T.C.
SAKARYA UYGULAMALI BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

TURİZM TAKSONOMİSİ: EPİSTEMOLOJİK BİR ANALİZ

DOKTORA TEZİ

Akif GÖKÇE

Enstitü Anabilim Dalı : TURİZM İŞLETMECİLİĞİ

Tez Danışmanı : Prof. Dr. Orhan BATMAN

Aralık 2020

T.C.
SAKARYA UYGULAMALI BİLİMLER ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

TURİZM TAKSONOMİSİ: EPİSTEMOLOJİK BİR ANALİZ

DOKTORA TEZİ

Akif GÖKÇE

Enstitü Anabilim Dalı : TURİZM İŞLETMECİLİĞİ

Bu tez 09/12/2020 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından oybirliği ile kabul edilmiştir.

JÜRİ	BAŞARI DURUMU
Jüri Başkanı: Prof. Dr. Orhan BATMAN	BAŞARILI
Üye: Prof. Dr. Oğuz TÜRKAY	BAŞARILI
Üye: Prof. Dr. İsmet KAYA	BAŞARILI
Üye: Dr. Öğr. Üyesi Hümeyra BAYSAL	BAŞARILI
Üye: Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin PAMUKÇU	BAŞARILI

BEYAN

Tez içindeki tüm verilerin akademik kurallar çerçevesinde tarafımdan elde edildiğini, görsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçların akademik ve etik kurallara uygun şekilde sunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, tezde yer alan verilerin bu üniversite veya başka bir üniversitede herhangi bir tez çalışmasında kullanılmadığını beyan ederim.

Akif Gökçe

09/12/2020

ÖNSÖZ

"*...fakat insanlar nedense daha ziyade ne bulacaklarını tahmin ettikleri şeyleri araştırmayı tercih ediyorlar."* Sabahattin Ali.

Bu çalışma, iki temel bölümden oluşmaktadır: Birisi şimdiden sonra ilgi duyanlara yazılı olarak sunulanlar, diğeri de burada hiçbir surette yazılmayanlar. Bu ikinci kısım sanırım ziyadesiyle daha önemli, çünkü içerisinde akademik yolculukta aldığımız eğitimler; eş, dost, çocuklarımız ve ailemizden çalıp bu tür çalışmalar için harcadığımız vakit; bir yandan bir şey üretme kaygısı ile gösterdiğimiz çabaya rağmen bir yandan iş ve sorumluluklarımız yüzünden katlandığımız zahmet ve de kişiler; hayatta kalma modunda geçirdiğimiz olumsuz süreçler ve daha daha birçok şey bulunmaktadır. Bu çalışma özelinde yazılmayanlar ise tüm bunları kapsamanın yanısıra akademik destek ile akademik görünümlü köstek iki uç nokta arasında uzanan durumlar olarak özetlenebilir sanırım. Müspet olan ucun başında tam desteğini gördüğümüz saymakla bitiremeyeceğimiz başta tez danışmanım ve ailem olmak üzere dua gibi kişilerin ilham, destek ve sabırlarının bulunduğunu düşünmekteyim. Menfi olan diğer uçta ise yine saymakla bitmese de saymaya değmeyecek kişilerin umursamaz, fikretmez, denge gütmez, adil olmayan tavır ve tutumları olduğunu zannetmekteyim. Bir de bu iki uç arasına serpişmiş, tesadüfi hata misali nerede müspet nerede menfi olduğu belli olmayan kişi halleri de var ki, sanırım en korkulası da budur.

Danışman hocamın her olayda titizlikle üzerine durduğu kavram kuyumculuğu neticesinde bilinmeze yolculuk olarak önce ilham veren bir fikir, sonra uzunca araştırma ve tasarım, sonuçta da bu yazın vasıtasıyla çıktı olarak teşekkül bulan bu çalışmanın; ilgi duyan, anlama-üretme gayret ve gücüyle talep eden tüm paydaşlara bir katkı arz etmesini temenni ediyorum.

“Sarı guzusunu” hep doktor görmek isterken,

Büyüdüğünü bile göremeden ansızın hayatımızdan göç eden,

Kızım, yeğenlerim ve kardeşimin ilk isimlerine mülhem,

Ahiret hasretliğimiz,

Müteveffa ANNEMİN aziz hatırasına ithaf ediyorum…

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ ..... **i**
İÇİNDEKİLER ..... **ii**
KISALTMALAR ..... **vii**
TABLOLAR LİSTESİ ..... **viii**
ŞEKİLLER LİSTESİ ..... **x**
ÖZET ..... **xii**
SUMMARY ..... **xiii**

BÖLÜM 1.
GİRİŞ **1**

BÖLÜM 2.
KURAMSAL TEMELLER **4**
2.1. Teori, Turizm Teorisi, Sınıflandırma, Taksonomi, Tipoloji ve Sistematik 4
2.1.1. Teori 6
2.1.2. Turizm teorisi 8
2.1.2.1. Eric Cohen ve turizm teorisi (1984) 10
2.1.2.2. Stephen Smith ve Hoffer Lee turizmde teori tipolojisi (2010) 13
2.1.3. Sınıflandırma ve sınıflandırmaya dair temel kavramlar 17
2.1.3.1. Taksonomi 21
2.1.3.2. Tipoloji 30
2.1.4. Sistematik 32
2.1.4.1. Bilimsel adlandırma 33
2.1.4.2. Sistematik ekoller 33
2.1.5. Kenneth Bailey ve sosyal bilimlerde tipolojiler ve taksonomiler (1994, 2011) 35
2.1.6. Sınıflandırmanın tarihçesi 38
2.1.6.1. Pozitif bilimlerde sınıflandırmanın tarihçesi 38
2.1.6.2. Sosyal bilimlerle sınıflandırmanın tarihçesi 41
2.1.7. Sınıflandırmanın avantaj ve dezavantajları 42
2.1.7.1. Avantajları 42
2.1.7.2. Dezavantajları 45
2.1.8. Turizm ve bağlantılı konularda yapılan sınıflandırma çalışmaları 47
2.1.8.1. Turizm ve bağlantılı konularda yapılmış taksonomi (deneysel) çalışmaları 48

2.1.8.2. Turizm ve bağlantılı konularda yapılmış tipoloji (kavramsal) çalışmaları 49
2.1.8.3. Tipoloji teorilerine eleştiriler 51
2.2. Turizmin Hiyerarşik Dizini 53
2.2.1. Evren / Âlem 53
2.2.1.1. Turizm evreni 53
2.2.1.2. Turist evreni 65
2.2.2. Şube 69
2.2.2.1. Turizm evreni ile ilgili şubeler 70
2.2.2.2. Turist evreni ile ilgili şubeler 74
2.2.2.3. Turizm ve Turist İlişkisi 75
2.2.3. Sınıf 76
2.2.3.1. Sosyal turizm ve sosyal turist 77
2.2.3.2. Lüks turizm ve lüks turist 77
2.2.4. Form 77
2.2.4.1. İç turizm (*domestic tourism*) ve iç turist (*domestic tourist*) 83
2.2.4.2. Yurt içine yönelik turizm (*inbound tourism*) ve yurt içine yönelen turist (*inbound tourist*) 84
2.2.4.3. Yurt dışına yönelik turizm (*outbound tourism*) ve yurt dışına yönelen turist (*outbound tourist*) 84
2.2.4.4. Yurt içi turizmi (*internal tourism*) 84
2.2.4.5. Ulusal turizm (*national tourism*) 85
2.2.4.6. Uluslararası turizm (*international tourism*) 86
2.2.5. Kaynak 87
2.2.5.1. Turizmin kullandığı kaynaklar (çevre) 88
2.2.5.2. Turistin kullandığı kaynaklar 91
2.2.6. Çeşit (seyahat ana amacı) 97
2.2.6.1. Dinlenme / rekreasyon ana amacı taşıyan turizm ve turist çeşitleri 98
2.2.6.2. Sosyal etkileşim ana amacı taşıyan turizm ve turist çeşitleri 99
2.2.6.3. Kültürel edinim ana amacı taşıyan turizm ve turist çeşitleri 100
2.2.6.4. Hobiye dayalı özel ilgi temelli turizm ve turist çeşitleri 101
2.2.6.5. İş / eğitim ana amacı taşıyan turizm ve turist çeşitleri 102
2.2.6.6. Sağlık ana amacı taşıyan turizm ve turist çeşitleri 103
2.2.6.7. Spor ana amacı taşıyan turizm ve turist çeşitleri 104
2.2.7. Tür 106
2.3. Turizm Türlerinin Kavramsal Dizini 106
2.3.1. Ekoturizm 106
2.3.2. Kırsal (*rural*) turizm 111
2.3.3. Çiftlik (*farm/ranch tourism*) / Tarım turizmi (*agri-turizm*) 113
2.3.4. Yayla turizmi (*plateau tourism*) 113
2.3.5. Botanik (*flora*) turizmi 114
2.3.6. Jeoloji temelli turizm (*Jeoturizm*) 114
2.3.7. Kültür / kültürel miras turizmi 115
2.3.8. Dini inanç (*religious*) turizmi 116
2.3.9. Etnik köken (*root*) turizm 116
2.3.10. Diaspora (kopuntu) turizmi 117
2.3.11. Kent (*urban*) / Şehir (*city*) turizmi 118
2.3.12. Alışveriş (*shopping*) turizmi 119
2.3.13. Macera (*adventure*) turizmi 119
2.3.14. Kıyı (*coastal*) turizmi 120

2.3.15. Deniz (*maritime*) turizmi 120
2.3.16. İç su (*inland water*) turizmi 121
2.3.17. Yat (*yachting*) ve kurvaziyer (*cruising*) turizmi 121
2.3.18. Kumar (*gambling*) turizmi 122
2.3.19. Uzay (*space*) turizmi 122
2.3.20. Kuş gözlemciliği (*ornithological*) turizmi 123
2.3.21. Tanaturizm (*thanatourism*) 124
2.3.22. Gastronomi Turizmi 126
2.3.23. Şarap turizmi (*eno-tourism*) 128
2.3.24. Fotoğrafik (*photographic*) turizm 128
2.3.25. Kamp / çadır (*camping*) ve karavan (*caravaning*) turizmi 130
2.3.26. İş (*business*) turizm 130
2.3.27. Eğitim (*education*) turizmi 131
2.3.28. Kongre (*congress*) ve toplantı (*convention*) turizmi 132
2.3.29. Teşvik / özendirme (*incentive*) turizmi 135
2.3.30. Fuar (*trade fair*) ve gösteri (*exhibition*) turizmi 135
2.3.31. Sağlık (*health*) turizmi 136
2.3.32. Termal (*thermal*) turizm 137
2.3.33. Sağlıklı yaşam (*wellness*) ve SPA turizmi 138
2.3.34. Medikal tıp (*medical*) turizmi 139
2.3.35. Yaşlı bakımı (*geriatric*) turizmi 139
2.3.36. Sağaltıcı (*curative*) turizm 140
2.3.37. Halka (*circuit*) turizmi 140
2.3.38. Yaratıcı (*creative*) turizm 140
2.3.39. Nokta (*destination*) turizmi 141
2.3.40. Dağ (*mountain*) turizmi 141
2.3.41. Spor (*sports*) turizmi 141
2.3.42. Doğa turizmi 143
2.3.43. Kış turizmi 146
2.3.44. Mağara turizmi 146
2.3.45. Golf turizmi 148
2.3.46. Etkinlik (*event*) turizmi 148
2.3.47. Av turizmi 149
2.3.48. Seks turizmi 150
2.4. Turizm Anlayışları / Yaklaşımları 150
2.4.1. Sürdürülebilir turizm anlayışı 150
2.4.2. Sorumlu turizm anlayışı 152
2.4.3. Helal turizm anlayışı 152

BÖLÜM 3.
MATERYAL VE YÖNTEM 154
3.1. Araştırmanın Çerçevesi 154
3.1.1. Araştırmanın amacı 154
3.1.2. Araştırmanın gerekçesi ve önemi 155
3.1.3. Araştırmanın kapsamı 157
3.1.4. Araştırmanın sınırlılıkları 157
3.1.5. Araştırmanın kurama ve uygulamaya katkıları 158
3.1.6. Araştırmanın ana problemi, araştırma soruları, hedefler ve ulaşılmak istenen sonuçlar 159

3.1.7. Araştırmacının konumu 161
3.2. Araştırma Yöntemi 162
3.2.1. Araştırmanın temel paradigması 163
3.2.2. Araştırmanın yöntemi 165
3.2.3. Gömülü Teori 169
3.2.4. Araştırma modeli 171
3.2.5. Kavram açımlaması 172
3.2.6. Evren ve örneklem 173
3.3. Analiz Kapsamında Kodlama ve Verilerin Yorumlanması 176
3.3.1. Veri toplama aracı 177
3.3.2. Veri toplama süreci 178
3.3.3. Kodlama ve verilerin yorumlanması 179
3.3.3.1. Açık kodlama süreci 180
3.3.3.2. Eksensel / seçici kodlama süreci 181
3.4. Araştırmada Geçerlilik ve Güvenilirlik 182

BÖLÜM 4.
BULGULAR VE TARTIŞMA 184
4.1. Turizm Hiyerarşik Dizinine İlişkin Bulgular 184
4.1.1. Evrene ilişkin bulgular 185
4.1.1.1. Turizm evrenine ilişkin bulgular 185
4.1.1.2. Turist evrenine ilişkin bulgular 197
4.1.2. Şubeye ilişkin bulgular 214
4.1.2.1. Turizm şubesine ilişkin bulgular 214
4.1.2.2. Turist şubesine ilişkin bulgular 215
4.1.3. Sınıfa ilişkin bulgular 218
4.1.4. Forma ilişkin bulgular 221
4.1.4.1. Turizm formlarına ilişkin bulgular 222
4.1.4.2. Turist formuna ilişkin bulgular 224
4.1.5. Kaynağa ilişkin bulgular 226
4.1.5.1. Turizmin kullandığı kaynağına ilişkin bulgular 226
4.1.5.2. Turistin kullandığı kaynağına ilişkin bulgular 228
4.1.6. Çeşide ilişkin bulgular 230
4.1.6.1. Turizm çeşitlerine ilişkin bulgular 231
4.1.6.2. Turist çeşitlerine ilişkin bulgular 233
4.1.7. Turizm hiyerarşik dizini kriterlerine genel bakış 234
4.1.8. Turist hiyerarşik dizini kriterlerine genel bakış 235
4.1.9. Tür anlayışlarına ilişkin bulgular 236
4.2. Turizm Kavramsal Dizinine İlişkin Bulgular 238
4.2.1. Ekoturizm kavram açımlaması 247
4.2.2. Kırsal turizmin kavram açımlaması 249
4.2.3. Çiftlik / tarım turizminin kavram açımlaması 251
4.2.4. Yayla turizminin kavram açımlaması 253
4.2.5. Botanik turizminin kavram açımlaması 255
4.2.6. Jeoloji temelli turizminin kavram açımlaması 257
4.2.7. Kültür / kültürel miras turizminin kavram açımlaması 259
4.2.8. Dini inanç turizminin kavram açımlaması 261
4.2.9. Etnik turizmin kavram açımlaması 263
4.2.10. Diaspora turizminin kavram açımlaması 265

4.2.11. Kent / şehir turizminin kavram açımlaması 267
4.2.12. Alışveriş turizminin kavram açımlaması 269
4.2.13. Macera turizminin kavram açımlaması 271
4.2.14. Kıyı turizminin kavram açımlaması 273
4.2.15. Deniz turizminin kavram açımlaması 275
4.2.16. İç su turizminin kavram açımlaması 277
4.2.17. Yat ve kurvaziyer turizminin kavram açımlaması 279
4.2.18. Kumar turizminin kavram açımlaması 281
4.2.19. Uzay turizminin kavram açımlaması 283
4.2.20. Kuş gözlemciliği turizminin kavram açımlaması 285
4.2.21. Tanaturizmin kavram açımlaması 287
4.2.22. Gastronomi turizminin kavram açımlaması 289
4.2.23. Şarap turizminin kavram açımlaması 291
4.2.24. Fotografik turizmin kavram açımlaması 293
4.2.25. Kamp / çadır ve karavan turizminin kavram açımlaması 295
4.2.26. İş turizminin kavram açımlaması 297
4.2.27. Eğitim turizminin kavram açımlaması 299
4.2.28. Kongre ve toplantı turizminin kavram açımlaması 301
4.2.29. Teşvik/özendirme turizminin kavram açımlaması 303
4.2.30. Fuar ve gösteri turizminin kavram açımlaması 305
4.2.31. Sağlık turizminin kavram açımlaması 307
4.2.32. Termal turizminin kavram açımlaması 309
4.2.33. Sağlıklı yaşam ve SPA turizminin kavram açımlaması 311
4.2.34. Medikal tıp turizminin kavram açımlaması 313
4.2.35. Yaşlı bakımı turizminin kavram açımlaması 315
4.2.36. Sağaltıcı turizminin kavram açımlaması 317
4.2.37. Halka turizminin kavram açımlaması 319
4.2.38. Yaratıcı turizminin kavram açımlaması 321
4.2.39. Nokta turizminin kavram açımlaması 323
4.2.40. Dağ turizminin kavram açımlaması 325
4.2.41. Spor turizminin kavram açımlaması 327
4.2.42. Doğa turizminin kavram açımlaması 329
4.2.43. Kış turizminin kavram açımlaması 331
4.2.44. Mağara turizminin kavram açımlaması 333
4.2.45. Golf turizminin kavram açımlaması 335
4.2.46. Etkinlik turizminin kavram açımlaması 337
4.2.47. Av turizminin kavram açımlaması 339
4.2.48. Seks turizminin kavram açımlaması 341
4.3. Bulgulara İlişkin Genel Değerlendirme 343

BÖLÜM 5.
SONUÇ VE ÖNERİLER 345

KAYNAKLAR 352

EKLER 377

ÖZGEÇMİŞ 408

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
AIEST	: Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği (International Association of Scientific Experts in Tourism)
APA	: Amerikan Psikoloji Derneği (American Psychological Association)
Bkz.	: Bakınız
ETC	: Avrupa Seyahat Komisyonu (European Travel Commission)
Inc.	: Anonim Şirket (Incorporation)
IUCN	: Dünya Doğayı Koruma Birliği
K-A teorisi	: Kaynak-Avantaj Teorisi (/Resource-Advantage Theory),
OECD	: Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (Organisation for Economic Co-operation and Development)
p.	: Page/Sayfa
pp.	: Pages/Sayfalar
s.	: Sayfa
ss.	: Sayfa Sayıları
TDK	: Türk Dil Kurumu
TIES	: Uluslararası Ekoturizm Topluluğu (The International Ecoturism Society)
UNEP	: Birleşmiş Milletler Çevre Programı (United Nations Environment Programme):
WCED	: Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (World Comission on Environment and Development)
WWF	: Doğa için Dünya Fonu (World Wide Fund for Nature)
YEM	: Yapısal Eşitleme Modeli

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 2.1: Taksonomik kategoriler. 4
Tablo 2.2: Teori tipolojisi 13
Tablo 2.3: Dört katmanlı tipoloji örneği 31
Tablo 2.4: Tipoloji teorilerine yönelik eleştiriler. 52
Tablo 2.5: Turizm perspektifleri 55
Tablo 2.6: Turizm evrenine dair tanımlarının özeti 64
Tablo 2.7: Turist evrenide dair tanımlarının özeti 67
Tablo 2.8: Gezginler tarafından turist ve gezginlere atfedilen özellikler 69
Tablo 2.9: Alternatif turizmin özellikleri 74
Tablo 2.10: Spor ve turizm ilişki varyasyonu 105
Tablo 2.11: Ekoturizm ilkeleri 109
Tablo 2.12: Ekoturizmin barındırdığı dört temel unsur 110
Tablo 3.1: Belirgin paradigmaların üstün ve zayıf yönleri 163
Tablo 3.2: Pozitivist ve yorumlayıcı paradigmalar arasında farklar 165
Tablo 3.3: Niteliksel ve niceliksel araştırma farkları 166
Tablo 3.4: Nicel ve nitel araştırma arasındaki farklar 166
Tablo 3.5: Pilot çalışma katılımcı bilgileri. 174
Tablo 3.6: Katılımcı bilgileri 175
Tablo 3.7: Güvenilirliğin dört yönünün bilimsel ve doğal terimleri 183
Tablo 4.1: Turizm evreni kriterleri 185
Tablo 4.2: Turizm tanımları (olağan ikametgâh ile ilgili olanlar) 185
Tablo 4.3: Turizm tanımları (geçici konaklama ile ilgili olanlar) 188
Tablo 4.4: Turizm tanımları (süre ile ilgili olanlar) 191
Tablo 4.5: Turizm tanımları (ekonomik etkileşim ile ilgili olanlar) 192
Tablo 4.6: Turizm tanımları (deneyim ile ilgili olanlar) 196
Tablo 4.7: Turist evreni kriterleri 197
Tablo 4.8: Turist tanımları (motivasyon ile ilgili olanlar) 198
Tablo 4.9: Turist tanımları (boş zaman ile ilgili olanlar) 202
Tablo 4.10: Turist tanımları (yer değiştirme ile ilgili olanlar) 203

Tablo 4.11: Turist tanımları (süre ile ilgili olanlar) 205
Tablo 4.12: Turist tanımları (tüketim ile ilgili olanlar)..... 207
Tablo 4.13: Turist tanımları (ihtiyaç ya da tatmin ile ilgili olanlar) 210
Tablo 4.14: Turizm şube kriterleri 215
Tablo 4.15: Turist şube kriterleri 217
Tablo 4.16: Turizm ve turist sınıf kriterleri 221
Tablo 4.17: Turizm form kriterleri..... 224
Tablo 4.18: Turist formları..... 225
Tablo 4.19: Turizmin kullandığı kaynak kriterleri..... 228
Tablo 4.20: Turistin kullandığı kaynak kriterleri..... 230
Tablo 4.21: Turizm çeşitleri (seyahat ana amacı) kriterleri 233
Tablo 4.22: Turist çeşitleri (seyahat edenin ana amacı) kriterleri..... 233
Tablo 4.23: Turizm hiyerarşik dizini kavram açımlama kriterleri..... 234
Tablo 4.24: Turist hiyerarşik dizini kavram açımlama kriterleri 235
Tablo 4.25: Turizm türleri kod frekans dağılımı..... 239
Tablo 4.26: Turizm türleri (kod frekans dağılımının kavram uyuşturması neticesinde düzeltilmiş hali)..... 243
Tablo 4.27: Kavram açımlaması vasıtasıyla sınanan türlere genel bakış..... 343

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1: Temel taksonomik kategoriler. 27
Şekil 2.2: Niş turizm bileşenleri 71
Şekil 2.3: Turizm şubesi ile turist şubesi arasındaki ilişki 76
Şekil 2.4: Turizm ana formları 82
Şekil 2.5: Turizm formları (ana – yan kombinasyonu) 83
Şekil 2.6: Yurt içi turizmi 85
Şekil 2.7: Ulusal turizm 86
Şekil 2.8: Uluslararası turizm 87
Şekil 3.1: Temel nitel geleneklerine genel bakış 164
Şekil 3.2: Araştırmaya dair sistematik ilişki modeli. 172
Şekil 4.1: Turizm evreni kod dağılımı 195
Şekil 4.2: Turizm evreni alt-kod dağılımı (olağan ikamet) 195
Şekil 4.3: Turist evreni kod dağılımı 212
Şekil 4.4: Turist evreni alt-kod dağılımı (yer değiştirme) 213
Şekil 4.5: Turist evreni alt-kod dağılımı (tüketici) 213
Şekil 4.6: Turist evreni alt-kod dağılımı (ihtiyaç / tatmin) 213
Şekil 4.7: Turizm şubesi kod dağılımı 214
Şekil 4.8: Turist şubesi kod dağılımı 216
Şekil 4.9: Turizm sınıfı kodların dağılımı 218
Şekil 4.10: Turist sınıfı kodların dağılımı 221
Şekil 4.11: Turizm takımı kod dağılımı 222
Şekil 4.12: Turist formları kod dağılımı 225
Şekil 4.13: Turizmin kullandığı kaynakların kod dağılımı 226
Şekil 4.14: Turistin kullandığı kaynakların kod dağılımı 229
Şekil 4.15: Turizm çeşitlerinin kod dağılımı 231
Şekil 4.16: Turizm anlayışları veri dağılımı 236
Şekil 4.17: Turizm anlayışlarına ilişkin kod dağılımı (en sık 3 kod) 237
Şekil 5.1: Kapsayan-kapsanan açısıından turizm hiyerarşisi 346

Şekil 5.2:Turizm hiyerarşik dizini (5 basamak) 347
Şekil 5.3: Turizm çeşitleri 347
Şekil 5.4: Turizm hiyerarşik dizini (6 basamak) 348
Şekil 5.5: Hiyerarşik turizm taksonomisi modeli 348
Şekil 5.6: Turizm çeşit ve türleri 349

TURİZM TAKSONOMİSİ: EPİSTEMOLOJİK BİR ANALİZ

ÖZET

Turizm teorisi; turizmin yapı olarak kendine öz, karmaşık, bölümlenmiş ve birbirinden bağımsız ama birbirine geçmiş etkinliklerin birleşimi olması ve etkileşime açık özelliği nedeniyle aralarında çok az verimlilik bağı olan birbirinden farklı paradigmalarca hakkında söylemde bulunulan bir akademik alandır. Günce büyüyen endüstri ve akademik topluluğun ortak bir söylem zemininde buluşamıyor olması, 'zayıf teori gelişimi' olarak görünmektedir. Zayıf teori gelişimi ise turizm disiplini için özellikle bilimsel düzlemde terim ve anlam birliğini sağlamada sorun teşkil etmektedir.

Turizm teorisindeki bu terim-anlam uyumsuzluğu ve zeminsizlik sorunsalı, bu araştırmanın ana çıkış noktası olmuştur. Sorunun çözümüne yönelik bilimsel bir yöntem geliştirmek ise araştırmanın ana amacını oluşturmaktadır. Bu doğrultuda turizm türleri, en etkili yöntemlerinden biri olan biyolojik taksonomi kategorileri vasıtasıyla sınıflandırılmıştır. Sırayla araştırma tasarımı ve planı olarak (1) taksonomik kategorilerle, turizm evreninden başlayıp, kapsayan-kapsanan yönleri ele alınarak "turizm hiyerarşik dizini" oluşturulmuştur. (2) Bu dizin; araştırmanın türe kadar inen sınıflandırması için altı basamak taksonu oluştururken aynı zamanda bir türün, çalışmanın somut çıktısı olan "Hiyerarşik Turizm Taksonomisi" modelindeki yerini tespit etmek için kullanılan "kavram açımlama kriterlerinin" de oluşmasını sağlamıştır. (3) Araştırma kapsamında türlerin sınanması ve tespiti için kullanılan bu açımlama yöntemi; (i) bir türün gerçekten bir turizm türü olup olmadığına karar verilmesini sağlamış, (ii) eğer türse, türün, hiyerarşik dizin boyunca bir hangi unsurları içerdiğinin ve/veya hangi açılardan eksik kaldığının belirlenmesinde açıklayıcılık sağlamıştır.

Bu kapsamda araştırma deseni olarak nitel araştırma yöntemlerinden gömülü teoriye başvurulmuştur. Literatür dayanakları, nitel veri toplama araçlarından olan yapılandırılmış mülakat yöntemiyle elde edilen 41 katılımcı akademisyen görüşüyle karşılaştırılmış ve betimsel açıklamalarda bulunulmuştur. Katılımcı görüşleri MaxQDA nitel veri analiz programı vasıtasıyla kodlanmış, içerik betimlemesi olarak analiz edilmiş; sonuçları kuramsal dayanaklar ile harmanlanarak açımlama kriterlerini oluşturulmuştur.

Elde edilen sonuçlara göre (1) turizm kavramları, sistematik olarak değerlendirilebilmekte; (2) tür adlandırmaları bazen tür olma gerçekliğini yansıtmamaktadır. Birlikte kullanıldıkları takdirde açımlama yöntemi ve hiyerarşik turizm taksonomisi modeli, turizm tür sınıflandırması için bir değerlendirme aracı olarak kullanılabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm teorisi, turizm türleri, kavram açımlaması, hiyerarşik turizm modeli, taksonomi

THE TAXONOMY OF TOURISM: AN EPISTEMOLOGICAL ANALYSIS

SUMMARY

Tourism theory is an academic field on which different paradigms that have little productivity link among them produce discourse due to tourism's intrinsic nature, complex, segmented and independent but interlocking combination of activities and vulnerability to interaction. The fact that the growing industry and academic community cannot meet on a common discourse seems to be 'weak theory development'. This weakness poses a problem in ensuring the unity of terms and meanings, especially at the scientific level, for the tourism discipline.

This term-meaning incompatibility and the problem of groundlessness in tourism theory has been the main starting point of this research. Developing a scientific method for this problem constitutes the main purpose of the research. In this direction, tourism types are classified by biological taxonomy categories, one of the most effective methods. As the research design and plan, these steps have been taken: (1) "Tourism hierarchical index" are created starting from the tourism universe with taxonomic categories taking into account the included-covered aspects. (2) This directory constitiues six-step taxa for the classification of the research down to the species, it also forms "conceptual elucidation criteria" used to determine the place of a species in the "Hierarchical Tourism Taxonomy" model, which is the concrete output of the study. (3) This elucidation method used for testing and determining species within the scope of research, (i) has allowed to decide whether a type is indeed a type of tourism; (ii) if it is, has provided explanatory information in determining what elements that a type contains and/or in what ways it is lack of in the hierarchical sequence.

In this context, grounded theory, one of the qualitative research methods, has been used in the context of research design. Literature bases are compared with 41 participant academician views, which were obtained through structured interview method, which is one of the qualitative data collection tools, and descriptive explanations are made. Participant views have been coded through the MaxQDA qualitative data analysis program and analyzed as a content description. Elucidation criteria are established by blending the results with theoretical bases.

According to the results, (1) tourism concepts can be evaluated systematically; (2) genre and/or species designations sometimes do not reflect the reality of being a species. It is thought that the elucidation method and the hierarchical tourism taxonomy model can be used as an evaluation tool for tourism type classification, if they are used together.

Keywords: Tourism theory, tourism types, concept elucidation, hierarchical tourism model, taxonomy

BÖLÜM 1. GİRİŞ

Turizm, girift yapısı ve etkileşime açık özelliği sayesinde sınıflandırılması zor bir fenomendir. Mevcut bir sınıflandırma yönteminin olmaması, sistematik ilişkiler bütünlüğünün sağlanmaması, kapsam ve iç içe geçmiş tanımların ele alınıp değerlendirilmemesi, alanın bir disiplin olarak katkı ve etkileşime açık yapısı gibi nedenler ise içinden çıkılmaz bir karmaşaya sebebiyet vermektedir.

Bölümlenmiş ve birbirinden bağımsız etkinliklerin birleşimi olan turizm (Echtner ve Jamal, 1997; Benckendorff ve Zehrer, 2013; Laws ve Scott, 2015), hakkında söylemde bulunan ve aralarında çok az verimlilik olan birçok topluluk tarafından temsil edilegelmiştir (Gibson, 1998). Bu sürecin sonucu "zayıf teori gelişimi" olarak ortaya çıkmaktadır (Tribe, 2006; Mazanec, 2009). McKrecher'e (2016, s. 196) göre iki temel faktör bu duruma katkı sağlamaktadır. Birincisi, görünüşte bu alana dair her bir yeni turizm ürününün kapsamlı araştırmaya değer olan apayrı bir altbölüm oluşturduğu sonu olmayan bir genişlemeye maruz kalması; ikincisi ise araştırma alanı olarak turizm çalışmalarının tarihsel gelişiminin envaiçeşit disiplin tarafından inceleniyor olmasıdır. Özellikle ikinci durumdaki temel problem ise her bir disiplinin araştırmalarını, alanları çerçevesinde belli bir noktadan sürdürüyor olmaları (Jafari ve Ritchie, 1981), bunu kavramlaştırmaları (McKercher, 2016, s. 196) ve Tribe'ın (2006) tartıştığı gibi bu araştırmayı o disiplinin bilgi kuvvet alanı dâhiline sınırlandırmalarıdır. Birinci faktöre dair gerçekte olan farklar ise bambaşka yeni temalardan ziyade bir tema hakkında küçük varyasyonların temsil ediliyor olmasıdır (Franklin ve Crang, 2001). Bu durumlardaki nihai sonuç turizm çalışmalarının olay ve olguların altından tanımlandığı ortak bir dilden mahrum oluşu olarak karşımıza çıkmaktadır (Gibson, 1998; Kenndey-Eden ve Gretzel, 2012). Ayrıca Pritchard (2012)'ın da tartıştığı üzere "bu sistematik durumlardan ötürü turizm alanı, ontolojik, epistemolojik ve metodolojik kısıtlılıklarla çevrilmiş bir olumsuzlanma içerisindedir."

Sınıflandırma esasında insan hayatının her alanında var olan öylesi bir merkezi bir süreçtir ki, insanlar sadece onu analiz etmekte genellikle başarısız kalmamakta aynı zamanda tam varlığını da çoğu zaman fark etmemektedir.

Bu araştırma, turizmde süregelen terimsel karmaşanın çözümü için sistematik bir tanımlama yöntemi bulmayı, bu vesile ile de mevcutta var olan anlam karmaşa hengâmesini çözmeyi amaçlayarak yola çıkmıştır. Ne var ki, bu doğrultuda ne sorunsalın çözümüne birebir uygun bir yöntem/teknik ne de öncül bir çalışmaya rastlanmıştır. Bilinmeze yolculukla başlayan ve çoğu yerde tökezlemenin yaşandığı araştırma sürecinde ise amaca uygun yöntem oluşturma çabası gerekmiştir. "Kavram açımlaması" olarak adlandırılan ve araştırmacı tarafından geliştirilen kavramsal analiz tekniği; özet olarak muhkim tanımlara epistemolojik olarak bakar, örnek uygulamalarla tanım içeriklerini karşılaştırır ve bu tanıma dayalı bir eksen geliştirip ekleme/çıkarmalarda bulunur. Bu sayede de eğer o kavram bir tür ise, araştırmanın ana kurgusu olan turizm sınıflandırma modelindeki yerini gösterir. Ne var ki eğer kavram tür değilse, bu neden tür olmayışına dair açıklamalar getirilir ve içerdiği adlandırmanın ne olabileceği konusunda yorumlarda bulunur.

Bu noktadan hareketle, araştırmanın iki temel çatı üzerine kurulduğu söylenebilir. Bunlardan ilki, turizmi; biyolojide yüzyıllardır kullanılan ve bilimselliği kanıtlanmış taksonomi vasıtasıyla turizmi kapsayan-kapsanan ekseninde sınıflandırmak; ikincisi ise yukarıda bahsedilen kavram açımlaması ile bir türün anlamsal ayrıştırmasını yapıp oluşturulan "Hiyerarşik Turizm Taksonomisi" modelindeki yerini belirmektir.

Bu doğrultuda literatür taraması yapılmış, mevcut tanımlar epistemolojik olarak incelenmiş, gömülü teori tekniği ile turizm teorisinde çalışmaları bulunan akademisyenlerden birincil veri toplanmış, bu veriler nitel yönden analizlere tabi tutulmuş ve çalışma çıktısı olarak da Ek A'da verilen özgün turizm sınıflandırma modeli oluşturulmuştur.

Çalışma toplamda beş bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümü olarak çalışmanın ana hatlarıyla tanıldığı bu bölüm, araştırmanın ilk bölümünü oluşturmaktadır.

Çalışmanın ikinci bölümünde araştırmanın kuramsal temelleri aktarılmıştır. Bu kapsamda önce teori, turizm teorisi, sınıflandırma, taksonomi, tipoloji ve sistematik kavramları açıklanmış; sınıflandırmanın tarihçesi, avantajlı-dezavantajlı yönleri ile

turizm ve bağlantılı konularda yapılmış taksonomi ve tipoloji çalışmalarına değinilmiştir. Daha sonra turizm hiyerarşik dizini başlığıyla, turizm ve turiste dair olgular; hâkim literatür çerçevesinde kapsayan ve kapsanan örüntüsü olarak basamak basamak anlatılmıştır. Bu bölümün en sonunda ise literatür ve katılımcı görüşleri neticesinde ortaya çıkan turizm türlerinin kavramsal dizini, 48 alt başlıkla aktarılmıştır.

Materyal ve yöntemin anlatıldığı üçüncü bölümde araştırma çerçevesi, yöntem, araştırma süreci ve geçerlilik-güvenirlilik gibi araştırma desenine dair bilgiler aktarılmıştır.

Dördüncü bölüm olan bulgular ve tartışma bölümünde ise, araştırma kapsamında ulaşılan birincil ve ikincil veriler karşılaştırılmış; önce turizm hiyerarşik dizinine dair bulgular verilerek açımlama kriterleri elde edilmiş daha sonra da bu kriterler ile ikinci bölümdeki türler kavram açımlaması tekniğiyle tek tek sınanmıştır. Bu sınama neticesinde ise tür olarak kabul edilen kavramlar Ek A'da verilen sınıflandırma modelinde yerine yerleştirilmiş; tür olmayan kavramlar ise nedelsellik düzleminde tartışılmıştır.

Beşinci ve son bölüm olan sonuç ve öneriler bölümünde, araştırmaya dair genel bir değerlendirme yapılmış, araştırma sonuçları hakkında bilgiler aktarılmış, teorisyen ve araştırmacılara önerilerde bulunulmuştur.

BÖLÜM 2. KURAMSAL TEMELLER

2.1. Teori, Turizm Teorisi, Sınıflandırma, Taksonomi, Tipoloji ve Sistematik

Bu bölümde öncelikle teori, turizm teorisi ve turizmde teori tipolojilerine değinilmektedir. Bu açıklamalardan sonra sınıflandırma ve sınıflandırmaya dair temel kavramlar ile taksonomi ve tipoloji, sistematik, bilimsel adlandırma, sosyal bilimlerde tipoloji ve taksonomi kavramları, pozitif ve sosyal bilimlerdeki sınıflandırma tarihçesi, sınıflandırmanın avantajlı ve dezavantajlı yönleri ile turizmle bağlantılı konularda yapılan taksonomi ve tipoloji çalışmalarına dair teorik bilgiler verilmiştir.

Çalışmanın ana ekseni olarak alınan taksonomi, özellikle biyoloji disiplininde kullanıldığı haliyle, bünyesinde çok güçlü bir sistematiği barındıran bir sınıflandırma türüdür. Canlıların sınıflandırılması için kullanılan ve kökü Aristotales'e kadar dayanan bu sistematiğin günümüzdeki halini almasındaki esas isim ise Carolous Linnaeus'dur. Linnaeus taksonomisi, canlıları benzeşik özelliklerine göre genelden özele doğru ayıran en tepede âlem en aşağıda da tür olmak üzere yedi temel kategoriye ayırmıştır. Bu kategorilerde türe doğru indikçe canlıların birbirlerine benzeyiş özellikleri artmaktadır. Daha sonraki süreçlerde ihtiyaçlara göre ara taksonlar oluşturulsa da bu çalışmanın ana ekseni bu temel yedi kategoriyle sınırlandırılmıştır.

Tablo 2.1: Taksonomik kategoriler.

Latince	**İngilizce**	**Türkçe**	**Araştırma kapsamında uyarlanan kategoriler**
Regnum	Kingdom	Âlem / Evren	Evren
Phylum	Division	Şube	Şube
Class	Class	Sınıf	Sınıf
Order	Order	Takım	Form
Familia	Family	Familya	Kaynak
Genus	Race	Cins	Çeşit
Species	Species	Tür	Tür

Bu temel kategoriler vasıtasıyla oluşturulan turizm sınıflama modelinde genelden özele doğru gidişat şu şekildedir:

- Bir hareketin turizm olgusuyla ilgili olduğunu tanımlamak için özelliklerinin kontrol edildiği turizm evreni,
- Turizm evreni ile ilgili olarak katılımcıların genel-özel arayışlarıyla ilgili olarak katılım sağladığı geleneksel ve alternatif turizm şubeleri,
- Turizm unsurunun kendisinden faydalanış biçimine göre sosyal ve lüks olarak ayrılan turizm sınıfı,
- Hareketin başlama ve bitiş konumlarına göre seyahatin tanımlanmasında kullanılan turizm formu,
- Kullanılan ana kaynak açısından türlerin ayrıldığı fiziki ve sosyal çevre unsurları,
- Ana seyahat amacına göre çeşitlenen turizm hareketinin çeşidi,
- Ve son olarak da tüm bu süreçlerde kontrol edilen bir turizm türünün turizm türü olup olmadığının anlaşılmasından sonra modelde hangi yere oturacağının saptanması.

Benzer bir şekilde bu temel kategoriler vasıtasıyla oluşturulan turist sınıflama modelinde genelden özele doğru gidişat şu şekildedir

- Katılımcının herhangi bir seyahat eden kişiden farklı olarak turist olduğunun kontrol edildiği turist evreni,
- Bu evrenle ilgili olarak katılımcıların toplu bir şekilden bireysele, hareket ediş eğilimlerine göre ayrıldığı turist şubesi,
- Katılımcıların etkinliklerinde tercih ettiği sosyal ve lüks ayrımlara göre oluşturulan turist sınıfı,
- Hareketin başlama ve bitiş konumlarına göre seyahat edenin tanımlanmasında kullanılan turist formları,
- Kullandığı kaynaklar konusunda turistin üzerinde etkisi olup olmadığı açısından ayrılan kaynak unsuru,
- Ana seyahat amacına göre çeşitlenen turist çeşitleri,

- Ve son olarak da tüm bu süreçlerde kontrol edilen bir türün turizm türü olduğunun saptanmasından sonra, bu türde hareket eden turistin modelde hangi yere oturacağının belirlenmesi.

2.1.1. Teori

Yaygın bir akademik terim olan teori kelimesi, eski Yunanca 'theorein' fiiliyle ilişkili olup anlamca görmek (/*to view*), gözlemlemek (/*to observe*) anlamına gelen (Zima, 2007, s. viii) 'theoria' kelimesinden gelmektedir (Smith ve Lee, 2010, s. 28). Çok çeşitli tarifleri yapılmış olan teori kavramı, etimolojik bağlamda gözlem (/*observation*) olarak tanımlabilir (Zima, 2007: viii). Geleneksel olarak ise teori; bir şey yapmak için izlenen yol ya da zihinsel şema ya da düşüntü, yani mülahaza (/*contemplation*), bir müktesebatın (bilgi birikimi) üzerine kurulduğu prensip ya da gerçeklerin sistematik ifadesi, dayanaksız görüş (/*speculation*) yani kurgu ya da bir dünya görüşüne işaret etmektedir (Smith ve Lee, 2010, s. 28). Ne var ki, günümüzde daha somut olarak algılanan teori kavramı; dini mülahaza (/*religious contemplation*) ya da sanatsal görü (/*artistic intution*) karşıtı olan bilimsel bilgi (/*scientific knowledge*) olarak anlamlandırılmaktadır (Zima, 2007, s. viii). Türkçede "kuram" ve "nazariye" kelimeleriyle de ifade edilen teori kavramıyla ilgili yapılan başlıca tanımlar şunlardır:

Kelimenin etimolojik arka planının önemi büyüktür çünkü modern bağlamda teori, nesneleri görmenin ve çok özel bir söylem içerisinde onları birbirleriyle (özellikle sosyal bilimlerde) ilişkilendirmenin özge bir yoludur (Zima, 2007, s. viii).

Türk Dil Kurumu Bilim ve Sanat Terimleri Ana Sözlüğü, teoriyi "bir olay, bir yapı ya da düzenin nedenlerini açıklamak isteyen genel düşünce, görüş; kuram." olarak açıklamaktadır (TDK, 2020o).

Sönmez (2013) tarafından teori (ya da diğer ismiyle kuram), "çok geniş bir alanı açıklamaya çalışan tutarlı önermelerden oluşan sosyal yapı" olarak betimlenmektedir (s. 28).

Kaplan (1964) ve Merton (1967) genel olarak teoriyi "neden" sorgulamalarının cevabı olarak değerlendirmektedir. Sutton ve Taw (1995, s. 378) ise teori kavramını "olgular arasında bağlantılarla ilgili; eylemler, olaylar, yapılar ve düşüncelerin neden oluştuğuyla

alakalı bir hikâye" olarak tanımlamaktadır. Yazarlara göre teori, olağan ilişkilerin doğasını vurgulayarak neyin ilk olarak geldiğini belirlerken bu olayların zamanlamasını da ortaya koymaktadır.

Teori ile ilgili açıklamalarda onun güçlü veya zayıf olup olmaması üzerinde de durulmuştur. Teoriyi açıkladıktan sonra zayıf ve güçlü teorinin arasındaki farklara da değinerek güçlü teorinin belirli bir olgunun meydana gelme ya da gelmeme nedenlerini sistematik olarak anlamak için temelde yatan süreçleri araştırmak olduğunu belirten Sutton ve Taw'a (1995, s. 378) göre teori güçlü olunca "mikro süreçlere derinlemesine, benzer kavramlara yanlamasına delikler açarak kendini yukarıya doğru daha geniş bir sosyal olguya" bağlamaktadır. Sonuç olarak güçlü teori, bir dizi ikna edici ve mantıksal olarak birbiriyle bağlantılı sav ile süslenmiştir. Weick'in (1995) de veciz bir şekilde özetlediği gibi: "İyi bir teori; açıklar, tahmin eder ve memnun eder" (ss. 565-567).

Bu konu ile ilgili 1989 yılında *The Academy of Management Review* dergisinde teori oluşturmayla ilgili bir forum yayımlanmıştır. Bu forumda teorinin ne olduğuna dair detaylı açıklamalar yer almakta ve sosyal bilimlerdeki zayıf ve güçlü teori arasındaki farklar vurgulanmaktadır[1].

Özellikle sosyal bilimlerde güçlü ve zayıf teori arasındaki farklara dair henüz tam anlamıyla bir fikir birliği olmasa da veri, değişkenler, diyagramlar ve hipotezlerin teori olmadığına dair büyük ölçüde bir anlaşma vardır (Sutton ve Taw, 1995, ss. 371, 372-377). Yazarlara göre ise "bir model ve teori birbirinden ayrılabilir mi?", "bir tipoloji teori olarak adlandırılabilir mi?", "bir teorinin gücü onun ne kadar ilginç olduğuyla mı alakadır?" ya da "yanlışlanabilirlik bir teorinin varlığı için mutlak koşul mudur?" gibi sorular hakkında ise fikir birliği yoktur (s.371).

[1] Bazıları bu dergide de yayımlanan çeşitli çalışmalarda güçlü teoriye dair geniş ölçüde bilgi demeti sunulmaktadır. Daha detaylı bilgi için şu çalışmalara göz atabilirsiniz:

- Dubin'in (1976) uygulanabilir alanlardaki teori inşası analizi,
- Freese'in (1980) biçimsel teori kurma gözden geçirimi,
- Kaplan'ın (1964) davranış bilimlerindeki teori konusunda felsefi incelemesi,
- Merton'un (1967) teorik sosyoloji hakkındaki yazıları,
- Van de Ven'in (1989) iyi teorinin yararı ve Weick'in (1989) zaptı rapta alınmış hayal olarak teori inşası.

2.1.2. Turizm teorisi

Leiper'e (1979, s. 391) göre "turlama, zevk için seyahat etmenin teori ve uygulaması" olarak tanımlanan turizm teorisine, turizm araştırmaları içerisinde epeydir devam edegelen bir ilgi söz konusudur. Bu konuya değinen ilk yazarlardan birisi Cohen'dir (1972). Schuetz (1944)'ten edindiği izlenimlerden hareketle yazar, bilinmeyene karşı tanıdığa doğru turist tutumlarını ele aldığı bir tipoloji geliştirmiştir. Yazar bu tutumların bireylerin seyahat tarzlarında yansıtıldığına da inanmaktadır. Smith ve Lee'ye (2010) göre Cohen bu tipolojisinden doğan bazı tavsiyelerde de bulunmaktadır (s. 28): İlk olarak Cohen tipolojisi, turizmin "büyük teorisi" (/*grand theory*) ile nevi şahsına münhasır (/*idiosyncratic*) çalışmaların arasında bir orta düzey [teori] zemin potansiyelini yansıtmaktadır. İkincil olarak, yazar türlü türlü teorik perspektiflerin turizm çalışmalarına uygulanması gerektiğini düşünmektedir. Üçüncül olarak, Cohen detaylı, tutarlı ve teorik olarak malumatlandırılmış bir turizm anlayışının gelişmesini desteklemek için ortak bir araştırma yaklaşımının geliştirilmesini teşvik etmiştir. Yazarın tekil bir teoriden ziyade bu "orta düzey teoriler" ısrarı, yaklaşık otuz yıl sonra Franklin ve Crang (2001, s. 18) tarafından şöyle tekrar edilmiştir:

> Bize öyle geliyor ki turizm çalışmaları, kendisini bir öğreti okulu olarak yasallaştırmak için bir çeşit 'kuzeybatı geçidi' ya da Büyük Teori bulmak zorunda değildir. Bir boyutun hepsine uyum sağlaması çok da olası gelmiyor. Ne de biz 'kıskançlık teorisine' düşüp diğer alanlardan toptancı teoriler ithal etme işinde olmalıyız.

Jovicic (1988), Meethan (2001) ve Noy (2007) gibi yazarlar tek ve bütünleşik bir turizm teorisi için çağrıda bulunmaktadır. Fakat diğer alan araştırmacılarının deneyimlerinin küçük bir yansıması bile bize turizmdeki her şeyin teorisini yaratma hayalinin benmerkezci değilse bile acemice olduğunu göstermektedir (Smith ve Lee, 2010, s. 29). Yazarlar; bu durumu onlarca yıllık çabaya rağmen ne başı çeken fizikin ne de herhangi başka bilimin tüm olguları kapsayabilmesinden kaynaklı, büyük teorinin doğa bilimleri için bile bulunmaz olmasından hareketle turizm gibi karmaşık ve esneklik (/*plasticity*) taşıyan bir bilim için bulunmasının imkânsız olduğunu belirtmektedirler (s. 29). Franklin ve Crang (2001) de bu düşünceyi, turizm çalışmalarının büyük teoriler bularak bir öğreti okulu gibi kendini haklı çıkarmak için bir çabası olması gerekmediğini çünkü içerdiği tüm boyutlara tam olarak uyacak bir teorinin olası olmadığını söyleyerek desteklemektedirler (s. 18).

Pek çok bilim dallarıyla iç içe geçmiş ve etkileşim halinde bulunmasına karşın, turizmin tüm diğer disiplinlerden apayrı bir disiplin olarak ele alınması gerektiğini savunanlardan birisi de Leiper'dir (1979). Leiper'e (1979, ss. 398-400) göre kendisinden daha geniş bir çevreyle etkileşim halinde olan beş unsurun açık sistemi olarak düşündüğü turizm disiplinine yaklaşma yolumuz, endüstri yapısı etrafında inşa edilmelidir: (1) dinamik insan unsuru, (2) turist üreten bir bölge, (3) bir transit geçiş bölgesi, (4) bir varış bölgesi ve (5) turist endüstrisi.

Bu tanım, turizmin üç temel unsuru kapsadığını düşünen Mathieson ve Wall (1982)'ın[2] ortaya koyduğu tanıma benzerlik göstermektedir (*aktaran* Fennel, 2008, s. 2): (1) Seçilen destinasyona seyahati içeren dinamik unsur, (2) o destinasyondaki kalışı içeren statik unsur, (3) bu ikisinden kaynaklanan ve turistin dolaylı ya da dolaysız olarak temas ettiği ekonomik, sosyal ve fiziksel alt sistemlere etkiyle düşünülen nihai unsur.

Athiyaman (1997, s. 221) tarafından önerilen turizm teorisine yönelik kritik değerlendirmeye göre, turizm talep modellerinin üzerine kurgulandığı ya da turizm teorisine yaptığı katkılara bakılınca yazar, araştırmalar vasıtasıyla bilgi üretiminin üç aşamada gerçekleştiğine Marx'tan (1970)[3] alıntılayarak şöyle vurgu yapmaktadır: (1) önemli değişkenlerin belirlenmesi ve keşfi; (2) bu değişkenlerle ilgili hipotez oluşturma ve bunu test etme; (3) doğrulanan hipotezlerin teoriye entegrasyonu. Ayrıca yayımlanmış yayınların değerlendirmesini de yapan yazar, bu araştırmacıların teori inşa sürecine karşı sergiledikleri umursamaz tutumun turizmin bilimsel kavrayışını ciddi oranda kısıtladığı sonucuna ulaşmaktadır (s. 227).

Teori konusunu pedagojik turizm eğitimi bağlamında ele alan Ritchie, Sheehan ve Timur (2008), turizmdeki teorinin doğa bilimlerindeki gibi sağlam kanıtlara dayalı ampirik savlara ve yanlışlanabilir hipotezlere dayanması gerektiğini vurgulamaktadır (ss. 17-18). Yazarlar ayrıca bu eserde, öz teori (özellikle turizm bağlamında geliştirilen teori) ile kuramsal teori (diğer alanlarda geliştirilip turizmde uygulanmış teori) arasında ayrımı gösteren bir model de önermektedir (s.12).

[2] Çalışmada faydalanılan kaynak; "Mathieson, A. ve Wall, G. (1982). *Tourism, economic, physical and social impacts*. London, UK: Longman, pp. 208." olarak verilmiştir.
[3] Çalışmada kullanılan kaynak; "Marx, M. H. (1970). Observation, discovery, confirmation, and theory building. İçinde *Contemporary Scientific Psychology*, ed. A. R. Gilgen. New York: Academic Press." olarak verilmiştir.

Turizmde teori çalışmalarının yetersizliğini ya da doğru ifade edilemediğini anlatırken Montgomery, Wernerfelt ve Balakrishnan'ın (1989, s. 196) eserlerinde ifade ettikleri şu alıntının, turizm araştırmalarıyla da ilgili olduğunu söyleyebiliriz:

> Alanın, teoriye daha fazla dikkat ayırması gerektiğini savunurken şunu da netleştirmek isteriz ki; diğer alanlardaki gibi işlerin niteliksiz taklitlerini onaylamıyoruz. Mümkündür ki o alanda yanlışlanabilirliğe, teorik genelleştirmeyle ilgili olarak çok düşük bir statü verilmiştir. Bu yüzden de gerçek hayat tertibinde uygulanabilirliği imkânsız değilse de çok zorlayabilir.

Ayrıca Avcıkurt (2009), turizm teorisiyle ilgili olarak turizm çeşitlerinin ilgili yazında birçok farklı açıdan sınıflandırılmasını; çeşitlerinin birbirinden kesin sınırlarla ayrılamaması, hem çekim merkezi bazında hem kullanılan ulaştırma araçları bazında sosyal farklılaşma gereksiniminden kaynaklandığı ifade etmektedir (s. 18).

2.1.2.1. Eric Cohen ve turizm teorisi (1984)

Turizme dair genel felsefi ve ideolojik yaklaşımlarda olduğu kadar teorik yaklaşımlarda da ciddi farklılıklar bulunmaktadır. Cohen (1984) çeşitli araştırmacılardan derlediği bakış açılarındaki bu farklılıklar ile teorik olarak şu sekiz yaklaşımın ortaya konduğunu ifade etmektedir (ss. 374-376):

Ticarileşmiş misafirperverlik olarak turizm *(Tourism as commercialized hospitality):* Odak, turist rolünün "ziyaretçi bileşenindedir" (Cohen 1974, ss. 545-546). Bunun tarafgirleri; yabancıların ziyaret ettikleri toplumda kendilerine geçici rol ve statü verildiği, geleneksel misafir-ev sahibi ilişkileri doğrultusunda devam eden turistik sürecin ticarete dökülmesini kanıksamışlardır (von Wiese, 1930[4]; *mukayese ediniz* Knebel 1960[5]: s. 2). Buna göre turizm, misafirperverliğin ticarileşmiş, nihayetinde de endüstrileşmiş formudur (Leiper, 1979, ss. 400-403). Bu yaklaşımın, turist ve yerel halk arasındaki ilişkilerin dinamiklerini ve evrimini çalışmada, turistlerle ilgilenen roller ve kurumların iç çelişkilerini analiz etmede yararlı olduğu kanıtlanmıştır.

Demokratikleşmiş seyahat olarak turizm *(Tourism as democratized travel):* Vurgu turist rolünün seyahat eden bileşenindedir; bu bakış açısında turist bazı uzak analitik

---

Çalışmada faydalanılan kaynak; "von Wiese, L. 1930. Fremdenverkehr als zwischenmenschliche Beziehung. *Arch. Fremdenverkehr* 1 (1)" olarak verilmiştir.

[5] Çalışmada faydalanılan kaynak; "Knebel, H. J. 1960. *Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus*. Stuttgart: Enke" olarak verilmiştir.

