karmaşık olarak nitelendirilmesinin temel sebebi, geniş bir coğrafyada görülmesine karşın hemen her yörede hazırlanış biçimi ve içine konan malzemeler açısından farklılık göstermesidir. Bu sebeple, bu yemekle ilgili genellemeler yapmak oldukça güçtür. Çünkü keşkek yalnızca ülkeler arasında değil, aynı ülke içinde de ciddi farklılıklar gösteren bir yiyecektir. Karadeniz ve Orta Anadolu yemeği olarak isimlendirilmesine ve Sinop, Amasya, Trabzon, Yozgat, Çankırı gibi illerde görülmesine rağmen, keşkeği Denizli, İzmir, Muğla, Afyon, Antalya ve Silifke’de de düğünlerin başyemeği olarak görmek mümkündür. Keşkek hakkında yazılı hemen hiçbir kaynak olmadığı için bu listeye pek çok farklı yöre de eklenebilir (Sarı, 2011: 54).

Keşkek, karışık ve kalabalık grupların beraberce iş paylaşımı ve katılımı ile düzenlenen, büyük kazanlarda ve açık ateşte et ve buğdayın birlikte pişirilmesi ile yapılan kutlama yemeğidir. Bu geleneğe sadece yemeğin yapılmasıyla değil, etrafında gerçekleşen olaylarla birlikte, “Tören Keşkeği Geleneği” adı verilir. Halkın katılımının yüksek olduğu kutlamalarda imece usulü gerçekleştirilir. Keşkek yemeğinin pişirilmesi sırasında et ve buğdayın beraber dövülmesi ile ortaya çıkan ritimle birlikte karıştırılması sembol haline gelmiştir. “Geleneksel Tören Keşkeği” sünnet düğünleri ve evlilikler, Ramazan ve Kurban bayramları, Muharrem ayı, hayırlar, Hac ziyareti yemeği, toplu yağmur duaları ve mevlit gibi vesilelerle veya mevsimlik bir kutlama töreni olan Hıdırellez gibi özel günlerde pişirilerek dağıtılır. Keşkek töreninin bir parçasını oluşturan keşkek yemeği evlerde veya lokantalarda törensel boyutunun dışında, bir öğün yemeği olarak da görülebilmektedir (Kara, 2018: 433).

2.5.10. Mesir Macunu Festivali (2012)

İlk defa mutasavvıf hekim Merkez Efendi tarafından yapılan mesir macunu, 41 farklı baharattan oluşan ve şeker, bal ve gerektiği kadar katılması makbul görülen malzemelerle pişirilen, kendine özgü bir kıvamı olan geleneksel bir gıda maddesidir. İçerisinde bulunan karanfil, zencefil, galanya, karabiber, krem tartar, kişniş, havlıcan,

kebabiye, hindistan cevizi, anason, hıyarşenbe, sakız, safran, tarçın, üdülkahr, çöpçini, hardal tohumu, iksir, çivit, mai-leziz, zulumba, meyan balı, tiryak, sarı halile, rezene, kimyon, zerdeçal, tarçın çiçeği, Hindistan çiçeği, çörek otu, darülfülful, ravent kökü, kakule, sinameki, vanilya, portakal kabuğu, şamlışaşlı, topalak, mirsafı baharatları sayesinde kendine özgü bir kokusu da mevcuttur (Güven, 2010: 1).

Mesir Macunu Festivali, Manisa'da 470 yıldan bugüne süregelen ve çeşitli ritüelleri içeren kapsamı oldukça geniş bir festivaldir. Sadece Manisa'da değil, Türkiye çapında bilinen bir festival olan "Mesir Macunu Festivali"nde şifalı bir yiyecek olduğu kabul edilen mesir macunu, dualar eşliğinde karılır ve pişirilmeye başlanır. Şifa dilekleriyle duâlanan macun, Sultan Camii kubbesi ve minaresinden aşağıya atılır. Günümüzde Türkiye'nin birçok bölgesinden gelen katılımcılar, atılan macunları düşürmeden, havada yakalamaya çalışarak birbirleriyle yarışmaktadır (Türker ve Çelik, 2012: 92).

2.5.11. Türk Kahvesi Kültürü ve Geleneği (2013)

İlk tiryakilerini kahvenin kökeni olan Afrika Kıtası'nda bulunan keçi ve koyunların oluşturduğu, misafirperverliğin simgesi olan kahvenin gündelik hayatta kendine yer bulması uzun bir zaman almıştır. Hekimlerin bir tür uyuşturucu olup olmadığı hakkında, kadınların ise kahvenin haram olup olmadığına kanaat getirebilmek için büyük tartışmalar yaptıkları öne sürülmektedir. Kahve yetiştiriciliğinin başlangıcı 15. yüzyıla kadar dayanmaktadır. İlk olarak Arabistan'ın güneyinde yetiştirilen kahve, o bölgede bulunan halklarda kahve içme alışkanlığının başlamasına da sebep olmuştur (Hattox, 1998, Ulusoy, 2011: 161). Tadını çok beğendiği kahveyi İstanbul'a getiren ilk kişi Yemen Valisi Özdemir Paşa olmuştur (Ulusoy, 2011: 161).

Beş yüzyıldır süregelen kahve içme alışkanlığı, belirli bir zamandan sonra çevresinde maddi ve manevi kültür mirasları meydana getirmiş, bu miraslardan bazıları günümüze kadar ulaşmış, bazıları ise yok olmuştur. Türkiye'de kahve üretilmemesine rağmen, pişirme tekniğinden adını alan "Türk Kahvesi" dünya genelinde bir bilinirliğe sahiptir. Bu duruma sebep olarak Türklerin kahve ile çok erken zamanda tanışması ve kısa sürede kabul görmesiyle kahve etrafında bir kültür durumunun oluşması söylenebilir. Bazı kaynaklarda ise kahveyi ilk keşfeden kişinin

“Veysel Karanî” olduğu ileri sürölmekte, kendisine keyif vermesinden ötürü de bitkiye “Keyfe” adını verdiği, bu adın da zaman içerisinde “Kahve” ye dönüştüğü söylenmektedir. Bu sebepten, kahve içildikten sonra “Veysel Karanî’nin ruhuna değsin” şeklinde bir sözün söylendiği bilinmektedir (Yıldız, 2002: 635).

Türk kültüründe, yapılması uygun olmayan birtakım davranışların, direkt olarak ifade edilmesinden kaçınıldığı ve bunun için dolaylı bir yol izlendiği görölmektedir. Örneğin, büyüklerin yanında küçüklerin kahve içmemesi gerektiği biçimindeki kural, aslında, küçüklerin büyük sohbetine katılmasının istenmemesinin bir ifadesidir. Ayrıca, görücü usulle evlenen genç kızların, gelenlere kahve sunması bir amaç gibi görünebilir, ancak asıl gaye, kişinin kendini gelenlere tanıtmayı ve bir sohbet ortamının oluşmasının sağlanmasıdır (Tezcan, 2000; Yıldız, 2002: 636).

2.5.12. Ebru: Türk Kâğıt Süsleme Sanatı (2014)

Ebru sanatının nereden geldiğine dair çeşitli kaynaklarda birbirinden farklı rivayetler bulunmaktadır. İran kaynakları, ebru sanatının Hindistan’dan geldiğini söylerken kimi araştırmacılar bu sanatı Uygur Türklerine kadar dayandırmıştır. Bazıları da ilk ebrunun Türkistan’da yapıldığı konusunda düşüncelerini bildirmişlerdir. Bilinen en eski ebru örneği Arifi’nin 1539-40 tarihli “Guy-ı Çevgan” adlı eseridir (Başar ve Tiryaki, 2006: 1). Bazı kaynaklarda ise Ebru, ilk olarak Türkistan’da ortaya çıkmıştır ve Moğol ordularından kaçan Türklerle birlikte Anadolu’ya gelmiştir. Ebruya “Türk Kâğıdı” adını veren Avrupalılar ebruyu temelde aynı fakat farklı şekillerde yapmıştır. Bu durumun Ebru sanatının ruhsal bir yönü olmasından kaynaklandığı belirtilmektedir (Berkman, 2014: 1). “Bulut gibi, mermer damarları gibi renkli, dalgalı ve hareli şekillerle kâğıtlara yapılan süsleme sanatı” şeklinde tanımlanan Ebru, bulut manasına gelen Farsça bir kelime olan “Ebr” sözünden türemiştir. Ebruculuğun ne zaman başladığına dair kesinleşmiş bir bilgi yoktur. Eski kitaplarda kapak ile kâğıdı birbirine bağlayan “yan kâğıdı” olarak bilinen ebru kâğıtlarının en eskisinin on beşinci yüzyıldan kalma olduğu tahmin edilmektedir. Tarih boyunca bu sanatın en güzel örnekleri Türk sanatçılar tarafından yapılmıştır. “Tarz-ı Kadîm” adı verilen en eski çeşitte, su üzerinde at kılı fırça ile serpilmiş boya üzerinde bir müdahalede bulunulmaz. Diğer bir yapım çeşidi olan “Battal Ebru” önceki

duruma ek olarak iğne ya da tek at kuyruğu kılı kullanılarak sağa-sola, ileri-geri hareketler yapılarak ebru ortaya çıkarılır. Bu keskin hareketler düzensiz ve dairesel olursa “Şal Ebru” meydana gelir. Oluşan şekiller mermer damarları gibi bir görüntü alırsa “Somaki Ebru” adı verilir (Balibeyoğlu, 1998: 1).

Ebru, Osmanlı döneminde devlet belgelerinde ve resmi yazışmalarda da büyük ölçüde kullanılmıştır. Bu amaçla açık ve pastel renkli, hafif desenli ebru kağıtlarının kullanılmış olduğu düşünülmektedir. Bunun sebebi ise yapılan ebruların eşinin bir daha yapılmasının imkânsız oluşu, bunun da sahteciliği ve tahrifatı engelleyebileceği düşüncesidir (Ovalıoğlu, 2007: 8).

2.5.13. Geleneksel Çini Ustalığı (2016)

Çini, kaolin, tebeşir, kil, kuvars gibi hammaddelerin belirli oranlarda karıştırılmasıyla elde edilen hamurun şekillendirilmesi astarlanıp birinci pişiriminin yapılması, desenlenmesi, sırlanması ve ikinci pişiriminin yapılması sonucu meydana getirilen üründür. Çin’den ithal edilen porselenlerin ün kazanmalarından dolayı, Türk yapısı “Kâşi”ye kalitesinin yüksekliğini vurgulamak için “Çini” denmeye başlanmıştır. Ayrıca o dönemde “Porselen” ise “Fağfuri Çini” veya “Fağfuriye” olarak adlandırılmıştır (Atalay, 1983: 8). Çini, tek tarafı veya her iki tarafı da sırlı, sırlı boyalarla şekillendirilerek geleneksel motiflerin ortaya çıkarıldığı, belirli malzemelerle yapılan bir sanattır. Belirli malzemelerden yapılmasının en büyük sebebi, Selçukluların bu sanatın yapımını iksire benzetmelerinden gelir. Çini yapımının çok eski tarihlere uzandığı, Asurlular, Mısırlılar ve İran kültüründe mimari süsleme malzemesi olarak kullanılmıştır. İslam mimarisinde kullanımı ise 9. yüzyılı bulmaktadır.

Cami, köşk, saray vb. yapıların iç ve dış süslemesinde kullanılan bir seramik türüdür (Küçükıılmazlar, 2006: 3). Irak’ta Abbasi, Türkistan’da Karahanlı, Afganistan’da Gazneli, İran’da da Büyük Selçuklu sırlı tuğla, çini ve seramik sanatı adım adım özgün bir gelişme çizgisi sürdürür. Çini ve seramik en büyük atılımını Büyük Selçuklu’dan sonra, Türkistan’da Timur ve İran’da İlhanlı Moğol, Safevi Kacar dönemlerinde yapmıştır. Anadolu’da Selçuklular’da (1071-1308) beyliklerde (14.-15. yüzyıllar) ve onu izleyen 16. yüzyılda Anadolu’dan Yakın Doğu, Mısır ve Balkanlar’a

kadar uzanan büyük bir imparatorluk kuran Osmanlılar'da gelişen çini ve seramik sanatı diğer İslam ülkelerini de etkilemiştir (Öney ve Çobanlı, 2007: 13)

2.5.14. İnce Ekmek Yapma ve Paylaşma Kültürü (Azerbaycan, İran, Kazakistan ve Kırgızistan ile Çok Uluslu Dosya) (2016)

Ekmek, insanoğlunun yaşadığı süre içerisinde vazgeçilmez bir temel besin kaynağı olarak yer alır. Ekmek, bu süre içerisinde farklı toplumlarda ortaya çıkardığı kültürle günlük hayatın bir parçası olmaya devam etmektedir. Temel besin kaynağı olması dışında, Türk geleneklerinden kutsal kitaplardaki metinlere, şarkılardan türkülere kadar insanoğlunun oluşturduğu tüm kültürlerde ekmeğin vardır. Ekmeğin tarihine bakıldığında insanlık tarihi kadar eski olduğunu görülmektedir (Özgüdenli ve Uzunagaç, 2014: 44).

2016 yılında Türkiye, Azerbaycan, İran, Kazakistan ve Kırgızistan ortaklığıyla çok uluslu dosya hazırlanmış ve lavaş-yufka ekmeğinin bu temsili listeye girmesi sağlanmıştır. Türkiye'de tandırda pişirilen lavaş ve ateş üzerine konan sacda pişirilen yufka ekmeğinin yaygın bir şekilde üretilip tüketildiği ve farklı yörelerde farklı isimlerle adlandırıldığı görülmektedir (Çetinkaya ve Yıldız, 2018: 431).

2.5.15. Bahar Kutlaması-Hıdırellez (Çok Uluslu Ortak Dosya) (2017)

Uzun zamandan beri, yılları ve mevsimleri halkın yoğun katılım gösterdiği törenlerle karşılamak tüm dünyada bir gelenek haline gelmiştir. Bu törenler gelişigüzel veya sadece keyif almak için yapılan eğlenceler değil, aksine, hemen her yerde birbirine benzer örnekler içeren ve kesinlikle bir işlevi olan törenlerdir (Gaster 2000: 23). Hıdırellez, diğer bir adıyla, "Bahar Kutlaması", baharın gelişinin müjdelendiği, tabiatın yeşerip canlandığı, insanın da bu tören vesilesiyle baharla birlikte gelen yeni yıldan bolluk, bereket, refah, sağlık gibi dileklerde bulunduğu birtakım tören, inanış ve uygulamalardan oluşmaktadır (Kumartaşlıoğlu, 2017: 277). Genellikle 6 Mayıs'ta kutlanan ve birçok âdet ve geleneğin yaşatıldığı Hıdırellez günleri aynı zamanda kişisel ve sosyal hayatla ilgili dileklerin yerine gelmesinin istendiği, maddi ve manevi hastalıklara çare arandığı günlerdir (Gönüllü, 1997: 192).

Toprağın ve havanın ısınmasının mühim bir olay olduğu ve ister çiftçi olsun ister göçebe, bu durumun herkes için hayati bir durum niteliği taşındığı belirtilmektedir.

Türk-İslam inancına göre, peygamber olan Hızır (a.s.) sıcaklığı, İlyas (a.s.) suyu temsil eder. Yılın bereketlenmesi için iki hususun Türkler tarafından efsunlanması gerektiği ve bunların da hava ve su olduğu belirtilmektedir. İşte bu sebeple, Türk toplulukları yazı karşılamak için çeşitli kutlamalar yapmaktadır. Bu kutlamaların genel adı ise iki peygamberin adı (Hızır-İlyas) birleştirilerek isim verilen “Hıdırellez Kutlamaları”dır (Karataş, 2012: 43). Eski Türk takviminde yıl iki ana bölüme ayrılmaktadır. 6 Mayıs-8 Kasım arasındaki 186 günlük bölüme Rûz-ı Hızır (Hızır günleri, yeşil veya yeşeren günler); 9 Kasım-5 Mayıs arasındaki 179 günlük bölüme de Rûz-ı Kasım (Kasım günleri) denir. Buna göre Hıdırellez, Hızır günlerinin ilkidir (Alus, 1951: 9). Türklerde “Hıdırellez”, İran coğrafyasında “Mihrican” ismiyle kutlanmaktadır (Kahraman ve Arıkan, 2015: 14). Ayrıca bu bayram çeşitli kültürlerde “Ederlezi, Kakava, Haftamal, Eğrilce, Hiderlez, Erdelezi, Herderlezi isimleriyle de anılmaktadır. Sıklıkla karıştırılan Nevruz ve Hıdırellez, temelde havaların ısınması ve doğanın uyanması olarak kutlanmaktadır. Nevruz 22 Mart’ta, Hıdırellez ise 6 Mayıs’ta kutlanmaktadır.

2.5.16. Dede Korkut Hikayeleri (2018)

Türk kültür dünyasının en önemli eserlerinden biri olan Dede Korkut Hikâyelerinin edebiyattan dile, gelenekten atasözlerine, tarihten coğrafyaya, pek çok alana kaynaklık etmesi, esere önemli bir değer kazandırmaktadır (Karaşah, 2006: 14). Dede Korkut Hikâyeleri Oğuz Türklerinin 12-14. yüzyıllarda Anadolu’nun doğusundaki geleneksel yaşam tarzı, aile yapısı, dili, dini, dünyaya mitolojik açıdan bakışı, etnografyası, mücadelelerini anlatmakta ve kesin olarak bilinmemekle birlikte, 15. yüzyılın ortalarından itibaren yazıya geçirildiği tahmin edilmektedir (Ergin, 1997: 54; Torun, 2011: 1253). On iki hikâyeden oluşan bu eserin gerçek adı “Kitab-ı Dede Korkut Alâ Lisân-ı Tâife-i Oğuzhan-Oğuz Boyları Dilince Yazılmış Dede Korkut Kitabı”dır. Dresden ve Vatikan’da bulunan el yazması eserlerinden günümüz Türkçesine çevirileri yapılmıştır. Bu hikâyelere ismini veren Dede Korkut’un kim olduğu kesin olarak bilinmemekle birlikte, efsanevi bir Türk atası olduğu söylenmektedir. Hikâyelerin asıl kahramanı olmayan Dede Korkut, halkın sıkıntılarını danıştığı bir hâkim, Oğuz’un zorlu düşmanlarını yenmesi için kolaylık bulup bu yolda kerametler gösteren bir mübarek, yaşlı ve bilgili bir ozandır (Banarlı, 2004: 400).

Hikâyeler ayrı ayrı olsa da onlar Türk halkının geçmişi, yaşam tarzı, gelenek ve görenekleri, milli şuuru ve inançlarını şifreleyen bir bütündür. Anlatılar, kahraman ve kahramanlar aracılığıyla anlatı düzlemine oturan kültürel belleğin canlı tutulduğu bir mekândır. Gelenekler, yaşatılma ve devam ettirilme bağlamıyla ev-ocak kültürünün devamını sağlayan kültürel mekânlardır. Anlatılar Türk tarihinin belgesidir ve geçmiş ile geleceği birleştirerek değerini sürekli arttıran kültürel bir mirastır (Alsaç: 2018: 19).

2.5.17. Geleneksel Türk Okçuluğu (2019)

Geleneksel Türk Okçuluğu; Türkiye’de gerçekleştirilen geleneksel okçuluk sporu etrafında şekillenen, yüzyıllar içinde belirlenmiş ilkeleri, kuralları, ritüelleri ve toplumsal uygulamaları, geleneksel zanaatkârlıkla üretilen ekipmanları, okçuluk disiplinleri ve atış tekniklerini barındıran bir somut olmayan kültürel miras unsurudur. Tüm etkinliklerde okçular unsurla ilgili ilkelere, kurallara ve ritüellere sıkıca bağlı olarak hareket ederler. Geleneksel Türk okçuluğunun yaya ve atlı olarak gerçekleştirilen farklı disiplinleri vardır. Yaya okçuluğunun menzil atışları, darp atışları, puta atışları ve gösteri atışları gibi türleri bulunmaktadır. Atlı ok atışlarının da Kıgaç, Kabak, Tabla atışları gibi türleri bulunmaktadır. Atlı okçuluk at bakım bilgisinin yanı sıra güç, yoğunlaşma, ok atma ve binicilik becerisi gerektirmektedir. Geleneksel Türk okçuları, Okçu, Kemankeş, Tîrendâz ve Kavsî isimleriyle anılmaktadır. Unsuru öğreten ustalara “üstat”, öğrenmekte olan okçulara ise Tâlip veya Kepazakeş adı verilmektedir. Günümüzde geleneksel okçuluk, tüm dünyada her biri kendine özgü teknikleri, ekipmanları, toplumsal uygulamalarıyla sahip farklı disiplinler halinde yaşatılmaktadır. Miras taşıyıcılarının kendi geleneksel kıyafetlerini giyerek müzik, dans, yemek ve diğer geleneksel spor dallarını tanıttığı bu etkinlikler, uluslararası düzeyde geleneksel okçuluğa ilişkin bilgi ve deneyim paylaşımı için uygun bir zemin yaratmaktadır (www.unesco.org.tr, 2020).

2.6. Dünya Miras Geçici Listesi

UNESCO Dünya Kültürel ve Doğal Mirasın Korunması Sözleşmesi’ne taraf olan ülkeler, kıymetli olarak gördükleri somut ve somut olmayan kültürel miras varlıklarını listeleyerek belirli zamanlarda UNESCO’ya sunarlar ve yapılan değerlendirmeler sonucunda UNESCO tarafından geçici liste oluşturulur. İngilizce ve

Fransızca olarak hazırlanan listelerde, kültür mirası geçici listesine eklenmek istenen varlıkların ismi, coğrafi konumları ve özelliklerini içeren kısa bir açıklama ve seçkin evrensel değerlerinin gerekçelerini içeren bir geçici liste gönderme formatı kullanarak UNESCO'ya gönderilmektedir. Yapılan değerlendirme sonucunda, eğer uygun görülürse, varlıklar geçici listeye alınır. Hiçbir varlık geçici listeye alınmadan kalıcı miras listesine alınamamaktadır. 2020 yılı Şubat ayı itibarıyla Dünya genelinde 1732 unsur, Türkiye'den ise 77 unsur Dünya Miras Geçici Listesi'nde yer almaktadır.

2.7. Hipotez Gelişimi

Tablo 2.2.'de bilinçli farkındalık ve turizm konusunu içeren akademik araştırmalara yer verilmiştir.

Tablo 2.2. Hipotez Gelişimi

Yıl	Yazar	Yöntem	Sonuç
1996	Moscardo	Model Oluşturma	Bilinçli farkındalık felsefesinin, küresel çapta, birçok destinasyonun ve destinasyon kapasitelerinin yorumlanması üzerinde etkili olduğu belirtilmiştir. Yeni bir bilinçli farkındalık modeli oluşturulmuştur.
2004	Frauman ve Norman	Anket	Araştırma sonucunda, bilinçli farkındalık uygulamalarının yapıldığı alanlarda turistlerin tatmin düzeyi, bilgi düzeyi ve farkındalık düzeylerinin arttığı belirtilmiştir.
2008	Becker	Model Oluşturma	Destinasyon kavramının turizmin beş temel yapı taşından birisi olduğu belirtilmiş ve bu durumun turizme olan etkisi açıklanmıştır.
2009	Moscardo	Literatür Taraması	Kitap bölümünde, turistlerin deneyimleri farkındalık teorisi ve sosyal psikoloji teorisine göre açıklanmıştır. Bu teorilerin ışığında turistik ortamların tasarımlarının nasıl olması gerektiği ve bu alanların nasıl yönetileceği konusunda bilgi verilmiştir.
2011	Winkle ve Backmann	Anket	Elde edilen bulgular sonucunda, turistik bir destinasyonu ziyaret eden turistlerin bilinçli farkındalık seviyeleri ile etkinlikten duydukları memnuniyet arasında bir ilişki olduğu ifade edilmiştir.
2011	Dutt	Mülakat	Dubai'de faaliyet gösteren işletmelere göre turistler, Dubai'nin sahip olduğu kültürel miraslar ve benzersiz ortamları için ülkelerini ziyaret etmektedirler.
2013	Ghaderi ve Som	Gözlem	Bilinçli farkındalık felsefesinin turizm alanında meydana gelen kriz yönetimlerinde nasıl kullanılabileceğinden bahsetmiştir. Ayrıca, bilinçli farkındalık felsefesinin işletme personellerine de öğretilmesi gerektiği belirtilmiştir.

Tablo 2.2. Devamı

Yıl	Yazar	Yöntem	Sonuç
2013	Ganesan, Mohamed, Lim ve Noor	Gözlem	Bilinçli farkındalık uygulamalarının Lenggong Vadisi'nin turizmi üzerinde yarattığı etkilerden bahsedilmiştir.
2013	Barber ve Deale	Anket	Elde edilen bulgular sonucunda, hizmet satın alımında farkındalık sahibi bireylerin, diğer bireylere göre duygusal anlamda tatmin edici ve çevresel açıdan faydalı bulduğu ürünleri tercih ettikleri belirlenmiştir.
2014a	Chen, Scott ve Benckendorff	Mülakat	Bilinçli farkındalık felsefesinin, turistlerin seyahat deneyimlerinin değerlendirilmesinde yararlı olup olmadığı hakkında bir araştırma yapılmıştır. Araştırmaya göre, bilinçli farkındalık felsefesinin turizm sektörü üzerinde etkisi olduğu belirtilmiştir.
2014	Ganesan, Noor ve Jaafar	Anket	Elde edilen bulgular sonucunda, iletişim faktörlerinin turistler arasındaki farkındalığın geliştirilmesinde etkili bir unsur olduğu belirtilmiştir.
2014	Taylor	Anket	Bilinçli farkındalık felsefesinin, turistlerin seyahat deneyimlerini değerlendirmelerinde önemli bir etkiye sahip olduğu belirtilmiştir.
2014b	Chen, Scott ve Benckendorff	Gözlem ve Röportaj	"Meditatif bilinçli farkındalık" adı verilen ve bilinçli farkındalığın bir kolu olan konuda, pozitif psikoloji ve fiziksel faydalar arasındaki bağlantıların neler olduğu belirtilmiştir.
2015	Noor, Rasoolimanesh, Jaafar ve Ganesan	Anket	Ziyaretçi faktörü ve destinasyon faktörünün bilinçli farkındalık düzeyi üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Elde edilen bulgular sonucunda bilinçli farkındalık felsefesinin sürdürülebilir kültür mirası için gerekli bir yaklaşım olduğu belirtilmiştir.
2015	Ling, Noor ve Mustafa	Anket	Araştırma sonucuna göre bilinçli farkındalık düzeyi ne kadar yüksek ise kültürel miras alanlarını ziyaretten alınan haz ve mutluluk düzeyi o kadar yüksek olmaktadır.
2015	Dutt ve Ninov	Yüz yüze görüşme	Bilinçli farkındalık felsefesini kavramış olmanın, bireysel açıdan öğrenme ve ziyaret edilen destinasyonu yeniden ziyaret etme isteği konusunda oldukça faydalı olduğu, işletmeler açısından da hizmet kalitelerini arttırdığı belirtilmiştir.
2016	Lengyel	Anket	Araştırmaya göre, turistlerin yeniliğe açıklık ve yeni şeyleri keşfetme konusundaki istekleri geçmişe göre önemli ölçüde artış göstermiştir.
2016	Ninov, Dutt ve Ninov	Anket	Araştırma bulgularına göre, havayolu çalışanları kendilerini seyahat uzmanı olarak görmemektedir çünkü konakladıkları illeri mesleki yorgunluklarından ötürü çok fazla gezememektedirler.
2017	Smith ve Diekmann	Model Oluşturma	Refah, turizm endüstrisi ve faaliyetleri hakkında yeni bir model geliştirilmiştir.
2017	Skavronskaya	Literatür Taraması	Literatür taraması sonucunda bilişsel psikolojinin turizm alanındaki yeri hakkında değerlendirmeler yapılmıştır.

Tablo 2.2. Devamı

Yıl	Yazar	Yöntem	Sonuç
2017	Moscardo	Anket	Katılımcılara, ziyaret ettikleri turistik destinasyon ile ilgili sorular yöneltilmiştir ve elde edilen bulgular sonucunda gözleme dayalı bir model önerisi sunulmuştur.
2018	Chan	Deney	Katılımcılara bilinçli farkındalık felsefesini anlatan bir ses kaydı dinletilmiştir. Ses kaydı dinlendikten sonra, bilinçli farkındalık öğretilerinin katılımcıları karar verme konusunda etkilediği gözlemlenmiştir.
2019	Taylor ve Norman	Anket	Bilinçli farkındalık felsefesinin seyahat motivasyonu üzerinde etkisi olduğu ve bu sayede turistlerin kendilerine en uygun destinasyonu seçtikleri belirtilmiştir. Ayrıca bu turistlerin yapmış oldukları seyahatten memnun oldukları varsayılmış ve elde edilen verilerin analizi sonucunda bu varsayımlar doğrulanmıştır.
2019	Loureiro, Stylos ve Miranda	Anket	Araştırma, bilinçli farkındalık felsefesinin bir turistin seyahatinden edindiği tecrübeye olan etkilerini keşfetmeyi amaçlamıştır. Elde edilen bulgular sonucunda bilinçli farkındalık felsefesinin, ziyaretçilerin seyahat tecrübesine doğrudan etki ettiği belirtilmiştir.
2019	Ling, Noor, Rasoolmanesh ve Mustafa	Anket	Araştırmada, bilinçli farkındalık felsefesini oluşturan unsurlardan biri olan iletişim faktörlerinin, ziyaretçilerin bilinçli farkındalık düzeyi üzerindeki etkisi incelenmiştir. Sonuç olarak iletişim faktörleri ve ziyaretçi kaynaklı faktörlerin bilinçli farkındalık düzeyini etkilediği gözlemlenmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİZM ALANINDA BİLİNÇLİ FARKINDALIK, DESTİNASYON DENEYİMİ VE FAYDA: İÇ ANADOLU BÖLGESİ'NDE BULUNAN KÜLTÜREL MİRASLARI ZİYARET EDEN TURİSTLER ÜZERİNDE AMPİRİK BİR ARAŞTIRMA

3.1. Demografik Bulgular

Araştırmada demografik değişkenleri destinasyon, uyruk, yaş, cinsiyet, medeni durum, öğrenim durumu ve meslek temsil etmektedir. Katılımcıların demografik özellikleri, frekans ve yüzdeleri Tablo 3.1.'de verilmiştir.

Elde edilen verilere göre katılımcıların %33,9'u (429 kişi) Çatalhöyük, %32,8'i (414 kişi) Göreme Milli Parkı-Kapadokya ve %33,3'ü (421 kişi) Hattuşa'yı ziyaret etmiştir.

Araştırmaya katılanların %56,3'ünü (712 kişi) Türk vatandaşları oluşturmaktadır. Bu liste sırasıyla %2,7 ile İngiliz (34 kişi), %2,1 ile Alman ve Amerikan (26'şar kişi), %2 ile İtalyan (25 kişi), %1,9 ile Kore (24 kişi), %1,8 ile Fransız (23 kişi) vatandaşları ile devam etmektedir. Diğer kategorisinde bulunan %31 (393 kişi) ise yetmiş yedi farklı ülkeden adı geçen alanları ziyarete gelmiş katılımcılardır. Bir katılımcı ise yöneltilen soruya cevap vermemiştir.