özellikleri olan bir çeşit seyahat eden olarak görülmektedir (Cohen 1974; Pearce, 1982, ss. 28-40). Bu yaklaşıma öncülük eden yazarlar, modern kitle turizmini önceki çağlardaki aristokratik seyahatin demokratize edilmiş yayılması olarak görmektedirler (Boorstin 1964[6], ss. 77-117). [Bu yaklaşımı savunanlar;] sosyologlar tarafından henüz keşfedilmemiş bir bölgeye turizmi (ya da örnek olarak seyahati) demir atmış olsalar da (Nash, 1981, s. 462), bu perspektiften hareketle turistik rollerin tarihsel dönüşümü üzerine önemli çalışmalar üretmişlerdir (örneğin Knebel 1960; Turner ve Ash, 1975[7]).

Modern boş zaman aktivitesi olarak turizm *(Tourism as a modern leisure activity):* Turizmin bir çeşit boş vakit (Dumazdier, 1967[8], ss. 123-138; Pearce, 1982, s. 20) ve turistin de "boş vakti olan ve aynı zamanda seyahat eden" (Nash, 1981, s. 462) olarak görüldüğü yaklaşımdır. Başoyuncuları, boş vakti zorunluluklardan azade bir aktivite olarak görmekte (Dumazdier, 1967, s. 14); boş zaman aktivitelerinin derin kültürel önemini araştırmaktan da genellikle kaçınmaktadırlar. Boş vakti, dolayısıyla da turizmi, rekreasyonla ilişkilendirirken işlevselci bir gözle bakmaktadırlar (Cohen, 1979, ss. 183-185). Bu yaklaşım, modern turizm üzerine makro-sosyolojik ve kurumsal araştırma hakkında epey bilgi vermektedir (örneğin Dumazdier, 1967, ss. 123-138; Scheuch, 1981[9]).

Geleneksel hacılığın modern bir çeşidi olarak turizm *(Tourism as a modern variety of the traditional pilgrimage):* MacCannell (1973, s. 589) tarafından önerilen bu perspektif, modern turizmin derin yapısal önemine odaklanmakta ve turizmi geleneksel toplumlardaki hac ziyareti ile eş tutmaktadır. Turizmi bir çeşit 'kutsal yolculukla' eş değer görürken Graburn (1977)[10], turizm çalışmalarını hac yolculuğu çalışmalarına daha da yaklaştırmaktadır.

Temel kültürel temaların ifadesi olarak turizm *(Tourism as an expression of basic cultural themes):* Burada turizmin daha derin kültürel anlamına vurgu yapılmaktadır.

---

[6] Çalışmada faydalanılan kaynak; "Boorstin, D. J. 1964. *The Image. A Guide to Pseudo-Events in America*. NY: Harper & Row" olarak verilmiştir.

[7] Çalışmada faydalanılan kaynak; "Turner, L. ve Ash, J. 1975. *The Golden Hordes: International Tourism and the Pleasure Periphery*. London: Constable" olarak ifade edilmektedir.

[8] Çalışmada kullanılan kaynak; "Dumazdier, J. 1967. *Toward a Society of Leisure*. New York: Free" olarak verilmiştir.

[9] Çalışmada faydalanılan kaynak; "Scheuch, E. K. 1981. Tourismus. In *Die Psychologie des 20 Jahrhunderts*, 13:1089- 114 Munchen: Kindler" olarak verilmiştir.

10 Çalışmada faydalanılan kaynak; "Graburn, N. H. H. (1977). Tourism: The sacred journey. İçinde *Hosts and Guests* (Smith, V. L., ed.), Philadelphia: University of Pennsylvania Press, pp. 17-32." olarak verilmiştir.

Turizme genel yani "etik /*etic*[11]" yaklaşımı reddeden bu anlayış (örneğin Nash, 1981), turizmin sembolik olarak "tatilcilerin kendi kendileri hakkındaki görüşleri" olan kültüre özgü yani "emik /*emic*[12]" bir anlamaya ulaşmaya çalışmayı savunmaktadır (Gottlieb, 1982[13], s. 167). Böyle bir yaklaşımın içerdiği program nihayetinde turizmi analitik bir kavram olarak ortadan kaldıracak ve farklı, kültüre özgü seyahat çeşitlerinin karşılaştırmalı bir çalışmasını sağlayacaktır.

Akültüratif[14] süreç olarak turizm *(Tourism as an acculturative process):* Bu bakış açısının savunucuları turistlerin ev sahipleri üzerlerindeki etkilerine odaklanmakta ve turizm çalışmalarını akültürasyon teorisinin daha geniş çatısı altına entegre etmek için çabalamaktadırlar (Nuñez, 1963[15], ss. 347-348). Ne var ki, turistler çoğu ıssız bölgelerde sıklıkla karikatürize edilen batılılaşmanın önemli bir öznesi gibi görünseler de bu [anlayış] çok da popüler olmamıştır.

Etnik ilişkiler çeşidi olarak turizm *(Tourism as a type of ethnic relations):* Bu anlayışın savunucuları, turist-halk ilişkilerinin analizini etnik yapı ve etnik ilişkilerin geniş sahasıyla bütünleştirmek için çabalamaktadırlar (Pi-Sunyer, 1977[16]; Gamper,

---

[11] Etik kelimesi Türkçede "ahlaki, ahlakla ilgili; çeşitli meslek kolları arasında tarafların uyması veya kaçınması gereken davranışlar bütünü" (TDK, 2020a) olarak kullanılmaktadır ve İngilizce 'ethic' kelimesinin karşılığını vermektedir. Cohen'in burada da kullandığı Antropolojik sıfatın anlam karşılığı ise çeviri olarak şudur: "Etik /*etic*: Genel, yapısal olmayan ve objektif açıdan belirli bir dil veya kültürün araştırılmasına veya tanımlanmasına ilişkin bir yaklaşımla veya bu yaklaşımla ilgili olarak." (Orijinal dildeki anlamına ulaşım adresi: https://www.lexico.com/definition/etic, E.T. 01.05.2020). Bu kavrama dilimizde verebileceğimiz en yakın anlam "Bir kültüre, gruba içeriden bakış/yaklaşım" olabilir.

[12] Emik kelimesi de Türkçede "emmekten çürüyen yer, emme izi" (TDK, 2020b) olarak kullanılmaktadır. Yine yazarın burada da kullandığı Antropolojik sıfatın anlam karşılığı ise çeviri olarak şudur: "Emik /*emic*: Belirli bir dil veya kültürün çalışmasına veya tanımına, mevcut herhangi bir dış şemadan ziyade, içsel unsurları ve işleyişi açısından bir yaklaşımla veya bu yaklaşımla ilgili olarak." (Orijinal dildeki anlamına ulaşım adresi: https://www.lexico.com/definition/emic, E.T. 01.05.2020). Bu kelime bir önceki Dipnotun zıt anlamlısı olarak kullanılmaktadır. Bu kavrama dilimizde verebileceğimiz en yakın anlam "Bir kültüre, gruba dışarıdan bakış/yaklaşım" olabilir.

[13] Çalışmada faydalanılan kaynak; "Gottlieb, A. 1982. Americans' vacations. *Annals of Tourism Research*, 9 (2), 165-187." olarak verilmiştir.

[14] Akültürasyon; göçmenin kültürel değer ve normları ile ev sahibi toplumun kültürel değerlerinin değişik boyutlarda kaynaşması olarak tanımlanmakta ve şu dört tipi bulunmaktadır: göçmenler ev sahibi kültüre büyük oranda adapte olabilir (integrasyon-bütünleşme); tamamen ev sahibi kültürü tercih edebilir (asimilasyon) ; kendi kültürel değerlerini korumak için ev sahibi kültür ile çok az düzeyde temasa geçebilir (separasyon-ayrımlaşma); ya da kendi kültürel değerlerini yitirir ama ev sahibi kültürü de benimsemez (marjinalleşme) (Başterzi, 2017, s. 382).

[15] Çalışmada faydalanılan kaynak; "Nuñez, Th. A. 1963. Tourism, tradition and acculturation: Weekendismo in a Mexican village. *Ethnology* 2 (3): 347-52." olarak verilmiştir.

[16] Çalışmada faydalanılan kaynak; "Pi-Sunyer, 0. 1977. Through native eyes: Tourists and tourism in a Catalan maritime community. See Smith 1977c, pp. 149- 55" olarak verilmiştir.

1981[17]). Bu yaklaşım, turizm piyasası için etnik sanat üretiminin etnik kimlikler üzerindeki etkisi üzerine bazı çalışmalar içermektedir (Graburn 1976[18], ss. 23-30).

Yeni sömürgecilik biçimi olarak turizm *(Tourism as a form of neocolonialism):* Odak noktası turizmin turizm-üretici "metropoliten" ülkeler ile turizm-alıcı periferik (çevresel/yanal) milletler arasında bağımlılık yaratmadaki rolüdür. Bu da kolonyal (sömürgeci) ya da "emperyalist" dominantlığı ve yapısal gelişmemişlik biçimlerini kopya etmektedir. Bu yaklaşım Nash (1981) tarafından açıkça formül halinde ifade edilmiş; Matthews (1978[19], ss. 74-86) tarafından da çeşitli biçimleri tartışılmıştır.

2.1.2.2. Stephen Smith ve Hoffer Lee turizmde teori tipolojisi (2010)

Stephen L. J. Smith ve Hoffer M. Lee, 2010 yılında *From Tourism Research: a 20:20 vision* (Ed: Douglas G. Pearce ve Richard W. Butler) adlı kitaptaki "A typology of theory in tourism" isimli bölümde, turizm araştırmaları içerisindeki uzun süredir devam edegelen teori merakına cevap bulmaya çalışmışlardır. Yazarlar; beşer yıllık iki dönem (1989-93 ve 2004-08) ve üç dergide (*Annals of Tourism Research (ATR)*, *Journal of Travel Research (JTR)* ve *Tourism Management (TM)*) yayımlanan, 'theor*' taramasıyla ulaşılan tam metinli makalelere yapılan içerik analizi vasıtasıyla bu çalışmalarında turizm araştırmalarındaki teori tiplerini yedi temel basamakta sınıflandırmışlardır (Tablo 2.2).

Tablo 2.2: Teori tipolojisi (Smith ve Lee, 2010, s. 31).

Kategori	Kısa tanım
Birinci tip teori	Doğa bilimlerinde bulunan 'geleneksel teori' türü
İkinci tip teori	Teori, apriori[20] (önsel /*a priyori*) genellikle de deneysel modelle eş anlamlıdır
Üçüncü tip teori	Teori, istatistiksel analizle eş tutulmaktadır

[17] Çalışmada faydalanılan kaynak; "Gamper, J. A. 1981. Tourism in Austria: A case study of the influence of tourism on ethnic relations. *Annals of Tourism Research*, 8(3):432-46." olarak verilmiştir.
[18] Çalışmada faydalanılan kaynak; "Graburn, N. H. H. (1976). Introduction: Arts of the Fourth World. İçinde Graburn, N. H. H., ed. (1976). *Ethnic and Tourist Arts: Cultural Expressions From the Fourth World*. Berkeley: University of California Press, pp. 1-32" olarak verilmiştir.
[19] Çalışmada faydalanılan kaynak; "Matthews, H. G. 1978. *International Tourism-A Political and Social Analysis*. Cambridge, Mass: Schenkman Books." olarak verilmiştir.
[20] Latince ifadeler *a priori* ve *a posteriori*, Immanuel Kant'ın felsefe tarihindeki en etkili eserlerden biri olan Saf Akıl Eleştirisi (*Critique of Pure Reason* ilk basım 1781) tarafından popüler hale getirilen felsefi terimlerdir. A priori, kelime anlamı olarak "önceki" demek olsa da Kant için, deneyden (dolayısıyla duyulardan) bağımsız elde edinilen bilgi a priori'dir; deney yardımıyla edinilen bilgi ise a posteriori'dir (Kant 2000, s. 16). Türkçe karşılık olarak belki "önsel" anlamı verilebilir.

Tablo2.2 (devamı): Teori tipolojisi (Smith ve Lee, 2010, s. 31).

Kategori	**Kısa tanım**
Dördüncü tip teori	Teori, test edilmemiş/test edilemez sözlü ya da grafiksel modeldir
Beşinci tip teori	Teori olarak epistemoloji
Altıncı tip teori	Gömülü teori
Yedinci tip teori	Teori olarak temellendirilmemiş yafta ya da sıfat

Bu teori tiplerini kısaca açıklamak gerekirse;

Birinci tip teori doğa bilimleri ya da ekonomideki genel teoridir. Bu teori; çok iyi test edilmiş, yeni ve önemli yanlışlanabilir tahminler üretmeye mahir, kavramsal olarak gerçekliğin bazı yönlerini anlamayı bütünleşik olarak sunan diğer başka teorilerle ilişkilidir. Teori, literatürde iyi bir şekilde oluşturulmuştur ve o disiplinin ayrılmaz bir parçasını temsil eder. Böyle bir teori konuyla ilgili diğer izharlarda geniş kapsamda uygulanabilir denklemler ve grafiklerle açık seçik ifade edilmiştir. [Çünkü] bu tekrarlanan testlerin başarılı bir şekilde buluşturulmasına dayandırılmaktadır. Yani eğer bir teoriden mantıksal olarak çıkarılan hipotezler desteklenmekte başarısız olursa, teori yanlıştır; ya da en azından noksandır/kusurludur (s.31-32).

İkinci tip teori, birinci tipteki gibi deneysel kanıtlarla desteklenmiyor ve de diğer teorilerle bağlantılı olmasa da bazı apriori test etme yapısını yansıtmaktadır. Bu teoriler sık sık 'model' ile eş anlamlı düşünülmektedir. Bu tip de yanlışlanabilir tahminler üretir ancak, bu testler çalışılan olgunun karmaşık ya da düzensiz oluşundan dolayı teoriye kısıtlı destek sunabilir. Çalışılan olgu teoride tam olarak açıklanamayan unsurlar içerebildiği için kesin doğru bir tahmin üretmedeki başarısızlığı, teoriyi reddetmek için yeterli görülmemektedir. Sonuç olarak aynı olguyu açıklayan iki ya da daha fazla teori aynı zamanda var olabilir. Antropoloji, toplumsal gelişme, insan coğrafyası, planlama, siyasi bilimler, psikoloji ve sosyolojiden üretilen insan davranışı ve sosyal dinamiklere dair teoriler; genellikle bu tipe örnek olarak verilebilir (s.32).

Üçüncü tip teori, apriori bir model olmaksızın değişkenler arasındaki spekülatif arızi (/*casual*) ilişkileri test eden istatistiksel modellere işaret etmektedir. Bu tip teoriye en yaygın örnek olarak yapısal eşitleme modeli (YEM) verilebilir. Çünkü YEM var olan bir kavramsal modelde bulunmamasına karşın sonuçları 'teorik iç görü' olarak sunulmaktadır. Modeller; markalaşma, pazar bölümlendirme, tüketici karar verme ya da

destinasyon pazarlama gibi daha büyükçe çatı çerçeveler bağlamında ifade edilebilir olsa da eğer açık ve formel bir teoriyle bağdan yoksunsa üçüncü tip teoriye tabii olarak sınıflandırılırlar (s.33).

Dördüncü tip teori, tarif ve açıklama için kavramsal bir model kullanılması açısından ikinci tip teoriyle benzerlik göstermekte ve modellerin yanlışlanabilir olmaması açısından da ondan ayrışmaktadır. Bu modeller sözel olma eğilimi göstermekte fakat grafiksel temsillerle desteklenebilmektedirler. Modelin ana unsurları arasındaki ilişkiler ile daha büyük bazı olgular için olası sonuçları tarif edilmiş olsa da yine bu önermeler (savlar) test edilememektedir (s.33).

Beşinci tip teori, teori olarak sunulan epistemolojidir. Bu [esasen] veri toplama ve yorumlamanın şeklî, kuralcı yoludur. Dördüncü tip teorilerde olduğu gibi, beşinci tip de yanlışlanabilir hipotezlerden mahrumdur. Doğrusunu söylemek gerekirse beşinci tip teoriler, epistemolojilerin feminist teori gibi öznel araştırma tasarımları için dayanak oluşturan önermeleri içermesi açısından dördüncü tip teorilerle örtüşmektedir. Bu tasarımlar, hangi soruların müsaade edilebilir olduğunu gösteren sayıltıları, toplanabilecek bilgiyi ve gözlemlerin nasıl yorumlanması gerektiğini içermektedir. Ne var ki, böylesi bir araştırmanın bulguları bağımsız bir şekilde doğrulanamaz, çünkü analiz ampirik değildir. Aynı olguyu gözlemleyen faklı araştırmacılar, şahsi bakış açılarına dayanarak birbirlerinden bambaşka sonuçlara ulaşabilirler (s.33). Beşinci tip teoriler, bir araştırmacının veriyi seçip yorumlamasına aracılık eden bir filtre görevi görür. Beşinci tip teori, ampirik olarak test edilebilir hipotezler önermek yerine bir araştırmacının sorulmasına izin verilen soruları şekillendiren bir değerler ve öneriler setini reçetelendirmektedir. Sonuç olarak beşinci tip teorinin uygulanması, kayd-ı hayat şartıyla ebedi (kendi kendine varlığını sürdüren) olma meyli göstermektedir. Örnek vermek gerekirse bir çatışma teoristi, sosyal etkileşimi eşit olmayan güçler arasında bir savaş olarak görmektedir. Eğer çatışma teorisi öncülü (/*premise*) kabul edilirse, veriler daima eşit olmayan güç savaşlarına delil olarak görülecektir (s.34).

Altıncı tip teori, nam-ı diğer gömülü teoridir. Haddi zatında gömülü teori tek bir teori değil, mülakat transkriptlerinin yapılandırılmış, tekrarlayan, öznel kodlamalarına dayanan tema ve şablonlar şeklinde çıkarımların elde edilmesini temsil etmektedir. Teori, umumiyetle bir mülakat transkripsiyon olan veri kaynağında kodların

geliştirilmesiyle başlamakta; daha sonra çalışılmakta olunan başlıkla ilgili ifade setlerine doğru sistematik bir şekilde devam etmektedir. Birinci ve ikinci tip teorilerin aksine gömülü teorinin bulguları, araştırmanın özge bağlamının ötesinde genelleştirilemez. Bu bulgular yanlışlanabilir önermelere çevrilme potansiyeli barındırabilse de uygulamada bu nadiren yapılmaktadır. Beşinci tip teorideki gibi, aynı olguyu araştıran farklı araştırmacılar, dünya görüşlerine dayalı olarak farklı sonuçlara ulaşabilmektedir (s.34).

Yedinci tip teori, 'teorinin' muhtelif kullanımlarını temsil etmektedir. Bu tip teorinin birleştirici alamet-i farikası, 'teori' teriminin [doğru ya da yanlış olup olmadığı] eleştirilmeden, gelişi güzel ya da tözel dayanağı olmaksızın kullanılmasıdır. Bulguların teorik olduğu iddia edilebilir fakat bunlar ne test edilebilir önermelere ne de apriori bir modele dayanmaktadır. Genellikle sadece betimsel olsa da post hoc[21] ampirik sonuçlar ortaya konabilir. Diğer bir deyişle yedinci tip teori, iddiası için gerekçe olmaksızın araştırma sonuçlarını 'teorik iç görü' olarak arz eden betimleme içermektedir (s.34). Önem-başarım analizi gibi analitik bir yöntemin 'teori' olarak adlandırılması ya da kaos teorisi gibi aslında var olan karmaşık matematiksel modellemenin turizm piyasasının tahmin edilemezliğine yeni bir bakış açısı getirmesi gibi aslında sadece içeriğindeki teori benzerliğinden ötürü teori olarak nitelendirilen böyle çalışmalar bu tipe ait örnekler arasındadır. (s.35).

Yazarların turizmde teori adı altında yapılan çalışmaların sınıflandırmasını yaptıkları bu eserlerinde ortaya çıkan sonuç, teori kavramının azımsanmayacak oranda tutarsız kullanımını açıkça göstermektedir. Kavramın geleneksel bilimsel teoriden, gelişigüzel ve eleştirilmeden kullanışına kadar yedi farklı tipi tanımlanmıştır (ss. 31-36). "Peki ama

[21] **Post hoc ergo propter hoc** (ya da kısaca *post hoc*) bir safsata çeşididir. Bu Latince ifade Türkçeye "bundan sonra, demek ki bundan dolayı" şeklinde çevrilebilir. Post hoc safsatası "peş peşe gerçekleşen iki olaydan daha önce gelen daha sonra gelenin sebebi olmak zorundadır" şeklinde geçersiz bir akıl yürütmeye dayanır. İnsan beyni birbirini izleyen olaylar arasında sebep-sonuç ilişkisi kurma yönünde güçlü bir eğilim sergiler. Buradaki sorun, sebep-sonuç ilişkisi kurulurken sadece ve sadece olayların sırasına bakılması, diğer tüm faktörlerin göz ardı edilmesidir. Birbirini izleyen iki olay arasında hiçbir ilişki bulunmayabileceği gibi, bu iki olay bambaşka bir üçüncü olaydan kaynaklanmış da olabilir. (Kaynak: https://tr.wikipedia.org/wiki/Post_hoc_ergo_propter_hoc E.T. 10.04.2020)

turizm araştırmalarında tek bir doğru 'teori' kullanımı mı önereceğiz?" diye sorarak sonuçlandırdıkları eserlerinde yazarlar, teori kelimesinin Tip 1 ve Tip 2 teorilerde (yani önemli derecede ampirik kanıtlara dayanan ve yanlışlanabilir tahminler üreten çalışma modellerinde) kullanılması gerektiğini önermektedirler (s.37). Öznel spekülasyonlar dâhil diğer kullanımların ise 'model', 'kavram', 'metot', 'paradigma' ya da 'epistemoloji' ifadeleri ile yer değiştirebileceğini (ya da yer değişmesi gerektiğini) vurgulamaktadırlar (s.38).

Yazarların, bu araştırmanın temelinde olan gömülü teorinin özge durumuna yönelik ise söylemleri şudur (s.38):

> Gömülü teori, isminden dolayı bir yanıltma içeriyor olsa da bizim görüşümüze göre hiçbir açıdan teori değildir. Kendisi daha ziyade bir çeşit [sistematik] kodlama ile mülakat transkriptlerinden temalar çıkaran bir metottur. Bu yüzden kendisine ardışık ya da hiyerarşik kodlama dense yeridir.

'Teori' ifadesinin türlü türlü kullanımı sadece iletişim eksikliğine değil aynı zaman da model ya da bulguların turizm araştırmaları külliyatında yanlış konumlandırılarak yanlış yorumlanmasına neden olabilmektedir. Yazarın spekülasyonları ve öznel [derin] düşünceleri ile (örnek olarak yanlışlanabilirlik testine sokulan hipotezleri gibi) ampirik olarak desteklenen sonuçlar arasında dahil edilmesi gereken önemli ayrımlar bulunmaktadır. 'Teorinin' gelişigüzel kullanımlarla bu ayrımları git gide bulandırması alanımıza zarar vermektedir (/hizmet etmemektedir). Araştırmacıların kelimelerindeki daha çok dürüstlük, kesinlik ve açıklık anlaşılmayı ve iletişimi kolaylaştıracak ve onlar turizm doğası, yapısı ve dinamiklerinin sosyal bilimsel anlaşılmasındaki müstakbel gelişiminin desteklenmesinde yardımcı olacaktır (s.38).

2.1.3. Sınıflandırma ve sınıflandırmaya dair temel kavramlar

İnsanoğlu; çevresinde gördüğü canlı-cansız tüm varlıkları, ister benzer isterse farklı yönleriyle, her zaman tanımlama ve sınıflandırma eğilimi içindedir. Farkında olmasa da insan, çevresindeki hemen her şeyi; bitkiler ve hayvanlar, suda ve karada yaşayan hayvanlar, tehlikeli veya tehlikesizler gibi ayırımlarla sınıflandırmaktadır. "Kural olarak insan, sınıflandırarak algılayabilen bir türdür" (Candaş, 2008, s. 1, b. 1). Sınıflandırma hayatın her yerinde o kadar vardır ki, bizler onu sadece analiz etmekte yetersiz kalmayız

aynı zamanda onun bizatihi var olduğunu bile fark etmekte başarısız oluruz (Bailey, 2011, s. 2). Yani insanlar sınıflandırır ve taksonomiler sınıflandırmanın en doğal olanlarından bir tanesidir (Thau, 2010, s. 1).

Sınıflandırmanın temel tanımı basit olsa da hitap ettiği durumların karmaşıklığı bu tanımı da karmaşık hale getirmekte; bu durum ise tanımların aşırı bolluğuna, çoğu tanımın ise muğlak olmasına neden olmaktadır. "Sınıflandırma öğrencisinin, ağaçlar içinde ormanı göremeyişi açısından bu terimlerin hepsinden dolayı kafasının karışmasını önlemek, kritik derecede önemlidir." (Bailey, 2011, ss. 3-4)

Sınıflandırma en temel anlamıyla "varlıkları benzerlikleri açısından gruplandırma genel süreci" olarak tanımlanmaktadır (Bailey, 2011, ss. 2, 4). Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü'ne (*Organisation for Economic Co-operation and Development* – OECD) (2020b) göre sınıflandırma, verilerin sunum ve/veya harmanlanmasından ölçülebilecek bir ya da daha fazla değişkenle ilişkilendirilebilecek münferit, detaylı ve karşılıklı şekilde münhasır gözlemler setidir.

Biyoloji disiplininde esas olan sınıflandırma tabiri ise "yaşayan ya da yok olmuş canlıların gruplar halinde sıralanması" olarak algılanmaktadır (Candaş, 2008, s.1, b.1). Bu anlamıyla sınıflandırma, taksonomiden farklı olarak çalışma konusu yalnızca canlıları gruplandırmak ve bu grupları derecelendirmek biçiminde özetlemenin mümkün olduğu bir yaklaşımdır.

Hem sosyal bilim disiplinleri çerçevesinde hem de pozitif bilimlerce sınıflandırma ya sadece tek bir boyut ya da karakteristiğe dayanan tek boyutlu (/*unidimensional*) ya da birçok boyuta dayanan çok boyutlu (/*mutlidimesional*) olabilir. Eğer sınıflandırma çok boyutluysa, boyutların genellikle ilintili (/*correlated*) ve ilişkili (/*related*) olduğu düşünülür. Boyutlar genellikle sembolik (/*nominal*) ya da sıralama (/*ordinal*) değişkenler gibi kategorik verilerdir. Eğer araştırmacı öncelikle onları kategorize ederse, eşit aralıklı (/*interval*) ya da eşit oranlı (/*ratio*) değişkenler de kullanılabilir (Bailey, 2011, s. 4).

Bailey (2011) ayrıca kavramsal ve kalitatif sınıflandırma olarak adlandırdığı iki adet sınıflandırma çeşidinden de bahsetmektedir. Bailey, bunların ilkinin hücrelerinin deneysel vakalar yerine tip kavramları temsil ettiği için; ikincisinin ise genellikle

niceleme ya da istatiksel analizler olmaksızın kurulduğu için aslında her ikisinin de tipolojiler olduğuna ayrıca değinmektedir (s. 5).

Bütünsel sınıflandırma süreci yukarıda tarif edildiği gibi oldukça basittir. Yegâne temel kural sınıfların hem "kapsamlı" (geniş ve çok ayrıntılı /*exhaustive*) hem de "müştereken münhasır" (ortaklaşa hariç tutan /*mutually exclusive*) olmasıdır[22] (s.3).

Sınıflandırmaya dair bazı temel kavramlar metnin devamında verilmektedir.

Monotetik (/*Monothetic*[23]) sınıflar. Monotetik sınıflar, ölçülmekte olan tüm değişken ya da boyutlarda tamamen eş ya da özdeş olan vakaları içeren sınıflardır (Bailey, 2011, s. 6). Beckner'e (1959) göre monotetik bir sınıf, tüm vakaların hem gerekli hem de yeterli olduğu bir dizi niteliklere sahip olmasını gerektirmektedir (s.22). Tipolojiler genellikle sadece monotetik sınıfları içerir (tip monotetik bir sınıftır). Tablo 2.3'deki Dört katmanlı tipolojide (bknz. s. 31) görünen Tip 1'deki insanların -hiçbir istisna olmadan- hem akıllı hem de motive olmuş kişiler olduğu varsayılırken Tip 4'dekilerin yine istisnasız akılsız ve motive olmamış kişiler olduğu farz edilir. Yani bu açıklamadan kavramsal tipolojilerin, monotetik olarak tanımlandığı çıkarımı elde edilebilir.

Politetik (/*Polythetic*[24]) sınıflar. Monotetik sınıfların aksine politetik sınıflar, tamamen eş ya da özdeş olan vakalar içermekten ziyade baştanbaşa daha büyük ölçüde benzerlik gösteren grup vakaları içerir. Beckner (1959) politetik sınıfı, bir *G* dizisinin sahip olduğu $f1, f2, \ldots f_n$ nitelikler ile şöyle tanımlamaktadır (s. 22):

1. Her biri, *G*'de çok (fakat tanımlanmamış) sayıda niteliğe sahiptir.
2. *G*'deki her bir *f* çok sayıda bu bireyler tarafından sahip olunmaktadır.
3. *G*'deki hiçbir *f* kümelenmiş halde her birey tarafından sahip olunmamaktadır.

[22] Bunun açıklaması şudur: Eğer *N* sayıda kişi sınıflandırılacaksa, (kapsamlılık/*exhaustivity* kuralını yerine getirmesi için) hem her bir kişi için uygun bir sınıf olmak zorundadır hem de (müştereken münhasırlık/*mutual exclusitivity* kuralının sağlanması için) hiç kimsenin iki sınıfa birden uygun olduğu bir durum olmamalıdır [yani her bir kimse için tek ve yegâne doğru bir sınıf olmalıdır] (Bailey, 2011:3).

[23] Kavramın tam olarak Türkçede bir karşılığı bulunamamıştır. İngilizce orijinalinden çevirisi ise şöyledir "1- Tek bir temel fikir veya ilkeye ilişkin veya bu ilkeye dayanan, 2- Bir dizi özniteliğin varlığıyla tanımlanan bir sınıflandırma" (Sesli Sözlük, 2020a). Kavrama Türkçe terim karşılığı olarak *monotetik* sözcüğü önerilmektedir.

[24] Bu kavramın da tam olarak Türkçede bir karşılığı yoktur. İngilizce orijinalinden çevirisi ise şöyledir "Tümüne olmasa da ortak birçok özelliğe sahip olmak" (Sesli Sözlük, 2020b). Kavrama Türkçe terim karşılığı olarak *politetik* sözcüğü önerilmektedir.

Eğer yukarıdaki ilk iki şartı sağlarsa bir sınıf politetik, üçünü de sağlarsa tamamen politetik olur. Daha sade ifade etmek gerekirse bir sınıf, eğer içerisindeki nesneler ile ortak tek bir karakteristiği bile paylaşmazsa tamamen politetiktir.

Bir örnek ile açıklamak gerekirse elimizde üç vaka ve her bir vakaya ait üç değişken olsun. Bunlardan Vaka 1 ile Vaka 2, 1 ve 2 değişkenleri yönünden benzer iken Vaka 1 ve Vaka 3 de 1 ve 3 değişkenleri açısından benzer olabilir. Bu durumda Vakalar 1, 2 ve 3; benzeştikleri 1, 2 ve 3 değişkenleri açısından eş ya da özdeş değildir, fakat diğer sınıflardaki vakalara kıyasla büyük ölçüde benzerlik göstermektedir. Yani bunlar kendi sınıflarındaki vakalara diğer sınıflardaki vakalardan daha çok benzemeleri açısından kendi içlerinde politetik bir sınıf oluştururlar.

Eşzamanlı (/*Synchronic*) sınıflandırma. Sosyal bilimlerdeki çoğu sınıflandırma "zamanda bir noktada olan" anlamına gelen eşzamanlı ya da kesitseldir (Bailey, 2011, s. 7). Bu türden ya da evrimsel olmayan ilişkiler, biyolojide bazen fenetik (taksimetri /*phenetic*)[25] ilişkiler olarak da adlandırılmaktadır.

Artzamanlı (/*Diachronic)* sınıflandırma. Daha zor olsa da, sınıflandırma yaparken değişimin ölçülmesi ya da evrimsel benzerliğin araştırılması gibi artzamanlı sınıflandırmalar yapılabilir. Numerik taksonomiden önce biyolojideki çoğu sınıflandırma, evrim üzerine dayanan artzamanlı çalışmalardı (Bailey, 2011, s. 7). Evrimin seyrini gösteren atasal ve kladistik[26] benzerlik ilişkilerine filojenik (/*phyletic*)[27] denmektedir. Bunlardan atasal sınıflandırma, kelimenin tam anlamıyla eşzamanlı; kladistik sınıflandırma ise art zamanlıdır (Sneath ve Sokal, 1973, ss. 27-60).

Vakaların tanımlanması (/*Identification of cases*): Tablo 2.3'teki Dört katmanlı tipolojide (bakınız s.31) görüleceği gibi başarı ve başarısızlık tipolojisi, verilen bir hücre için kaç tane (eğer hiç varsa) ampirik vakanın bulunabileceğini bilmeden yapılandırıldı. Tipoloji ya da taksonomideki bir hücre için deneysel vakalar bulma sürecine tanımlama (/*identification*) denilmektedir (Bailey, 2011, s. 7). Özellikle numerik-taksonomik

[25] Taksimetri olarak da bilinen fenetik sınıflandırma; organizmaları, filogeni veya evrimsel ilişkilerine bakılmaksızın, genellikle morfolojide veya diğer gözlemlenebilir özelliklerde genel benzerliğe dayalı olarak biyolojik sınıflandırma felsefesidir (Sokal, 1986, ss. 423-424).

[26] Atasal (/*patristic*) ilişkilerde aynı ortak atadan gelen organizma birçok ortak özelliği taşırken kladistik (/*cladistic*) ilişkilerde ortak ata daha yakın geçmişe dayanmaktadır (Bailey, 2011, s. 7).

[27] Özellikle soyiçi tedricilik (/*phyletic gradualism*) olarak da kullanılan fiziksel kademecilik tabiri; çoğu türleşmenin yavaş, tek biçimli ve kademeli olduğunu teoriye döken bir evrim modelidir (Phyletic gradualism, 2019).

yöntemlerle üretilen çoğu taksonomide görüleceği gibi vakaların tanımlanması, esasında taksonomi inşa süreçlerindendir. Şöyle ki, taksonomistler önce ampirik vakaları çeşitli açılardan ölçer, daha sonra bu ölçümlerden hareketle benzerliklerine göre taksonları oluştururlar. Bu durumdan da anlaşılabileceği gibi taksonomi inşa ve tanımlama süreçleri gerçekte eş anlamlı haline gelmektedir.

Sözel tipolojiler açısından duruma bakacak olursak, önce tipler oluşturulur daha sonra da ampirik vakalar araştırılır. Bu yüzden de tipoloji inşa ve vaka tanımlama süreçleri burada birbirinden ayrılmaktadır. Ancak, ampirik kurulmuş taksonomiler için bile çoklu farklılık analizi gibi yöntemler vasıtasıyla yeni vakalar tanımlanabilir. Örneğin bir araştırmacı 100 vakayı sekiz takson altında birleştirmiş olsun. Daha sonra araştırmacı 10 vaka daha ekleyecek olsun. Bu ekleme işleminde araştırmacı vakaları sekiz taksonda tanımlayabilir. Böylelikle tanımlama süreci hem kavramsal hem de ampirik sınıflandırmalar için başarılmış olur.

Bu temel tanımlardan sonra, bu çalışmanın da üzerinde şekilleneceği taksonomi ve tipoloji sınıflandırma yaklaşımları ile sistematik kavramları izleyen başlıklarda anlatılmaktadır.

2.1.3.1. Taksonomi

Taksonomi sözcüğü, Yunanca kökenli olup "sıralama/düzenleme" anlamına gelen *taxis* (Grekçe[28] *τάξις*) ile "yasa/yöntem" anlamına gelen *nomos* (Grekçe *νομία*) sözcüklerinin birleşmesiyle oluşmuştur (Duralı, 1987, s. 100; Linnaen, 2018). Türk Dil Kurumu ise bu ifadeyi "(Fr. *taxonomie*) sınıflandırılma ve bu sınıflandırmada kullanılan kurallar bütünü" olarak tanımlamaktadır (TDK, 2019). Biyolojide taksonomi; canlıları tanımlayan, anlatan ve adlandıran bilim dalıdır (Candaş, 2008, s.1, b.1). Genel manada taksonomi "canlıların sınıflandırılmalarına ilişkin teori ile eylemin adıdır" (Duralı, 1987, s. 100). OECD'ye (2020a) göre taksonomi ise tür ve alttürler arasındaki ön görülen doğal ilişkiye göre sınıflandırmayı ifade etmektedir.

Biyolojik olarak canlıların tanımlanması ve adlandırılmasını taksonomi bilimi üstlenmektedir. Taksonomi biliminin genel amacı canlı türlerini belirli bir düzene

[28] **Grekçe (Antik Yunan Dili):** Antik Yunanistan'da ve Doğu Akdeniz havzasında MÖ 9. yüzyıldan MS 6. yüzyıla kadar konuşulmuş olan ölü bir dildir. Arkaik, Klasik ve Helenistik dönemleri vardır. "Antik Yunanca" olarak da bilinir (Kaynak: https://tr.wikipedia.org/wiki/Grek%C3%A7e)

sokmaya çalışmak ve buna yönelik ilkeler geliştirmektir (Vanherbaryum, 2018). Buradaki hedef herhangi bir organizma ya da organizma grubuna ait yapılmış gözlemler sonucunda ortaya konulmuş olan bilgileri toplayarak uluslararası kullanışlı ve pratik bir sistem oluşturmaktır. Yaşayan canlı grupları hakkında gerekli bilgiler, ancak böyle bir sistem içinde edinilebilmektedir.

Taksonomik sistem, hiyerarşik bir sistem olup sistemin işlevsel olabilmesi için şu özellikleri taşıması gerekmektedir:

- Değişik tipteki organizmaları ayırt edebilmeli,
- Bu ayırım için gerekli ölçütleri ortaya koymalı ve
- Spesifik taksonları daha kapsamlı taksonlar içine toplama kapasitesine sahip olmalıdır.

Taksonomi, özellikle sosyal bilimlerde çoğu insan tarafından tipoloji ile birbirlerinin yerine kullanılmaktadır (McKercher, 2016, s. 197). Hatta Bailey'e (2011, s. 6) göre genellikle taksonomi biyolojik bilimlerde, tipoloji ise sosyal bilimlerde kullanılmaktadır. Mapingure'ye (2018) göre ise "bir taksonomi, kavramsal olmaktan ziyade deneysel başlamaktadır. Amacı vakaların gözlemlenebilir benzer ve ölçümlenebilir değişkenlere göre sınıflandırılmasıdır" (s.4). McKercher'e (2016, s. 197) göre gözlemlenebilir ve ölçülebilir karakteristiklerin ölçülmesine dayanan taksonominin aksine tipoloji; birden çok boyutlu şekilde ve ideal tipi kavramına dayalı bir şekilde, kavramsal olarak unsurları ayıran, zihinsel kurgulanmış (ve belki deneysel gerçeklikle bulunamayacak) yapılardır.

Simpson (1961) süreç olarak taksonomiyi "esasları, prensipleri, prosedürleri ve kuralları dâhil olmak üzere teorik sınıflama çalışması" olarak tanımlamaktadır (s. 11). Sneath ve Sokal (1973) bu tanımı daha da kapsamlı şekilde açıklayarak taksonomiyi teorik özdeşim (/*identification*) çalışmalarını içerecek şekilde genişletmiştir (s. 3).

Taksonomi sayesinde istendik davranışların basitten karmaşığa, kolaydan zora, somuttan soyuta birbirinin önkoşulu olacak şekilde aşamalı sıralaması elde edilmektedir. Velardi, Cucchiarelli ve Petit (2007)[29] bir taksonomi oluşturmanın, bir

[29] Çalışmada faydalanılan kaynak; "Velardi, P., Cucchiarelli, A., & Petit, M. (2007). A taxonomy learning method and its application to characterize a scientific web community. *IEEE Transactions on Knowledge and Data Engineering*, 19(2), 180-191." olarak verilmiştir.

ihtisas alanına dair resmi bir varlık (ontoloji) oluşturmanın ilk adımı olduğunu tartışırken Coccossis ve Constangoglu (2008)[30] böyle bir sistemin destinasyon yapısını daha iyi anlamak, politika ve planlamaya daha çok yardımcı olmak için gerekli olduğunu ifade etmektedir (aktaran McKrecher, 2016, s. 197).

Bazı yazarların ise taksonomiyi daha çok deneysel unsurlar içeren, tipolojiyi ise kavramsal sınıflandırma olarak ele aldığı ve ikisi arasında ayrımı bu şekilde yaptığı görülmektedir (Mapingure, 2018, s. 4; Bailey, 2011, s. 5). İstisnai olarak kavramsal tipolojiler için deneysel vakaların ardıl özdeşimi buna dâhilken taksonomilerin kavramsallaştırılması dâhil değildir (Bailey, 2011, ss. 5-6).

Biyolojik taksonominin dayanak noktaları

Günümüzdeki sistematik çalışmalar, evrimsel geçmişi ve akrabalık derecelerini esas alarak, ortak atadan gelen evrim basamaklarını içerir. Bu çalışmalar *filogenetik taksonomi* ya da *kladistik* olarak adlandırılır. Kladistik çalışmalarda hazırlanan kladlar, tek bir ortak atadan gelen tüm evrim basamaklarını içerir. Bu şekilde tek bir atadan köken alan gruplara *monofiletik gruplar* adı verilir. Örneğin, sürüngenler sınıfı ve kuşlar sınıfı, tek bir ortak atadan gelmektedir (Candaş, 2008, s. 2, b. 2).

Birden fazla ortak atadan gelen gruplara ise *parafiletik gruplar* denir. Sabit vücut sıcaklığına sahip canlılar olan memeliler ve kuşlar, evrimsel soyağacına göre farklı ortak atalardan meydana gelmişlerdir (Candaş, 2008, s. 2, b. 2).

Taksonominin bir diğer dayanak noktası, çeşitli vücut yapılarının oluşum kökenleridir. Buna en klasik örnek, hayvanlar âleminin memeliler sınıfının bir üyesi olan yarasanın kanatları ve aynı ailenin bir diğer üyesi olan insanın kollarıdır. Yarasanın kanadını oluşturan kol ve parmak kemikleri ile insanın kol ve el kemikleri, embriyo döneminde aynı kökenden oluşmuş olan kemiklerdir. Bunlar gibi aynı kökenden gelişerek meydana gelmiş yapılar *homolog yapılar* olarak bilinir (Candaş, 2008, s. 2, b. 2). Kuşların ve böceklerin kanatları ise, aynı işlevi -yani uçma görevini- üstlenmelerine karşın farklı

[30] Çalışmada faydalanılan kaynak; "Coccossis, H., & Constangoglu, M. (2008). The use of typologies in tourism planning: problems and conflicts. İçinde H. Coccossis, & Y. Psycharis (Eds.), *Regional analysis and policy: The greek experience*. Physica-Verlag HD contributions to economics series (pp. 272-296)." olarak verilmiştir.

kökenlere sahiptir. Bunlar gibi farklı kökenden gelişmiş ama sonuçta aynı görev için özelleşmiş olan yapılara da *analog yapılar* denir (Candaş, 2008, s. 2, b. 2).

Sistematik çalışmalarda çeşitli karakterler yardımı ile akrabalık dereceleri incelenir. Bunlar dış görünüşle ilgili morfolojik karakterler olabileceği gibi, fizyolojik, genetik, ekolojik ya da etolojik (davranışsal) karakterler de olabilir (Candaş, 2008, s. 2, b. 2). Bu özellikler tezin sınıflandırma içeriğiyle doğrudan ilgili olmadığı için tek tek ele alınmamıştır.

Biyolojik taksonominin çalışma şekli

Taksonomi çalışmaları yapan kişi taksonomist olarak adlandırılmakta ve bu kavram daha çok biyolojik sınıflandırma yapan kişiler için kullanılmaktadır.

İlk taksonomistler için canlıların yalnızca dış görünümleri üzerinde gözlem yapmak yeterliyken günümüzde artık dış görünüşün sınıflandırma için yeterli olmadığı, çoğu zaman yanıltıcı olabildiği için iyi bir taksonomist; anatomi, morfoloji, fizyoloji, genetik, ekoloji, coğrafya, jeoloji, istatistik ve matematik gibi diğer konularda da yeterli bilgi birikimine sahip olmalıdır. Bu bilgiler, canlıların yalnızca sınıflanarak belirli gruplara yerleştirilmelerinde değil, tanımlanmalarında ve anlatılmalarında da önemlidir (Candaş, 2008, s. 3, b. 1).

Taksonomi çalışmak isteyen bir kişi şu adımları izlemelidir:

- Öncelikle belirli özge bir grup seçmeli,
- O tür hakkında bilinen verileri toparlamalı,
- Topladığı verileri iyice öğrenmeli ve tür hakkında yeterli bilgi sahibi olmalı,
- Kendi örneklerini toplamalı,
- Örnek toplarken iyi bir gözlemci olarak ve nelerin işine yarayabileceğine iyi karar vererek örneğin toplandığı mevsim, tarih, saat, yer, yükseklik, iklim ve coğrafya özellikleri gibi verileri not almalıdır (Candaş, 2008, s. 3, b. 1).

Bir taksonomistin en önemli yardımcı kaynağı, önceden teşhis edilmiş türlerin oluşturduğu koleksiyonlardır. Sıklıkla müzelerde bulunan ve korunan bu zengin koleksiyonlar, taksonomistin kendi topladığı örneklerle karşılaştırma yapabilmesini sağlar. Karşılaştırma yardımıyla örneklerini teşhis eden araştırmacı, daha sonra bu

örnekleri sınıflandırır ve taksonomik özelliklerini inceler. Bu incelemelerin sonucunda da belirli yayınlar yapılır (Candaş, 2008, s. 3, b. 1).

Biyolojide taksonomik adlandırma ve taksonomik yayın

Örnekler toplandıktan sonra toplanan örneklerin hangi türe ait olduğu, bu amaçla hazırlanmış özel teşhis anahtarları ve müze örnekleri yardımıyla doğrulanır. Eğer daha önce tanımlanmamış olan bir tür bulunursa daha ayrıntılı bir incelemeyle bunun gerçekten yeni bir tür olup olmadığı doğrulanır. Bu yeni türü bilim dünyasına tanıtmak için *orijinal deskripsiyon* adı verilen özel bir bilimsel yayın yapılır. Bu yayında türün tüm özellikleri detaylı biçimde tarif edilir, yakın türlerden farkları açıklanır ve türe özgü resimler verilerek o canlı bilim dünyasına tanıtılmış olur (Candaş, 2008, s. 3, b. 2)

Tanımlanan yeni türe bilimsel bir ad verilir ve bu adlandırmada belirli kurallar izlenir (Candaş, 2008, s. 3, b. 2) :

- Adlandırmada mutlaka Latince ya da Yunanca sözcükler kullanılır.
- Tür adları, sıklıkla canlının dış görünüşünü, davranış özelliklerini, zarar verdiği bitkiyi, ilk kez tespit edildiği bölgeyi ya da bulan araştırmacının önem verdiği kişisel bir detayı (kendi adı, saygı duyulan bir bilim insanının adı vb.) yansıtır ve her zaman italik yazılır. Bu konuda kesin kurallar yok ise de komik, küçük düşürücü, aşırı uzun, okunması güç, başka türlerin adlarına benzeyen ya da anlamsız olan adlar verilmesi önerilmez.
- Bilimsel ad iki bölümden oluşur. İlki türün içerisinde bulunduğu cinsi ifade eder, ikincisi ise bu canlıyı tanımlamayı sağlayan bir sıfat niteliğindedir.
- Bilimsel adın yanına, bu türü tanımlayan bilim insanının adı ve yayımlandığı tarih yazılır.

Taksonomi çalışmalarında başka yayınlar da yapılabilir. Bunlar arasında redeskripsiyon (türü yeniden tanımlama), revizyon (bir grubun toplu halde ele alınması), monograf (yüksek taksonların detaylı incelenmesi), fauna listeleri (bir bölgeye ait tür listeleri), resimli atlaslar, teşhis için rehber kitaplar, çeşitli kataloglar ve kontrol listeleri (check list) sayılabilir (Candaş, 2008, s. 3, b. 2).

Bazen aynı tür, farklı zamanlarda farklı araştırmacılar tarafından bulunup tanımlanarak aynı türe iki farklı ad verilmiş olabilir. Böyle bir durumda, daha eski tarihli olan

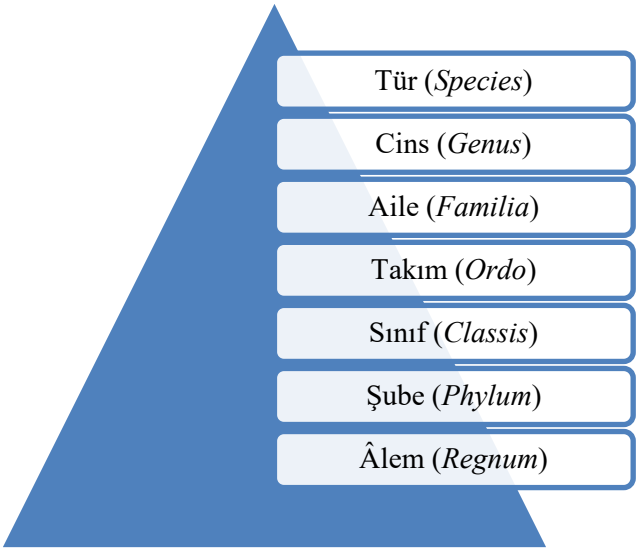
adlandırma esas alınır ve diğer adlar *sinonim* (eş anlamlı) kabul edilir. Bazen de farklı türlere aynı ad verilebilir. Bu duruma *homonimlik* adı verilir. Homonimlik halinde de eski tarihli çalışma esas alınır ve diğer türün adı değiştirilir (Candaş, 2008, s. 3, b. 2).

Yeni bir tür tanımlarken, birden fazla örnekle çalışılabilir. Ancak bunların içinden bir tanesi 'esas örnek' olarak seçilir ve yayın bu örnek üzerinden yapılır. Seçilen bu esas örneğe *holotip* denir. Geriye kalanlar içerisinden, karşı cinsiyette olan bir örnek daha seçilir. Buna da *allotip* denir. Bunlar dışında kalan teşhis örnekleri *paratip* olarak bilinir (Candaş, 2008, s. 3, b. 2).

Bazen orijinal deskripsiyon yani tanım tek bir örnek üzerinden değil, bir seri örnekten yapılır. Böyle bir serideki her bir örneğe *sintip* ya da *kotip* adı verilir. Daha sonra bu örneklerden bir tanesi o türün kesin tipi olarak ayrılacak olur ise bu örneğe *lektotip* adı verilmektedir. Lektotip ayrılır ise geri kalan örneklerde *paralektotip* adı verilir. Holotip bir şekilde kayıp olur ya da zarar görür ise, mevcut örnekler arasından bir tanesi tip olarak seçilir ve buna *neotip* adı verilir. Böylece orijinal yayında kullanılan örnek olmadığı bilinir. Tüm bu tipler koleksiyonlarda özel olarak etiketlenir ve diğer taksonomistler tarafından bazen yüzlerce yıl sonra incelenirler. Yapılacak düzeltme ya da eklemeler yine taksonomistler tarafından yayımlanır (Candaş, 2008, s. 3, b. 2).

Canlıların taksonomisi ve taksonomik kategoriler

Canlılar dünyasında geçerli olan temel taksonomik gruplar -yani *kategoriler*- küçükten büyüğe doğru şu şekildedir:



Şekil 2.1: Temel taksonomik kategoriler.

Modern anlamdaki taksonomik sistem kavramı, hayvan ve bitki türlerini standart bir biçimde isimlendirebilmek için 18. yüzyılda İsveçli botanist Carolous Linnaeus tarafından geliştirilmiştir (Linnaean, 2018). Linneaus sınıflandırmasında organizmaların sınıflandırılmaları hiyerarşik bir sisteme dayanmaktadır ve evrimseldir. Sosyal bilimlerdeki taksonomi ise daima bu hiyerarşiyi takip etmez (Bailey, 2011, s. 6). Bu sistemde belli bir organizma grubu takson (/*taxon*) adını almaktadır (çoğulu taksa /*taxa*). Yani bir kategoriye girecek şekilde diğerlerinden ayrılmış olan gruplar ya da hücrelerin her biri takson olarak tanımlanır. Her taksonun bu hiyerarşik düzende bulunduğu basamağa da "kategori" denilmektedir. Hayvanların günümüzde taksonomik hiyerarşilerini oluşturan 7 temel kategori vardır. Her bir tür yukarıdaki bu 7 zorunlu kategoriye bağlıdır. Bu hiyerarşik sınıflandırmaya monofiletik sınıflandırma denir. Taksonomik karakterler bir taksona ait bireyleri, diğer bir taksona ait bireylerden kesin olarak ayırt edebilen özelliklerdir. Bunlar organizma üzerinde görülen herhangi bir karakter değil, özel karakterlerdir.

Bilinen tür sayısı ve bu türlerin akrabalık dereceleri hakkında bilinenler arttıkça türlerin taksonomik durumlarını belirlemede daha dikkatli olma zorunluluğu doğmuştur. Bu zorunluluğun giderilmesi de 7 kategori arasına ek kategorilerin yerleştirilmesi ile sağlanmıştır. Örneğin filum üzerine divisio (bölüm), genus ile subfamilya arasında tribus kategorilerinin konması gibi. Bu sınıflandırma sisteminde, ek kategorilerin çoğu orijinal kategori isimlerinin baş tarafına *sub-* (alt) veya *super-* (üst) eklerinin

getirilmesiyle ara basamaklar oluşturulmuştur. Bu basamakların her biri taksonomik kategoriler olarak adlandırılır. Buna göre her canlı, en az 7 taksonomik kategoriye aittir. Başka bir deyişle, en az 7 taksonomik kategoride betimlenen bir canlının doğadaki yeri ile ilgili yeterli bilgi sahibi olunabilir. Başka çalışmalarda farklı amaçlar için bu kategorilerin 30'a kadar çıkartıldığı olmuştur (Candaş, 2008, s. 4, b. 1).

Aileden sonraki gruplar, *yüksek taksonlar* olarak adlandırılmaktadır ve bu gruplar içinde, türden âleme doğru gidildikçe evrimsel geçmiş benzerliği azalır, ortak özellik miktarı düşer ve birey sayısı artar (Candaş, 2008, s. 4, b. 1).

Çeşitli durumlarda, sınıflandırmada türün altında *varyete*, *ırk* ya da *alttür* gibi kategoriler de kullanılmış; 1900'lü yılların sonuna doğru da, âlem kategorisinin üstüne *domain* (üst âlem) kategorisi eklenmiştir.

Tür (/*Species*), alt-tip (/*subtype*), alt-takson (/*subtaxon*), alt-sınıf (/*subclass*) kavramları

Tarih boyunca tür için farklı tanımlar kullanılmıştır. Bunlardan ilki, 18. yüzyılda Fransa'da ortaya çıkan *nominalistik tür* yaklaşımı olmuştur. Bu yaklaşıma göre, doğada yalnızca bireyler bulunmakta, tür bulunmamaktadır. Tür, insan tarafından ortaya çıkarılmış yapay bir kavramdır. Bu yaklaşımın günümüzde hiçbir geçerliliği bulunmamaktadır (Candaş, 2008, s. 4, b. 2).

Bir türün tanımı şöyle yapılabilir: "yapısal ve işlevsel özellikleri bakımından birbirine benzeyen, aynı dış ve iç çevresel koşullara benzer şekilde tepki gösteren, doğal koşullarda serbest olarak birbirleriyle çiftleşip, verimli yavrular meydana getirebilen bireyler topluluğudur" (URL 1). Mayr'a (1966) göre ise tür "üreme yönünden başka öbeklerden yalıtılmış, kendi aralarında hem gerçekten hem de potansiyel olarak çiftleşebilen üyelerin meydana getirdikleri doğal topluluk" olarak anılmaktadır (s. 19).

Biyolojinin gelişme süreci içinde, tipe bağlı tür (morfolojik), nominalistik tür ve biyolojik tür gibi tür tanımları ortaya çıkmıştır (URL 1):

i. Linnaeus ve öğrencilerinin de içerisinde bulunduğu tipe bağlı tür yaklaşımında tür, birbirine morfolojik olarak benzeyen bireylerin oluşturduğu gruplardır. Morfolojik türde esas olan, tip formudur ve bu tipin özelliklerini gösteren

bireyler aynı türdendir. Felsefi dayanağı yaratılış teorisidir. Bu teoride bütün türlerin aynı anda yaratıldığına ve günümüze kadar hiç değişmeden geldiklerine inanılır. Yalnızca dış görünüşe bakılarak yapılan bu tür teşhisi günümüzde doğru bulunmamaktadır. Bunun en önemli nedeni, cinsiyet-yaş-mevsim gibi koşullara bağlı olarak dış görünüşte rastlanabilecek *dimorfizm* ya da *polimorfizm* farklılıklardır. Bir diğer neden de, bazı yakın türlerin dış görünüşlerinin birbirine olağanüstü düzeyde benzeyebilmesidir. Bu türlere *sibling türler* ya da *kriptik türler* denir.

ii. Nominalistik tür tanımında esas ve gerçek olan bireydir. Bu kavramı benimseyen bilim adamlarına göre tür, doğada gerçek bir şekilde değil düşünce olarak vardır.

iii. Biyolojik tür kavramı hakkında ayrıntılı ve bilimsel bir tanım ilk kez Ernst Mayr tarafından 1940 yılında yapılmıştır. Mayr'a göre tür, aralarında gen alışverişi yapan ya da bu potansiyelde olan doğal popülasyon gruplarının oluşturduğu birliktir. Bu tanıma göre, aynı türden canlılar; genetik, ekolojik ve reprodüktif bir bütünlüktür. Bu canlılar, birbirleriyle çiftleşerek yeni bir nesil meydana getirebilirler ve bu nesil de yine birbirleriyle çiftleşerek bir sonraki nesli meydana getirecek özellikte (verimli) olmalıdır. Biyolojik bir tür, ortak bir gen havuzuna sahiptir ve aynı zamanda ekolojik bir birimdir.

Özellikle botanikte genetik tür, paleontolojik tür, evrimsel tür ve ekolojik tür gibi kavramlar bulunsa da bunların durumları halen tartışmalıdır.

Ayrıca türlerin çeşitli ölçütler temel alınarak aşağıda belirtilen ayrımları da yapılmaktadır:

- Alttür sayılarına göre türler: İki veya daha fazla alttüre sahip olan türlere *politipik* türler, alttürü olmayan türlere ise *monotipik türler* denir.
- Çevre toleransına göre türler: Çevre faktörlerine karşı çok hassas ve tolerans sınırları çok dar olan türlere *stenoik* (Dar toleranslı), çevre şartlarının değişikliğine karşı çok geniş tolerans sınırlarına sahip türlere de *euroik* (Geniş toleranslı) türler denir.

Sınıflandırmanın temeli olarak günümüzde taksonomlar ile evrim bilimcilerin büyük çoğunluğu türü benimserken, sistematikçiler türün canlı doğada karşılığı olan

popülasyonu almaktadırlar (Duralı, 1987, s. 101). Aynı türe ait canlıların, bir arada yaşama birliğine "popülasyon" adı verilir. Popülasyonlar, daima aynı türe ait canlılardan oluşur. Ancak, bir türün birden fazla popülasyonu bulunabilir (Candaş, 2008, s. 4, b. 2).

Hiyerarşik sıralamada en küçük kategori tür olarak kabul ediliyor olsa da tipler, taksonlar ya da sınıflar oluştururken bu birimleri de alt bölümlere bölebilmekteyiz. Yani "tiplerin tipine" alt-tip adı verilmektedir (Bailey, 2011, s. 8). Ya da bazı durumlarda olduğu gibi türün altında varyete, alt tür ve ırk gibi daha küçük kategoriler de kullanılmaktadır. Basit bir örnek verecek olursak, Türk Lirasını kâğıt paralar ve bozuk paralar diye sınıflandırabiliriz. Daha sonra kâğıt paraları üç haneli (200 ve 100 lira), iki haneli (50, 20 ve 10 lira) ve tek haneli (5 lira) olarak alt-sınıfa ayırabiliriz. Daha sonra iki haneli kâğıt paraları ön yüzünde sanatçı olanlar ve ön yüzünde bilim insanı olanlar diye bir alt-sınıfa daha ayırabiliriz. Renkleri, basım yerleri, basım tarihleri vb. ayrımlarla alt-alt-sınıflar bu şekilde çoğaltılabilir. Yani bir sınıfı farklı sayıda seviye ya da alt-sınıflara bölmek mümkündür.

2.1.3.2. Tipoloji

Tipoloji kavramının, alan yazında yaygın bir şekilde sınıflandırmayla eş anlamlı olarak kullanıldığı görülmektedir (Mapingure, 2018, s. 4). Bu yaygın karmaşayı ayıklamak ve taksonomiden farkını ortaya koyarak her ikisini de farklı sınıflandırma yöntemleri olarak ele almak için, bu çalışmada tipolojinin iki karakteristik özelliği -çok boyutlu (/*multidimensional*) ve kavramsal (/*conceptual*) oluşu- esas alınmıştır. Bu özellikler bir tipolojiyi genel sınıflandırmalardan ayırmaktadır. Tipolojiler çoğunlukla deneysel vakalardan yoksun, sözel ve kavramsal sınıflandırmalardır. Tipolojiler genellikle hücrelerinde etiket ya da isimlerle karakterize edilir. Deneysel vakalar tipolojiler için tanımlansa da çoğu kez bunlarla niceleme olmaksızın bir tipoloji kurulabilir; bu anlamda tipolojilere kalitatif sınıflandırma da denebilir (Bailey, 2011, s. 5).

Daha açık ifade etmek adına, farazi bir örnekle iki boyut kullanılıp bir sınıflandırma oluşturulduğunu varsayalım. Boyutlardan biri zeka (akıllı ve akılsız olarak iki zıt kutba ayrılmış şekilde) diğeri de motivasyon (motive olmuş ve motive olmamış olarak iki zıt kutba ayrılmış halde) olsun. Bu iki boyutu birleştirmek, izleyen tablodaki gibi dört katmanlı bir tipoloji oluşturmaktadır.

Tablo 2.3: Dört katmanlı tipoloji örneği (Bailey, 2011: 5'ten hareketle yazar tarafından oluşturulmuştur).

	Motive olmuş (*Motivated*)	**Motive olmamış (*Unmotivated*)**
Akıllı (*Intelligent*)	1- Başarılı kimse (*Success*)	2- Beklentilerden daha az başarılı olan kimse (*Underachiever*)
Akılsız (*Unintelligent*)	3- Beklentilerden daha fazla başarılı olan kimse (*Overachiever*)	4- Başarısız kimse (*Failure*)

Bu dört kategori tablodaki haliyle hücre (/*cell*) olarak tanımlanabilir. Bu durumda bu hücreler tip (/*type*) ya da tip kavramlardır (/*type concepts*). Bu hücre ya da tipleri, tipolojik olarak ele alırsak ortaya çıkacak tip kavramları şunlar olacaktır:

(1) Motive olmuş akıllı bir insan, başarılı kimse olarak etiketlenebilir.

(2) Akıllı fakat motive olmamış kişinin beklentilerden daha az başarılı olduğu söylenebilir.

(3) Motive olmuş fakat akılsız insan beklentilerden daha fazla başarılı olmuş kişi olarak adlandırabilir.

(4) Hem akılsız hem de motive olmamış insan ise başarısızlığa mahkûmdur.

Eğer boyut sayısı fazlaysa her bir boyuttaki kategori sayısı da fazladır; dolayısıyla tipoloji birçok hücre ya da tip içerebilir. Örneğin eğer tüm boyutlar ikili karşıtlıklardan (/*dichotomy*) oluşuyorsa hücre sayısını belirleme formülü 2^M'dir (burada M boyut sayısını temsil eder). Böylece beş adet ikili karşıtlık boyutlarından oluşan bir tipoloji, 2^5 ya da 32 hücreden oluşurken 12 ikili karşıtlık boyutlarından oluşan bir tipolojide hücre sayısı 2^{12} yani 4096'dır. Eğer boyutlar ikili zıtlık yerine çoklu alt bölüme ayrılmış (/*polytomous*) ise hücre sayısı çok daha fazla hızlı çoğalır. Tiplerin sayısı çok büyük olabildikleri için araştırmacılar kısmî ya da steno[31] (/*shorthand*) tipolojileri kullanmayı yararlı bulurlar. Bu, ya tüm tipolojinin cüzi bir kısmını yaparak ya da önce tüm tipolojiyi yapıp sonra da analiz için belli tipleri seçerek (ya da bazı tipleri birleştirerek) oluşturulabilir (s. 4).

Eğer yedi adet ikili karşıtlıklardan oluşan bir tipoloji inşa etmek istiyorsak, ortaya çıkan 128 tiple uğraşmakta zorlanabiliriz. Sadece birkaç ana tip, çalışmamız için önemli olabilir. Bu yüzden bunlara yoğunlaşır ve artakalana aldırış etmeyiz. Yahut tipolojinin tamamına değil de belli bir sayıdaki tipe ihtiyacımız olabilir. Böyle durumlarda önce

[31] **Steno** *isim* Söylenen sözleri söylendiği kadar çabuk yazmaya elverişli, kısa ve yalın işaretlerden oluşan yazı yöntemi (TDK, 2020c).

anahtar ölçüt tipleri (/*criteria*[32] *types*) oluşturup bir steno tipoloji kullanmak, daha sonra da diğer tüm tipleri bu ölçütlere referansla yerleştirmek oldukça yaygındır (s. 5).

Örneğin tüm boyutlarda en yüksek değere sahip olan tipi, ölçüt tip (/*criterion*[33] *type*) olarak tanımlayabiliriz. Daha sonra tüm tipler bu ölçütten sapmaları açısından ölçümlenebilir. [Bunun için] genellikle iki kutup tip (/*polar types*) kullanılır. Kutup tipler tüm boyutlarda en yüksek ve en düşük puantaja sahip tipler gibi birbirine tam zıt iki tiptir. Kalan tüm tipler ara tiptir (/*intermediate type*) ve kutup tiplerden sapmalarına göre konuşlandırılırlar. Bu durum araştırmacıya çoğu hücreyi örtülü bırakmayı ve ölçüt ya da kutup tiplerden sapmalara göre örnek teşkil eden tiplerden oluşan hücreler oluşturma imkânı verir (s. 5).

2.1.4. Sistematik

Sistematik, 16.-18. yüzyıllardaki doğa araştırmacılarının, özellikle de Carl von Linnaeus'un, sınıflama sistemlerine genel ad olmak üzere kullandığı bir ifadedir. Etimolojik olarak Yunanca *systema* kelimesinin Latinceleştirilmiş hali olan *systematica*'dan gelmektedir (Duralı, 1987, ss. 100-101). Günümüzde özellikle biyoloji disiplininde kazandığı terim anlamı ise "taksonomi ve sınıflandırmadan farklı ve çok daha kapsamlı olarak, canlıların birbirleriyle evrimsel akrabalık ilişkilerini, benzerlik ve farklılıklarını inceleyen bir bilim dalı" olarak tanımlanabilir (Candaş, 2008, s.1, b.1). Simpson (1961, s. 7) ise sistematiği "organizmaların tür ve çeşitliliği ile [bunların] aralarındaki her bir ve tüm ilişkilerin bilimsel araştırması" olarak tanımlamaktadır. Ernst Mayr (1969), George Gaylor Simpson'a dayanarak geliştirdiği ve günümüzdeki sistematiğin tarifini şöyle vermektedir (s. 2): "Sistematik; canlıların çeşitliliğinin, ayrıca yine canlılar arasındaki ilişkilerin kovuşturulduğu bir araştırma alanıdır". Bir diğer deyişle sistematik, taksonomisi yapılmış grupları birbirleriyle ilişkilendirir (Candaş, 2008, s.1, b.1).

[32] Bakınız Dipnot 34.

[33] **Criterion** *isim* Bir yargıya varmak veya değer vermek için başvurulan ilke, kıstas, mısdak, ölçüt (TDK, 2020d ve Oxford, 2019g) anlamına gelmekte olup Latince kökenli bu kelimenin çoğul hali **criteria**'dır. Çalışmada Türkçenin yapısal özelliğinden dolayı ikisi için ayrı ayrı karşılık verilmeyip her ikisi için de 'ölçüt' kelimesi kullanılmış, bunlar sayesinde kurulan tamlamalarda ise kelime köklerindeki çoğulluk vurgusu, tamlanan kelimeler vasıtasıyla aktarılmıştır.

2.1.4.1. Bilimsel adlandırma

Bilimsel adlandırma (*/nomenclature*) sistematiğin bir alt dalıdır ve canlıların belirli kurallara bağlı olarak adlandırılması ile ilgilenir (Candaş, 2008, s.1, b.1). Sosyal bilimlerde verilen bir varlığın parçaları için kullanılan ismi ifade etmektedir (Bailey, 2011, s. 8). Bu adlandırma genel sınıflandırma süreci boyunca kullanılan bir terimdir. Bilimsel adlandırma terimlerle ilgilidir. Terim ifadesini ise kısaca bir bilim dalına özgü (Sevil 1991, s. 27) kavramları karşılayan ve kesin anlamları olan (Göktolga, 2004, s. 103), anlamları dar ve sınırlı, genele ait ve sıradan olmayan özel (Zülfikar, 2011, s. 20), uzmanlar arasında etkin bir iletişim sağlanması için gerekli (Vardar, 2007, s. 192) kelimeler olarak tanımlayabiliriz. Terimler genel dilde pek sık kullanılmadıkları için bağlantılı bulunduğu alan çevresi dışındaki kişilerce bilinmesi beklenmez (Göktolga, 2004, s. 189). Ancak terimlerin anlamları sabittir, kesindir, kişiden kişiye veya cümle içindeki konumlarına göre değişmez (Göktolga, 2004, s. 103; Zülfikar, 2011, s. 20). Ayrıca bir bilim dalının terimleri o bilim dalının temeli sayılır; mesleki uğraş, yazılı veya sözlü iletişim için birer gereksinimdirler ve terimsel zenginlik bir mesleğe toplumsal statü kazandırabilir (Baydur, 2015, s. 40; Göktolga, 2004, s. 103; Gürlek ve Şen, 2014, s. 189).

Görüldüğü gibi terim ifadesi içerisinde bilim veya sanat dalına özgü, sıradan kelimelerden ayrışan, özel ve spesifik bir anlama sahip, uzmanlar arasında anlaşılabilirliği kolaylaştırma odaklı, katman anlamlar taşımayan ve başka kelimelerle ifade edilmemesi gereken özge kelime(ler) olma özelliklerini barındırmaktadır. Bu haliyle de bu terimlerin adlandırılması, bilimsel bir sistematik içererek net olmak durumundadır.

2.1.4.2. Sistematik ekoller

Son yıllarda geleneksel taksonomik çalışmaların, yerlerini daha detaylı yöntemlere bırakmakta olduğu gözlemlenmektedir. Özellikle bilgisayarların gelişmesi ile birlikte, taksonomik ilişkilerin belirlenmesinde ve sistematik çalışmalarda yeni metodolojilerin geliştiği ve uygulandığı görülmektedir.

1960'ların ikinci yarısından itibaren, karakter durumlarını eşit kabul eden ve morfometrik ölçümleri esas alarak canlı türleri arasındaki sistematik ilişkileri belirlemeye çalışan fenetik ekolü ortaya çıkmıştır. 1990'lardan sonra bu ekol daha da gelişerek, doğrudan canlıların biçimleri üzerinde çalışan geometrik morfometri olarak şekillenmiştir. Bu ekole göre, karakterlere eşit ağırlık verilerek hazırlanan sayısal veriler, bir matris haline getirilerek "fenogram" adı verilen benzerlik ağaçları çizilir. Bu ağaçlar dışında, ayrışım fonksiyonu analizleri de taksonlar arasındaki ilişkileri özetlemek için yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu amaçla TPS, IMP, NtSys, Morpheus, Morphologika, MorphoJ gibi çok sayıda bilgisayar paket programları geliştirilmiştir (Candaş, 2008, s. 3, b. 4).

Diğer taraftan, yine aynı yıllarda, bazı karakterlerin daha ayırıcı olduğunu savunan ve canlıların sınıflandırılmasında eski ve atasal karakterlerin belirleyici olduğunu düşünen kladistik ekolü hız kazanmıştır. Filogenetik sistematik olarak da bilinen bu ekole göre, evirilmiş (türemiş/apomorfik) karakterler kullanılarak ortak ata ilişkisini yeniden düzenlemek ve taksonları ortak ata temelinde gruplandırmak gereklidir. Bu belirleme sürecinde, en yakın ortak ata ilişkisini saptamada sadece apomorfik karakterler belirleyicidir. Böyle bir belirleme, grupların filogenetik şecere ilişkisini en doğru olarak yansıtan doğal sınıflandırmaya uyacaktır. Bu amaçla, öncelikle karakterler polarize edilir. Yani, hangi karakter durumunun atasal (plesiomorfik) ve hangisinin türemiş (apomorfik) olduğu belirlenir. Sonra bunlar bir veri matrisi halinde düzenlenir. Bu matriste (matris ikili ve polarize ise) "0" plesiomorfiyi, "1" ise apomorfiyi gösterir. Bu aşamadan sonra da, farklı analiz teknikleri ile en doğru soyağaçları çizilmeye çalışılır. Bu soyağaçlarına özel olarak "kladogram" adı verilir. Kladogramların çiziminde, çalışılan kladlara birbirine olduğundan daha uzak bir akraba bir dış grup seçilmesi gereklidir. Günümüzde araştırmacılar, doğrudan DNA verisini de kullanabilen ve farklı algoritmalar izleyen çok sayıda bilgisayar paket programlarını kullanmaktadırlar. Bunlar arasında PHYLIP, PAUP, MacClade sayılabilir (Candaş, 2008, s. 3, b. 4).

2.1.5. Kenneth Bailey ve sosyal bilimlerde tipolojiler ve taksonomiler (1994, 2011)

Kenneth D. Bailey, 1994 yılında Sage Üniversitesi yayınlarından Sosyal Bilimlerde Nicel Uygulamalar Serisi olarak 07-102 numarası ile *Typologies and taxonomies: An introduction to classification techniques*[34] isimli bir eser ortaya koymuştur.

Eserde farklı örneklerle sınıflandırma ve çeşitleri, taksonomi ve bununla ilgili unsurlar, tipoloji ve bilimsel adlandırma (/*nomenclature*) hakkında bilgiler veren yazar; daha sonra sosyal bilimlerdeki sınıflandırmanın tarihçesini anlatmakta; son olarak da sınıflandırmanın avantaj ve dezavantajlı yönlerine değinmektedir (Bailey, 2011, ss. 1-14).

İlk olarak sınıflandırma kavramını açıklayan yazar, sınıflandırmayı "tüm kavramsal egzersizlerimizin muhtemelen en merkezî ve bütünsel[35] (/*generic*) olanı" olarak ifade etmektedir (s. 2). Sınıflandırmanın sadece kavramsallaştırma, dil ve konuşma için değil aynı zamanda genel olarak matematik, istatistik ve veri analizi için de temel oluşturduğunu söylemektedir. Ona göre sınıflandırma olmasaydı ileri düzey kavramsallaştırma, akıl yürütme, dil, veri analizi veya -bu nedenlerden ötürü de- sosyal bilim araştırması olamazdı. Ne var ki [sınıflandırma] tüm bu sürecin merkezinde olmasına rağmen çoğu kez sağlıklı bir şekilde anlaşılamamıştır. Sınıflandırmanın, her gün kullandığımız elektriğin neredeyse metodolojik eşdeğeri olmasına karşın çoğu zaman oldukça gizemli olduğu düşünülmektedir. Nasıl çalıştığı ya da işlediği hakkında pek çok şey bilmeden herkesin [öyle ya da böyle] kullandığı şeylerden biridir.

En basit haliyle sınıflandırma sadece "varlıkların benzerliklerine göre gruplar veya sınıflarca sıralanması" olarak tanımlanır (s.2). İstatistiksel olarak ifade etmek gerekirse de sınıflandırma "genellikle grup içi varyansı en aza indirirken gruplar arası varyansı en üst düzeye çıkarma çabasıdır" (s.2). Bu, her bir grubu diğer tüm gruplardan olabildiğince farklı olacak şekilde, ancak her grubun dâhili olarak olabildiğince

[34] Eserin orijinal künyesi şudur: "Bailey, K. D. (1994). *Typologies and taxonomies: An introduction to classification techniques* (Sage University paper series on quantitative applications in the social sciences, series no. 07-102). Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc."

[35] Eserin orijinalinde "*generic*" sıfatının kullanıldığı görülmektedir. Türkçede "jenerik" (Fr. *générique*) kelimesi "tanıtma adı, tanıtma yazısı" (TDK, 2020) anlamına geldiği için kelimenin orijinal anlamı araştırılmıştır. İngilizce sözlüklerdeki anlamının çevirisine bakıldığında (**generic:** '*sıfat* özge olmayan, bütün bir grup tarafından paylaşılan, dâhil edilen ya da tipik olan' (Oxford, 2019h); **generic:** '*sıfat* belli başlı bir şeye değil de bütün bir benzer şeylerin grubu tarafından paylaşılan, tipik ya da ilgili olan' (Cambridge, 2020b) anlamları verildiği görülmektedir. Kelime buradan itibaren orijinal dildeki anlamına en yakın olduğu düşünülen ifade ile '**bütünsel**' kelimesi ile ifade edilecektir.

bağdaşık (homojen/*homogenous*) olması için gruplara bir takım tüzel varlıkları (ya da adlandırmaları) atadığımız anlamına gelir. Hem grup içi bağdaşıklığı (/*homogeneity*) hem de gruplar arası ayrışıklığı (/*heterogeneity*) en üst düzeye çıkararak; bir grup içindeki tüm üyelerin mümkün olduğunca benzer, grupların ise mümkün olduğunca seçik (üst üste gelmeyen/çakışmayan/örtüşmeyen) olmasını sağlamaya çalışırız. Bunlar, belirli sınıflandırma tekniklerinin bir şekilde değiştirebileceği genel hedeflerdir. Açıklanmaya çalışıldığı gibi sınıflandırma hem bir süreç hem de bir sonuçtur. Dolayısıyla hem sınıflandırma sürecinden hem de [sonuç olarak] bu şekilde oluşan bir sınıflandırmadan söz edebiliriz.

Sakızdan (balonlu ve balonsuz), insanlara (erkek ve kadın), hayvanlara, sebzelere, minerallere kadar günlük hayatımızdaki neredeyse her şey bir dereceye kadar sınıflandırılmaktadır. Bununla birlikte, nesneleri benzerliklerine göre gruplandırmak göründüğü kadar basit değildir. 30 bıçak, çatal ve kaşık karışımını masadaki bir kazığa attığımızı ve üç kişiden bunları benzerliklerine göre gruplandırmasını istediğimizi düşünün. Üç farklı sınıflandırma ortaya çıktığındaki şaşkınlığı tahayyül edin. Bu kişilerden birisi uzun ve kısa olmak üzere iki gruba; diğeri plastik, ahşap ve gümüş olmak üzere üç sınıfa; bir diğeri ise bıçak, çatal ve kaşık olmak üzere üç gruba ayırabilir. Hepsinin ayırması da benzerlik ölçütüne göredir ve birbirinden bu denli farklıdır. Peki, ama kimin sınıflandırması 'en iyidir'?

Ya da bilimsel bir araştırma verisinden 100 kişiden oluşan örneklemi üç farklı insandan kişileri fiziksel özelliklerine göre sınıflandırması istesek, ortaya çıkacak sonuç yine birbirinden çok farklı olabilecektir (kimisi kadın-erkek, kimisi uzun-kısa kimisi de şişman-zayıf vb. şekillerde ayrımlar yapacaktır). Yine aynı soru sorulabilir: kimin sınıflandırması 'en iyidir'? (s.2)

Bu iki örnekteki alınacak ders açıktır: bir sınıflandırma üzerine kurulduğu boyut ya da değişkenlerden daha iyi değildir. Eğer ki sınıflandırma kurallarını mükemmel şekilde takip eder fakat bu sınıflandırmanızı kırtıpil (cüzi, bayağı, derme çatma) boyutlar üzerine kurarsanız, sonucunda kırtıpil bir sınıflandırma yapmış olursunuz. Örnek olarak ihtiyacımız olan iki ayaklı ve dört ayaklılar sınıflandırması yapmaksa dört ayaklılar grubunda bir zürafa, bir yemek masası ya da dans eden bir çift olabilir. Gerçekten istediğimiz şey bu mudur? (ss.2-3)

Öyleyse başarılı bir sınıflandırma için temel sır; sınıflandırmanın üzerine kurulacağı anahtar, tanımlayıcı ve asli karakteristiği belirleyebilme kabiliyetidir. Ne var ki çalışma ister teori inşası olsun ister sınıflandırma olsun isterse de istatistiksel analiz olsun, anahtar karakteristiği tanımlayacak belli bir formülü yoktur. Tüm bu farklı durumlarda doğru kararı vermek için öncül bilgi ve teorik rehberliğe ihtiyaç vardır.

Asli ayırıcı karakteristiğin tanımlanabildiğini varsayarsak sınıflandırma süreci son derece basittir. Beyaz fasulyeleri siyahından ayırmak bir deha olmayı gerektirmez. Sınıflandırma süreci de çoğu zaman sadece bu tür basit bölümleri gruplara koymayı içermektedir. Bu tür durumlarda hemen herkes benzer nesneleri gözlemleyerek onları bir araya gruplandırmayı başarmaktadır. Sorun şu ki deneysel sınıflandırma problemleri nadiren bu kadar basittir. Benzerlikle gruplandırmanın zorluğu sınıflandırılacak nesnelerin sayısı ve bunların gruplandırılacağı boyutların sayısı ile üstel olarak artmaktadır. O yüzden renklerine göre 10 adet fasulyeyi sınıflandırmak ile 5 milyar insanı 2 bin değişken temelinde sınıflandırmak birbirinden basitlik-karmaşıklık dengesi açısından bambaşka şeylerdir. Böylesi karmaşık bir problem bile [sınıflandırma açısından] dosdoğru ve açıktır. Bu beş milyar insanı tüm iki bin değişken boyunca her seferinde iki değişken üzerinden pekâlâ eşleştirebiliriz. Bu entelektüel olarak külfetli değildir fakat müthiş derecede zaman tüketici yüksek kapasiteli bilgisayarlarda bile zorlayıcıdır. Bu yüzden çok büyük örneklemler ve değişkenler için kümeleme algoritma ya da formülleri geliştirilmesi gerekir.

Sınıflandırma prosedürleri ile ilgili bir diğer problem şudur ki teori ve veri analizi gibi bunlar en az üç seviyeden analizi kapsamaktadır. "Bailey'nin Üç-Seviye Modeli" olarak da bilinen bu seviyeler şunlardır: (1) sadece kavramların sınıflandırıldığı kavramsal seviye, (2) hiçbir kavramsal ya da teorik boyutun veya değerin olmadığı, sadece deneysel varlıkların sınıflandırıldığı deneysel seviye, (3) bu ilk ikisinin birleştirildiği kavramsal/deneysel karma seviyedir (Bailey, 1990 bu son seviyeyi operasyonel (/*operational*) ve gösterge (/*indicator*) seviye olarak adlandırmaktadır). Bu karma seviyede önce kavramsal sınıflandırma geliştirilir daha sonra tüm hücrelere dair deneysel örnekler daha sonra tanımlanır (s. 3).

Bu seviyeler işlenirken temel alınan usul ise iki türlüdür. Birincisi, kişinin bir tipoloji ile başlayıp daha sonra ilk veriyi deneysel olarak test ettiği tümdengelim yaklaşımı; ikincisi

ise, kişinin deneysel grupları (ya da kümeleri) oluşturup sonrasında kavramsal etiketleri koyduğu tümevarım yaklaşımıdır (Young, Corsun ve Baloglu, 2007, s. 501).

2.1.6. Sınıflandırmanın tarihçesi

Sınıflandırma olgusu, neredeyse bilinen insanlık tarihi boyunca hep insanoğlunun hayatında olagelmiştir. Buna dair elimizde veri olmasa da, şüphesiz ilk insan da çevresinde gördüğü nesneleri çok basit düzeyde de olsa sınıflandırma girişiminde bulunmuştur.

Bilimsel arenada sınıflandırmanın tarihine kısaca göz atmak adına, izleyen alt başlıklarda pozitif bilimler ve sosyal bilimlerde sınıflandırmanın tarihine dair bilgiler verilmektedir.

2.1.6.1. Pozitif bilimlerde sınıflandırmanın tarihçesi

Yeryüzünde var olan canlıların sınıflandırılması olgusu, çok eski çağlara kadar uzanmaktadır. Organizmaların sınıflandırılması her dönemde, o dönemin mantık ölçüleri ve bilgi düzeyine bağlı olarak yapılmış ve insanlığın gelişme sürecine paralel olarak değişiklik göstermiştir (Vanherbaryum, 2018).

Sınıflandırmanın temeli Aristo'ya (Aristotle – M.Ö. 384-322) kadar uzanır. Aristo, özellikle deniz canlılarını incelemiş; hayvanları dış görünüşlerine, hareketlerine, yaşam şekillerine ve vücut özelliklerine göre bilimsel denebilecek şekilde kara ve su hayvanları olarak iki ana grupta sınıflandırmıştır. Aristo'nun yapmış olduğu ayırıma sistematik demek hayli güç olsa da belirlediği ilkeler sonraki çalışmalara ışık tutarak Rönesans'a kadar devam etmiştir (Candaş, 2008, s.2, b. 1).

Yeni yerlerin keşifleriyle birlikte artan canlı sayısı, bu canlıların öğrenilmesi, tanımlanması, gruplandırılması ve düzenli olarak çalışılması gerekliliği, yeni bir sistemin bulunmasını zaruri kılmıştır. Yeni bir sistemin geliştirilmesi sonucunda, bilinen ve o zamana kadarki sistemlerce tanımlanmış olan türlerin hepsinin yeniden ele alınması gerekmiş, dolayısıyla ele alınması gereken çok sayıda canlı türü ortaya çıkmıştır. Bu türlere, öncelikle iki sözcükten oluşan ve sıfatsal özellikler taşıyan adlar verilmeye başlanmış; ilk adım olarak da birbirine benzer özellik gösteren türlerin

gruplandırılması ve onlara dış görünüşlerini yansıtan adlar bulunması olmuştur (Candaş, 2008, s. 2, b. 2).

İsviçreli doğa bilimci Conrad von Gesner (1516-1565), bu konuda ilk çalışan araştırmacılardan biridir. Gesner'in gözlemlerini ve tanımlamalarını içeren "*Historiae Animalium*[36]" adlı ansiklopedisi, hayvanlar âleminin ilk resimli kataloğu sayılmaktadır (Candaş, 2008, s. 2, b. 2).

İtalyan bir filozof, doktor ve botanikçi olan Andrea Caesalpini (1519-1603) ise, özellikle bitkilerin sınıflandırılması konusunda yaptığı çalışmalarla ünlüdür. "*De plantis libri XVI*[37]" adlı eserinde, bitkileri gövde yapılarına ve meyve tiplerine göre sınıflandırmıştır (Candaş, 2008, s. 2, b. 2).

Bugün kabul edildiği şekli ile olmasa da anatomik karakterleri esas alarak hayvanların sınıflandırılmasında "tür" kavramını ilk kez İngiliz doğa bilimci John Ray (1627-1705) kullanmıştır. Bitkiler ve hayvanlar konusunda önemli çalışmalar yapan Ray, 1686 tarihli "*Historia Plantarum*[38]" adlı eserinde, bitkileri günümüz taksonomisine benzer şekilde sınıflandırmıştır (Candaş, 2008, s. 2, b. 2).

Alman botanikçi Augustus Quirinus Rivinus (1652-1723), sınıflandırma dereceleri içinde ilk kez *ordo* (takım) kavramını kullanması ve bitkileri otsu-odunsu olarak ayırması nedeniyle, taksonomi tarihinde önemli bir yere sahiptir (Candaş, 2008, s. 2, b. 2). Aynı tarihlerde, Fransız botanikçi Joseph Pitton de Tournefort (1656-1708) da tür, cins, kısım ve sınıf gibi ayrımları içeren; kapsamlı bir sınıflandırma hiyerarşisi önermiştir (Candaş, 2008, s. 2, b. 2).

Taksonomide gerçek anlamda devrim yaratan ve bugünkü anlamını şekillendirmeyi başaran bilim insanıysa, Carl von Linné (Latinceleştirilmiş hali Carolus Linnaeus, 1707-1778) olmuştur. İsveçli bir botanikçi, hekim ve zoolog olan Linnaeus, modern

---

[36] Detaylı bilgi ve dijitale resim olarak aktarılmış kitabın orijinal metni (970 sayfa) için bakınız. https://ia601604.us.archive.org/34/items/gri_33125010867691/gri_33125010867691.pdf

[37] Detaylı bilgi ve dijitale resim olarak aktarılmış kitabın orijinal metni (680 sayfa) için bakınız. https://ia800606.us.archive.org/6/items/deplantislibrixv00cesa/deplantislibrixv00cesa.pdf

[38] Detaylı bilgi ve dijitale resim olarak aktarılmış kitabın orijinal metinleri için bakınız.
Vol 1 (1024 sayfa) :
https://ia800304.us.archive.org/4/items/Historiaplantar1RayJ/Historiaplantar1RayJ.pdf
Vol 2 (1020 sayfa) :
https://ia803002.us.archive.org/10/items/Historiaplantar2RayJ/Historiaplantar2RayJ.pdf
Vol 3 (976 sayfa) :
https://ia802702.us.archive.org/13/items/Historiaplantart3RayJ/Historiaplantart3RayJ.pdf

taksonominin babası olarak bilinir. 1735 tarihli "*Systema Naturea*[39]" adlı eserinde doğayı 3 gruba ayırmıştır: Mineraller, bitkiler ve hayvanlar. Linne bu çalışmasıyla sistematik zoolojinin temelini kurmuştur. Yaşamı süresince 12 kez yenileyerek yayınladığı bu eserinde, bitki ve hayvan türlerine bilimsel adlarını da vermiş ve hayvanlar âlemini klasislere, klasisleri ordolara, ordoları cinslere, cinsleri de türlere ayırmıştır. Bu kitabın 10. baskısı taksonominin miladı olarak kabul edilir. Bu eserinde 4370 hayvan ismi bulunmaktadır. Latince ve Eski Yunanca kökenli bu adların çoğu, günümüzde halen geçerliliğini korumaktadır. Linnaeus, sınıf – takım – cins – tür ve varyete olmak üzere 5 sınıflandırma derecesi (kategori) kullanmıştır. İlk kez sınıflandırmaya sokulan bu kategorilerle ölçülü bir ayırma mümkün olmuştur. Taksonomik çalışmalar bu dönemden sonra büyük ivme kazanmış ve insanoğlu doğayı daha iyi betimlemeyi başarmıştır. Popülasyon kavramı ile birlikte, evrimsel gelişimi algılamaya yönelik çalışmalar artmıştır (Candaş, 2008, s. 2, b. 2; URL 1).

Türlerin binominal olarak isimlendirilmesi ilk kez İsviçreli doğa bilgini Gaspard Bauhin (1560-1624) tarafından *Pinax* (1623) adlı eserinde bitkiler için önerilmiştir. Fakat bu fikir Linneaus'un bitkiler için *Species Plantarum* (1753) hayvanlar için ise *Systema Naturea* adlı eserinin 10. baskısında (1758) düzenli bir şekilde kullanılarak bilim dünyasına kabul ettirilmiştir (Vanherbaryum, 2018 ve URL 1).

Linne'den yaklaşık yüz yıl sonra Charles Darwin (1809-1882) 1859 yılında yayımladığı *Türlerin Orijini* adlı eseriyle organik evrimin temellerini atmış, Darwin ile birlikte gelen evrim kavramı sonucunda, taksonominin temel dayanağı evrimsel akrabalığın dereceleri olmuştur. Galapagos Adaları'nda da araştırmalar yapan Darwin, burada ispinoz türlerini incelemiş, bunların tek bir ortak atadan gelişerek, farklı beslenme tiplerine uyum yaptıkları ve yeni türler haline geldikleri sonucuna ulaşmıştır (Candaş, 2008, s. 2, b. 2). Bunun sonucu olarak da taksonomik çalışmaların ağırlık noktası türlerin basitçe kataloglanmasından çok, türler arasındaki akrabalık ilişkilerini anlama yönüne kaymıştır (URL 1).

[39] Detaylı bilgi ve dijitale resim olarak aktarılmış kitabın orijinal metinleri için bakınız.
Vol 1 (847 sayfa) :
https://ia800503.us.archive.org/8/items/mobot31753000798865/mobot31753000798865.pdf
Vol 2 (564 sayfa) :
https://ia800502.us.archive.org/1/items/mobot31753000798873/mobot31753000798873.pdf

Darwin'den sonra gelen araştırmacılar da popülasyon sistematiği üzerine çalışmaya başlamışlardır ve Julian Sorell Huxley (1887-1975), bu dönemin önemli adlarından biridir. Araştırmacı, taksonomide biyolojik verilerin daha fazla kullanılmasını sağlamıştır (Candaş, 2008, s. 2, b. 2).

2.1.6.2. Sosyal bilimlerle sınıflandırmanın tarihçesi

Sosyal bilimler tarihi boyunca pek çok yazar tarafından sayısız sınıflandırma şeması geliştirilmiş ve geniş bir alanda uygulanmış olmasına karşın en çok bilinen ve en ince ayrıntısına kadar detaylandırılmış kavramsal ya da kalitatif tipolojik şemalar, Alman sosyolog Max Weber (1947, 1949) ve daha sonra da Howard Becker'den (1940, 1950, 1951) elde edilmiştir. Sınıflandırma tarihi açısından Weber en çok "ideal tip" analizi ile bilinirken Becker ve sonrasında da onun öğrencisi John McKinney (1966), daha sonradan bu tiple ilgili olan "yapılandırılmış tip" kavramını ortaya koymuşlardır (Bailey, 2011, s. 8). Hem ideal tip hem de yapılandırılmış tip, önceki bölümlerde tanımı yapılan ölçüt tiplerden (bakınız dipnot 33, 34) olsa da bunlar birbirinden tamamen farklı stratejileri temsil etmektedir. Şöyle ki ideal tip, bir tipolojideki tüm boyutların uç ya da artırılmış temsiliyeti olup değerler dizisinin en üst noktasına eşittir. Ne var ki, yapılandırılmış tip; çoğunlukla yaygın olarak bulunan karakteristiklerin tasviri olup bu yüzden de ideal tipteki gibi devamlı bir bütünün tepe noktasından ziyade ortalama (/*mean*) gibi merkezi eğilimleri ölçmekle benzeşiktir (/*analogous*).

Bu her iki form da bilgisayar çağının gelmesinden önceki büyük verilerle başa çıkmak için dâhiyane tasarlanan stratejileri temsil etmektedir. Bu tiplerin bazı amaçları numerik taksonominin bilişimleşmiş modern yöntemleriyle daha etkili bir şekilde karşılanıyor olsa da bu tipler halen daha ciddi bir epistemolojik değere sahiptir. Özellikle kantitatif yöntemlerde ilişkileri açık bir biçimde anlaşılırsa, modern sınıflandırma talimgâhında da seçkin bir role sahiptirler.

Sınıflandırma usullerindeki bir sonraki gelişim safhası, bilgisayarlaşmadan önceki kümelenme analizi gibi kantitatif tekniklerdir. Kalitatif tipolojik yöntemlere ilgi, önemli ölçüde 19. yüzyılda (ve hatta daha öncesinde) başlayıp günümüze değin süregelse de kümelenme yöntemleri çoğunlukla 1930'lardan 1960'lar arasında bilişimleşmeden yararlanmaksızın oluşturulmuştur. Bu dönemlerin ikinci bölümünde bilgisayarlaşma

oluşmaya başladıysa da McQuitty (1957) gibi analistler bilgisayarsız kullanılacak algoritmalar geliştirmeye devam etmiştir. Bilgisayar öncesi faktör analizi, haftalar sürebilen uzun ve sıkıcı bir süreç olmasına karşın, zamanın çoğu kümelenme analizleri oldukça hızlı bir şekilde yapılabiliyordu.

Daha sonraki yöntemler 1950'lerin sonu ile 1960'ların başından başlayıp günümüze kadar geliştirilen bilgisayarlı yöntemler olmuştur. Bunlar ya karmaşık kümeleyici (/*agglomerative*) yöntemler ya da ayırıcı (/*divisive*) yöntemler olma eğilimi göstermiştir. Özellikle ayırıcı yöntemler bilgisayarlaşmayla birlikte büyük bir gelişim göstermiştir. Bunun nedeni ise bilgisayarlaşmadan önce yüksek seviyedeki ayırıcı yöntemlerin, oldukça kısıtlı oranlarda yapılabiliyor olması olduğu söylenebilir.

2.1.7. Sınıflandırmanın avantaj ve dezavantajları

2.1.7.1. Avantajları

Sınıflandırma sadece bilimsel anlamda değil hayatımızın her aşamasında yararlı belirgin etkilere sahiptir. Bu durum sınıflandırmayı sadece her yerde hazır ve nazır değil aynı zamanda onu gerekli de kılar. Sınıflandırmanın belli başlı avantajları şöyledir (Bailey, 2011, ss. 10-12):

- **Tarif, betim ve tasvir *(/description).*** Sınıflandırma en önemli tanımlama aracıdır. İyi bir sınıflandırma araştırmacıya tip ya da taksaların kapsamlı ve belki de tanımlayıcı dizilişini verir. Tüm tipler listelenmekle kalmaz bu tiplerin yan yana listelenişini araştırmacıya belli bir tipin tüm boyutlardaki skorunu ve hangi tiplerin hangilerine bitişik olduğunu ayırt etmesini sağlar. Örnek olarak Tablo 2.3'teki (s. 31) başarılı bir kişinin hem akıl hem de motivasyon derecesi yönünden yüksek olduğunu tanımlar ya da tasvir edebiliriz.
- **Karmaşanın azaltılması *(/reduction of complexity).*** Sınıflandırmanın bir diğer ana amacı karmaşayı azaltarak tutumluluğa (/*parsimony*) ulaşmaktır. Örneğin Türkiye'de yaşayan 83 milyondan fazla insan hakkında bir araştırma yapıyor olsak, bu insanlar hakkında yüzlerce belirgin (göze çarpan /*salient*) değişken ortaya çıkacaktır. Bu ise doğrusu başa çıkılamaz oranlarda veri matrisleri oluşturacaktır. Biz eğer kişiler, nesneler ya da kavramları daha küçük sayıdaki

daha küçük sınıflarda sınıflandıramazsak, böyle bir nüfusu ve ona ait olan on binlerce sayısız karakteristik özelliği tanımlayamayız. Sınıflandırma yaptıktan sonra tüm kişilere ve tüm özelliklerine tek seferde odaklanamasak dahi sınıflandırma sayesinde insanları ırk, sosyal tabaka, yaş, cinsiyet, politik görüş, inanç vb. belirgin özelliklerine göre ayırıp karmaşık veriyi analiz etmemize imkân verecek belli başlı boyutlara indirgeyebiliriz. Tipoloji ve taksonomiler bu anlamda nüfus ve kavramlar ile ilgili devasa veri kütlelerini daha az sayıda belirgin tip ya da taksalara teksif ederek araştırmacıların işlerini oldukça kolaylaştırmaktadır.

- **Benzerliklerin belirlenmesi *(/identificaiton of similarities)*.** Sınıflandırma prosedürleri bize vakalar arasındaki benzerlikleri fark etmeyi, benzer vakaları analiz etmek için gruplandırmayı ve birinci dereceden o anki ilgimiz dâhilinde olmayan vakaları ayıklamamızı sağlar. Örneğin tıbbi tanılar için benzerliklerin saptanması kilit rol oynar. Benzer vakaların tespiti sayesinden o semptomlardan mustarip olan kişileri kolaylıkla belirleyebiliriz. Bunu elde ettikten sonra da buna kaynaklık eden hastalığın tanısını koyma pozisyonunda olabiliriz. Bu benzerliklere karar verilemezse, semptomlar ve nedenler belirlenemez; dolayısıyla hasta olan kişiler de tanımlanamaz. Bilimsel süreç de bu tıbbi yaklaşımı haiz olduğu için sorun tespiti ve tanı sürecinde araştırmacı, bir cerrah edasıyla probleme neşter vurur.
- **Farklılıkların belirlenmesi *(/identification of differences).*** Benzerliklerin belirlenmesinde olduğu gibi sınıflandırma prosedürleri bize farklı vakalar arasında ayrım yapmayı, analiz için alakasız olanları ayırmayı ve geri kalanlar üzerinde daha sağlıklı bir şekilde çalışmayı sağlar. Madalyonun öteki yüzü budur. Örneğin tıbbi tanı için çok boyutlu sınıflandırmalar yeterli gelmez. Bir hastalığın esasında diğerlerinden ayrılması için hastaların altı ya da yedi karakteristik özellik açısından kontrolünün sağlanması gerekmektedir. Örneğin iki hastalık monotetik[40] olarak altı semptom açısından birbirine uymakta sadece yedinci semptom açısından birbirlerinden farklılaşmakta olsun. Her iki hastayı eş zamanlı olarak tüm bu yedi semptom açısından değerlendirmeliyiz ki

[40] Kavram hakkında daha detaylı bilgiye ihtiyaç duyarsanız bakınız Bölüm 2.1.3. Monotetik Sınıflar (s. 19).

hastalardan birinin A, diğerininse B hastalığından mustarip olduğunun farkına varabilelim.

- **Boyutların kapsamlı bir listesinin sunumu *(/presenting an exhaustive list of dimensions).*** İyi bir tipoloji sadece kapsamlı bir tip seti göstermekle kalmaz aynı zamanda o tiplerin dayandığı kapsamlı bir boyutlar seti de sunar. Dahası tipler ve boyutlar arasındaki ilişkiyi göstererek her bir tipin tüm boyutlardaki konuşlandığı yeri de belirtir.
- **Tiplerin karşılaştırılması *(/comparision of types).*** İyi bir tipoloji aynı zamanda araştırmacıya, tiplerin hızlı ve kolay bir şekilde karşılaştırılması olanağı sunar. Araştırmacı -ister köşede olsun ister merkezde olsun- farklı alanlarda bulunan tipleri seçip bunları karşılaştırabilir. Bu durum tipolojinin doğasındaki genel niteliklerden olan benzerlik ve varyantların hızlı değerlendirilmesine imkân verir.
- **Tiplerin dökümü ve yönetimi *(/the inventory and management of types).*** Tam tipoloji bir araştırmacının sahip olabileceği en iyi dökümdür. Bu döküm ona ihtiyacı olan herhangi bir tipin yerini belirleme ve hangi tiplerin analiz için uygun olduğunu daima bilme olanağı verir.
- **İlişkilerin araştırılması *(/the study of relationship).*** Tipolojiler genelde açıklayıcı olmaktan ziyade tanımlayıcı araçlar olarak görünmelerine karşın çoğu zaman ilişkilerin araştırılmasını ve bu ilişkilere dayalı hipotezlerin belirlenmesini sağlar. Bu durum tipoloji inşası ile hücreler için deneysel vakaların belirlenmesinin kombinasyonu ile oluşturulur. Vakaların tüm hücreler arasında rastgele dağıldığı tipolojiler, boyutlar arasındaki ilişkiyi ortaya koymaz. Bunun aksi olarak diğer hücrelerin hiç ya da çok az vaka içermesine rağmen tüm deneysel vakaların birkaç hücreye bölündüğü büyük bir tipolojide bu durum, genellikle, tipolojiyi oluşturmak için kullanılan boyutlar ya da değişkenler arasındaki ilişkinin göstergesidir.
- **Ölçüm için ölçüt olarak tipler *(/types and criteria for measurement)*.** Önceki maddelerde belirtildiği gibi genellikle bir ya da birkaç tip, ölçüm yapmak için elverişli aracılık rolü üstlenir. Tiplerden biri ölçüt olarak seçilir, geri kalanlar da bu ölçütle ne derecede ilişkili olduğuna göre uygun bir yere konuşlandırılır.

- **Çok yönlülük *(/versatility).*** İyi bir sınıflandırma oldukça çok yönlüdür. Bu belki bir sosyal bilimci için kavramları, somut deneysel vakaları ya da kavramsal-deneysel karma sınıflandırmaları göstermesi için mevcut olan yegâne formattır. Örneğin regresyon analizi sonuçları değişkenler arasındaki ilişkiyi gösterirken örneklemin kendilerinden toplandığı insanlar hakkında bize hiçbir bilgi sağlamaz. Ya da tam tersi olarak bir etnografik çalışma gözlemlenen insanlar hakkında bir betimleme yaparken önemli teorik kavram ya da değişkenlerle ilgili çok az sistematik kantitatif bilgi sağlar. Bu iki örnekten de farklı olarak iyi bir sınıflandırma sadece üzerinde çalışılan insanları temsil etmekle kalmaz aynı zamanda analizlerde kullandığı değişkenler sayesinde onları oluşturulan uygun bir yere konuşlandırır.

2.1.7.2. Dezavantajları

Sosyal bilimler için bu kadar yararlı ve gerekli bir olgu olan sınıflandırmaların sosyal bilimciler tarafından küresel olarak savunulduğunu muhtemelen "sadece iddia" edebiliriz. Biyoloji ve psikiyatride sınıflandırmanın önemi geniş ölçüde anlaşılmış olsa da sosyal bilimciler sınıflandırma hakkında eleştirel olagelmiş ve onu daima tam olarak da anlamamışlardır. Başlıca eleştiriler arasında şunlar yer almaktadır (Bailey, 2011, ss. 12-14)

- **Sınıflandırma tanımlayıcıdır *(/descriptive),* önce açıklayıcıdır *(/pre-explanatory)* ya da açıklayıcı değildir *(/nonexplanatory).*** Önceki bölümde de değinildiği gibi sınıflandırma en önemli tanımlama aracıdır. Bu açık şekilde bir avantajdır ve dolayısıyla [sınıflandırmayı] sosyal bilimler için asli yapar. Açıklama ve tahmin yürütme gibi araştırma amaçları sosyal bilimlerce göklere çıkartılır ancak bazı araştırmacıların sınıflandırmayı bu açılardan uygunsuz olarak inanmaya eğilim duydukları basmakalıp düşüncelere sahip olduğu görülmektedir. Onlara göre sınıflandırma "sadece tanımlayıcıdır" ya da "teori öncesidir". Sanki bu durum, her nasıl oluyorsa bir şeyin teorisini ortaya koyarken sınıflandırmayı bu teori geliştirmenin gerekliliği değil de buna yetersiz yapıyormuş gibi bir algı oluşturulmaktadır. Hâlbuki sosyal bilimciler sınıflandırmayı açıklama amacını karşılamakta yetersiz kalıyor diye gözden

çıkarmak yerine bu yapılacak olan açıklamanın temellendirilmesi için ne kadar gerekli olduğunu fark etmelilerdir. Eğer ki yetersiz/noksan sınıflandırma sistemine dayanıyorsa teori çoğu şeyi açıklayamaz.

- **Cisimleştirme (/*reification*).** Klasik sözel tipolojiler (ideal ve yapılandırılmış tipler dâhil) diğer tüm sözel teoriler gibi cisimleşme tehlikesiyle karşı karşıyadır. Yani deneysel olarak var olmayan teorik yapıların "cisimleşeceği" ve [kendilerine] "gerçek" deneysel varlıklarmış gibi davranılacağı ihtimaline karşı savunmasızlardır. Bir tipin yapılandırılmış mı yoksa deneysel bir çıktı mı olup olmadığı konusunda zaman zaman karışıklığın yaşandığı doğrudur ancak bu durum tiplerin detaylı tanımlanmasında gösterilecek biraz hassasiyet ile giderilebilir.
- **Durağan sınıflandırma (/*static classification*).** Yaygın olan başka bir eleştiri sınıflandırmanın dinamik değil durağan/statik olmasıdır. Ne yazık ki en popüler istatistiksel teknikler dâhil sosyal bilimlerdeki pek çok araştırma yaklaşımı artzamanlı (/*diachronic*) yani dinamik değil eşzamanlı (/*synchronic*) yani statiktir. Böylelikle bazı sınıflandırmalar tabiatları gereği durağan görünüyor olsa da regresyon analizi de öyledir. Bazı vakalarda bu durum geçerli olsa da çok abartılmamalıdır. Kavramsal tipolojilerde durağan tipolojiler yeterli gelebilmektedir. Deneysel taksonomilerde ise statik analizlerle ilgili problemler, muhtemelen numerik taksonomide istatistiğin genelinden daha büyük değildir; bu ise istatistiksel yöntemlerin bir kısıtı olarak kabul edilebilir. Esasında sorunların bazıları bizatihi sınıflandırma prosedürlerden değil birlikte teşekkül oldukları istatistiki ölçümlerden kaynaklanmaktadır.

  Dahası, zaman unsuru, zaman serisi verileri ya da katsayı değişimindeki kullanımları doğrultusunda analizlerin diğer yerlerinde olduğu gibi sınıflandırma sürecinde sık sık katılabilir. Biyolojik numerik taksonomideki hususi bir problem şudur ki taksonomistler sadece dinamik ya da artzamanlı yöntemlerden memnun olmayıp taksonomilerin evrimsel bir temel üzerinde gelişmesi konusunda ısrarcıdırlar. Evrimin duhuliyesi bazen numerik taksonomi için de sorun teşkil eder (Sneath ve Sokal, 1973, ss. 27-60).
- **Vaka ve değişkenlerin belirlenmesi (/*identification of cases and variables*).** İddia edilen bir başka problem, boyutların seçimi ve sınıflandırmalar için

vakaların bulunmasıdır. Bu doğru olsa da bu sorun yine sadece sınıflandırma sürecine özgü değil tüm sosyal araştırmalar için geçerlidir. Sınıflandırmanın sonucunun değişkenlerin seçiminden doğrudan şekillendiği doğru olsa da bu durum regresyon analizi için de geçerlidir. Doğru değişkenlerin seçimi için sihirli bir formül olmasa da dikkat ve öngörü başarılı tipolojiler olarak sonuçlanmaktadır.

- **Yönetilemezlik (/*unmanageability*).** Sınıflandırmaya yöneltilen bir diğer eleştiri küçük olanların çok basit ve kısıtlı değeri haiz olmasına karşın çok büyüklerin ise yönetilemez ve etkili bir şekilde kullanılamayacak kadar karmaşık olduğudur. Bu sorun bilgisayarlı kümeleme analizi gibi yöntemlerle aşılabilir olsa da bazı veriler o kadar büyük olur ki bilgisayarın kapasitesini bile aşabilir. Bu yönetilemezlik sorunu muhtemelen steno tipolojiler (bakınız dipnot 32, s. 31) ve de ölçüt tipler (bakınız dipnot 34, s. 32) gibi kolaylaştırıcı yöntemleri kullanmayı teşvik etmiş olabilir. Dahası, önceki bölümlerde de değinildiği gibi sınıflandırmanın bir amacı karmaşıklığı azaltmak ve yönetilebilirliği temin etmektir. Burada bizim düşünmemiz gereken eğer bir çalışma doğru sınıflandırılmasına rağmen yönetilemez görünüyorsa, sınıflandırma olmasaydı ne kadar yönetilemez olabileceğini tasavvur etmektir.
- **Sınıfların mantığı (/*logic of classes*).** Tipolojiler, modern istatistiksel tekniklerin yaptığı gibi devam ededuran verileri kullanmak yerine sınıfların mantığı üzerine dayandıkları açısından zaman zaman eleştirilmektedir. Bir dereceye kadar bu eleştiri hükümsüzdür; zira nümerik taksonominin yöntemleri sınıfların mantığına dayanmaz. Genellikle iki zıt karşıtlı verileri kullansa da sürekli verileri de kullanabilirler. Dahası, tipolojik yöntemler genellikle sınıfların mantığına dayanıyor olsa da, özellikle monotetik tiplerle politetik tipler arasındaki ayrım açık şekilde belirtildiği sürece olumsuz bir şey değildir.

2.1.8. Turizm ve bağlantılı konularda yapılan sınıflandırma çalışmaları

Sınıflandırma, sosyal bilimler araştırmasındaki kavramsal ve deneysel ilerlemede merkezi bir süreçtir (Young ve diğerleri, 2007, s. 500). Turizm ve bağlantılı konularda yapılan sınıflandırma çalışmalarının ise, ister deneysel olsun isterse de kavramsal olsun, taksonomi ve tipoloji olarak adlandırıldığı görülmektedir. Ne var ki, Lewis-Beck (1994,

s. i) bir taksonominin kavramsal olmaktan ziyade gözlemlenen değişkenliklerdeki benzerliklerin ölçülmesiyle olguların sınıflandırılması amacıyla deneysel olarak başlaması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu noktadan hareketle, örneğin bir turist sınıflandırması üzerine çalışan Mapingure (2018) tezinde deneysel turist sınıflandırmalarını 'turist taksonomisi', kavramsal olanları ise 'turist tipolojisi' olarak adlandırmıştır (ss. 4-8).

Bu araştırmanın temel odağında taksonomi ve tipoloji kavramları; Lewis-Beck'in (1994, s. i) uyarısına dayandırılmış ve Mapingure (2018) gibi deneysel ve kavramsal çalışmalar olarak birbirinden ayrılarak verilmiştir. Bu bağlamda, incelenen çalışmanın orijinal isminde taksonomi ya da tipoloji hangi ifade geçiyor olursa olsun, deneysel çalışmalar taksonomi; kavramsal çalışmalar da tipoloji çalışmaları kapsamında verilmektedir.