Yaş gruplarının oluşturulması için Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) daha önceki araştırmalarında kullanmış olduğu gruplama yöntemi tercih edilmiştir. Katılımcıların %1,7'si (21 kişi) 18 yaşın altındadır. Sırasıyla 18-24 yaş aralığı %23,4 (296 kişi), 25-34 yaş aralığı %30,3 (383 kişi), 35-44 yaş aralığı %24,3 (307 kişi), 45-54 yaş aralığı %11,3 (143 kişi), 55-64 yaş aralığı %6,6 (84 kişi), 65 yaş ve üstü %2,2 (28 kişi) olarak temsil edilmektedir. İki katılımcı ise yöneltilen soruya cevap vermemiştir. Cinsiyetleri incelendiğinde ise %41,5'ini (524 kişi) kadın katılımcılar, %58,5'ini (740 kişi) ise erkek katılımcılar oluşturmaktadır ve %43'ü (543 kişi) evli, %57'si (721 kişi) ise bekârdır.

Ankete katılanların %5,5'i (69 kişi) ilköğretim, %10,5'i (133 kişi) lise, %14,3'ü (181 kişi) önlisans, %43,8'i (554 kişi) lisans ve %25,9'u (327 kişi) lisansüstü mezundur. Mesleklerin dağılımına bakıldığında, %14,8'i (187 kişi) öğrenci, %11,2'si (141 kişi) esnaf, %5,4'ü (68 kişi) öğretmen, %5,3'ü (67 kişi) mühendis, %4,4'ü (55 kişi) arkeolog, %3,6'sı (45 kişi) ev hanımı ve %1,8'i (23 kişi) turizmci. Diğer kategorisinde bulunan %53,1'lik kesim yüz bir farklı meslekten oluşmaktadır. Yedi katılımcı ise yöneltilen soruya cevap vermemiştir.

Tablo 3.1. Demografik Özelliklere İlişkin Sonuçlar

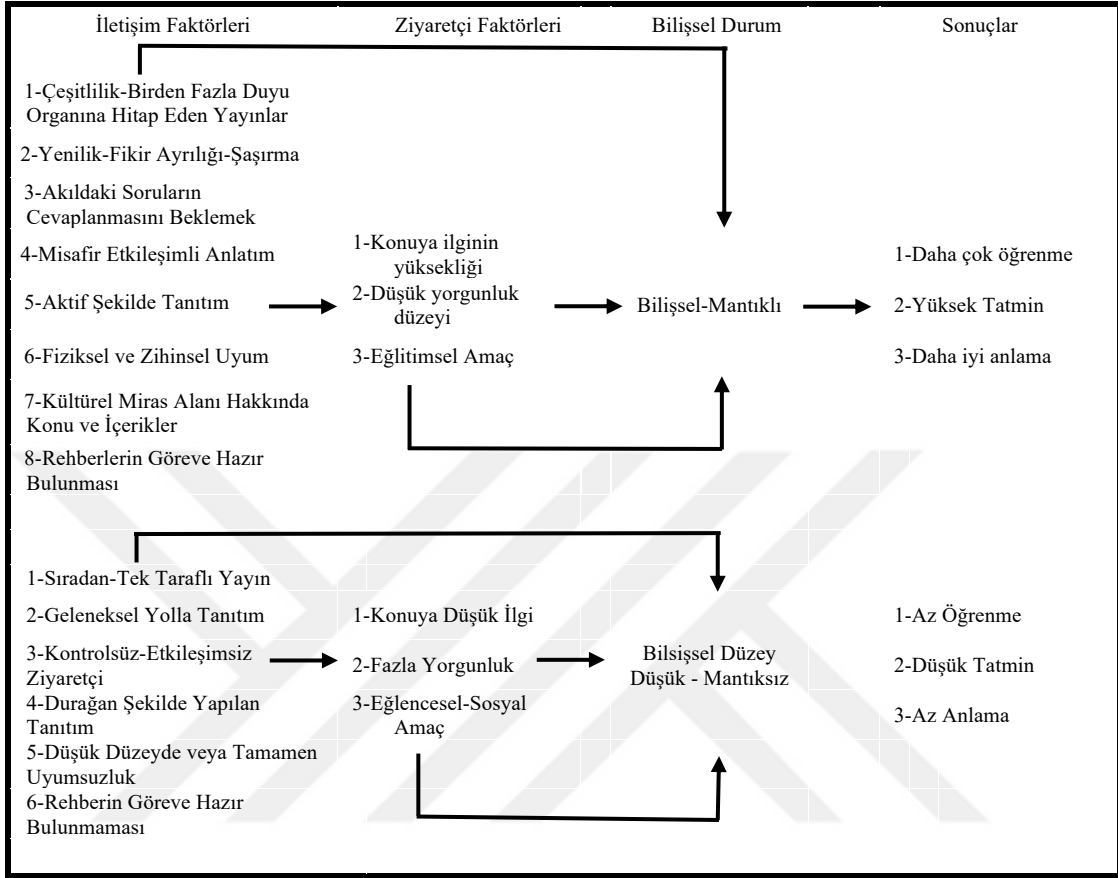
Demografik Değişkenler	Değer	n	Yüzde
Destinasyon	Çatalhöyük	429	33,9
	Göreme M.P. -Kapadokya	414	32,8
	Hattuşa	421	33,3
	Toplam	1264	100
Uyruk	Türk	712	56,3
	Yabancı	552	43,7
	Toplam	1264	100
Yaş	18 Yaş Altı	21	1,7
	18-24 Yaş	296	23,4
	25-34 Yaş	383	30,3
	35-44 Yaş	307	24,3
	45-54 Yaş	143	11,3
	55-64 Yaş	84	6,6
	65 Yaş ve Üstü	28	2,2
	Belirtilmemiş	2	0,2
Toplam	1264	100	
Cinsiyet	Kadın	524	41,5
	Erkek	740	58,5
	Toplam	1264	100
Medeni Durum	Evli	543	43
	Bekâr	721	57
	Toplam	1264	100
Öğrenim Durumu	İlköğretim	69	5,5
	Lise	133	10,5
	Önlisans	181	14,3
	Lisans	554	43,8
	Lisansüstü	327	25,9
	Toplam	1264	100
Meslek	Öğrenci	187	14,8
	Esnaf	141	11,2
	Öğretmen	68	5,4
	Mühendis	67	5,3
	Arkeolog	55	4,4
	Ev Hanımı	45	3,6
	Turizmcisi	23	1,8
	Diğer	678	53,7
Toplam	1264	100	

3.2. Araştırmanın Modeli

Şansa bağlı olarak karar verme bilimsellikten uzak bir yaklaşımdır. Bu sebeple, problemlerin çözülmesi, sorunların araştırılması ve incelenmesinde modellere başvurulmaktadır. Çeşitli tekniklerle ortaya konulan verilerin, değişkenler arasındaki ilişkiyi anlaşılır hale getirmeleri ve çözümleri hızlı bir biçimde koymalarından dolayı modellere sıklıkla başvurulmaktadır (Ayyıldız ve Cengiz, 2006: 66).

Moscardo (1996)'nın oluşturduğu bilinçli farkındalık modeline göre (Şekil 3.1.) bilinçli farkındalığı etkileyen yapının yenilik veya sorgulama sonucunda

öğrenilen bilgilerin oluşturduğu belirtilmektedir. Öğrenilen bilgilerin, temel bilinçli farkındalık düzeyinin ana yapısını oluşturması, bilinçli farkındalık düzeyinin ölçülmesinde kullanılan ana noktalardan birisi olmasına sebep olmuştur.



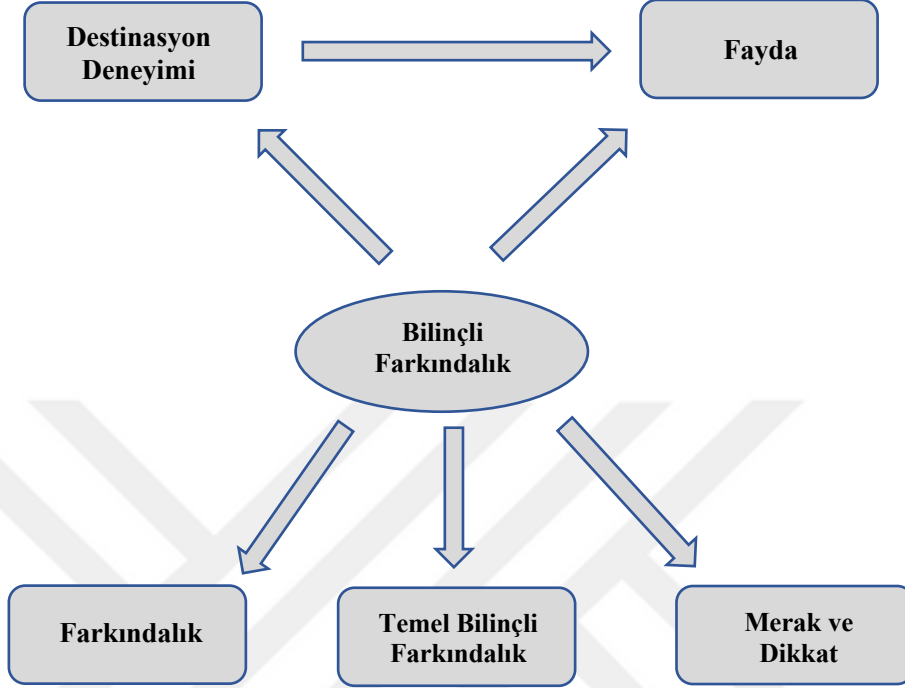
Kaynak: "Moscardo (1996) Mindfulness of Visitor Behavior and Cognition at Built Heritage Sites"

Şekil 3.1. Bilinçli Farkındalık Modeli

Modelde, ziyaretçilerin bilinçli farkındalık düzeyini etkileyebilecek ziyaretçi merkezli faktörlerin olduğu belirtilmiştir. Bu faktörlerden birisi olan merak ve dikkat, turistin ziyaret ettiği kültür mirasına yönelik bir algısı var ise tam bir konsantrasyon ile ziyaretini gerçekleştirmesidir. Bu konsantrasyonun yoğunluğu ne kadar fazla ise bilinçli farkındalık düzeyine de etkisi o kadar fazla olmaktadır. Farkındalık ve dikkati içeren bu kavramda, dikkat ile belirtilen durum, yaşanan âna ilişkin yalın bir dikkattir, yargılama ve değerlendirmeyi barındırmamaktadır. Merak ise açık bir niyet ve yargılamama eğilimlerini içermektedir. Tek başına farkındalık bireye zarar verebilir; farkındalık ancak sakin, yargılama yapmadan ve şefkatli bir tutumla birlikte "bilinçli farkındalık" anlamını taşımaktadır (Moscardo, 1996: 24).

Literatür taraması sonucunda Şekil 3.2.'de araştırmanın konusunu oluşturan değişkenler ve bu değişkenler arasındaki ilişkiler belirlenmiştir. Değişkenler

arasındaki oklar, değişkenler arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Bu doğrultuda araştırma modelini test etmek için Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) kullanılmıştır. Çizilmiş olan oklar aynı zamanda araştırma hipotezlerinin bir kısmını oluşturmaktadır.



Şekil 3.2. Araştırmanın Modeli

3.3. Araştırmanın Önemi

Araştırma, kültürel miras alanlarını ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin bilinçli farkındalık düzeylerini ölçmeye yöneliktir. Bu bağlamda, turistlerin ziyaret ettikleri destinasyon ile ilgili düşünceleri ve bu ziyaretlerinden edindikleri fayda hakkında görüşleri de alınmıştır. Bilinçli farkındalık konusunda turizm alanında araştırmalar oldukça sınırlıdır ve araştırma konusunun seçilmesindeki sebeplerden birisi de literatürde bulunan bu eksikliğe katkı yapmaktır. Chen vd. (2014a) turizm sektöründe bilinçli farkındalığın önemli bir etken olduğunu belirtmiştir. Turistin ziyaret ettiği destinasyon ile ilgili memnuniyet düzeyinin yüksek olması, destinasyon ve destinasyonun bulunduğu ülke hakkında olumlu fikirler edinmesine sebep olmaktadır. Bu görüşü destekleyen akademik araştırmalar mevcuttur (Arlı, 2012; Seçilmiş, 2012; Bulut, 2011; Öter ve Özdoğan, 2005; Duman ve Öztürk, 2005). Ayrıca

bir turistin kültürel miras alanını ziyareti sonrasında sahip olduğu memnuniyet düzeyinin “Bilinçli Farkındalık Modeli” kapsamında ölçülmeye çalışılması Türkiye’de turizm alanında ilk olacaktır. Ziyaret sonrasında elde edilen cevapları analiz etmek de kültürel miras turizmi açısından oldukça önemli bilgilerin elde edilmesine vesile olacağı ve turistlerin bilinçli farkındalık düzeyleri ölçümünün sonucuna yönelik bir turizm ve tanıtım politikaları belirlenerek, gelecekte gerçekleştirilecek olan turizm ve tanıtım politikalarının oluşturulmasında önemli bir rol üstleneceği düşünülmektedir. Tilden (1967)’e göre, analiz ve yorumlama ile bilinçli farkındalık arasında yakın bir ilişki vardır. Yorum ve analiz, ilk elden deneyimle ve sadece gerçek bilgiyi elde etmekten ziyade, örnekleme araçlarıyla orijinal amaçların kullanımı yoluyla anlam ve ilişkiyi de ortaya çıkarmaktadır.

3.4. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı, bilinçli farkındalık düzeyinin destinasyon deneyimi ve fayda üzerine olan etkisini belirlemektir. Yan amaçları ise;

- Kültürel miras alanlarını ziyaret eden turistlerin, ziyaret edilen alan ile ilgili bilinçli farkındalık düzeylerini tespit etmek,
- Katılımcıların bilinçli farkındalık düzeylerini, ziyaret ettikleri alana bağlı kalarak tespit etmek,
- Katılımcıların ziyaret ettikleri alan ile duygusal bir etkileşim içerisine girip girmedikleri, alanı ziyaret esnasında ve sonrasında sahip oldukları duygu durumlarını tespit etmek,
- Kültür mirasını ziyaret eden turistlerin, kendi bilincinin yanı sıra doğa, kültür mirası ve diğer etkenlerin farkında olup olmadığını tespit etmek,
- Destinasyon deneyiminin, turistlerin seyahatlerinden edindikleri fayda üzerindeki etkilerini belirlemektir.

Gyatso (1992: 21) Budist inanışında bilinçli farkındalığı karşılığı olan “Sati” sözcüğünü “farkındalık, ayırt etme” olarak kullanmıştır. Moscardo (1996) farkındalık düzeyi ile bilinçli farkındalık düzeyinin birbirleri ile oldukça bağlı olduğunu belirtmiştir. Bu sebeple, farkındalık düzeyinin yüksek olmasının bilinçli farkındalık düzeyi üzerinde önemli bir etkisinin olduğu düşünülmektedir. Bilinçli farkındalık

düzeşinin ölçümü, ziyaretçilerin destinasyonu yorumlamaları ve edindikleri faydaları belirlemek için yapılmıştır.

Bilinçli Farkındalığın, Fayda ve Destinasyon Deneyimi ile ilişkilendirilmesinin sebebi, Becker (2008)'in destinasyonu, turizmin beş temel yapı taşından birisi olduğunu belirtmesidir. Dutt ve Ninov (2016), bilinçli farkındalık felsefesini kavramış olmanın, bireysel açıdan öğrenme (Fayda) ve ziyaret edilen destinasyonu yeniden ziyaret etme isteği konusunda oldukça faydalı olduğunu belirtmiştir. Burada Fayda'dan kasıt, turistlerin seyahatleri sonrasında ziyaret ettikleri kültürel miras ve çevresi hakkında tatmin edici düzeyde bilgi edinmeleri, seyahatlerini eğlenceli bulmaları ve seyahatleri öncesine göre kendilerini psikolojik olarak rahatlamış hissetmeleridir.

Bilinçli Farkındalığın ölçülmesinde ortaya çıkan yöntem nispeten iç içe geçmiş durumdadır. Daha önceki araştırmalarda (Dutt ve Ninov, 2015; Ling vd., 2015, Frauman ve Norman, 2004; Moscardo, 2003; Moscardo, 1999) Bilinçli Farkındalık, bireyler arasında ve bireyler açısından ölçülmüştür. Ling vd. (2015)'e göre ise bu ölçüm metodu, miras alanlarındaki bir bireyin dikkatini hem iç hem de dış faktörlerle ölçmek için güvenilir ve geçerli bir araçtır.

3.5. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın temel amacı doğrultusunda yukarıda belirtilen alt amaçlar ve kavramsal model dikkate alınarak araştırmaya ilişkin geliştirilen hipotezler aşağıda sıralanmıştır.

Hipotez 1: Bilinçli Farkındalık düzeyinin Destinasyon Deneyimi değişkeni üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.

Hipotez 2: Bilinçli Farkındalık düzeyinin Fayda değişkeni üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.

Hipotez 3: Destinasyon Deneyimi değişkeninin Fayda değişkeni üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.

Hipotez 4: Ziyaretçilerin cinsiyetlerine göre bilinçli farkındalık düzeyleri farklılaşmaktadır.

Hipotez 5: Yabancı ziyaretçilerin bilinçli farkındalık düzeyleri yerli ziyaretçilere göre daha yüksektir.

Hipotez 6: Bilinçli Farkındalık düzeyi öğrenim düzeyi arttıkça yükselir.

Hipotez 7: Kùltür mirasına göre ziyaretçilerin bilinçli farkındalık düzeyleri arasında fark vardır.

Hipotez 8: Bilinçli farkındalık düzeyi, yaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

3.6. Araştırmanın Metodolojisi

Araştırmadan elde edilen sonuçların doğru ve tutarlı bir şekilde ortaya konulabilmesi için araştırma metodolojisi büyük bir öneme sahiptir. Bu sebeple, metodoloji hakkında bilgi verilmesi, elde edilen verilerin anlaşılması ve değerlendirilmesi açısından da önemlidir. Araştırmanın hipotezlerini test etmek için; veri toplama araçlarının nasıl düzenlendiği ve araştırmada kullanılan istatistiksel yöntemlerin neler olduğu hakkında aşağıda bilgi verilmiştir.

3.6.1. Veri Toplama Metodunun Belirlenmesi

Ampirik araştırma yaparken kullanılacak veriler-kaynakların seçimi büyük önem taşımaktadır. Veriler genel anlamda birincil veriler (gözlem, görüşme, anket, deney, alan çalışması) ve ikincil veriler (başkaları tarafından derlenmiş birincil veriler) olmak üzere iki gruba ayrılırlar (Gürak, 2004: 15).

Bu araştırmada hem birincil hem de ikincil verilerden yararlanılmıştır. İkincil veriler, birinci verilerin elde edilmesi için yapılacak olan çalışmalardır ve elde edilecek bulguların daha iyi anlaşılması için gerekli ve önemlidir. İkincil verilerin elde edilmesinde konu ile ilgili Türkçe ve İngilizce dillerinde daha önceden yapılmış yüksek lisans ve doktora tezleri, üniversitelerin kullanımına açık olan uluslararası veri tabanlarından elde edilen akademik çalışmalar, konu ile ilgili süreli ve süresiz yayınlar ve araştırma konusu ile ilgili güncel bilgilere ulaşabilmek için resmi kurum ve kuruluşların internet siteleri kullanılmıştır.

Araştırmalarda birincil verilerin toplanmasının amaçlandığı durumlarda en çok başvurulan tekniklerinden birisi anket tekniğidir. Anket tekniğine durum saptama, bir ilişkiyi araştırma veya bir hipotezi test etme amacıyla yapılan çalışmalarda sık sık başvurulmaktadır. Anket tekniği örneklemin alınmasında, soruların hazırlanmasında, uygulama ve değerlendirmede gerekli özen gösterildiğinde sonuçları oldukça güvenilir ve hata payı en az olan tekniktir (Aziz, 2018: 90). Veriler anket formu aracılığı ile elde edilmiştir. Anket tekniği, araştırma alanında elde edilmek istenen verilerin somut ve

rakamsal sonuçlarının belirlenmesi için önemli bir veri toplama tekniği olarak kabul görmektedir (Kağıtçıbaşı, 2004: 55).

Bu araştırmada, karşılıklı görüşme yönteminden yararlanılmıştır. Adı geçen kültürel miras alanlarında toplamda 25 gün konaklama gerçekleştirilmiştir. Telefon, posta, internet yoluyla veri toplama gibi yöntemler tercih edilmemiştir. Karşılıklı görüşme yönteminin tercih edilmesinin sebebi, katılımcıların ziyaretlerinden hemen sonra kendilerine yönetilen anket formunu cevaplamalarının istenmesi ve araştırmanın hedef kitlesine daha etkin bir biçimde ulaşılmasını istenmesidir. Katılımcılardan elde edilen geri bildirimlere göre, özellikle küçük gruplar halinde gelen misafirler, anket formu sunulduktan sonra gerçekleştirdikleri ziyareti hem kendi kendilerine hem de grup içerisinde tekrar değerlendirerek gözden kaçırdıkları veya kültürel miras alanı ile ilgili farkında olmadıkları önemli bilgileri de bu şekilde öğrenme fırsatı buldukları düşünülmektedir. Anket formunun ziyaretten hemen sonra sunulmasının olumlu bir yanı da bu durumun gerçekleşmesi olmuştur.

3.6.2. Veri Toplama Aracının Hazırlanması ve Geliştirilmesi

Anket içeriği, ilgili literatürde yapılan incelemeler sonucunda daha önceden kullanılan, geçerliliği güvenilirliği kanıtlanmış ölçeklerin değerlendirilmesiyle gerçekleştirilmiştir. Alt boyutları “Farkındalık”, “Temel Bilinçli Farkındalık” ve “Meraklılık ve Dikkat” olan “Bilinçli Farkındalık Ölçeği ($\alpha=0.91$, V.E.=%70)” (Frauman ve Norman, 2004) bireylerin farkındalık düzeylerini ölçmek üzere kullanılmaktadır. On beş maddeden oluşan ölçek tek bir toplam puan üzerinden değerlendirilmektedir. Yüksek puanlar bilinçli farkındalığın yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Alt boyutları “Öğrenme”, “Keyif Alma” ve “Kaçış” olan “Fayda Ölçeği ($\alpha=0.92$ V.E.= %49.9)” (Manfredo, Tarrant ve Driver, 1996) ve alt boyutları “Destinasyon Tecrübesi” ve “Kontrol” olan “Destinasyon Deneyimi Ölçeği ($\alpha=0.94$, V.E.= % 44)” (Sparks, 2007) ana bölümlerinden oluşmaktadır.

3.6.2.1. Anket Formunun Tasarımı

Çalışma sürecinin sonunda anket formunda yer alacak maddelerin neler olacağı kararlaştırılmıştır. Bu bağlamda anket formu, katılımcıların oranının düşmemesi için uzman görüşleri dikkate alınarak tasarlanmıştır. Anket formunun oluşturulmasında adı geçen ölçeklere ek olarak demografik bilgileri elde etmeye yönelik soruların olduğu

anket formu üç farklı dilde (Türkçe, İngilizce, Japonca) 1 sayfa olarak hazırlanmıştır ve 44 adet sorudan oluşmaktadır.

Tablo 3.2. Araştırmada Kullanılan Ölçekler ve Maddeleri

Ölçek	Alt Boyut	Maddeler	
Bilinçli Farkındalık (Frauman ve Norman, 2004)	Farkındalık	Bölgeyi tecrübe edinmiş tanıdıklardan fikir alırım.	
		Seçimimi şansa bırakmam, derinlemesine düşünürüm.	
		Ayrıntılara dikkat ederim.	
		Somut bilgilere ihtiyaç duyarım.	
	Merak ve Dikkat	Yeni şeyler araştırmayı severim	
		Bazı şeylerin neden ve nasıl olduğunu anlamaya çalışırım.	
		İlk kez karşılaştığım sanatları denemeyi-öğrenmeyi severim	
		Bir şeyler yaparken yeni yollarını yapmaya her zaman açığım.	
		Kafamdaki soruların cevaplarını ararım	
		Merakımı canlı tutmayı severim.	
	Temel Bilinçli Farkındalık	Farklı-İlginç alanları araştırmayı severim.	
		İlgimi Çeken şeyler oldu.	
Aklımdaki sorulara cevap aradım			
Merakım uyandı			
Fayda (Manfredo vd. 1996)	Öğrenme	Kültürel miras alanında bulunan şeylerle ilgili bilgim arttı.	
		Doğanın tadını çıkardım.	
		Yeni şeyler keşfettim.	
		Ülke-Bölge hakkında bilgi edindim	
	Keyif	Heyecan verici bir tecrübe yaşadım.	
		Hayata yeni bir bakış açısı kazandım.	
	Kaçış	Eğlendim	
		Zihnim dinlendi.	
	Destinasyon Deneşimi (Sparks, 2007)	Destinasyon Tecrübesi	Günlük sorumluluklarımı bir anlığına savuşturdum.
			Psikolojik olarak rahatladım.
			Gerçek bir tecrübeydi.
			Muhteşem çevre koşulları vardı.
Günlük stresten kaçmak için bir fırsattı.			
Kontrol		Kusurlara göz yumacağım bir tecrübe oldu	
		Bölgeye özgü yöresel ürünler güzeldi.	
		Sıradışı-Keşfedilmeyi bekleyen bir destinasyondur	
		İmkânım olursa buraya tekrar gelmek isterim	
		Maliyeti çok yüksek olsa da tekrar bu tip bir seyahate çıkmayı düşünürüm.	
Ailemi ve çevremdekileri bu tip bir seyahate çıkma konusunda teşvik ederim.			
Bu tip bir seyahat ile ilgili fikrimi soranlar olursa tavsiye ederim.			

3.7. Örneklem Seçimi ve Büyüklüğünün Belirlenmesi

Yüksel ve Yüksel (2004)'e göre geniş bir evreni kapsayan araştırmalarda, zaman ve kaynak yetersizliğinden dolayı belirli bir örneklem grubunun ve araştırma alanı çerçevesinin belirlenmesi gerekmektedir. Önemli olan seçilen çerçevede yer alan örneklem bireylerinin evreni temsil edebilmesi ve evrenin sahip olduğu parametreleri taşımasıdır. Bu araştırmanın evrenini, İç Anadolu Bölgesi sınırları içerisinde yer alan Nevşehir (Göreme Milli Parkı-Kapadokya), Çorum (Hattuşa-Hitit Başkenti), Konya (Çatalhöyük Neolitik Kenti) ve Sivas (Divriği Camii ve Külliyesi) illerinde bulunan somut kültürel miras alanlarını ziyaret eden yerli ve yabancı turistler oluşturmaktadır. Sivas Divriği Ulu Camii ve Darüşşifası 2017 yılında başlayan ve 2021 yılında tamamlanması beklenen yenileme çalışmaları sebebiyle yerli ve yabancı turistlerin ziyaretine kapatılmıştır ve bu sebeple buradan veri toplanamamıştır. Adı geçen diğer illerde belirtilen destinasyonları ziyaret eden Türk ve seksen dört farklı ülkeden gelen ziyaretçilere anket formu ziyaretlerinin hemen sonrasında yazılı olarak sunulmuştur.

Örneklem seçiminde asıl olan, örneklemin, alındığı evreni temsil etmesidir. Bu durumda ne kadar, hangi büyüklükte bir örneklemin evrenini temsil edebileceği konusu önem kazanmaktadır. Örneklem büyüklüğünde evrenin büyüklüğü ve kendisine göre örneklem alınan değişkene göre evrenin heterojenlik derecesi etkili olur. Temel kural evren ne denli büyükse örneklemin de o denli büyük olmasıdır (Balcı, 2004: 91). Katılımcılar, destinasyonları ziyaret eden yerli ve yabancı turistler arasından tesadüfi örneklem yöntemi ile seçilmiştir. Toplamda 1500 anket formu katılımcılara dağıtılmış, bunların 1264'ü geçerli olarak değerlendirilmiştir.

Tablo 3.3. Örneklem Hata Payına Göre Alınabilecek Örneklem Büyüklüğü

Evren Büyüklüğü	+ - 0.03 örnekleme hatası (d)			+ -0.05 örnekleme hatası (d)			+ -0.10 örnekleme hatası (d)		
	p=0.5 q=0.5 (heterojen)	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5 (heterojen)	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5 (heterojen)	p=0.8 q= 0.2	p=0.3 q=0.7
100	92	87	90	80	71	77	49	38	45
500	341	289	321	217	165	196	81	55	70
750	441	358	409	254	185	226	85	57	73
1.000	516	406	473	278	198	244	88	58	75
2.500	748	537	660	333	224	286	93	60	78
5.000	880	601	760	357	234	303	94	61	79
10.000	964	639	823	370	240	313	95	61	80
25.000	1023	665	865	378	244	319	96	61	80
50.000	1045	674	881	381	245	321	96	61	80
100.000	1056	678	888	383	245	321	96	61	81
1.000.000	1066	682	896	384	246	323	96	61	81
100 Milyon	1067	683	896	384	245	323	96	61	81

Kaynak: Erdoğan ve Yazıcıoğlu, 2004 – p=gerçekleşme olasılığı, q=gerçekleşmeme olasılığı

Tablo 3.3.'de ortalama örneklem büyüklüklerinde doğru kestirim olasılıkları gösterilmektedir. Kestirimdeki tamlığın asıl belirleyicisi örneklemin evrene oranı olmayıp, gerçek örneklem büyüklüğüdür. Genelde 150 ya da 200'e kadar olan örneklem artışlarında kestirimde istenen tamlığa ulaşılabilir. Farklı büyüklükteki evrenler için kurumsal örneklem büyüklükleri ve %95 keskinlik düzeyi ile tolerans gösterilebilir (Balcı, 2004: 91). 2014-2018 yılları arasında Göreme Milli Parkı-Kapadokya, Hattuşa ve Çatalhöyük'ü ziyaret eden misafirlerin sayıları Tablo 3.4.'de gösterilmiştir. Araştırmanın ana kütlelerini adı geçen kültürel mirasları 2018 yılında ziyaret eden turistlerin toplam sayısı oluşturmaktadır (1.255.930 Kişi). Tablo 3.3.'e göre örneklemin yeterli görülmesi için ulaşılması gereken sayı 384 olarak belirtilmiştir ve araştırmaya konu olan katılımcıların sayısı 1264'tür. Bu sonuçlara göre katılımcıların sayısı, örneklemin temsil edilmesi için yeterli temsil gücüne sahiptir.