2.1.8.1. Turizm ve bağlantılı konularda yapılmış taksonomi (deneysel) çalışmaları

Taksonomi, genellikle gruplandırmalar için kavramsal olarak sunulan tipolojilerin aksine, öncül bir kavramlaştırma olmaksızın yapılan deneysel çalışmalardır (Young ve diğerleri, 2007, s. 500). Turizm ve turizmle bağlantılı konularda yapılan ve ortaya ciddi teorik katkı sunan çalışmalar; Plog (1974), Perreault, Dorden ve Dorden (1979), Feifer ve Urry (1985, 2002), Smith (1989), Dalen (1989), Gibson ve Yiannakis (2002), McKercher (2002), McKercher ve Du Cros (2003), Mehmetoglu (2004), Zalatan (2004), Robinson ve Novelli (2005), Baum, Kralj, Robinson ve Solnet (2016) gibi araştırmacıların, çoğunlukla turist tiplerini araştırdıkları çalışmalardır. Bunların dışında ortaya ciddi bir teorik katkı sağlamıyor olsa da Pearce (1982), Wickens (2002), Young ve diğerleri (2007), Howard (2010), Guilamo-Ramos ve diğerleri (2013), Tan, Luh ve Kung (2014) ve Hrubcova, Loster ve Obergruber (2016) gibi araştırmacıların da yaptığı bağlantılı çalışmalar vardır.

Bu kapsamda yapılan tüm taksonomik özellikteki çalışmalar, çalışmanın isminde taksonomi ya da tipoloji ne geçiyor olursa olsun, içeriği ve ortaya koyduğu teorik katkıların özet olarak açıkça görülmesi açısından tezin sonunda Ek B bölümünde tablo olarak verilmektedir.

2.1.8.2. Turizm ve bağlantılı konularda yapılmış tipoloji (kavramsal) çalışmaları

Tipoloji, en az iki boyutu olan kavramsal sınıflandırmalardır (Young ve diğerleri, 2007, s. 500). Turizm alanında yapılan kavramsal çalışmaların genellikle turist tipolojisi üzerine yoğunlaştığı ise pek çok çalışmada görülmektedir (Gray, 1970; Cohen, 1972-1974-1979; Gottlieb, 1982; Locker-Murphy, 1996; Williams, 2009; Aktaş Polat, 2013-2015; Seery ve Paris, 2015; Erdoğan, 2019). Swarbrooke ve Horner'a (2007, ss. 84-89) göre [genellikle] turizmde yapılan tipolojiler, turistlerin destinasyonlardaki tercih ve davranışlarını açıklamaya çalışan çalışmalardır. Lengkeek (2000, s. 11) ise [tipolojiler için] turistlerin; gezdikleri yerler, yaptıkları seyahatler, meslekleri, eğitimleri ve yaşadıkları yerlere göre farklı bakış açılarıyla yorumlandıklarını belirtmektedir. Yazar hatta konunun bu kadar derinden incelenmesi yerine turistlerden bazılarının bir yere sadece zevk almak için gelirken, kimileri için nerde olduğu, havanın güzel oluşu hatta evinden uzak oluşunun bile yeterli olduğunu dile getirmiştir (s.11). Doğan (2004) ise turizmin güdüsel temelinin oldukça karmaşık bir yapısının bulunması, turizmin ortak bir özelliğe indirgenmesi olanaksız çeşitli davranışlar içerdiğini, tek bir turist tipinden söz edilemeyeceğini, ortaya koydukları davranışlar ve kendilerini yönlendiren güdülere göre değişik turist tiplerinin bulunduğunu gösterdiğini ifade etmiştir (s:7). Turist tipolojisi kavramı, turistik harekete katılan bireylerin motivasyon, tarz, ilgi alanları ve değerleriyle oluşturduğu çeşitliliği yansıtmaktadır (Smith, 2000, ss. 608-609). Turist tipolojileri (ya da taksonomileri), destinasyondaki turist davranışlarını anlamak açısından öncülük eden çerçeveyi çizerken çoğu teorinin de ortak bir takım unsurlar barınmasından dolayı bu teorilerin bir çeşit geçerlilik taşıdığını kabul etmek gerekir (Mapingure, 2018, ss. 56-57).

Turizmde çok önemli bir yer teşkil eden turist tipolojisi kavramının gelişimine değinmek gerekir. O zamana kadar turistlerin büyük ölçüde homojen gruplar olduğu düşünülürken, Eric Cohen (1972) gözlenebilir benzer davranışlara göre turistleri ilk kez sınıflandıran ve turist deneyimlerini dört tipoloji halinde ilk kez "uluslararası turizm sosyolojisi" fikrini geliştirmeye başlayan araştırmacıdır (Mehmetoglu, 2004, s. 70; McCabe, 2005, s.88). Cohen (1974) turistlerin acayip kıyafetler giydiklerini, yabancı olduklarını, pasif, yüzeysel, kolay aldatılabilecek tipler olduğunu ifade etmiş ve bu yüzden konunun daha derin olarak işlenme eğiliminden bahsetmiştir. Cohen (1974) aynı

zamanda günümüz turistinin açıkça tanımlanabileceğini bu yüzden birkaç sosyoloğun dışında turistleri ve turist rollerini tanımlamak için girişimde bulunulmadığını da belirtmiştir (s.527).

Buradan yola çıkılarak tipolojilerle ilgili çalışmaların temelinin Cohen'in 1972'de yayımladığı "Towards a Sociology of International Tourism"- "Uluslararası Turizm Sosyolojisine Doğru" isimli çalışması olduğu söylenebilir. Hatta bazı eleştirilerine rağmen Wearing, Stevenson ve Young (2010, s. 25), Cohen'in ortaya koyduğu teorinin, turizm çalışmalarını akademik gündeme taşımada yardımcı rolü bulunduğu için önemli olduğunun altını da çizmektedirler.

Eric Cohen (1972) adı geçen bu çalışmada, sosyologların çalışmalarında sosyal bir kavram olarak turizmin ihmal edildiğini dile getirmektedir. Cohen çalışmasında, turistlerin hem turizm işletmeleri hem de karşılayıcı ülke ile olan ilişkilerini temel alan uluslararası turizm kavramına teorik bir yaklaşım önermiştir (1972, s.164). Cohen'in ifadesine göre, yabancılık ve yenilik turistik deneyimlerin temel unsurları olmasına rağmen modern insan yabancı bir ortamda tamamen kaybolmaktadır. Bir kişi temelde yerli kültürü ve alışkanlıklarına bağlıdır. Bu geleneklerin terkedilmesi ve yeni / yabancı olan ortamda kalış süresi özellikle uzun süreli ise tatsız ve hatta tehdit edici bir hal bile alabilir. Çoğu turist gittiği yerde çevresinde tanıdık bir şeyler olmasını ve kendisine evini hatırlatacak (gazete, yiyecek, kendi ülkesinden bir kişi) bir şeyler olmasını ister (1972, s.166).

Cohen ayrıca organize olmuş kitle turisti ve bireysel kitle turistini "kurumsallaşmış (/*institutionalized*)" turist rolleri adı altında inceleyerek onları şu şekilde tanımlamıştır: rutin bir şekilde turist ticareti ihtiyacını karşılayan seyahat acentaları, seyahat şirketleri, otel zincirleri vb. kompleksler olan turist kuruluşlarıyla ele alınacak olanlar; yazar araştırıcı ve başıboş turistleri ise "kurumsallaşmamış (/*noninstitutionalized*)" turist rolleri, yani açık roller, olarak incelemiş ve en iyi ihtimalle turistik tesislere çok az bağımlı olduklarını ifade etmiştir (Cohen, 1972, ss. 168-169; Robinson ve Novelli, 2011, s. 4).

Turist tipolojilerine ilişkin yapılmış çalışmalarda temelde üç farklı kişinin tipolojilerinden bahsedilmiştir. Bunlar: (1) Cohen'in 1972'de yaptığı bir sınıflandırma,

(2) Plog'un 1974'te yaptığı bir sınıflandırma ve (3) Smith'in 1989 yılında yaptığı sınıflandırmadır.

Williams (2009, ss. 12-13), tüm turist tipolojilerinin damıtıldığında aslında dört temel öz barındırdığını; bunların ise (1) organize olmuş kitle turisti, (2) bireysel ya da küçük gruplu kitle turisti, (3) yalnız seyahat edenler ya da kâşifler ve (4) başıboş turistler olduğunu özetlemektedir.

Sadece turist tipolojisi özelinde olmayan genel anlamda turizmle ilgili konularda yapılan ve sadece kavramsal araştırmaları içeren tipoloji çalışmaları (Graburn, 1983; Lindberg, 1991; Locker-Murphy, 1996; Selin, 1999; Tosun, 1999; Arcodia ve Robb, 2000; Lengkeek, 2000; Boyne, Hall ve Williams, 2003; Boyne, Williams ve Hall, 2002; Stone, 2006; Sundbo, Orfila-Sintes ve Sørensen, 2007; Hunter, 2008; Phillip, Hunter ve Blackstock, 2010; Kennedy-Eden ve Gretzel, 2012; Gjorgievski, Kozuharov ve Nakovski, 2013; McKercher, 2016) Ek C: bölümünde tablo olarak verilmiştir.

2.1.8.3. Tipoloji teorilerine eleştiriler

Lengkeek (2000), farklı sayıda tipolojilerin olduğuna değinmiş ve bir tipolojideki turistler arasındaki farklılıkları anlayabilmek için pek çok girişimde bulunulduğunu ifade ederek bu tipolojilerin farklı teorik düşünce ve metotlara dayalı olmasından dolayı [birbirleri ile] karşılaştırmanın kolay yapılamadığından bahsetmiştir (s. 11). Sharpley'e (1994, s. 95) göre ise bu durum, "ileri seviyede çok boyutlu yaklaşımı içeren bir turist tipolojisi geliştirmenin belki de imkânsız bir iş" olduğudur.

Wearing ve diğerleri (2010, s. 25), özellikle Cohen (1972) özelinde tipolojileri eleştirmekte ve turist bakış açısını yok saydıklarını iddia etmektedir. Yazarlar aynı zamanda tipolojilerin artık rağbet edilmeyen işlevselci (fonksiyonalist) teorilere dayanmakta olduğu için miadını doldurmuş olduklarına işaret etmektedirler.

Mapingure (2018, s. 56) ayrıca tipolojilerin kültürel olarak sınırlanmış olduğu için turistlerin önerilmiş kategorilere uymadığını ve turistlerin davranış özelliklerinin farklı kategorilerde yer bulduğunu belirtirken bilimsel varlık alanı içinde dahi yapılmış olsa da gerçekle mükemmel uyum sağlayacak bir modelin öne sürülemeyeceğinin göz önünde bulundurulması gerektiğini belirtmektedir.

Turist tipoloji teorilerine bu ve benzeri sayısız eleştiri yöneltilmiştir. Swarbrooke ve Horner (2007), bu teorilerle ilgili çeşitli aksaklık ve eleştirileri kapsamlı bir şekilde tablodaki gibi ortaya koymaktadırlar (ss. 90-91).

Tablo 2.4: Tipoloji teorilerine yönelik eleştiriler (Swarbrooke ve Horner, 2007, ss. 90-91).

Tipoloji eleştirileri
• Tipolojiler gereğinden fazla genelleştirilmiş ve basitleştirilmiştir ve gerçek durumlardaki turistik davranışların karmaşık kalıplarını tam olarak açıklayamamaktadır. • Turist tipoloji teorileri dinamik ve esnek değiller ve bunun sonucu olarak turist davranışlarındaki zamanla oluşacak değişimlere hitap edememektedirler. • Çoğu tipoloji, destinasyonlarda turistlerin kendilerine olanla üzerinde mutlak otonomi sahibi olduklarını varsaymaktadır fakat bazı örneklerde alınan karar, turist ve grubun diğer üyeleri arasındaki uzlaşmaya dayanmaktadır. • Turistlerin destinasyondaki davranışlarının bazıları seyahat şirketince etkilenmektedir ve her ne karar alınırsa alınsın, bu bireyin gerçek arzularının veya kişiliğinin doğru bir yansıması olmayabilmektedir. • Tüketici davranışı açısından çok fazla değişiklik olmuştur ve çoğu öncü tipolojiler çok önceleri ortaya konmuştur. Bunlar internetin yayılması, uzun mesafeli ve taşıma kapasiteli seyahatler, bütçeye uygun kurvaziyer geziler gibi endüstrideki yeni gelişmeler göz önünde bulundurulduğunda günümüz turist davranışını tahmin etmek için kullanılamaz. • Asya, Afrika ve Orta Doğu da bulunan turistlerin tipleri hakkında çok az çalışma ve yayın yapılmıştır. Buralarda yapılacak çalışmalar sonuçları değiştirebilir. • Çoğu teoriler sanki evrensellermiş gibi sunulmuştur lakin ulusal ve kültürel farklılıklar turist davranışını etkilemektedir. • Turist tipolojilerinde öngörülmüş tercihler, turistler tarafından destinasyonlarda gösterilen esas davranışlardan büyük oranda farklılık gösterebilir. • Tipolojilere dair metodolojik eleştiriler de vardır. Örneğin, bazı yorumcular bazı araştırmacıların çalışmalarını etkileyecek kadar şahsi değer yargılarına yenik düştüklerini tartışmaktadır. • Tipolojiler, turist davranışındaki yaşlanma ve seyahatteki artan deneyim kaynaklı değişikliklere yer veremeyecek kadar katıdırlar. • Çoğu tipoloji, turistlerin neden öyle davrandıklarına dair nedenleri bize vermemektedir. Bu itibarla da, bizlere yardım etmemektedirler. • Bazı ampirik tipolojiler metodolojik hatalar taşımaktadır. Zira çok küçük örneklem üzerine dayanmaktadırlar. • Tipoloji literatüründe hala pek çok boşluk vardır. Örneğin, iş turisti hakkında henüz çok az yazın mevcuttur.

2.2. Turizmin Hiyerarşik Dizini

Bu bölümde tez araştırması kapsamında incelenen teori ve uygulamada kapsayan ve kapsanan bağlamlarında turizm hiyerarşik dizinine ilişkin literatürdeki kavramlar, genelden özele doğru bir kategorik sıralamayı takip ederek aktarılmıştır.

2.2.1. Evren / Âlem

Evren (ya da diğer ismiyle Âlem), biyolojik taksonomide sınıflandırmanın en üst basamağını oluşturan, alt katmanlardaki üyeleri açısından en büyük ortak benzerliklerin görüldüğü zemindir. Bu araştırma kapsamında ele alınan turizm ve turist türlerinin temel çatısı olması sebebiyle de çalışmanın izleyen bölümlerindeki teorik aktarımların çatısını oluşturmaktadır.

Bu kapsamda çalışma dâhilinde iki tür evrenden bahsetmek mümkündür. Bunların ilki; turizm türlerinin en tepe noktasındaki turizm evreni (2.2.1.1), diğeri ise bu türlere bağlı olarak turizm öznesinin türlerinin aktarılacağı turist evrenidir (2.2.1.2).

2.2.1.1. Turizm evreni

Seyahat olgusu ilkel insanın hayatta kalabilmesi için kıyafet ve av peşinde bir yandan başka bir yana gitmesiyle başlamıştır. İnsanoğlunun kültürel yayılması ve uzun tarihinde önemli bir yer teşkil eden (Nash ve Smith, 1991, s. 12) turizme dair başlangıç hakkında kesin bilgi yoktur. Tarihsel süreç boyunca insanlar; ticaret, dini inanış, ekonomik kazanç, savaş, göç ve diğer mücbir sebeplerden dolayı seyahat edegelmiştir. Romalılar döneminde zengin aristokratlar ve yüksek devlet memurları keyif için de seyahat etmişlerdir. Örneğin; deniz kenarında bulunan Pompeii ve Herculaneum, insanlara Roma'nın sıcağından kurtulmak için tatil villalarına kaçma imkânını vermiştir. Karanlık Çağ haricinde seyahat, büyümeye devam etmiş ve yazılı tarih boyunca medeniyetlerin gelişiminde önemli rol oynamıştır (Theobald, 2005, s. 5). Günümüzde ise küreselleşme sürecinin de vermiş olduğu ivme ile birlikte milyonlarca insan, çeşitli nedenlerden dolayı günlük hayatlarını, daimî olarak devam ettirdikleri yerlerden başka yerlerde geçici süreliğine geçirmektedirler (Kozak ve Kayar, 2007, s. 64).

Turizm, sahip olduğu işlem hacmi yüzünden tanımlanması zor bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır çünkü turizm endüstrisi üretim ve hizmete birinci, ikinci ve üçüncü seviyelerden bel bağlamaktadır; dahası hayat dokusuyla ekonomik, sosyo kültürel ve çevresel şekillerde karmaşık bir şekilde iç içe geçmiştir (Fennel, 2008, s. 1). Turizmin bir hizmet endüstrisi olması, yani merkezinde insan faktörü bulunması, bu bağlamda psikolojik, ekonomik, politik, vb. diğer değişkenleri de beraberinde getirmesi; ortak bir tanım yapılmasını zorlaştırmaktadır (Kozak ve Kayar, 2007, s. 64). Ayrıca turizm, sadece bilgi teknolojilerinin fiziksel bağlantılarıyla değil aynı zamanda toplumların birbirleriyle ilişkili olarak uluslaraşırı ve kültürlerarası hale gelmeleri bakımından toplumun kendisinin tabakalama bağlantılarıyla hiper-karmaşısını (Qvortup 1998[41]) yansıtmaktadır (aktaran Robinson ve Novelli, 2011, s. 3).

Turizm kelimesinin etimolojik anlamı Latincede "dönme veya dairesel hareketi" ifade eden *tornus* kelimesine dayanmaktadır. Kelimenin, Fransızcada "dönmek veya döndürmek" anlamına gelen *tourner* fiilinin de kökeni olduğu görülür (Öter ve Sarıbaş, 2017, s. 2). İngilizcede bu kelimenin karşılığı olarak *tour* kelimesini görmekteyiz.

Turizm olayını ve kavramını belirlemek amacıyla yapılan çalışmalar XIX. yüzyılın sonlarına kadar uzanmaktadır.

Turizmin sadece ekonomik yönü üzerindeki tartışmaları başlatan kişi 1910 yılında Avusturyalı ekonomist Hermann Von Schullar olmuştur ve turizmi "başka bir ülkeden, şehir veya bölgeden yabancıların gelmesi ve geçici süre kalmalarıyla ortaya çıkan hareketin ekonomik yönünü ilgilendiren faaliyetlerin tümü" olarak nitelendirmektedir (aktaran Kozak, Akoğlan Kozak ve Kozak, 2010, s. 1).

Aynı dönemde başka ekonomik yönlü tanım Edmood Picard tarafından yapılmıştır (aktaran Kozak ve diğerleri, 2010, s. 2). Turizmin, "turistleri ve onların devinimine yardım etsin diye tedarik edilen ve kullanılan (tesisler, çekim unsurları, ulaşım ve konaklama) ilgili hizmetlerin birbiriyle bağlantılı olduğu sistemler" olduğunu söylemiştir.

[41] Çalışmada ilgili kaynak; "Qvortrup, L. (1998). *The Hypercomplex Society: Fourteen Stories about the Information Society.* Copenhagen: Gyldendal." olarak verilmiştir.

M. Meyer ise turizmi "her insanın değişik derecelerde bulunan kaçma ve uzaklaşma isteklerinden ortaya çıkan psikolojik kaynaklı yer değiştirme faaliyeti" olarak tanımlamaktadır (aktaran Kozak ve diğerleri, 2010, s.2).

Milletler Cemiyetinin 1937'de yaptığı en erken turizm tanımlarından olan "24 saatten fazla süreliğine yurtdışına seyahat eden insanlar" tanımı, günümüzde geçerliliğini kaybetmiştir, zira bu tanım domestik turizm gibi yurttaşın kendi ülkesine yaptığı ziyaretleri dışlamaktadır (Beech ve Chadwick, 2006, s. 4).

Goeldner ve Ritchie (2012, s. 3), turizmi tanımlarken geniş bir perspektiften bakarak turizm olayını şöyle tanımlamaktadırlar:

> Turizmi düşündüğümüzde esas olarak belirli bir yeri gezip görmek, arkadaş ya da akraba ziyaretlerinde bulunmak, tatil yapmak ve iyi vakit geçirmek için ziyaret eden insanları düşünürüz. [Bu insanlar] boş vakitlerini çeşitli sporlarla ilgilenerek, güneşlenerek, konuşarak, şarkı söyleyerek, gezip tozarak, turlayarak, okuyarak ya da sadece çevresinden keyif alarak geçirebilir. Eğer ki konuyu bir derece ileriye taşıyacak olursak, tanımımıza bir toplantıya, iş konferansına ya da diğer her türden iş ya da profesyonel etkinliğe katılanların yanı sıra profesyonel bir rehber öncülüğünde tur yapanlar ya da bilimsel bir çalışma ya da araştırma yapan insanları katabiliriz.

Goeldner ve Ritchie (2012, s. 3) turizmi tanımlamak ve onun faaliyet alanını tam olarak tarif etmek üzere girişilen herhangi bir çabanın, bu endüstrinin içinde yer alan ve ondan etkilenen çeşitli grupları düşünmek zorunda olduğunu belirtmektedir. Yazarlar ayrıca kapsayıcı bir tanım geliştirmek için hayati öneme sahip olan dört farklı turizm perspektifini izleyen tablodaki gibi tanımladıkları görülmektedir.

Tablo 2.5: Turizm perspektifleri (Goeldner and Ritchie, 2012, ss. 3-4).

#	Perspektifi	Açıklaması
1	***Turist***	Turist farklı çeşitte zihnî ve fiziksel deneyim ve tatmin arar. Bunların doğasını çoğunlukla seçilen destinasyon ve keyif alınan aktiviteler belirler.
2	***Turistik mal ve hizmetler sağlayan işletmeler***	İş insanları turizmi, turist pazarının talep ettiği mal ve hizmetleri tedarik ederek kâr edecekleri bir fırsat olarak görür.
3	***Ev sahibi topluluk ya da alanın hükümeti***	Politikacılar turizmi, yetki sınırları içerisindeki ekonomide bir refah etmeni olarak görür. Bakış açıları bu iş kolundan vatandaşlarının gelirleriyle ilgilidir. Politikacılar aynı zamanda uluslararası turizmden elde edilen döviz kazançlarının yanı sıra turist harcamalarında doğrudan ya da dolaylı olarak toplanan vergi kazançlarını da düşünürler. Ev sahibi hükümet (/*host goverment*) turizm politikası, gelişimi, tutundurması ve uygulanmasında önemli bir rol oynar.
4	***Ev sahibi topluluk (/host community)***	Yerel insanlar turizmi genellikle kültürel ve istihdam etmeni olarak görür. Ev sahibi topluluğun önemine dair bir örnek büyük sayıda uluslararası ziyaretçiler ile yerel halk arasında etkileşimin etkisidir. Bu etki; yararlı, zararlı ya da her ikisi de olabilir.

1980'li yıllarda Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği (*International Association of Scientific Experts in Tourism* – AIEST*)* de turizmi tanımlamıştır. Bu tanıma göre turizm; "insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralarda genellikle turistik işletmelerin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür" (Kozak ve Kayar, 2007, s. 64; Ardahan, 2016, s. 190).

Jafari (2000) böyle bir tanılama ile çoğunlukla veri toplamak ve turist varış, ayrılış veya harcamalarına yönelik yapılan önceki ticaret temelli kavrayış ve tanımların sınırları ötesine uzanan bir kavramsallaştırmaya ulaştığını ifade etmektedir. Hatta yazar, sistematik turizm çalışmalarının (birbiriyle bağlantılı yapı ve işlevlerinin yanı sıra kendisiyle ilgili suret ve güçlerden hangisini etkilediği ve hangisinden etkilendiği hususlar olmak üzere bütün parçalarının) [bizzat] bu bütüncül bakış açısı tarafından ikame edildiğini de vurgulamaktadır (s. 585).

Medlik (2003, s. vii) eserinde seyahat kavramını, [belki de en geniş anlamıyla ele alıp] bir yerden diğerine, kısa ya da uzun mesafelerde; kişinin [bu yere] yönelik, oradan hareketle ya da onun bir parçası olarak; iş, boş zaman ya da herhangi bir sebeple; hava, kara veya deniz herhangi bir ulaşım yoluyla yaptığı her türlü yolculuğu içerecek şekilde ele almaktadır. Yazar, tüm turizmin bir çeşit seyahat içerdiğini ancak tüm seyahatlerin turizm olmadığını da belirtmektedir (s. vii).

Kozak ve diğerlerine (2010) göre turizm ise "turistlerin ikamet ettikleri yerlerden ayrılarak tekrar aynı yere dönünceye kadar geçen süre içerisindeki seyahatleri sırasında gereksinim duydukları ulaştırma, konaklama, yeme-içme, eğlence ve diğer ihtiyaçlarını karşıladıkları faaliyet alanlarının tümüdür" (s. 38).

Cook ve diğerlerinin (2016, s. 5) tanımına göre turizm, "insanların kendi ev ve iş yerleri dışındaki yerlere seyahat etmesi, seyahatleri sırasında gerçekleştirdikleri eylemler ve bu konudaki ihtiyaçlarını karşılayabilmek için gerekli olan tesislerin yaratılmasını içeren faaliyetlere" denmektedir (çeviren Çakıcı ve Güler, 2016, s. 5).

Ardahan (2016) turizmi, kişilerin kendi isteklerine bağlı olarak gelişen, maddi olmayan ihtiyaçların giderilmesini amaçlayan geçici yer değiştirmelerin yarattığı sosyal ve ekonomik bir olay olarak tanımlamaktadır (s. 189).

Usta (2014) turizm için yapılacak en uygun tanımın "sürekli yaşanan yer dışında, ticari kazanç dışı nedenlerle yapılan ve yirmi dört saati aşan veya en az bir gecelemeden oluşan geçici seyahat ve konaklamaların ortaya çıkardığı ekonomik ve sosyal nitelikli tüketim olayı ve ilişkiler bütünü" olabileceğini belirtmiştir (s. 7).

Encyclopeadia Britannica ise turizmi "rekreasyon, rahatlama ve zevk arayışıyla hizmetlerin ticari sağlanmasından faydalanarak evden uzak vakit geçirme eylem ve süreci" olarak tanımlamaktadır (Britannica, 2019).

Merriam-Webster turizmi; "keyif için bir yere seyahat etme etkinliği ve seyahat edenler (yani turistler) için otel, restoran, eğlence vb tedarik eden işletmeler" olarak tanımlamaktadır (Merriam-Webster, 2020c).

Ortaya çıkan birçok tanımın her birinin, özel bir duruma uyması ve anlık bir sorunu çözmesi amaçlanmış; [üzerinde fikir birliği olmayan] yeknesak bir tanımın (/*uniform definition*) olmaması da bir bilim olarak turizm çalışmalarına köstek olmaktadır (Goeldner ve Ritchie, 2012, s. 4). Bu nedenle karakteristik özellikler üzerinde durmak daha rasyonel bir yaklaşım olabilir. İlk olarak ana çerçeve niteliğindeki Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'ne (*United Nations World Tourism Organization* – UNWTO) göre seyahat ve turizm kavramlarının taşıması gereken özelliklere göz atalım (United Nations, 2010, ss. 9-10; UNWTO, 2019a, s. 6; UNWTO, 2019b, ss. 1-13)

- Seyahat eden kişi (/*traveller*), herhangi bir amaçla ve herhangi bir zaman diliminde farklı coğrafik lokasyonlar arasında hareket eden kişidir. Seyahat (/*travel*) ise bu etkinliklerini ifade eder.
- Mukimler (/*residents*) tarafından ülke içinde gerçekleştirilen seyahatlere domestik[42] (/*domestic*) seyahat denir. Mukim olmayanların (/*non-residents*), bir ülkeye seyahatlerine yurt içine yönelik (/*inbound*) seyahat denirken mukimler tarafından ülke dışına yapılan seyahatlere yurt dışına yönelik (/*outbound*) seyahat denir. Ayrıca hangi türden olursa olsun bu seyahatleri yapanlar domestik, yurt içine yönelen ve yurt dışına yönelen seyyah olarak adlandırılır.

[42] Domestik turizm için ilgili literatürde yurt içi/iç turizm ifadeleri yaygın olarak kullanılıyor olsa da bu kelime için Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük'te " (Fr. *domestique)* İç, ülke içi; yerel, yerli." (TDK, 2020f) anlamlarını içeren *domestik* kelimesini kullanmasından dolayı kelime; bu haliyle de kullanılabilir.

- Gezi (/*trip*), bir kişinin olağan ikametgahından (/*usual residence*) ayrılma zamanından oraya tekrar dönüşü kapsar: bu yüzden de turu (/*round trip*) ifade eder. Bir gezi farklı yerleri ziyaret etmekten oluşmaktadır.
- Yurt içine yönelik gezi, bir ülkeye varmak ile o ülkeden ayrılmak arasındaki seyahate karşılık gelirken; domestik gezi ya da yurt dışına yönelik gezi ikamet edilen yerden ayrılmak ile ikamet edilen yere dönmeye karşılık gelir. Domestik gezinin ana destinasyonu, seyahat eden kişinin ikamet ettiği ülkede yer alırken outbound gezinin ana destinasyonu, bu ülkenin dışında bulunmaktadır.
- Ziyaretçi (/*visitor*); bir yıldan az, ziyaret edilen yer ya da ülkede mukim mahiyetinde işe alınmamak kaydıyla (iş, dinlenme-*leisure*, ya da diğer kişisel sebepler) herhangi bir ana sebepten ötürü olağan çevresinin dışında ana bir destinasyona gezi düzenleyen bir seyyahtır. Ziyaretçiler tarafından yapılan bu geziler turizm gezileri olarak nitelendirilir. Turizm ziyaretçilerin etkinliklerini ifade eder.
- Turistik gezideki domestik, yurt içine yönelen ya da yurt dışına yönelen seyyah; ayrı ayrı domestik, yurt içine yönelen ya da yurt dışına yönelen ziyaretçi olarak adlandırılır. Dahası, domestik, yurt içine yönelen ya da yurt dışına yönelen ziyaretçilerin seyahatleri; ayrı ayrı domestik, yurt içine yönelik ya da yurt dışına yönelik turizm olarak adlandırılır.
- Bu sebeptendir ki turizm, seyahatin bir altkümesi; ziyaretçi ise seyyahın bir alt kümesidir. Bu ayrımlar seyahat edenler ve ziyaretçi akışı verisinin toplanmasında ve turizm istatistiklerinin güvenilirliğinde hayati öneme sahiptir.
- Eğer gezisi gecelemeyi içerirse bir ziyaretçi (domestik, yurt içine yönelen ya da yurt dışına yönelen) turist (ya da geceleyen ziyaretçi) olarak sınıflandırılır. Aksi takdirde, o kişi günübirlik ziyaretçidir (ya da günübirlikçidir /*excursionist*).

Bu çerçeveye ek olarak Usta (1988[43])'ya göre turizmin belirleyici özellikleri aşağıda verildiği gibi sıralanabilir (aktaran Ardahan, 2016, ss. 191-192):

- Müşteri turizm ürününün bulunduğu yere gitmek zorundadır.
- Turizm ürününün tüketimi için boş zaman zorunluluğu vardır.
- Ulusal ve uluslararası turizm ofisleri arz ve talebin önemli yönlendiricileridir.

[43] Çalışmada ilgili kaynak; "Usta, Ö. (1988). *Turizm Olayına ve Türk Turizm Politikalarına Yapısal Yaklaşım*. İstanbul: Sümbül Kitabevi." olarak verilmektedir.

- Yeni talep biçimleri ortaya çıktığında, turistik arzın buna uyum sağlaması için uzun bir sürecin geçmesi gereklidir.
- Turistlerin kararları uzun bir bekleme devresini kapsar ve çok çeşitli dürtülerin etkisi altındadır.
- Turistik işletmeler çok çeşitli türdedir.
- Turizm hareketleri, ulusal veya uluslarası düzeyde coğrafi bakımdan çok dengesiz bir dağılım göstererek alan bakımından turistik yoğunlaşmaya sebep olmaktadır.
- Turizm hareketleri yılın belli dönemlerinde yoğun bir şekilde artarak zaman bakımından turistik yoğunlaşmaya neden olmaktadır.
- Turizm bir seyahat olayıdır. Bu seyahat bireylerin kendi ikametgâhları dışında olmalı ve sürekli yerleşme amacı gütmemelidir.
- Turizmde seyahat ticari veya siyasi bir hizmet gayesi için yapılmaz. Dolayısıyla turizm; eğlence, din, spor, sıhhi ihtiyaç, eğitim ya da kültür arzusu, muhitten uzaklaşma, bir şeyler bulma düşüncesi ile yapılan seyahatleri içerir.
- Turizm seyahat eden insanların ilk hareket anından itibaren dönüşlerine kadar duyacakları tüm ihtiyaçlara cevap veren organizasyonları da içine alan ekonomik bir olaydır.

Bir başka eserinde Usta (2014), kendi yaptığı turizm tanımına (s. 7) göre turizmin özelliklerini ise şöyle sıralamaktadır (ss. 7-8):

- Turizm; biri dinamik (seyahat olayını ve buna hizmet veren ulaşım sistem ve araçlarını kapsamaktadır) diğeri de statik (konaklama olayını ve buna hizmet veren tesisleri kapsamaktadır) olmak üzere iki unsurdan oluşmaktadır.
- Turizm, özünde ticari bir kazanç amacına yönelik olmayan; kişisel bir ihtiyaca yönelmiş ve tüketim niteliği taşıması gereken bir olaydır. Turizm; spor, eğlence, dinlenme, kongre, sağlık, inanç, merak, kültür ve çevreden uzaklaşma gibi etkenlerle yapılmış olmalıdır.
- Turizmin üretim ve tüketim ilişkileri şeklinde oluşması, döviz hareketleri, seyahat edilen ülkede yapılan harcamalar, görünmeyen ve ek ihracat gibi özellikleri onun ekonomik yönünü oluşturmaktadır.
- Turizm, endüstri yönlü bir olaydır.

- Turizm, sadece bir seyahat ve konaklama olayı olmayıp bunun ötesinde turistik ihtiyaçların gerektirdiği kurumlar, faaliyetler ve davranışlar bulunmaktadır. Turistlerin yararlanacağı donanımın oluşturulması; yani altyapı, üstyapı ve tamamlayıcı nitelikteki turistik yatırımlar, turizm faaliyetinin "ağır endüstri" niteliğinde olduğunu ortaya koymaktadır.
- Turizm faaliyetlei kapsamında doğa, girişimci, sermaye ve emek gibi üretim faktörleri bir araya getirilerek turistik ürün oluşturulması söz konusudur. İçki ve yiyeceklerin, müşterilerin zevk ve isteklerine uygun olacak şekilde ilk halinden farklı tüketicilere sunulması buna örnektir. Bu bakımdan turizm, "endüstriyel" bir faaliyettir.
- Turizm kapsamındaki ulaşım, konaklama, eğlence ve diğer tesislerin ortak ve uyumlu çalışma zorunluluğu ile bunlar arasında sıkı işbirliği gereksinimi; turizmin "bütünleşik endüstri" özelliği olduğunu göstermektedir.
- Ulaşım araçlarındaki bir yerin, konaklama tesisindeki yatağın, vapur biletinin, tarihsel yöreler, antik kentler, deniz, plaj gibi yerlerdeki hizmetlerin satışı; turizmin "hizmet endüstrisi" olarak nitelendirilmesi sağlamaktadır.
- Turizm; ulusal ekonominin gelişmesinde, rasyonel ilke ve uygulamalara dayandırıldığı ölçüde "endüstrileşmeyi sağlayan endüstri" özelliğine sahiptir.

- Turizm, sosyal bir olaydır. Kendisine sosyal olay olma niteliğini kazandıran özellikler şunlardır:
  - Turizm, toplum içinde gerçekleşmektedir.
  - Turizm; hukuk, dil, din, ekonomi vb. diğer kurumlar gibi insanlarla birlikte vardır.
  - Turizm, rakamlarla ifade edilebilen ölçülebilen bir olaydır.
  - Turizm, toplumsal etkileşim yaratmaktadır.

Tanım ve açıklamalar ışığında, turizm için A.J. Burkart ve S. Medlik'in çizdiği çerçeve aşağıda verildiği gibidir (Ardahan, 2016, s. 190):

- Turizm çeşitli ilişkiler toplamıdır.

- Turizmdeki ilişkiler toplamı, kişilerin sürekli olarak yaşadıkları yerler dışında geçici bir süre bulunmalarıyla ortaya çıkar.
- Günlük yaşamın rutin çizgisi dışına çıkmak çekicidir ve turizmin temel farklılığı bunu yakalama istek ve arzusuna dayalıdır.
- Yer değiştirme faaliyeti boş zamana ihtiyaç gösterir ve kişiler bağlı bulundukları yerlere tekrar dönme isteğindedir.
- Turist, giriştiği faaliyetlerden gelir elde etme amacı taşımaz.

Vanhove (2016)'ye göre kavramsal olarak turizmin beş özelliği vardır (s. 954):

1) [Turizm] tek bir olgudan ziyade olgular ve ilişkilerin bir karışımıdır.

2) Bu olgu ve ilişkiler, insanların çeşitli destinasyonlara hareketlerinden ve orada kalmalarından kaynaklanır.

3) Yolculuk ve kalış, normal ikamet ve iş yeri dışındaki destinasyonlaradır ve destinasyonlardadır.

4) Destinasyonlara yönelik hareket, kısa süreli bir niteliktedir.

5) Destinasyonlar, ücretli bir işle bağlantılı olmayan amaçlarla ziyaret edilir.

Evrensel olarak kabul edilecek anlamlı bir tanımlamanın neden zor olduğunu anlamak için insan; sadece turizmin çok boyutlu yönünü ve diğer etkinliklerle etkileşimini dikkate almak zorundadır (Goeldner ve Ritchie, 2012, s. 4). Turizm endüstrisi; çok yönlü, diğer endüstriyel alanlarla etkileşim içerisinde, karma ekonomi modeline uygun yapılanmaya sahip (Ardahan, 2016, s. 192), küresel bir iş alanıdır (Goeldner ve Ritchie, 2012, s. 3) ve başlıca özellikleri şöyle sıralanabilir (Olalı ve Timur, 1986, ss. 16-17; Kozak ve diğerleri, 2010, ss. 35-36; Ardahan, 2016, ss. 192-195; Özdoğan ve Gencer, 2017, ss. 19-20):

- Turizm endüstrisinde faaliyet gösteren tüm işletmeler turizm hizmetlerinin niteliği gereği birbiriyle uyumlu olma, yakın işbirliği ve karşılıklı yardımlaşma içerisinde olmak zorundadırlar. Hizmet zincirinin bir halkasındaki bozukluk zincirin diğer halkalarını da olumsuz etkiler.
- Turizm endüstrisinin en önemli girdisinin ülkenin doğal, tarihi, folklorik ve kültürel değerlerinin olması, endüstrinin girdi yönünden dışa bağımlılığı

azaltmakla birlikte, serbest malları da değerlendiren bir yapıya sahip olduğundan bölgesel kaynaklara dayalı bir gelişme ortamı yaratmaktadır.

- Turizm endüstrisi, hizmetler endüstrisi içerisinde yer almakla beraber taşıdığı özellikler nedeniyle diğer endüstrilerle de yakın ilişki içerisindedir.
- Turizm endüstrisinde turistik ürün üretimi makineleşmeye ve otomasyona elverişli olmadığından emek faktörüne olan ihtiyaç diğer endüstrilere göre daha fazladır (emek-yoğundur).
- Turizm endüstrisine turistik ürün üretildiği anda tüketilmesi zorunluluğu nedeniyle stok oluşturulmasına imkan vermemektedir. Yani eş zamanlı üretim ve tüketim vardır. Hizmet ürünü çoğunlukla bir deneyimdir ve o deneyimi alıp götürebilmek, stok yapabilmek, saklayabilmek mümkün değildir. Ayrıca, bu özelliğinden dolayı arza hızlı talep bulmak zorundadır.
- Ülkenin sosyo-ekonomik gelişme düzeyine ve politik istikrarına, dünya ekonomik konjonktüründeki olumsuz şartlara büyük ölçüde bağımlı ve duyarlı olan turizm endüstrisi, ülkedeki yapısal ve konjontürel bozuklukların tümünden değişik ölçülerde ve olumsuz bir biçimde etkilendiğinden risk ortamı yüksektir.
- Turizm endüstrisinin verimi aynı zamanda sosyal rantabilitenin de ifadesidir.
- Turizm endüstrisi ekonomik verimlilik yanında sosyal verimlilik de yaratır.
- Turizm endüstrisi zorunlu ihtiyaçları gidermeye yönelik endüstriyel üretimden ayrılır. Çünkü turistik tüketim, zorunlu olmayan tüketim grubuna girmektedir ve bu yüzden kolaylıkla vazgeçilebilecek ürünlerden oluşur.
- Seyahat ve turistik tüketim eğilimlerindeki sürekli değişme, endüstrinin bu gelişmeye ayak uydurması zorunluluğunu ortaya çıkardığından üretim dinamik bir nitelik kazanmaktadır.
- Turizm endüstrisi, turizm arzında ve turizm talebinde ekonomik davranışların yanısıra gelenekler, dünya görüşü, psiko-sosyal faktörler, sosyal altyapı, snobizm ve kişisel tüketim alışkanlıklarının değişmesinde rol oynamaktadır.
- Turizm endsütrisinin ülke ekonomisindeki etkinliği oldukça yüksektir. İthalat gerekmezsizin ya da az bir ithalat ile çok kısa zmanda döviz arzını etkilemesi, birim yatırımdan tüksek oranda döviz sağlaması, birim yatırım

için yüksek oranda istihdam alanı yaratması, ülke ölçeğinde çalışmaların verimliliğini artırması, finsansman kaynağı yaratması, katma değer etkisi, diğer sektörlerdeki rasyonelleşmeye ve çağdaşlaşmaya katkıda bulunması ve bölgeler arası dengeli kalkınma fonksiyonu ekonomik önemini ortaya koymaktadır.

- Turizm endüstrisinin bir çok ülkede geçerli, iyi tanınmış bir metodolojisinin olmaması, istatistik verilerin yetersizliği, ekonominin küresel çerçevesinde diğer endüstrilerle olan sıkı bağımlılığı, milli ekonomideki yerinin tam olarak belirlenmesini güçleştirmektedir.
- Turizm endüstrisinin büyük ölçüde emek-yoğun olması turizm işletmelerinin üretim ve pazarlama etkinliklerinde otomasyona belirli düzeye kadar gidilebilmesine olanak vermektedir.
- Turizm pazarında yer alan tüketicilerin zevk, moda ve alışkanlık düzeylerinin kısa sürelerde değişmesi turizm işletmelerinin sahip oldukları varlıkları ekonomik ömürleri dolmadan yenileri ile değiştirmek zorunda bırakmaktadır.
- Turizm endüstrisi süreklilik özelliği gösterir.
- Turizm endüstrisinde özellikle konaklama işletmelerinin kuruluşu sırasında büyük sermayeye ihtiyaç duyulur.
- Turizm talebinin önceden kesin bir biçimde öngörülememesi çevresel, sosyal, ekonomik ve politik koşullara bağlı olması; turizm endüstrisinin talep dalgalanmalarından anında etkilenmesine sebep olmaktadır.
- Turistik ürün ister paket ister münferit tur olarak pazarlansın birçok farklı nitelikteki ürünün biraraya getirilmesiyle oluşan bileşik ürün olma özelliği gösterir.
- Turizm endüstrisinde, tüketiciler satın almak istedikleri ürünü büyük ölçüde önceden göremezler. Ürünün bir örneğini seçmek ya da incelemek için tüketicilere göndermek veya ürünü sergilemek olanağı da yoktur.
- Hizmet kalitesi, müşteri odaklılık, ürün çeşitliliği, değişimlere hızlı ayak uydurabilme ve değişimi gerçekleştirebilme yeteneği arttığı sürece turizmde talep çoğalması diğer sektörlerde sağlanmış olacaktır.

- Turizmde en önemli reklam unsurlarından birisi bireylerin bulundukları mekanlarda tükettikleri turistik ürünlerden memnun kalması ile yapılan bireysel propogandadır.

Tablo 2.6: Turizm evrenine dair tanımlarının özeti.

Yazar / Kuruluş (yıl)	Tanım
Guyer-Feuler (1905)	Turizm; gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinmeleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yakınlaşmasına olanak veren 'modern' çağa özgü bir olaydır.
Schullar (1910)	Turizm; başka bir ülkeden, şehir veya bölgeden yabancıların gelmesi ve geçici süre kalmalarıyla ortaya çıkan hareketin ekonomik yönünü ilgilendiren faaliyetlerin tümüdür.
Hunziker ve Kraptf (1942) (Bern Üniversitesi profesörleri-ilk akademik tanım)	Turizm, sürekli kalış biçimine dönmemek ve gelir sağlayan mesleki bir faaliyette bulunmamak koşuluyla yabancıların seyahatlerinden ve konaklamalarından doğan olay ve ilişkilerin tümüdür (s. 53).
Burkart ve Medlik (1974)	Turizm, insanların normalde yaşadıkları ve çalıştıkları yerlerin dışındaki yerlere geçici olarak kısa süreli hareketleri ve bu destinasyonlarda kaldıkları süre boyunca yaptıkları herhangi bir etkinlikle ilgili her türlü faaliyeti kapsamaktadır (s. 39-40).
AIEST (1980)	'İnsanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralarda genellikle turistik işletmelerin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür.
UNWTO (1994)	Referans ülke temel alındığında, ülke sakinlerinin olağan ikametgâhlarından yurt içi ya da yurt dışına yönelik turistik turları ile tekrar oraya dönüşlerine kadar geçen seyahatleridir.
Gülbaş ve Karaaslan (1998)	Turizm turistleri etkileyen, onlara hizmet verilen ve onları tatmin eden tüm etkinliklerdir (s.321).
Jafari (2000)	Turizm; olağan yaşam alanından uzak kalan insanın (yani turistin), değişik ihtiyaçlarına cevap veren turistik araç gereç ve ağ örgüsünün, sıradan (turistin geldiği yer) ve sıradan olmayan (turistin gideceği yer) dünyalar ile ve bunların diyalektik[44] (eytişim) ilişkilerinin çalışmaları olarak tanımlanmaktadır (s.585).

[44] İngilizcesi *dialectic* olan eytişim ifadesi, özellikle felsefe disiplininde, çeşitli yazarlar tarafından çeşitli şekillerde tanımlanmıştır. Bedia Akarsu (1975, s. 72) tarafından eytişim "(Kavramsal yöntem) Bir kavramdan öteki kavrama çelişmeleri ortadan kaldırarak ilerleyen mantıksal düşünme yolu" olarak tanımlamaktadır. Yazara göre çelişme ve karşıtlıklar yalnızca olumsuz değillerdir. Bünyelerinde olumlu, ileriye götürücü, yaratıcı güç de vardır ki bu sayede karşıtlardan bir birleşim de doğar. Macit Gökberk (1972, s. 15) tarafından eytişim ""karşıtların içinden geçe geçe bir ilerleme, karşıtları, çelişkileri aşa aşa bir gidiş, böyle bir hareket" olarak tanımlanmaktadır. Özer Ozankaya (1975, s. 35) da eytişimi şu şekilde tanımlamaktadır: "Doğanın, toplumun ve düşüncenin durmayan bir devinim ve değişim içinde bulunmaları, bunlardaki evrimin her şeyde var olan iç çelişmelerin çatışması sonucu ortaya çıkması olgusu". Orhan Hançerlioğlu (1985, s. 126) ise aynı ifadeyi "Her özel ilim, gerçeğin farklı alanlarına ait hareket şekillerini ve kanunlarını inceler. Diyalektik ise her türlü hareket, değişme ve gelişmenin en genel kanunları ile meşgul olan ayrı bir ilimdir" olarak açıklamaktadır.

Tablo 2.6 (devamı): Turizm evrenine dair tanımlarının özeti.

Fennel (2008)	Turizm, turistleri ve onların devinimine yardım etsin diye tedarik edilen ve kullanılan (tesisler, çekim unsurları, ulaşım ve konaklama) ilgili hizmetlerin birbiriyle bağlantılı olduğu sistemlerdir (s. 2).
United Nations (2010)	Turizm; insanların ikamet ettikleri olağan yerlerin dışındaki yerlere bir yıldan az olmamak kaydıyla en az bir geceleme içeren hareketleriyle alakalı olağan motivasyonun zevk almak olduğu sosyal, kültürel ve ekonomik bir olgudur (s.1, 10).
Kozak ve diğ. (2010)	Turizm; turistlerin ikamet ettikleri yerlerden ayrılarak tekrar aynı yere dönünceye kadar geçen süre içerisindeki seyahatleri sırasında gereksinim duydukları ulaştırma, konaklama, yeme-içme, eğlence ve diğer ihtiyaçlarını karşıladıkları faaliyet alanlarının tümüdür (s.38).
Goeldner ve Ritchie (2012)	Turizm; turistler, turizm tedarikçileri, ev sahibi yönetimler, ev sahibi topluluklar ve ziyaretçileri cezbeden ve ev sahipliği yaparak kuşatan çevre arasındaki ilişki ve etkileşimlerden doğan süreç, etkinlik ve çıktılardır (s.4).
Usta (2014)	Turizm; sürekli yaşanan yer dışında, ticari kazanç dışı nedenlerle yapılan ve yirmi dört saati aşan veya en az bir gecelemeden oluşan geçici seyahat ve konaklamaların ortaya çıkardığı ekonomik ve sosyal nitelikli tüketim olayı ve ilişkiler bütünüdür (s. 7).
M. Meyer	Turizm; her insanın değişik derecelerde bulunan kaçma ve uzaklaşma isteklerinden ortaya çıkan psikolojik kaynaklı yer değiştirme faaliyetidir.
Encyclopeadia Britannica	Rekreasyon, rahatlama ve zevk arayışıyla hizmetlerin ticari sağlanmasından faydalanarak evden uzak vakit geçirme eylem ve sürecidir.
Merriam-Webster	Turizm; keyif için bir yere seyahat etme etkinliği ve seyahat edenler (yani turistler) için otel, restoran, eğlence vb tedarik eden işletmelerdir.

2.2.1.2. Turist evreni

Özellikle seyahat eden insanlar arasındaki turistik yönelimi ya da eylemi olanları, diğer seyahat edenlerden ayırması açısından pek çok kişi tarafından irdelenen turizmin öznesi olan turist kavramı; en temelde turistik faaliyetin esas müsebbibidir.

Turist unsuru tarihsel süreç içerisinde pek çok kez tanımlana gelmiştir. İlk tanımlardan biri 17. yüzyılda Ogilvy tarafından yapılmıştır. Ona göre turist "sürekli oturduğu yerden en çok bir yıl süreli ile ayrılan ve geçici olarak gittiği yerlerde, buralarda kazanmadığı parayı harcayan kimsedir". 1936 yılında Norval tarafından yapılan tanıma göre turist, "sürekli ikamet etmek ve gelir elde etmekten farklı bir amaç ile yabancı bir ülkeye giden ve geçici süre kalacağı bu ülkede başka yerde kazandığı parayı harcayan kimsedir". 1937 yılında Milletler Cemiyeti tarafından geliştirilen tanımlamaya göre turist, "sürekli

ikamet yerinin dışındaki bir yere 24 saat ya da daha fazla bir süreliğine seyahat eden kişidir." (Reiser, 2003, s. 309; Kozak ve Kayar, 2007, s. 66).

Goeldner ve Ritchie (2012, ss. 6, 9) turist kavramının tanımı için mülhem bir paradigmayla öncelikle seyahat eden kişiler (olağan ikametgâhından farklı bir ülke ya da ülkesi içindeki başka bir lokaliteye gezi düzenleyen herhangi bir kişi) ile turizmin temelini oluşturan turisti (yazarların tabiriyle "ziyaretçileri") ayırarak işe başladıkları görülmektedir. Bu aşamadan sonra yazarlar, günübirlikçiler ile bir yerde en az bir gece konaklama yapan ziyaretçileri ayırmaktadır (s. 6). Turizmle ilgili olan bu ziyaretlerin ise zevk, iş, ailevi sebepler, sağlık veya transit geçiş gibi birçok nedenle gerçekleştiğini de ayrıca vurgulamaktadırlar. Bu unsurları birleştirip yazarlara göre turist kavramını açımlayacak olursak: 'turizmin en merkezinde yer alan turist; olağan ikametgâhından farklı bir ülke ya da ülkesi içindeki başka bir lokaliteye turistik gezi düzenleyen, zevk, iş, ailevi sebepler, sağlık veya transit geçiş gibi birçok nedenle en az bir gece konaklama yapan ziyaretçiler' olarak tanımlanabilir.

Ülkemizdeki yasal tanımına bakıldığı zaman, 5 Ekim 2007 tarihli 26664 sayılı Resmî Gazetede yayımlanan Seyahat Acentaları Yönetmeliği'nde "Turist: Seyahat acentası ürününden bizzat yararlanan kişi" olarak tanımlanmaktadır (Seyahat Acentaları Yönetmeliği, 2007, Madde: 4/k).

Sözlük tanımına bakıldığında Merriam-Webster turisti "zevk ya da kültür için tur yapan kimse" olarak tanımlamaktadır (Merriam-Webster, 2020d).

Basit bir tanım olarak Gülbaş ve Karaaslan (1998) turisti "iş bulma ya da şahsi işler dışında nedenlerle seyahat eden kişi" olarak tanımlamaktadır (s. 321).

İnsan ya da turist, turizm olayının öznesini oluşturmaktadır (Usta, 2001, s.11). Turist; turizme katılan, ona yön veren, sürekli yaşadığı yeri geçiçi olarak terk edip seyahat ve konaklama faaliyetlerinde bulunan, psikolojik tatmin arayan, sınırlı bütçesi ve zamanı olan insandır (Öter ve Sarıbaş, 2017, s.14).

Smith (1989)'e göre turist "boş zamana sahip olan ve bir yerden bir başka yere zamanını değerlendirmek, eğlenmek, bilgilenmek ve değişik tecrübeler elde etmek için hareket eden kişi" olarak tanımlamıştır (aktaran Ardahan, 2016, s. 190). Benzer bir tanımın biraz geliştirilmiş hali Halis (2009) tarafından yapılmıştır. Yazara göre turist,

> Belirli bir gelire ve boş zamana sahip; konaklama, yeme-içme gibi somut; dinlenme-eğlenme, merak, kültür ve eğitim, spor gibi soyut amaçlarla sürekli yaşadığı bölgeden başka bir bölgeye seyahat eden ve gittiği yerde en az bir gece konaklayan; ekonomik anlamda tüketici olan kişi ya da kişiler topluluğudur (s. 39).

Seyahat işletmeciliği bakış açısıyla turisti tanımlayan Chaney (2002, s. 145), "turistlerin, tatil düzenleyicilerin programlarına ve rollerine genel olarak uyum sağladıklarını, bu uyum hallerinden de memnun olduklarını" gözlemleyerek turistin tatil düzenine uyan kişiler olduğunu vurgulamaktadır.

Turistik hareketin süre sınırlarını da çizen Fennel'e (2008) göre turist, uluslararası düzeyde bir yılı ulusal düzeyde de altı ayı aşmayan en az bir gece süresince ziyaret edilen yerlerde kazanç sağlayan etkinliklere katılmaktan ziyade orada bulunma temel amacıyla zevk için seyahat eden kişidir (s. 2). Bu sınırın altı (en az 24 saat) ilk kez 1937'de Milletler Cemiyeti tarafından çizilmişti. Fennel (2008), bu durumu "en az bir gece konaklama yapmak" şeklinde işlemiş; üst sınırı da "en fazla altı ay" süreyle çerçevelemiştir. UNWTO ise bu üst sınırı "bir yıldan az" şekliyle ifade etmiştir. Süre konusunda yaygın kabulün 'en az bir gece, en fazla bir yıl' boyunca turistik harekete katılmak olduğu çıkarımı yapılabilir.

Yeknesak bir tanımdan ziyade turist tanımlarının yapılması için gereken süreçte dört unsura dikkat çeken Leiper'e (2000, s. 590) göre ilk olarak yolculukla ilgili (/*itinerary*) bir durum olmalıdır. İkincisi, gezilerin asgari ve azami süreleri belirlenebilir (günübirlikçilerden ayrılmaları için). Üçüncül olarak (çok gerekli olmasa da) seyahat edilen asgari uzaklık belirlenebilir. Dördüncü olarak en ayırt edici turistik davranış da, turizm boş zaman etkinlikleri etrafında şekillenmektedir.

Uluslararası bir otorite olarak United Nations (2010, s. 10), ziyaretçi olarak ele aldığı turisti şöyle tanımlamaktadır: "ziyaret ettiği ülkede ikamet etmeyecek ve ülke vatandaşı gibi işe girmeyerek (iş, boş zaman veya kişisel) herhangi bir ana nedenle bir yıldan az olarak olağan çevresi dışında bir ana destinasyona geziler yapan seyyahtır".

Tablo 2.7: Turist evrenide dair tanımlarının özeti.

Yazar / Kuruluş (yıl)	Tanım
Ogilvy (17. yy)	Turist; sürekli oturduğu yerden en çok bir yıl süreli ile ayrılan ve geçici olarak gittiği yerlerde, buralarda kazanmadığı parayı harcayan kimsedir.
Norval (1936)	Turist; sürekli ikamet etmek ve gelir elde etmekten farklı bir amaç ile yabancı bir ülkeye giden ve geçici süre kalacağı bu ülkede başka yerde kazandığı parayı harcayan kimsedir.

Tablo 2.7 (devamı): Turist evrenide dair tanımlarının özeti.

Milletler Cemiyeti (1937)	Turist; sürekli ikamet yerinin dışındaki bir yere 24 saat ya da daha fazla bir süreliğine seyahat eden kişidir.
Smith (1989)	Turist; boş zamana sahip olan ve bir yerden bir başka yere zamanını değerlendirmek, eğlenmek, bilgilenmek ve değişik tecrübeler elde etmek için hareket eden kişidir.
UNWTO (1994)	Turist; bir yıldan az, ziyaret edilen yer ya da ülkede mukim mahiyetinde işe alınmamak kaydıyla (iş, dinlenme-*leisure*, ya da diğer kişisel sebepler) herhangi bir ana sebepten ötürü olağan çevresinin dışında ana bir destinasyona gezi düzenleyen bir seyyahtır.
Gülbaş ve Karaaslan (1998)	Turist; iş bulma ya da şahsi işler dışında nedenlerle seyahat eden kişidir (s. 321).
Leiper (2000)	Turist tanımlarının yapılması için gereken süreçte dört unsura dikkat çekmektedir: ilk olarak yolculukla ilgili (/itinerary) bir durum olmalıdır. İkincisi, gezilerin asgari ve azami süreleri belirlenebilir (günübirlikçilerden ayrılmaları için). Üçüncül olarak (çok gerekli olmasa da) seyahat edilen asgari uzaklık belirlenebilir. Dördüncü olarak en ayırt edici turistik davranış da, turizm boş zaman etkinlikleri etrafında şekillenmektedir (s. 590)
Usta (2001)	Turizm olayının öznesidir (s. 11).
Seyahat Acentaları Yönetmeliği (2007)	Turist, seyahat acentası ürününden bizzat yararlanan kişidir.
Fennel (2008)	Turist; uluslararası düzeyde bir yılı ulusal düzeyde de altı ayı aşmayan en az bir gece süresince ziyaret edilen yerlerde kazanç sağlayan etkinliklere katılmaktan ziyade orada bulunma temel amacıyla zevk için seyahat eden kişidir (s. 2).
Halis (2009)	Turist; belirli bir gelire ve boş zaman sahip, konaklama, yeme-içme gibi somut; dinlenme-eğlenme, merak, kültür ve eğitim, spor gibi soyut amaçlarla sürekli yaşadığı bölgeden başka bir bölgeye seyahat eden ve gittiği yerde en az bir gece konaklayan; ekonomik anlamda tüketici olan kişi ya da kişiler topluluğudur (s. 39).
United Nations (2010)	Turist; ziyaret ettiği ülkede ikamet etmeyecek ve ülke vatandaşı gibi işe girmeyerek (iş, boş zaman veya kişisel) herhangi bir ana nedenle bir yıldan az olarak olağan çevresi dışında bir ana destinasyona geziler yapan seyyahtır (s.10).
Goeldner ve Ritchie (2012)	Turizmin en merkezinde yer alan turist; olağan ikametgâhından farklı bir ülke ya da ülkesi içindeki başka bir lokaliteye turistik gezi düzenleyen, zevk, iş, ailevi sebepler, sağlık veya transit geçiş gibi birçok nedenle en az bir gece konaklama yapan ziyaretçilerdir (s. 6, 9).
Öter ve Sarıbaş (2017)	Turist; turizme katılan, ona yön veren, sürekli yaşadığı yeri geçiçi olarak terk edip seyahat ve konaklama faaliyetlerinde bulunan, psikolojik tatmin arayan, sınırlı bütçesi ve zamanı olan insandır (s. 14).
Merriam-Webster	Turist; zevk ya da kültür için tur yapan kimsedir.

Turist kavramının teorik açıklamalarından sonra, bu kavramın "hakiki olmayan deneyimlerinden memnun görünen kimseler için alay edilesi bir yafta" olarak nitelendiren MacCannell (1999, s. 94), onu yüzeysellik ve pislenmenin bir benzetimi

olarak gören Week (2012); turisti gezginden ayırarak onlara atfedilen özellikleri tablo 2.8'deki gibi şöyle ifade etmektedir (s. 193):

Tablo 2.8: Gezginler tarafından turist ve gezginlere atfedilen özellikler (Week, 2012, s. 193).

Turistler	Gezginler
Turizmi modern yaşamın bir parçası olarak kabul eder.	Modernliği reddeder.
Konfor, oyalanma, rahatlama ve eğlence arar.	Otantiklik arar.
Bunları [yukarıdakileri] sunan destinasyonları tercih eder.	Çok ziyaret edilen yerlerden kaçınmaya çalışır.
Turist kapanımında yaşar.	Kendilerini yerel yaşama daldırır.
Yerel kültüre kayıtsızdır.	Yerel kültüre saygı göstermeye çalışır.
Destinasyonlarını "yakalamak" için kamera kullanır.	Dikkatleri çekecek şekilde kamera kullanımından kaçınır.
Avuç avuç harcama yapar.	Tutumlu bir şekilde harcama yapar.
Kısa "tatiller" yapar.	Uzun seyahatler yapar.

Diğer ülkeleri ziyaret eden çoğu kişinin kendilerini turistlerden ayırdığını söyleyen Bowen ve Clarke'a (2009, s. 2) ek olarak Week (2012), "gezgin" kavramının insanların turizmle ilişkilendirdiği sorunlarla mücadele etme çabasında olan bireyler tarafından sahip olunan farklı davranışlara işaret ettiğini söylemektedir (s. 186). "Gezgin terimi, artık bireyin dâhil olduğu bir turizm süreci değil, önemli ölçüde farklılaşmış, seçkin bir azınlığa ait (ezoterik /*esoteric*) ve bireyselleştirilmiş etkinliktir" (Mowforth ve Munt, 2009, s. 136). Burada esas vurgulanan nokta ise [gezginler tarafından yapılan] seyahat, görünürde o kadar bireyselleşmiştir ki gezginler kendilerini kitle turizmi tarafından oluşan hiçbir probleme neden olur görmemekte ve küresel ölçüde zararsız olduklarını düşünmektedirler (Week, 2012, s. 187).

2.2.2. Şube

Şube, biyolojik taksonomide sınıflandırmanın ikinci en üst basamağını oluşturarak, alt katmanlardaki üyeleri açısından ikinci dereceden en büyük ortak benzerliklerin görüldüğü zemindir. Bu araştırma kapsamında ele alınan turizm ve turist türlerinin temel ayrımın başlangıcı olması sebebiyle de çalışmanın izleyen bölümlerindeki teorik aktarım ayrımlarının çatısını oluşturmaktadır.

Bu kapsamda, çalışma dâhilinde iki tür şubeden bahsetmek mümkündür. Bunların ilki; turizm evreninin ayrım başlangıcı olan ve katılımcıların turistik harekete katılma

yoğunluğu ile ilgili olan turizm evrenine dair (1) geleneksel turizm ve (2) alternatif turizm şubeleridir.

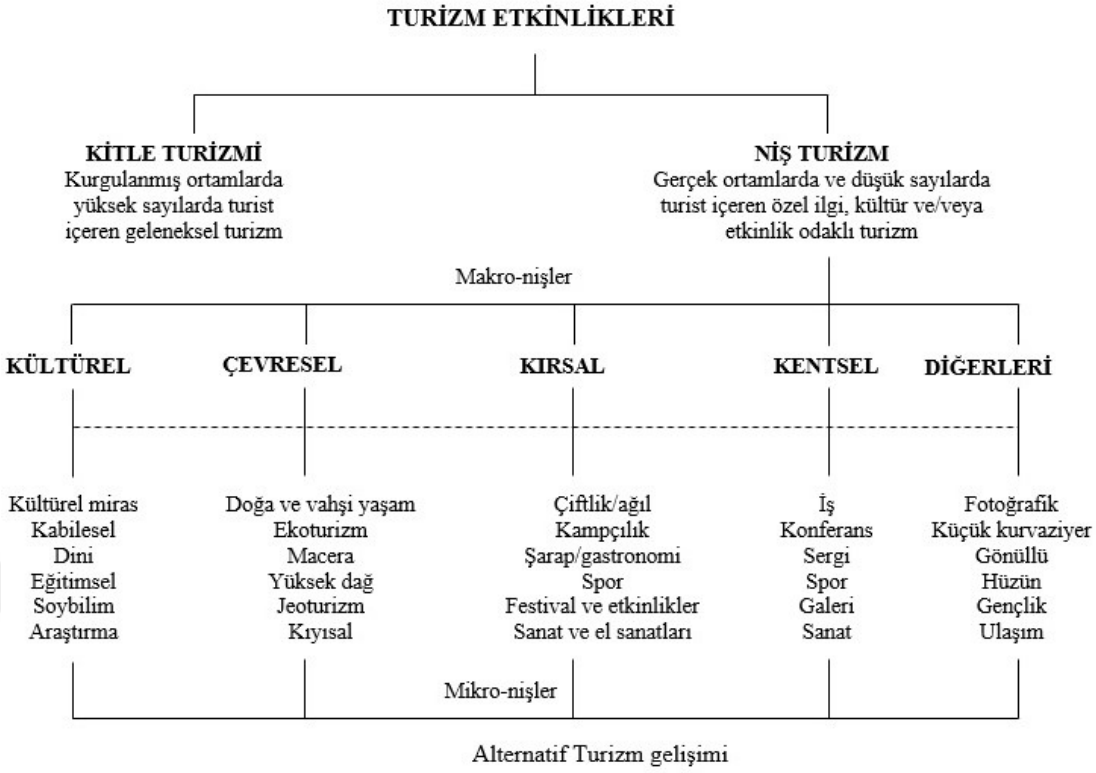
Çalışma kapsamında verilen ikinci tür şube ise, turist evreni ile ilgilidir. Turist evreninin ayrım başlangıcı olan bu şubeler; turistlerin turistik eyleme katılırken hareket ettiği birliktelik yoğunluğu üzerine kurgulanmış olup, en yoğundan en az yoğuna doğru (1) kitle turizmi, (2) grup turizmi ve (3) bireysel turizmdir.

2.2.2.1. Turizm evreni ile ilgili şubeler

Kozak ve Kayar (2007)'a göre sektörel sınıflama yapıldığında turizm endüstrisi iki ana kısma ayrılmaktadır. Bunlar ilki, deniz-kum-güneş üçlüsünden oluşan ve kıyı bölgelerinde gerçekleştirilen "geleneksel turizm"; diğeri ise bunun dışında olan ve 10 temel dalı (sahil ve liman, doğa, kültür ve tarih, inanç, sağlık, eğlence, spor, iş ve alışveriş, kongre ve toplantı, yemek turizmi) olan "alternatif turizmdir" (s. 65).

Robinson ve Novelli (2011)'ye göre bu ayrım kitle turizmi (/*mass tourism*) ile niş turizm (/*niche tourism*) arasındadır ve yazarlar; hem üretim hem tüketim perspektifinden çeşitli motivasyon, davranış ve deneyimlere yer verdikleri eserlerinde niş turizm bileşenlerini şekil 2.2'deki gibi tablolaştırmaktadır.

Bu araştırma kapsamında turizm evreninin ayrımı olarak belirlenen iki uç şube, geleneksel turizm ile alternatif turizmdir. Geleneksel turizmle eş anlamlı olacak şekilde kitle turizmi; alternatif turizmle eş anlamlı olacak şekilde niş turizm kavramlarına da yer yer değinilmektedir.



Şekil 2.2: Niş turizm bileşenleri (Robinson ve Novelli, 2011, s.9).

Geleneksel turizm / Kitle turizmi

İngilizce *mass / conventional / standard / large scale tourism* olarak çeşitli adlarla kullanılan kitle turizmi kavramları, tanımlaması sorunsal bir kelime olmasına karşın son 40-50 yıldır turizm gelişmesinde herkesin ortak bir anlayış gösterebildiği; turist resortlarının büyümesi, hotellerin gelişmesi, önemli ziyaretçi sayıları ve bunlar için dizayn edilmiş çekim noktalarının artışı, daha büyük havayolu araçları, hava trafiğindeki artış ve milyonlarca uluslararası turisti destekleyici altyapı gelişmeleri gibi bir algıya sahiptir. Burada "kitle" büyüklükle/cesametle (*/magnitude*) eşit tutulmuş ve uluslararası seyahatlerde son zamanlardaki durgunluğa rağmen tahminler uzun vadede turistik aktivitelerde artış olacağı yönündedir (Robinson ve Novelli, 2011, s. 2).

Poon (1993)[45] kitle turizmini, kitle halindeki müşteri topluluğuna sabit bir fiyata standartlaştırılmış boş zaman hizmetlerini paketleyen ve satan büyük ölçekli bir fenomen olarak tanımlamaktadır (aktaran Robinson ve Novelli, 2011, s. 2). Büyük ölçekli paketleme; dünya genelindeki destinasyon ve ev sahibi toplulukların politik

[45] Çalışmada ilgili kaynak; "Poon, A. (1993). *Tourism, Technology and Competitive Strategies.* Wallingford: CAB International." olarak verilmiştir.

ekonomilerine dair önemli ölçüde güç ve etkisi bulunan tur operatörleri, havayolları ve çokuluslu otel grupları vasıtasıyla yapılmaktadır (Robinson ve Novelli, 2011, s. 2).

Alternatif / Niş Turizm

Dernoi (1998) alternatif turizmi, konaklama şekliyle özdeşleştirip "müşteriler, konaklama ihtiyaçlarını ev sahibinin evinde (ya da evin bizzat içinde) sunulan diğer hizmet ve imkânlarla karşılar." şeklinde bir tanımlama yapmıştır (s. 253).

İnce ve Duman (2007, s. 80) ise konuyu daha geniş bir bakış açısıyla ele alarak geleneksel turizm dışındaki tüm türleri, alternatif turizm olarak adlandırmaktadır. Zıt anlamı ima etmesinden dolayı alternatif turizm, geleneksel (kitle) turizmin olumsuz ve zarar verici tarafına karşıt olarak görülmektedir. Alternatif turizm, geleneksel turizme köktenci farklılıkta yaklaşımları sayesinde insanlar üzerindeki algılanan olumsuz çevresel ve sosyo-kültürel etkileri asgariye indirme çabasıyla sıfatlandırılmaktadır (Wearing ve Neil, 2009, s. 2).

Terimsel kökünü niş pazarlama tabirinden alan niş turizm, son zamanlarda genellikle kitle turizmi olarak adlandırılan oluşumun karşılığı olarak, turistleri ayırt edici ve farklılaştırıcı daha karmaşık bir takım pratikleri kasteden, küreselleşen dünyanın artan tekdüzeliğine karşın çeşitliliği ve fark yaratmayı temsil eden, kitle ve paket turların evriminin ve onların çevresel dejenerasyonu ve sosyo-kültürel rahatsızlık verici tarafına aşağılayıcı çağrışımlar uyandıran, ekonomik gelişim arayan destinasyon yönetici ve planlayıcılarına daha sürdürülebilir, daha az zarar verici ve daha önemlisi daha çok harcama yapan turistler sağlayan; turistler içinse bilgi anlamındaki ihtiyaç ve isteklerine karşılık daha anlamlı bir takım deneyimler sunan bir kavramdır (Robinson ve Novelli, 2011, ss. 1-4).

Kitle turizmin standartlaştırılmış ürün ve hizmetlerinin aksine, seyahati romantikleştirilmiş kavramlarla özdeştirenler, uluslararası huzur (Hunziker, 1961[46]), sosyal sağaltım (Krippendorf, 1987[47]), kültürel tahkikat (Fussel, 1980[48]) ve estetik

[46] Çalışmada ilgili kaynak; "Hunziker, W. (1961). Human relations in tourism development. *Revue de Tourisme,* 1(3), 90." olarak verilmiştir.
[47] Çalışmada ilgili kaynak; "Krippendorf, J. (1987). *The Holiday Makers*. Oxford: Heinemann." olarak verilmiştir.
[48] Çalışmada ilgili kaynak; "Fussel, P. (1980). *Abroad: British Literary Travelling Between the Wars.* Oxford: Oxford University Press." olarak verilmiştir.

cazibe (Featherstone, 1992[49]) arayışıyla ve değişken derecelerde, kitlelerin mekanik deviniminden güçlü ve ısrarlı bir şekilde şikâyet etmektedir/yakınmaktadır (aktaran Robinson ve Novelli, 2011, ss. 2-3).

Turizm profesyonelleri, her seyahat ve her turizm ürününün her tüketiciye hitap etmediğini anladıklarından beridir belirli bir kitleye yönelik ürünler yaratmaya çalışmaktadır (Tarlow, 2011, s. 57). Bu ürünlere de niş denmektedir.

Niş turizmin muhtelif doğası ve ilişkili ürünler dikkate alındığında, şunlar gibi farklı genel tanımlama yaklaşımlarına başvurulması daha uygun olabilir (Robinson ve Novelli, 2011, s. 9):

- Coğrafik ve demografik yaklaşım – turizm tüketim süreçlerinin gerçekleştiği muhit ve dâhil olan nüfus anahtar rol oynamaktadır. Bunlar kentsel, kırsal, kıyısal ya da yüksek dağ (/*alpine*) çevrelerine ait, gelişmiş ya da gelişmekte olan bir bağlamda; fakat önemli olanın turistlerin katılmak istedikleri spesifik aktiviteyle ilişkili olmasına ait olabilir.
- Ürünle ilişkili yaklaşım – etkinliklerin, çekim unsurlarının, yerleşimlerin, yiyecek ve diğer imkânların varlığı vurgulanmaktadır. Bunlar spesifik turistlerin ihtiyaç ve isteklerine göre şekillenen niş turizm destinasyon karmasının esas parçalarını oluşturmaktadır.
- Tüketici ilişkili yaklaşım – turist gereksinim ve beklentileri niş turizm pazarlama yaklaşımın odağıdır. Dikkat arz ve talep tarafları arasındaki ilişkiye verilmiştir; bu (yaklaşım) ister doğanın basitçe bir gözlemi olsun isterse de ev sahibi topluluğun eşsiz yaşam stillerine doğrudan katılım olsun turistlerin tatmin edici tatil deneyimleri elde etmek için arayış içinde oldukları özellikli etkinliklere bakar.

Alternatif olarak adlandırılabilecek farklı turizm türlerinin tartışmasına girmekten ziyade, alternatif turizm türlerinde yaygın olan özge anahtar özellikleri Tablo 2.9'daki gibi ifade edebiliriz (Wearing ve Neil, 2009, ss. 3-5).

[49] Çalışmada ilgili kaynak; "Featherstone, M. (1992). *Cultural Theory and Cultural Change*. London: Sage Publications." olarak verilmiştir.

Tablo 2.9: Alternatif turizmin özellikleri.

• Turizmin kendisi için de hayati öneme sahip olan kaynak temelinin kalitesinin geliştirilmesi ve korunması çabası
• Köklerini bulunduğu mahalden alan ve yerel nitelikleri tamamlayan ilave ziyaretçi çekim noktaları ve altyapıya ilişkin gelişimin etkin tutundurulması ve desteklenmesi
• Yerel şartları geliştirdiği yer ve zamanda alt yapı desteği sağlama, böylece ekonomik büyüme; doğal çevrenin taşıma kapasitesini ya da sosyal çevrenin sınırlarını aşıp bu yolla toplum yaşamının olumsuz olarak etkilendiği zaman bu desteği çekme
• Çevre üzerindeki etkisini asgariye indirmeye çalışan ve kulağa daha çevresel (çevreye duyarlı) gelen; ayrıca önceden gelişmemiş alanlarda büyük çaplı turizm gelişmeleri tarafından yüklenilen olumsuz etkilerinden kaçınan turizm türleri
• Sadece çevresel sürdürülebilirlik değil aynı zamanda kültürel sürdürülebilirlik üzerine de vurgu yapan. Yani, eğitim ve tertiplenen 'rastlantılar' vasıtasıyla turistler tarafından tecrübe edilen kültürel gerçekliklere saygı duymayı destekleyerek ev sahibi topluluğun kültürüne de zarar vermeyen turizm

2.2.2.2. Turist evreni ile ilgili şubeler

Literatürde "katılan kişi sayısına göre turizm çeşitleri" olarak adlandırılan bu şube üyeleri, araştırmanın kurgusu kapsamında turizmin en temel unsuru olan turist öznesinin hareket etmesindeki birlikteliği kaynak almakla oluşturulmuştur. Bu turist ögesi bireylerinin hareketlerindeki sayı ve sahip olunan ortak hedef dikkate alınarak oluşturulan adlandırmalar, turizm disiplini içerisinde terimsel kavramlar olarak kabul edilmelidir. Yani, örneğin grup turizmi dendiğinde sadece turist sayısı değil aralarında ortak birtakım niteliklere sahip bir kitlenin kastedildiği de anlaşılmalıdır.

Kitle turizmi

Kitle turizmi; birbirleriyle ilişkili olmayan geniş ölçüde büyük grupların veya bireylerin kitleler halinde gerçekleştirdiği turizm aktivitesidir (Kozak ve diğerleri, 2010, ss. 11-12). Kitle turizminin en tipik özelliği, insanların daha çok paket turları tercih etmesidir. Kitle turizmi, katılan kişi sayısından sahip olduğu üstünlüğünün yanı sıra oluşturulan grupların sürekliliği (/*back to back*) açısından da grup turizminden farklılık göstermektedir. Bu nedenle turizmin geliştirilmesi aşamasında üzerinde en fazla durulan turizm türü olsa da belli bir aşamadan sonra doğal ve kültürel dengeler ile koruma-kullanma konusuna özen gösterilmesini ülkeler için gerekli kılmaktadır (Kozak ve diğerleri, 2010, s.12).

Grup turizmi

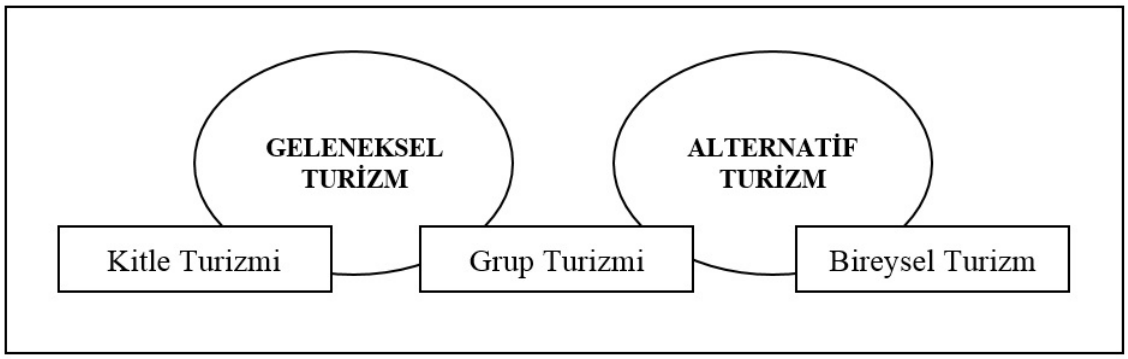
Grup turizmi; aralarında ortak birtakım niteliklere sahip olan dernek üyeleri, öğrenci grupları, meslek organları gibi çeşitli sosyal ya da toplumsal grupların katılımı ile gerçekleştirilen ve katılımcı sayısı bakımından kişi sayısı 11 ile 16 arasında değişen turizm aktivitesidir (Kozak ve diğerleri, 2010, ss. 11-12). Katılan kişi sayısının belli rakamlarla sınırlı olması ve grupların [kitle turizmine nispeten] devamlılık arz etmemesi yönüyle grup turizmi, kitle turizminden farklılık gösterir (Kozak ve diğerleri, 2010, s. 12).

Bireysel (ferdi / münferit) turizm

Bu sınıflandırmanın çıkış noktası turizme bireysel katılımın temel alınmasından kaynaklanmaktadır ve toplumsal açıdan ele alındığında bunların genellikle üst gelir grubunda yer alan gençler, çoğu kez öğrenciler ya da okulu yeni bitirmiş kimseler olduğu; çoğunlukla Batı Avrupa, Amerika, Kanada ve Avusturya kökenli oldukları görülmektedir (Kozak ve diğerleri, 2010, ss. 11). Dünyanın giderek küresel köye dönüşmesi ve seyahat sektöründeki gelişmeler sayesinde, içinde yaşamakta oldukları dünyanın her köşesinden kendilerini sorumlu hisseden ve oraların kültürlerini tanımak isteyen insanlar, bireysel turizme katılmaktadırlar (Kozak ve diğerleri, 2010, ss. 11-12).

2.2.2.3. Turizm ve turist ilişkisi

Turizm evreninin alt taksonu olan geleneksel ve alternatif turizm ile turist evreninin alt taksonu olan kitle, grup ve bireysel turizmin birbiri ile olan kesişim ilişkilerine dair görsel şekil 2.3'te görülmektedir.



Şekil 2.3: Turizm şubesi ile turist şubesi arasındaki ilişki (yazar tarafından oluşturulmuştur).

Turizm ve turist evrenlerinin şubeleri olan geleneksel ve alternatif turizm ile kitle, grup ve bireysel turizm alt taksonlarının ilişkilerine bakacak olursak; kitle turizmi tamamen geleneksel turizm uygulamalarına isabet ettiği görülmektedir. Turistlerin gruplar halinde seyahat etmeleri geleneksel sebeplerle olabileceği gibi alternatif turizm türlerine yönelik de olabilmektedir. Bunlardan ayrı olarak bireysel seyahat eden turistlerin ise özel ilgi alanlarıyla doğru orantılı olarak tamamen alternatif turizm uygulamalarına yöneldikleri söylenebilmektedir.

2.2.3. Sınıf

Graburn (1983, ss. 19-21), turistik örüntüyü oluşturan birbiriyle bağlantılı üç etkenin olduğunu ifade etmektedir: (1) keyfi kullanılabilecek gelir, (2) kültürel özgüven ve (3) sembolik tersinme ya da zıtlık.

Turizme katılan bireylerin turizm faaliyetlerini icra etme biçimlerinde etkili olan unsurlardan olan toplumsal statüleri ve ekonomik durumları, turizm katılımcısını sosyal turizm ve lüks turizm adı altında iki ana başlık altında toplamıştır (Kozak ve diğerleri, 2010, s. 15).

Araştırma kapsamında bu sınıflar, turizm ve turist şubelerinin her ikisi için de geçerli alt takson olarak kabul edilerek hem turizm türlerinin uygulanışı hem de turist türlerinin seyahat gösterişi anlamıyla ele alınmaktadır. Bu anlamda sosyal ve lüks turizm sınıfları, hem turizm hem de turist türleri için bir ayrım teşkil etmektedir.

2.2.3.1. Sosyal turizm ve sosyal turist

Sosyal turizm, ekonomik bakımdan zayıf olan kitlelerin birtakım özel önlemler ve teşvik uygulamaları yolu ile turizm etkinliklerine katılmalarını sağlayan bir sınıf olarak karşımıza çıkmaktadır (Kozak ve diğerleri, 2010, s. 15). Ancak burada ele alınan sınıfın içerisinde sadece ekonomik olarak güçsüz olan kesimlerin olmadığını işçiler, memurlar, emekliler, gençler, bedensel özürlüler, çiftçiler, esnaf ve zanaatkârlar gibi çeşitli toplumsal grupların da bu sınıfta yer aldığını belirtmek gerekir (Kozak ve diğerleri, 2010, ss. 15-16).

Ayrıca Sharpley tarafından demokratikleşme (/*democratisation*) olarak ifade edilen kavram da benzer anlam taşımaktadır. Yazara göre demokratikleşme, "gelişmiş toplumlardan katılmak isteyen insanların, 1985'lere kadar sosyal olarak seçkin bir kitlenin etkinliği olarak görülen turizm hareketlerine katılabilmesi fırsatına" verilen isimdir (Sharpley, 2000, s. 139). Bu kavram çoğunlukla ulaşım sistemlerindeki teknolojik gelişmelere atfen kullanılıyor olsa da esasında bünyesinde destinasyonların çeşitlenmesi, tatil biçimleri ve seyahat stillerinin kitle pazarı için uygun hale gelmesini de nitelemektedir.

Bu şekilde seyahat eden turistlere ise sosyal turist denmektedir.

2.2.3.2. Lüks turizm ve lüks turist

Yüksek gelir grubunda yer alan bireylere özgü turizm biçimidir ve toplum içinde ekonomik gücü ve geliri yüksek olan, saygınlık taşıyan kesimlerin turistik etkinliklerini kapsamaktadır (Kozak ve diğerleri, 2010, s. 16).

Bu şekilde seyahat eden turistlere ise lüks turist denmektedir.

2.2.4. Form

Biyolojik taksonomide adı "takım" olan turizm ve turist formlarını belirlemede Birleşmiş Milletler'in turizm istatistiklerini belirlemek için uluslararası tavsiye niteliği taşıyan 2010 yılında yayımladığı *International Recommendations for Tourism Statistics 2008* eseri temel alınmıştır. Bu yayındaki ayrımların anlaşılabilmesi için, içerdikleri bazı anahtar kavramların açıklanması faydalı olacaktır. Bu anahtar kavramlara genel

olarak bakacak olursak bunların üç gruba ayrıldığı görülecektir: (1) doğrudan seyahatle ilgili olan kavramlar, (2) doğrudan seyahat edenlerle ilgili olan kavramlar ve (3) doğrudan lokasyonla ilgili olan kavramlar.

Doğrudan seyahatle ilgili olan kavramlardan ilki seyahat (/*travel*) olgusudur. Bir devinimi ifade eden seyahat, seyahat edenlerin (/*travellers*) aktivitelerine işaret eder. (United Nations, 2010, s.9, Chapter 2, A. *Travel and tourism*, para. 2.4).

Gezi (/*trip* ya da *round trip*) bir kişinin olağan ikametgâhından (/*place of usual residence*) ayrılış anından [tekrar oraya] dönüşüne kadar olan seyahate işaret eder. Bir gezi, farklı yerlerin ziyaretinden oluşur (United Nations, 2010, s.9, Chapter 2, A. *Travel and tourism*, para. 2.7).

Ziyaret (/*tourism visit*) kavramı, bir turizm gezisi esnasında ziyaret edilen yerdeki kalışa (/*stay*) işaret etmektedir. Bu kalışın, turizm ziyareti niteliğini karşılaması için geceleme olması zaruri değilse de orada bir duraklama (/*stop*) olması gerekir. Coğrafi bir alana duraklama olmadan girme, o alanın ziyaret edildiği anlamına gelmez. Bu yüzden bir ziyaretin, turizm ziyareti sayılması için ülkelere minimum duraklama süresini tanımlamaları tavsiye edilmektedir (United Nations, 2010, s. 13, Chapter 2, B.5. *Tourism trips and visits*, para. 2.33).

Doğrudan seyahat edenlerle ilgili olan kavramlardan ilki seyahat edendir (/*travellers*). Seyahat eden, herhangi bir nedenle ve herhangi bir süre boyunca farklı coğrafik güzergâhlar (lokasyon) arasında seyahat eden kişidir (United Nations, 2010, s.9, Chapter 2, A. *Travel and tourism*, para. 2.4).

Ziyaretçi (/*visitor*) ise bir yıldan az süreliğine, ziyaret edilen yer ya da ülke tarafından ikamet eden mahiyeti ile işe girmek dışında (iş, boş zaman (/*leisure*) ya da diğer kişisel amaçlar gibi) herhangi bir ana amaçla olağan çevresinin dışında ana bir destinasyona gezi düzenleyen seyahatçidir. Ziyaretçiler tarafından yapılan bu geziler, turizm gezisi niteliğini karşılarken ziyaretçilerin etkinliklerine karşılık gelir (United Nations, 2010, s.10, Chapter 2, A. *Travel and tourism*, para. 2.9). Ziyaretçinin gezisi eğer [en az] bir geceleme kalışı içerirse turist (ya da geceleme yapan ziyaretçi), aksi halde günü birlikçi (/*excursionist*) olarak adlandırılır (United Nations, 2010, s.10, Chapter 2, A. Travel and tourism para. 2.13).

Seyahat edenin ikamet ettiği ülke ile uyruk (/*nationality*) ve vatandaşlık (/*citizenship*) kavramlarının ise birbirinden farklı olduğuna işaretle aralarındaki farka şöyle değinilmektedir (United Nations, 2010, s.11, Chapter 2, B.3. *Nationality and citizenship*, para. 2.19-2.20): Seyahat eden kişi, başka bir ülkede ikamet ediyor olsa bile, bir devlet tarafından kendisine verilen pasaport (ya da kimlik dokümanı) sayesinde bir ülkenin yurttaşı ya da vatandaşı kabul edilir. Seyahat eden kişi birden çok pasaporta sahipse, birden çok vatandaşlığı var demektir. Birçok ülke tarafından da turizm hareketinde bu sahip olunan pasaport dikkate alınmaktadır. Oysaki seyahat edenlerin (ya da ziyaretçilerin) sınıflandırılmasında ikamet edilen ülkenin temel alınması tavsiye edilmektedir.

İkamet eden (ya da mukim) (/*resident*) ile ikamet etmeyen (ya da gayri mukim) (/*non-resident*) kavramları ise ikamet kavramı ile bağlantılı olup seyahat hareketlerine katılan kişilerin, katıldıkları menşei yerlere göre sınıflandırılması için kullanılmakta olup farklı turizm formlarına katılanları temsil ettiği söylenebilir.

Tüm bu [ve sonraki sayılacak olan sebeplerden ötürü] turizm, seyahatin alt kümesi; ziyaretçi ise, seyahat eden kişinin alt kümesidir. Bu yukarıdaki ayrımlar ise kritik öneme sahiptir (United Nations, 2010, s.10, Chapter 2, A. *Travel and tourism*, para. 2.12).

Doğrudan lokasyonla ilgili olan mefhumlardan ilki ise gezi kavramını açıklanırken kullanılan olağan ikamet yeri (/*place of usual residence [within a country]*) kavramıdır. Olağan ikamet yeri, belli sayıda insanın genellikle ikamet ettiği coğrafi yerdir. İkamet (/*residence*) ise ziyaretçileri, menşei yerlere göre sınıflandırmak ve destinasyonlarının nitelendirilmesine imkân verir. Böylelikle farklı turizm formlarının ayırt edilmesini mümkün kılar. Çoğu insan, olağan ikamet yerini ifade etmekte zorluk çekmese de emekliler gibi birden çok yerde ikamet eden ve birden çok yerel ekonomiye bağlı olan insanlar gibi birden çok olağan ikametgâhı olan kişiler sebebiyle bazı karmaşalar ortaya çıkabilmektedir (United Nations, 2010, Box 2.3, s. 11-12; Chapter 2, B.2. *Residence: country of residence, place of usual residence (within a country)*, para. 2.16; IMF, 2009, Chapter 4: *Economic Territory, Units, Institutional Sectors, and Residence*, paras. 4.113-4.119; United Nations, 2017, B.1. *Concepts relating to the place of enumeration*, paras. 2.48 ve 2.49).

Lokasyonla ilgi bir başka anahtar kavram olan bireyin olağan çevresi (/*usual environment*) [birbirine] bitişik olması gerekmese bile, bir bireyin sıradan hayat rutinlerini içinde idame ettirdiği coğrafik alan olarak tanımlanır (United Nations, 2010, s.11, Chapter 2, B.4. *The usual environment*, para. 2.16). Bu kavram, karakteristik olarak ikamet dilen ülke (/*country of residence*) kavramını tamamlayarak bireye özel olarak atfedilmiştir (para. 2.22). Bu kavramın kullanılmasındaki amaç olağan ikametgâh ile çalıştığı yer arasında düzenli olarak gidip gelen; ya da mevcut hayat rutinlerinde arkadaş ve akraba ziyaretleri, alışveriş merkezleri, dini yerler, sağlıkla ilgili durumlar vb. azımsanmayacak uzaklıktaki merkezler ile farklı yönetim bölgelerinde olsa da düzenli olarak ve sıklıkla ziyaret edilen alanlara gidip gelen seyahat edenlerden ziyaretçileri ayırmaktır (para. 2.23). Burada belki ülkelerin düzenli ve sıklıkla ifadeleriyle neyi kastettiklerinin tanımlaması gerekebilir (para. 2.24). Bireyin olağan çevresine ait olduğu meskenle ilgili olağan ikametgâhı, çalıştığı yeri ya da düzenli ve sık sık ziyaret ettiği yerleri kapsamaktadır ki bu yerler çok uzakta ya da başka bir muhitte (/*locality*) bile olabilir (para. 2.25). Bunun tek istisnası tatil evidir (/*vacation home* ya da *holiday home*). Tatil evi, mesken üyeleri tarafından rekreasyon, tatil ya da herhangi bir boş zaman biçimindeki amaçlarla ziyaret ettikleri ve içinde yaşadıkları yapıdır (para. 2.25, 2.27). Buraya yapılan geziler çok sık ve kalış süreleri çok uzun olmamalıdır ki bu yapıda yaşama ziyaretçinin ana yaşamasına dönüşmesin (para. 2.27).

Turizm gezisinin ana destinasyonu (/*main destination*), geziyi yapma kararının merkezindeki ziyaret edilen yer olarak tanımlanmaktadır. Ne var ki, eğer ziyaretçi tarafından öyle bir yer tanımlanamıyorsa ana destinasyon, gezi süresince ziyaretçinin vaktinin çoğunu geçirdiği yer olarak tanımlanır. Eğer böyle bir yer de tanımlanamıyorsa; ana destinasyon, olağan ikametgâha en uzak yer olarak tanımlanmaktadır (United Nations, 2010, s. 13, Chapter 2, B.5. *Tourism trips and visits*, para. 2.31).

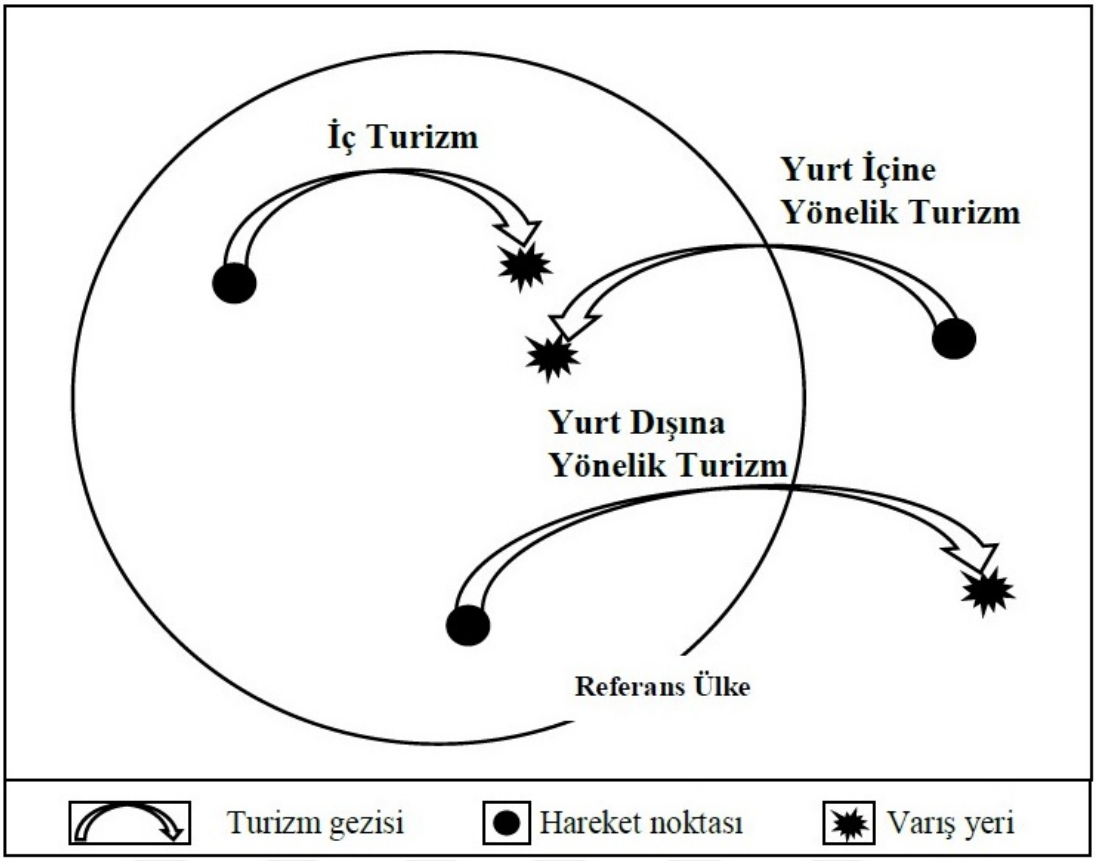
Bu üç durumla ilgili anahtar kavramlardan sonra, bunların birleşimiyle çalışmanın bu bölümünde ele alınacak olan turizm ve turist formlarıyla ilgili olan diğer anahtar kavramları ele almak yerinde olacaktır.

İlk olarak yukarıda verilen kavramlar ışığında mukim tarafından ülke içinde yapılan seyahatlere iç seyahatler (/*domestic travel*) denir. Gayri mukimler tarafından bir ülkeye

yapılan seyahatlere yurt içine yönelik seyahat (/*inbound travel*) denirken mukimler tarafından ülke dışına yapılan seyahatlere yurt dışına yönelik seyahat (/*outbound travel*) denir (United Nations, 2010, s.9, Chapter 2, A. *Travel and tourism*, para. 2.5). İç, yurt içine yönelik ya da yurt dışına yönelik olsun; bu tür seyahat edenlere de sırasıyla iç, yurt içine yönelen ya da yurt dışına yönelen seyahat eden kişi (sırasıyla *domestic traveller, inbound traveller* ve *outbound traveller*) denir (United Nations, 2010, s.9, Chapter 2, A. *Travel and tourism*, para. 2.6). Turizm gezisinde olan iç, yurt içine yönelen ya da yurt dışına yönelen seyahatçiler sırasıyla iç, yurt içine yönelen ya da yurt dışına yönelen ziyaretçi (sırasıyla *domestic visitor, inbound visitor* ve *outbound visitor*) olarak adlandırılır (United Nations, 2010, s.10, Chapter 2, A. *Travel and tourism*, para. 2.10). Bu kavramlar, bu çalışmada iç, yurt içine yönelen ya da yurt dışına yönelen turist (sırasıyla *domestic tourist, inbound tourist* ve *outbound tourist*) olarak ele alınacaktır.

Yurt içine yönelik gezi (/*inbound trip*), bir ülkeye varış ile ayrılış arasındaki seyahate karşılık gelirken iç gezi (/*domestic trip*) ya da yurt dışına yönelik gezi (/*outbound trip*), ikametgâh yerinden ayrılış ile [oraya dönüş] arasındaki seyahate karşılık gelir. Bir iç gezi, seyahat edenin ikamet ettiği ülkedeki bir ana destinasyona sahipken yurt dışına yönelik gezi bu ülkenin dışında bir ana destinasyona sahiptir (United Nations, 2010, s.9, Chapter 2, A. *Travel and tourism*, para. 2.8).

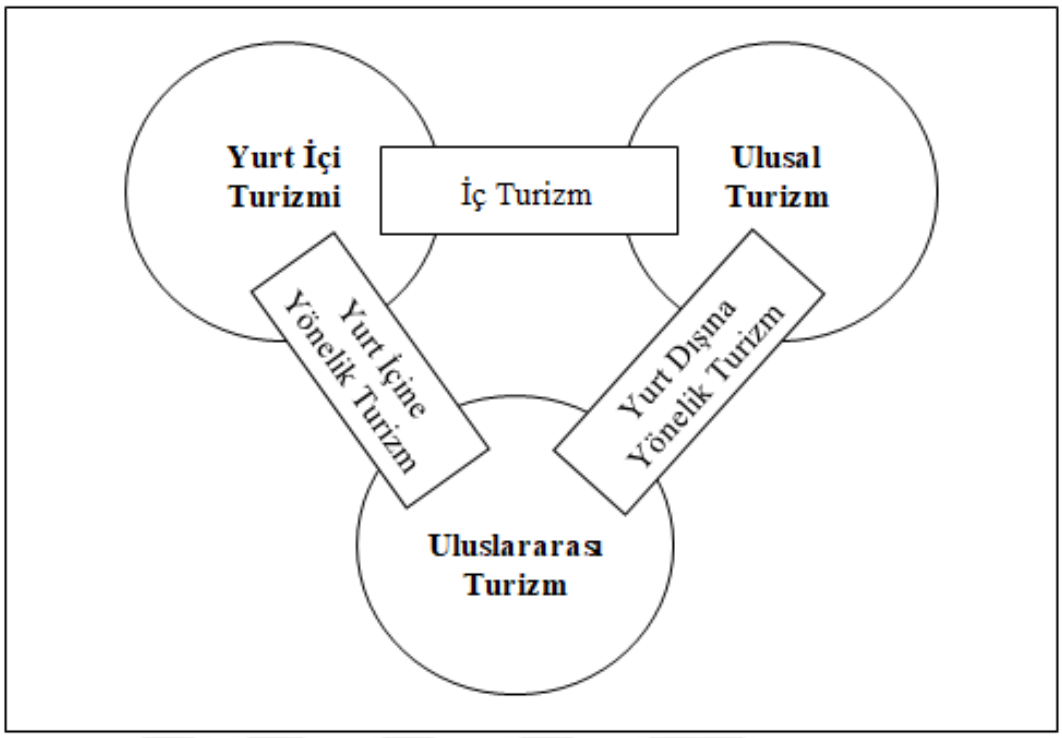
İç, yurt içine yönelen ya da yurt dışına yönelen ziyaretçilerin seyahatleri; iç, yurt içine yönelik ya da yurt dışına yönelik turizm (sırasıyla *domestic tourism, inbound tourism* ve *outbound tourism*) olarak adlandırılır (United Nations, 2010, s.10, Chapter 2, A. *Travel and tourism*, para. 2.11). Bu yönelim çeşitleri Şekil 2.4'te görselde de görülebilir.



Şekil 2.4: Turizm ana formları (yazar tarafından oluşturulmuştur).

Turizm ve turist evrenine ait olan ve çalışmanın dördüncü taksonunu oluşturan bu grubun esas bileşenleri şekilde de görüldüğü gibi iç (/*domestic*) turizm ve turist, yurt içine yönelik (/*inbound)* turizm ve turist, yurt dışına yönelik (/*outbound*) turizm ve turisttir.

Birleşmiş Milletler'in yayınında ayrıca bunların kombinasyonlarından oluşan yurt içi (/*internal*) turizm, ulusal (/*national*) turizm ve son olarak da uluslararası (/*international*) turizmden de bahsedilmektedir. Bu yan yönelimler ve bunların ana yönelimlerle olan ilişkisi adlandırmalardaki karışıklığı gidermesi açısından Şekil 2.5'te görselleştirilmiştir.



Şekil 2.5: Turizm formları (ana – yan kombinasyonu) (yazar tarafından oluşturulmuştur).

İlk üç ana, ikinci üç kombine yönelimi; şimdiye kadar verilen anahtar kavramlarla birlikte referans ülke ekseninde ikamet eden kişi (mukim), ikamet etmeyen kişi (gayri mukim), turizm gezisi kavramları temelinde birbirlerinden farklılaştığı noktalar izleyen bölümlerde açıklanmıştır. Burada adlandırmalar, içerdiği anlamı ifade etmesi açısından literatürden bağımsız olarak yazar tarafından yapılmıştır.

2.2.4.1. İç turizm (*domestic tourism*) ve iç turist (*domestic tourist*)

İç turizm, ister iç turizm gezisi olsun isterse de yurt dışına yönelik turizm gezisinin bir bölümü olsun mukim ziyaretçinin referans ülke içerisindeki etkinliklerini kapsamaktadır (United Nations, 2010, s. 15).

Referans ülkede ikamet edip aynı ülke sınırları içerisinde turizm gezisine katılan ziyaretçiye de iç turist denmektedir.

2.2.4.2. Yurt içine yönelik turizm (*inbound tourism*) ve yurt içine yönelen turist (*inbound tourist*)

Yurt içine yönelik turizm, gayri mukim ziyaretçinin bir yurt içine yönelik gezisinde referans ülke içerisindeki etkinliklerini kapsamaktadır (United Nations, 2010, s. 15).

Referans ülkede ikamet etmeyip o ülkeye turizm gezisi düzenleyen ziyaretçiye de yurt içine yönelen turist denmektedir.

2.2.4.3. Yurt dışına yönelik turizm (*outbound tourism*) ve yurt dışına yönelen turist (*outbound tourist*)

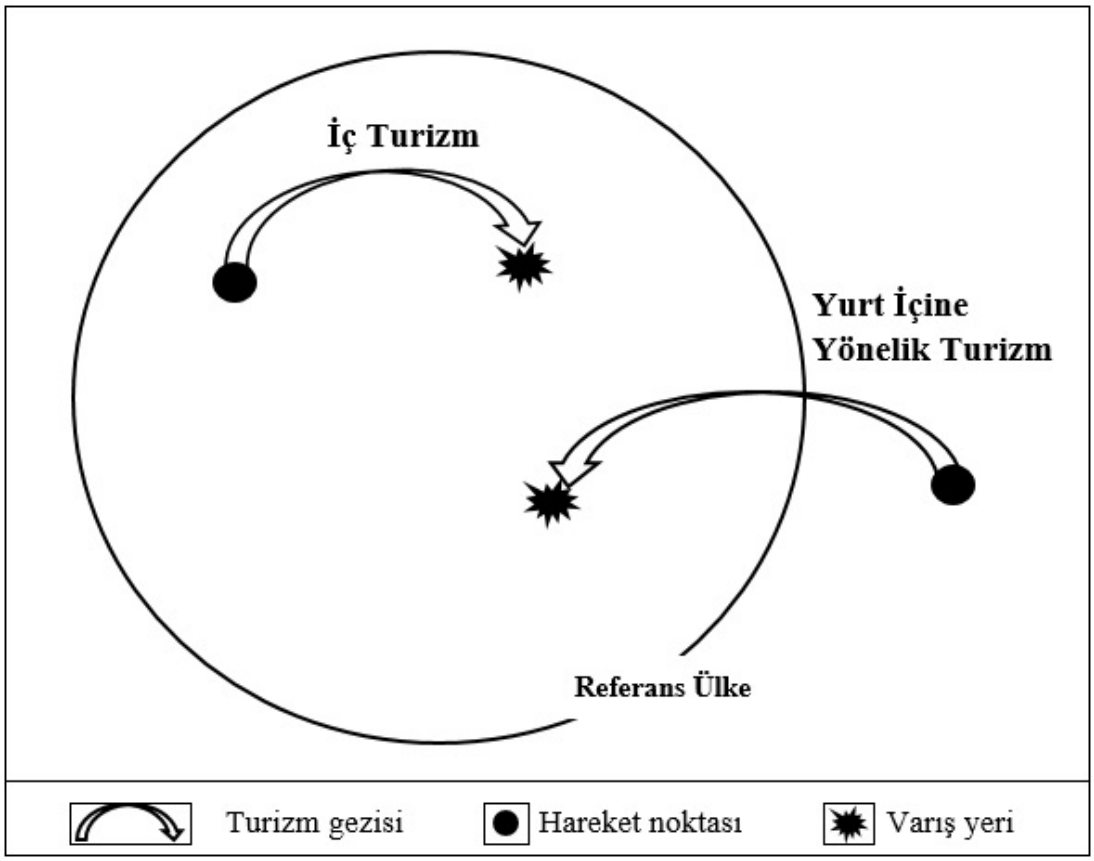
Yurt dışına yönelik turizm, ister bir yurt dışına yönelik turizm gezisinin bir bölümü olsun isterse de bir iç turizm gezisinin bir bölümü olsun mukim ziyaretçinin referans ülke dışarısındaki etkinliklerini kapsamaktadır (United Nations, 2010, s. 15).

Referans ülkede ikamet edip o ülkenin sınırları dışına doğru turizm gezisi düzenleyen ziyaretçiye de yurt dışına yönelen turist denmektedir.

2.2.4.1.-2.2.4.3. bölümlerinde anlatılan üç ana turizm formu, birbirleriyle yapılan kombinasyonlar vasıtasıyla oluşturabileceği üç yan turizm formuna Şekil 2.5'te değinilmişti. Birleşmiş Milletler'in eserinde bahsedilen bu üç yan form, izleyen üç alt başlıkta ele alınmaktadır.

2.2.4.4. Yurt içi turizmi (*internal tourism*)

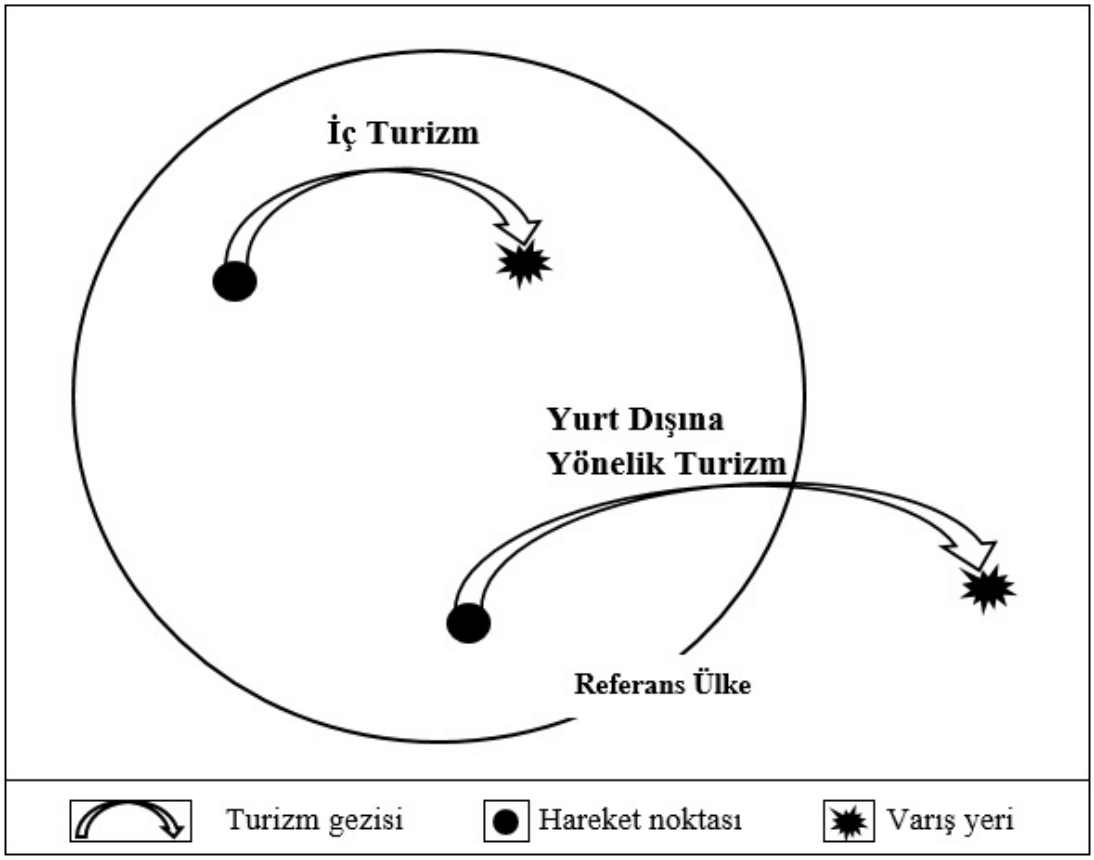
Yurtiçi turizmi, iç turizm ile yurt içine yönelik turizmi kapsamaktadır. Yani, mukim ve gayri mukim ziyaretçilerin referans ülke içerisindeki yurt içi ya da uluslararası turizm gezilerinin bir bölümü olan aktiviteleridir (United Nations, 2010, s. 15).



Şekil 2.6: Yurt içi turizmi (yazar tarafından oluşturulmuştur).