Tablo 3.4. Yıllara Göre Ziyaretçi Sayıları

Yıl	Göreme Milli Parkı-Kapadokya	Hattuşa (Boğazköy) Ören Yeri	Çatalhöyük Ören Yeri
2014	1.737.650	54.942	17.992
2015	543.289	19.298	8.188
2016	509.304	29.076	13.127
2017	682.785	28.822	4.595
2018	1.217.923	33.282	4.725
Toplam	4.690.951	165.420	48.627

Kaynak: Döner Sermaye İşletmesi Merkez Müdürlüğü (DÖSİMM)

3.8. Test İstatistiklerinin Belirlenmesi ve Verilerin Düzenlenmesi

Bu araştırmada geçerli olarak kabul edilen verilerin analizinde, sosyal bilimlerde istatistiksel yöntemlerin analizi için kullanılan SPSS 22 paket programı kullanılmıştır. Cevaplar programa kodlanarak analiz edilmiştir. Ayrıca araştırma modelinin test edilmesinde de yapısal eşitlik modelinin analiz edilmesinde kullanılan AMOS 22 paket programı kullanılmıştır. Şekil çizimleri ve sunumları için Microsoft Excel programından yararlanılmıştır.

3.8.1. Test İstatistiklerinin Belirlenmesi

Elde edilen verilen bilgisayar ortamına aktarılmasında sonra istatistiksel analizlerin yapılabilmesi için paket programlar kullanılmıştır. Veri girişi tamamlandıktan sonra verilerin analizinde kullanılacak olan istatistiksel testler belirlenmiştir. Verilerin analiz edilmesinde kullanılan teknikler değişken sayısı göz önünde bulundurularak tek değişkenli ve çok değişkenli olarak farklı şekillerde

sınıflandırılmaktadır. Tek değişkenli analiz tekniklere Mann-Whitney U testi gibi testler örnek verilebilir. Kruskal Wallis, faktör analizi, kümeleme analizi gibi analizler ise çok değişkenli teknikler arasındadır. Ayrıca, veri analizindeki uygulamalar temelde parametrik ve parametrik olmayan (non-parametrik) testler olarak ikiye ayrılmıştır.

Parametrik testlerin uygulanabilmesi için gerekli koşullar, kullanılan teste bağlı olarak değişmekle birlikte, en temel koşullar şu şekildedir (İslamoğlu ve Alniaçık, 2014: 264),

- Örneklemin normal dağılıma uygun olması
- Varyansların türdeş olması
- Sürekli ya da aralıklı ölçekle ölçüm yapılması
- Gözlemlerin birbirinden bağımsız olması
- Örneklerin ana kitleden tesadüfi seçilmiş olması

Araştırma kapsamında toplanan verilerin tek tek ya da çoklu şekilde normal dağılıma uygun olması parametrik testlerin çoğu için temel varsayımdır. Tek değişkenli normallik, örnekleme tek bir değişkene ilişkin gözlemlerin ortalama değer etrafında toplandığını, ortalamadan uzaklaştıkça gözlemlerin sıklığının giderek azaldığını gösterir (İslamoğlu ve Alniaçık, 2014: 272).

Parametrik olmayan testler (non-parametrik), parametrik test ön koşullarının karşılanmadığı durumlarda kullanılan bir test yöntemidir. Parametrik olmayan testler, bazen önkoşulsuz testler olarak da adlandırılır. Ana kütle dağılımı hakkında yeterli ya da hiç bilgi olmadığı zaman da kullanılan bir yöntemdir. Bu testlerin kullanılması için gerekli ön koşullar şunlardır (İslamoğlu ve Alniaçık, 2014: 273).

•**Hücredeki Gözlem Sayısı:** Kategorik verilerin kullanıldığı anlamlılık testlerinde her bir hücredeki gözlem sayısının belli bir değerin altına düşmesi beklenir.

•**Gözlemlerin Bağımsızlığı:** Bu koşul, örnekleme her bir bireyden sadece bir defa veri elde edilmesini ve elde edilen verinin diğer gözlemlere bağlı olarak değişmemesini gerektirir. Bir gözlemden elde edilen herhangi bir değer, diğer gözlemin alacağı değer ile ilgili herhangi bir bilgi vermiyor ise bu iki gözlemin birbirinden bağımsız olduğu söylenebilir.

Likert tipi sorular araştırılan konu hakkında tutum veya görüş içeren bir ifade ve bu ifadeye katılım düzeyini belirten seçenekler içerir. Likert tipi sorularda katılım düzeyini belirlemek amacıyla iki aşırı uç arasında yer alan birden çok seçenek sunulur

(Turan, Şimşek ve Aslan, 2015: 188). Bu araştırmada seçenekler “kesinlikle katılmıyorum-katılmıyorum-ne katılıyorum ne katılmıyorum-katılıyorum-kesinlikle katılıyorum” olarak dereceli bir şekilde sıralanmıştır (EK-1).

3.8.2. Ölçeklerin Güvenirlilik ve Geçerliliği

Güvenirliliğin en genel tanımı, ölçmenin hatalardan arındırılmış olmasıdır. Cronbach’s Alpha olarak bilinen bu katsayı korelasyona dayalı olarak hesaplanmaktadır ve ölçeğin güvenirlilik düzeyini ifade etmektedir. Cronbach’s Alpha “0 ile +1” arasında değer almaktadır. Aldığı değer +1’e yaklaştıkça güvenirlilik oranı artmaktadır (Can, 2016: 387). Genellikle Cronbach’s Alpha değerinin 0,7’nin üzeri olması beklenir (Eymen, 2007: 76). Alfa (α) katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenirliliği şu şekilde yorumlanabilmektedir (Karagöz, 2016: 941):

- $0,00 \leq \alpha < 0,40$ aralığında ise ölçeğin güvenirliliği yoktur,
- $0,40 \leq \alpha < 0,70$ aralığında ise ölçeğin güvenirliliği düşüktür,
- $0,70 \leq \alpha < 0,80$ aralığında ise ölçek güvenirliliği oldukça yüksektir ve
- $0,80 \leq \alpha < 1,00$ aralığında ise ölçek yüksek derecede güvenirliliğe sahip bir ölçektir. Ölçeklerin faktör yükleri ile güvenirliliklerine ilişkin Cronbach’s Alpha katsayıları Tablo 3.5.’de gösterilmiştir.

Tablo 3.5. Ölçeklerin Cronbach’s Alfa Katsayıları ve Tamamlayıcı İstatistikleri

Ölçek	Alt Boyut	Maddeler	Madde Top. Kor.	Cron. Alpha (α)	Ort.	Std. Sap.
Bilinçli Farkındalık ($\alpha = 0,94$)	Farkındalık	Bölgeyi tecrübe edinmiş tanıdıklardan fikir alırım.	0.55	0.77	3.90	3.09
		Seçimimi şansa bırakmam, derinlemesine düşünürüm.	0.65			
		Ayrıntılara dikkat ederim.	0.60			
		Somut bilgilere ihtiyaç duyarım.	0.52			
	Merak ve Dikkat	Yeni şeyler araştırmayı severim	0.78	0.93	3.90	6.59
		Bazı şeylerin neden ve nasıl olduğunu anlamaya çalışırım.	0.82			
		İlk kez karşılaştığım sanatları denemeyi-öğrenmeyi severim	0.77			
		Bir şeyler yaparken yeni yollarını yapmaya her zaman açığım.	0.78			
		Kafamdaki soruların cevaplarını ararım	0.78			
		Merakımı canlı tutmayı severim.	0.77			
Farklı-İlginç alanları araştırmayı severim.	0.74					

Tablo 3.5. Devamı

Ölçek	Alt Boyut	Maddeler	Madde Top. Kor.	Cron. Alpha (α)	Ort.	Std. Sap.
Bilinçli Farkındalık ($\alpha = 0.94$)	Temel Bilinçli Farkındalık	İlgimi Çeken şeyler oldu.	0.73	0.92	3.82	5.66
		Aklımdaki sorulara cevap aradım	0.82			
		Merakım uyandı	0.82			
		Kültürel miras alanındakilerle ilgili sorularım çoğaldı.	0.78			
		Yeni şeyler öğrendim.	0.77			
		Bulduğum yerde geçmişte neler olup bittiğini hissettim.	0.67			
Fayda ($\alpha = 0.92$)	Öğrenme	Çevre-Doğa hakkında yeni şeyler öğrendim	0.68	0.90	3.72	4.85
		Kültürel miras alanında bulunan şeylerle ilgili bilgim arttı.	0.79			
		Doğanın tadını çıkardım.	0.79			
		Yeni şeyler keşfettim.	0.78			
		Ülke-Bölge hakkında bilgi edindim	0.70			
	Keyif	Heyecan verici bir tecrübe yaşadım.	0.72	0.87	3.66	3.15
		Hayata yeni bir bakış açısı kazandım.	0.80			
		Eğlendim	0.74			
	Kaçış	Zihnim dinlendi.	0.73	0.86	3.61	3.10
		Günlük sorumluluklarımı bir anlığına savuşturdum. Psikolojik olarak rahatladım.	0.77 0.70			
Destinasyon Deneyimi ($\alpha = 0.93$)	Destinasyon Tecrübesi	Gerçek bir tecrübeydi.	0.69	0.91	3.46	6.11
		Muhteşem çevre koşulları vardı.	0.75			
		Günlük stresten kaçmak için bir fırsattı.	0.80			
		Kusurlara göz yumacağım bir tecrübe oldu	0.77			
		Bölgeye özgü yöresel ürünler güzeldi.	0.76			
		Sıradışı-Keşfedilmeyi bekleyen bir destinasyondur	0.70			
	Kontrol	İmkânım olursa buraya tekrar gelmek isterim	0.77	0.90	3.40	4.63
		Maliyeti çok yüksek olsa da tekrar bu tip bir seyahate çıkmayı düşünürüm.	0.80			
		Ailemi ve çevremdekileri bu tip bir seyahate çıkma konusunda teşvik ederim.	0.79			
		Bu tip bir seyahat ile ilgili fikrimi soranlar olursa tavsiye ederim.	0.76			

Tablo 3.5.'de görüldüğü üzere Bilinçli Farkındalık Ölçeği'nin Cronbach's Alpha katsayısı 0,94, Fayda Ölçeği'nin 0.92 ve Destinasyon Deneyimi Ölçeği'nin 0,93'dür. Farkındalık alt boyutunun Cronbach's Alpha güvenilirlik katsayısı 0.77, merak ve dikkat alt boyutunun 0.93, temel bilinçli farkındalık alt boyutunun 0.92, öğrenme alt boyutunun 0.90, keyif alt boyutunun 0.87, kaçış alt boyutunun 0.86, destinasyon tecrübesi alt boyutunun 0.91 ve kontrol alt boyutunun 0.90 olarak tespit edilmiştir. Bilinçli Farkındalık Ölçeği'nin ve alt boyutlarının sosyal bilimler araştırmaları için yüksek güvenilirlik düzeylerine sahip oldukları söylenebilir. Sonuç olarak, yüksek güvenilirlik düzeyine sahip ölçekler kullanılarak toplanan verilerden elde edilen sonuçlar tutarlı olmaktadır. Faktör yüklerine bakıldığında ise 0.52 ile 0.82

arasında değişkenlik göstermektedir. Sosyal bilimlerde faktör yüklerinin 0.40'dan yüksek olması yeterli kabul edilmektedir (Koçyiğit, 2015: 135).

Anket uygulaması 2018 yılı Haziran-Kasım ayları içerisinde yapılmıştır. Anket formu Türkçe (EK-1), İngilizce (EK-2) ve Japonca (EK-3) olarak üç dilde hazırlanmıştır. Anket çalışmasının uygulanabilmesi için kültürel miras alanlarının bağlı bulunduğu resmî kurumların her birinden ayrı ayrı izin alınmıştır (EK-4, EK-5, EK-6). Yapılan literatür taramasında var olan bilinçli farkındalık ölçekleri incelenmiş ve Moscardo'nun (1996) oluşturduğu "Bilinçli Farkındalık Modeli" ve Frauman ve Norman'ın (2004) bu modeli temel alarak geliştirdiği "Bilinçli Farkındalık Ölçeği" araştırmanın temelini oluşturmaktadır. Yüksek puanlar bilinçli farkındalığın yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Bu ölçek, günlük yaşamdaki anlık deneyimlerin farkında ve bunlara karşı dikkatli olma yönündeki genel eğilimi ölçen bir ölçektir. Yüksel ve Yüksel (2004)'e göre, daha önceden yapılan araştırmalarda kullanılan değişkenlerin tamamı ya da bir kısmının kullanılması sıkça rastlanılan bir yöntemdir. Bu tercih özellikle daha önceden yapılmış bir araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliğinin kanıtlanmış olması sebebiyle yapılmaktadır. Bilinçli Farkındalık Ölçeği'nin (Frauman ve Norman, 2004) seçilmesinin nedeni, "Kültürel Miras Alanlarında Ziyaretçilerin Bilişsel ve Davranışsal Bilinçli Farkındalığı" ölçümlerini içermesidir.

3.8.3. Verilerin Düzenlenmesi

Araştırmada kullanılacak istatistiksel tekniklerin belirlenmesinden sonra veriler kontrol edilerek analize uygun bir şekilde düzenlenmiştir. İlk olarak veri girişinde yapılan olası hataları tespit etmek ve varsa düzeltmek amacıyla tüm verilerin sıklık tabloları, en küçük ve en yüksek değerleri alınarak incelenmiştir.

Faktör analizinden önce değişkenler arasındaki karşılıklı korelasyon düzeyi ve faktör analizine uygunluğu Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testiyle değerlendirilmiştir (Bülbül, 2003: 220). Bu test sonucunda elde edilen sonuçlar Tablo 3.6'da görülmektedir.

Tablo 3.6. Ölçeklerin Kaiser Meyer Olkin (KMO) Değerleri

Ölçekler	KMO	Bartlett	p
Bilinçli Farkındalık Ölçeği	0.94	110.55	0.00
Fayda Ölçeği	0.90	169.34	0.00
Destinasyon Deneyimi Ölçeği	0.92	200.13	0.00

KMO'da 0,50'den düşük değerler kabul edilemez düzeyi ifade ederken, 0.90 düzeyindeki değerler çok iyi olarak kabul edilmektedir (Sharma, 1996: 116). Tablo 3.6'da görüldüğü üzere KMO değerlerinin tamamı çok iyi olarak kabul edilen 0.90 değerinden yüksektir. Bu değerlerin yüksek olması değişkenlerin faktör analizine tabi tutulabileceğini ortaya koymaktadır. Bartlett testi de değişkenler arasındaki ilişkinin, analiz için uygunluk derecesini ve sonuçların istatistiksel anlamlılık taşıdığını göstermektedir. Bu noktada KMO ve Bartlett testlerinden elde edilen sonuçlar araştırmada kullanılan ölçeklerin faktör analizi için uygun olduğunu ve bunun sonucunda anlamlı gruplar oluşabileceğini göstermektedir.

3.9. Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA)

Açımlayıcı faktör analizi, bilinmeyen gizil değişkenlerle gözlenen değişkenler arasındaki bağlantıyı ortaya koyması amacıyla tasarlanan bir analizdir. Açımlayıcı faktör analizinde, maddelerin ilgili faktörler altında çıkması ve yüksek faktör yük değerleri ile elde edilmesi arzu edilir. Maddelerin gerçekte hangi faktör altında ölçme yaptıkları bilinmediği durumlarda bu analiz yöntemi keşfedici olarak da kullanılabilir (Çokluk v.d., 2016: 189).

Bu çalışmada araştırma modelini yapısal analiz ile incelemeye önce açıklayıcı faktör analizi ile modeldeki değişkenlerin boyutluluğu araştırılmış ve boyutların içsel güvenilirliklerine bakılmıştır. Analizde, özdeğerleri 1'den büyük olan faktörler dikkate alınmış, faktör yüklerinin 0.50'den büyük olması ve cronbach alfa değerlerinin 0.70'e eşit veya büyük olması şartı aranmıştır. Tablo 3.7.'de her bir boyuta ilişkin cronbach's alfa değeri, özdeğer, açıklanan varyans ve maddelere ait faktör yükleri yer almaktadır.

Tablo 3.7. Ölçeklerin Açımlayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Ölçek	Alt Boyut	Maddeler	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Top. Açık. Varyans (%)
Bilinçli Farkındalık	Farkındalık	Bölgeyi tecrübe edinmiş tanıdıklardan fikir alırım.	0.84			68.38
		Seçimimi şansa bırakmam, derinlemesine düşünürüm.	0.77			
		Ayrıntılara dikkat ederim.	0.72			
		Somut bilgilere ihtiyaç duyarım.	0.62			

Tablo 3.7. Devamı

Ölçek	Alt Boyut	Maddeler	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Top. Açık. Varyans (%)	
Bilinçli Farkındalık	Merak ve Dikkat	Yeni şeyler araştırmayı severim		0.77		68.38	
		Bazı şeylerin neden ve nasıl olduğunu anlamaya çalışırım.		0.78			
		İlk kez karşılaştığım sanatları denemeyi-öğrenmeyi severim		0.74			
		Bir şeyler yaparken yeni yollarını yapmaya her zaman açığım.		0.73			
		Kafamdaki soruların cevaplarını ararım		0.72			
		Merakımı canlı tutmayı severim.		0.71			
		Farklı-İlginç alanları araştırmayı severim.		0.70			
	Temel Bilinçli Farkındalık	İlgimi Çeken şeyler oldu.			0.83		
		Aklımdaki sorulara cevap aradım			0.81		
		Merakım uyandı			0.77		
		Kültürel miras alanındakilerle ilgili sorularım çoğaldı.			0.75		
		Yeni şeyler öğrendim.			0.71		
		Bulduğum yerde geçmişte neler olup bittiğini hissettim.			0.67		
		Açıklanan Varyans (%)	51.51	10.42	6.44		
		Özdeğer	8.76	1.77	1.10		
		Cronbach's Alpha	0.77	0.93	0.92		
Fayda	Öğrenme	Çevre-Doğa hakkında yeni şeyler öğrendim	0.84			76,04	
		Kültürel miras alanında bulunan şeylerle ilgili bilgim arttı.	0.80				
		Doğanın tadını çıkardım.	0.77				
		Yeni şeyler keşfettim.	0.76				
		Ülke-Bölge hakkında bilgi edindim	0.65				
	Keyif	Heyecan verici bir tecrübe yaşadım.		0.86			
		Hayata yeni bir bakış açısı kazandım.		0.80			
		Eğlendim		0.76			
	Kaçış	Zihnim dinlendi.			0.86		
		Günlük sorumluluklarımı bir anlığına savuşturdum.			0.81		
Psikolojik olarak rahatladım.				0.79			
		Açıklanan Varyans (%)	56.07	10.67	9.30		
		Özdeğer	6.17	1.17	1.02		
		Cronbach's Alpha	0.90	0.87	0.86		

Tablo 3.7. Devamı

Ölçek	Alt Boyut	Maddeler	Faktör 1	Faktör 2		Top. Açık. Varyans (%)	
Destinasyon Deneyimi	Destinasyon Tecrübesi	Gerçek bir tecrübeydi.	0.82			72.10	
		Muhteşem çevre koşulları vardı.	0.82				
		Günlük stresten kaçmak için bir fırsattı.	0.79				
		Kusurlara göz yumacağım bir tecrübe oldu	0.76				
		Bölgeye özgü yöresel ürünler güzeldi.	0.70				
		Sıradışı-Keşfedilmeyi bekleyen bir destinasyondur	0.67				
	Kontrol	İmkânım olursa buraya tekrar gelmek isterim			0.85		
		Maliyeti çok yüksek olsa da tekrar bu tip bir seyahate çıkmayı düşünürüm.			0.82		
		Ailemi ve çevremdekileri bu tip bir seyahate çıkma konusunda teşvik ederim.			0.79		
		Bu tip bir seyahat ile ilgili fikrimi soranlar olursa tavsiye ederim.			0.78		
			Açıklanan Varyans (%)	61.71	10.38		
		Özdeğer	6.17	1.03			
		Cronbach's Alpha	0.91	0.90			

Açımlayıcı faktör analizi sonucunda, Bilinçli Farkındalık ölçeği üç alt boyuttan oluşmaktadır (farkındalık, merak ve dikkat, temel bilinçli farkındalık) ve bu boyutların da üç faktöre yüklendiği görülmektedir. Fayda ölçeği de benzer şekilde üç alt boyuttan oluşmaktadır (öğrenme, keyif, kaçış) ve bu boyutların da üç faktöre yüklendiği görülmektedir. Destinasyon Deneyimi ölçeği ise iki alt boyuttan oluşmaktadır (destinasyon tecrübesi, kaçış) ve bu boyutların da iki faktöre yüklendiği görülmektedir. Ölçeklerin tamamının özdeğerlerinin 1'den büyük ve faktör yüklerinin 0.50'ten büyük olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar anket formunda yer alan ölçeklerin iyi bir yapısal geçerliliğe sahip olduğunu göstermektedir ve ölçeklerin yapısal geçerlilikleri sağlanmıştır. Ayrıca Cronbach's Alpha katsayılarının da 0.70'den büyük olması ölçeklerin içsel tutarlılığa sahip olduğunu ifade etmektedir. Bu sonuçlar ölçülmek istenen özelliğin büyük olasılıkla doğru olarak ölçüldüğünü göstermektedir.

3.10. Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

Geçerliliği ortaya konulmuş ölçeğin yapılacak örnekleme göre doğrulanması gerekmektedir. Bu doğrulama için Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) yapılmıştır. DFA için AMOS 22 paket programı kullanılmıştır. Doğrulanmış boyutlar için güvenilirlik analizi SPSS paket programı yardımıyla Cronbach's Alpha Katsayısı ile hesaplanmıştır. Önceden belirlenen modelin (teorik) elde edilen veriyi ne kadar iyi açıkladığı uyum iyiliği indeksleri ile belirlenir. Uyum iyiliği testleri modelin kabul ve reddedilmesi kararının verildiği aşamadır. Eğer modelin tamamı uyum iyiliği testleri sonucunda reddedilirse model içindeki katsayıların veya parametrelerin bir önemi kalmaz ve bunlar değerlendirilemez.

Ki Kare (χ^2 -Chi Square) Bağımsızlık Testi: Ki-kare bağımsızlık testi (Pearson Ki-kare testi veya sadece Chi Square), değişkenler nominal olduğunda hipotezleri test etmek için kullanılan testlerden biridir. Çoğu testten farklı olarak, Ki-kare (χ^2) yalnızca gözlemlenen herhangi bir farkın önemine ilişkin bilgi sağlamaz, aynı zamanda bulunan farklılıklar için hangi kategorilerin olduğu hakkında ayrıntılı bilgi sağlar. Böylece, bu testin sağlayabileceği bilgilerin miktarı ve detayı, araştırmacının mevcut analiz araçları dizisindeki en yararlı araçlardan biri olmasını sağlar (McHugh, 2013: 1).

df (Serbestlik Derecesi): Serbestlik derecesinin içeriğindeki "serbest" sözcüğü, bir örnekleme gözlem sayısına bağlı olarak değişkenlik göstermede serbest olmayı ifade eder. Serbestlik derecesi, bir değişkenin kaynağındaki bağımsız gözlemlerin sayısından, bu değişkeni hesaplamada kestirilen bağımsız parametrelerin sayısının çıkarılmasında eşittir (Kirk, 1960, Akkoyun, 1983: 99).

GFI (Goodness of Fit Index-Uyum İyiliği İndeksi): GFI, varsayılan modelce hesaplanan gözlenen değişkenler arasındaki genel kovaryans miktarını gösterir. Regresyon analizindeki R^2 gibi açıklanabilir. Aralarındaki fark R^2 (determinasyon katsayısı) hata varyansı ile ilgili iken GFI, gözlenen kovaryans yüzdesiyle ilgilidir. Örnek hacminin çok olması GFI değerini yükselterek doğru sonuç alınmasını önleyebilir. GFI değeri 0 ile 1 arasında değişir. GFI'nın 0,90'ı aşması iyi bir model göstergesi olarak alınmaktadır. Bu, gözlenen değişkenler arasında yeterince kovaryansın hesaplandığı anlamına gelmektedir (Koçyiğit, 2015: 160).

CFI (Comparative Fit Index-Karşılaştırmalı Uyum İndeksi): Bu indeks, modelin uyumunu ya da yeterliliğini genellikle bağımsızlık modeli ya da çokluk modeli olarak adlandırılan ve değişkenler arasında hiçbir ilişkinin olmadığı varsayılan temel bir modelle karşılaştırarak verir. CFI, örneklem büyüklüğünü de hesaba katmasından dolayı, örneklemin küçük olduğu durumlarda da oldukça iyi çalışan bir indekstir. 0 ile 1 arasında bir değere sahiptir ve değer 1'e yaklaşması mükemmel uyum, 0'a doğru yönelmesi de model uyumsuzluğunun göstergesidir (Hooper, Coughlan ve Mullen, 2008: 54).

AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index / Ayarlanmış Uyum İyiliği İndeksi): GFI testinin yüksek örnek hacmindeki eksikliğini gidermek amacıyla kullanılan bir indekstir. Negatif değer alırsa bu durum örneklem hacminin çok küçük olduğunu veya modelin son derece kötü bir uyum iyiliği gösterdiğini belirtir (Koçyiğit, 2015: 160).

RFI (Relative Fit Index/Göreceli Uyum İndeksi): 0 ile 1 arasında bir değer ile ifade edilmektedir. Bu değer 1'e yakın olması iyi uyum anlamına gelmektedir (Shadfar ve Malekmohammadi, 2013: 587).

RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation-Yaklaşık Hataların Ortalama Kare Kökü): Merkezi olmayan χ^2 dağılımında, popülasyon kovaryanslarını tahmin etmek amacıyla kullanılan bir indekstir. Bu indeks 0 ile 1 arasında değer almakta ve GFI'nın tersine RMSEA'nın 0'a yakın olması mükemmel uyuma işaret etmektedir. Bu, aynı zamanda evren ile örneklem kovaryansları arasında fark olmadığını da ifade etmektedir (Brown, 2006: 44).

Örneklemden elde edilen verinin, geçerliliği kanıtlanmış Bilinçli Farkındalık Ölçeği'ni doğrulayıp doğrulamadığını tespit etmek için DFA yapılmıştır. Tablo 3.8.'deki değerler kabul edilebilir sınırlar içinde olduğundan Bilinçli Farkındalık Ölçeği değerinin üç faktörlü, Fayda Ölçeği değerinin üç faktörlü ve Destinasyon Deneyimi Ölçeğinin iki faktörlü yapıları doğrulanmıştır. Ölçüm modellerinde yapılan analizler sonucunda, model, uyum indekslerine göre yeterli görülmüştür.

Yukarıda açıklanan uyum indekslerinin Schermelleh, Moosbrugger ve Müller (2003)'in çalışmalarında belirttiği iyi uyum ve kabul edilebilir uyum değerleri ve ölçeklere ait değerler Tablo 3.8. 'de görülmektedir.

Tablo 3.8. Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İndeksleri ve Değerleri

Ölçekler	Uyum Ölçüleri						
	χ^2	χ^2/df	GFI	CFI	AGFI	RFI	RMSEA
Bilinçli Farkındalık Ölçeği	531.86	4.97	0.95	0.97	0.93	0.95	0.05
Fayda Ölçeği	166.79	4.75	0.98	0.99	0.95	0.97	0.05
Destinasyon Deneyimi Ölçeği	130.66	4.66	0.98	0.99	0.97	0.98	0.05
İyi Uyum Değerleri*		$\chi^2/df \leq 3$	≥ 0.90	≥ 0.90	≥ 0.90	≥ 0.90	≤ 0.05
Kabul Edilebilir Uyum Değerleri*		$\chi^2/df \leq 4-5$	0.89-0.85	≥ 0.85	≥ 0.85	≥ 0.85	0.06-0.08

Yukarıda tabloda da görüldüğü gibi uyum indekslerinin ölçekler için büyük ölçüde iyi uyuma, bir kısmının da kabul edilebilir uyuma sahip olduğu söylenebilir. Bu da ölçeklerin istatistiksel olarak anlamlı ve geçerli olduğunu göstermektedir. Araştırma modelinde yer alan ölçekler için doğrulayıcı faktör analizi sonuçları ise Bilinçli farkındalık ölçeği (Tablo 3.9), Fayda ölçeği (Tablo 3.10) ve Destinasyon deneyimi ölçeği (Tablo 3.11) aşağıda görülmektedir. Tablolarda bulunan,

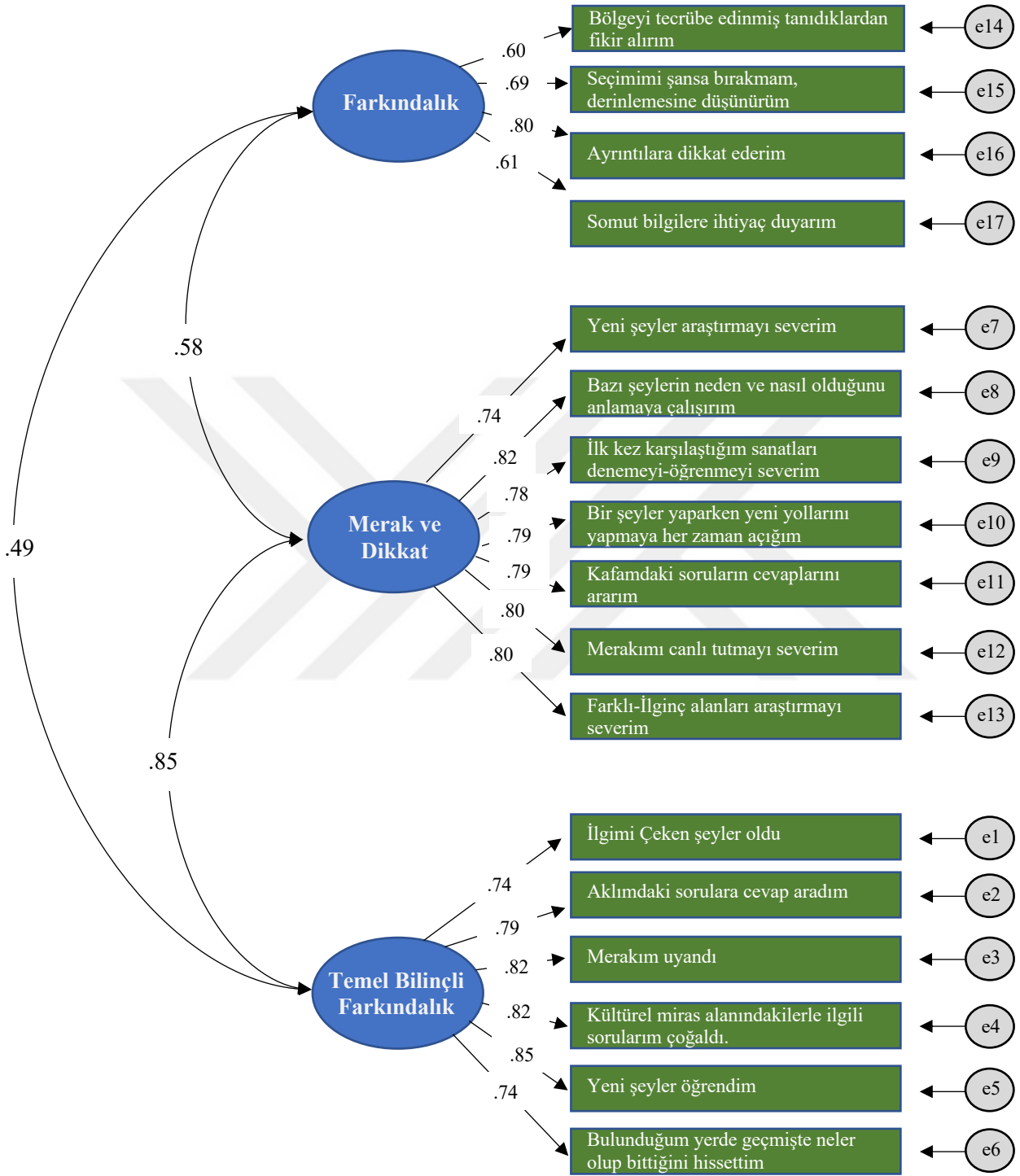
- $P\eta$: Yapı Güvenirliliği değeri “ $(\sum \text{standardize reg. ağır.})^2 / (\sum \text{standardize reg. ağır.})^2 + \sum \text{ölçüm hataları}$ ” formülü kullanılarak hesaplanmıştır.
- V.E.: Açıklanan Varyans değeri ise “ $\sum (\text{standardize reg. ağır.})^2 / \sum (\text{standardize reg. ağır.})^2 + \sum \text{ölçüm hataları}$ ” formülü kullanılarak hesaplanmıştır (Çağlıyan, Şahin ve Selek, 2018: 193).