2.2.4.5. Ulusal turizm (*national tourism*)

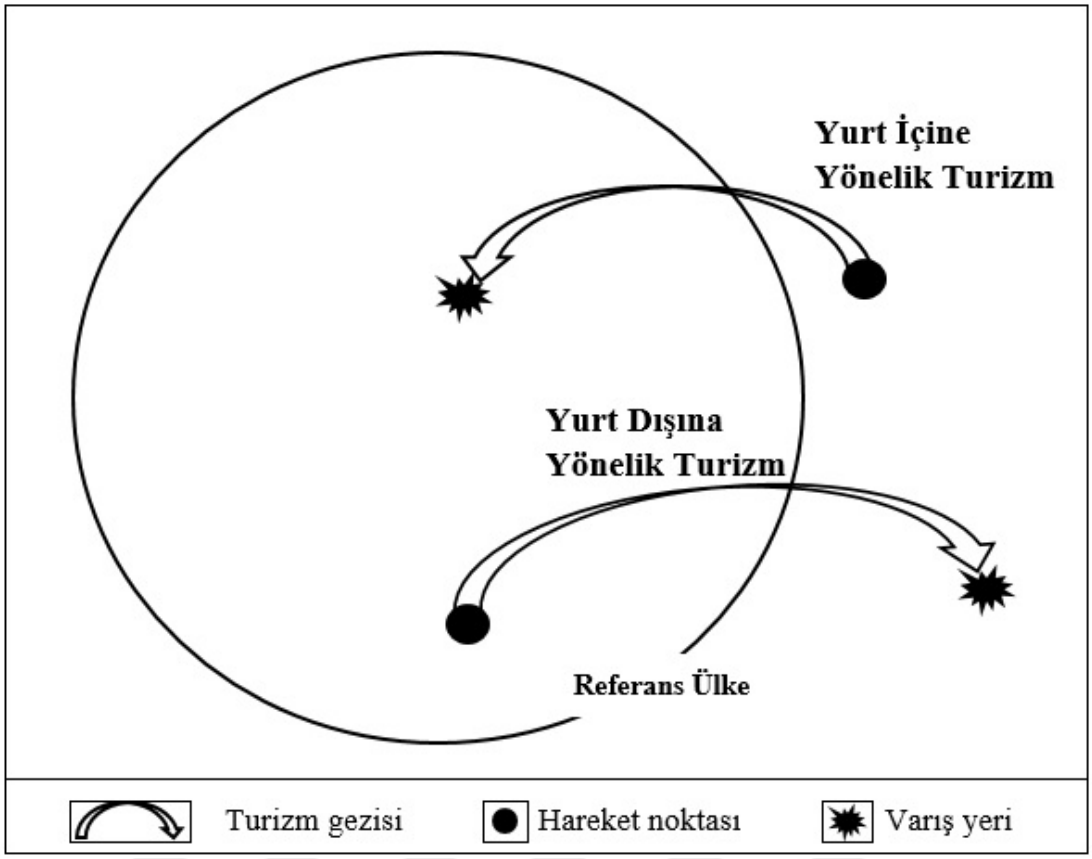
Ulusal turizm, iç turizm ile yurt dışına yönelik turizmi kapsamaktadır. Yani, ister iç isterse de yurtdışına yönelik turizm gezilerinin bir bölümü olsun mukim ziyaretçilerin referans ülke içerisinde ve dışarısında olan etkinlikleridir (United Nations, 2010, s. 15).



Şekil 2.7: Ulusal turizm (yazar tarafından oluşturulmuştur).

2.2.4.6. Uluslararası turizm (*international tourism*)

Uluslararası turizm, yurt içine ve yurt dışına yönelik turizmi kapsamaktadır. Yani, ister iç isterse de yurtdışına yönelik turizm gezileri olsun, mukim ziyaretçinin referans ülke dışarısındaki etkinlikleri ile gayri mukim ziyaretçinin yurt içine yönelik turizm gezisinde referans ülke içerisindeki etkinlikleridir (United Nations, 2010, s. 15).



Şekil 2.8: Uluslararası turizm (yazar tarafından oluşturulmuştur).

2.2.5. Kaynak

Robinson ve Novelli'nin (2011, s. 9) "gerçek ve kurgulanmış ortam" olarak adlandırdığı hem turizm hem de turistlerin kullandığı çevre unsuru, katılımcının sayı ve niteliğine göre değişmekle birlikte bu araştırma kapsamında turizmin kullandığı kaynaklar ve turistlerin kullandığı kaynaklar olarak temelde ikiye ayrılmaktadır. Burada turizmin kullandığı kaynakları turistlerin kullandığı kaynaklardan ayırmaktaki temel maksat turistin esas olarak turizmin kullandığı kaynaklara ek olarak bu kaynaklar üzerinde kontrolü olup olmaması açılarından ayrıca ele almaktır.

Bu doğrultuda turizmin kullandığı kaynaklar doğal, yapay ve sosyal çevre; turistin kullandığı kaynaklar da yönetim/destinasyonun üzerinde kontrolü olduğu *operand* kaynaklar ile katılımcının üzerinde daha çok kontrolü olan *operant* kaynaklardır.

2.2.5.1. Turizmin kullandığı kaynaklar (çevre)

Turizm sınıflandırması yaparken dikkat edilmesi gereken bir diğer husus da kullanılan kaynaktır. Her turistik eylem, ya doğada yer alan doğal kaynağa ya da insan eliyle oluşturulmuş kültürel bir kaynağa dayanmaktadır. Turizm kaynakları terimi çekici ve kültürel kaynak ve malları, yani çeşitli turist ihtiyacını gidererek ve bir turizm ürünü yaratarak turizm hareketi üzerinde teşvik edici etkisi olan mekânsal sistemdeki unsurları içerir (Gjorgievski ve diğerleri, 2013, s. 56). Kahraman'ın (2007) da belirttiği gibi "bütün turizm çeşitlerinde, turistik ürünü oluşturan değerlerin başında çevresel kaynaklar gelmektedir" (s. 7). Birleşmiş Milletler, bu durumu biraz daha geniş kapsamlı tutarak turizmin; ekonomi, doğal ve inşa edilmiş çevre, ziyaret edilen yerlerdeki yerel nüfus ve ziyaretçilerin kendi üzerlerinde etkiye sahip olduğunu ifade etmektedir (United Nations, 2010: 1). Lazic (2007[50]) ise turizm kaynaklarını, doğada ve toplumda turistleri cezbetmek için gerekli olan turist çekici olgu ve nesnelerine verilen ad olarak tanımlamaktadır (aktaranlar Gjorgievski ve diğerleri, 2013, s. 56).

Gerçekleştirilecek turizm ürünü türü için doğal çevre, insanın bilgi ve kültür birikimine dayalı yapay çevre ve toplumsal çevre özelliklerinin var olması gerekmektedir; yani "çevre kaynakları olmadan turizm türünü gerçekleştirmenin olanağı yoktur" (Kahraman, 2007, s. 7). Ne var ki, her ne kadar turizmin gelişmesi için bir ülkede zengin turizm kaynaklarının bulunması ön koşul olsa da bu kaynakların varlığı tek başına yeterli değildir; onların işlenip turistik ürüne dönüştürülmesi gerekir (Saydan ve Küçükaslan, 2007, s. 115).

Çevre, ortaya koyduğu geniş alan içerisinde nitelik açısından fiziksel ve toplumsal çevre; mekân açısından da yerleşme yerlerine göre ve ölçeklere göre çeşitli boyutlar açısından sınıflandırılmaktadır (Kahraman, 2007, s. 5). Örneğin Gjorgievski ve diğerlerine göre (2013, s. 56) bir nesne ya da unsurun seyahat kaynağı olabilmesi için şu çekicilik unsurlarından en az birini bünyesinde barındırması gerekir: rekreasyonel, merak uyandıran, ön plana çıkan ya da estetik.
Yazarlara göre çekicilik etkisine göre turizm kaynakları rekreasyonel ve kültürel diye ayrılırken oluşumlarına göre doğal ve insan kökenlidir (/*anthropogenic*) (s. 56).

[50] Çalışmada ilgili kaynak; "Lazic, Lazar. (2007). *Turizam i ruralna podrucja*. Novi Sad: Prirodno-matematicki fakultet, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo." olarak verilmiştir.

Bu tür sınıflandırmaların yanısıra literatürde Avcıkurt'un (2009) "çevresel turizm" olarak adlandırdığı "insanların doğal ve çevresel çekicilikleri görmek, doğaya dönmek ve ona sahip çıkmak amacıyla gerçekleştirdikleri geziler" olarak tanımladığı bir turizm türü de vardır (s. 18). Ancak, bu çalışmada çevre; turizm açısından ele alınarak çevreyle turizmin ilişkisi ve etkileşimi üzerinde durulmakta, nitelik açısından da doğal fiziksel çevre ve yapay (kültürel) çevre olarak izleyen alt başlıklarda aktarılmaktadır. İçeriğinde birçok canlı ve cansız unsur barındırıyor olmasına karşın araştırma kapsamında ele alınan çevre kavramından anlaşılması gereken, Kahraman'ın (2007, s. 5) da tarif ettiği gibi " insan çevresidir".

Doğal fiziksel çevre

En geniş manasıyla çevre, bir organizmanın hayatını etkileyen fiziksel ve biyolojik unsurların bileşimidir (Kemp, 1998, s. 127). Bir başka tanıma göre çevre; evrensel değerler bütünü olup bitki ve hayvan toplulukları, cansız varlıklar, insanın tarih boyunca yarattığı uygarlık ve bunun ürünleri ile tüm insanların ortak varlığı olarak tanımlanmaktadır (Kahraman, 2007, s. 4; Kahraman ve Türkay, 2012, s. 22). İnsani unsuru temel alarak yapılan başka bir tanıma göre ise çevre, "insan faaliyetleri üzerinde hemen ya da uzunca bir süre içinde dolaylı ya da dolaysız bir etkide bulunabilecek fiziksel, kimyasal, biyolojik ve toplumsal etkenlerin belirli bir zamandaki toplamı" olarak nitelendirilmektedir (Keleş ve Hamamcı, 2002, s. 28). Çevreyi çok geniş bir perspektifle ele alan ve hemen her alanı kapsayan bu tanım göz önünde bulundurulduğunda çevre kavramı şu unsurları içerir (Keleş ve Hamamcı, 2002, s. 28; Kahraman, 2007, s. 4; Kahraman ve Türkay, 2012, s. 21):

- İnsanın diğer insanlarla olan karşılıklı ilişkilerini, insanların bu ilişkiler sürecinde birbirlerini etkilemesini,
- İnsanın kendi dışında kalan tüm canlı varlıklarla (yani bitki ve hayvan türleriyle) olan karşılıklı ilişkilerini ve etkileşimini,
- İnsanın canlılar dünyası dışında kalan ama canlıların yaşamlarını sürdürdükleri ortamdaki tüm cansızlarla (yani hava, su, toprak, yer altı zenginlikleri ve iklimle) olan karşılıklı ilişkilerini ve bu ilişkiler çerçevesinde etkileşimini.

Fiziksel çevre ise "insanın içinde yaşadığı, varlığını, özelliğini ve niteliğini fiziksel olarak algıladığı ortama" denir (Keleş ve Hamamcı, 2002, s. 30). Birey, fiziksel bir ortam olarak kentte, köyde, deniz kenarında, ırmak kıyısında, dağda, ovada veya ormanlık bir alanda yaşıyor olabilir (Kahraman, 2007, s. 5; Kahraman ve Türkay, 2012, s. 23).

Tüm bu açıklamalardan sonra bu alt başlıkla aktarılmaya çalışılan doğal fiziksel çevre ise "insan emeğine bağlı olmaksızın doğanın kendi kendine hazırlamış olduğu çevredir" (Kahraman, 2007, s. 5; Kahraman ve Türkay, 2012, s. 23). İnsanın da bizatihi tabii olduğu bu çevrenin en temel özelliği, "insan elinden çıkmamış olması" olmasına karşın doğal gelişime ve oluşum çizgisi izlenerek insan eliyle ortaya konan edilgen doğal çevreden de söz etmek mümkündür (Kahraman ve Türkay, 2012, s. 23). Örneğin, ağaçlandırma faaliyetleri sonucu ortaya çıkan orman, koru, yeşil alanlar ile baraj gölleri veya göletler bu niteliktedir.

Doğal çevre elemanları canlı ve cansız diye iki grupta toplanır. İnsan, bitki ve hayvan toplulukları doğal çevrenin canlı tarafını oluştururken; canlıların yaşamını sürdürebilmeleri için gerekli olan hava, su, toprak ile yer kabuğunu oluşturan katmanlar ile yer altı kaynakları ise cansız ögeleri oluşturur (Kahraman, 2007, s. 5; Kahraman ve Türkay, 2012, s. 23).

Yapay (kültürel) fiziksel çevre

Bütün doğal alanların yanında bu doğal kaynaklara bağlı olarak oluşturulmuş yapılaşma biçimleri ve fiziksel çevrenin birer parçası olan çevreye ise yapay (ya da kültürel ya da inşa edilmiş) çevre denmektedir. Tanım olarak yapay çevre; "insanın bilgi ve kültür birikimine dayanarak, doğal çevresinde bulmuş olduğu yeraltı ve yerüstü zenginliklerini kullanarak yarattığı çevreye" verilen addır (Kahraman, 200, s. 6; Kahraman ve Türkay, 2012, s. 23). İnsanoğlunun bünyesinde yer alan müdahil olma eğilimi sayesinde doğal kaynaklara bağlı oluşturduğu yapılaşma biçimleri de fiziksel çevrenin birer parçasıdır ki bunlar da yapay çevreyi oluşturur. Bu çevrenin temel özelliği ise "tamamen insan elinden çıkmış olmasıdır" (Kahraman, 2007, s. 6; Kahraman ve Türkay, 2012, s. 23).
Kahraman (2007, s. 6), Kahraman ve Türkay (2012, s. 23) yapay çevrenin özelliklerini şu şekilde ifade etmektedir:

- Kentsel ya da kırsal olma özelliğine bakılmaksın yerleşim yerlerinin hepsi yapay çevreyi oluşturur.
- Yapıldığı dönemdeki toplumların bilgi, teknoloji ve toplumsal değerlerini yansıtması açısından önemlidir.
- Ortak kültürel mirasın kaynağıdır.
- Üretildiğinde toplumsal gereksinimlere ve sosyo-ekonomik sisteme göre biçimlenir.

Evler, tesisler, yollar, anıtlar, hepsi yapay çevrenin parçasıdır. Tarihi çevre ise yapay çevrenin bir parçası olmakla birlikte niteliği gereği kültürel mirasın gelecek kuşaklara aktarılmasında temel ögedir (Keleş ve Hamamcı, 2002, ss. 30-31; Kahraman, 2007, s. 6; Kahraman ve Türkay, 2012, s. 23).

Toplumsal (sosyal) çevre

Bir fiziksel çevre içinde bulunan insanların ekonomik, toplumsal ve siyasal sistemler gereği oluşturdukları ilişkilerin tümü toplumsal çevreyi oluşturur. Arkadaşlık ya da komşuluk ilişkilerinden alışveriş, eğitim, çalışma koşullarına, yöneten-yönetilen ilişkilerine kadar uzanan ve toplumsal yaşam koşullarını belirleyen resmi-resmi olmayan ilişkiler, davranışlar toplumsal çevrenin ifadesidir (Kahraman, 2007, s. 6; Kahraman ve Türkay, 2012, s. 24).

Fiziksel çevre ve toplumsal çevre birbirini tamamlayan iki unsurdur. Her fiziksel çevrenin içinde bir toplumsal çevre yer almakta ve bunlar birbirlerini çift yönlü etkilemektedir (Kahraman, 2007, s. 6; Kahraman ve Türkay, 2012, s. 24). Ne fiziksel çevresinden etkilenmeyen bir toplumsal çevre ne de toplumsal yapıdan bağımsız, ondan etkilenmeyen bir fiziksel çevre düşünülebilir.

2.2.5.2. Turistin kullandığı kaynaklar

Öncelikle belirtmek gerekir ki turizmin temel ögesi ya da öznesi olması sebebiyle turist, bir önceki başlıkta açıklanan tüm fiziksel ve sosyal çevre kaynaklarını kullanmaktadır. Bunlardan farklı olarak, kendi konumuna has olarak kullandığı (ya da etkilenip / etkilediği) kaynaklar ise, bu kısımdan sonraki alt başlıklarda ele alınmaktadır.

Turistlerin kullandığı kaynaklara geçmeden önce "kullandıkları kaynak" kavramını açıklamak gerekir. Bu sebepten ötürü ilgili konu önce yönetim bilimlerince ele alınışı itibarıyla işlenecek daha sonra da turizm işletmeciliği özelinde bir değerlendirme yapmak gerekecektir.

Yakın bir zamana kadar, organizasyonlar için kaynak, üretim faktörleri (yani toprak, emek gibi maddi varlıklar ve sermaye) olarak görülmekteydi. Ancak çalışmaları iş stratejisindeki "kaynak-temelli bakış" için temel oluşturan Penrose (1959[51]), bilinçli olarak "üretim faktörleri" teriminden kaçınmış ve firmayı üretken kaynaklardan oluşan bir koleksiyon olarak görmüştür. Penrose'un çalışmaları, maddi olmayan varlıklar kavramını firma kaynakları bağlamına getirmiştir (Madhavaram ve Hunt, 2008, s. 68). Barney (1991, s. 101) bu durum neticesinde firma kaynaklarını "bir firma tarafından kontrol edilen ve firmanın verimlilik ve etkinliğini geliştiren stratejileri tasarlama ve uygulamaya imkân veren tüm varlıklar, yetenekler, organizasyonel süreçler, firma özellikleri, bilgiler" olarak tanımlamaktadır.

Bir derece ileriye gidince karşımıza çıkan kaynak-avantaj (K-A) teorisi (/*resource-advantage theory*), kaynak kavramını "bir işletme açısından bazı pazar segment(ler)i için değeri olan bir satış sunumunu verimli ve/veya etkin bir şekilde üretmesini sağlayan maddi ve manevi varlıklar" olarak açıklamaktadır (Hunt, 2000b, s. 138; Madhavaram ve Hunt, 2008, s. 68). Bu teoride yer alan ve kaynaklarla ilgili olan yeterlilikler (*/competences*) ve yetenekler (/*capabilities*) kavramları ise birbiriyle yer değiştirmeli şekilde şöyle tanımlanmaktadır (Hunt, 2000a, s. 188): "Firmaların verimli ve/veya etkin bir şekilde değerli pazar sunumları üretmelerini sağlamak için sinerjik bir şekilde bir araya gelerek birbirine uyan temel somut kaynakların sosyal açıdan karmaşık, birbirine bağlı kombinasyonları (örneğin belirli makineler, bilgisayar yazılımı ve donanım) ile temel soyut kaynakların (örneğin belirli organizasyon politikaları, prosedürleri ve becerileri, bilgi ve belirli çalışanların deneyimleri) birleşimidir." Bu açıdan bakılınca tüm bu yeterlilik ve yetenekler, operant kaynaklar olarak adlandırılabilir.

[51] Çalışmada ilgili kaynak; "Penrose, E. T. (1959). *The theory of the growth of the firm*. London: Basil Blackwell and Mott." olarak verilmektedir.

Bu konu ile ilgili bir diğer terim olan dinamik yetenekler (/*dynamic capabilities*) ise Teece, Pisano ve Shuen (1997, s. 516) tarafından "bir firmanın; hızla değişen ortamlara hitap etmek için sahip olduğu dahili ve harici yetkinlikleri entegre etme, inşa etme ve yeniden şekillendirme kabiliyetleri" olarak açıklanmaktadır. Teece ve diğerlerinin (1997) dinamik yeteneklerini tanımlarken onların nereden geldiğini ihmal ettiklerini savunan Zollo ve Winter (2002, s. 340) ise bu kavram hakkında şu tanımı önermektedir: "Dinamik bir yetenek; sayesinde organizasyonun geliştirilmiş etkililik peşindeki çalışma rutinlerini sistematik olarak üreten ve iyileştiren kolektif faaliyetin öğrenilmiş ve istikrarlı bir modelidir."

Buraya kadar açıklanan kaynak ve bunlara dair kavramlardan sonra, kaynakların yönetim bilimlerince sınıflandırılmasına değinmek gerekmektedir. Çeşitli açılardan ele alınan kaynaklar; ilk olarak Barney (1991, s. 101) tarafından "fiziksel sermaye, insan sermayesi ve örgütsel sermaye" olarak sınıflandırılır. K-A teorisi Barney'in çalışmalarını daha detaylandırarak kaynakları finansal (örneğin nakit kaynaklar ve finansal piyasalara erişim), fiziksel (örneğin tesis ve ekipman), yasal (örneğin ticari markalar ve lisanslar), insansal (örneğin, çalışan bireylerin becerileri ve bilgisi), organizasyonel (örneğin yetkinlikler, kontroller, politikalar ve kültür), bilgilendirici ya da enformasyonel (örneğin tüketici ve rekabetçi entelektüeliteden gelen bilgi) ve ilişkisel (örneğin tedarikçiler ve müşterilerle olan ilişkiler) olarak kategorize etmektedir. Bu sınıflandırma bizi, araştırmanın da buradan sonraki sınıflandırma temeli olan, operand ve operant kaynaklar arasındaki farka getirmektedir. Bu ayrım Constantin ve Lusch (1994)[52] tarafından yapılmıştır. Onlara göre operand kaynaklar, bir etki yaratmak için bir işlemin veya eylemin gerçekleştirildiği kaynaklar; operant kaynaklar ise operand kaynaklar ve/veya diğer operant kaynaklar üzerinde bir eylem yaratmak için istihdam edilen kaynaklardır. K-A teorisi için bu ayrım ise şöyledir: operand kaynaklar tipik olarak ham maddeler gibi fizikseldir. Operant kaynaklar ise tipik olarak örneğin bireysel çalışanların becerileri ve bilgileri gibi insansal; kontroller, rutinler, kültürler, yeterlilikler gibi organizasyonel; pazar segmentleri, rakipler ve teknoloji hakkında bilgiler gibi bilgilendirici (enformasyonel) ve rakipler, tedarikçiler ve müşterilerle ilişkiler gibi ilişkiseldir (Madhavaram ve Hunt, 2008, ss. 67-69). Turizm işletmeciliği

[52] Çalışmada ilgili kaynak; "Constantin, J. A., & Lusch, R. F. (1994). *Understanding resource management*. Oxford, OH: The Planning Forum." olarak verilmiştir.

ile ele alındığında ise özellikleri itibarıyla turist kaynaklarının Gjorgievski ve diğerleri (2013, s. 56) tarafından çeşitli şekillerde sınıflandırılabileceği belirtilmektedir:

- Çekicilik özelliklerine göre turist kaynakları karmaşık, bağımsız ve tamamlayıcı olarak bölünebilir.
- Coğrafi konum olarak turist kaynakları kentsel ve kırsal diye ikiye ayrılabilir.

Daha çok yönetim ya da planlamacıların üzerinde kontrolü olan (yönetilebilen / somut) operand kaynaklar

Çeşitli bilim dallarında operand kavramı farklı anlamlarda kullanılmaktadır. Bilgisayar bilimlerince kastedilen anlam "üzerinde çalışılacak veya işlenecek verileri ve uzantının kendisi tarafından kendisini belirten bir bilgisayar komutunun parçasıdır. Temel olarak, bir bilgisayar talimatı, bir işlemin (ekleme, çıkarma ve benzeri) ve işlemin gerçekleştirileceği işlenen veya işlenenleri tarif eder". Matematik'te ise operand "matematiksel işlemin nesnesidir" (URL 2).

Pazarlama literatüründe operand kaynaklar, bir tüketicinin veya bir firmanın davranışsal bir performans gerçekleştirmek için üzerinde hareket etmek için tahsis etme yeteneklerine sahip olduğu, özellikle mallar veya hammaddeler olan maddi (/*tangible*) kaynaklar olarak tanımlanmaktadır (Price, Arnould ve Malshe, 2006, s. 2; Alves, Ferreira ve Fernandes, 2016, ss. 70-71). Madhavaram ve Hunt (2008, s. 67), operand kaynakların ham maddeler gibi tipik olarak fiziksel olduğunu özellikle belirtmektedir.

Operand kaynaklar; özellikle çeşitli, kültürel olarak oluşturulmuş gelir, miras alınan servet, gıda pulları, kuponlar, kredi gibi ekonomik kaynaklar ve tüketicinin sosyal roller veya yaşam projeleri dâhil olmak üzere davranışsal performansları gerçekleştirmek için tahsis yeteneklerine sahip olduğu mallar veya hammaddelerdir. Bu kaynaklar nicelik ve nitelik bakımından kişiden kişiye değişmekle birlikte bunların çoğu, pazarlamacılarla yapılan alışverişlerden elde edilen nesnelerdir. Bunlar haricindekiler ise hediyeler, miras alınan özel eşyalar, bulunan nesneler ve kendi kendine yaratılanları içerir. Tüketiciler aynı zamanda konut, iş istasyonu veya bahçe gibi bazı fiziksel alanları da kontrol edecektir. Sosyal normlara ve yasal kısıtlamalara tabi olarak, tüketiciler bu nesneler veya alanlar üzerinde kısmi veya tam tahsis yetkisi kullanırlar. Açıktır ki, tüketicilerin

operand kaynak stoğu, firmalarla olan değişim davranışlarını etkiler. Ancak araştırmalar göstermektedir ki tüketicilerin operand kaynakların hedefe yönelik kullanımına ilişkin örneğin, evsiz veya yoksul tüketicilerin yaşam rollerini ve yaşam projelerinin niteliksel olarak istikrarlı meskenlere ve ortalama gelire sahip olanlardan farklıdır ve bu da operand kaynaklarını nasıl tahsis ettiklerini etkiler (Price ve diğerleri, 2006, ss. 3-4).

Turizmde turistlerin kullandığı kaynaklar açısından ele alındığında operand kaynaklar, Madhavaram ve Hunt'ın (2008, s. 67) da tabiriyle, "üzerinde bir eylem veya işlemin yapıldığı" kaynaklar olarak tanımlanabilir. Bu ifadeyi biraz daha açacak olursak turistlerin kullandığı operand kaynaklar, üzerinde daha çok destinasyon yönetici ya da planlamacılarının söz hakkına sahip olduğu finansal, fiziksel ve yasal kaynaklardır. Bunlardan fiziksel kaynaklar, turizmin de kullandığı doğal ve yapay fiziksel çevre unsurlarına ek olarak, turistik ürünü oluşturan somut varlıklardır. Destinasyonun doğası, alt ya da üst yapı elemanları, konaklama tesisleri, ulaşım hizmeti unsurları, rekreatif varlıklar gibi tüm turistik somut varlıklar bu gruba dâhil edilebilir. Diğer iki unsurdan birisi olan yasal kaynaklar; planlamacı ve politikacıların turizmin oluşumu, gelişimi ve seyrine yönelik aldıkları tüm karar, yasa ve yönetmelikleri içermektedir. Finansal kaynaklar ise yasal kaynaklarla da bağlantılı olarak üretilen turistik unsurun hammadde maliyeti, ülkenin jeopolitik konumu, para birimi, ithalat-ihracat dengesi gibi turizm faaliyeti maliyetini belirleyen tüm parasal unsurları kapsamaktadır. Bu unsurların hepsinin ortak özelliği, üzerinde turistin etkisinin neredeyse hiç bulunmadığı kaynaklar olmasıdır. Kaynağın oluşum ve yönünü belirleyenler, turistten ziyade yönelinen yerin yönetici ve planlamacıları olmasıdır.

Özetle operand kaynaklar turizm açısından finansal, fiziksel ve yasal olarak üç grupta değerlendirilebilmektedir. Bu kaynakların üzerinde de turistin söz hakkı ya çok azdır ya da hiç yoktur.

Daha çok katılımcıların üzerinde kontrolü olan (çok az yönetilebilen ya da hiç yönetilemeyen / soyut) operant kaynaklar

Psikolojide kullanılan operant kelimesinin çeviri olarak "iyi veya kötü şeylerin her zaman davranışla bağlantılı olarak meydana gelmesinden kaynaklanan davranış

değişikliklerini içerir" anlamına sahip bir sıfat olarak kullanıldığı görülmektedir (Cambridge, 2020a).

Pazarlama literatüründe operant kaynaklar genellikle görünmez ve soyut; bilgi ve becerilerden kaynaklı firma düzeyinde temel yetkinlikleri veya dinamik yetenekleri içeren kaynaklar olarak tanımlanmaktadır. Sosyal yapılanma üzerine son teorilerle tutarlı olarak, operant ve operand kaynaklar birbirleriyle yakın etkileşime girer ve hem tüketicilerin yaşam projelerini hem de hedeflerini şekillendirir (Price ve diğ, 2006, s. 4). Daha açık ifade etmek gerekirse yönetimsel çerçevede, bu gelişen bakış açısı, firma ile yapılan değişimlerden elde edilen değeri birlikte esas olarak müşteriyi operant kaynakların kaynağı olarak görmektedir (Price ve diğerleri, 2006, s. 2; Alves ve diğerleri, 2016, s. 71). Her bir birey tarafından sahip olunan operant kaynaklar fiziksel, sosyal ya da kültürel olabilir. Fiziksel kaynaklar; duyusal motor donanımı, enerjiyi, duyguları ve gücü içerir. Buna karşılık, kültürel kaynaklar; özel bilgi ve becerileri, yaşam beklentisini ve tarihi hayal gücünü içerir. Sosyal kaynaklar ise hem kişisel hem de kültürel ilişkilerden oluşur. Bu nedenle, bir müşterinin operant kaynaklarının kişisel olarak ilişkili olduğu ve sosyal olarak etkileşimli yeteneklerle birlikte bireysel kapasiteleri yansıttığı sonucuna varabiliriz (Alves ve diğerleri, 2016, s. 71). Madhavaram ve Hunt (2008, ss. 67-60), operant kaynakların örnek olarak bireysel çalışanların becerileri ve bilgileri gibi tipik olarak insansal; kontroller, rutinler, kültürler, yeterlilikler gibi organizasyonel; pazar segmentleri, rakipler ve teknoloji hakkında bilgiler gibi bilgilendirici (enformasyonel) ve rakipler, tedarikçiler ve müşterilerle ilişkiler gibi ilişkisel özellikte olduğunu vurgulamaktadır. Hangi türden olursa olsun her tür operant kaynak kültürel şemalarla, yani "sosyal yaşamın canlandırılmasında uygulanan genelleştirilmiş prosedürlerle" bağlantılıdır (Giddens, 1984, s. 21).

Turizmde turistlerin kullandığı kaynaklar açısından ele alındığında operant kaynaklar, Madhavaram ve Hunt'ın (2008, s. 67) da tabiriyle, "diğer kaynaklar üzerinde işlem yapan" kaynaklar olarak tanımlanabilir. Bu ifadeyi biraz açacak olursak turizm açısından operant kaynaklar, turizm planlamacıları ya da destinasyon yöneticilerinden ziyade turistlerin bizatihi üzerinde daha çok kontrol ya da yönetim hakkı olan ve daha çok soyut insansal, organizasyonel, enformasyonel ve ilişkisel kaynaklardır. Bunlar daha çok misafir toplumlarda kendiliğinden var olan bölgedeki kültür, folklor, iletişim

yeteneği gibi turistler, bölge halkı ve onlara hizmet sunanlarla ilgili insansal; ağırlama, rekreatif etkinlikler, sunum becerileri gibi işletmelerle ilgili organizasyonel; tur, rehberlik, konsiyer hizmetleri, karşılama, tanıtım gibi enformasyonel ve tatil atmosferi, tatil deneyimi gibi ilişkisel kaynaklardır. Kaynağın oluşumunu değilse bile yönünü belirleyen daha çok turist ve etkileşimde olduğu insanlardır.

Özetle operant kaynaklar turizm açısından insansal, organizasyonel, enformasyonel ve ilişkisel olarak dört grupta değerlendirilebilmektedir. Bu kaynaklar üzerinde de daha çok turistin söz hakkı ya da kontrolü vardır.

2.2.6. Çeşit (seyahat ana amacı)

Aslında zorluklara katlanmak anlamına gelen seyahat kavramı; günümüzde kendini gerçekleştirme yönünde eğilim gösteren insanoğlunda her şeyin içyüzünü öğrenme isteği ile kuvvet bulan yeni şeyler arama, yeni heyecanlar peşinde koşma güdü ve dürtüleriyle yapılan hareketliliktir (Zengin, 2009, ss. 47-49). Olalı, Nazilli, Kırcıoğlu ve Sümer'e (1983, s. 135) göre turizm pazarlamasında seyahatten geriye kalan sadece iyi veya kötü bir hatıradır.

Goeldner ve Ritchie (2012, ss. 7-8) seyahatin ana amacını iş, arkadaş ya da akraba ziyareti (VFR), diğer kişisel işler ve zevk olarak gruplandırmaktadır. Benzer şekilde Zengin (2009, ss. 48-49), Robert McIntosh ve Charles Goeldner'ın insanları seyahate yönelten başlıca sebepleri fiziksel, kültürel, kişilerarası ve statü ve saygınlığa bağlı dürtüler olmak üzere dört ana kategoride incelediğini ifade etmektedir. Bu konudaki en kapsamlı ve yönlendirici kaynak olan Birleşmiş Milletler, turizm gezilerini ana amacına göre ikiye ayırmaktadır (United Nations, 2010, ss. 24-26): (1) kişisel, (2) iş ve profesyonel. Bunlardan iş ve profesyonel amaç dışındaki tüm amaçları kapsayan kişisel amaçlar arasında (1) tatiller, boş zaman ve rekreasyon, (2) arkadaş ve akraba ziyareti, (3) eğitim ve talim, (4) sağlık ve tıbbi bakım, (5) din/hac ziyareti, (6) alışveriş, (7) transit ve (8) diğerleri sayılmaktadır (s.24).

Birleşmiş Milletler'e (2010: ss. 24-25) göre bir gezinin temel amacı, eğer o amaç olmasaydı bir gezinin gerçekleşmeyeceği amaçtır. Bu amaç, bir gezinin bir seyahat [daha doğrusu bir turizm gezisi]; seyahat edenin de ziyaretçi [ya da turist] olarak nitelendirilip nitelendirilmeyeceğini belirlemeye yardımcı olur. Örneğin, tesadüfi

olduğu sürece geziye katılan bir ziyaretçi, kalış süresi boyunca bir miktar gelir elde edebilir (sırt çantalı gezginler örneğinde olduğu gibi). Ne var ki, asıl amaç işe alınmak ve bir gelir elde etmek olduğu zaman; gezi bir turizm gezisi, seyahate katılan da ziyaretçi olarak düşünülemez. Bu amaca ilişkin edinilen bilgiler turizm harcama kalıpları ile planlama, pazarlama ve tanıtım amaçlı turizm talebine dair ana segmentlerin tanımlanmasında da önemlidir. Üyelerinin birden çok sayıda bireylere sahip olduğu ve bu kişilerin de farklı bireysel amaçlarının olabileceği bir seyahat topluluğunda seyahatin ana amacı, seyahatin merkezinde olan geziye çıkma kararıdır. Ziyaretçi, gezisi sırasında ikincil faaliyetlerde bulunabilir olsa da her turizm gezisinin tek ve bir ana amacı vardır.

Bu çalışmada turizm ve turist türlerinin sınıflandırılması yapılırken adlandırmalara da temel teşkil edecek olan ve bu cins basamağında ele alınacak taksonlar; hem turist hem de turizm cinsleri için geçerlidir. Alt başlıklarda anlatılan temel gezi amacının belirlendiği turizm gezileri eksenli bu cinsler; dinlenme ya da rekreatif temelli, sosyal etkileşim temelli, kültürel edinim temelli, hobiye dayalı özel ilgi temelli, iş ya da eğitim temelli, sağlık temelli ve spor temelli olmak üzere izleyen bölümlerde yedi ayrı kategoride değerlendirilmektedir.

2.2.6.1. Dinlenme / rekreasyon ana amacı taşıyan turizm ve turist çeşitleri

Bu cinse kaynaklık eden temel motivasyon, tatil amaçlı dinlenme ve rekreatif faaliyetlerdir.

Dinlenmek, Türk Dil Kurumuna göre “güç kazanmak için çalışmaya ara vermek, yorgunluğunu gidermek, soluklanmak, istirahat etmek” anlamlarına gelen bir fiildir (TDK, 2020ı).

Rekreasyon (Eğlendinlen) kavramı ise insanların boş zamanı değerlendirmek için eğlence, dinlence amaçlı ve tatmin motivasyonları ile gönüllü olarak katıldıkları faaliyetlerin bütünü olarak tanımlanabilir (Hacıoğlu, 1992, s. 22; Türkay, 2009, s. 249; Avcıkurt, 2009, s. 18). Daha geniş kapsamlı başka bir tanıma göre rekreasyon “serbest zamanlar içinde yapılan, bireyin kendi isteği ve iç itimi sonucu oluşan; bireyi fiziksel ve düşünsel yönden yenilemeyi amaçlayan; bireyin toplumsal, ekonomik, kültürel olanakları ve yaşadığı toplumun yapısı ile bağımlı olarak yapılan etkinlikler bütünüdür”(Akten, 2003, s. 116). Bu tanımlardan hareketle rekreasyonel seyahat

motivasyonlarını haz almak amacıyla, tamamen boş zamanda, isteğe bağlı ve gönüllü olarak, ferdi veya grup içinde gerçekleştirilen, fiziksel ve düşünsel yenilenme sağlayan, organize edilmiş ve günlük yaşam kullanım alanlarının dışına çıkılarak yapılan eylemler olarak adlandırabiliriz (Türkay, 2009, s. 255). Bu eylemlere katılımın da kendini gerçekleştirme güdüsüyle yakından alakalı olduğu iddia edilebilir.

Tanımlardan da görüldüğü gibi dinlenme ya da rekreatif faaliyette bulunmak birbirlerinden kesin çizgilerle ayrılmayan kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkay'ın (2009, s. 250) da bu konuda değindiği gibi günümüzün yaşam pratiğine bakıldığı zaman insanın kullandığı zamanı üçe ayırmak mümkündür (Türkay, 2009, s. 250): (1) çalışma zamanı, (2) kişinin uyuma, yeme, içme vb. fizyolojik gereksinimlerini karşıladığı var olma zamanı ve (3) boş zaman. Fizyolojik gereksinim harici dinlenme de rekreasyon da aslında bu zaman dilimlerinden boş zamanı anlamlı şekilde geçirme etkinlikleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Konuyu turizm açısından ele aldığımızda dinlenme kavramı içerisinde fiziksel olarak dinlenmek, rahatlamak, günlük yaşamın stresinden uzaklaşmak, hanehalkı tarafından sahip olunan veya kiralanan bir tatil evinde kalmak, balayına gitmek, sıcaklık, güneş ve kumsalda vakit geçirmek sayılabilir (Zengin, 2009, s. 49; Aktaş Polat, 2013, ss. 27-28; United Nations, 2010, s. 25). Dinlenmeden çok farklı olmasa da rekreatif amaçlar arasında ilginç yerleri gezip görmek (/*sightseeing*), doğal veya insan yapımı alanları ziyaret etmek, rutin olmayan bir şekilde alışveriş yapmak, eğlenmek, yaz kamplarına katılmak, plaj ve denizleri kullanmak, kaplıca ve güneş banyosu yapmak sayılabilir (Middleton ve Clarke, 2001, s. 73; Avcıkurt, 2009, s. 18; United Nations, 2010, s. 25).

Çalışma kapsamında açımlaması yapılacak olan türlerden dinlenme ya da rekreatif temel amacına sahip olunan türlere dinlenme/rekreatif temelli turizm türleri; bu temel amaçla seyahat eden turistlere ise dinlenme/rekreatif turistleri adlandırması yapılacaktır.

2.2.6.2. Sosyal etkileşim ana amacı taşıyan turizm ve turist çeşitleri

Sosyal bir varlık olan insanın turizm amacıyla seyahat edenlerini ele aldığımız turistlerin, sosyal yönlerini geliştirmek ve bu açıdan ihtiyaçlarını gidermek amacıyla turistik bir faaliyete katılmaları bu turizm cinsine temel teşkil eden motivasyondur.

Yeni insanlarla tanışmak; yeni arkadaşlar edinmek; aile, akraba ve arkadaş ziyaretleri (VFR); cenaze, düğün merasimleri veya herhangi diğer aile etkinliklerine katılmak; hasta veya yaşlı için kısa süreli bakım gibi amaçlarla yapılan seyahatler bu kapsamda değerlendirilebilir (Middleton ve Clarke, 2001, ss. 72-73; Zengin, 2009, s. 49; United Nations, 2010, s. 25; Goeldner ve Ritchie, 2012, ss. 7-8).

Çalışma kapsamında açımlaması yapılacak olan türlerden sosyal etkileşim temel amacına sahip olunan türlere sosyal etkileşim temelli turizm türleri; bu temel amaçla seyahat eden turistlere ise sosyal etkileşim turistleri adlandırması yapılacaktır.

2.2.6.3. Kültürel edinim ana amacı taşıyan turizm ve turist çeşitleri

Kültür sözcüğü etimolojik olarak uzun bir süreçten geçerek günümüzdeki semantik anlamına kavuşmuştur. Sözcük, ilkin Latince "toprağa bir şey ekip ürün almak" anlamına gelen *colere* kelimesinin, Fransız yazar ve düşünür Voltaire'in "insan zekâsının oluşumunu, gelişmesi ve yüceltmesini" belirleyen bir terim olarak kullanmasıyla bugünkü anlamına kavuşmuştur (Bakan ve Erşahan, 2007, ss. 320-321). Başka bir ifadeyle kültür, özellikle bilim ve felsefede, "insanların ve toplumların yapıp öğrenerek kazandığı her şey (tutum, davranış, ilke ve değerler), yani kısaca uygarlık" anlamında kullanılmaktadır (Bakan ve Erşahan, 2007, s. 321). UNESCO tarafından 2001 yılında yayımlanan *The Universal Declaration on Cultural Diversity* adlı eserde kültür, "bir toplum veya sosyal grubun sahip olduğu sanat, edebiyat, yaşam stili, birlikte yaşama şekli, değer sistemleri, gelenek ve inançları ile özel ruhani, maddesel, entelektüel ve duygusal özellikler" olarak tanımlanmıştır (UNESCO, 2001, s. 18).

Dünya Turizm Örgütüne göre kültür turizmi, "ziyaretçinin temel motivasyonunun bir turizm destinasyonundaki somut ve somut olmayan kültürel cazibe merkezlerini ya da ürünlerini öğrenmek, keşfetmek, deneyimlemek ve tüketmek olduğu bir turizm aktivitesi türüdür. Buradaki cazibe merkezleri ya da ürünler; sanat ve mimariyi, tarihi ve kültürel mirası, mutfak mirasını, edebiyatı, müziği, yaratıcı endüstrileri ile yaşam tarzları, değer sistemleri, inançları ve gelenekleriyle yaşayan kültürlerini kapsayan toplumun ayırt edici materyal, entelektüel, manevi ve duygusal bir dizi özellikleriyle ilgilidir" (UNWTO, 2019a, s. 30).

Kültürel edinim temelli turizm, insanların kendi yaşadıkları yerler dışındaki insanların ve toplulukların kültürlerini öğrenme isteğinden kaynaklanan merak dürtüsünün tetiklediği seyahatlere kaynaklık eden motivasyonla yapılan turizm cinsi olarak tanımlanabilir (Zengin, 2009, s. 49). Kültür edinim temelli turizmde yeni kültürleri tanıma, geçmişteki kültürleri merak etme temeline dayanan insanlığın kültürlerini eğlence yanlarıyla birlikte diğer gruplarının kültürlerine de açık olan yanlarıyla ilgili turizm faaliyetlerinin tümünü kapsar (Batman ve Çınar Oğuz, 2008, s. 191).

Kültürel ve doğal mirasa sahip destinasyonları ziyaret etmek; festivallere, tiyatrolara, müzelere gitmek; aktif veya seyirci, oyuncu veya gönüllü olarak bu faaliyetlere katılmak; doğum yerini, tarihsel kökenlerini aramak ve ziyaret etmek; hac yolculuğu, meditasyon ve ruh sağlığı için inzivaya çekilmek gibi dini inançla ilgili seyahatte bulunmak bu motivasyonlardan hareketle yapılan turistik gezilere örnek olarak verilebilir (Middleton ve Clarke, 2001, ss. 72-73; Zengin, 2009, s. 49; Aktaş Polat, 2013, s. 28).

Çalışma kapsamında açımlaması yapılacak olan kültürel edinim temel amacına sahip olunan türlere kültürel edinim temelli turizm türleri; bu temel amaçla seyahat eden turistlere ise kültür turistleri adlandırması yapılacaktır.

2.2.6.4. Hobiye dayalı özel ilgi temelli turizm ve turist çeşitleri

Brotherton ve Himmetoglu'nun (1997, s. 14) genelden özele ayırdığı Trauer'ın (2006, s. 187) da görselleştirdiği ilgi temelli turizm tüketiciler açısından (1) genel ilgi turizmi (GIT), (2) karma ilgi turizmi (MIT) ve (3) özel ilgi turizmi (SIT) olarak üç gruba ayrılmaktadır.

Bu ayrımlardan özel ilgi turizmi; "bireylerin veya grupların belirli özel ilgi motifleri tarafından yönlendirilen, uyumlaştırılmış boş zaman ve eğlendinlen yaşantı ya da deneyimleri" olarak tanımlanmaktadır (Douglas, Douglas ve Derret, 2001, s. 4). Novelli'ye (2011, s. 13) göre özel ilgi turizmi "tatil tercihleri spesifik motivasyonlar ile mülhem ve tatmin seviyeleri peşinde koştukları deneyim ile belirlenen tüketicileri içeren bir turizm çeşidi" olarak tanımlanmaktadır. Derret (2001, s. 3) özel ilgi turizmini "birey ya da grupların spesifik olarak ifade edilmiş ilgilerini esas alan isteğe uyarlanmış boş vakit ve eğlendinlen deneyimlerinin sağlanması" olarak tanımlamaktadır.

Yeni bir lokalite arzusu ve otantik ürünler, bir yeri ziyaret etme motivasyonunun bir parçası haline gelebilmektedir. O yerlerin geçmiş ve günümüzdeki halleri, turist tarafından aranılan eşsiz tecrübenin bir parçasıdır (Novelli, 2011, s. 13). Burada özel ilgi turistinin dinlenmek ve kendisini yenilemek için öncelikli hedefi gidilecek yer değil o yerde ne çeşit etkinliklere katılacağı, daha sonra yapmak ya da katılmak istediği etkinlikleri nerede en iyi şekilde bulacağı odaklı bir tercih süreci geçirmesi söz konusudur (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 121). Böylelikle özel ilgiyle hobi kavramlarını birleştirerek ilgi ve aktivite örtüşümü elde edebiliriz. Hobi "her zamanki çalışmaların haricinde yer alan dinlendirici bir merak veya severek yapılan iş, vakit geçirme yolu; uğraş" olarak tanımlanmaktadır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 235; TDK, 2020i). Yani Kişilerin ilgi ve hobileri birbirinden çeşitli olup doğal olarak ilgilenme düzeylerinde de farklılıklar vardır. Kişilerin özel meraklarından doğan ihtiyaçlarını gidermek için giderek bireyselleşen talep eğilimleri, bazı turizm işletmelerini bu özel ürün veya hizmetleri üretmeye ve arz etmeye itmesiyle ortaya çıkan ilişkiler özel ilgi turizmi cinsini ortaya çıkarmıştır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 235).

Dahası Douglas ve diğerleri (2001, s. 3) özel ilgi turizmini, kitle turizmine bir alternatif olarak görmektedir. Bunun gerekçesi olarak yazarlar, özel ilgi turizmini "bireylerin ve grupların özel olarak ifade edilen ilgileri tarafından yönlendirilen özelleştirilmiş boş zaman ve rekreasyonel deneyimlerin sağlanması olduğunu" öne sürmektedir. Onlara göre özel ilgi turisti, "belirli ilgi ve ihtiyaçlarını karşılayan bir ürün veya hizmetle ilgilenmeyi seçer, bu nedenle özel ilgi turizmi farklı ve belirli bir nedenle yapılan turizmdir" (Douglas ve diğerleri, 2001, s. 3).

Çalışma kapsamında açımlaması yapılacak olan türlerden hobiye dayalı özel ilgi temel amacına sahip olunan türlere (hobiye dayalı) özel ilgi temelli turizm türleri; bu temel amaçla seyahat eden turistlere ise özel ilgi turistleri adlandırması yapılacaktır.

2.2.6.5. İş / eğitim ana amacı taşıyan turizm ve turist çeşitleri

Bu cinse kaynaklık eden temel seyahat motivasyonu; ego ve kişisel ilerleme ihtiyacından kaynaklanan iş, toplantı, çalışma ve eğitim amacı ile gerçekleştirilen turistik gezilerdir.

Birleşmiş Milletler'e (2010, ss. 25-26) göre temel iki ayrımdan biri olarak [diğeri kişiseldi] iş ve profesyonellik olarak adlandırılan bu turizm cinsi; yatırımcı ve işadamı gibi serbest meslek sahipleri ve çalışanların, ziyaret edilen ülke veya yerdeki yerleşik bir üreticiyle örtülü veya açık bir işveren-işçi ilişkisi dışında kalan faaliyetlerini içerir. Bu cins ayrıca toplantılara, konferans veya kongrelere, ticaret fuarlarına ve sergilere katılmak; konferanslar, konserler, gösteriler ve oyunlar vermek veya düzenlemek; (ziyaret edilen ülke veya yerde) yerleşik olmayan üreticiler adına mal veya hizmetlerin tanıtımını, tutundurulmasını, satılmasını veya satın alınmasını yapmak; ziyaret edilen ülkede görev başında bulunma durumu dışında yabancı bir hükümet misyonu doğrultusunda diplomatik, askeri veya uluslararası organizasyon personeli olarak katılmak; sivil toplum kuruluşu misyonlarına katılmak; bilimsel veya akademik araştırmalara katılmak; (ziyaret edilen ülke veya yerde) yerleşik olmayan acenteler için turizm seyahatlerini programlamak, konaklama ve ulaşım hizmetleri için sözleşme yapmak, rehber veya herhangi bir diğer turizm profesyoneli olarak çalışmak; profesyonel spor faaliyetlerine katılmak; resmi veya gayri resmi iş başında eğitim kurslarına katılmak; özel bir ulaşım modunda (kurumsal jet, yat vb.) mürettebatın bir parçası olmak gibi faaliyetleri de içerir.

Bu motivasyonla seyahat eden kişiler; iş, toplantı, çalışma ve eğitim gibi yukarıda sayılan hedeflerine sahip olarak seyahat ederek tanınma, takdir edilme, dikkat çekme ve iyi bir ün kazanma isteklerini karşılamayı hedefleyebilirler (Zengin, 2009, s. 49). Kamu ve özel sektörün sergileri, konferansları, toplantıları ve kısa süreli kursları takip etmek; el sanatları, etkinlik kursları gibi kişisel ilgilere yönelik kurslara katılmak ile kongre, fuar ve seminer gibi ziyaretler de bu kapsamda bir isteği karşılama amacıyla yapılan seyahatler olarak değerlendirilebilir (Middleton ve Clarke, 2001, ss. 72-73).

Çalışma kapsamında açımlaması yapılacak olan türlerden iş ya da eğitim temel amacına sahip olunan türlere iş/eğitim temelli turizm türleri; bu temel amaçla seyahat eden turistlere ise iş ya da eğitim turistleri adlandırması yapılacaktır.

2.2.6.6. Sağlık ana amacı taşıyan turizm ve turist çeşitleri

Bu cinse kaynaklık eden temel motivasyon sağlık ve zindelik peşinde seyahate çıkmaktır (Middleton ve Clarke, 2001, ss. 72-73). Bir başka görüşe göre ise bu güdüyle

seyahat etmek isteyenlerin temel amacı fiziksel ve sağlıkla ilgili faaliyetlere katılarak rahatlamaktır (Zengin, 2009, s. 49).

UNWTO ve Avrupa Seyahat Komisyonu (ETC - *European Travel Commission*) 2018'de yayınladıkları Exploring Health Tourism raporunda sağlık, wellness and medikal turizmin son yıllardaki büyümesine dikkat çekerken sağlık temelli turizmin hala "zayıf bir şekilde tanımlandığını, hakkındaki verilerin bölümlendirildiğini ve tanım ve kavramların ülkeler arasında ciddi şekilde farklılaştığını" belirtmektedir. Rapora göre sağlık turizmi, medikal ve welness bazlı etkinlikler vasıtasıyla fiziksel, zihinsel ve/veya ruhsal sağlık katkı sağlama ana motivasyonu olan turizm türlerini kapsamaktadır. Bunlar bireylerin kendi ihtiyaçlarını karşılamak için kapasitelerini yükselten, bireyler olarak çevre ve toplumlarında daha iyi işlev görmelerini sağlayan etkinliklerdir (URL 3).

Birleşmiş Milletler'in (2010, s. 26) kişisel sebeplerden biri olarak ele aldığı bu cins hastanelerden, kliniklerden, nekahet evlerinden -daha genel olarak sağlık ve sosyal kurumlardan- hizmet almayı; tıbbi tavsiyeye dayandıkları takdirde talasoterapi, spa ve kaplıca gibi uzmanlaşmış merkezleri ziyaret etmeyi ve tıbbi imkân ve hizmetleri kullandıkları takdirde kozmetik ameliyatları içerir. Bu gibi faaliyetlerde dikkat edilmesi gereken husus süredir. Yani, bu amaçla yapılan seyahatler kısa süreli tedavileri içerir çünkü bir yıl veya daha uzun süreli kalış gerektiren uzun süreli tedaviler, turizmin bir parçası değildir.

Çalışma kapsamında açımlaması yapılacak olan türlerden sağlık ve medikal bakım temel amacına sahip olunan türlere sağlık temelli turizm türleri; bu temel amaçla seyahat eden turistlere ise sağlık turistleri adlandırması yapılacaktır.

2.2.6.7. Spor ana amacı taşıyan turizm ve turist çeşitleri

Bu cinse kaynaklık eden temel motivasyon, ister profesyonel katılımcı olsun isterse seyirci olsun sportif bir faaliyete katılmak için yapılan turistik gezilerdir.

Batman ve Eraslan (2007, ss. 198-199) spor turizmini; spora ilgi duyan, spor yapan, sportif bir aktivitede görev alan kişilerin katılımıyla oluşan olaylar ve ilişkilerden doğan uluslararası ve ulusal alanlarda seyahat etmek olarak ifade etmektedir. Nogawa, Yamguchi ve Hagi (1996, s. 47), "spor turistinin etkinlik alanında en az 24 saat kalan ve

birincil amacı bir spor etkinliğine katılmak olan geçici bir ziyaretçi olduğunu, ziyaret edilen bölgenin ikincil bir cazibe merkezi olduğunu" öne sürmektedir. Yazarlar ayrıca spor turistlerinin üçe ayrılabileceğini öne sürmektedir (s. 47): (1) etkinlik katılımcıları, seyahatlerindeki birincil amacı organize bir spor etkinliğine katılmak olan kişiler; (2) birincil amacı organize bir spor etkinliğini izlemek olan etkinlik seyircileri ve (3) "kendi kendine organize" sporlara katılmak için seyahat eden sporseverler.

Birçok yazar (Middleton ve Clarke, 2001, ss. 72-73; Zengin, 2009, s. 49; Avcıkurt, 2009, s. 18) ve Birleşmiş Milletler (United Nations, 2010) tarafından rekreatif faaliyet olarak ele alınan yürüyüş, kayak, golf, yelkenli gibi açık hava etkinliklerine ve kapalı spor salonlarında çeşitli spor aktivitelerine katılmak ve spor karşılaşmalarını izlemek gibi faaliyetler bu çalışma kapsamında spor temelli turizm cinsleri için kullanılacaktır.

Turizm ve spor ilişkileri hakkında Batman ve Eraslan (2007, s. 198) en kapsamlı bağlantı formlarını tanımladığı ilişki varyasyonları izleyen tabloda görülmektedir.

Tablo 2.10: Spor ve turizm ilişki varyasyonu (Batman ve Eraslan, 2007, s. 198).

Turizmde spor	Turistlerin turizm esnasında spor yaparak sağlıklı yaşam alışkanlıklarının devamını sağlaması (tesislerin etrafında jogging, yüzme havuzları, yürüyüş ve bisiklet parkurları gibi) ve/veya spor etkinlikleriyle turistlere sporun bireysel ve sosyal faydalarının sunulması ile onlara daha zengin ve faydalı ortamların sunulması (havuz başı step/aerobik seansları gibi).
Spor turizmi	İnsanların ister aktif olsun (golf, binicilik, dağ bisikleti, yamaç paraşütü vb.) ister pasif olsun (olimpiyatlar, uluslararası şampiyonalar, boks seyirleri vb.) spora katılım amacına ulaşması için turizm hizmetlerinin sunulması olayıdır.
Nostaljik spor turizmi	Geleneksel sportif etkinliklerle (Kırkpınar Yağlı Güreşleri gibi) sportif rekorların kırıldığı tesis/yerlerin ziyaret edilmesi; tarih yazmış sporcuların eşyalarının sergilendiği müzelerin gezilmesi gibi organizasyonların icra edilmesi.

Spor turizminin kendi gerçek kimliği oluşturma aşamasında olduğunu düşünen Pigeassou'ya (1997, s. 29) göre, spor turizmine ilişkin küreselleşmiş bilginin yokluğu, bu fenomenin analizinde ve sınırlandırılmasında bir engel teşkil etmektedir. Nogawa ve diğerleri (1996, s. 47) de bu durumu "bu kategoriler ve spor turistinin tanımına ilişkin daha kapsamlı bir tartışmaya ihtiyaç var" diyerek doğrulamaktadır.

Çalışma kapsamında açımlaması yapılacak olan türlerden hangi katılım seviyesinden olursa olsun spor temel amacına sahip olunan türlere spor temelli turizm türleri; bu temel amaçla seyahat eden turistlere ise spor turistleri adlandırması yapılacaktır.

2.2.7. Tür

Esasında, sistematiğin kurucusu Aristotales tarafından tarif edilip Yeniçağ sistematiğinin belirleyicisi Linnaeus tarafından yeniden tescil edilmiş şekliyle tür, "gözlemlenen her çeşitliliğin, içerisine yerleştirildiği değişmez bir düşünce kalıbı" olarak kabul edilmiştir (Duralı, 1987, s. 157).

Taksonominin en önemli kategorisi türdür ve aynı türe ait canlılar, evrimsel geçmişlerinin ortak olması nedeniyle, birbirleriyle çok sayıda benzer özellik taşırlar. Aynı türden canlılar, aynı cinsten canlılara göre daima daha fazla ortak özellik taşırlar ve türlerin cinse göre birey sayısı daha azdır (Candaş, 2008, s. 4, b. 2).

Bu kapsamda şimdiye değin hiyerarşik olarak sıralaması yapılan turizm ile turistlere ait taksonların en çok benzeştiği ve tanımları üzerinden bu seviyede ayrımı yapılacak olan türler, bir sonraki bölüm kapsamında önce literatürdeki halleriyle işlenecek sonra da türlerin araştırma yöntemi vasıtasıyla açımlaması yapılarak literatüre kazandırılması önerilecektir.

2.3. Turizm Türlerinin Kavramsal Dizini

Bu bölümde ele alınacak turizm türleri, turizm hiyerarşik dizininde son basamağa tekabül eden; araştırma kapsamında açımlaması yapılıp kavramsal karışıklığı giderilip turizm ve turist taksonomi modelinde varsa yeri önerilecek olan türlerdir.

Bu kapsamda izleyen alt başlıklarda 41 adet turizm türüne gelişigüzel yer verilmiş olup bunların dayandıkları literatür açıklamaları açıklanmıştır.

2.3.1. Ekoturizm

Organik tarım turizmi, yeşil turizm (Jones, 1987), yumuşak (soft) turizm (Mader, 1999), savunmacı turizm (Krippendorf, 1982), doğa odaklı turizm (Durst ve Ingram, 1989), sorumlu turizm olarak da adlandırılan ekoturizm, birçok farklı şekilde tanımlanmakla birlikte henüz bu konu üzerinde fikir birliğine varılmamıştır (Yücel, 2002, s. 2). Turizm türü olarak da yeri çok net olmayan ekoturizm kavramı, bazıları için doğa temelli turizm etkinliklerinin bir alt kümesi, bazıları için niş pazar, bazıları içinse özel ilgi turizm türlerinden özge bir türdür (Wearing ve Neil, 2009, s. xii). Şu bir gerçek ki içeriğinin

doğru şekilde ifade edilmeye çalışılması nedeniyle standart bir tanıma sahip değildir (Erdoğan, 2003, s. 110).

Ekoturizmin en çok kabul edilen ilk tanımı esas mesleği mimar olan çevreci Héctor Cabellos-Lascurain'e (1996) ait olup Ceballos-Lascurain 1983 yılında "ekoturizm" kavramını ilk defa ortaya atmıştır (Erdoğan, 2003, s. 109; Wearing ve Neil, 2009, s. 5). Aslında Ceballos-Lascurain, 1981 yılında bu terimi İspanyolca olarak *turisimo ecologico* olarak kullanmaya başlamış, 1983 yılında *ecoturisimo* olarak kısaltılıp kullanılagelmiştir (Wearing ve Neil, 2009, s. 5).

Ceballos-Lascurain, terimi adlandırdıktan sonra onun ilk tanımını da yaparak ekoturizmi doğal çevrenin temel odak olduğu turizm türü olarak ifade etmiştir (Wearing ve Neil, 2009, s. 6). Bu tanımda belirtilen doğal çevre odaklılık, ekoturizmin iki temel yönünü göstermektedir: (1) Ekoturizm bozulmamış doğal çevrelere seyahati içermektedir, (2) bu seyahat baskın olarak doğal çevreyi deneyimlemek üzere kurgulanmaktadır.

1996 yılında Dünya Doğayı Koruma Birliği (IUCN), ekoturizmi; "yerel halka fayda sağlayan, halkın aktif sosyo-ekonomik katılımını sağlayan, düşük düzeyde negatif ziyaretçi etkisi yaratan ve korumayı geliştiren (geçmişte ve günümüzdeki kültürel zenginlikleri) doğanın değerini anlamak ve zevkine varmak için nispeten bozulmamış doğa alanlarına yapılan, çevre açısından duyarlı seyahat ve ziyaret" olarak tanımlamıştır (Altan, 2006, s. 50-51; Ankaya, Yazıcı, Balık ve Aslan, 2018, s. 69).

2002 yılının Mayıs ayında, Kanada'nın Quebec kentinde, 133 ülkeden gelen 1100 delegenin katılımıyla yapılan Dünya Ekoturizm Zirvesinde ekoturizm kavramına ilişkin ortak bir tanımlama yapılmıştır. Bu tanıma göre ekoturizm; "yeryüzünün doğal kaynaklarının sürdürülebilirliğini güvence altına alan, bunun yanı sıra yerel halkların ekonomik kalkınmasına destek olurken, sosyal ve kültürel bütünlüklerini koruyup gözeten bir yaklaşım" olarak benimsenmiştir (Ekoturizm ve Sürdürülebilir Turizm Derneği, 2019). Ekoturizmin küresel önemini vurgulamak amacıyla 2002 yılı Birleşmiş Milletler tarafından Uluslararası Ekoturizm Yılı olarak ilan edilmiştir (BAKA, 2012, s. 4).

Ekoturizmin en çok kabul gören tanımı 1990'lı yıllarda Uluslararası Ekoturizm Topluluğu (*The International Ecoturism Scoiety* - TIES) tarafından yapılmıştır. Bu

tanıma göre ekoturizm, "çevreyi koruyan ve yerel halkın refahını arttıran doğal alanlara yapılan sorumlu seyahatler" iken ekoturizme olan ilginin artması yeni tanımlama arayışlarına neden olmuştur. Topluluk, ekoturizm tanımını 2015 yılında güncelleyerek ekoturizmi günümüzde "çevreyi koruyan, yerel halkın refahını sürdüren, yorumlama ve eğitimi içeren doğal alanlara yapılan sorumlu seyahatlerdir. Eğitim, hem personeli hem de misafirleri kapsamalıdır" şeklinde açıklamaktadır (TIES, 2020). Yeni tanımda önceki tanımda üzerinde önemle durulan koruma ve yerel topluluklar konusuna ek olarak "turizm personeli ve ziyaretçilerin eğitimi" vurgulanmaktadır (Güneş, 2018, s. 222).

Ekoturizmin dikkat çekici tanımlarından birini yapan Doğa için Dünya Fonu (*World Wide Fund for Nature* - WWF), ekoturizmi "vahşi doğa çevresinde doğal çevreye en az etkide bulunan ve bu arada yerel topluluklara ekonomik fayda sağlayan" turizm türü olarak belirtmiştir (Yücel, 2002, s. 2).

Dünya Turizm Örgütüne göre ekoturizm; "ziyaretçinin temel motivasyonunun ekosistemin bütünlüğünü korumak ve yerel halkın refahını artırmak için sorumlu bir tutumla biyolojik ve kültürel çeşitliliği gözlemlemek, öğrenmek, keşfetmek, deneyimlemek ve takdir etmek olduğu doğa temelli bir turizm faaliyetidir" (UNWTO, 2019a, s. 32).

Ekoturizm tanımı üzerine bir fikir birliği sağlanamasa da temel özellikleri ve amaçları konusunda ortak bir takım görüşler bulunmaktadır (Saydan ve Küçükaslan, 2007, s. 113; Yücel, 2002, s. 2; Erdoğan, 2003, s. 115). Bu görüşlerden bazıları şöyledir:

- Biyolojik çeşitliliğin korunmasına katkıda bulunması,
- Yerel halkın refahını gözetmesi, turistlerin ve yerel halkın bilinçlendirilmesinin sağlanması,
- Küçük ölçekli işletmeler tarafından küçük turist gruplarına hizmet verilmesi,
- Olumsuz çevresel ve sosyo-kültürel etkilerin en aza indirgenmesi için turistlerin ve yerel halkın turizm endüstrisi hakkında sorumlu hareket etmesinin sağlanması,
- Geri dönüşü olmayan kaynakların en düşük düzeyde tüketilmesi,
- Turizm yönetimine yerel düzeyde katılımın önemsenmesi,
- İş fırsatlarının ve mülkiyetin yerel halk lehine gelişmesinin gözetilmesi.

Ekoturizm, Daş ve diğ. (1997[53]) tarafından aynı zamanda ekosistemlerin korunmasına ve sürdürülebilir bölgesel kalkınmaya katkı sağlayan bir çevre koruma stratejisi olarak tanımlanmıştır (aktaran Erdoğan, 2003, s. 112). Ekoturizm, biyoçeşitliliğin, doğal çevrenin ve kültürel varlıkların korunmasına yönelik farkındalığı hem yerel halk hem de ziyaretçiler arasında artırır ve ekosistem üzerindeki olumsuz etkiyi en aza indirmek için özel yönetim süreçleri gerektirir (UNWTO, 2019a, s. 32).

Yeryüzü Zirvesi olarak da adlandırılan Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı 1992 yılında Rio de Janeiro'da yapılmıştır. Konferansta 21. yüzyılın ortak hedefi sürdürülebilir gelişme/kalkınma olarak benimsenmiştir (Yıldırım ve Öner, 2003, s. 6; Kayapınar, 2006, s. 16; Cengiz Gökçe, 2018, s. 91; Habitat, 2020). Konferansta, sürdürülebilir çevre için ölçütler ortaya atılmış ve turizme de uyarlanmıştır. Bu ölçütler; (1) çevreye zarar verilmeden maksimum fayda sağlamaya yönelik yöntemlerin belirlenmesi, (2) yerel kültürün korunması ve yerel halkın sürece dâhil olarak turizm faaliyetlerinden yararlanmalarının sağlanması olarak belirlenmiştir (Ekoturizm ve Sürdürülebilir Turizm Derneği, 2019).

Ekoturizm, koruma, topluluklar ve sürdürülebilir seyahat ile ilgilidir. Bu demektir ki ekoturizm uygulayanlar ve ona katılanlar tablo 2.11'de görünen ekoturizm ilkelerine riayet etmeleri gerekmektedir (TIES, 2020).

Tablo 2.11: Ekoturizm ilkeleri (The International Ecotourism Society (TIES). Erişim adresi: http://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism).

Etkiyi asgariye indirmek
Çevresel ve kültürel farkındalık oluşturup buna saygı göstermek
Hem ziyaret edenler hem de ev sahipleri için olumlu deneyimler sağlamak
Koruma için doğrudan finansal yararlar sağlamak
Yerel halk için finansal yarar ve güç sağlamak
Ev sahibi ülkenin politik, çevresel ve toplumsal iklimine karşı olan hassasiyeti artırması

Ekoturizm konusunda yapılan tüm çalışmalarda, yerel halk aktif olarak süreçte yer almalıdır. Yapılan çalışmaların ise toplum ve çevre üzerindeki olumsuz etkileri en aza indirgenmeli, yerel halk olası etkilere karşın önceden bilgilendirilmelidir. Halkın bölgelerindeki turizm gelişimini kabul etmiş olmaları, ekoturizmin prensibi olarak kabul edilmektedir (Yücel, 2002, s. 2).

[53] Çalışmada ilgili kaynak; "Daş, C. Korkmaz, M. Ve diğerleri (1997). Antalya-Belek Yöresinde Ekolojik Peyzaj Modelleme Çalışması, Turizm ve Çevre. Oleyis Vakfı Yayınları, Ankara." olarak verilmektedir.

Turizm gelişiminden bahsedildiğinde sürdürülebilirlik anlayışının benimsenmiş olması önemlidir (Güneş, 2018, s. 218). Ekoturizmin sürdürülebilir kalkınmayı desteklemesi, doğa korumayı teşvik eden ve sürekli ekonomik fayda sağlayan bir planlama ve yönetim anlayışıyla doğrudan ilgilidir (Baral, 2015, s. 281; Yılmaz, Mutlu, Mutlu, Demir ve Irmak, 2018, s. 283).

Ekoturizmin genel özellikleri ise UNEP ve UNWTO tarafından şu şekilde özetlenmiştir (WWF, 2001, s. 2; Güneş, 2018, ss. 222-223):

- Yalnızca doğanın değil, doğal alanlarda yaşayan yerel kültürlerin de deneyimlenmesi,
- Eğitim ve yorumlamanın turist arzının bir parçası olması,
- Genellikle küçük-yerel işletmeler tarafından küçük ziyaretçi gruplarının organize edilmesi,
- Doğal ve sosyokültürel çevre üzerindeki olumsuz etkilerin en aza indirgenmesi,
- Yerel yönetimler için ekonomik faydalar oluşturulmasıyla doğal alanların korunmasının desteklenmesi,
- Yerel halka yönelik istihdam olanaklarının yaratılması,
- Koruma konusunda yerel halk ve ziyaretçilerdeki bilinç düzeyinin artırılması.

Ekoturizm böylelikle Tablo 2.12'deki gibi dört temel unsuru içerisinde barındırmaktadır (Wearing ve Neil, 2009, ss.11-13):

Tablo 2.12: Ekoturizmin barındırdığı dört temel unsur.

1	***Bir yerden başka bir yere hareket etme kavramını.***	Ekoturizmin odak noktası doğal alanları deneyimlemek olduğu için bu seyahat, nispeten rahatsız edilmeyen ve korunan doğal alanlara yapılmalıdır. Doğal, tarihi ve kültürel zenginliği bakımında korunan alanlar ekoturizmin önemli bileşenleridir.
2	***Ekoturizm doğa odaklıdır***	İş gezileri, şehir seyahatleri, geleneksel sahil tatilleri ve spor tatilleri gibi etkinlikler ekoturizm olarak değerlendirilemez zira bunların temel deneyim motivasyonları ziyaret edilen alanın doğal çevresi değildir. Ekoturizmin aslında ne olduğuna dair tanımların gereğinden fazlalığına rağmen, en yaygın ortak payda doğa temelli olmasıdır. Swanson'un (1992, s. 2) da belirttiği gibi, "ekoturizm, bir yerde bulunan flora, fauna, yer şekilleri ve ekosistemlerin yanı sıra yakınlarda yaşayan insanların ihtiyaçları, kültürleri ve toprakla ilişkileri üzerinde çalışma, keyif alma ya da gönüllü yardımların için, genellikle gelişmekte olan ülkelerin nispeten daha az rahatsız edilen yerlerine seyahattir".

Tablo 2.12 (devamı): Ekoturizmin barındırdığı dört temel unsur.

3	***Ekoturizm, koruma tarafından yönlendirilir (/conversation-led).***	Turizm endüstrisinin bir segmantı olarak ekoturizm, "kaybolan kültürler ve ekosistemlere yönelik artan küresel kaygılar" (Kutay, 1990: 34) ve uygun olmayan turizm gelişimini kabul etmeme neticesinde ortaya çıkmıştır. Ekoturizm, doğal ya da korunan alanlara küçük sayıda insan gruplarını götürerek fiziksel, sosyal ve kültürel çevrelere asgari etki etmeyi amaçlar. Koruma kavramının bir sonraki adımı ise ekoturizmin "sürdürülebilir geleceğe katkı sağlayacağı" (O'Neill, 1991, s. 25) fikridir. Ekoturistler, genel kural olarak çevresel etkilere kitle turistlerinden daha duyarlıdır ve böylece ekoturizm "kültürler, miras ve doğal çevreye saygı duyup anlamaya büyük bir önem verir – ki zaten insanlar da genellikle saygı duyduklarını korur" (Richardson, 1991: 244). Esasında ekoturizm deneyimleri; hem çevre ile ilgi olarak hem de yerel nüfus, onların kültürleri, ihtiyaçları ve istekleri ile ilgili olarak sürdürülebilirdir
4	***Bir ekoturizm tanımında mutlaka olması gereken fikir, onun eğitici rolü olduğudur.***	Bir ekoturist genellikle doğa ile ilgili konularda farkındalık sahibidir ve çevre hakkında öğrenme meraklısıdır. Doğanın rastlantısal deneyim olduğu diğer turizm türlerinin aksine ekoturizmin doğaya bağımlılığı, doğal çevreyle etkileşimlerden doğan tatmin edici bir turistik motivasyonu içerir. Örneğin kumsalda bir aile hayal edin. Bunların sahili yüzmek, koşmak, kitap okumak vb. etkinliklerle boş vakit değerlendirmesi, eğlenmek ve rekreasyon olarak kullandıklarını düşünün. Eğer bu ailenin ziyaret amacı ekosistem kumul tepeciklerini öğrenmek bileşeni içerseydi, bu aileye ekoturist diyebilecektik. Bu yüzden ekoturizm operatörlerinden uygun ve kalifiye rehberler istihdam ederek, seyahat öncesinde ve esnasında çevresel bilgi sağlama açısından çevresel ve kültürel yorumlama beklenmektedir. Aktif katılımları sayesinde ekoturistler doğal ve kültürel korumanın önemine dair eğitilmektedirler. Ekoturizm, çevreyle etkileşim arzusu taşıyan ve değişen derecelerde olsa da bilgilerini, farkındalıklarını ve takdirlerini artırmak isteyen insanları cezbetmektedir. Ekoturizm aynı zamanda yerel halka da turistlerin ziyaret etmeye geldiği yer ve çekim noktaları hakkında bilgi sahibi olma ve onları kullanma fırsatı sunmaktadır. Ekoturizm, turistler tarafından gösterilen ilginin bir sonucu olarak yerel halk için ayrıca kendi kültürel geleneklerinin eşsiz değerlerinin takdirini yenilemeyi kamçılayabilir (Cole, 2007: 955; Kutay, 1990: 40).

2.3.2. Kırsal (*rural*) turizm

Dünya Turizm Örgütüne göre kırsal turizm, "ziyaretçinin deneyiminin genellikle doğa temelli faaliyetler, tarım, kırsal yaşam biçimi/kültürü, olta balıkçılığı (/angling) ve gezi ile bağlantılı geniş bir ürün yelpazesiyle ilişkili olduğu bir turizm faaliyetidir" (UNWTO, 2019a, s. 34).

Avrupa Birliği tarafından yapılan çalışmalarda kırsal turizm, "amacı tarımsal ya da yerel değerlerle iç içe bulunarak hoşça zaman geçirmek olan turistlere, beklentileri doğrultusunda konaklama, yiyecek-içecek ve diğer hizmetleri veren küçük ölçekli işletmelerin yer aldığı küçük yerleşimlerde geçekleştirilen faaliyetler bütünüdür" şeklinde tanımlanmaktadır (Avcıkurt ve Köroğlu, 2008, s. 63). Kırsal turizm kavramı,

şu dört temel bileşen ve içeriklerinin adlandırılmasıyla anlamlanabilecek bir kavramdır (Avcıkurt ve Köroğlu, 2008, ss. 64-65):

- Kırsal alanlar: dağlar, göller, nehirler, ormanlar, doğal manzaralar.
- Kırsal miras: endüstriyel (çağdaş) mimari, tarih öncesi miras, kaleler, kiliseler, köyler.
- Kırsal yaşam: el sanatları, yerel etkinlikler, beslenme, geleneksel müzik
- Kırsal etkinlikler: bisiklete binme, balık tutma, at binme, avcılık, yürüyüş.

Dünya Turizm Örgütüne göre kırsal turizm faaliyetleri, şu karakteristik özelliklere sahip, kentsel olmayan (/*non-urban*) yani kırsal (/*rural*) alanlarda gerçekleştirilir: (1) düşük nüfus yoğunluğu, (2) tarım ve ormancılığın hâkim olduğu peyzaj ve arazi kullanımı ve (3) geleneksel sosyal yapı ve yaşam tarzı. (UNWTO, 2019a, s. 34).

Doğal ve kültürel yapılarıyla özellikle kent insanının giderek artan şehre sıkışmışlık hissine cevap vermek üzere alternatif turizmin bir alt kolu olarak öne çıkan kırsal turizmi, insanların tercih etme sebepleri Avcıkurt ve Köroğlu (2008) tarafından şu şekilde sıralanmaktadır (s. 78):

- Geçmişe özlem,
- Yetişkinler için de çocuklar için de deneyim,
- Uzaklık ve yalnızlık,
- Dindirici çevre,
- Macera, spor ve/veya hobileri sürdürme olanağı,
- Sağlıklı olma isteği,
- Temiz hava,
- Vahşi yaşam,
- Kır manzarası,
- Doğaya karşı ilgi,
- Kırsal topluluklar tecrübe, kültür ve hayat şekilleri,
- Kentsel yaşamdan farklılaşma,
- Doğal kaynakları koruma gibi kırsal aktivitelerde yer alma,
- Tarihsel alanları keşfetme ve tarihi mirasla ilgilenme.

2.3.3. Çiftlik (*farm/ranch tourism*) / Tarım turizmi (*agri-turizm*)

Çiftlik ya da tarım turizmi, "kırsal bölgelerde çiftlik organizasyonu amacıyla kurulmuş ve çevresinde çiftlik ürünü sağlayan bir işletmenin aynı zamanda turizm konaklama olanakları sağlaması, gelen turistlerin de isterlerse bir çalışma programına (süt sağma, havyan besleme, hasat yapma vb.) katılabilecekleri, kırsal yaşantının sahnelenmesine olanak tanıyan" bir turizm türüdür (Avcıkurt ve Köroğlu, 2008, s. 76).

Potansiyel tarım turizmi faaliyetleri genellikle "çiftçi pazarları, çiçek sergileme, yol kenarı pazarları, antikalar, traktöre binme, ata binme, tarımsal fuarlar, tarımsal müzeler, bisiklet turları, hediyelikler, avlanma ve balık tutma, yöresel yemek öğretimi ve kırsal eğitim merkezleri gibi aktiviteler" (Wicks ve Meret, 2003, s. 5) ile hobi bahçeleri gibi uygulamaları kapsayabilir (Avcıkurt ve Köroğlu, 2008, s. 76).

2.3.4. Yayla turizmi (*plateau tourism*)

Yayla kelimesi Türk Dil Kurumuna göre iki boyut içermektedir (TDK, 2020j): (1) Akarsularla derin bir biçimde yarılmış, parçalanmış, üzerinde düzlüklerin belirgin olarak bulunduğu, deniz yüzeyinden yüksek yeryüzü parçası, plato; (2) dağlık, yüksek bölgelerde, kışın hayat şartları güç olduğu için boş bırakılan, yazın havası iyi ve serin olan, hayvan otlatma veya dinlenme yeri.

Bu demek oluyor ki yayla, coğrafi adlandırmanın ötesinde "farklı rölyef üzerinde yer alan, sürekli ya da geçici olarak göçebelere, köy ve köy-altı kasabalarda yaşayan insanların belirli bir süre içinde bulundukları yerler" olarak tanımlanmaktadır (Saydan ve Küçükaslan, 2007, s. 115). Yerleşme coğrafyası olarak yayla, "dağlık yüksek bölgelerde kışın hayat şartları güç olduğu için boş bırakılan, yazın havası iyi ve serin olan yüksek yerlerde hayvan otlatma ve dinlenme yerleri" olarak ifade edilmektedir (Saydan ve Küçükaslan, 2007, s. 115). Kızılırmak (2006, s. 1) göre yaylayı şöyle tanımlamaktadır;

> Yayla, yılın belirli süresi için hayvan otlatmak, tarım yapmak ve geçim sağlanmasında menfaat sağlayan her türlü işte çalışmak hatta dinlenmek için çıkılan veya gidilen, köyün hayat sahası dışında kalan, çok defa örtük mülkü olan, köyden ayrı ve çok zaman uzak olmakla beraber, sosyo ekonomik bağlarla tamamen köye bağlı bir alan veya esas geçim sahasına ekli ikinci bir bölümüdür.

Yayla turizmi ise, “doğayla iç içe yaşamayı seven ve macera tutkunlarının kısa süreli konaklama amacıyla yüksek rakımlı yerlerde yaptıkları turizm faaliyeti” olarak tanımlanmaktadır (Avcıkurt ve Köroğlu, 2008, s. 76). Yayla turizmi günümüzde büyük şehirlerde yaşayan insanların, şehir gürültüsü ve kirliliğinden kaçıp doğal güzelliklere sahip olan sessiz alanları tercih etmelerinin doğal bir sonucu olarak gelişmiştir

2.3.5. Botanik (*flora*) turizmi

Botanik turizm; “materyali doğanın floristik zenginliği olan ve özünde doğaya zarar vermeden bu floristik unsurları küçük gruplar halinde inceleyen insanların oluşturduğu yumuşak (/*soft*) turizm türüdür” (Sönmez, 2008, ss. 163-166).

“Turist açısından özel ilgi gerektiren, bitki türlerinin görülmesi ve incelenmesini amaçlayan” bu tür, “günübirlik geziler, doğa yürüyüşleri ve piknikler ile başlayıp doğayı tanımak, gördüğü bitkileri incelemek, yeşilin içerisinde karışarak doğadan alacağı bir numune bitkiyi kendi yaşam mekânlarına katmayı” kapsamaktadır (Saydan ve Küçükaslan, 2007, ss. 117).

2.3.6. Jeoloji temelli turizm (*Jeoturizm*)

Kavramın fikir babası olan Hose, jeoturizmi “turistlerin bir yerin jeolojisi ve jeomorfolojisini (dünya bilimlerinin gelişmesine katkısı dâhil) sade estetik takdir seviyesinden öte anlama ve bilmelerine olanak sağlayan yorumlama ve hizmet imkânlarının elde edilmesi” olarak tanımlamaktadır (Hose, 1995, s. 17; Hose, 2006, s. 221; Hose, 2011, s. 28).

Jeoturizm, kısaca jeosite olarak nitelendirilen jeolojik (ve de jeomorfolojik) alanların fiziksel temellerinin incelenmesi ve anlaşılması ile medya ve tutundurma yayınlarının yorumlanması kapsamlarını içine almaktadır (Hose, 2011, s. 28). Katılımcı seviyesinde jeoturizm rekreasyonel jeolojidir ki bu uygun alanlarda turizm sezonunu uzatabilir (Hose, 2011, s. 28). Jeoturizmin gelişmesinin orijinal nedenlerinden birisi jeokorumanın (/*geoconservation*) teşvik ve fonlanmasının sağlanmasıdır. Jeokoruma ise çeviri olarak “jeositlerin, jeomiras (/geoheritage) anlamına da gelen ilişkili koleksiyonları ile birlikte dinamik olarak korunması ve bakımıdır” (Hose, 2011, s. 29).

2.3.7. Kültür / kültürel miras turizmi

Kültürel miras, "insan varlığının kültürel, tarihi ve arkeolojik siteleri, yapıları, binaları, sanat eserlerini, kalıntıları ve özel karaktere sahip doğal oluşum ve manzaraları" kapsayan bir tabirdir (Helvacıoğlu Kuyucu ve Bulu, 2007, s. 124). Bu bağlamda kültür turizmi, "bireylerin, kültürel miras, kültürel varlıklar, etkinlikler, yerel kültürel doku ve gelenekler bütününü tanımak, deneyimlemek ve incelemek amacıyla yaptıkları ziyaretler" için kullanılmaktadır (Helvacıoğlu Kuyucu ve Bulu, 2007, s. 124).

Dünya Turizm Örgütü kültür turizmine dair iki tanım yapmaktadır. Birinci ve sınırlı tanıma göre kültür turizmi "insanların şehir turları, sanat gezileri, festival ve diğer kültürel etkinlik ziyaretleri, tarihi eser gezileri gibi temel olarak kültürel motivasyonlarla yaptıkları hareketler" iken ikinci geniş tanıma göre ise "insanın içinde bulunan değişiklik ihtiyacını tatmin etmek ve kültür seviyesini yükseltmek amacıyla bilgi, deneyim ve karşılamalar için yaptığı tüm hareketlerdir" (Johan ve Joppe, 2005, s. 18). Örgütün 2019'daki tanımına göre ise kültür turizmi, "ziyaretçinin temel motivasyonunun bir turizm destinasyonundaki somut ve somut olmayan kültürel cazibe merkezlerini ya da ürünlerini öğrenmek, keşfetmek, deneyimlemek ve tüketmek olduğu bir turizm aktivitesi türüdür" (UNWTO, 2019a, s. 30).

Avcıkurt'a (2009, s. 18) göre kültür turizmi; "insanların kültürel açıdan zengin yöreleri görmek, gittikçe kaybolan yaşam biçimlerini öğrenmek ve izlemek, kültürel değerleri bir anı olarak korumak amacıyla yaptıkları gezilerle ilgili turizm çeşididir". Bu geziye katılanlar, kırsal yerleşim yerlerine giderek yerel halkın yemeklerini tatmak, halk gösterilerini izlemek, festivallere katılmak ve eski el sanatlarını görmek isterler.

Kültür-turizm ilişkisi açısından bakılacak olursa eski sanat eserlerinin, tarihi yapıların, müzelerin, eski uygarlıklara ait kalıntıların görülmesi amacıyla yapılan seyahatler; araştırma ve inceleme için yapılan geziler kişilerin ufkunu açmakta ve kültürel miras turizmini oluşturmaktadır (Batman ve Çınar Oğuz, 2008, s. 190). Kültür turizmine dair bu cazibe merkezleri ya da ürünler; bir toplumun sanat ve mimarisini, tarihi ve kültürel mirasını, mutfak mirasını, edebiyatını, müziğini, yaratıcı endüstrilerini ve yaşayan kültürleri ile yaşam tarzlarını, değerler sistemini, inançlarını ve geleneklerini kapsayan ayırt edici materyal, entelektüel, manevi ve duygusal özellikleriyle ilgilidir (UNTWO,

2019a, s. 30). Bu miras somut ve somut olmayan kültürel miras olarak ikiye ayrılmaktadır.

Türkiye'de bakanlığının adının Kültür ve Turizm Bakanlığı olması, kültür-turizm ilişkisini göstermesi açısından dikkat çekici bir özelliktir.

2.3.8. Dini inanç (*religious*) turizmi

Din, "semavi olsun ya da olmasın insanların büyük bir inanç ve sadakatle bağlı bulunduğu değerler sistemidir" (Kanıbir ve Kaşlı, 2007, s. 154). Bir görüşe göre din insanın öz varlığını anlamaya yönelik kendine sorular yöneltip bu sorulara verdiği cevaplar üzerinden kendini ifade ettiği temel ihtiyaçlarından biridir (Giussani, 1997, s. 56). Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın tanımına göre inanç turizmi; "insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına, dini inançlarını gerçekleştirmek, inanç çekim merkezlerini görmek amacıyla yaptıkları turistik amaçlı gezilerin turizm olgusu içerisinde değerlendirilmesi" olarak tanımlanmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020) .

Uluslararası yazında genel kabul gören tanıma göre ise inanç turizmi "kutsal yerlerin, bu dinlere mensup turistlerce ziyaret edilmesine ilişkin faaliyetler bütünü" olarak tanımlanmaktadır (Richards ve Fernandes, 2007, s. 218). Yani temel motivasyonu dini görevleri yerine getirme ve kutsal mekâna duyulan merak kaynaklı seyahatlerdir.

2.3.9. Etnik köken (*root*) turizm

İlk kullanan olarak Smith'e (1977) atfedilen etnik turizm terimi, yazar tarafından, "yerli ve çoğu zaman egzotik halkların ilginç (/*quaint*)[54] gelenekleri açısından halka pazarlanan turizm" olarak tanımlanmaktadır (s. 2). O zamandan beri bu kavramın kendisi ve sonuçları, özellikle turizm ile etnik köken arasındaki bağlantılar ve turizmin etnik azınlıklar üzerindeki etkileri açısından kapsamlı bir şekilde tartışılmaktadır. Bir başka tanıma göre etnik turizm, "toplumların ilgi çekici yaşam biçimlerini ve kültürel

[54] Yazarın burada kullandığı *quaint* kelimesinin çevrilen anlamları enterans bir şekilde düşündürücüdür. Zira kelime hem "tuhaf, garip, acayip ve hoş, eğlendirici, güldürücü; eski fakat cazip/ zarif; kurnaz, sinsi, hilekâr" gibi olumsuz imaj uyandıran anlamlara sahipken hem de "hünerle/ maharetle yapılmış; hünerli, mahir" gibi olumlu imaja sahip anlamlara da gelmektedir (Merriam-Webster, 2020b; Zargan, 2020). Kişisel tahmin olarak yazarın bu kelimeyi özellikle kullanıp İngilizcede hem olumlu hem olumsuz çift kutuplu bir çağrışım uyandırma maksadı güttüğünü düşünmekteyim.

değerlerini gözlemleme ve tecrübe edinme amacıyla insanların yaptıkları seyahat" olarak tanımlanmaktadır (Avcıkurt, 2009, s. 17). Günümüzde ise etnik turizm; genellikle bir turistin etnik köyleri, azınlık evlerini ve etnik tema parklarını ziyaret etmesi, etnik etkinliklere ve festivallere katılması, geleneksel dansları veya törenleri izlemesi veya sadece etnik el sanatları ve hediyelik eşyalar için alışveriş yapması gibi egzotik kültürel deneyim arayışıyla motive edilen turizmi ifade etmektedir (Yang, 2011, s. 562).

Bu turizm çeşidinde turistler; gittikleri yerlerde yerel halkın evini ziyaret eder, folklor ve törenlerini izler ve muhtemelen dinsel törenlerine de katılırlar (Avcıkurt, 2009, s. 17).

2.3.10. Diaspora (kopuntu) turizmi

Diaspora terimi, Yunanca "ekmek" anlamına gelen *speiro* ile "üzerine" anlamına gelen *dia* edatına dayanarak oluşturulmuş bir kelimedir (Shuval, 2000, s. 42).

Esasen Yahudilerin İsrail topraklarından sürgün edilmesine ve dağılmasına atıfta bulunan diaspora kavramı; yıllar geçtikçe, yabancı bir ülkeye taşınan ancak güçlü bir topluluk duygusu ve menşei ülkelerine bağlılık duygusuyla bağlanan siyasi mülteciler, yabancı sakinler, misafir işçiler, göçmenler, sürgünler, etnik ve ırksal azınlıklar, denizaşırı topluluklar gibi birçok etnik azınlık grubunu içerecek şekilde büyümüştür (Huang, Ramshaw ve Norman, 2015, s. 61; Shuval, 2000, s. 42). Bu kategoriye giren son dönemdeki en büyük gruplara Eski Sovyetler Birliği'nin Rus olmayan devletlerinde yaşayan 25 milyon Rus, 1948'den beri topraklarını terk etmek zorunda kalan Filistinliler, ataları çeşitli Afrika ülkelerinden zorla çıkarılan ve başka toplumlara yerleştirilenlerin oluşturduğu siyahi diaspora örnek olarak verilebilir. Ve tabii ki, Kosova'dan gelen en son mülteci grubu da bu kategoriye katılmaktadır (Shuval, 2000, s. 42).

Türk Dil Kurumu'na göre bu kelime "(1) herhangi bir ulusun veya inanç mensuplarının ana yurtları dışında azınlık olarak yaşadıkları yer; (2) herhangi bir ulusun yurdundan ayrılmış kolu, kopuntu; (3) Yahudilerin ana yurtlarından ayrılarak yabancı ülkelerde yerleşen kolları, kopuntu" anlamlarını taşımaktadır (TDK, 2020k).

Sheffer (1986, s. 3), modern diasporalara atıfta bulunarak "ev sahibi ülkelerde ikamet eden ve yaşayan; ancak menşei ülkelerine (yani anavatanlarına) güçlü duygusal ve maddi bağlarını sürdüren göçmen kökenli etnik azınlık gruplarıdır" diyerek basit bir tanım önermektedir. Chaliand ve Rageau (1991, ss. xiv-xvii) ise bir diasporayı tanımlamak için dört temel ölçüt kullanmaktadır: (1) zorla dağılma/dağıtılma, (2) dağılmanın toplumun tarihsel ve kültürel hafızasında tutulması,(3) bir mirası aktarma iradesi ve (4) o topluluğun zaman içinde hayatta kalma becerisi (ayrıca bkz. Esman, 1986, s. 333; Kearney, 1995, s. 553). Shuval (2000, s. 43) ise diasporanın iki önemli özelliğini tanımlamıştır: (1) ev sahibi ülkede yabancılaşma ve (2) nihai bir geri dönüş arzusu.

Bu tanımların kritik bileşenleri; (1) bir dağılma tarihi, (2) vatanın mitleri / hatıraları, (3) ev sahibi ülkede yabancılaşma, (4) ister çelişik ya da ikircikli olsun, ister eskatolojik[55] (yani ahirete bırakan bir hisle) olsun, isterse de ütopik olsun nihai bir dönüş arzusu, (5) vatanına süregelen bir destek ve (6) bunlarla ilişkili olarak tanımlanan toplumsal bir kimliktir (Shuval, 2000, s. 42).

Turizm bağlamında düşünüldüğünde diaspora turizmi; AB'nin doğuya genişlemesi ile birlikte bu ülkelerden batıya doğru artmaya başlayan göç, insanların atalarının yaşadığı yerleri görme güdüsüyle onları daha iyi tanıyıp çalıştığı yerde kazandığı parayı ülkesinde yatırım yapmak için keşif amaçlı seyahatleri içeren son dönemdeki seyahat hareketlerinden biridir (Alkin ve Saldamlı, 2007, s. 594).

2.3.11. Kent (*urban*) / Şehir (*city*) turizmi

Kent ya da diğer ismiyle şehir turizmi; yönetim, imalat, ticaret ve hizmetler gibi tarıma dayalı olmayan bir ekonomiyle karakterize edilen içkin nitelikleri ile kentsel bir mekânda gerçekleşen ve ulaşım düğüm noktası (/*nodal point*) olan turizm faaliyetidir. Kent ya da şehir destinasyonları; boş zaman ve iş için geniş ve heterojen bir kültürel, mimari, teknolojik, sosyal ve doğal deneyimler ve ürünler yelpazesi sunar (UNWTO, 2019a, s. 48).

[55] Eskatoloji (İngilizce *eschatology*): Ölümden sonraki hayata ait bahisle dünya ve hayatın sonu hakkındaki öğreti/doktrin (Zargan, 2020. Erişim adresi: https://www.zargan.com/tr/q/eschatology-ceviri-nedir).

2.3.12. Alışveriş (*shopping*) turizmi

Birleşmiş Milletler'e göre bir turizm türü olarak değerlendirilebilmesi için yapılan/yapılacak olan alışverişteki temel mantık "tüketim mallarının kendi kişisel kullanım için veya hediye olarak satın alınması" amacı taşımasıdır. Aksi takdirde "eğer bu alışveriş, alıp satmak ya da gelecekteki bir üretim sürecinde kullanılmak üzere olursa bu durumda amaç [ticari olur] ve iş [turizmi] çerçevesinde değerlendirilir" (United Nations, 2010, s. 25).

Benzer şekilde Güner (2007, s. 223) alışveriş turizmini "turistlerin geçmiş deneyimden elde edilen duygu ve anılara ait herhangi bir şeye sahip olma duygusunu uzatma (ya da yeniden yaşatma) güdüsüyle bir yerden başka bir yere satın alma ya da beraberinde götürdüklerini satmak üzere yaptıkları seyahatler" olarak tanımlamaktadır.

Turistlerin bir ülkeden bir şeyler satın alması bavul ticareti olarak da adlandırılabilecek profesyonel bir ticari eyleme kaydığı an bu bir turizm türü olarak değerlendirilemez. Bu durum ya iş turizmi olarak değerlendirilir ya da turizmin genel ilkelerine aykırı olduğu için bir turizm türü olarak ele alınamaz. Bu durumla ilgili turizmin genel ilkeleri ise şu şekildedir:

- Turizm faaliyeti ticari para kazanma amacı olmaksızın yapılır (Halis, 2009, s. 39; Kozak ve diğerleri, 2010, s. 3).
- Turist, başka yerde kazandığı parayı gittiği yerde harcar (Kozak ve diğerleri, 2010, s. 5).
- Turistler genellikle turistik işletmelerin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederler (Batman, 2008, s. 13; AIEST, 1980'den aktaran Kozak ve Kayar, 2007, s. 64).

2.3.13. Macera (*adventure*) turizmi

Dünya Turizm Örgütüne göre macera turizmi, genellikle belirli coğrafi özelliklere ve peyzaja sahip destinasyonlarda gerçekleşen ve fiziksel aktivite, kültürel alışveriş, etkileşim ve doğa ile etkileşim ile ilişkilendirilme eğiliminde olan bir turizm türüdür. Bu deneyim, bir tür gerçek veya algılanan risk içerebilir ve önemli ölçüde fiziksel ve/veya zihinsel çaba gerektirebilir (UNWTO, 2019a, s. 36).

Macera turizmi, "kişilerin kendi fiziksel ve duygusal potansiyellerini sergileyebilecekleri bir çevrede, genellikle açık hava faaliyetleri sonucu, uç bir deneyime ön ayak olan, özgür olarak seçilmiş rekreasyonel bir faaliyet" olarak tanımlanmaktadır (Avcıkurt ve Köroğlu, 2008, s. 75).

Macera turizmi etkinlikleri genel hatlarıyla kullandıkları kaynaklar açısından şu üç kategoride özetlenebilir (Gülcan, 2004, ss. 18-38):

- Kara ile ilgili olanlar: Kros kayak, yamaç aşağı kayak, helikopterle kayak, kayakla yürüyüş, kapsamlı doğa yürüyüşü, araçlı safari, makaralı ip inişi, esnek ip atlayışı, dağ bisikletçiliği, dağcılık, kara avcılığı, kaya tırmanışı, atla gezinti.
- Su ile ilgili olanlar: Yer altı raftingi, mağaracılık, gemiyle seyahat, tüplü ve tüpsüz dalış, jet motosiklet, jet botçuluğu, tekne paraşütü, yüzey raftingi, kanoculuk, su kayağı, rüzgâr sörfü, balık tutma, nehir sörfü.
- Hava ile ilgili olanlar: Balon seyahati, yelken kanat, planörcülük, helikopterle esnek atlayış, paraşütçülük, yamaç paraşütü, helikopter gezileri.

Macera turizmi genel olarak dağcılık (/*mountaineering*), trekking, bungee jumping, kaya tırmanışı, rafting, kano (/*canoeing*), kayakçılık (/*kayaking*), kanyon geçişi (/*canyoning*), dağ bisikleti, çalı yürüyüşü, tüplü dalış gibi açık alan aktivitelerini içerir. Aynı şekilde bazı kapalı alan macera turizmi aktiviteleri de uygulanabilir (UNWTO, 2019a, s. 36).

2.3.14. Kıyı (*coastal*) turizmi

Dünya Turizm Örgütü'ne göre kıyı turizmi; "bir deniz, göl veya nehir kıyısında yapılan yüzme, sörf, güneşlenme ve diğer kıyı boş zaman, rekreasyon ve spor faaliyetleri gibi kara temelli (/*land-based*) turizm faaliyetlerini" ifade eden bir kavramdır. "Kıyıya yakınlık, kıyı turizmini destekleyen hizmet ve tesisler için de bir koşuldur" (UNWTO, 2019a, s. 46).

2.3.15. Deniz (*maritime*) turizmi

Dünya Turizm Örgütü'ne göre deniz turizmi; "kurvaziyer, yatçılık, kürek çekme ve deniz (/*nautical*) sporları gibi deniz temelli (/*sea-based*) faaliyetleri ifade eder ve bunların karşılığında olan kara temelli hizmetleri ve altyapıyı içerir" (UNWTO, 2019a,

s. 46). Kozan, Özdemir ve Günlü'ye (2014, s. 116) göre ise deniz turizmi; "bir kişinin ikamet ettiği yerden uzak bir yere seyahat etmesini kapsayan, ayrıca odağı ya da ev sahibi deniz çevresi olan eğlence ve dinlenme faaliyetlerini içerir. Burada deniz çevresi, tuzlu ve gelgitten etkilenen sular olarak tanımlanmaktadır".

Yazarlar, deniz turizmine dair aktiviteleri ise şöyle belirtmektedir: tüplü ve şnorkelli dalış, rüzgâr sörfü, balıkçılık, deniz canlılarını ve kuşlarını gözlemleme, kurvaziyer turizmi ve feribot endüstrisi, yelkencilik, yat turizmi, kutup turizmi, deniz müzeleri, tüm kumsal aktiviteleri ve daha fazlasıdır" (Kozan ve diğerleri, 2014, s. 116).

2.3.16. İç su (*inland water*) turizmi

Dünya Turizm Örgütü'ne göre iç su turizmi, "kurvaziyer, yatçılık, kürek çekme ve deniz sporları gibi kara sınırları içinde yer alan sucul (/*aquatic-influenced*) ortamlarda gerçekleşen ve içerisinde göller, nehirler, göletler, akarsular, yeraltı suları, kaynaklar, mağara suları gibi iç sulak alanlar olarak adlandırılan yerlerde yapılan turizm faaliyetlerini ifade eder" (UNWTO, 2019a, s. 46).

2.3.17. Yat (*yachting*) ve kurvaziyer (*cruising*) turizmi

Yat turizmi, "insanların yatlarıyla seyahat etmelerinden doğan turizm türü" olarak tanımlanmaktadır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 263). Benzer şekilde kurvaziyer turizmi de "gemiyle yapılan ve yolcuya gemi içerisinde sunulan spor, fitness, eğlence ve kültürel alanlardaki aktiviteler sayesinde geminin bizzat kendisinin de seyahatin temel hedefleri arasında olduğu, bir turu boyunca eğlence ve tanıma gezisi maksatlarıyla tur güzergâhı üzerindeki limanlara uğrayan turizm türü" olarak tanımlanmaktadır (Yücel, 2007, s. 96).

Bu türün temel motivasyonu Yücel'in (2007, s. 96) "geminin bizzat kendisinin de seyahatin temel hedefleri arasında olduğu" tabirinin Birleşmiş Milletler'in kişisel seyahat etme amaçlarından saydığı transit amaçla örtüştüğü söylenebilir. Buna göre bu amaçlar seyahat eden yolcular kategorisi "başka bir hedefe doğru yolda olmak (/*en route*) dışında herhangi bir özel amacı olmayan bir yerde durmayı içermektedir" (United Nations, 2010, s. 25).

Uygulamadaki durum hakkında bilgi veren Yücel'e (2007) göre bu turizm türlerinde "belirli bir destinasyondan (/*home port*) başlayan seyahat belirli sayıda limanlar arasında (*/call ports*) yapılmaktadır ve seyahatin öncesi ve sonrasında katılımcıların ulaşımı ve konaklaması sağlanmakta; limanlardan bazılarında katılabilinen günübirlik turlar, doğa sporları ya da kültürel etkinlikler gibi diğer bileşenler de zaman zaman devreye girebilmektedir" (s. 96).

2.3.18. Kumar (*gambling*) turizmi

Leiper (1989, ss. 269-270) kumar davranışı ile turistik davranışı karşılaştırdığı eserinde, bazı destinasyonlara sırf bu sebepten ötürü seyahatin gerçekleştiğine yönelik bulgular elde etmiştir. Nickerson (1995, ss. 53, 56-61) ise turizm ve kumar konusunda yaptığı araştırmada yerel medyaya yansıyan haberlerde beş genel bilgi kategorisinin ortaya çıktığını öne sürmektedir: (1) ekonomi, (2) yasal kaygılar, (3) oyunla ilgili ilk sorular, (4) gerekli olan lojistik ve planlama ve (5) oyun oynamaya yönelik olumsuzluklar.

Dolayısıyla özünde ya bir bağımlılığa dayanan (ya da zamanla dönüşen) ya da bir eğlence aracı olarak görülen ve bütün semavi dinlerce yasaklanmış olan kumar, seyahat nedeni olarak ele alındığında diğer eğlence biçimlerinin satın alınmasına benzer bir biçimde rekreasyonel bir aktivite olarak düşünülebilir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 264).

2.3.19. Uzay (*space*) turizmi

Uzay turizmi; gelecek dönemler projeksiyonu açısından dünya dışı yerlere gidip oralarda konaklamaya yönelik turizm faaliyetlerini bünyesinde barındıran bir turizm türüdür (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 266). Kiper ve Batman (2018, s. 79); uzay turizmini tanımlarken, uzay turizminin coğrafi-fiziki sınırlarından, uzay turistinden ve uzaya nasıl gidileceğinden bahsetmekte yarar olduğunu vurgulamakta ve uzay turizminin fiziki-coğrafi sınırları, yer kürenin dışındaki uzay boşluğunu kapsadığını belirtmektedir. Yazarlara göre, "kaynaklarda, atmosferin tamamen dışındaki seyahatlere orbital (yörünge dışı), atmosferin içinde kalan seyahatlere ise suborbital (yörünge altı) seyahatler denilmektedir" (s. 79).

Şimdilik sadece çok ayrıcalıklı birkaç kişinin turist olarak katılabildiği uzay turizmi, Crouch, Devinney, Louviere ve Islam (2009, s. 441) tahminine göre 20. yüzyılda sivil havacılık endüstrisi ile aynı ölçüde başarılı olursa, ekonomik bir dev olmaktan çıkıp çok geniş talep oluşturacak bir endüstri olabilir. Hatta Ulusal Havacılık ve Uzay Laboratuvarı'na (Japonya) göre, uzay turizmi talebinin "görünüşe göre mevcut ticari uzay faaliyetleri için en iyimser tahminlerden birçok kat büyüme potansiyeline sahip" olduğu belirtilmektedir (Collins, 2003, s. 5). Bu konuda projeksiyonel bir röportaj veren Belfiore'e (2007) göre:

> Özel şirketler, hava yolculuğunu ordu ve hükümetlerin münhasıran egemen olduğu alandan alıp bunu önce çok zenginlere verdi. Sonra Ryanair gibi düşük maliyetli taşıyıcılar hızlı uçuş ve geri dönüşle uçuş sıklığını artırıp uçuşları daha fazla insan için uygun fiyatlı hale getirdi. Uzay yolculuğu bu süreçte ilk adımı atıyor.

Görünen o ki 1970'ten beri var olan ticari uzay pazarı (Reddy, Nica ve Wilkes, 2012, s. 1093) şimdilik bireysel olarak yapılabilen ultra lüks niş bir pazar olarak görünse de bu turizm türünün gelecekte teknolojinin de gelişmesiyle birlikte gelişim göstereceği düşünülmektedir denilebilir.

2.3.20. Kuş gözlemciliği (*ornithological*) turizmi

En genel anlamda "kuşların dünyasını tanımak için yapılan seyahat" olarak tanımlayabileceğimiz kuş gözlemciliği; "doğayı kuşların dünyasından tanımayı sağlayan bir turizm faaliyeti" (Saydan ve Küçükaslan, 2007, s. 116) ve bir "gözlem sporudur" (Avcıkurt ve Köroğlu, 2008, s. 74). Başka bir tanıma göre kuş gözlemciliği, kuşların doğal ortamlarında dürbün veya teleskop gibi optik cihazlar kullanılarak gözlemlenmesine dayanan doğa turizminin en popüler biçimlerinden biridir (Kordowska, 2014, s. 132). Bakanlıkça tanımlanan haliyle ise kuş gözlemciliği, doğayı kuşların dünyasından tanımayı sağlayan bir gözlem sporudur (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020).

Sağlıklı bir çevrenin en iyi göstergesi olarak kuşlar; kent içerisinde parkta, sulak alanlarda, bozkır, orman, çöl gibi her türlü yaşam ortamında yer alabilmektedir (Saydan ve Küçükaslan, 2007, s. 116). Mevsimsel, zamansal ve mekânsal sınırı olmayan turizm türüne sadece aktif bir boş zaman biçimi olarak bakmak içeriğini yeterince ifade etmek için yeterli olmayacaktır. Zira, bu turizm türü kuşlar ve habitatları hakkında

derinlemesine bilgi ve özel bir ilgi gerektiren etraflı bir rekreasyon biçimidir (Kordowska, 2014, s. 132). Ayrıca kuş gözlemcileri doğayı sadece ağaç ve temiz hava görmeyip onu kâşif mahiyetiyle yaşayabilen kişilerdir (Saydan ve Küçükaslan, 2007, s. 116).

2.3.21. Tanaturizm (*thanatourism*)

Kara nokta turizmi, hüzün turizmi, dark turizm gibi çeşitli adlarla anılan Tanaturizm *(/thanatourism*[56]); Akoğlan Kozak ve Bahçe (2012, s. 155) tarafından basitçe "ölüm ve acının yaşandığı alanlara ziyaret etmeyi içeren bir turizm türü" olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımı biraz daha detaylı olarak genişleten Tarlow (2011, ss. 48-49) ise tanaturizmi "hayatlarımıza sadece duygusal yönden dokunan değil onları siyasi ve sosyal politika açısından da etkilemeye devam eden trajedi ya da tarihsel olarak dikkate şayan ölümlerin gerçekleştiği yerlere ziyaret" olarak ifade etmektedir. Lennon ve Foley (2002, ss. 12) bu türü "kaygı ve şüphenin metalaştırması" olarak görmektedir.

Firavun mezarlarının bulunduğu Mısır'daki piramitler, kanlı savaşların gerçekleştiği Roma'daki Coliseum, önemli tarihi figürlerin kellelerinin uçurulduğu Londra Kulesi, Waterloo savaş alanı, Auschwitz'te ve dünyanın değişik yerlerinde yer alan soykırım (Holocaust) müzeleri, Paris'teki Prenses Diana'nın kaza alanı, Pompeii, Washington'daki Vietnam Savaş Anıtı, Truva, Pearl Harbour, Çanakkale Savaşı gibi geçmiş döneme ait savaş alanlarının ziyareti gibi pek çok ölüm ve vahşete dair kalıntılar; günümüz insanını bu niş pazara yönlendirmektedir. Bu türlerin tümü boyunca da anlaşılabileceği gibi tanaturizme katılan ziyaretçinin psikolojik durumunda dört temel duygu etkin rol oynamaktadır (Tarlow, 2011, s. 55): (1) güvensizlik (/*insecurity*) hissi, (2) şükran (/*gratitude*) hissi, (3) alçakgönüllülük (/*humility*) duygusu ve (4) üstünlük (/*superiority*) duygusu.

Dark turizm günümüzde çok biçimli olarak karşımıza çıkmaktadır (Tarlow, 2011, s. 54):

- Trajedi yaşanmış yerlerin ziyaretleri, kendi çağımızı ve mevcut politik durumu anlamak için bir vesiledir ve bu amaçla kullanılmaktadır. Bu bir nevi

[56] Kelime kökünü, çevirisi "Ölümcül hastaların ve ailelerinin ihtiyaçlarının incelenmesi de dâhil olmak üzere, ölüm ve ölümle ilgili uygulamaların bilimsel çalışması" olan *Thanatology* disiplininden almaktadır (Kaynak: https://www.lexico.com/en/definition/thanatology)

ziyaretçinin hatırlamak üzere emrolunduğu bir hac yolculuğudur. Katılımcının sadece öğrenmesi değil aynı zamanda yapması, mesajı ileriye taşıması ve yarının kararlarında geçmişin derslerini kullanması beklenir.