Tablo 3.9. DFA Sonuçları: Bilinçli Farkındalık Ölçeği

Bilinçli Farkındalık Ölçeği				
Alt Boyutlar	Madde	St. Reg. Ağırlığı	t	p
Farkındalık (Pη=0,85) (V.E.=0,58)	Bölgeyi tecrübe edinmiş tanıdıklardan fikir alırım.	0.60	----	----
	Seçimimi şansa bırakmam, derinlemesine düşünürüm.	0.69	17.75	0.00
	Ayrıntılara dikkat ederim.	0.80	15.34	0.00
	Somut bilgilere ihtiyaç duyarım.	0.61	13.88	0.00

Tablo 3.9. Devamı

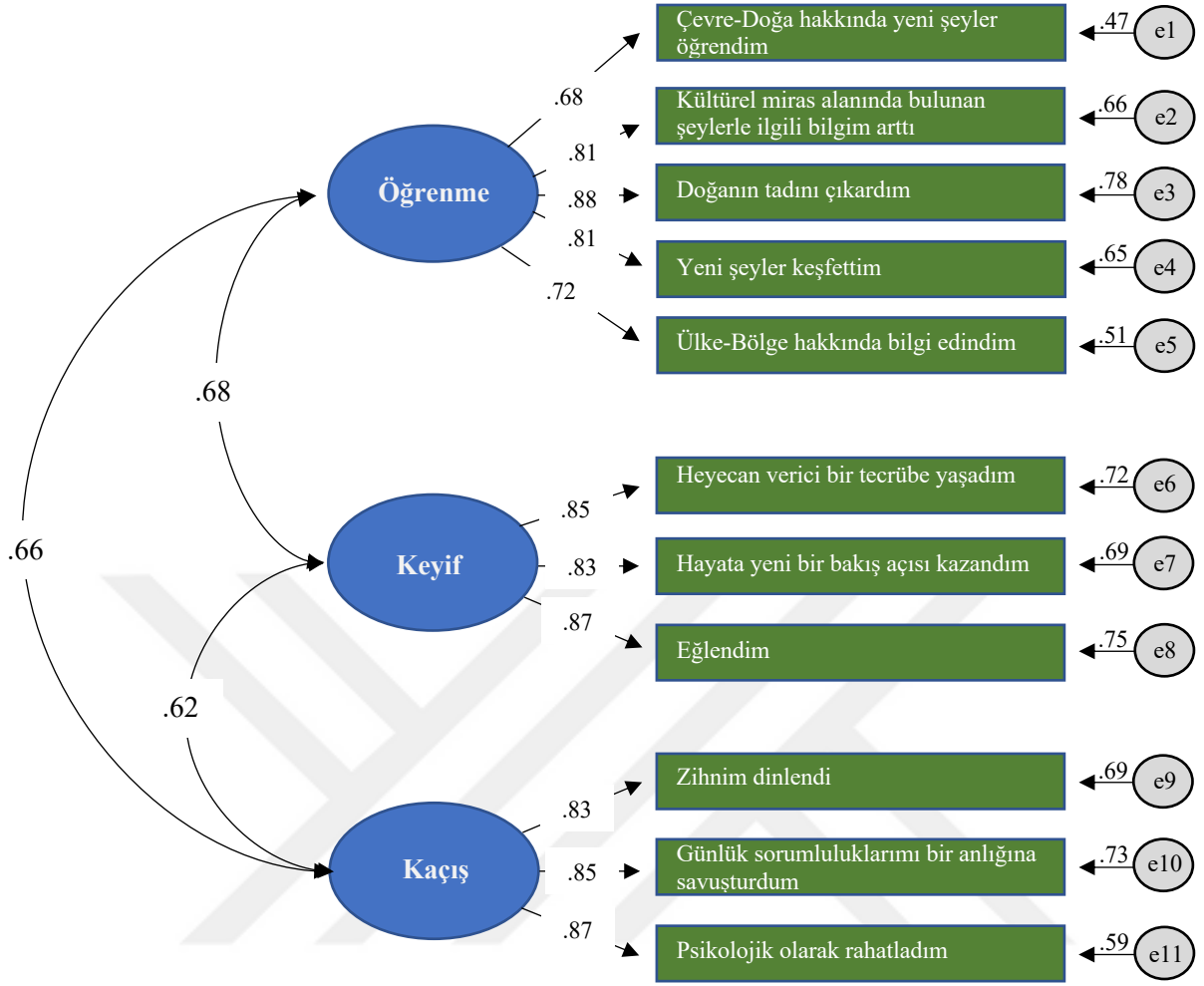
Alt Boyutlar	Madde	St. Reg. Ağırlığı	<i>t</i>	<i>p</i>
Merak ve Dikkat ($P\eta=0,86$) ($V.E.=0,56$)	Yeni şeyler araştırmayı severim	0.74	----	----
	Bazı şeylerin neden ve nasıl olduğunu anlamaya çalışırım.	0.82	40.08	0.00
	İlk kez karşılaştığım sanatları denemeyi-öğrenmeyi severim	0.78	27.86	0.00
	Bir şeyler yaparken yeni yollarını yapmaya her zaman açığım.	0.79	28.10	0.00
	Kafamdaki soruların cevaplarını ararım	0.79	28.14	0.00
	Merakımı canlı tutmayı severim.	0.80	28.53	0.00
	Farklı-İlginç alanları araştırmayı severim.	0.80	28.48	0.00
Temel Bilinçli Farkındalık ($P\eta=0,79$) ($V.E.=0,55$)	İlgimi Çeken şeyler oldu.	0.74	----	----
	Aklımdaki sorulara cevap aradım	0.79	34.61	0.00
	Merakım uyandı	0.82	29.06	0.00
	Kültürel miras alanındakilerle ilgili sorularım çoğaldı.	0.82	29.07	0.00
	Yeni şeyler öğrendim.	0.85	30.23	0.00
	Bulduğum yerde geçmişte neler olup bittiğini hissettim.	0.74	26.21	0.00



Şekil 3.3. DFA Sonuçları: Bilinçli Farkındalık Ölçeği

Tablo 3.10. DFA Sonuçları: Fayda Ölçeği

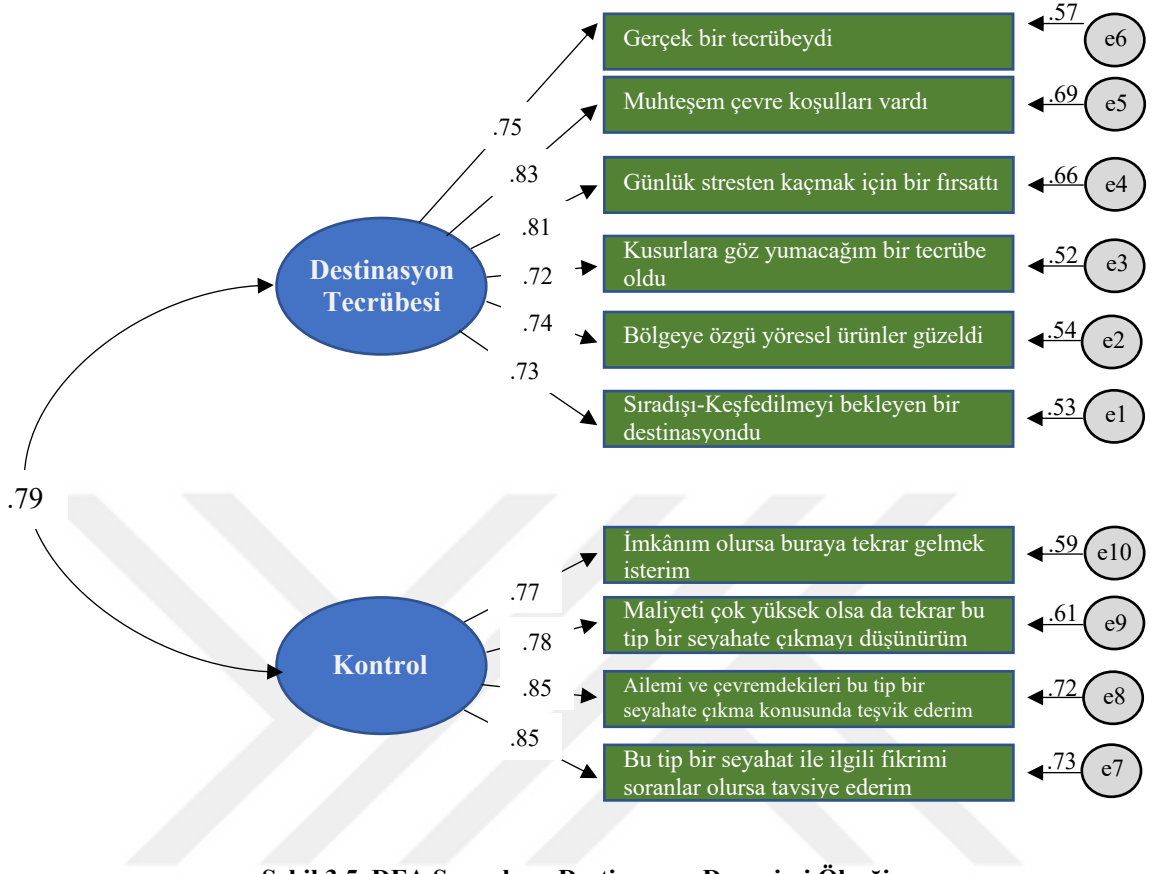
Fayda Ölçeği				
Alt Boyutlar	Madde	St. Reg. Ağırlığı	t	p
Öğrenme (P η =0.85) (V.E.=0.62)	Çevre-Doğa hakkında yeni şeyler öğrendim	0.68	----	----
	Kültürel miras alanında bulunan şeylerle ilgili bilgim arttı	0.81	33.84	0.00
	Doğanın tadını çıkardım	0.88	26.72	0.00
	Yeni şeyler keşfettim	0.81	25.12	0.00
	Ülke-Bölge hakkında bilgi edindim	0.72	22.68	0.00
Keyif (P η =0,87) (V.E.=0,55)	Heyecan verici bir tecrübe yaşadım	0.85	----	----
	Hayata yeni bir bakış açısı kazandım	0.83	28.62	0.00
	Eğlendim	0.87	30.52	0.00
Kaçış (P η =0,84) (V.E.=0,54)	Zihnim dinlendi	0.83	----	----
	Günlük sorumluluklarımı bir anlığına savuşturdum	0.85	32.46	0.00
	Psikolojik olarak rahatladım	0.77	29.36	0.00



Şekil 3.4. DFA Sonuçları: Fayda Ölçeği

Tablo 3.11. DFA Sonuçları: Destinasyon Deneyimi Ölçeği

Destinasyon Deneyimi Ölçeği				
Alt Boyutlar	Madde	St. Reg. Ağırlığı	t	p
Destinasyon Tecrübesi (Pη=0,82) (V.E.=0,58)	Gerçek bir tecrübeydi	0.75	25.66	0.00
	Muhteşem çevre koşulları vardı	0.83	28.22	0.00
	Günlük stresten kaçmak için bir fırsattı	0.81	27.60	0.00
	Kusurlara göz yumacağım bir tecrübe oldu	0.72	26.79	0.00
	Bölgeye özgü yöresel ürünler güzeldi	0.74	31.14	0.00
	Sıradışı-Keşfedilmeyi bekleyen bir destinasyondur	0.73	----	----
Kontrol (Pη=0,83) (V.E.=0,53)	İmkânım olursa buraya tekrar gelmek isterim	0.77	30.68	0.00
	Maliyeti çok yüksek olsa da tekrar bu tip bir seyahate çıkmayı düşünürüm	0.78	30.39	0.00
	Ailemi ve çevremdekileri bu tip bir seyahate çıkma konusunda teşvik ederim	0.85	34.79	0.00
	Bu tip bir seyahat ile ilgili fikrimi soranlar olursa tavsiye ederim	0.85	----	----



Şekil 3.5. DFA Sonuçları: Destinasyon Deneyimi Ölçeği

Yukarıdaki tablolarda bilinçli farkındalık, fayda ve destinasyon deneyimi ölçeklerine ait standart regresyon ağırlıkları, t değerleri ve anlamlılık düzeyleri verilmiştir. Aynı zamanda ölçeğe ait her bir boyutun yapı güvenilirlikleri (P_{η}) ve açıklanan varyanslar (V.E.) yer almaktadır. Faktörlerin güvenilirlik katsayılarının 0,70'in, açıklanan varyanslarının ise 0,50'nin üzerinde olması gerekmektedir (Ayyıldız v.d., 2006: 29). Tablolar incelendiğinde her bir modelin yapı güvenilirlik değerlerinin 0,70'den ve açıklanan varyanslarının da 0,50'den büyük olduğu görülmektedir. Her bir boyutu temsil eden maddelerin standardize yüklerine karşılık gelen t değerleri ise istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonuçları bir bütün olarak incelendiğinde araştırma modelinde ana değişkenler olarak yer alan ölçeklerin açıklayıcı faktör analizinde tespit edilen alt boyutları açısından ele alındığında istatistiksel olarak geçerli, güvenilir ve yapısal geçerliliği doğrulanmış ölçekler olduğu sonucuna varılmıştır.

3.11. Yapısal Eşitlik Modeli (YEM)

YEM, bazı olgulara dayanarak hipotez testi gibi yapısal bir teoriyi açıklamaya yönelik istatistiksel yaklaşımdır. Bu teori genellikle çok değişkenli yapılar üzerine gözlemler oluşturan nedensel bir süreci ortaya koymaktadır (Bryne, 2010: 3). YEM, birden fazla değişken üzerinde gözlemler üreten “nedensel” süreçleri temsil eder (Bentler, 1988: 318).

Tüm istatistiksel metodolojilerde olduğu gibi yapısal eşitlik modellemesi, kesin çıkarımların sağlanması için bazı temel varsayımların yerine getirilmesini gerektirir. Bu varsayımlar, verilerin kesişme ve tahmin yöntemiyle ilgilidir (Kaplan, 2009: 85). YEM'de ilk olarak gizil değişkenlerin iyi ölçülüp ölçülmediği belirlenir. Daha sonra gizil değişkenlerin birbirleriyle nasıl bağlantılı olduklarının anlaşılabilmesi için bir yapısal eşitlik modeli ortaya çıkarılır. Son olarak, tayin edilen YEM'de gizil değişkenler arasındaki ilişkilerin yönü belirlenir. Hipotezi kurulan YEM, örnek varyans-kovaryans verileri tarafından ne kadar desteklendiğinin belirlenmesi için test edilir. Bu belirlemeyi yaparken; gizil değişkenler birbirleri ile ilişkili midir ya da değil midir bir gizil değişken diğerini tahmin edebiliyor mu veya bir gizil değişkeni daha iyi tahmin etmeye yarayacak başka bir gizil değişken var mıdır, gibi sorulara cevap aranmaktadır (Lomax ve Schumacker, 2004: 203).

YEM, gözlenen ve gizil değişken arasındaki ilişkilerin test edilmesinde kullanılan bir istatistik yöntemidir. Gözlenen değişkenler veri toplama sürecinde ölçülen değişkenlerdir, gizil değişkenler ise doğrudan ölçülemediği için gözlenen değişkenlere bağlanarak ölçülen değişkenlerdir. YEM yapısal model ve ölçüm modeli olmak üzere iki temel bileşenden oluşur. Bu yöntemde, gözlenen değişkenlerdeki ölçüm hataları ve hatalar arasındaki ilişkiler de hesaplanır (Civelek, 2018: 5).

Standart YEM uygulaması temel olarak iki modelden oluşur. Bu modeller Ölçüm Modeli ve Yapısal Model olarak adlandırılır. Ölçüm modeli, gizil değişkenlerin, gözlenen değişkenler ile tahmin edildiği modeldir. Yapısal model ise gizil değişkenler arasındaki ilişkilerin değerlendirildiği modeldir. Bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki nedensel ilişkileri gösterir. YEM, nedensel ilişkilerin yapısal denklemler ile ifade edilmesini sağlamaktadır (Alkış, 2016: 108).

YEM haricindeki istatistiksel yöntemlerin birçoğu ilişkileri veri seti üzerinden keşfetmektedir. YEM ise kuramsal olarak oluşturulmuş olan modelde yer alan

ilişkilerin veri ile uyumunu doğrulamaktadır. Bu sebeple YEM, hipotez testleri için diğer yöntemlerden daha uygundur (Karagöz, 2016: 898).

YEM'in psikoloji, sosyoloji, iletişim, sağlık, kültür, ekonomi, aile, pazarlama, din vb. gibi birçok alanda kullanılmaktadır. Ayrıca farklı disiplinlerde kullanılmasının en önemli sebebi, problem çözümlerinde nedensel ilişkilerin ortaya çıkarılması için her türlü alternatif sonucun elde edilmesine olanak sağlamasıdır (Reisinger ve Turner, 1999: 44). Sosyal bilimlerde nedensellik ilişkileri deneysel desenler yardımıyla bulunmaktadır ve YEM nedensel ilişkilerin bulunması konusuna önemli bir boyut kazandırmıştır (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2016: 251). YEM birden fazla öngörücü değişken arasındaki ilişkiyi görmek, gizil değişkenleri oluşturmak ve gözlenen değişkenlerin ölçüm hatalarını modellemek için kullanılır (Chin, 1998: 7).

Tablo 3.12. Araştırma Modelinin Uyum İyiliği Değerleri

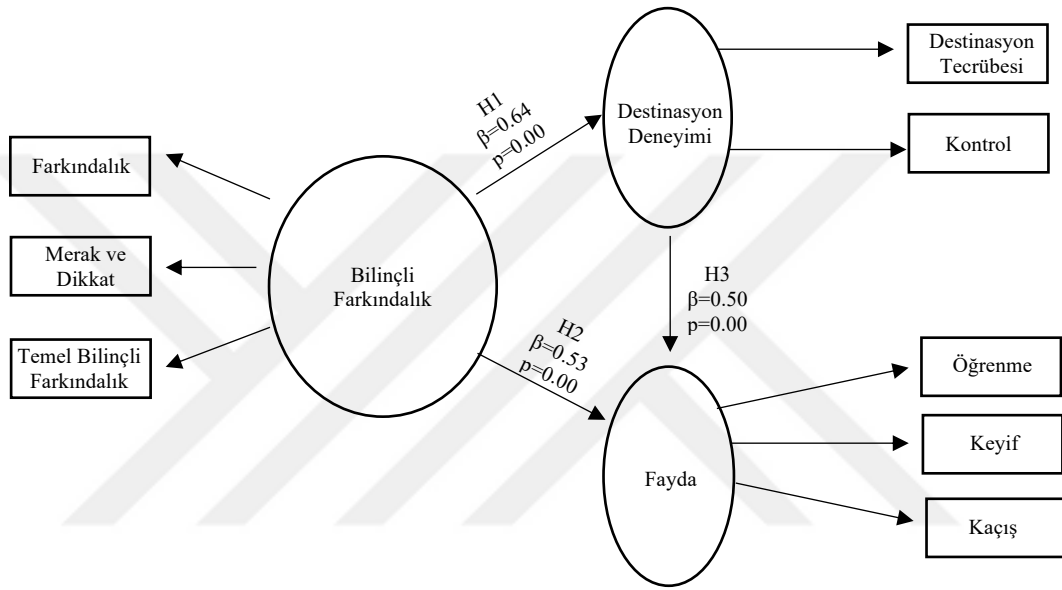
Model	Uyum Ölçüleri						
	χ^2	χ^2/df	GFI	CFI	AGFI	RFI	RMSEA
Önerilen Model	78.408	4.61	0.99	0.99	0.97	0.98	0.05
İyi Uyum Değerleri		≤ 3	$\geq 0,90$	$\geq 0,90$	$\geq 0,90$	$\geq 0,90$	$\leq 0,05$
Kabul Edilebilir Uyum Değerleri		$\leq 4-5$	0,89-0,85	$\geq 0,80$	$\geq 0,85$	$\geq 0,85$	0,06-0,08

Tablo 3.12.'de görülen modelin uyum değerlerinin tamamı kabul edilebilir sınırlar içinde olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar geliştirilen kavramsal modelin veri ile iyi uyum gösterdiği ve modelin yapısal olarak geçerli olduğuna ilişkin yeterli kanıtların sağlandığı göstermektedir. Buna göre araştırma modelinde iddia edilen hipotezlerin değerlendirilebilmesi için modelin istatistiksel olarak geçerli bir model olması zorunluluğu karşılanmış olmaktadır.

Araştırma modeli, ana değişkenler (bilinçli farkındalık, fayda ve destinasyon deneyimi) arasındaki ilişkileri araştırmayı amaçlamaktadır. Belirtilen değişkenlerin hepsi daha önce gerçekleştirilen açımlayıcı faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizi sonucunda tespit edilen alt boyutlarının ortalamaları alınarak, ortalama puanları temelinde değişkenler oluşturulmuş ve yapısal eşitlik analizinde gizil yapıyı ölçmek için göstergeler olarak kullanılmıştır. Bu teknik, göstergeler arasında çoklu doğrusallık

(multicollinearity) potansiyelini ve model karmaşıklığını azaltmak için yapısal eşitlik modellemesinde yaygın olarak kullanılmaktadır (Hair, Black, Babin ve Anderson, 2014: 547). Elde edilen analiz sonuçları Şekil 3.7’de verilmiştir. Araştırma modeli bağlamında değerlendirilen hipotezler ve bu hipotezlere ilişkin sonuçlar ise Tablo 3.13.’de sunulmuştur.

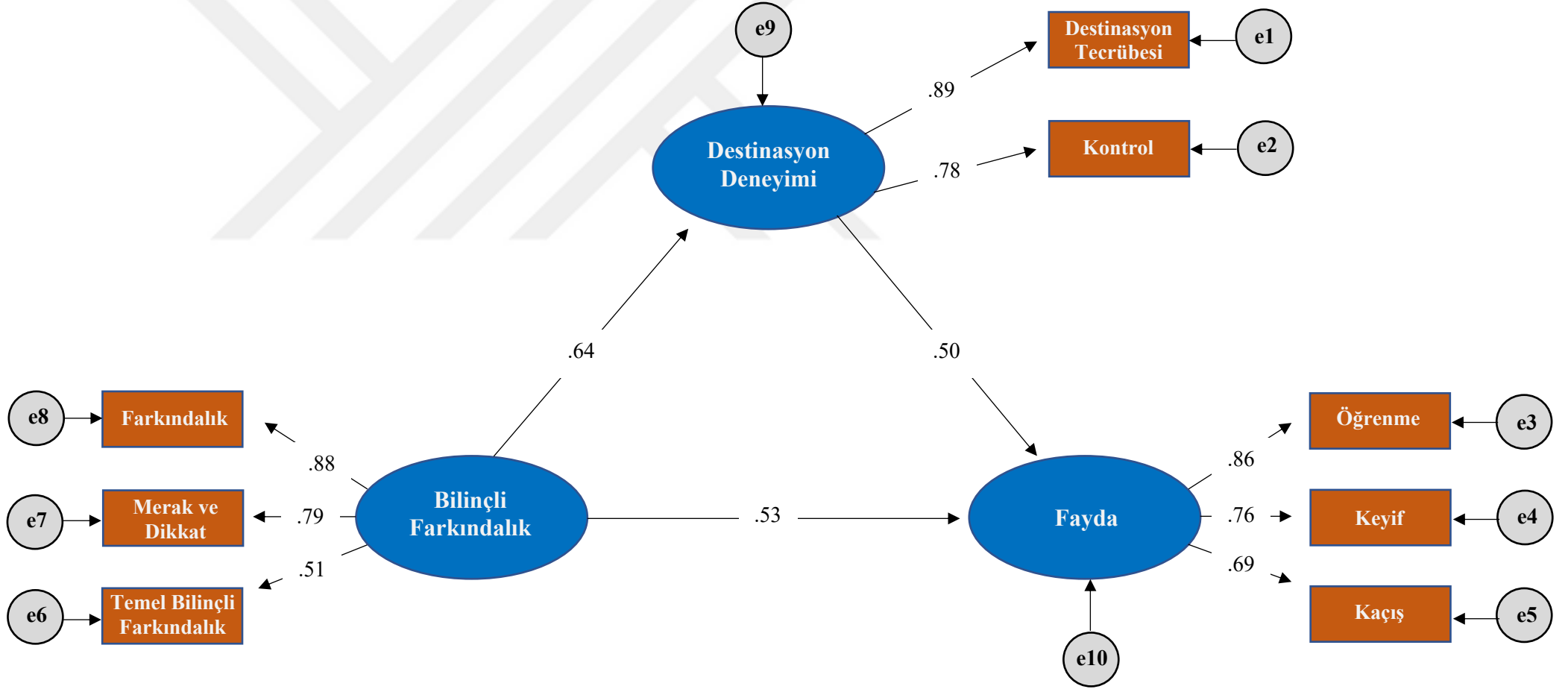
Araştırmanın hipotezlerini test etmek amacıyla oluşturulan yapısal eşitlik modeli Şekil 3.6.’da verilmiştir.



Şekil 3.6. Yapısal Eşitlik Modeli

Tablo 3.13. Araştırma Modeli Bağlamında Hipotez Sonuçları

Hipotezler	Standart Tahmin (β)	Standart Hata	R ²	t	p	Sonuç
H₁ Bilinçli Farkındalık düzeyinin Destinasyon Deneyimi değişkeni üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.	0.64	0.099	0.41	14.66	0.00	Kabul
H₂ Bilinçli Farkındalık düzeyinin Fayda değişkeni üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.	0.53	0.086	0.28	12.95	0.00	Kabul
H₃ Destinasyon Deneyimi değişkeninin Fayda değişkeni üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.	0.50	0.031	0.25	15.44	0.00	Kabul



Şekil 3.7. Kavramsal Modele İlişkin Yapısal Eşitlik Analizi Sonuçları

3.12. Araştırma Verilerinin Analiz ve Bulguları

Tablo 3.14’de görülen betimleyici istatistik verilerine göre, katılımcıların bilinçli farkındalık düzeyleri yüksektir. Puanların ortalamaları alınarak Bilinçli Farkındalık Ölçeği’nin soru sayısına bölünmüştür ve elde edilen aritmetik ortalamanın sonucu “3”ten yüksek çıktığı için, kültürel miras alanlarını ziyaret eden turistler yüksek bir bilinçli farkındalık düzeyine sahiptir denilebilir. Bu bulgular Dutt ve Ninov (2015)’un bulgularını desteklemektedir. Bilinçli farkındalık düzeyi yüksek olan turistlerin diğer turistlere göre gerçekleştirdikleri seyahati daha iyi değerlendirdikleri ve anladıkları yapılan araştırmalarda belirtilmiştir (Ling, Noor ve Mustafa, 2015; Dutt ve Ninov, 2015; Taylor ve Norman, 2016, Kang ve Gretzel, 2012; Moscardo, 2009). Yüksek bilinçli farkındalık düzeyi, turistlerin deneyim kalitesini arttırmakta ve turistler ile miras alanları arasında sürdürülebilir bir bağlantı oluşturmaktadır.

Tablo 3.14. Katılımcıların Bilinçli Farkındalık Düzeyleri

Ölçek	Toplam Puan	İfade Sayısı	Aritmetik Ortalama (\bar{X})
Bilinçli Farkındalık Ölçeği	65.70	17	3,86

3.12.1. Hipotez Testleri

H₁: Bilinçli Farkındalık düzeyinin Destinasyon Deneyimi değişkeni üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.

Taylor ve Norman’ın (2018) araştırmasında, bilinçli farkındalık düzeyinin seyahat motivasyonu üzerinde etkisi olduğu ve bu sayede turistlerin kendilerine en uygun destinasyonu seçtikleri belirtilmiştir. YEM analizi sonucu elde edilen β katsayısı 0,64 olarak bulunmuştur. Sonuç istatistiksel olarak anlamlıdır ($p=0,00$). Hipotez kabul edilmiştir. Bu sonuca göre Bilinçli Farkındalık düzeyinin katılımcıların ziyaretlerinden memnun kalması üzerinde önemli bir etkisi vardır. Ayrıca, destinasyonu tekrar ziyaret isteği ve gerçekleştirdikleri ziyaret ile ilgili hem çevre koşulları hem de kültürel miras alanı ile ilgili değerlendirmelerinin, bilinçli farkındalık düzeyi yüksek olan katılımcılar tarafından daha tarafsız yapabildiği belirlenmiştir. Ziyaret edilen destinasyona yönelik satın alma gerçekleşmeden önce somut bilgiler elde edebilmek için, katılımcılar, kendi sosyal çevrelerine danışarak ve ayrıntılara dikkat ederek satın alma kararı vermişlerdir. Ayrıca ziyaret edilen kültür mirası ile

ilgili akıllarına takılan sorulara cevap aramışlardır ve merak ettikleri konularla ilgili bilgi edinmişlerdir. Çoğunlukla çevre koşullarının beğenildiği bir seyahat gerçekleştiren katılımcılar, destinasyonlarda var olan kusurlara göz yumabilecek kadar seyahatlerinden memnun kalmışlardır. Günlük hayatın meydana getirdiği stresten bir an da olsa kurtulduklarını belirten katılımcılar, seyahatlerinin kendileri için gerçek bir tecrübe olduğunu belirtmişlerdir.

H₂: Bilinçli Farkındalık düzeyinin Fayda değişkeni üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.

Frauman ve Norman'ın (2004) araştırmasında, bilinçli farkındalık düzeyi yüksek turistlerin öğrenme isteğinin fazla olduğu ve bu turistlerin seyahatlerinden oldukça memnun ayrıldıkları, bu sayede seyahatlerini oldukça faydalı gördükleri belirtilmiştir. YEM analizi sonucu elde edilen β katsayısı 0,50 olarak bulunmuştur. Sonuç istatistiksel olarak anlamlıdır ($p=0,00$). Hipotez kabul edilmiştir. Bu sonuca göre, bilinçli farkındalık düzeyi arttıkça katılımcıların yaptıkları ziyaretten gördüğü fayda da artmaktadır. Burada "Fayda"dan kasıt, katılımcıların ziyaret ettikleri ülke, çevre ve kültürel miras alanı ile ilgili daha iyi bilgi edindiklerini, eğlendiklerini ve psikolojik olarak kendilerini ziyaret öncesine göre daha iyi hissettiklerini belirtmişlerdir. Katılımcılar, ziyaret etmiş oldukları destinasyon ile ilgili ziyaretlerinin öncesine göre daha çok bilgili olduklarını belirtmişlerdir. Kültürel miras alanında var olan eserler ile ilgili bilgilerinin de artmıştır. Aynı zamanda bu alanların bulunduğu çevre ve bölge ile ilgili de bilgileri de artış göstermiştir. Katılımcılar, kendilerini psikolojik olarak rahat hissettikleri ve eğlendikleri bu seyahat boyunca Türkiye hakkında da bilgilendiklerini belirtmişlerdir.

H₃: Destinasyon Deneyimi değişkeninin Fayda değişkeni üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.

YEM analizi sonucu elde edilen β katsayısı 0,53 olarak bulunmuştur. Sonuç istatistiksel olarak anlamlıdır ($p=0,00$). Hipotez kabul edilmiştir. Bu sonuca göre, katılımcıların ziyaretlerinden memnun olmaları, destinasyonu yeniden ziyaret etme ve gerçekleştirilen ziyaret ile ilgili çevre koşulları ve kültürel miras alanı ile ilgili fikirleri; ziyaret edilen ülke, çevre ve kültürel miras alanı ile ilgili daha iyi bilgi edinmelerine, eğlenmelerine ve psikolojik olarak kendilerini ziyaret öncesine göre daha iyi

hissetmelerini sağlamaktadır. Destinasyon deneyimi, ziyaretten elde edilen faydayı artırmaktadır. Turistik ürünler, birçok hizmetin birleştiği bir ürün çeşididir ve bu hizmetleri genellikle turist bir araya getirmektedir. Bu sebeple, her bir turiste uygun bir ürün geliştirmek mümkün değildir ve belirli bir standardı yakalamak oldukça güçtür. Turistik ürün önce satılıp, sonra üretildiği için turistlerin daha önceden bu seyahati deneyimleme şansları yoktur. Her ne kadar turistlerin taleplerine göre bir ürün ortaya konulmaya çalışılsa da bireyler seyahatlerinden herhangi bir fayda edinmemiş ise o bireylere yeni bir ürünün satışı oldukça güç olmaktadır. Turistlerin seyahatlerinden fayda sağlamasında turizmin ana unsurlarından birisi olan destinasyon çok büyük öneme sahiptir. Turistler açısından bakıldığında seyahat edecekleri destinasyonun seçimi, seyahat nedenleri her ne olursa olsun (eğlenme, sağlık, dini v.b.) dikkat etmeleri gereken bir konudur. Bilinçli farkındalık düzeyi yüksek olan bireylerin seyahat edecekleri bölgeler, bireyler tarafından gelişigüzel bir biçimde seçilmemiştir. Bireyler bu konuda oldukça seçicidir ve seyahat edecekleri destinasyonu amaçları doğrultusunda belirlerler. Kültürel miras alanları açısından bakıldığında ise, turistlerin bu alanları ziyareti öncesi ve sonrasında memnun etmek büyük önem taşımaktadır. Ziyaretleri öncesinde turistleri bu alanlara çekmek için tanıtıcı bilgilerin, doğru, anlaşılabilir ve açık bir biçimde belirtilmesi gerekmektedir. Ziyaretleri esnasında, özellikle grup olarak gelmeyen turistlerin, bilgilendirilmesi ve ihtiyaçları doğrultusunda imkânların sağlanması gereklidir. Tüm bunların bir araya gelmesi ile, destinasyon seçiminden memnun kalan turistlerin, ziyaretlerinden olabildiğinde faydalanmış bir şekilde dönüş yapmaları mümkün olabilmektedir.

Oluşturulan modele göre, değişkenler arasındaki standardize edilmiş β katsayıları, standart hata, p ve R^2 değerleri Tablo 3.15.'de gösterilmiştir. Tabloda bulunan kavramların açıklamaları da altta verilmiştir.

β Katsayısı: İçsel bir değişkenin, diğer bir içsel değişkene olan yapısal etkisidir.

R^2 : Bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama oranını ifade eder.

p değeri: Bir karşılaştırmada “istatistiksel anlamlı fark vardır” kararı verildiği zaman yapılan olası hata miktarını gösterir.

0,95 güven aralığında yapılan bir test sonucunda bulunan p değeri 0,05'in altında bir değer ise ($p < 0,05$) karşılaştırma sonucunda anlamlı farklılık bulunduğu anlamına gelir.

Tablo 3.15. YEM Sonucunda Değişkenlere Ait Katsayılar

Değişkenler	Standart β	Standart Hata	p	R ²
Bilinçli Farkındalık-Destinasyon Deneyimi	0.64	0.09	0.00	0.41
Bilinçli Farkındalık-Fayda	0.53	0.08	0.00	0.28
Destinasyon Deneyimi-Fayda	0.50	0.03	0.00	0.25

Elde edilen değerler incelendiğinde, Bilinçli Farkındalık – Destinasyon Deneyimi değerini ($\beta=0,64$; $p=0,00$), Bilinçli Farkındalık – Fayda değerini ($\beta=0,50$; $p=0,00$) etkilemektedir. Bu sonuçlara göre, Bilinçli Farkındalık-Destinasyon Deneyimi değerini pozitif Bilinçli Farkındalık-Fayda değerini pozitif, yönde etkilemektedir. Modele ait elde edilen (R^2) değerleri incelendiğinde de Fayda değerlerinin %25'i Bilinçli Farkındalık boyutlarıyla; Destinasyon Deneyimi değerlerinin %41'i Bilinçli Farkındalık boyutuyla açıklandığı görülmektedir.

3.12.2. Fark Testleri

Yapılan Kolmogorov-Smirnov testi sonucunda (Tablo 3.16.) veriler normal dağılım göstermemektedir. Bu sebeple analiz için parametrik olmayan testlerden, bağımsız iki grup için Mann Whitney-U testi, bağımsız ikiden fazla grup için Kruskal-Wallis testi kullanılmıştır. Yapılan testlerin ve değerlerin açıklamaları aşağıdaki gibidir.

Tablo 3.16. Kolmogorov-Smirnov Testi Sonuçları

Ölçek	Kolmogorov-Smirnov
	p
Bilinçli Farkındalık	0.00
Fayda	0.00
Destinasyon Deneyimi	0.00

Tablo 3.16.'da görülen anlamlılık düzeyi (p değeri) incelendiğinde, bilinçli farkındalık ve fayda boyutlarının normallik dağılımı göstermediği tespit edilmiştir ($p<0.05$) (Lorcu, 2015: 34). Bu nedenle araştırmada parametrik olmayan testler uygulanmıştır. Uygulanan parametrik olmayan testler:

Mann Whitney-U Testi: Bu test iki bağımsız ortalama arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını test etmek için kullanılmaktadır. Parametrik testlerden, bağımsız iki

örneklem T testinin parametrik olmayan karşılığıdır. (İslamoğlu ve Alınacı, 2014: 446). Bu test, araştırmacının gruplar arasındaki fark ile ilgili sorularını cevaplamak için kullanılmaktadır (Nachar, 2008: 13).

Kruskal-Wallis Testi: Bu test, gruplar arası tek yönlü varyans analizinin (One way ANOVA) parametrik olmayan alternatifidir ve sürekli değişkenlere sahip üç ya da daha fazla grup için karşılaştırma yapmayı sağlar. Değerler sıralı hale çevrilir ve her grup için sıralı ortalamalar karşılaştırılır. Bu analiz, gruplar analizidir ve bundan dolayı farklı insanlar farklı grupların her birinde olmalıdır (Kalaycı, 2005: 106).

Ölçeklerin puanları arasında var olan farklılıkları ortaya koymak için yapılan Mann-Whitney-U testinde, “ $p < 0.05$ ” olduğu takdirde istatistiksel olarak anlamlı kabul edilmektedir. Fark testleri tablolarında görülen Ortalama (Ort.) değerler aracılığı ile grupların Bilinçli Farkındalık, Fayda ve Destinasyon Deneyimi puanlarının sıralaması yapılmaktadır.

Tablo 3.17. Katılımcıların Bilinçli Farkındalık Puanı Ortalamalarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

Ölçek	Alt Boyut	Cinsiyet	n	Med.	Ort.	SS	Mann Whitney-U	P
Bilinçli Farkındalık	Farkındalık	Kadın	524	4.00	3.88	0.77	186630.50	0.25
		Erkek	740	4.26	3.91	0.77		
	Merak ve Dikkat	Kadın	524	4.28	3.97	0.87	183714.00	0.11
		Erkek	740	4.0	3.85	0.97		
	Temel Bilinçli Farkındalık	Kadın	524	4.16	3.92	0.88	175981.00	0.00
		Erkek	740	4.00	3.77	0.94		
Bilinçli Farkındalık (Toplam)	-	Kadın	524	4.11	3.92	0.95	182645.50	0.08
		Erkek	740	4.06	3.82	0.80		
Fayda	Öğrenme	Kadın	524	4.20	3.88	1.03	157925.00	0.00
		Erkek	740	3.80	3.60	0.97		
	Keyif	Kadın	524	4.00	3.71	1.06	186113.50	0.22
		Erkek	740	4.00	3.62	1.06		
	Kaçış	Kadın	524	3.66	3.63	0.98	187841.00	0.34
		Erkek	740	3.64	3.60	1.01		
Fayda (Toplam)	-	Kadın	524	4.00	3.77	0.85	173093.50	0.00
		Erkek	740	3.81	3.60	1.01		
Destinasyon Deneyimi	Destinasyon Tecrübesi	Kadın	524	3.66	3.51	0.98	180323.50	0.03
		Erkek	740	3.23	3.38	1.01		
	Kontrol	Kadın	524	3.75	3.50	1.15	176649.00	0.00
		Erkek	740	3.50	3.33	1.14		

Tablo 3.17'nin Devamı

Ölçek	Alt Boyut	Cinsiyet	n	Med.	Ort.	SS	Mann Whitney-U	p
Destinasyon Deneyimi (Toplam)	-	Kadın	524	3.80	3.50	0.95	179392.50	0.02
		Erkek	740	3.70	3.36	0.99		

H₄: Ziyaretçilerin cinsiyetlerine göre bilinçli farkındalık düzeyleri farklılaşmaktadır. Dutt ve Ninov'un (2015) araştırmasında, bilinçli farkındalık düzeyi ile anket uygulamasına katılan turistlerin cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıkların olduğu belirtilmiştir. Bu araştırma için elde edilen verilerin Mann-Whitney-U testi ile analizi sonucunda hipotez reddedilmiştir (p=0.08). Buna göre, ziyaretçilerin bilinçli farkındalık düzeyleri cinsiyete göre değişkenlik göstermemektedir. Tablo 3.17.'deki sonuçlara göre, bilinçli farkındalık puanı istatistiksel olarak anlamlı değildir fakat, kadın (3.92) katılımcıların erkek (3.82) katılımcılara göre bilinçli farkındalık puanları görece yüksektir. Fayda (p=0.00) puanında, kadın katılımcılar daha yüksek puan almıştır (3.77). Bu duruma göre seyahatlerinden erkek (3.60) katılımcılara göre daha fazla faydalanmışlardır. Destinasyon deneyiminde (p=0.02), kadın (3.80) katılımcıların erkek (3.70) katılımcılara göre daha yüksek puan aldığı görülmektedir. Bu puana göre kadın katılımcılar ziyaret ettikleri destinasyonu erkek katılımcılara göre daha çok beğenmiştir ve ziyaret ettikleri destinasyonu tekrar ziyaret etmeye meyillidirler.

Tablo 3.18. Katılımcıların Bilinçli Farkındalık Puanı Ortalamalarının Medeni Durumlarına Göre Karşılaştırılması

Ölçek	Alt Boyut	Medeni Durum	n	Med.	Ort.	SS	Mann Whitney-U	p
Bilinçli Farkındalık	Farkındalık	Evli	543	4.00	3.94	0.75	187259.00	0.18
		Bekâr	721	4.00	3.87	0.78		
	Merak ve Dikkat	Evli	543	4.28	3.95	0.88	187267.00	0.18
		Bekâr	721	4.14	3.86	0.96		
Bilinçli Farkındalık (Toplam)	-	Evli	543	4.16	3.86	0.92	185723.00	0.12
		Bekâr	721	4.00	3.80	0.91		
Fayda	Öğrenme	Evli	543	4.11	3.91	0.75	443026.50	0.04
		Bekâr	721	4.05	3.82	0.79		
	Keyif	Evli	543	4.00	3.77	0.93	186952.00	0.17
		Bekâr	721	4.00	3.67	0.99		
	Kaçış	Evli	543	4.00	3.67	1.03	194313.50	0.82
		Bekâr	721	4.00	3.65	1.07		
Fayda (Toplam)	-	Evli	543	4.00	3.63	1.00	193584.00	0.73
		Bekâr	721	4.00	3.59	1.05		
Fayda (Toplam)	-	Evli	543	3.75	3.71	0.85	188749.50	0.27
		Bekâr	721	3.75	3.64	0.88		

Tablo 3.18. Devamı

Ölçek	Alt Boyut	Medeni Durum	n	Med.	Ort.	SS	Mann-Whitney-U	p
Destinasyon Deneyimi	Destinasyon Tecrübesi	Evli	543	4.11	3.47	0.97	191537.00	0.51
		Bekâr	721	4.05	3.42	1.02		
	Kontrol	Evli	543	3.75	3.43	1.11	192990.00	0.66
		Bekâr	721	3.75	3.38	1.18		
Destinasyon Deneyimi (Toplam)	-	Evli	543	3.70	3.45	0.93	193529.00	0.72
		Bekâr	721	3.70	3.40	1.01		

Tablo 3.18.'de görüldüğü üzere medeni durum ile bilinçli farkındalık arasında istatistiksel olarak anlamlılık vardır ($p=0.04$). Bu sonuca göre bilinçli farkındalık düzeyi evli bireylerde (3.91) bekar bireylere (3.82) göre daha yüksektir. Anket formunda katılımcılara yöneltilen sorular doğrultusunda, evli katılımcıların kültürel miras alanı ziyaretinde, ziyaret ettikleri alan, bekar katılımcılara göre daha fazla dikkatlerini çekmiştir ve hem kültürel miras alanı hem de ziyaretleri esnasında akıllarına gelen sorulara cevap arayarak yeni şeyler öğrendikleri yorumu yapılabilir. Fayda ve destinasyon deneyimi boyutlarında “p değeri” 0.05’den yüksek olduğu için istatistiksel olarak anlamlı değildir.

Tablo 3.19. Katılımcıların Bilinçli Farkındalık Puanı Ortalamalarının Yerli-Yabancı Ziyaretçiye Göre Karşılaştırılması

Ölçek	Alt Boyut	Uyruk	n	Med.	Ort.	SS	Mann-Whitney U	p
Bilinçli Farkındalık	Farkındalık	Yerli	712	4.00	3.86	0.80	184510.00	0.06
		Yabancı	552	4.00	3.95	0.82		
	Merak ve Dikkat	Yerli	712	4.28	3.95	0.89	185752.00	0.09
		Yabancı	552	4.28	3.83	0.97		
Bilinçli Farkındalık (Toplam)	-	Yerli	712	4.16	3.90	0.89	177395.50	0.00
		Yabancı	552	4.00	3.74	0.94		
Fayda	Öğrenme	Yerli	712	4.11	3.90	0.78	183379.00	0.04
		Yabancı	552	4.05	3.81	0.77		
	Keyif	Yerli	712	4.00	3.85	0.93	160943.00	0.00
		Yabancı	552	3.80	3.53	0.99		
		Yerli	712	4.00	3.76	1.01		
		Yabancı	552	3.66	3.52	1.08		
Kaçış	Yerli	712	4.00	3.76	0.99	158241.00	0.00	
	Yabancı	552	3.66	3.41	1.05			
Fayda (Toplam)	-	Yerli	712	4.00	3.80	0.84	155086.00	0.00
		Yabancı	552	3.72	3.50	0.87		
Destinasyon Deneyimi	Destinasyon Tecrübesi	Yerli	712	3.83	3.58	0.95	160804.00	0.00
		Yabancı	552	3.50	3.25	1.04		
	Kontrol	Yerli	712	4.00	3.61	1.08	148734.00	0.00
		Yabancı	552	3.50	3.13	1.18		
Destinasyon Deneyimi (Toplam)	-	Yerli	712	3.80	3.59	0.91	153056.50	0.00
		Yabancı	552	3.40	3.20	1.02		

H₅ Yabancı ziyaretçilerin bilinçli farkındalık düzeyleri daha yüksektir.

Yapılan Mann-Whitney-U testi sonucunda, ziyaretçilerin yerli veya yabancı olma durumuna göre bilinçli farkındalık düzeyi değişkenlik göstermektedir (p=0.04). Yerli ziyaretçilerin bilinçli farkındalık düzeyi daha yüksektir. Hipotez reddedilmiştir. Tablo 3.19.'da görüldüğü üzere, yerli-yabancı misafir ile, bilinçli farkındalık (p=0.04), fayda (p=0.00) ve destinasyon deneyimi (p=0.00) boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar vardır. Elde edilen verilere göre yerli katılımcılar, istatistiksel olarak anlamlı olan bu sonuçların tamamında yabancı katılımcılara göre daha yüksek ortalamalar elde etmiştir. Bu sonuçlara göre yerli katılımcılar, yabancı katılımcılara göre ziyaret ettikleri kültürel miras alanı ile ilgili daha iyi-kaliteli bir ziyaret gerçekleştirmişlerdir.

Ölçeklerin puanları arasında var olan farklılıkları ortaya koymak için yapılan Kruskal-Wallis testinde, “p değeri<0.05” olduğunda, istatistiksel olarak anlamlı olduğu kabul edilmektedir. Fark testleri tablolarında görülen “Ortalama (Ort.)” değerler aracılığı ile grupların bilinçli farkındalık düzeylerinin sıralaması yapılmaktadır.

Tablo 3.20. Katılımcıların Bilinçli Farkındalık Puanı Ortalamalarının Öğrenim Durumuna Göre Karşılaştırılması

Ölçek	Alt Boyut	Öğrenim Durumu	n	Med.	Ort.	SS	Kruskal-Wallis	p
Bilinçli Farkındalık	Farkındalık	İlköğretim	69	3.75	3.67	0.93	40.17	0.00
		Lise	133	3.75	3.68	0.84		
		Önlisans	181	4.00	3.75	0.79		
		Lisans	554	4.00	3.93	0.72		
	Merak ve Dikkat	Lisansüstü	327	4.25	4.07	0.72	45.15	0.00
		İlköğretim	69	3.85	3.56	1.09		
		Lise	133	4.00	3.67	1.03		
		Önlisans	181	4.00	3.71	0.99		
	Temel Bilinçli Farkındalık	Lisans	554	4.28	3.93	0.88	29.37	0.00
		Lisansüstü	327	4.42	4.10	0.83		
		İlköğretim	69	4.00	3.64	1.06		
		Lise	133	4.00	3.63	0.99		
Bilinçli Farkındalık (Toplam)	-	Önlisans	181	3.83	3.62	1.00	57.65	0.00
		Lisans	554	4.16	3.87	0.86		
		Lisansüstü	327	4.33	4.00	0.84		
		İlköğretim	69	3.82	3.58	0.93		
		Lise	133	4.00	3.66	0.87		

Tablo 3.20. Devamı

Ölçek	Alt Boyut	Öğrenim Durumu	n	Med.	Ort.	SS	Kruskal-Wallis	P
Fayda	Öğrenme	İlköğretim	69	4.00	3.58	1.11	12.37	0.01
		Lise	133	3.80	3.59	0.99		
		Önlisans	181	3.80	3.55	0.98		
		Lisans	554	4.00	3.79	0.94		
		Lisansüstü	327	4.00	3.76	0.95		
	Keyif	İlköğretim	69	3.66	3.45	1.24	3.90	0.04
		Lise	133	4.00	3.60	1.11		
		Önlisans	181	4.00	3.55	1.10		
		Lisans	554	4.00	3.70	1.03		
	Kaçış	Lisansüstü	327	4.00	3.71	0.98	8.93	0.06
		İlköğretim	69	3.66	3.54	1.15		
		Lise	133	3.66	3.50	1.14		
Önlisans		181	3.66	3.52	1.02			
Lisans		554	4.00	3.72	0.97			
Fayda (Toplam)	-	Lisansüstü	327	3.66	3.54	1.046	11.30	0.02
		İlköğretim	69	3.72	1.53	1.02		
		Lise	133	3.90	3.57	0.90		
		Önlisans	181	3.81	3.54	0.90		
		Lisans	554	4.00	3.74	0.84		
Destinasyon Deneyimi	Destinasyon Tecrübesi	Lisansüstü	327	3.90	3.69	0.82	4.08	0.40
		İlköğretim	69	3.50	3.35	1.07		
		Lise	133	3.66	3.39	0.98		
		Önlisans	181	3.55	3.37	0.96		
		Lisans	554	3.83	3.49	0.98		
	Kontrol	Lisansüstü	327	3.66	3.42	1.04	5.90	0.20
		İlköğretim	69	3.50	3.43	1.21		
		Lise	133	3.50	3.25	1.18		
Destinasyon Deneyimi (Toplam)	-	Önlisans	181	3.50	3.41	1.10	4.95	0.29
		Lisans	554	3.75	3.49	1.13		
		Lisansüstü	327	3.75	3.34	1.18		
		İlköğretim	69	3.50	3.38	1.04		
		Lise	133	3.50	3.34	0.96		

H₆ Bilinçli farkındalık düzeyi, öğrenim düzeyi arttıkça yükselir.

Dutt ve Ninov'un (2015) araştırmasında, bilinçli farkındalık düzeyi ile anket uygulamasına katılan turistlerin öğrenim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu araştırma için elde edilen verilerin Kruskal-Wallis testi ile analizi sonucunda ise hipotez kabul edilmiştir (p=0.00). Analiz sonuçlarına göre, ziyaretçilerin öğrenim düzeyi arttıkça bilinçli farkındalık düzeyi de artmaktadır. Bilinçli farkındalık düzeyi, bireylerin etrafında gelişen olayların farkında olması, meraklı ve dikkatli bir yaşam felsefesi benimsemesi sonucunda kazanılan bir düşünce yapısı olması sebebiyle, öğrenim hayatı boyunca araştıran ve merak eden bireylerde, özellikle lisansüstü mezunlarda yüksek çıkmıştır.

Tablo 3.20.'de görüldüğü üzere, öğrenim durumu ile bilinçli farkındalık ($p=0.00$) ve fayda ($p=0.02$) arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar vardır. Öğrenim durumları arasındaki sıralamaya bakıldığında, lisansüstü mezunları aralarında en yüksek bilinçli farkındalık puanına sahipken, sıralama; lisans, ön lisans, lise ve ilköğretim mezunları olarak devam etmektedir. Fayda puanına bakıldığında, sırasıyla lisansüstü ve lisans mezunlarının ardından, önlisans, lise ve ilköğretim mezunları gelmektedir.

Tablo 3.21. Katılımcıların Bilinçli Farkındalık Puanlarının Anket Uygulaması Yapılan Kültür Mirasına Göre Karşılaştırılması

Ölçek	Alt Boyut	Destinasyon	n	Med.	Ort.	SS	K. Wallis	p
Bilinçli Farkındalık	Farkındalık	Çatalhöyük	429	4.25	4.00	0.71	12.04	0.00
		Kapadokya	414	4.00	3.81	0.83		
		Hattuşa	421	4.00	3.88	0.75		
	Merak ve Dikkat	Çatalhöyük	429	4.28	3.94	0.94	11.39	0.00
		Kapadokya	414	4.00	3.82	0.94		
		Hattuşa	421	4.28	3.93	0.90		
	Temel Bilinçli Farkındalık	Çatalhöyük	429	4.00	3.81	0.92	12.49	0.00
		Kapadokya	414	4.00	3.76	0.92		
		Hattuşa	421	4.33	3.91	0.90		
Bilinçli Farkındalık (Toplam)	-	Çatalhöyük	429	4.17	3.89	0.76	10.90	0.00
		Kapadokya	414	4.00	3.79	0.80		
		Hattuşa	421	4.17	3.91	0.77		
Fayda	Öğrenme	Çatalhöyük	429	3.80	3.52	0.98	37.17	0.00
		Kapadokya	414	4.00	3.74	0.97		
		Hattuşa	421	4.20	3.89	0.91		
	Keyif	Çatalhöyük	429	3.66	3.52	1.11	10.05	0.00
		Kapadokya	414	4.00	3.70	1.04		
		Hattuşa	421	4.00	3.76	0.98		
	Kaçış	Çatalhöyük	429	3.66	3.43	1.06	26.97	0.00
		Kapadokya	414	4.00	3.63	1.02		
		Hattuşa	421	4.00	3.78	0.98		
Fayda (Toplam)	-	Çatalhöyük	429	3.63	3.50	0.87	39.99	0.00
		Kapadokya	414	3.90	3.70	0.86		
		Hattuşa	421	4.09	3.82	0.84		
Destinasyon Deneyimi	Destinasyon Tecrübesi	Çatalhöyük	429	3.16	3.07	1.11	74.55	0.00
		Kapadokya	414	3.66	3.54	0.92		
		Hattuşa	421	4.00	3.71	0.94		
	Kontrol	Çatalhöyük	429	2.75	2.84	1.22	138.12	0.00
		Kapadokya	414	4.00	3.67	1.05		
		Hattuşa	421	4.00	3.72	0.94		
Destinasyon Deneyimi (Toplam)	-	Çatalhöyük	429	3.00	2.98	1.07	112.30	0.00
		Kapadokya	414	3.80	3.59	0.88		
		Hattuşa	421	4.00	3.71	0.79		

Tablo 3.21.'de görüldüğü üzere, anket uygulaması yapılan kültür mirası ile tüm değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar vardır. Analiz sonuçlarına göre Hattuşa (3.91) destinasyonlar arasında en yüksek bilinçli farkındalık puanına sahiptir ve sırasıyla Çatalhöyük (3.89), Göreme M.P.-Kapadokya (3.79) gelmektedir.

Fayda puanlarına bakıldığında ise sıralama Hattuşa (3.82), Göreme M.P.-Kapadokya (3.70) ve Çatalhöyük (3.50) gelmektedir. Son olarak destinasyon deneyimi puanlarına bakıldığında sıralama Hattuşa (3.71), Göreme M.P.-Kapadokya (3.59) ve Çatalhöyük (2.98) şeklinde görülmektedir. Bu sonuçların çıkmasının temel sebeplerinden birisi olarak alanı ziyaret eden misafirlerin yönlendirilmesi olduğu düşünülmektedir. Çünkü grup sayısındaki bireylerin çokluğu ve bu sebeple iletişimin daha az bireye sahip gruplara göre daha zor olması, bilgi edinmeyi zorlaştırmaktadır. Anket uygulaması sırasında bireysel olarak Çatalhöyük'ü ziyaret eden misafirlerden alan ile ilgili sözlü olarak alınan eleştirilerin büyük kısmı yönlendirici ve bilgilendirici panoların yetersiz olduğu konusundadır.

H₇ Kültür mirasına göre ziyaretçilerin bilinçli farkındalık düzeyleri farklılaşmaktadır. Yapılan Kruskal-Wallis testi sonucunda, bu hipotez kabul edilmiştir (p=0.00). Bu sonuca göre, Hattuşa, aralarında, en yüksek bilinci farkındalık düzeyindeki ziyaretçiler tarafından tercih edilmişken, Çatalhöyük orta ve Kapadokya en düşük bilinçli farkındalık düzeyindeki ziyaretçiler tarafından tercih edilmiştir.

Tablo 3.22. Katılımcıların Bilinçli Farkındalık Puanlarının Kültürel Miras Alanına Kimine Geldiğine Göre Karşılaştırılması

Ölçek	Alt Boyut	Kiminle Gelindiği	n	Med.	Ort.	SS	Kruskal-Wallis	p
Bilinçli Farkındalık	Farkındalık	Ailemle	372	4.00	3.87	0.77	1.15	0.56
		Arkadaşlarımla	811	4.00	3.91	0.76		
		Tek Başıma	81	4.00	3.91	0.80		
	Merak ve Dikkat	Ailemle	372	4.28	3.97	0.93	5.02	0.08
		Arkadaşlarımla	811	4.14	3.87	0.92		
		Tek Başıma	81	4.28	3.91	1.00		
	Temel Bilinçli Farkındalık	Ailemle	372	4.25	3.88	0.96	7.43	0.02
		Arkadaşlarımla	811	4.00	3.80	0.89		
		Tek Başıma	81	4.00	3.91	0.89		
Bilinçli Farkındalık (Toplam)	-	Ailemle	372	4.17	3.91	0.80	4.95	0.08
		Arkadaşlarımla	811	4.05	3.84	0.77		
		Tek Başıma	81	4.05	3.88	0.76		
Fayda	Öğrenme	Ailemle	372	4.00	3.81	0.94	6.41	0.04
		Arkadaşlarımla	811	4.00	3.66	0.98		
		Tek Başıma	81	4.00	3.76	0.96		
	Keyif	Ailemle	372	4.00	3.68	1.07	2.54	0.28
		Arkadaşlarımla	811	4.00	3.63	1.05		
		Tek Başıma	81	4.00	3.82	0.97		
	Kaçış	Ailemle	372	4.00	3.67	1.01	1.81	0.40
		Arkadaşlarımla	811	4.00	3.59	1.03		
		Tek Başıma	81	4.00	3.53	1.09		
Fayda (Toplam)	-	Ailemle	372	4.00	3.73	0.86	3.89	0.14
		Arkadaşlarımla	811	3.90	3.63	0.87		
		Tek Başıma	81	3.90	3.72	0.83		

Tablo 3.22. Devamı

Ölçek	Alt Boyut	Kiminle Gelindiği	n	Med.	Ort.	SS	Kruskal-Wallis	p
Destinasyon Deneyimi	Destinasyon Tecrübesi	Ailemle	372	3.83	3.53	0.97	6.46	0.04
		Arkadaşlarımla	811	3.66	3.39	1.01		
		Tek Başıma	81	3.66	3.42	0.99		
	Kontrol	Ailemle	372	3.75	3.51	1.13	6.02	0.04
		Arkadaşlarımla	811	3.75	3.35	1.15		
		Tek Başıma	81	3.75	3.44	1.19		
Destinasyon Deneyimi (Toplam)	-	Ailemle	372	3.80	3.53	0.94	6.51	0.03
		Arkadaşlarımla	811	3.60	3.37	0.99		
		Tek Başıma	81	3.70	3.43	0.99		

Tablo 3.22.'de görüldüğü üzere, istatistiksel olarak anlamlı olan bütün değişkenlerde, kültürel miras alanına ailesi ile gelenler aralarında en yüksek puana sahipken, tek başına gelenler orta, arkadaşı ile gelenler en düşük bilinçli farkındalık puanına sahiptir. Bilinçli farkındalık puanlarının kültürel miras alanına kiminle geldiği ile Destinasyon Deneyimi ($p=0.03$) arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar vardır. Elde edilen veriler doğrultusunda kültürel miras alanlarına misafirlerin çoğunlukla arkadaşları ile (%64,2) geldiği sonucuna ulaşılmıştır fakat bilinçli farkındalık puanlarına bakıldığında ise arkadaşları ile gelenlerin en düşük bilinçli farkındalık puanına sahip olduğunu görülmektedir. Kültürel miras alanına ailesi ile birlikte gelen misafirler diğerlerine göre alan hakkında daha fazla araştırma yapmış ve bilgi edinmiştir. Alanın çevre ve doğası hakkında olumlu düşünceleri olan, ailesi ile birlikte alanı ziyaret eden misafirler aynı zamanda ziyaret ettikleri destinasyonu da tekrar ziyaret edebilecek kadar beğendiklerini belirtmişlerdir.

Tablo 3.23. Katılımcıların Bilinçli Farkındalık Puanlarının Katılımcıların Yaş Aralığına Göre Karşılaştırılması

Ölçek	Alt Boyut	Yaş Aralığı	n	Med.	Ort.	SS	Kruskal-Wallis	p
Bilinçli Farkındalık	Farkındalık	18 Yaş Altı	21	3.75	3.76	0.82	18,928	0,00
		18-24	296	4.00	3.83	0.81		
		25-34	383	4.00	3.90	0.75		
		35-44	307	4.25	4.05	0.66		
		45-54	143	4.00	3.87	0.78		
		55-64	84	4.00	3.72	0.91		
		65 Yaş ve Üstü	28	3.75	3.70	0.80		
	Merak ve Dikkat	18 Yaş Altı	21	3.85	3.38	1.29	8,83423	0,18
		18-24	296	4.14	3.85	0.91		
		25-34	383	4.28	3.93	0.90		
		35-44	307	4.28	3.98	0.89		
		45-54	143	4.14	3.83	1.03		
		55-64	84	4.21	3.88	0.92		
		65 Yaş ve Üstü	28	4.21	3.81	1.07		

Tablo 3.23. Devamı

Ölçek	Alt Boyut	Yaş Aralığı	n	Med.	Ort.	SS	Kruskal-Wallis	P
Bilinçli Farkındalık	Temel Bilinçli Farkındalık	18 Yaş Altı	21	4.00	3.42	1.20	10,827	0,09
		18-24	296	4.00	3.74	0.88		
		25-34	383	4.16	3.88	0.86		
		35-44	307	4.16	3.87	0.91		
		45-54	143	4.16	3.77	1.05		
		55-64	84	4.16	3.88	0.91		
		65 Yaş ve Üstü	28	4.00	3.90	0.90		
Bilinçli Farkındalık (Toplam)	-	18 Yaş Altı	21	3.70	3.52	1.03	14,703	0,02
		18-24	296	4.00	3.79	0.76		
		25-34	383	4.11	3.90	0.73		
		35-44	307	4.17	3.95	0.73		
		45-54	143	4.05	3.78	0.92		
		55-64	84	4.05	3.84	0.79		
		65 Yaş ve Üstü	28	4.05	3.87	0.85		
Fayda	Öğrenme	18 Yaş Altı	21	3.80	3.57	1.11	4,588	0,59
		18-24	296	4.00	3.77	0.91		
		25-34	383	4.00	3.66	0.98		
		35-44	307	4.00	3.73	0.98		
		45-54	143	4.00	3.66	1.01		
		55-64	84	4.00	3.72	0.95		
		65 Yaş ve Üstü	28	4.20	3.96	0.93		
	Keyif	18 Yaş Altı	21	3.30	3.14	1.25	7,037	0,32
		18-24	296	3.80	3.65	1.05		
		25-34	383	4.00	3.68	1.04		
		35-44	307	4.00	3.73	1.02		
		45-54	143	4.00	3.53	1.06		
		55-64	84	4.00	3.67	1.06		
	Kaçış	18 Yaş Altı	21	3.00	2.90	1.17	7,124	0,31
		18-24	296	4.00	3.71	1.00		
		25-34	383	4.00	3.58	1.00		
		35-44	307	4.00	3.66	1.03		
		45-54	143	4.00	3.59	1.01		
Fayda (Toplam)	-	18 Yaş Altı	21	3.27	3.27	0.97	4,934	0,55
		18-24	296	3.90	3.72	0.83		
		25-34	383	3.90	3.65	0.87		
		35-44	307	3.90	3.71	0.88		
		45-54	143	4.00	3.61	0.89		
		55-64	84	3.81	3.64	0.84		
		65 Yaş ve Üstü	28	3.77	3.72	0.81		
Destinasyon Deneyimi	Destinasyon Tecrübesi	18 Yaş Altı	21	3.50	3.49	1.01	3,069	0,80
		18-24	296	3.50	3.39	0.99		
		25-34	383	3.66	3.43	1.01		
		35-44	307	3.66	3.45	1.02		
		45-54	143	3.83	3.42	1.01		
		55-64	84	3.66	3.56	0.91		
		65 Yaş ve Üstü	28	3.75	3.45	1.05		
	Kontrol	18 Yaş Altı	21	2.75	3.05	1.39	5,067	0,53
		18-24	296	3.75	3.44	1.15		
		25-34	383	3.75	3.42	1.15		
		35-44	307	3.75	3.36	1.18		
		45-54	143	3.50	3.27	1.13		
		55-64	84	3.75	3.57	0.88		
		65 Yaş ve Üstü	28	3.75	3.67	0.92		

Tablo 3.23. Devamı

Ölçek	Alt Boyut	Yaş Aralığı	n	Med.	Ort.	SS	Kruskal-Wallis	P
Destinasyon Deneyimi (Toplam)	-	18 Yaş Altı	21	3.40	3.31	1.10	3,804	0,70
		18-24	296	3.70	3.41	0.98		
		25-34	383	3.70	3.42	0.98		
		35-44	307	3.70	3.41	0.99		
		45-54	143	3.60	3.36	0.99		
		55-64	84	3.80	3.57	0.88		
		65 Yaş ve Üstü	28	3.70	3.54	0.91		

H₈ Bilinçli farkındalık düzeyi, yaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Dutt ve Ninov'un (2015) araştırmasında, bilinçli farkındalık düzeyi ile katılımcıların yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir sonuç bulunamamıştır. Bu araştırma için elde edilen verilerin Kruskal-Wallis testi ile analizi sonucunda ise hipotez reddedilmiştir. Reddedilmesinin sebebi, katılımcıların Bilinçli Farkındalık düzeyinin en yüksek olduğu yaş aralığının "35-44" yaş aralığı olarak tespit edilmesidir. Yaş farkının bilinçli farkındalık üzerindeki etkisi görülmekle birlikte, ilerleyen yaşlarda bilinçli farkındalık düzeyinin yükseldiği sonuçlarını desteklemediği görülmektedir.

Tablo 3.23.'de görüldüğü üzere, katılımcıların yaş aralığı ile farkındalık ($p=0,00$) ve bilinçli farkındalık ($p=0,02$) arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar vardır. Buna göre 18 yaş altı, 18-24 yaş, 25-34 yaş, 35-44 yaş ve 45-54 yaş aralığındaki katılımcıların farkındalık puanları 55-64 yaş ve 65 yaş üstü katılımcılara göre yüksektir. Bilinçli farkındalık puanında ise, 18 yaş altı (3,52) en düşük bilinçli farkındalık puanına sahiptir. Sırasıyla 45-54 yaş aralığı (3,78), 18-24 yaş aralığı (3,79), 55-64 yaş aralığı (3,84), 65 yaş üstü (3,87), 25-34 yaş aralığı (3,90) ve 35-44 yaş aralığındaki (3,95) katılımcılar olarak görülmektedir.

Tablo 3.24. Hipotez Testi Sonuçları

Hipotezler	Kabul-Ret
H₁ : Bilinçli Farkındalık düzeyinin Destinasyon Deneyimi değişkeni üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.	Kabul
H₂ : Bilinçli Farkındalık düzeyinin Fayda değişkeni üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.	Kabul
H₃ : Destinasyon Deneyimi değişkeninin Fayda değişkeni üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.	Kabul
H₄ : Ziyaretçilerin cinsiyetlerine göre bilinçli farkındalık düzeyleri farklılaşmaktadır.	Ret
H₅ : Yabancı ziyaretçilerin bilinçli farkındalık düzeyleri yerli ziyaretçilere göre daha yüksektir.	Ret
H₆ : Bilinçli farkındalık düzeyi, öğrenim düzeyi arttıkça yükselir	Kabul
H₇ : Ziyaret edilen kültür mirasına göre ziyaretçilerin bilinçli farkındalık düzeyleri farklılaşmaktadır	Kabul
H₈ : Bilinçli farkındalık düzeyi, yaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Ret

SONUÇ ve ÖNERİLER

Farkındalık, herhangi bir konuda fikir üretebilmek için önemli olan bilgileri yorumlama yeteneğidir. Aklın tek bir yere odaklanmasıyla birlikte duyguların daha iyi yorumlanması ve bunun sonucunda karşı karşıya kalınan sıkıntılara sabretme yeteneğinin kazanılmasıdır. Bilinçli farkındalık felsefesini oluşturan ana fikirlerden birisi olan farkındalık, meditasyonla yakın ilişkilidir fakat birçok meditasyon tekniğinde olduğu gibi, uygulama yapılırken hayattan soyutlanmak değildir. Farkındalık, bireyin hayatın olağan akışı içerisinde kaybolmaması için dengeli bir yaşam sürmesini kolaylaştırmaktadır.

Bilinçli farkındalık, bireylerin hem iş hem de sosyal yaşantılarında var olması gereken bir yaşam felsefesidir. Çünkü bilinçli farkındalık “âni yaşamak, o anda kalmak, geçmiş ve geleceği düşünmemek” olarak tanımlanmaktadır. Yaşamdan alınan zevki ertelememeyi de barındıran bilinçli farkındalık, herhangi bir problemle karşılaşıldığında sakin kalabilmektir. Bilinçli farkındalık felsefesi, problemin kendisinden çok, problemi ortaya çıkaran etkenlerle meşgul olan bireyin motivasyonunu düşürmemekte, problemin çözümünü kolaylaştırmakta ve stres içinde olmadan, daha sakin bir biçimde olaylara yaklaşmasını sağlamaktadır. Bu sebeple, bireylerin bilinçli farkındalık seviyelerini yükseltmeleri ruhsal ve fiziksel birçok hastalığın sebebi olarak gösterilen stres ile de başa çıkabilmesi için büyük önem arz etmektedir. Bilinçli farkındalığı edinmiş bireyler, geçmişleri ile barışık bir biçimde yaşamaktadırlar. Sıkıntı veren duygu ve düşünceleri, geçmişini değiştiremedikleri için kabullenmekte ve yaşanmış olan kötü durumları kendilerinin bir parçasıymış gibi görmektedirler. Gelecek hakkında kaygıları da yoktur çünkü gelecek belirsizdir ve tecrübe edilmemiş bir şey için kaygılanmak, bilinçli farkındalık düzeyi yüksek bireyler için anlamsızdır. Yaşamın her alanında pozitif olma konusunda uzmanlaşan bu bireyler, karşı karşıya kaldıkları bir sıkıntıda, sıkıntıya değil, sıkıntıyı meydana getiren sebeplere yoğunlaşarak problemlerini çözmektedirler. Tam tersi durumlarda, olumlu ve mantıklı olan durumlarda ise diğer insanlara göre mevcut olumsuzlukları daha iyi ve daha çabuk fark edebilmek ve bu konuda önlemler almak bilinçli farkındalık düzeyi bireyler için daha kolaydır.

Bilinçli farkındalık düzeyleri yüksek olan bireylerin görüşleri değerli olduğu için bu kişilerin düşünceleri diğerlerine göre daha doğru olabilir. Araştırmada UNESCO'nun kültür mirası ilan ettiği alanları ziyaret eden yerli ve yabancı misafirlerin bilinçli farkındalık düzeylerinin ölçülmesinin sebebi budur. Analiz sonuçları bunu doğrulamaktadır. Göreme Milli Parkı-Kapadokya, Hitit Başkenti-Hattuşa ve Çatalhöyük'te yapılan anket uygulamasının sonucunda elde edilen verilere göre katılımcıların bilinçli farkındalık seviyeleri yüksek çıkmıştır ve bu durumun katılımcılardan elde edilen görüşleri daha kıymetli hale getirdiği düşünülmektedir çünkü Taylor ve Norman (2016), bilinçli farkındalığın turistlerin seyahat deneyimlerini değerlendirmelerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu ve Loureiro vd. (2019) ise, bilinçli farkındalık düzeyinin ziyaretçilerin edindiği seyahat tecrübesine doğrudan etki ettiğini belirtmiştir.

UNESCO'nun kültür mirası ilan ettiği alanlar, hâlihazırda bir ülkenin sahip olduğu en kıymetli kültür varlıkları olduğu için ziyarete gelen misafirlere daha iyi tanıtılmalı, eğer tatmin edici bir ziyaretçi yoğunluğu sağlanamıyorsa yerel ve uluslararası ölçekte sorunlar doğru bir şekilde tespit edildikten sonra gerekli önlemler alınmalıdır. Çatalhöyük gibi, mevcut tarihsel verilere bakıldığında, Dünya üzerinde yerleşik yaşamın ilk örneklerine sahip olan ve kent kültürünün ortaya çıktığı çok değerli bir ören yerinin misafirlerinin, kritik bir biçimde, yıllar geçtikte azalması Türkiye ve Konya turizmi açısından kaygı verici bir durumdur.

Bu araştırmanın evreni, İç Anadolu Bölgesi'nde bulunan UNESCO'nun "Dünya Kültür Mirası" ilan ettiği alanlardan Göreme Milli Parkı-Kapadokya, Hitit Başkenti-Hattuşa Ören Yeri ve Çatalhöyük Ören Yeri'dir. Seksen dört farklı ülkeden gelen, yüz yedi farklı meslekte çalışan 1264 misafirin katılımıyla, anket yöntemi ile elde edilen bulgulara göre adı geçen kültür mirası alanlarını ziyaret eden misafirlerin bilinçli farkındalık düzeyleri yüksek çıkmıştır (ort. 3,82). Anket uygulaması sonucunda elde edilen verilere göre bu tür kültür varlıklarını ziyaret eden misafirlerin öğrenim durumlarına bakıldığında çoğunluğunun (%69,7) lisans ve lisansüstü öğrenim görmüş olması ziyaretçi çekmek için belirlenmesi gereken hedef kitle hakkında ipucu verebilir. Genel sonuçlara göre, misafirlerin çoğunluğunun 18-44 yaş aralığında olması (%78) ve bu alanlara arkadaşları ile birlikte gelmeleri (%64,2) de göz ardı

edilmemesi gereken bir durumdur.

Misafirlerin kültürel miras alanını ziyareti maliyet açısından yüksek olsa bile yakınlarına tavsiye etmeleri ve alanı tekrar ziyaret etmek istemesi de bölge turizmi açısından olumlu bir durumdur. H₁: Bilinçli Farkındalık düzeyinin Destinasyon Deneyimi değişkeni üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır. Analiz sonuçları bunu doğrulamaktadır. Destinasyon Deneyimi ölçeği kapsamında, katılımcılara yöneltilen sorulardan elde edilen sonuçlara göre, seyahatlerinin tam olması gereken bir kültürel miras seyahati olduğunu belirtmişlerdir. Hem çevre koşulları hem de kültürel miras alanları misafirlerin hoşuna gitmiştir. Bu sebeple, Türkiye'yi ve kültürel miras alanını yeniden ziyaret etme eğilimindedirler.

Ling vd. (2015)'ne göre bilinçli farkındalık düzeyi ne kadar yüksek ise ziyaretten alınan haz ve mutluluk düzeyi o kadar yüksektir. H₂: Bilinçli Farkındalık düzeyinin Fayda değişkeni üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır. Analiz sonuçları bunu doğrulamaktadır. Araştırmanın genel sonucuna bakıldığında, kültürel miras alanlarına ziyarete gelen misafirler seyahatlerini oldukça keyifli ve faydalı bulmuşlardır. Sadece kültürel miras alanının değil, buldukları çevre ve doğa hakkında da tatmin edici düzeyde bilgi sahibi oldukları görülmektedir. Özellikle küçük gruplar halinde gelen misafirler, anket formu sunulduktan sonra gerçekleştirdikleri ziyareti hem kendi kendilerine hem de grup içerisinde tekrar değerlendirerek gözden kaçırdıkları veya kültürel miras alanı ile ilgili farkında olmadıkları önemli bilgileri de bu şekilde öğrenme fırsatı buldukları düşünülmektedir. Anket formunun ziyaretten hemen sonra sunulmasının olumlu bir yanı da bu durumun gerçekleşmesi olmuştur. H₃: Destinasyon Deneyimi değişkeninin Fayda değişkeni üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır. Destinasyon Deneyimi, ziyaretten elde edilen faydayı artırmaktadır. Analiz sonuçları bunu doğrulamaktadır. Katılımcılar, seçmiş oldukları destinasyonda harcadığı vakti verimli ve faydalı olarak değerlendirmişlerdir. H₄: Ziyaretçilerin cinsiyetlerine göre bilinçli farkındalık düzeyleri farklılaşmaktadır. Analiz sonuçları bunu doğrulamamaktadır. Elde edilen verilere göre kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre görece seyahatlerini daha iyi deneyimlediği ve değerlendirdiği sonucuna varılabilir.

Bilinçli farkındalık felsefesinin yabancı bir kültür felsefesine dayanması ve yapılan araştırmalar sonucu Türkçe yazının anket formunun hazırlandığı yabancı dillere (İngilizce ve Japonca) göre daha az olduğu tespit edilmiş olup, kültürel miras alanlarını ziyaret eden yabancı misafirlerin yerli misafirlere göre bilinçli farkındalık düzeylerinin daha yüksek olabileceği düşünülmüştür. H₅: Yabancı ziyaretçilerin bilinçli farkındalık düzeyleri yerli ziyaretçilere göre daha yüksektir. Analiz sonuçları bunu doğrulamamaktadır. Yapılan Fark testi sonucunda, yerli misafirlerin yabancı misafirlere göre bilinçli farkındalık düzeyi yüksek çıkmıştır. Bu durumun sebebi olarak, yerli misafirlerin yabancı misafirlere göre kültürel miras alanları hakkında daha bilgili olmaları-daha kolay bilgiye ulaşabilmeleri söylenebilir. Yerel halk ile daha kolay etkileşime girebilmesi ve kendi ülkesinde bulunan bir kültür mirasını daha iyi tanıyor olabilmesi de bu duruma sebep olacağı düşünülmektedir çünkü Ling vd. (2019)'ne göre iletişim faktörleri bilinçli farkındalık düzeyi üzerinde etkilidir.

Öğrenim düzeyi bilinçli farkındalığın kazanılmasında rol oynamaktadır çünkü öğrenim düzeyi arttıkça bireylerde akademik eğitimin getirdiği merak, araştırma ve farkında olma duygusu, bilinçli farkındalığın kazanılmasında etkilidir. H₆: Bilinçli farkındalık düzeyi, öğrenim düzeyi arttıkça yükselir. Analiz sonuçları bunu doğrulamaktadır. Yapılan Fark testi sonucunda öğrenim düzeyi ile bilinçli farkındalık düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır. Lisansüstü mezunları bilinçli farkındalık düzeyi en yüksek olan grup konumundadır. En düşük konumda ise ilköğretim grubu bulunmaktadır.

Hattuşa'nın destinasyonlar içerisinde en yüksek fayda ve destinasyon deneyimi puanına sahip olmasında tarihi öneminin yanı sıra karayollarının geçiş güzergahı üstünde bulunmaması ve bu alana gelmek isteyen misafirlerin sadece bu kültürel miras alanını ziyaret etmek için uzun bir yol gelmesi etkili olabilir çünkü zahmetli sayılabilecek bir yolculuktan sonra varılan bir alan olan Hattuşa'yı ziyaret eden turistler, kültürel miras alanı hakkında daha öncesinde bilgi sahibi olan veya bilgi sahibi olduktan sonra ziyaret eden kişilerden oluştuğunu fayda ve destinasyon deneyimi puanının bu alanda en yüksek çıkmış olması göstermektedir. Taylor ve Norman (2019), bilinçli farkındalığın seyahat motivasyonu üzerinde etkili olduğunu ve turistlerin kendilerine en uygun destinasyonu seçtiklerini ve bu seçimden memnun

kaldıklarını belirtmiştir. Bilinçli farkındalık düzeyi yüksek olan bireyler öğrenen, araştıran ve merak eden bireylerdir. Ayrıca kültürel miras alanı yöneticilerinden edinilen bilgiler ve araştırma sırasında edinilen izlenimlere göre Hattuşa'ya çoğunlukla bireysel veya küçük gruplar halinde ziyaretlerin yapıldığı, Göreme Milli Parkı-Kapadokya bölgesinde ise büyük gruplar halinde bir turistik hareketlilik olduğu görülmüştür. Bu durumun da Göreme Milli Parkı-Kapadokya'yı ziyaret eden misafirlerin bilinçli farkındalık düzeylerinin düşük çıkmasındaki bir diğer etken olduğunu söylenebilir çünkü kültürel miras alanının kalabalık gruplar halinde ziyaret edilmesi, iletişim ve bilgilenme yönünden eksikliklere sebep olabilmektedir.

Bilinçli farkındalık, bireylerin tek başlarına, herhangi bir eğitim almadan, yaşları ilerledikçe veya sadece hayat tecrübesi ve farklı bireysel çabalarla kazanılabileceği bir durum olduğu düşünülmektedir çünkü bilinçli farkındalık özel eğitimlerle elde edilebilecek bir süreçtir. H₃: Bilinçli farkındalık düzeyi, yaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Analiz sonuçları bunu doğrulamamaktadır. Araştırmada bilinçli farkındalık düzeyi üzerinde yaş faktörünün önemli olup olmadığı ölçülmüş, bu durumu değerlendirmek amacıyla yapılan fark testi sonucu elde edilen bulgular doğrultusunda, katılımcıların yaş aralığına bakıldığında, yaş arttıkça Bilinçli Farkındalık düzeyinde bir dalgalanma görülmüştür. Bu durum, yaş faktörünün bilinçli farkındalık düzeyi üzerinde etkili olmadığını göstermektedir.

Araştırma sonuçlarına dayalı olarak, turizm sektörü yöneticilerine öneriler aşağıdaki gibidir,

Kültür miraslarının nasıl yönetilmesi gerektiğine bakıldığında ise, turizm işletmelerinin, klasik yönetim anlayışına ek olarak bilinçli farkındalık felsefesini benimsemesi işletmenin tercih edilebilirliğini artırabilir çünkü kendisini tercih eden misafirin beklentilerini anlayan, sorunlarını hızlı bir şekilde çözen bir misafir genellikle memnun ayrılacaktır. Dutt ve Ninov (2016)'a göre bilinçli farkındalık eğitimleri işletmelerde uygulanırsa, işletmelerin kalitesini arttıracaktır. Ghaderi ve Som (2013)'a göre, Turizm sektöründe yer alan paydaşlar da turistik destinasyonları ziyaret eden misafirlerin yeniden ziyaretini sağlamak, onları daha iyi anlamak, daha iyi ağırlamak ve hizmet kalitesini arttırmak amacıyla personellerinin bilinçli farkındalık seviyesini verilen eğitimlerle yükseltmeleri faydalı olacaktır.

düşünülmektedir. İşletmelerin yanı sıra kültürel miras alanlarının yönetimini sağlayan kamu kurum ve kuruluşlarının da bilinçli farkındalık eğitimlerine önem vererek, alanda görev yapan personellerinin bilinçli farkındalık düzeylerini yükseltmesi faydalı olabilir. Frauman ve Norman (2004)'a göre, bilinçli farkındalık modelinin uygulandığı alanlarda turistlerin tatmini, bilgilenmesi, farkındalıkları ve alana yönelik ilgilerinin arttığı tespit edilmiştir.

Araştırma sonuçlarına dayalı olarak sonraki araştırmacılar için öneriler ise;

- Uygulama İç Anadolu Bölgesi'nde bulunan, UNESCO'nun "Ulusal Kültür Mirası" ilan ettiği alanlarda yapılmıştır. Bu kapsam genişletilerek farklı coğrafi bölgeleri de kapsayacak şekilde ya da farklı coğrafi bölgelerde bulunan kültür miraslarına yönelik bir uygulama gerçekleştirilebilir. Kapsamın genişletilmesi halinde, adı geçen alanlarda görev yapan kokartlı rehberlerden ve yetkili seyahat acentelerinden, gelen misafirlere yönelik anket uygulamasının gerçekleştirilmesi konusunda yardım istenilebilir fakat bölge ve çevreyi daha iyi tanımak, sorunları yerinde tespit etme olanağı ve misafirlerin gerek anket uygulaması gerekse ülke-bölge ile ilgili görüşleri konusunda daha iyi bilgi edinebilmek için bu araştırmada uygulandığı gibi gelen misafirlerle birebir uygulama yapılabilir.
- Bilinçli Farkındalık Ölçeği, sadece "Ulusal Kültürel Miras" ilan edilmiş alanlarda değil, yüksek düzeyde hareketliliğin yaşandığı turistik destinasyonlarda da uygulanabilir. Türkiye'de listede bulunmayan birçok destinasyonda yoğun turistik hareketlerin var olduğu bir gerçektir. Ayrıca özellikle "İstanbul'un Tarihi Alanları" gibi büyük bir alanı kapsayan kültürel miras alanlarında bulunan turistik destinasyonlara ayrı ayrı uygulamalar yapılabilir. Mevlânâ Müzesi (Konya), Topkapı Sarayı ve Ayasofya Camii (İstanbul) Türkiye'nin en çok turist çeken alanları arasında yer almaktadır.
- Bu araştırmada kültürel miras alanlarını ziyaret eden misafirler ile ilgili veriler toplanmıştır fakat turizmin birçok çeşidi olduğu gibi uygulama da farklı turistik seyahatleri tercih eden misafirlere yönelik uygulanabilir. Bu konuda turizmin çeşitliliği ne kadar fazlaysa uygulama alanı da o kadar fazladır.

- Konu ile ilgili yapılması düşünölen araştırmalarda, fayda ve destinasyon deneyimi değişkeni ile birlikte yeniden satın alma değişkeninin de eklenmesi uygun görölebilir.



KAYNAKÇA

AHUNBAY, Zeynep (2006). “İstanbul’un Tarihi Alanları, Dünya Mirasında Türkiye”, **T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları**, Ankara, 20-23.

AKKILIÇ, M. Emin (2003). “Turizm Pazarlamasında Faydalar ve Bir Turist Tatmin Modeli Önerisi”, **Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 13 (2): 211-232.

AKKOYUN, Füsün (1983). “Serbestlik Derecesi”, **Ankara Üniversitesi Eğitim Birimleri Fakültesi Dergisi**, (16):99-101.

AKMAZ, Abdullah, Gürkan Akdağ (2018). “Geleneksel Sohbet Toplantıları (Yâren, Barana, Sıra Geceleri vd.)”, **Türkiye’nin Unesco Değerleri ve Turizm Potansiyeli** (Editörler Abdullah Karaman, Alper Ateş, Kürşad Sayın), Eğitim Kitabevi, 2018.

AKPINAR, Erdal (2007). “Place of Turkey In The World Heritage List and a New Candidate Proposal”, **Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, 9 (1): 81-106.

AKSOY, Asu, Deniz Ünsal (2012). “Kültürel Miras Yönetimi”, **Anadolu Üniversitesi Yayınları**, 23-40.

AKYURT, Hakan, Atay, Lütfi (2009). “Destinasyonda İmaj Oluşturma Süreci”, **Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, (1) 1 :1-14.

ALKIŞ, Nurcan (2016). “Bayes Yapısal Eşitlik Modellemesi: Kavramlar ve Genel Bakış”, **Gazi İktisat ve İşletme Dergisi**, 2(3), 105-116.

ALMOND, Philip (1988). “The British Discovery of Buddhism”, **Cambridge University Press**, New York.

ALP, Sedat (1997). “Ticaret Kolonileri Çağında Kanes Nesa’da Hititlerin Varlığı ve Yoğunluğu Bilimsel Bir Oluşumun Öyküsü”, **İstanbul-Alman Arkeoloji Konferansı Bildirisi**, 1-17.

ALSAC, Fevziye (2018). “Dede Korkut Hikayelerinde Kültürel Bellek Bağlamında Gelenekler”, **Littera Turca Journal of Turkish Language and Literature**, (4):17-35.

ALUS, Sermet Muhtar (1951). “Rûz-u Hızır”, **Türk Folklor Araştırmaları Dergisi**, (2): 7-15.

ANG, Chooi Leng, Davies Mark, ve Finlay Paul (2000). “Measures to Assess The Impact of Information Technology on Quality Management”, **International Journal of Quality and Reliability Management**, 17(1): 42-66.

ARLI, Erdal (2012). “Yat Limanı İşletmeciliğinde Algılanan Hizmet Kalitesi Faktörlerinin Tekrar Tercih Etme Niyeti, Tavsiye Etme Niyeti ve Genel Memnuniyet Düzeyi Üzerindeki Etkisi”. **Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi**, 23(1):19-32

ARPA Nihan, Neşe Ersöz, Serhat Arda, Zerrin Karaaslan, Abdulsamet Haçat (2013), “Göreme Tarihi Milli Parkı Arazi İnceleme Çalışması Raporu”, **Milli Parklar Dairesi Başkanlığı, Alan Yönetimi Şube Müdürlüğü**, 46-75.

ASHİROV, Adhamcan ve Hatunoğlu Nurettin (2015) “Özbekistan’da Mevsimsel Bayramlar ve Özel Günler” **Milli Folklor**, 27 (105) :120-130.

ASLAN, Rüstem (2013). “Türkiye’nin Kültürel Mirası-1”. **Açıköğretim Yayınları**. Eskişehir Anadolu Üniversitesi, 3-21.

ASLAN, Zaki, Monica Ardemagni (2017). “Introducing Young People to the Protection of Heritage Sites and Historic Cities”, **UNESCO Amman Office**, 1-10.

ATAY, Lütfi (2003). “Turistik Destinasyon Pazarlaması ve Bir Alan Uygulaması”, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), **Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Turizm ve Otel İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, İzmir.

ATALAY, Mansur (1983). “Kütahya Çinicilik Sanayiinin İncelenmesi-İstatik Bir Yaklaşım”, **Anadolu Üniversitesi Yayınları**, Eskişehir.

ATALAY, Rahmi (2014). “Afrodisias Heykel Okulu”, **Ulakbilge**, 2(3):140-149.

ATLI, Sagıp (2018). “Türkiye’deki Geleneksel Sohbet Toplantıları Üzerine Bir Değerlendirme”, **Milli Folklor Dergisi**, (30):88-101.

AYAZ, Nuran ve Aynur Sultanova (2013). “Mevlevilik ve Bektaşiliğin Simgesi Olan Ayin ve Ayin Müziğinin Karşılıklı Tahlili”, **İdil Dergisi**, 2(7):119-134.

AYAZLAR, Gökhan, Reyhan, Ayazlar (2018). “Xanthos-Letoon (Antalya-Muğla)”, **Türkiye’nin Unesco Değerleri ve Turizm Potansiyeli** (Editörler Abdullah Karaman, Alper Ateş, Kürşad Sayın), Eğitim Kitabevi, 2018.

AYDENİZ, Hüsnü (2009). “Din-Sanat İlişkisi ve Bunun Somut Bir Yansıması Olarak Mevlevî Semâ Âyini, **Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, (32): 35-51

AYYILDIZ, Hasan ve Ekrem, Cengiz (2006). “Pazarlama Modellerinin Testinde Kullanılabilecek Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) Üzerine Kavramsal Bir İnceleme”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 11(1):63-84.

AZİZ, Aysel (2018). “Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri”, 12. Basım, **Nobel Yayınları**, Ankara.

BAHAR, Ozan ve Kozak, Metin (2005). “Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik”, **Detay Yayıncılık**, Ankara.

BALCI, Ali (2004). “Sosyal Bilimlerde Araştırma: Yöntem Teknik ve İlkeler”, **Pegem Yayıncılık**, Ankara.

BALİBEYOĞLU, Lalifer (1998). “Geleneksel Türk Süsleme Sanatları Açısından Bedri Noyan Dede Baba”. **Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Velî Araştırma Dergisi**, (5):23-24.

BANARLI Nihad Sami (2004). “Resimli Türk Edebiyatı”, **Millî Eğitim Bakanlığı Yayınları**, İstanbul.

BARBER, Nelson, Cynthia Deale (2013). “Tapping Mindfulness To Shape Hotel Guests’ Sustainable Behavior”. **Cornell Hospitality Quarterly**, (1):100– 114.

BAŞAK, Oktay (2008). “Taş Çağı’ndan Tunç Çağı’na Anadolu’da Maden Sanatının Gelişimi ve Kullanımı”, **Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi**, (21):15-33.

BAŞAR, Fuat, Yavuz Tiryaki (2006). “Türk Ebru Sanatı”, **Gözen Kitap ve Yayınevi**, İstanbul.

BATCHELOR, Warren. “Determination of Load-Bearing Element Length in Paper Using Zero/Short Span Tensile Testing”, **TAPPI International Paper Physics Conference**, 247-258.

BAYRAKÇI Ömer Faruk (2015). “Türk Din Müsikîsi’nde Mevlevî Ayini Formuna Genel Bir Bakış”, **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, 2(2):139-152.

BAYS, Jan Chozen (2012). “Farkındalık Maceraları”, **Kuraldışı Yayınevi**, İstanbul

BERKMEN, Hülya (2015). “Avanos Kültür Varlıkları Çalışması, Kapadokya Bölgesinde Suyun İzi”, **Megaron Dergisi**, 10(4):595-609.

BENTLER, Peter M. (1988). “Causal Modeling Via Structural Equation Systems”, **Handbook Of Multivariate Experimental Psychology**, New York.

BISHOP Scott, Mark Lau, Shauna Shapiro, Linda Carlson, Nicole D. Anderson, James Carmody, Zindel V. Segal, Susan Abbey, Michael Speca, Drew Velting, Gerald Devins (2004). “Mindfulness: A Proposed Operational Definition”, **Clinical Psychology: Science and Practice**, (11) 3:230-241.

BOZKURT, Rıdvan (1995). “Hizmet Endüstrilerinde Kalite”, **MPM Verimlilik Dergisi**, Toplam Kalite Özel Sayısı.

BOWERSOX, Donald, Edward W.Smykoy, Bernard J. La Londe (1969). “Physical Distribution Management”, **The Macmillan Company**, USA.

BROWN, Kirk Warren, Richard Ryan (2003). “The Benefits of Being Present: Mindfulness and Its Role In Psychological Well-Being”, **Journal Of Personality And Social Psychology**, (84) 4:822–848.

BROWN, Timothy A. (2006). “Confirmatory Factor Analysis for Applied Research”, **The Guilford Press**, USA.

BROWN, Kirk Warren, Ryan, Richard ve Creswell, J. D. (2007). Mindfulness: Theoretical Foundations and Evidence for Its Salutary Effects. **Psychological Inquiry**, 18(4): 211-237.

BUHALIS, Dimitrios (2000). “Marketing The Competitive Destination of The Future”, **Tourism Management**, (21): 97-116.

BULUT, Gülçin (1997). “Turistik Çekicilik Kaynaklarının Pazarlamasında Turistik Ürün Çeşitlendirmesi”, **Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**”, 15 (12): 128-145.

BULUT, Yetkin (2011). “Otellerde Müşteri Memnuniyeti ve Bir Uygulama (Samsun Örneği)”. **Journal Of International Social Research**, 4 (18):389-403.

BÜLBÜL, Hasan (2003). “Rekabet Üstünlüğü Sağlamada Ürün ve Süreç Yenliği: Bilişim Teknolojileri Uygulaması, **Yayınlanmamış Doktora Tezi**, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

CAN, Abdullah (2016). “SPSS ile Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi (4. Baskı)”, **PEGEM Akademi Yayınları**, Ankara.

CALANTONE, Roger, Jotindar Johar (1984) “Seasonal Segmentation of the Tourism Market Using a Benefit Segmentation Framework”, **Journal of Travel Research**, (23)2: 14-24.

CEMALCILAR, İlhan (1999). “Pazarlama Kavramlar-Kararlar”, **Beta Yayınları**, İstanbul.

CHAMBERS, Richard, Eleonora Gullone, Nicholas Ellen (2009). “Mindful Emotion Regulation: An Integrative Review”, **Clinical Psychology Review**, 29 (6):560-572.

CHAN, Eugene (2018). “Mindfulness Promotes Sustainable Tourism: The Case of Uluru”, **Current Issues in Tourism**, (13) 22:1-5.

CHEN, Ling, Noel Scott, Pierre Benckendorff (2014a). “Mindful Tourist Experiences: A Buddhist Perspective”, **Annals Of Tourism Research** (64):1-12.

CHEN, Ling, Pierre Benckendorff, Noel Scott (2014b). “Constructs of Meditative Mindfulness Experience in Tourism”, **Major Sponsors**, :50.

CHIN, Wynne (1998). “Commentary: Issues and Opinion on Structural Equation Modeling”, **Management Information Systems Research Center, University of Minnesota**, 22(1):7-16.

CİVELEK, Mustafa Emre (2018). “Yapısal Eşitlik Modellemesi Metodolojisi”, **BETA Yayınları**, İstanbul.

COURTILS, Jacques (2003). “Ksanthos ve Letoon Rehberi”. İstanbul: **Ege Yayınları**.

ÇAĞLIYAN, Vural (2009). “Yenilikçilik, Tedarikçi Katılımı ve İşletme Performansı Üzerine Değer Zinciri Yönetimi Temelli Bir Yaklaşım: Otomotiv Sektöründe Görgül Bir Araştırma”, **Yayınlanmamış Doktora Tezi**, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

ÇATALBAŞ, Funda (2012). “Suriçi Bölgesi Kentsel Dönüşüm Projesi ve Diyarbakır Turizmine Katkısı “, **Journal of Faculty of Theology of Bozok University**. (1):47-65.

ÇELİKER, Aslı Nihan (2017). “Bir Grup Genç Yetişkinde Bilinçli Farkındalık Düzeyi ile Başa Çıkma Tutumları ve Psikolojik İyi Oluş Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, **Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

ÇETİNKAYA, Neslihan, Salih, Yıldız (2018). “Somut Olmayan Kültürel Miras Unsuru Erzurum Lavaş (Acem) Ekmeğinin Turistik Ürüne Dönüştürülmesine Yönelik Bir Çalışma”, **Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi**, (2):430-452.

ÇINAR, Recai (1991). “Tüketici Kredisi Pazarlamasına İlişkin Gelişmeler Üzerine Bir Saha Araştırması”, **Pazarlama Dünyası**, 5 (29): 1-19.

ÇOBANOĞLU, Ahmet Vefa, Hayri Fehmi Yılmaz, Feridun Özgümüş (2014). “İstanbul’un Tarihi Alanları Süleymaniye Dünya Miras Alanı”, **İstanbul Sit Alanları Alan Yönetimi Başkanlığı**,35(1):13-14.

ÇOBANCAOĞLU, Tülay, Koray Güler, Gülce Okyay (2018). “İstanbul Tarihi Yarımada’da Ahşap Konut Mimarisinin Belgelenmesi: Geleneksel Haydar Mahallesi ve Koruma Sorunları”. **Metu Journal Of The Faculty Of Architecture**, 35(1):27-49.

DARA, Ramis (2011). “Merhaba Cumalıkızık ve Hoşça Kal Bursa Defteri”, **Bursa Kültür Sanat Yayıncılık**.

DENİZER, Dündar (1992). “Turizm Pazarlaması”, **Yıldız Matbaacılık**, Ankara.

DERVİŞOĞLU, Mehmet (2012) “Kırkpınar Güreşleri’nin Halkbilimsel Açından İncelenmesi.” **T.C. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı Türk Edebiyatı Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi**. Edirne.

DİNÇER, İclal, Zeynep Enlil (2016). “İstanbul’da Sürdürülebilir Turizm Arayışında Arkeolojinin Sundukları: Sınırlar ve Potansiyeller”, **Almanya Federal Cumhuriyeti Büyükelçiliği Alman Arkeoloji Enstitüsü Yayınları**, 49-89.

DOĞAN, Sedat, Fatih, Sezgin (2012). “Bergama’nın Tıp Tarihindeki Öneminden Türkiye Ne Kadar Haberdar”, **Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi**, 4(2):271-279.

DÖNMEZ, Banu (2013). “Türk İnançsal Halk Danslarının Figürlerine Göstergebilimsel Bir Bakış: Alevi Semah Figürlerinin Anlamları”, **ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi (ODÜSOBİAD)** , 4 (7) , 75-79.

DUMAN, Teoman, Ahmet Bülent Öztürk (2005). Yerli Turistlerin Mersin Kızkalesi Destinasyonu ve Tekrar Ziyaret Niyetleri ile İlgili Algılamaları Üzerine Bir Araştırma. **Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi**, 16(1):9-23.

DURUKAN, Aynur (1989). “Divriği Ulu Camii Külliyesi”, **Kültür ve Sanat Dergisi**. 46-52.

DUTT, Christopher (2011). “The Role Of Mindfulness In Tourism; Tourism Businesses’ Perspectives Of Mindfulness” **29th Eurochrie Annual Conference Book**. 223-236.

DUTT, Christopher, Ivan Ninov (2015). “Tourists’ Experiences of Mindfulness in Dubai, United Arab Emirates (UAE)”, **Journal of Travel & Tourism Marketing**, 33(8):1195-1212.

DUTT, Christopher, Ivan Ninov (2016). “The Role Of Mindfulness In Tourism: Tourism Businesses’ Perceptions Of Mindfulness In Dubai, UAE”. **Turizam: Međunarodni Znanstveno-Stručni Časopis**. 64(1), 81-95.

EKİCİ, Metin (2004). “Bir Sempozyumun Ardından: Somut Olmayan Kültürel Mirasın Müzelenmesi”, **Milli Folklor Dergisi**, 16(61), 1-8.

EKREM, Nuraniye Hidayet (2016). “Çin Kaynaklarına Göre Türklerde Nevruz.” **Current Research Social Sciences**, 2(2): 67-78

EKŞİ, Osman (2011). “Tarihi Kırkpınar Güreş Musikisi İcracısının Yetiştirme/Yetiştirme Sürecinin Değerlendirilmesi.” **T.C. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı Müzik Eğitimi Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi**. 1-84.

EMEKLİ, Gözde (2003). “Bergama ve Selçuk’un İzmir’in Kültürel Turizmdeki Yeri,” **Ege Coğrafya Dergisi**, 12(1):39-50.

ERGÜDER İsmail, Ezel Babayığit, Sema Atik Korkmaz (2013). “Muğla Letoon Antik Kenti Özdirenç Uygulamaları”, **Tki Kurumu Genel Müdürlüğü**, 1-8.

ESER Seçkin, Taner Dalgın, Hüseyin Çeken (2012). “Sürdürülebilir Kültür Turizmi: Efes Örneği,” **Ege Coğrafya Dergisi**, 19(2): 27-34.

EYMEN, Erman (2007). “SPSS 15.0 İle Veri Analiz Yöntemleri” **İstatistik Merkezi Yayınları**.

FRAUMAN Eric, William Norman (2004). “Special Issue: Sustainable Places Managing Visitors Via ‘Mindful’ Information Services: One Approach In Addressing Sustainability”, **Journal of Park and Recreation Administration**, 21(4):87–104.

FREEMAN, Charles (2003). “Mısır, Yunan ve Roma Antik Akdeniz Uygarlıkları”, **Dost Kitabevi Yayınları**, Ankara.

GANESAN, Vithya, Ramli Mohamed, Khor Yoke Lim, Shuhadia Noor (2013). “Enhancing The Tourism Industry In The Lenggong Valley Via A Mindfulness Approach” **Proceedings Of International Conference On Tourism Development**, 428-446.

GANESAN, Vithya, Shuhadia Noor, Mastura Jaafar (2014) “Communication Factors Contributing To Mindfulness: A Study Of Melaka World Heritage Site Visitors”. **Journal Of Sustainable Development**, (7):49-58.

GASTER, Thedor (2000). “Thespis, Eski Yakındoğu’da Ritüel, Mit ve Drama”, **Kabalcı Yayınevi**.

GHADERI Zahed, Ahmed Puad Mat Som (2013). “Tourism Crisis Management: The Mindful Learning From Tourism Crises”, **Proceedings Of International Conference On Tourism Development**, 14(5):627-648.

GILBERT, Paul (2005). “Compassion and cruelty: A biopsychosocial approach. In P. Gilbert (Ed.), *Compassion: Conceptualisations, research and use in psychoNyanaponika Therapy*”, **Hove: Routledge**. 9-74.

GORDON, William Van, Edo Shonin, Masood Zangeneh ve Mark Griffiths (2014). “Work-Related Mental Health and Job Performance: Can Mindfulness Help?”, **International Journal of Mental Health and Addiction**, 12(2):129-137.

GÖKCAN, Melike (2016). “Küşteri Meydanında Zaman Yolculuğu-Geçmişten Günümüze Karagöz Oyunlarının Toplumsal Boyutu”, **Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, (3):83-92.

GÖLPINARLI, Abdalbaki (1942). “Mevlânâ Celaleddin, Dîvan-ı Kebir”, **Maarif Matbaası**, İstanbul.

GÖNÜLLÜ, Ali Rıza (1997). “Türk Halk İnançlarında Nevruz Motifi”, **Türk Kültürü Araştırma Enstitüsü Dergisi**, 407:187-192.

GROSSMAN, Paul (2010). “Mindfulness for Psychologists: Paying Kind Attention to the Perceptible”, **Mindfulness**, 1(1): 87-97.

GÜRER, Nilüfer, (2003). “Kırsal Geleneksel Konut Dokusunun Turizm Bağlamında Değerlendirilmesi Cumalıkızık Örneği”, **Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

GÜNAY, Reha (1999). “Türk Ev Geleneği ve Safranbolu Evleri”, İstanbul: **YEM Yayınevi**.

GÜNAY, Reha (2002). “Mimar Sinan”, İstanbul: **YEM Yayınevi**.

GÜNAY, Reha (2013). “Türkiye’nin Kültürel Mirası-1”. **Açıköğretim Yayınları**. Eskişehir Anadolu Üniversitesi, 1-21.

GÜNAY, Semra (2007). “Gelişmekte Olan Çorum Turizmi: Büyük Potansiyel, Yetersiz Tanınmışlık ve Umut Veren Turist Tatmini”, **Ege Coğrafya Dergisi**, 16 (12): 86-101.

GÜNDOĞDU, Hamza (2006), “Kültürlerin Buluştuğu Bir Ortaçağ Şehri: Ani/Anı”, **Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi**, (17): 51-84.

GÜRAK, Hasan (2004). "Araştırmacılara Öneriler." **Sakarya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları**.

GÜRAY, Cenk, Erdem Şimşek (2011). “Alevilik ve Etkileşim İçine Girdiği Kültürel Yapılar Açısından Pervane Kavramının İrdelenmesi”, **Türk Kültürü ve Hacı Bektaş-i Veli Araştırma Dergisi**, (60):159-180.

GÜRBÜZ, Ahmet (2002). “Yerel Kalkınma Stratejisi İçinde Turizm ve Safranbolu Örneği”, **Bilig Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi**, (22), 29-48.

GÜRER, Nilüfer (2003), “Kırsal Geleneksel Konut Dokusunun Turizm Bağlamında Değerlendirilmesi, Cumalıkızık Örneği”, **Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Ankara: Gazi Üniversitesi.

GÜVEN, Ayşe Nur (2010). “Mesir Macununun Antioksidan Aktivitesinin ve Reolojik Özelliklerinin Belirlenmesi”, **İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul.

GÜZEL, Melih (1995). “Müzik Eğitiminin ve Dayalı Olarak Çalgı Eğitiminin Gestalt Psikolojisine Uygulanabilirliği”, **Yayımlanmamış Doktora Tezi**, Marmara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Müzik Eğitimi Ana Bilim Dalı.

GYATSO, Janet (1992). "In The Mirror Of Memory: Reflections On Mindfulness And Remembrance in Indian and Tibetan Buddhism" Albany: State University of New York Press, USA.

HAIR, Joseph F., William Black, Barry Babin, ve Rolph Anderson (2014). "Multivariate Data Analysis", **Pearson Education**, 7. Baskı, New Jersey.

HANH, Nhan Thich (1998). "The Heart of The Buddha's Teaching: Transforming Suffering into Peace, Joy, And Liberation.", **Rider Publish**.

HAYES, Steven C., Follette, Victoria and Linehan Marsha (2004). "Mindfulness and Acceptance: Expanding the Cognitive-Behavioral Tradition", **Guilford Press**.

HAYES, Sarah, Susan Orsillo ve Lizabeth Roemer (2010). "Changes In Proposed Mechanisms Of Action During An Acceptance-Based Behavior Therapy For Generalized Anxiety Disorder", **Behaviour Research And Therapy**, 48(3), 238-245.

HENDERSON, Joan (2007). "Singapore's Wartime Heritage Attractions" **Journal Of Tourism Studies**, 8(2):39-49.

HEZİYEVA, Şerhiyye (2010). "Tarihi Süreç İçinde Türkiye'de Âşıklık ve Âşıklık Geleneği", **Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi**, 10(1):81-89.

HODDER, Ian (2006). "Toprakdan Sonsuzluğa Çatalhöyük", **YapıKredi Yayınları**, İstanbul.

HOLAS, Pawel ve Tomasz Jankowski (2012). "A Cognitive Perspective on Mindfulness", **International Journal of Psychology**, (48): 232-243.

HOOPER, Daire, Joseph, Coughlan, Michael, Mullen (2008). "Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit", **The Electronic Journal of Business Research Methods**, (6):53-60.

HOSANY Sameer, Ekinci, Yüksel ve Uysal, Mahmut (2006). "Destination Image and Destination Personality: An Application of Branding Theories to Tourism Places", **Journal of Business Research**, (59): 638-651.

İÇÖZ, Orhan, Metin Kozak (1988). "Turizm Ekonomisi", **Turhan Kitabevi**, Ankara.

İSLAMOĞLU, Hamdi, Ümit Alınçık (2014). "Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (4. Baskı)", **Beta Basım Yayım**, İstanbul.

İŞÇEN, Olcaytu Ayça, Yavuz İşçen (2009), "Kapadokya Yaşam ve Gezi Rehberi", **Peri Bacası Yayınları**, Nevşehir.

JAFARI, Jafar (2000). **Encyclopedia of Tourism**. New York: Routhledge.

KABAT-ZINN, Jon (2003). “Mindfulness-Based Interventions In Context: Past, Present, and Future”, **Clin Psychol Sci Pract**, 10(2):144-156.

KABAT-ZINN, Jon (2009). “Neredeysen Orada Ol”, **Kuraldışı Yayıncılık**, İstanbul.

KABAT-ZINN, Jon, ve Thich Nhat Hanh (2009). “Full Catastrophe Living: Using The Wisdom Of Your Body and Mind To Face Stress, Pain, and Illness”, **Delta Press**, Boston.

KARA, Abdulvahap (2001). “Türk Devlet ve Topuluklarının Ortak Kültürel Bayramı Nevruz’un III. Binyılda İşlevi ve Konumu”, **Bilge Dergisi Bahar Sayısı**, (7):27-34.

KARAGÖZ, Yalçın (2016). “SPSS 23 ve AMOS 23 Uygulamalı İstatistiksel Analizler” (1. Baskı), **Nobel Akademik Yayıncılık**, Ankara.

KAĞITÇIBAŞI, Çiğdem (2004). “Yeni İnsan ve İnsanlar (10. Basım)”, **Evrım Yayınevi**, İstanbul.

KAHRAMAN, Nurfeddin, Refik Arıkan (2015). “Orta Asya’dan Bilecik’e Hıdırellez”, **Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi**, (15): 13-28.

KANG Myunghwa, Ulrike Gretzel (2011). “Effects of Podcast Tours on Tourist Experiences in a National Park”, **Tourism Management**, 33 (2): 440-455.

KAPLAN, David (2009). “Structural Equation Modeling (10. Basım)” **SAGE Publications**, USA.

KARA, Çiğdem (2018). “Geleneksel Yemeğin Boyutları ve Yemeğin Sesi”, **9. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi Bildirileri**, Ankara 2018.

KARA, Ergül (2016). “Üniversite Öğrencilerinin Depresyon Düzeylerinin Bağlanma Stilleri ve Bilinçli Farkındalık ile İlişkisi: Öz Kontrolün Aracılık Rolü”, **Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.

KARAKUŞ, Ümit (2016). “Nemrut Dağı Millî Parkı’ndan Rekreatyonel ve Turizm Amaçlı Yararlanmanın Ekonomik Değerinin Belirlenmesi: Seyahat Maliyeti Yöntemi Uygulaması”. **Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Erzurum.

KARASHAH Zarife Şişman (2006). “Dede Korkut Hikayelerinde Sıfat Fiiller ve Zarf Fiiller”, **Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kars.

KARATAŞ, Vildan (2012). “Sivas Ali Baba Mahallesi’nde Hıdırellez İnancı ve Bu İnanca Bağlı İnanışlar”, **Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi**, (1): 43-46.

KALAY, Hacer Arslan ve Emirhan Yenişehirlioğlu (2017). “Unesco Dünya Miras Listesi'nin Kültürel Miras Alanlarındaki Ziyaretçi Sayılarına Etkisi”, **International Congress On Cultural Heritage And Tourism**, 1191-1198.

KALAYCI, Şeref (2016). “SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri”, **Asil Yayınevi**.

KAVAK, Bahtışen; Emre Ozan Aksöz (2003) “Davranışsal ve Demografik Değişkenlerin Seyahat Acentası Müşterilerinin Bölümlendirilmesindeki Etkililikleri Üzerine Bir Araştırma”, **H.Ü. ve İ.B.F. Dergisi**, (21) 1: 229-242.

KAYAALP, Keser Elif (2010). “Bizans İstanbul’u Çalışmaları”, **Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi**, 8 (16): 9-32

KINDİĞİLİ Muhammed Lütfi (2009). “Divriği ve Çevresindeki Kültür Varlıkları”, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Ana Bilim Dalı**, Erzurum.

KIRKPATRICK Kristin (2005). “Enhancing Self-Compassion Using a Gestalt Two-Chair Intervention”, **The University of Texas at Austin PhD. Thesis**.

KOÇYİĞİT, Murat (2015). “Sosyal Ağların Marka Bağlılığı Oluşturmadaki Rolü”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi**, Konya.

KOTLER, Philip (1994). “Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control”, **Englewood Cliffs**. New Jersey.

KOTLER, Philip; John Bowen; James Makens (1999). “Marketing For Hospitality And Tourism”, 2nd Ed., **Prentice Hall**, Upper Sadle River, New Jersey.

KOZAK, Nazmi (2016). “Turizm Pazarlaması”, **Detay Yayıncılık**, Ankara.

KÖPRÜLÜ, Fuad (2012). “Türklerde Halk Hikâyeciliği Ait Maddeler: Meddahlar” **Edebiyat Araştırmaları 1**, Ankara.

KUBAN Doğan (2001). “Divriği Mucizesi-Selçuklular Çağında İslam Bezeme Sanatı Üzerine Bir Deneme”, **Yapı Kredi Yayınları**, İstanbul.

KUMARTAŞLIOĞLU, Satı (2017). “Edremit ve Burhaniye Tahtacılarında Hıdırellez”, **Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, (37): 275-291.

KÜÇÜK, Mehmet, Cemal Ersin Silik (2018). “Hıdırellez Kültünden Dinî Ritüelli Bir Spora: “Kırkpınar Yağlı Güreşleri” **Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)**, 4 (1): 83-96.

KÜÇÜKYILMAZLAR Aysun (2006). “İstanbul Ticaret Odası Çini Araştırması”, İstanbul.

LANGER, Ellen J. (1989). “Mindfulness” **Persues Yayınevi**, Boston.

LANGER, Ellen J., ve Mihnea Moldoveanu (2000). “Mindfulness and Research in the Future”, **Journal of Social Issues**, 56 (1), 129-139.

LAURIE James, Ann Blandford (2016). “**Making Time For Mindfulness**”, International Journal Medical Informatics, (96), 38-50.

LENGYEL, Attila (2016). “Tourism, Meditation, Sustainability”, **Applied Studies In Agribusiness And Commerce**, College of Szolnok.

LEWIS, Robert C.; Richard E. Chambers; Harsha E. Chacko (1995). “Marketing Leadership In Hospitality Foundations And Practices”, Second Edition, **Van Nostrand Reinhold**, New York.

LING, Tan Poh, Shuhaida Noor ve Hasrina Mustafa (2015). “Mindfulness And Tourism: The Case Of Penang World Heritage Sites In Malaysia”, **Communication And Culture**, Second International Conference On Media Communication And Culture (ICMCC 2015).

LING, Tan Poh, Shuhaida Noor, Mostafa Rasoolimanesh ve Hasrina Mustafa (2019). “Communication and Visitor Factors Contributing Towards Heritage Visitors’ Mindfulness”, **Journal of Heritage Tourism**, 1-17.

LOMAX, Richard, Schumacker, Randall (2004). “A Beginner's Guide To Structural Equation Modeling” **Psychology Press**, 200-210.

LOUREIRO, Sandra Maria Correia; Stylos, Nikolaos; Miranda, Francisco (2019). “Exploring How Mindfulness May Enhance Perceived Value Of Travel Experience”, **The Service Industries Journal**, 1-25.

MANFREDO, Michael J., Michael Tarrant, B.L. Driver (1996). “Measuring Leisure Motivation: A Meta- Analysis of the Recreation Experience Preference Scales”, **Journal of Leisure Research**, 28(3):188-213.

MATEAR, Sheelagh, Gray, Brendan (1996). “Benefit Segments in a Freight Transport Market”, **European Journal of Marketing**, 29 (12), 43-58.

MCHUGH, Mary (2013). “The Chi-Square Test of Indepence”, **Biochemia Medica**, (23)2:143-149.

MELLAART, James (2003). “Çatalhöyük: Anadolu’da Bir Neolitik Kent”, **Yapı Kredi Yayınları**, İstanbul

MOSCARDO, Gianna (1996). “Mindful Visitors: Heritage and Tourism. **Annals Of Tourism Research**, 23(2): 376-397.

MOSCARDO, Gianna (1999). “Making Visitors Mindful: Principles for Creating Sustainable Visitor Experiences through Effective Communication”. United States of America: **Sagamore Publishing**.

MOSCARDO, Gianna (2003). “Interpretation and Sustainable Tourism: Functions, Examples and Principles”. **Journal of Tourism Studies**, 14 (1):112-123.

MOSCARDO, Gianna (2009). “Understanding Tourist Experience Through Mindfulness Theory”, **Handbook of Tourist Behavior: Theory & Practice**, Editör: Metin Kozak, Taylor&Francis Group, 2009.

MOSCARDO, Gianna (2017). “Exploring Mindfulness And Stories In Tourist Experiences”. **International Journal Of Culture, Tourism and Hospitality Research**. 11 (2):111-124.

MUTLU, Mustafa (1995). “Karagöz”, **Tiyatro Araştırmaları Dergisi**, 12 (2): 53-63.

MÜLKOĞLU, Cevriye, Figen Ayhan (2019). “Psöriatik Artritte Emosyonel Durumun Yaşam Kalitesine Etkisi”, **Sakarya Tıp Dergisi**, 9(4): 579-584.

NEFF, Kristin (2003). “Self-Compassion: An Alternative Conceptualization of a Healthy Attitude Toward Oneself, **Self and Identity**, 11 (2): 85-101

NEVE, Peter (1990). “Tanrılar ve Tapınaklar Kenti Hattuşa”, **Anadolu Araştırmalar Dergisi**, 21-40.

NUTKU, Özdemir (1997). “Meddahlık ve Meddah Hikâyeleri”, **AKM Başkanlığı Yayınları**. Ankara.

OĞUZ, Öcal M. (2016). “Tatların Benzer Dünyası: Türk-Macar Ortak Yemek Kültürü”, **UNESCO Milli Komisyonu Yayınları**, Ankara.

OVALIOĞLU, İlhan (2007). “Arşivin Rengi, Osmanlı Belgelerinde Ebru ve Etiket”, **Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları**, İstanbul.

ÖGEL, Kültegin (2012). “Bilişsel Davranışçı Terapilerde Üçüncü Dalga. Farkındalık (Ayrımsama) ve Kabullenme Temelli Terapiler”, **HYB Yayıncılık**, Ankara. 232 sf.

ÖNEY, Gönül, Zehra Çobanlı (2007). “Anadolu’da Türk Devri Çini ve Seramik Sanatı”, **Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları**, Ankara.

ÖTER, Zafer, Osman Nuri, Özdoğan (2005). “Kültür Amaçlı Seyahat Eden Turistlerde Destinasyon İmajı: Selçuk-Efes Örneği”. **Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi**, 16(2).

ÖZDEMİR, Ünal (2011). “Safranbolu’nun Kültürel Miras Kaynakları ve Korunması”, **Doğu Coğrafya Dergisi**, 129-142.

ÖZGÜÇ, Nazmiye (1998). “Turizm Coğrafyası (Özellikler-Bölgeler)”, **Çantay Kitabevi**, İstanbul.

ÖZGÜDENLİ, Osman, Ömer Uzunağaç (2014) “Selçuklu Anadolu’sunda Ekmek”, **Marmara Türkiyat Araştırmaları Dergisi**, 1(1):43-72.

ÖZTURA, Erdal (2010). “Truva Tarihi Milli Parkı, Kazdağı Milli Parkı ve Spil Dağı Milli Parkı Ziyaretçilerinin Türkiye’de “Milli Park” Kavramı ve Eğitimi Üzerine Görüşleri”, **Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi**.

ÖZYEŞİL, Zümra, Coşkun Arslan, Şahin Kesici ve Engin Deniz (2011). “Bilinçli Farkındalık Ölçeğini Türkçeye Uyarlama Çalışması”, **Eğitim ve Bilim**, 36 (160), 224-235.

PALACIO, Vincent; Stephen F. McCool (1997). “Identifying Ecotourists in Belize Through Benefit Segmentation: A Preliminary Analysis”, **Journal of Sustainable Tourism**, (5) 3: 234-243.

PERKER, Sevgen, Nilüfer Akıncıtürk (2011). “Geleneksel Cumalıkızık Evlerinde Ahşap Konut Sistemi”, **Uludağ Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi**, 16(1):41-52.

POLSTER, Erving, Polster, Miriam (2013). “From the radical center: The heart of Gestalt therapy”. **Gestalt Press**.

PRENTICE, Richard, Sinead Guerin, Stuart McGugan (1998). “Visitor Learning At A Heritage Attraction: A Case Study Of Discovery As A Media Product”, **Tourism Management**, 19(1):5-23.

REID, Denise (2011). “Mindfulness And Flow in Occupational Engagement: Presence in Doing”, **Canadian Journal Of Occupational Therapy. Revue Canadienne D'ergothérapie**, 78(1):50-56.

REISINGER, Yvette ve Lindsay, Turner (1999). “Structural Equation Modelling: Critical Issues and New Developments”, **Journal of Travel and Tourism Marketing**, 21(4):41-71.

SARI, Elif (2011). “Kurşunlu Mutfak Kültüründe Keşkek: Geçmişi, Bugünü ve Yarını”, **Milli Folklor Dergisi**, 23(1):54-64.

Sarıgöllü, E. & Huang, R. (2005). Benefits segmentation of visitors to Latin America. *Journal of Travel Research*,43, 277-293.

SCHERMELLEH-Engel, Karin, Moosbrugger, Helfried, ve Müller, Hans (2003). "Evaluating The Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive GoodnessOf-Fit Measures, **Methods of Psychological Research Online**, 8(2), 23-74.

SCHERRER, Peter (2000). "Ephesus: The New Guide", **Ege Yayınları**, İstanbul.

SCHMIDT, Klaus (2010), "Göbekli Tepe Kazısı 2010 Yılı Raporu", 33.Kazı Sonuçları Toplantısı, **Ankara: KTB Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü Yayını**, 319-339.

SCHMIDT, Klaus (2007) "Göbekli Tepe-En Eski Tapınağı Yapanlar", **Arkeoloji ve Sanat Yayinevi**, İstanbul.

SEÇİLMİŞ, C. (2012). "Termal Turizm Destinasyonlarından Duyulan Memnuniyet Düzeyinin Tekrar Ziyaret Niyetine Etkisi: Sakarılıca Örneği", **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**, (39) 39.

SEMENDEROĞLU, Adnan, Hakan Durmuş, Seyhan Güler (1993). "Pamukkale'nin Dünü, Bugünü, Yarını", **Çevre Dergisi**, (8) 9-12.

SEVİMLİ, Sedef (2006). "Hizmet Sektöründe Kalite ve Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Uygulama", Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, **Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, İzmir.

SHADFAR, Shahin ve Malekmohammadi, Iraj (2013). "Application of Structural Equation Modeling (SEM) in Restructuring State Intervention Strategies Toward Paddy Production Development", **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**, 3(12): 576-618.

SHARMA, Subhash (1996). "Appilied Multivarite Techniques, **John Wiley& Sons Inc.**, New York.

SIEGEL, Ronald, Christopher Germer, Andrew Olendzki (2009). "Mindfulness: What Is It? Where Did Come From?", **Clinical Handbook of Mindfulness**,17-35.

SINGH, Nirbhay, Giulio Lancioni, Robert Wahler, Alan Winton, Judy Singh (2008). "Mindfulness Approaches in Cognitive Behavior Therapy", **Behavioural and Cognitive Psychotherapy**, (36):659-666.

SIPE, Walter ve Stuart Eisendrath (2012). "Mindfulness-Based Cognitive Therapy: Theory And Practice". **Canadian Journal Of Psychiatry**, 57(2):63.

SKAVRONSKAYA, Liubov, Noel Scott, Brent Moyle, Dung Le, Arghavan Hadinejad, Rui Zhang, Sarah Gardiner, Alexandra Coghlan, Aishath Shakeela (2017). "Cognitive Psychology And Tourism Research: State Of The Art", **Tourism Review**, 2 (72):221-237.

SMITH, Melanie Kay, Anya Diekman (2017). "Tourism And Wellbeing". **Annals Of Tourism Research**, (66):1–13.

SOMUNCU, Mehmet, Turgut Yiğit (2009). "Göreme Milli Parkı ve Kapadokya Kayalık Sitleri Dünya Mirası Alanı'ndaki Turizmin Sürdürülebilirlik Perspektifinden Değerlendirilmesi", **V. Ulusal Coğrafya Sempozyumu Bildiriler Kitabı**, 387-402.

SOMUNCU, Mehmet (2009). "Türkiye'nin Dünya Mirası Alanları", **UNESCO Milli Komisyonu Somut Kültürel Miras İhtisas Komitesi**, Ankara.

SOYUKAYA, Nevin (2015). "Diyarbakır Kalesi ve Hevsel Bahçeleri Kültürel Peyzajı Yönetim Planı", **Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi Şehircilik Daire Başkanlığı**, 1-36.

SPARKS, Beverley (2007). "Planning A Wine Tourism Vacation? Factors That Help To Predict Tourist Behavioural Intentions", **Tourism Management**, 28:1180-1192.

STEELE, Michaelam (2008). "Leading High Reliability Schools: The Effects Of Organizational Mindfulness On Collective Efficacy", **The University Of Texas At San Antoni Doktora Tezi**, 1-143.

ŞAHİN, Nesrin Hisli ve Zuhul Yeniçeri (2015). "Farkındalık Üzerine Üç Araç: Psikolojik Farkındalık, Bütünleyici Kendilik Farkındalığı ve Toronto Bilgece Farkındalık Ölçekleri", **Türk Psikoloji Dergisi** (76):48-64.

ŞENER, Yaşar Selçuk (2014). "Ani Şehir Surları, Korunma Sorunları ve Çözüme Yönelik Öneriler", **International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic**, (9):977-990.

TAŞER, Nesrin (2014). "Aydın İli Tanıtım Broşürü". **Aydın Valiliği İl Kültür ve Turizm Yayınları**, 1-120

TAYLOR, Lorraine (2014), "The Influence Of Mindfulness During The Travel Anticipation Phase On Search And Choice Behaviors, Search And Choice Outcomes, And Trip Evaluations". **Tourism Travel And Research Association: Advancing Tourism Research Globally**, 1-184.

TAYLOR, Lorraine, William Norman (2019). "The Influence of Mindfulness During The Travel Anticipation Phase", **Tourism Recreation Research**, (44)1: 76-90.

TEASDALE, John ve Michael Chaskalson (2011). “How Does Mindfulness Transform Suffering? I: The Nature and Origins of Dukkha, **Contemporary Buddhism**, 12 (01): 89-102.

TEKE, Selcan (2013). “Somut Olmayan Kültürel Mirasın Geleceği Türkiye Deneyimi”, **UNESCO Milli Komisyonu Yayını**, 41-45.

TEKELİ, Hasan (2001). “Turizm Pazarlaması ve Planlaması”, **Detay Yayıncılık**, Ankara.

THERA, Nyanaponika (1972). “The Power Of Mindfulness (Mindfulness Series 3)”, **Unity Press**, 1-60.

TORUN, Yeter (2011). “Dede Korkut Hikâyelerinde Barınma ile İlgili Sözler ve Bu Sözlerin Birliktelik Kullanımları Üzerine”, **Turkish Studies**, 6 (3): 1251-1263.

TILDEN, Freeman (1967). “Interpreting Our Heritage”, Chapel Hill: **University of North Carolina Press**.

TONTA, Yaşar (2014). “Kültürel Mirasın Geleceği”, **Üniversite ve Araştırma Kütüphanecileri Derneği**, 1-18.

TROYER, Veerler De (2005). “Heritage In The Classroom: A Practical Manuel For Teachers”, **Coronet Books Incorporated**, Hollanda.

TURAN, Mustafa (1998). “Tarihi Kaynaklar Işığında Nevruz’un Menşei Meselesi”, **Türk Dünyası Folklor Dergisi**, (37): 90-104.

TURAN, İbrahim, Ümit Şimşek, Hasan Aslan (2015). “Eğitim Araştırmalarında Likert Ölçeği ve Likert-Tipi Soruların Kullanımı ve Analizi”, **Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, 30: 186-203.

TÜRKER, Ali, İsa Çelik (2012). “Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurlarının Turistik Ürün Olarak Geliştirilmesine Yönelik Alternatif Öneriler”. **Yenifikir Dergisi**, (9): 86-98.

TÜRKÖLMEZ, Elif (2017). “Denizli, Toprağında Hayat, Suyunda Şifa”, **TÜRSAB Dergisi**, İstanbul.

TÜRKTAŞ, Zuhul (2013). “Anadolu’da Hasır Dokuma ve Sepet Kullanıma İlişkin Eski Bir Örnek; Çatalhöyük (ve Günümüze Uzantıları)”, **Akdeniz Sanat Dergisi**, (4)7:133-136.

UÇAR, Ergin (2006). “Yaşam Tarzına Göre Pazar Bölümlendirme ve Bireysel Emeklilik Sektörü Üzerine Bir Uygulama”. **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

UĞURLU, Serdar (2014). “Türk Kültüründeki Dini Rakslara Birkaç Örnek”. **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 7 (29):1058-1079.

ULUDAĞ, Süleyman (1999). “İslam Açısından Musikî ve Semâ”, **Marifet Yayınları**, İstanbul.

ULUSOY, Kadir (2011). “Türk Toplum Hayatında Yaşatılan Kahve ve Kahvehane Kültürü”, **Milli Folklor**, 23 (89): 159-169.

YAZICIOĞLU, Yahşi ve Erdoğan, Samiye (2004). “SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri”, **Detay Yayıncılık**, Ankara.

YAYLALI, Mehmet Kaya, (2010). “Post Processual Süreç Sonrası Arkeoloji ve Kültürel Miras (Çatalhöyük Örneği)”, **Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Arkeoloji Anabilim Dalı**, 1-81.

YILDIZ, Cengiz (2002) “Türk Kültür Tarihinde Kahve ve Kahvehane”, **Yeni Türkiye Yayınları**, 635-639.

YILDIZ, Nuran, Mehmet Şamil Güneş (2017). “Örgütsel Stresin, Örgütsel Sessizlik ve Tükenmişlik Üzerine Etkisi: Eczane Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma”, **Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi**, (1) 1: 45-66.

YÖNETKEN, Halil Bedi (1962). “Sıraç ve Nalçacılar da Semah”, **Türk Folklor Araştırmaları Yayınları**, 2900-2909.

YÜCETOKER, İzzet, Meral Bahar (2015). “Cumhuriyet Döneminde Şiir ve Müzik: Âşıklık Geleneği”, **Afyon Kocatepe Üniversitesi Akademik Müzik Araştırmaları Dergisi**, 1(1):1-16.

YÜKSEL, Atila ve Füsun, Yüksel (2002). “Market Segmentation Based On Tourists’ Dining Preferences”, **Journal of Hospitality & Tourism Research**, 26 (4): 315-331.

YÜKSEL, Atila ve Füsun, Yüksel (2004). “Turizmde Bilimsel Araştırma Yöntemleri (Birinci Baskı)” **Turhan Kitabevi**, Ankara.

WINKLE, Christine, Kenneth Backman (2009). “Examining Visitor Mindfulness At A Cultural Event”. **Event Management**, (12) 3-4, 163–169.

İnternet Kaynakları

ARAŞTIRMA ve Eğitim Genel Müdürlüğü, <https://aregem.ktb.gov.tr/TR-202290/asiklik-gelenegi.html> (Erişim Tarihi 24.02.2018).

ATATÜRK Üniversitesi Resmi İnternet Sitesi, “Revan’dan Erivan’a Bir Şehrin Kimliği-Ermeni Mezalimi”, <https://webarsiv.atauni.edu.tr/revandan-erivana-bir-sehrin-kimligi> (Erişim Tarihi: 19.09.2019)

ATLAS DERGİSİ (2015), **Türkiye Bahar Rotaları II**, <https://www.atlasdergisi.com/arsiv/kitaplar/turkiye-bahar-rotalari-ii/52/19/1> (Erişim Tarihi: 15.07.2018).

BERKMAN, Haluk (2014). Bir Sufi Sanatı: Ebru, Ruhsal İnsan, Yazı 14, www.halukberkman.net (Erişim Tarihi:28.07.2018).

DÖNER Sermaye İşletmesi Genel Müdürlüğü, <http://dosim.kulturturizm.gov.tr/muze/45> (Erişim Tarihi: 15.08.2019).

İSTANBUL Büyükşehir Belediyesi Resmi İnternet Sitesi (2016). “Zeyrek Camii ve Çevresi Koruma Alanı.”. <https://sites.ibb.gov.tr/ebrucorman/124-2/> (Erişim Tarihi: 11.07.2018).

MANN, Charles (2011). “The Birth of Religion”. **National Geographic Haziran 2011 Sayısı**. <https://www.nationalgeographic.com/magazine/2011/06/gobeki-tepe> (Erişim Tarihi: 11.12.2018).

SİVAS Valiliği Resmi İnternet Sitesi, <http://www.sivas.gov.tr/divrigi-ulu-cami-ve-darussifasi> (Erişim Tarihi: 22.05.2018) .

SOMUT Olmayan Kültürel Mirasın Geleceği (2013). “Somut Olmayan Kültürel Mirasın Geleceği Türkiye Deneyimi”, **UNESCO Türkiye Milli Komisyonu**, Ankara. http://www.unesco.org.tr/Content_Files/Content/Yayinlar/sokum_deneyimioptimize.pdf, (Erişim Tarihi: 24.05.2019).

UNESCO Resmi İnternet Sitesi (2015). “Resmi UNESCO Nevruz Kutlama Mesajı”, <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000231887> (Erişim Tarihi: 13.04.2019).

Ek-1 Türkçe Anket Formu



Bayın Katılımcı, Bu çalışma, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda yürütülmekte olan "Bilinçli Farkındalık ve Turizm: İç Anadolu Bölgesi'nde Bulunan Somut Kültürel Mirasları Ziyaret Eden Turistler Üzerinde Bir Araştırma" konulu doktora tezi için uygulanmaktadır. Elde edilecek verilerin tamamı bilgisayar ortamında ve bilimsel araçlarla değerlendirilmekte olup, kesinlikle üçüncü şahıslarla paylaşılmayacaktır. Katılmamız için teşekkür ederim.

Dr. Öğrencisi: Mesut Murat ADABALI

Cinsiyetiniz
 Kadın Erkek

Eğitim Durumunuz
 İlköğretim Lise Onlisans Lisans Lisansüstü

Medeni Durumunuz
 Evli Bekâr

Mesleğiniz
.....

Yaşınız
.....

Lütfen aşağıdaki ifadelerinizi tamamlayan görüşlerinizi işaretleyiniz

1- Kesinlikle Katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3- Ne Katılmıyorum Ne Katılmıyorum, 4- Katılıyorum, 5- Kesinlikle Katılıyorum

Ziyaret edeceğim bölgeye karar vermeden önce;

	1	2	3	4	5
Bölgeyi tecrübe edinmiş tanılklardan fikir alırım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seçimimi şansa bırakmam, derinlemesine düşünürüm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ayrıntılara dikkat ederim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Somut bilgilere ihtiyaç duyarım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kültürel miras alanlarını ziyaret ettiğimde;

	1	2	3	4	5
Yeni şeyler araştırmayı severim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bazı şeylerin neden ve nasıl olduğunu anlamaya çalışırım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
İlk kez karşılaştığım sanatları denemeyi-öğrenmeyi severim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bir şeyler yaparken yeni yollarını yapmaya her zaman açığım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kafamdaki soruların cevaplarını ararım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Merakımı canlı tutmayı severim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Farklı-İlginç alanları araştırmayı severim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kültürel miras alanı ziyaretimde;

	1	2	3	4	5
İlgimi çeken şeyler oldu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aklımdaki sorulara cevap aradım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Merakım uyandı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kültürel miras alanındakiyle ilgili sorularım çoğaldı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yeni şeyler öğrendim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bulduğum yerde geçmişte neler olup bittiğini hissettim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kültürel miras alanı ziyaretimde;

	1	2	3	4	5
Çevre-Doğa hakkında yeni şeyler öğrendim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kültürel miras alanında bulunan şeylerle ilgili bilgim arttı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Doğanın tadını çıkardım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yeni şeyler keşfettim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ülke-Bölge hakkında bilgi edindim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Heyecan verici bir tecrübe yaşadım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hayata yeni bir bakış açısı kazandım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eğlendim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zihnim dinlendi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Günlük sorumluluklarımı bir anlığına savuşturdum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Psikolojik olarak rahatladım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Bence;

	1	2	3	4	5
Gerçek bir tecrübeydi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Muhteşem çevre koşulları vardı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Günlük stresten kaçmak için bir fırsattı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kusurlara göz yumacağım bir tecrübe oldu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bölgeye özgü yöresel ürünler güzeldi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Şıradışı-Keşfedilmeyi bekleyen bir destinasyondü	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
İmkânım olursa buraya tekrar gelmek isterim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maliyeti çok yüksek olsa da tekrar bu tip bir seyahate çıkmayı düşünürüm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ailemi ve çevremdekileri bu tip bir seyahate çıkma konusunda teşvik ederim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bu tip bir seyahat ile ilgili fikrimi soranlar olursa tavsiye ederim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kültürel Miras Alanını Ziyaretimde Ailem ile beraberdim Arkadaşım ile beraberdim Tek başımaydım

Ek-2 İngilizce Anket Formu



Dear participant, this study is being conducted at the Necmettin Erbakan University Department of Tourism Management Institute of Social Sciences "Mindfulness and Tourism: A Research on Tourists Who Visited Concrete Cultural Heritage in Central Anatolia" and this survey form created for Ph.D. thesis. All the data obtained and evaluated by computer and scientific tools, certainly it will not be shared with third parties. Thank you for your participation.

Ph.D. Candidate: Mesut Murat ADABALI

Gender		Education Level				
<input type="checkbox"/> Female	<input type="checkbox"/> Male	<input type="checkbox"/> Primary Education	<input type="checkbox"/> High School	<input type="checkbox"/> Associate Degree	<input type="checkbox"/> Bachelor's Degree	<input type="checkbox"/> Postgraduate Degree
Marital Status		Profession	Age	Nationality		
<input type="checkbox"/> Married	<input type="checkbox"/> Single		

Please mark your comments completed the following statement
 1-Totally Disagree, 2-Disagree, 3- Not Assign, 4- Agree, 5- Totally Agree

Before making a decision for my holiday;

	1	2	3	4	5
I prefer to consult a friend that has experience with the heritage area	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I try to think comprehensively on my decisions, I do not leave the decisions to chance	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I pay attention to details	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
The notion of thinking abstractly is not appealing to me	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

At the sites;

	1	2	3	4	5
I like to investigate new things	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I like to figure out how and why certain things happen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I try to think new ways of doing things	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I am always open to new ways of doing things	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I like to search for an answer to questions I may have	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I like to have my curiosity aroused	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I like to inquire further things	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

When at sites I like to;

	1	2	3	4	5
Have my interest captured	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Search for answers to questions I may have	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Have my curiosity aroused	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Inquire further about things in the park	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Explore and discover new things	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Feel involved in what is going on	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

When I visited the state park;

	1	2	3	4	5
To learn more about nature	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
To develop my knowledge of things here	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
To gain a better appreciation of nature	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
To discover something new	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
To get to know the lay of the land	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
To experience excitement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
To gain a new perspective on life	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
To be entertained	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
To give my mind a rest	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
To avoid everyday responsibilities for awhile	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
To physically relax	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

I think;

	1	2	3	4	5
It was real/ genuine experience	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beautiful surroundings	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Opportunities for me to escape from routine/stress of daily life	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Indulgent experience	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Regional produce unique to destination	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
An unusual/undiscovered destination	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
If I can, I would come again the site	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Even if the prices higher, I would come again the area	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I will encourage my family and friends buying that type of holiday	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I would recommend about that type of holiday to anyone that ask me	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

When at state park To be with family To be with friends To be alone

Ek-3 Japonca Anket Formu



参加者の皆さまへ、本調査はネジュメッティン・エルバカン大学社会学研究所観光経営学部より行われている「自覚している意識と観光：中央アナトリア地方にある有形文化遺産を訪れる観光客に関する調査」の題名の博士論文のために応用されています。取得されるあらゆるデータは、パソコンにおいて科学的ツールによって評価されて、絶対に第三者と共有されません。ご参加ありがとうございます。

博士課程の学生：メスット・ムラット・アダバル

性別 女 男

学歴 小学卒業 高校卒業 短大卒業 大学卒業 大学院

婚姻状況 既婚 未婚

専門

年齢

下記文章に最も当てはまる所見をお選び下さい。

1-全くそう思いません, 2-そう思いません, 3-賛成でも反対でもない, 4-そう思います, 5-非常にそう思います

訪れる場所を決める前に、

	1	2	3	4	5
前にそこを訪れた知り合いから感想を聞きます					
運に任せてもいけないから、深く考えます					
詳細に気を配ります					
具体的な情報を求めます					

文化遺産を訪れたときに、

	1	2	3	4	5
新しいことを調べるのが好きです					
色々なものはどうやって、何故存在しているのを知りたいがります					
初めて出会った芸術をやって見て、覚えるのが好きです					
あることをするとき、新しい方法を調べることにに対して抵抗がありません					
気になっていることに対して答えを調べます					
好奇心を存続させることが好きです					
異なって面白いことを調べるのが好きです					

文化遺産を訪れたら、

	1	2	3	4	5
興味をそそられたものがありました					
気になったことの答えを探しました					
好奇心が起こされました					
文化遺産にあるものに対して質問が増えました					
新しいことを学びました					
立ったところで昔どんなことがあったか感じました					

文化遺産を訪れたら、

	1	2	3	4	5
環境・自然界について新しいことを学びました					
文化遺産にあるものに関して知識が増えました					
自然界を楽しめました					
新しいことを発見しました					
当国・当地について知識を受けました					
興奮に満ちたことを経験しました					
世界を新しい視点から眺めれるようになりました					
楽しかったです					
頭を休めました					
日頃の責任を一時に除去できました					
精神的にリラックスできました					

私にとっては、

	1	2	3	4	5
本当な経験でした					
ここに立派な環境側面がありました					
日頃のストレスを発散するための機会でした					
欠点を無視できるような経験でした					
地方の伝統的なものは綺麗でした					
ここは桁外れで未発見のところでした					
機会があれば、再度ここを訪れたいです					
コストが高くて、再度このような旅をしたいと思います					
家族や回りの人にこのような旅をすることで励まします					
このような旅について意見が聞かれたらお勧めしたいと思います					

文化遺産を訪れたときに、 家族と一緒に来ました 友達と一緒に来ました 一人で来ました

Ek-4 Catalhöyük Neolitik Kenti Araştırma İzin Belgesi



T.C.
KONYA VALİLİĞİ
İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
Turizm Yatırım İşletmeler Şube Müdürlüğü

Sayı : 73299673-350-E.664775

08.08.2018

Konu : Araştırma İzni (Mesut Murat ADABALI)

KONYA NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜNE

İlgi : 03.08.2018 tarihli ve 48178250-300-E.10570 sayılı yazınız.

Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Doktora Programı öğrencisi Mesut Murat ADABALI'nın Çatalhöyük Antik Kenti'nde yapmak istediği "Bilinçli Farkındalık ve Turizm: İç Anadolu Bölgesinde Bulunan Somut Kültürel Mirasları Ziyaret Eden Turistler Üzerinde Bir Araştırma" konulu anket çalışması Müdürlüğümüzce uygun görülmüştür.

Bilgilerinizi ve gereğini arz ederim.

 e-imzalıdır

Mehmet YÜNDEN

Müdür a.

İl Kültür ve Turizm Müdür Yrd.

Not: 5070 sayılı Elektronik İmza kanunu gereği bu belge elektronik imza ile imzalanmıştır.

Aziye Mah. Aslanlıoğlu Cad. No:5
Karatay/KONYA
Tel: 0332.3534020-3534021

Bilgi için: Ramazan BAŞTUĞ
Bilgisayar İşletmeni
Telefon No:(332) 353 40 20-139



Ek-5 Hitit Başkenti-Hattuşa Araştırma İzin Belgesi



T.C.
ÇORUM VALİLİĞİ
İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
Çorum Müze Müdürlüğü

Sayı : 80749770-155.01-E.660868
Konu : Bilimsel Müze Araştırmaları

07.08.2018

NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜNE
(Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı)
Nişantaş Mah. Dr. M. Hulisi Baybal Cad. No:12 Kat 18 42060 Selçuklu KONYA

- İlgi: a) 10/08/1984 tarih ve 18485 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Kültür ve Tabiat Varlıklarıyla İlgili Olarak Yapılacak Araştırma Sondaj ve Kazılar Hakkında Yönetmelik.
b) 26/01/1984 tarih ve 18293 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Müzelerle Müzelere Bağlı Birimlerde ve Örenyerlerinde Kültür Varlıklarının Film ve Fotoğraflarının Çekilmesi Mulaj ve Kopyalarının Çıkarılması Hakkında Yönetmelik.
- a. Bakanlığımız Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü'nün 27/03/2001 tarih ve 2487 sayılı yazısı.
d) Bakanlığımız Döner Sermaye İşletmesi Merkez Müdürlüğü'nün 20/04/2009 tarih ve B.16.DÖS.0.05.00.00/75250 sayılı yazısı.
e) Bakanlığımız Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü'nün 06/05/2010 tarih ve 95218 sayılı yazısı eki Bakanlık Makamının 06/05/2010 tarih ve 95217 sayılı onayı.
f) 03.08.2018 tarih ve E.10570 sayılı yazınız.

Üniversiteniz, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Doktora programı öğrencisi Mesut Murat ADABALI'nın "Bilinçli Farkındalık ve Turizm: İç Anadolu Bölgesinde Bulunan Somut Kültürel Mirasları Ziyaret Eden Turistler Üzerinde Bir Araştırma"konulu tez çalışması kapsamında anket yapması ile ilgili olarak,

- Çalışmanın ilgi (a), (b), (c), (d) ve (e)'de kayıtlı yazı, genelge ve yönetmelikler kapsamında gerçekleştirilmesi,
- Çalışmanın başlayacağı tarihin Müze Müdürlüğü'ne 15 gün önceden bildirilmesi ve randevu alınarak çalışılması,

Not: 5070 sayılı Elektronik İmza Kanunu gereği bu belge elektronik imza ile imzalanmıştır.

Evsak Doğrulama Kodu : 00VBTN00BLN0DILLHHUV Evsak Takip Adresi: <http://belgedogrulama.kultur.gov.tr/>
Gülâlibey Mah.CengizTOPEL Cad.No:153 ÇORUM
Telefon No : (364) 213 15 68 Belgegeçer No : (364) 224 30 25
e-posta : corummuzesi@kultur.gov.tr

Bilgi için: Sıtkı BÖLBÜL
Bilgisayar İşletmeni




- Müze Müdürlüğü'nün belirleyeceği şartlara uyulması ve gerekli güvenlik önlemlerine

riayet edilmesi,


koşullarıyla, 2018 yılında anket yapması Müdürlüğümüzce uygun görülmektedir.

Çalışmanın tamamlanmasının ardından hazırlanacak araştırma metni, çizim, fotoğraf vb. belgeyi içeren, mümkünse CD ortamına aktarılmış çalışma raporu ile ileride yayımlanması halinde kitap ve ayrı basımların Müze Müdürlüğüne gönderilmesi gerekmektedir.

Söz konusu çalışmanın tamamlanamaması ve 2019 yılında da araştırmaya devam edilmesinin istenmesi halinde, öngörülen çalışma tarihinden 3 ay önce olmak üzere, 31 Aralık 2018 tarihine kadar araştırmacının mensubu bulunduğu bilimsel kurum veya kuruluş vastasıyla talepte bulunması hususunda bilgi ve gereğini arz ederim.

 e-imzalıdır
Metin ÇAKAR
Müze Müdürü

Bu evrakın 5070 Sayılı Kanun gereği elektronik imza ile imzalanmıştır.
İmzalandığı tasdik olunur.
...07...080 2018


Mehmet Ali ÖZTUNA
İŞÇİ

Not: 5070 sayılı Elektronik İmza Kanunu gereği bu belge elektronik imza ile imzalanmıştır.

Evrak Değerleme Kodu : 00V8TNO0BLNDLLH8U Evrak Takip Adresi : <http://belgeizleme.kultur.gov.tr/>
Gülâibey Mah.CengizTOPEL Cad.No:153 ÇORUM
Telefon No : (364) 213 15 68 Belgegeçer No : (364) 224 30 25
e-posta : corummuzesi@kultur.gov.tr

Bilgi için:Sıtkı BÜLBÜL
Bilgisayar İşletmeni



Ek-6 Göreme Milli Parkı ve Kapadokya Bölgesi Araştırma İzin Belgesi



T.C.
NEVŞEHİR VALİLİĞİ
İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
Nevşehir Müze Müdürlüğü

Sayı : 13726832-044-E.723324

06.09.2018

Konu : Araştırma İzni (Mesut Murat ADABALI)

NEVŞEHİR VALİLİĞİNE
(İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü)

İlgi : 07.08.2018 tarihli ve 23400888-044-E.659903 sayılı yazınız.

İlgi yazınız ekinde Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği doktora öğrencisi Mesut Murat ADABALI' Bilinçli Farkındalık ve Turizm : İç Anadolu Bölgesinde Bulunan Somut Kültürel Mirasları Ziyaret Eden Turistler Üzerinde Bir Araştırma tezi kapsamında anket yapma isteği incelenmiştir

Konuya ilişkin Müdürlüğümüze bağlı Göreme Açık Hava Müzesi ve Zelve Örenyerinde anket yapmasında herhangi bir sakınca bulunmamaktadır.

Gereğini bilgilerinize arz ederim.

 e-imzalıdır
Murat GÜLYAZ
Müze Müdürü

Not: 5070 sayılı Elektronik İmza kanunu gereği bu belge elektronik imza ile imzalanmıştır.

Kayseri Cad. Türbe Sok. Kültür Merkezi Binası No:1 NEVŞEHİR
Tel: (0384) 213 14 47 Faks: (0384) 212 43 38
e-posta: nevsehirmuzesi@kulturturizm.gov.tr

Bilgi için:Sinan OCAK
Müze Araştırmacısı



ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı:	Mesut Murat ADABALI
Doğum Yeri:	Konya / Meram
Doğum Tarihi	16.12.1988
Medeni Durumu:	Evli

Öğrenim Durumu

Derece	Okulun Adı	Program	Yer	Yıl
İlköğretim	Hazım Uluşahin İlköğretim Okulu	-	Konya	1995-2002
Lise	Gazi Mustafa Kemal Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi	Mutfak (İngilizce Hazırlık Programı Dahil)	Konya	2002-2006
Lisans	Adnan Menderes Üniversitesi	Konaklama İşletmeciliği (İngilizce Hazırlık Programı Dahil)	Aydın	2007-2012
Yüksek Lisans	Necmettin Erbakan Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü-Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı	Konya	2013-2015
Doktora	Necmettin Erbakan Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü-Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı	Konya	2015-2020
Telefon	0332 342 25 25			
E-Posta	m.adabali@yahoo.com			
Adres	Fevzi Çakmak Mah. 10521. Sk. No:22 Karatay/KONYA			