- Savaş alanlarında ya da işkence sahalarında bulunan romantizm sayesinde ziyaretçi kendisini belirli bir amaç uğruna savaşan bir savaşçı olarak hayal edebilir. Örneğin ikinci dünya savaşına katılanların kendi ya da çocuklarının savaşın teşekkül ettiği yerleri ziyaret etmeleri gibi.
- Ziyaretçilerin bu alanlarda kendilerini suçun faillerinden üstün hissetmelerini sağlayan barbarizm. Bu dark turizm insanların birbirlerine karşı ne kadar zalim olabileceklerini de göstermektedir. Ziyaretçi şefkat duygusunu kurbanlar için hissederken failler için tiksinme duymaktadır. İspanya ya da Portekiz'deki Engizisyon alanları ile Nazi toplama kampları bunlara örnek olarak gösterilebilir.
- 'Biz sıkıntı çeksek de üstün geldik' mesajını üreten ulusal kimliğin parçası. 'Biz' ve 'onlar' hissi vardır. Ziyaretçilerin sadece Yahudi tarihi sürekliliğiyle değil aynı zamanda 2 bin yıllık zulme karşılık ulusun hayatta kaldığı vatanperverlikle geldiği Masada[57] deneyimi buna bir örnektir.
- Diğerlerinin mevcut yöneten grubuna nasıl kötü muamele ettiği fikrini veren çöküşün bir sembolü. Avrupa bu türden örneklerle doludur. Avrupa'nın gettoları, bir grup insanın inanılmaz zenginlik içinde yaşarken toplumun büyük bir kesiminin sarayların dibinde şiddetli fakirlik (fakr-u zaruret) içerisinde yaşamaya zorlandığının örneklerindendir. Avrupa'nın bu karanlık gettolarını ziyaret eden kişi, sadece dayatılan zulümlerin değil aynı zamanda gerçeğin tekeline sahip olduğunu iddia edenlerin çürümüşlüğü karşısında donakalır.
- New York Sıfır Noktası'na giden bir ziyaretçinin, bir zamanlar Dünya Ticaret Merkezi'nin durduğu boş alana bakarken hissettiği huşu (korkuyla karışık saygı)

[57] **Masada** (İbranicede kale anlamına gelen מצודה (metzuda) sözcüğünün Romalılarca söylenişi), İsrail'in güneyinde Necef Çölü'nde yer alır. Romalılara teslim olmak istemeyen Masada'daki 960 Yahudi intihar etmiştir. İnanca göre, sarp tepelere kurulu Masada kalesi içerisinde gizlenen Yahudiler, kurtuluş ümitlerinin tükendiği anda, aralarından silah kullanmayı bilen 10 kişiyi, kendilerini öldürmeleri için görevlendirirler. Kural gereği bu 10 kişi, diğer 950 kişiyi öldürdükten sonra, birbirlerini de öldürerek kimse hayatta kalmaksızın toplu intihar gerçekleştirilecektir. Toplu intihardan sadece 2 kadın ve 5 çocuk hayatta kalmıştır. Hikâyenin tarihsel arka planında da, hayatta kalan bu kişilerin aktarımları rol oynamıştır. Dünden bugüne, Yahudi direnişinin imgelerinden biridir. Masada, 2001 yılında UNESCO tarafından Dünya Mirası olarak ilan edilmiştir. (Kaynak: https://tr.wikipedia.org/wiki/Masada E. T. 23.06.2019)

ile hissettiği mistik bir deneyim. Mistisizm genellikle trajediden büyür. Bu olay, ziyaretçinin o nokta ile bağlantılı olduğu durumda özellikle doğrudur. Avrupalıların Batı Afrika'daki kölelerin tutulduğu alanları, kölelerin torunlarından daha az mistik bulması bunun nedenlerindendir.

- Davranış olarak benzer olsa da ruhani bir deneyim mistik deneyimden manevilik açısından farklılaşır. Mistik deneyim, mağdurla ziyaretçi arasında bir bağlantıya dayanıyor görünse de ruhani deneyim daha geniş kapsamlıdır. Bu deneyim ırk, etnik köken, ulus ya da din müşterekliğinden ziyade grup ötesi, etnik köken ötesi daha insani sağduyu deneyimidir.

2.3.22. Gastronomi turizmi

Etimolojik olarak Yunanca "mide" anlamına gelen *gastros* ile "yasa" ya da "kural" anlamına gelen *nomos* sözcüklerinden oluşan gastronomi, Türk Dil Kurumuna göre "(1) yemeği iyi yeme merakı, (2) sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi" olarak tanımlanmaktadır (Özgen, 2015, s. 1; TDK, 2020l).

Dünya Turizm Örgütü'ne göre gastronomi turizmi; "ziyaretçinin seyahat sırasında yiyecek ve ilgili ürünler ve faaliyetlerle bağlantılı deneyimiyle karakterize edilen bir turizm aktivitesi türüdür. Otantik, geleneksel ve/veya yenilikçi mutfak deneyimlerinin yanı sıra gastronomi turizmi; yerel üreticileri ziyaret etmek, yemek festivallerine ve yemek kurslarına katılmak gibi diğer ilgili faaliyetleri de içerebilir" (UNWTO, 2019a, s. 44).

Mitchell ve Hall (2003, s. 60), Hall ve Sharples (2003, s. 2), Hall, Mitchell ve Sharples (2003, s. 26) gibi yazarlara göre "temel motivasyonu özel bir yemek türünü tatmak veya bir yemeğin üretilmesini görmek amacıyla, yiyecek üreticilerini, yemek festivallerini, restoranları ve özel alanları ziyaret etmek" olan gastronomi turizmi kapsamında "özel bir yemeği tatmak, yemeklerin farklı üretim süreçlerini görmek veya ünlü bir şefin elinden yemek yemek, restoran ve otellerde turistler için yemeklerin hazırlanması yerine yerel yiyecek ve içeceklerle ilgili deneyim yaşamak" gibi etkinlikleri de kapsamaktadır (Birdir ve Akgöl, 2015, s. 58). Yemek turizmi olarak da adlandırıldığı görünen gastronomi turizminde; turistlerin yiyecek-içecek tatmak ve bu konuda deneyim edinmek temel amacıyla özel destinasyonları, yemek sergilerini, yemek festivallerini,

restoranları ve şarap evlerini ziyaret etmeleri olarak tanımlanabilir (Yurtseven, 2007, s. 258).

Gastronomi turizminin kökeni tarım, kültür ve turizmde yatmaktadır (Birdir ve Akgöl, 2015, s. 58). Şöyle ki; tarım, ürünü sunmaktadır; kültür, tarihi ve otantikliği; turizm ise alt yapıyı ve hizmetleri sağlamaktadır. Tüm bu unsurlar gastronomi turizmi altında buluşmakta ve gastronomi turizminin bölgesel bir çekicilik ve deneyim olarak pazarlanmasına ve konumlandırılmasına fırsat sağlamaktadır. Turistlerin yiyecek satın alma davranışları mı yoksa bunun rolünün mü yekûn seyahat etme kararına etki ettiği hakkında çok az şey biliniyor olsa da, destinasyonlar kendilerini farklılaştırmak ve pazar paylarını artırmak için artan bir şekilde yemeği bir araç olarak kullanmaktadırlar (Boyne ve diğerleri, 2003, s. 131; Mitchell ve Hall, 2003, s. 60).

Yiyeceklerin tüketiciler için oynadığı pek çok rolü vardır (Mitchell ve Hall, 2003, s. 60): Öncelikle işlevseldir yani yaşamı sürdürmek için gereklidir. Sonra kutlamalarımızda kilit rol oynar, sosyalleşme için bir kanaldır, eğlenceli bir şeydir, duyusal ve duygusaldır ve yeni kültürleri ve ülkeleri deneyimlemenin bir yoludur. Yiyecek, "bir toplum ve o toplum yaşam şeklinin bir ifadesi" olarak düşünülmekte ve bu olgu geçmiş ve gelecek olarak kültürü bünyesinde barındıran gastronomi turizminin ayrılmaz bir parçası olarak değerlendirilmektedir (Kaspar, 1986, s. 14). Bir başka ifadeyle yemek, bir ülke ve o ülke insanının kültürünün bir yansıması olarak düşünülmekte, bu yüzden ideal bir destinasyona çekim ürünü niteliği taşımakta ve pazarlama aracı olarak kullanılmaktadır (Du Rand ve Heath, 2006, s. 207). İçecekler dâhil olmak üzere bir bölgenin yemekleri, turistlerin o bölgeyi seçmesinde ve o bölgede yaşadıkları turistik deneyim üzerinde önemli etkiye sahiptir (McKercher, Okumus ve Okumus, 2008, s. 137).

Turistlerin tatilleri süresince en çok zevk aldıkları ve tüketim giderlerinden en son kısmayı düşündükleri faaliyetlerinden biri olan yemek ve tatmak deneyimleri, turizm ve seyahat olgusunun temel unsurlarından biri olarak her zaman karşımıza çıkıyor olsa da yemek tüketiminde "yeme-içme ikinci ya da daha aşağı sıralardaki çekiciliktir" (Yurtseven, 2007, s. 258). Yani, gastronomi turizminde seyahatin temel amacı yemektir ve yerel ya da küresel, özgün ya da genel tatları deneyimlemektir. Bu demektir ki

herhangi bir restorana yapılan günlük olağan ziyaretler gastronomi turizmi kapsamına girmemektedir (Birdir ve Akgöl, 2015, s. 58).

Hall'e (2003, s. xxiii) göre gastronomi turizmi gittikçe artan bir şekilde:

- Yerel kültürün bir parçası olarak tanınmakta, turistler tarafından tüketilmektedir.
- Bölgesel turizm tanıtımının bir ögesidir.
- Yerel tarım ve ekonomik gelişimin bileşkesidir.
- Rekabetçi destinasyon pazarlamasında önemli bir unsurdur.
- Globalizasyon ve lokalizasyon göstergesidir ve
- Turistler tarafından belirli tercih ve tüketim örüntüsünde tüketilen ürün ya da hizmettir.

2.3.23. Şarap turizmi (*eno-tourism*)

Dünya Turizm Örgütü'ne göre gastronomi turizminin bir alt türü olan eno-turizm (ya da diğer ismiyle şarap turizmi); amacı genellikle kaynağında veya yakınında üzüm bağlarını, şarap imalathanelerini ziyaret etmek, tatmak, şarap tüketmek ve/veya satın almak olan turizmi ifade eder (UNTWO, 2019a, s. 44). Akoğlan Kozak ve Bahçe (2012, s. 242) tarafından "şarap tatmak, satın almak ve şarap bölgesinin özelliklileri konusunda bir deneyim yaşamak için bir şarap bölgesinde bağların, şaraphanelerin, şarap festivallerinin, şarap gösterilerinin ziyareti" olarak tanımlanan şarap turizmi hakkında Mitchell, Hall ve McIntosh (2000, s. 118) şunu öne sürmektedir:

> Tüketici davranışı araştırması şarap turizmindeki paydaşlar için önemlidir. Çünkü [bu türden bir araştırma] şarap turistinin kim olduğuna, onları bir şaraphaneyi ziyaret etmeye rehberli bir tura çıkmaya, bir şarap festivaline katılmaya ya da şarap satın almaya neyin ve niye motive ettiğine dair önemli bilgiler sağlamaya yardımcı olabilir. Böylelikle de pazarlamacıların ve yöneticilerin pazarları etkili bir şekilde hedeflemelerine ve geliştirmelerine olanak tanır.

2.3.24. Fotoğrafik (*photographic*) turizm

Fotoğrafçılık, genel olarak pratik fotoğrafçılığın doğum yılı olarak kabul edilen 1839 yılında ticari kullanıma sunulmasından bu yana turizmin ayrılmaz bir parçası olmuştur (Gogoi, 2014, s. 110). Karşılaştıkları her şeyin fotoğrafını çeken turistlerin tipik görüntüsü, fotoğraf ve turizmin devam ededuran ilişkisine ışık tutmaktadır (Palmer ve

Lester, 2011, s. 15). Son zamanlar teknolojik gelişmeye paralel olarak artık mobil telefonlarında akıllılaşması ve yaygınlaşmasıyla artan bu imajın turizme etkisi Sontag'ın (1977, s. 9) tabiriyle seyahati "fotoğraf biriktirmek için bir strateji" haline getirmektedir. Yani, artık anı biriktirmek için fotoğraf çekmekten ziyade fotoğraf çekmek için gezen turistlerle karşılaşmaktayız. Bu durum Urry'nin (2002, s. 224) "turizm büyük ölçüde fotojenik olanın peşine düşmek demektir" ifadesiyle de örtüşmektedir.

Fotoğrafik turizmin, turist ihtiyaç ve beklentilerine yönelik sunulan hizmetler bakımından turizm endüstrisinden farklı bir karşılık beklemesi sebebiyle fotoğraflama eyleminin destekleyici ya da yardımcı rol oynadığı turizm türleri ile gezinin tüm amacının fotoğraf çekme ihtiyacı etrafında şekillendiği turizm türleri arasındaki ayrımı yapmak gereklidir (Palmer ve Lester, 2011, s. 16). Bu bağlamda fotoğraf turizmi, "turistin kendisine özgü konuları fotoğraflamak amacıyla belirli bir yeri ziyaret ettiği özel ilgi turizmi biçimi" olarak tanımlanmaktadır (Gogoi, 2014, s. 111). Fotoğrafın kapsamı manzaralar, portreler, mimariler, kültür, yiyecek ve vahşi yaşamdan makro konulara kadar değişkenlik gösterebilir. Ancak tanımdan da anlaşılacağı gibi fotoğraf turizminin iki önemli özelliğinin altı çizilmektedir: (1) belirli bir yeri ziyaret etmenin arkasındaki temel amacın fotoğraf çekmek olması ve (2) [bu fotoğrafı çekilen] öznelerin benzersiz olması.

Bu özelliklerle ilgili ifadeyi daha açık hale getirmek için, bir turistin normal çalışma ve ikamet yerlerinde zaten mevcut olan fotoğraf konularını ziyaret etmeyeceği varsayılabilir. Konular; manzara, vahşi yaşam, insanlar ve kültürlerinde veya seyahat yerinin yemek alışkanlıklarında ve kıyafet kurallarında, kişiyi o yerde fotoğraf çekme birincil hedefi ile keşfetme arzusunu harekete geçirecek bir benzersizliğe sahip olmalıdır. Bu iki özellik aynı zamanda onları normal olandan ayıran bir fotoğraf turistinin ayırt edici özellikleridir.

Böylece fotoğraf turistinin, "birincil amacı benzersiz bir şeyi fotoğraflamak üzere seyahat eden kişi" olduğu tanımı yapılabilir (Gogoi, 2014, s. 111). Burada (1) fotoğraf, (2) konunun benzersizliği; turisti bir tura çıkmaya teşvik eden motive edici güçtür. Buradaki turistin her zaman sadece profesyonel fotoğrafçı olması gerekli değildir. Bir fotoğraf tutkunu, hobisi ve hatta sıradan bir insan bazen sadece fotoğraf çekmek

amacıyla bir tura çıkabilir. Bu durumda turistin her biri fotoğraf turisti olarak adlandırılacaklar (Gogoi, 2014, s. 111).

2.3.25. Kamp / çadır (*camping*) ve karavan (*caravaning*) turizmi

Git gide kendisine talebin arttığı kamp ve karavan turizmi (Grzinic, Zarkovic ve Zanketic, 2010, s. 525) turistlerin "gerek kendi imkânlarıyla doğayı kullanarak ve kendi ekipmanlarıyla gerçekleştirdiği gerekse kamp-karavan için hizmet üreten tesislerden yararlandığı; doğal yapının kontrollü kullanımına özen gösteren ve bireysel tercihleri ön plana çıkaran bir turizm türü" olarak tanımlanmaktadır (Saydan ve Küçükaslan, 2007, s. 118).

2.3.26. İş (*business*) turizm

Dünya Turizm Örgütü'ne göre toplantı endüstrisi ile ilgili olan iş turizmi "ziyaretçilerin belirli bir profesyonel ve/veya ticari bir amaçla işyerleri ve ikametgâhlarının bulunduğu yer dışındaki bir toplantıya, bir faaliyete veya bir etkinliğe katılmak sebebiyle seyahat ettikleri bir turizm aktivitesidir (UNWTO, 2019a, s. 42).

Birleşmiş Milletlere (United Nations, 2010, ss. 25-26) göre temel seyahat amaçlarından iki ana ayrımdan biri olan [diğeri kişiseldi] iş ve profesyonellik amacı; "örtülü veya açık bir işveren-işçi ilişkisi dışında kalan faaliyetleri" içerdiği bu motivasyon konusu anlatıldığı bölümde belirtilmişti (bakınız 2.2.6.5. İş / eğitim ana amacı taşıyan turizm ve turist çeşitleri).

Yazındaki tanımına göre iş turizmi temelde insanların işleriyle ilişkili amaçladıkları seyahatlerle ilgilidir. Diğer dinlence turizm çeşitleriyle de gerçekleştirilebilen iş turizmi; fuar ve sergilere katılmak, ticari bağlantılar kurmak ve ticaret merkezlerini ziyaret etmek gibi faaliyetlerden oluşur (Avcıkurt, 2009, s. 18; Güner, 2007, s. 223). Bu durum "yeni yaşam biçimi olarak birkaç işin bir potada eritilmesi alışkanlığının yükselişi" olarak da ifade edilebilen iş amacıyla bir noktaya hareket eden turistin aynı zamanda yeni yerler görme merakı gibi başka güdülerini de tatmin etmesinin doğal bir sonucudur (Güner, 2007, s. 224).

İş turizmi bağlamında Dünya Turizm Örgütü tanımında yer alan "toplantı endüstrisi" terimi, bu tür faaliyetlerin endüstriyel doğasını kabul eder. İş turizmi, aynı seyahat sırasında başka bir turizm türü ile birleştirilebilir. (UNWTO, 2019a, s. 42).

2.3.27. Eğitim (*education*) turizmi

Eğitim, bireyin doğumundan ölümüne kadar devam eden bir süreç olması; politik, sosyal ve kültürel boyutları bünyesinde ve aynı anda barındırmasından ötürü tanımlanması zor ve karmaşık bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. En genel manada eğitim, "bireyin davranışlarında kendi yaşantısı yoluyla kasıtlı olarak istendik değişim meydana getirme süreci" olarak tanımlanabilir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 209).

Dünya Turizm Örgütü'ne göre eğitim turizmi "turistlerin öğrenme, kendini geliştirme, entelektüel büyüme ve beceri geliştirme konularında birincil motivasyon ve deneyimiyle ilgili turizm türlerini kapsayan seyahatlerdir" (UNWTO, 2019a, s. 52).

Eğitim turizmi; "temel amacı belli bir bölgede herhangi bir öğrenme deneyimine doğrudan katılma olan ve birbirinden bağımsız olabilen bir grubun, o bölgeye seyahatlerini kapsayan program" şeklinde tanımlanmaktadır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 212).

Birleşmiş Milletler'e göre temel kişisel seyahat amaçlarından biri olan eğitim ve öğretim (/*education and training*) amacı; işverenler tarafından ödenen kısa dönemli kursları (iş ve profesyonel turizm olarak sınıflandırılması gereken "iş başında" eğitim hariç), ücretli eğitim alma, dil, mesleki veya diğer özel kurslar ile akademik izinler ile ayrılınan resmi veya gayri resmi belirli çalışma programlarını takip etmeyi ya da belirli beceriler edinmeyi kapsamaktadır (United Nations, 2010, s. 25).

Dünya Turizm Örgütü'ne göre eğitim turizmi, akademik çalışmalar, beceri geliştirme tatilleri, okul gezileri, spor eğitimi, kariyer geliştirme kursları ve dil kursları gibi geniş bir ürün ve hizmet yelpazesini temsil eder. (UNWTO, 2019a, s. 52). Yurtdışına öğrenci gönderip-alma programlarından olan Erasmus; yurt içinde öğrenci değişimi programı olan Farabi programları bu kapsamda değerlendirilebilir. Ne var ki, bu eğitim

hareketliliğinin süreleri göz önünde tutulduğunda turizm kavramının içinde değerlendirilip değerlendirilmeyeceği tartışılabilir.

2.3.28. Kongre (*congress*) ve toplantı (*convention*) turizmi

Kongre ya da toplantı, "insanların daha önceden planladıkları herhangi bir ortak amaç için bir araya gelmeleridir" (Kara, 2007, s. 244). İş turizminin temel amaçlarının bileşenlerinden olan kongreler ve toplantıları içeren bu turizm türü (United Nations, 2010, ss. 25-26; UNWTO, 2019a, s. 42) "kişilerin sürekli konakladıkları veya çalıştıkları yerler dışında uzmanlık gerektiren akademik alan veya mesleklerde belirli konularda bilgi alışverişini sağlamak için bir araya gelerek ortak yer ya da mekân buluşmalarından doğan ve bu organizasyonlarda seyahat, konaklama, yiyecek-içecek, hoş zaman geçirme ve diğer ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olarak gerçekleştirilen faaliyetlerin tümü" şeklinde tanımlanmaktadır (Kara, 2007, ss. 244, 248). Ayrıca devlet görevlilerin resmi ve politik ziyaretleri (ya da politik turizm) de bu kapsamda değerlendirilebilir.

Kongre turizminin bu yapılan tanımından ortaya çıkan ortak özelliklerini şu şekilde özetlemek mümkündür (Kara, 2007, s. 248): (1) kişilerin daima ikamet ettikleri ve çalıştıkları yerin dışına, (2) belirlenen konularda bilgi almak veya sunmak amacı ile (3) bir araya gelerek ortak yer ve mekânda buluşmak ve (4) bu organizasyonlarda seyahat, konaklama, yiyecek-içecek ve diğer ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik faaliyetler bütünüdür.

Dünyada toplam turizm gelirinin yaklaşık %25'ini sağlayan, turizm faaliyetlerinden daha yoğun yararlanmak adına genellikle ölü sezonda uygulanan bir turizm türü olan kongre ve toplantı turizmi belirli ortak özeliklere sahiptir (Kara, 2007, ss. 244-245). Buna göre kongre turizmi; (1) belli bir sezona bağlı değildir, (2) kalış süreleri azdır (3-7 gün), (3) katılımcı profili genellikle yüksek gelir ve kültür seviyesindendir, (4) daha çok sponsorlar tarafından organize edilir, (5) daha fazla bilgi ve teknoloji yoğun talepler içerir, (7) planlı ve organize olmuş programlarca yürütülür.

Kongre ve toplantılar genel niteliklerine, katılıma ve amaçlarına göre çeşitli adlar altında incelenebilir (Kara, 2007, ss. 245-247):

- **Kongre (*Congress*) ve Toplantı (*Convention*[58]):** Latince c*ongressus* kelimesinden gelme olan kongre; içerisinde birden çok toplantının olabildiği, bilgilendirme, bilgilenme, tartışma, değerlendirme amaçlı politik, ticari, bilimsel veya teknoloji konularında çağrılı olarak yapılan genel toplantılardır. Kongreler planlı, programlı ve herkese açık yapılan; içerisinde küçük toplantılar da bulunan genel toplantılardır. Diğer toplantı türlerine kıyasla kongre çok daha kapsamlı (daha uzun süreli, içerisinde birden çok toplantı içerebilen) bir organizasyondur.
- **Konferans (*Conference*):** Kelime anlamı olarak "ortak ilgi sahibi insanların bir araya geldiği ve genellikle birkaç gün sürebilen resmi bir toplantı" olarak tanımlanmaktadır (Oxford, 2019a). Konferans; bilim, sanat, eğitim, tarım, çevre, toplumsal yaşam vb. konularında yazar, bilim insanı, sanatçı ve düşünürlerin bir konu hakkındaki derin bilgisi ve görüşleri olan kimselerin özel toplantılarla dinleyicilere karşı düşüncelerini, bilgilerini açıklamak amacıyla yaptıkları konuşmalar olarak nitelendirebilir. Konferanslar ulusal olabildiği gibi uluslararası düzeyde de olabilir. Konuşmacı, genel ya da spesifik bir alanda hazırladığı sunumunu dinleyicilerine sunup sonunda onların sorularını alarak yanıtladığı bir etkinlik türüdür.
- **Seminer (*Seminar*):** Latince *seminarium* kelimesinden gelen seminer, en genel anlamda "tartışma ya da talim amacıyla düzenlenen toplantı" olarak nitelendirilebilir (Oxford, 2019b). Birden çok yöneticinin denetimi altında, herhangi bir konu ile ilgili yapılan bilimsel araştırma sonuçlarını başkaları ile paylaşmak amacıyla düzenlenen toplantılara denir. Genellikle akademik özellikler taşıyan seminerde araştırmacı, araştırmasının sonuçlarını dinleyicilere sunar ve tartışmaya açar. Süresi araştırmanın niteliğine ve konuya göre değişkenlik gösterebilir.
- **Sempozyum (*Symposium*):** Yunanca *sumposion* (Platon'un bir çalışmasında da başlık olarak görülen ve eski Yunan'da bir banket sonrası yapılan eğlenceli içkili tartışma partisi) kelimesinden Latinceye, İngilizceye ve oradan da dilimize evirilen sempozyum kelimesi, terminolojik olarak "belli bir konu üzerinde

[58] • Ayrıca ***konvansiyon*** ifadesi de ilgili yazında kullanılmaktadır. Anlam olarak "toplumun içinde yaşadığı sorunları çözmek amacıyla, bireysel ve küçük gruplar halinde örgütlenerek büyük halk kitleleri ile bir araya gelmeleridir" (Kara, 2007:246). Kongrelerin çok daha kapsamlısı olarak düşünülebilir.

tartışmak için yapılan toplantı ya da konferans" anlamına gelmektedir (Oxford, 2019c). Güncel Türkçe Sözlükte "bilgi şöleni" olarak anlamlandırılmaktadır (TDK, 2020m). Daha önce belirlenmiş bir konuda çeşitli konuşmacıların katılımı ile düzenlenen bilimsel ağırlıklı toplantılardır. Belirlenen bir konu farklı uzmanlar tarafından ele alınarak tüm yönleriyle tartışılır. Konuşanlar, sunumlarını çeşitli oturumlarda ve bir uzmanın başkanlığında sınırlı sürede yaparlar. Sunum sonrası dinleyicilerin görüş, öneri ve soruları alınır. Ulusal ve uluslararası olabilir.

- **Panel:** Bir yönetici ya da panel başkanı tarafından yönetilen, iki veya daha fazla kişinin (genellikle 3-6 arası) belirli bir konuda uzmanlık alanlarıyla ilgili yaptıkları araştırma toplantısıdır. Genellikle toplumu ilgilendiren konuları içerir ve sohbet havasında geçer. Amaç, bir konuda karar vermekten çok ele alınan konuyu çeşitli yönleriyle tartışarak dinleyiciyi aydınlatmak; farklı görüş ve anlayışları ortaya koymaktır.
- **Miting (*Meeting*):** Kelime kökeni olarak "özellikle resmi bir tartışma için belirli bir amaç doğrultusunda insanların düzenlediği toplantı ve toplanmayı" ifade ederken (Oxford, 2019d) bizim dilimizde siyasi parti ya da liderlerinin yaptığı açık hava toplantısı olarak kullanılmaktadır. Turizm literatüründe ise birim yöneticilerinin, personeli bilgilendirmek amacıyla yaptıkları düzenli ya da düzensiz toplantılardır.
- **Atölye çalışması (*Workshop*) – Çalıştay:** Genel toplantılar sürecinde, özel sorun ve konuların yüz yüze yoğun bir şekilde tartışıldığı lokal ve küçük grup toplantılarıdır.
- **Zirve (*Summit*):** Resmi tepe yöneticilerinin ulusal veya uluslararası düzeyde sorun ve konuları görüşmek için yaptıkları toplantılardır.
- **Kolokyum (*Colloquium*):** Latince "birlikte konuşmak" anlamına gelen *colloqui* kelimesinden türemiştir (Oxford, 2019e). Akademik kimliğe sahip uzmanların önemli konularda yaptıkları konuşmaların ve sorulara verdikleri cevapların yapıldığı toplantıdır.

Toplantıların çeşitlerini, amaçlarını ve niteliklerini bilmek o konularda sunulacak turistik ürün ve etkinliklerin niteliğini belirlemek açısından önemli olduğundan ötürü, ayrımlarını bilmenin turizm açısından yararlı olduğu iddia edilebilir.

2.3.29. Teşvik / özendirme (*incentive*) turizmi

İş turizminin temel amaçlarının bileşenlerinden olan teşvik turizmi (United Nations, 2010, ss. 25-26; UNWTO, 2019a, s. 42) işletim, yönetim ve seyahat endüstrisi boyutları birden düşünüldüğünde "işletmelerin belirledikleri amaçlara ulaşmak için çağdaş bir yönetim aracı olarak kullandıkları, iş görenlerin çeşitli şekillerde ödüllendirilmesi ve motive edilmesi ile çeşitli toplantılarla eğitilmesi temeline dayanan, seyahat endüstrisinin iş turizmi sektöründe yer alan sıra dışı bir tatil sistemi" olarak tanımlanabilir (Güner, 2007, ss. 228-229).

Teşvik, işin bir parçası olduğu; teşvik seyahatinin de iş nedeniyle seyahat eden personelin katılımından oluştuğu için, iş [temelli] turizm kapsamında değerlendirilebileceği gibi (Güner, 2007, s. 229) Birleşmiş Milletlere göre ayrıca tanımlanıp değerlendirilebilir (United Nations, 2010, ss. 25, 26).

2.3.30. Fuar (*trade fair*) ve gösteri (*exhibition*) turizmi

Fuar, kelime kökü olarak Latince "bayram, dini tören" anlamına gelen *feria* kelimesinden, Fransızca *foire* yolu ile dilimize geçmiştir (Aymankuy, 2010, s. 186).

Gösteri ya da ticari fuar; "ticari mal ve hizmetlerin belli zamanlarda, belli yerlerde ve belli süre mal sergilenmesini ve dolayısıyla pazarlanmasını amaçlayan ürün tanıtmak ve ticaret bağlantıları kurmak amacıyla açılan büyük pazar" olarak tanımlanmaktadır (Çakıcı, 2012, s. 181; Aymankuy, 2010, s. 186).

Fuarcılık olarak adlandırılan organizasyon, doğru yerde doğru zamanda ve doğru kişileri buluşturma çabasıdır. Bu kapsamda gösteri ve fuar turizmi ise, belli yerlerde ve belli süreliğine gösterilecek olan belli ürünleri sunma ya da tanımaya giden bireylerin seyahatleri olarak tanımlanabilir (Aymankuy, 2010, s. 186).

Gösteri turizminin içersinde ise karnaval turizmi, festival turizmi gibi adlandırmalar da yer almaktadır.

2.3.31. Sağlık (*health*) turizmi

Dünya Turizm Örgütü'ne göre sağlık turizmi; "ana motivasyon olarak bireylerin kendi ihtiyaçlarını karşılama ve çevreleri ve bulundukları toplumda birey olarak daha iyi işlev görme kapasitelerini artıran tıbbi ve sağlık temelli faaliyetler yoluyla fiziksel, zihinsel ve/veya ruhsal sağlığa katkı sağlayan turizm türlerini kapsamaktadır" (UNWTO, 2019a, s. 38).

Sağlık turizmi geniş anlamıyla insanların sağlık nedenlerinden ötürü ikamet ettikleri yerlerinden başka yerlere seyahat etmesi demektir ve günümüzde geleneksel sağlık hizmetlerine ek olarak kozmetik/estetik operasyonları, tamamlayıcı tedavileri ve seçenek sağlık hizmetlerini kapsamaktadır (Gençay, 2007, s. 172). Bakanlıkça yapılan tanıma göre sağlık turizmi "tedavi amaçlı kaplıca veya diğer sağlık merkezlerine seyahat eden kişinin fiziksel iyilik halini geliştirmek amacıyla veya estetik cerrahi operasyonlar, organ nakli, diş tedavisi, fizik tedavi, rehabilitasyon vb. gereksinimi olanlarla birlikte uluslararası hasta potansiyelini kullanarak sağlık kuruluşlarının büyümesine olanak sağlayan turizm türüdür ve ikamet edilen yerden başka bir yere (yurtiçi veya yurtdışı) her hangi bir sağlık sebebiyle hizmet almak için yapılan seyahatler" olarak özetlenebilir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020). Turistlerin özellikle ikamet edilen yerden başka bir ülkeye tatil amaçlı giderken seyahat halindeyken acil veya plansız sağlık hizmeti almak zorunda kalmasına ise ''turistin sağlığı'' denir. "Turizm sağlığı" ise turistin konakladığı ve gezdiği çevrenin sağlığı ve sağlıklı bir ortam olması, turistin çevreye, çevrenin turiste sağlık açısından etkisini kapsamaktadır (Özer ve Sonğur, 2012, s. 70). Bu iki durumun da sağlık turizmi ile bir ilgisi yoktur.

Sağlık turizminin etkili ve verimli olabilmesi için üç temel değişkenin (1) tedavi, (2) tatil ve (3) profesyonel organizasyonun bir arada yer alması gerekmektedir (Gençay, 2007, s. 172).

Sağlık turizmi, wellness turizmi ve medikal turizm alt türleri için kullanılan şemsiye terimdir (UNWTO, 2019a, s. 38).

Bakanlık tarafından genelde sağlık turizmi; (1) medikal (tıp) turizmi, (2) termal turizmi (kaplıca + spa ve wellness) ve (3) yaşlı bakımı amaçlı ziyaretlerden oluşan organize bir turizm hareketi olarak değerlendirilmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020).

Cohen'e (2006) göre; sağlık turizm pazarı açısından turistler ya da ziyaretçiler 5 temel kategoride gruplandırılabilir (aktaran İçöz, 2009, s.2260):

(1) Yalnızca turist: Ziyaret ettikleri ülkede herhangi bir tıp hizmetinden yararlanmayan turistler ya da ziyaretçilerdir.

(2) Tatilde hastalanıp tedavi edilen turist: Seyahati sırasındaki rahatsızlanma ya da kaza nedeni ile tıp hizmeti ve tedavi alan turistlerdir.

(3) Tatil ve tedavi amaçlı turistler: Bu turistler ziyaret ettikleri ülke ya da bölgeye tam anlamı ile tıbbi nedenlerle gitmezler. Ancak ziyaret ettikleri bölgede bazı rahatsızlıkları için tedavi olanakları olması tercih nedenidir. Diğer bir deyimle tatilde tedavi amaçlı turistlerdir.

(4) Tatil yapan hastalar: Bu ziyaretçiler esasen bir bölgeye tedavi amaçlı giderler, ancak iyileştikten sonra ya da tedavi sonrası gittikleri bölgede tatil de yapan ziyaretçilerdir.

(5) Yalnızca hastalar: Bu gruptaki medikal turistlerin bir bölgeye gidiş amaçları yalnızca o bölgede tedavi olmak ya da operasyon geçirmektir. Tatil gibi bir amaçları yoktur.

2.3.32. Termal (*thermal*) turizm

Termal ya da kaplıca turizmi; "termomineral su banyosu, içme, inhalasyon, çamur banyosu gibi çeşitli türdeki yöntemlerin yanında iklim kürü, fizik tedavi, rehabilitasyon, egzersiz, psikoterapi, diyet gibi destek tedavilerinin birleştirilmesi ile yapılan kür (tedavi) uygulamalarının yanı sıra termal suların eğlence ve rekreasyon amaçlı kullanımı ile meydana gelen" turizm türüdür (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020). Özer ve Sonğur'a (2012, s. 72) göre termalizm; "kaplıca, ılıca, içmeler gibi şifalı doğal su kaynaklarının sağlık kurallarına uygun bir biçimde tedavi aracı olarak kullanılmasıdır".

Termal turizm kapsamında tedavi amacıyla kaplıca tedavisi, balneoterapi, peloidterapi, klimaterapi, hidroterapi, talassoterapi ve destek uygulamalar gibi çok çeşitli yöntemler yer almaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020; Gençay, 2007, ss. 174-175).

Bu yöntemleri açıklamak gerekirse (Ünal ve Demirel, 2011, s.108):

- Balneoterapi; doğal mineralli suların belirli bir sürede, gün boyu bölünmüş dozlarda ve belirli miktarlarda içilmesi ile yapılan kürlerdir.
- Talassoterapi; deniz suyu ve diğer deniz değerleri kullanılarak yapılan kür uygulamalarıdır.
- Hidroterapi; genellikle tatlı sular vasıtasıyla ve 20 ºC seviye sıcaklıktaki sularla yapılan kürlerdir.
- Speleoterapi; mağara ortamlarından yararlanılarak yapılan tedavi türüdür.
- Peloidoterapi; çamurdan faydalanılan tedavi türüdür.

2.3.33. Sağlıklı yaşam (*wellness*) ve SPA turizmi

Dünya Turizm Örgütü'ne göre wellness turizmi; "fiziksel, zihinsel, duygusal, mesleki, entelektüel ve ruhsal olmak üzere insan yaşamının tüm ana alanlarını iyileştirmeyi ve dengelemeyi amaçlayan bir turizm faaliyetidir" (UNWTO, 2019a, s. 40).

Burada sağlıklı yaşam "akıl, vücut, ruh ve ilişkilerde iyi ve zinde olmayı" ifade ederken insanın kendisini ruhsal, bedensel ve zihinsel olarak iyi hissetmesini sağlayan her türlü masaj, cilt bakımı, çamur ve yosun banyoları, küvet bakımları gibi uygulamaları kapsamaktadır. Latince *Sanitas Per Aquam* yani "sudan gelen sağlık" kelimelerinin baş harflerinden oluşturulmuş SPA; su ve çamur banyolarına ek olarak çeşitli masaj terapileri, hoş koku terapileri, güzellik ve bakım gibi sağlık kür uygulamalarını içermektedir (Gençay, 2007, s. 175).

Hem Dünya Turizm Örgütü hem de Avrupa Seyahat Komisyonu (ETC) Exploring Health Tourism raporuna göre sağlıklı yaşam turisti için ana motivasyon, fitness, sağlıklı beslenme, rahatlama, şımartma ve iyileştirici tedaviler gibi önleyici, proaktif, yaşam tarzını geliştirici faaliyetlerde bulunmaktır (UNWTO, 2019a, s. 40; URL 3).

Bu kapsamda, literatürde farklı yansılmaları görülse de, "ruhsal ve bedensel rahatsızlıkları bulunan bireylerin evlerinden ayrılıp değişik bölgelerde tedavi görme isteğiyle" ortaya çıkan klimatizm ve üvalizm gibi turizm türleri de değerlendirilebilir (Özer ve Sonğur, 2012, s. 72). Yazarlara göre klimatizm; "açık ve temiz havanın şifa verici etkisinden yararlanmak için, dağ istasyonlarında ve deniz kenarlarında uygulanan

bir tedavi yöntemi olarak sağlıklı iklim ortamında bulunmak" iken üvalizm ise "bazı yörelerin belli başlı ürünü olan meyve ve sebzelerle yapılan kür (tedavi) yöntemi ya da bu ürünlerin kullanımının, bundan hoşlananlara sunulmasıdır".

2.3.34. Medikal tıp (*medical*) turizmi

Dünya Turizm Örgütü'ne göre medikal tıp turizmi ya da tıbbî turizm; "kanıta dayalı tıbbi iyileştirme kaynaklarının ve (ister tıbbi müdahale içeren (/*invasive*) olsun ister olmasın) hizmetlerinin kullanımını içeren bir turizm faaliyetidir. Bu [faaliyetler] teşhis, müdahale, tedavi (kür), önleme ve rehabilitasyonu içerebilir" (UNWTO, 2019a, s. 40). Yani insanların "tıbbi tedavi ihyacı motivasyonuyla insanların ikamet ettikleri yerler dışına sağlık hizmeti satın almak üzere yaptıkları seyahatler olarak ifade edilebilir (Gençay, 2007, s. 178).

Özer ve Sunğur'a (2012, s. 72) göre medikal (tıp) turizmi, belirli bir hastalığı olan turistlere genellikle 2. ve 3. basamak sağlık kurum ve kuruluşlarında hekimler tarafından planlı olarak yapılan tedavi amaçlı uygulamalardır.

Dünyanın en hızlı büyüyen alternatif turizm çeşitlerinden biri olan sağlık turizmi yıllar boyunca termal turizm ile anılırken, bir niş pazar olarak bugünlerde daha çok tedavi amaçlı tıbbi medikal turizm olarak değerlendirilmektedir (Arslan, 2017, s. 317).

Tıp turizmi; tüp bebek tedavisinden kalp ameliyatlarına, estetik ameliyatlardan saç ektirme, diyaliz, göz ve diş tedavisi gibi birçok sağlık hizmetini içerebilir (Gençay, 2007, s. 178).

2.3.35. Yaşlı bakımı (*geriatric*) turizmi

"Yaşlıların sağlığı ve bakımı ile ilgilenen tıp veya sosyal bilim dalı" anlamına gelen *geriatrics* "yaşlı bireylerin sağlığının korunması, gelişebilecek hastalıkların önlenmesi, yaşlanan toplumun fonksiyonel yaşam şekillerine kavuşturularak aktivitelerin sürdürülmesine yönelik tanı ve tedavilerin değerlendirilmesini hedefleyen bir bilim dalı" olarak ifade edilmektedir (Gençay, 2007, s. 177; Oxford, 2019f).

Yaşlı bakımı biliminden hareketle sağlık turizmi kapsamında turizm disiplinine de dâhil edilen yaşlı bakımı turizmi ise "yaşlı bireylerin sağlığının korunması, gelişebilecek

hastalıkların önlenmesi, tanı ve tedavilerine yönelik seyahatler" olarak tanımlanmaktadır (Gençay, 2007, s. 177).

2.3.36. Sağaltıcı (*curative*) turizm

Sağaltıcı turizm, turistlere fiziksel ve ruhsal özgelişim imkânı veren etkinlik ve destinasyonlara seyahatleri içeren turizm türüdür (Kattara, 2000, s. 131).

Bu tür tatil yerleri; katılımcılara mineral kaynaklar ve çamur, termal banyolar ve davetkâr iklim olanakları sunmaktadır. Özel programları arasında sağlıklı beslenme, perhiz, hidroterapi, elektroterapi, inhalasyon, solaryum, gün ışığı, hoş vakit geçirme, kozmetik ve meditasyon gibi etkinlikler bulunmaktadır (Kattara, 2000, s. 131).

2.3.37. Halka (*circuit*) turizmi

Halka turizmi, bir seyahat esnasında her birinde kısa süreli vakit geçirmeyi içeren birçok destinasyonun (ya da destinasyon rotasının) ziyaretini içeren ziyaretlere verilen addır (Cooper, 2000, s. 80).

Birleşmiş Milletlerin kişisel seyahat amaçlarından biri olarak tanımladığı ve "başka bir hedefe doğru yolda olmak dışında herhangi bir özel amaç olmaksızın bir yerde durmayı içeren" transit seyahat amacı; bu turizm türüyle de bağdaştırılabilir (United Nations; 2010, s. 25).

2.3.38. Yaratıcı (*creative*) turizm

Yaratıcı turizm, içerisinde barındırdığı aktiviteler sayesinde katılımcıların yeni pratik ve zihinsel yetenekler kazandığı özellikli bir turizm türüdür. İç dizayn, soft döşeme, özel efekt boyama ya da döşemecilik örnek olarak verilebilir. 1980'lerde bir duraksama dönemi yaşamış olsa da turistler boş zamanlarını yaratıcı ve verimli şekilde kullanarak kişisel gelişimleri için aracı kılmak için artan taleple bu turizm türüne destek vermektedir (Grieve, 2000, s. 118).

2.3.39. Nokta (*destination*) turizmi

Türk Dil Kurumu tarafından "gezi, ziyaret ve alışveriş programı önceden belirlenen varış noktasında yapılan turistik düzenleme, destinasyon turizmi" olarak tanımlanan nokta turizmi (TDK, 2020h), kurumun sözlüğe son dönemlerde eklediği bir terim olarak karşımıza çıkmaktadır.

Varoş (/*ghetto*) turizmi, gecekondu (/*slum*) turizmi gibi kavramlar bu çerçevede değerlendirilebilir.

2.3.40. Dağ (*mountain*) turizmi

Dünya Turizm Örgütü'ne göre dağ turizmi, "belirli bir peyzaja, topografyaya, iklime, biyolojik çeşitliliğe (flora ve fauna) ve yerel topluluğa özgü ayırt edici özelliklere ve niteliklere sahip tepeler veya dağlar gibi belirli ve sınırlı bir coğrafi alanda gerçekleşen bir turizm faaliyetidir. Çok çeşitli açık hava eğlence ve spor aktivitelerini kapsar" (UNWTO, 2019a, s. 50).

2.3.41. Spor (*sports*) turizmi

Spor turizmini tanımlamadan önce spor terminolojisinden bahsetmek gerekir. Spor kavramı genellikle dar bir şekilde rekabetçi oyunla ilişkilendirmekte ve zaman, mekân ve resmileştirilmiş kurallar gibi kavramları içerdiği düşünülmektedir. Edward (1973, ss. 57-58) sporu, "…resmi olarak kaydedilmiş geçmişleri ve gelenekleri olan, rol ve pozisyon ilişkilerini düzenleyen açık ve resmi kurallarda belirlenen sınırlar içinde rekabet yoluyla fiziksel eforu vurgulayan faaliyetler" olarak tanımlamaktadır. Ancak diğer yaklaşımlara bakıldığında spor tanımının rekreasyon ve sağlık gibi rekabetçi olmayan unsurları içeren daha kapsamlı yorumlar içerdiği anlaşılmaktadır Popüler uluslararası slogan "Herkes için Spor", ister yürüme gibi pasif ister basketbol oynamak gibi son derece aktif olsun kişinin herhangi bir fiziksel aktiviteye kişisel katılımına atıfta bulunur. Etimolojik olarak spor kelimesi, aslında, *disport* kelimesinin bir türevi olup, "kendini başka yöne çevirmek" anlamına gelir. Dikkatlerini günlük yaşamın zorluklarından ve baskılarından başka yöne çeviren insanların orijinal anlamını taşıdığı ise kolaylıkla görülmektedir (Delpy, 1998, ss. 23-24).

Dünya Turizm Örgütü'ne göre spor turizmi, "genellikle rekabete dayalı ticari ve ticari olmayan faaliyetleri içeren bir spor etkinliğine ya seyirci olarak gözlemlemek için ya da aktif olarak katılan turistin seyahat deneyimini ifade eden bir turizm faaliyetidir" (UNWTO, 2019a, s. 54).

Spor turizmi çağdaş yerel dil açısından nispeten yeni bir kavram olsa da, faaliyet alanı yeni bir bir olgu değildir. Geniş tanımıyla spor turizmi, bir spor aktivitesine katılmak, sporu gözlemlemek ve bir spor etkinliğini ziyaret etmek için seyahat etmeyi içerir (Delpy, 1998, s. 23). Gibson'a (1998, s. 49) göre spor turizmi "bireyleri geçici olarak ev topluluklarının dışına fiziksel aktivitelere katılmaya, fiziksel aktiviteleri izlemeye veya fiziksel aktivitelerle ilişkili cazibe merkezlerine saygı göstermeye götüren boş zaman temelli seyahattir". Sadece ekonomik teşvik yönünü ele alan Turco ve Eisenhardt (1998, s. 24), spor turizminin "şehirlerarasında kazançlı spor etkinliklerine ev sahipliği yapmak için yoğun rekabete odaklandığını" iddia etmektedir.

Literatürde farklı tanımlamalar olsa spor turizminin çeşitlerini Batman ve Eraslan (2007, ss. 202-217) beş başlık altında toplamıştır. Bunlar; (1) doğa sporları turizmi, (2) kış sporları turizmi, (3) su sporları turizmi, (4) pasif katılımlı spor turizmi ve (5) nostalji spor turizmidir. Bu spor turizmi çeşitleri izleyen paragraflarda aktarılmaktadır.

Doğa sporları turizmi; dağcılık, doğa yürüyüşü (/*trekking* ve /*hiking*), atlı doğa yürüyüşü, bisiklet sporu, golf, yön bulma (/*orienteering*), yamaç paraşütü, avcılık ve mağaracılık gibi sportif faaliyetleri içeren ve genellikle aktif katılımın gerçekleştiği spor turizmi türüdür.

Kış sporları turizmi, amacında kayak sporlarının bulunduğu ve buna uygun karlı, buzlu ve eğimli alanlarda bireysel ya da toplu olarak serbest ya da bir yarışma şeklinde düzenlenen etkinliklere yönelik yapılan seyahatleri, konaklama ve diğer hizmetleri kapsayan faaliyet ve ilişkilerin bütünü olarak tanımlanabilir. Kayak, snowboard, buz pateni gibi çeşitli dalların bulunduğu bu turizm çeşidi, genellikle aktif katılımın olduğu ve sağlık, kültür ve doğa turizmi gibi türlerle birbirini destekleyip tamamlayan faaliyetlerden oluşmaktadır.

Su sporları turizmi; akarsu, göl ve denizlerde yapılan ve daha çok rekreatif amaçlı spor çeşitleri olarak tanımlanmakta, bu bağlamda yapılan turistik faaliyetler ise su sporları

turizmini oluşturmaktadır. Salcılık (*rafting*) ve kanoculuk dallarında yapılan akarsu sporu, kürek, su kayağı, sualtı dalış, sörf, yelkencilik ve yüzme sporları ve bu faaliyetlere katılanlar için ulaşım, konaklama, etkinlik sağlamaya yönelik turistik hizmetleri içermektedir.

Pasif katılımlı spor turizmi; popüler veya pasif katılımlı spor turizmi çeşidi, özellikle uluslararası organizasyonları kapsayan ve olimpiyatlar, futbol müsabakaları ve basketbol, voleybol, hentbol, halter, masa tenisi, judo, tekvando, karate, boks, jimnastik, eskrim, buz hokeyi, atletizm gibi turnuva ve salon sporlarını gibi etkinlikleri içeren spor faaliyetidir.

Nostalji spor turizmi; insanların dünyanın belli merkezlerinde bulunan spor müzelerini, eski dönemler sportif amaçlarla inşa edilmiş arena ya da kolezyum gibi yapıları ziyareti gibi turistik hareketlilikleri kapsamaktadır. Ayrıca tarihi Kırkpınar Yağlı Güreşleri veya İspanya'daki Boğa Güreşleri gibi organizasyonlar da sayılmaktadır.

Delpy'nin (1998, ss. 24, 35-36) spor turizmini, çeşitli turizm alt kategorilerini içeren genel turizmin bir alt kümesi olarak sunduğu görülmektedir. Spor turizminin katkıda bulunan kategoriler arasında macera turizmi, sağlık turizmi, doğa turizmi, seyirci (/*spectator*) turizmi, rekabetçi (/*competitive*) turizm, rekreasyonel veya eğlence turizmi, eğitim turizmi ve iş turizmi olduğu da yazar tarafından modellenerek ayrıca belirtilmektedir (s. 35-36).

Gibson (1998, s. 49) ise yaptığı inceleme sonucu spor turizmiyle ilişkili üç farklı davranış türü ortaya çıktığını öne sürmektedir: (1) aktif olarak katılım (yani Aktif Spor Turizmi), (2) izleyici katılımı (yani Etkinlik Spor Turizmi) ve (3) ziyaret ve belki de saygı gösterme (yani Nostalji Spor Turizmi).

2.3.42. Doğa turizmi

Doğa turizmi turizm faaliyetlerinin çevre üzerinde yarattığı olumsuz etkilere karşı alternatif olarak ortaya atılan sürdürülebilir turizmin alt bölümünü oluşturan bir sürdürülebilirlik yaklaşımıdır (Oktay, İşlek ve Yaşar, 2016, s. 47). Lascurain'a (1996) göre doğa turizmi; doğanın değerini bilerek ve doğadan hoşlanarak, doğal kaynaklara ve çevreye zarar vermeden, olumsuz ziyaretçi etkisi bırakmadan ve yöre halkının sosyo-

ekonomik yaşantısına katkı sağlayan çevreye duyarlı ve saygılı bir turizm türüdür (aktaran Oktay ve diğerleri, 2016, s. 47; Zengin, Koç ve Ulama, 2019, ss. 254-255). Luzar (1995) doğa turizmini, nispeten bozulmamış bölgelere yapılan ve bu bölgelerdeki doğal ve kültürel çekicilikleri inceleyip zevk almak için yapılan seyahatler olarak tanımlamıştır (aktaran Mehmetoglu, 2005, s. 358; Zengin ve diğerleri, 2019, ss. 254-255). Doğa turizmi genel olarak, doğal ortamlara yapılan seyahatleri ifade etmektedir. Manzara bütünlüğü, topoğrafya, su, vejetasyon ve yaban hayatı gibi doğal kaynakların kullanımı ile ilgili bütün turizm şekillerini içermektedir. Doğaya dayalı turizm, kırsal mekanlarda yapılan rekreasyonel ve macera türü spor faaliyetlerini içine almaktadır (Kiper ve Arslan, 2007, s. 166).

Doğa temelli turizm türleri çeşitli kıstaslara göre gruplandırılır. Bu kıstaslar turizmde kullanılan araçlar (bisiklet, balon, rafting, at biniciliği), gidilen yerin doğası (dağ, yayla, mağara) yapılan etkinliğin özelliği (akarsu, av, bilim, trekking) gibi çeşitlilik gösterir (Oktay ve diğerleri, 2016, s. 47).

Doğaya dayalı turizm türleri temel olarak sürdürülebilirlik anlayışına dayanırlar. Doğa turizminin sürdürülebilirliğinin; geleneksel mimarinin, yerel kültürün, tarımsal peyzajın ve doğal çevrenin korunması ile desteklendiği açıktır. (Kiper ve Arslan, 2007, s. 166). Doğa turizmi, doğal ve kültürel kaynaklardan faydalanırken onları korumayı ve onları sürdürülebilirlik anlayışıyla gelecek nesillere aktarmayı amaçlamaktadır (Zengin ve diğerleri, 2019, ss. 254-255). Sürdürülebilirlik anlayışı temelinde doğaya dayalı turizm aktivitelerinin genel geçer bir takım ilkeleri söz konusudur. Bu ilkeleri şöyle sıralayabiliriz (Kılıç ve Nükhet, 2006'dan aktaran Oktay ve diğerleri, 2016, ss. 47-48):

- Turizm aktivitelerinin çevre ve kültürel değerler ile uyumu sağlanmalı, turistlerin ihtiyaçlarını karşılamaktan çok çevrenin ve yerel halkın kültürüne saygı gösterilmelidir,
- Yerel halkın ekonomik çıkarları düşünülmelidir,
- Çevresel ve kültürel ilginin sağlanması gereklidir, kültürel alışverişi ve biyolojik çeşitliliğin korunması desteklenmelidir,
- Kaynakların tüketilmeden çevresel bir bilinç ile geliştirilmesi,
- Kaynaklara, yerel halka ve turizm sektörüne uzun vadede fayda sağlanması,
- Turistlere doğrudan (aracısız), katılımcı ve bilgi verici deneyimler sağlanması,

- Ekolojik sürdürülebilir turizmin en iyi örneğinin sunulması,
- Ziyaretçilerin hassas doğal ve kültürel çevreleri gezerken negatif etkilerini en aza indirecek şekilde hazırlanması,
- Ziyaretçilerin karşılaşacakları yerel kültür, doğal bitki örtüsü ve fauna için önceden hazırlanması,
- Ziyaretçilerin doğal ve kültürel çevre üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmak için bilgi verilerek, uygulamalı olarak düzeltici davranışların sergilenmesi,
- Ziyaretçilerin beklentilerinin karşılanması,
- Yerel halk, yerel yöneticiler, sivil toplum örgütleri, turizm sektör temsilcileri ve turistlerden oluşan ekip için seyahat öncesi, süresince ve sonrasında eğitim çalışmalarının yapılması, ekip içerisinde işbirliği ve uyumun sağlanması, ekip tarafından doğal ve kültürel çevreye karşı dürüst ve ahlaklı davranışlar gösterilmesi ve kaynakların gerçek değerlerinin bütün ekip tarafından kabul edilmesinin sağlanması,
- Olumsuz etkileri azaltmak için küçük gruplar halinde iyi ve deneyimli liderler eşliğinde seyahatlerin düzenlenmesi,
- Doğal alanların korunmasına katkı sağlanması,
- Kaynak yönetimi kapsamında kaynakların tanınması ve sınırlarının belirlenmesi,
- Doğal ve kültürel çevre üzerindeki olumsuz etkileri azaltmak için yönetici, personel ve işverenlerin yasal düzenlemeleri çok iyi bilmesinin ve kabul edilmesinin sağlanması,
- Çevre duyarlı konaklama imkânlarının yaratılması,
- Beklentilerin gerçekleşmesi için pazarlama imkânlarının yaratılması.

Doğaya dayalı, doğayla bütünleşmiş gibi kelimelerle ifade edilebilen doğa turizmi etkinliklerinin son yıllarda hızlı bir şekilde gelişmesinin altında yatan en önemli neden kalabalık kentlerde, hava ve gürültü kirliliği, betonlaşma gibi yoğun çevre sorunları ile birlikte yaşamak durumunda olan ve ağırlıklı olarak hizmet sektöründe çalışan insanların, yaşadığı ve çalıştığı mekânlardaki nitelik değişimine gereksinim duymaları ve bu gereksinimlerin de, turizm talebine yansıması ve yeni arayışların gündeme gelmesidir (Korkmaz, 2001, s. 112).

2.3.43. Kış turizmi

Kış turizmi, kar yağışına bağlı olarak dağların kar alabilen yükselti kuşağında ağırlık kazanan bir turizm çeşididir (Doğaner, 2001, s.178). Kış turizmi kabul gören anlamda karın yağış miktarı ve yerde kalma müddetiyle birlikte bakı, eğim gibi coğrafi etmenlerin uygunluğunun da önemli olduğu bir turizm türüdür (Gönençgil ve Güngör, 2002'den aktaran Çakmak ve Yılmaz, 2018, s. 272). Kış turizmi, genellikle karlı ortamlarda yapılan ve kış sporları uygulamalarının ağırlıklı olarak geliştirildiği merkez ve alanlar üzerinde yoğunlaşan bir turizm hareketidir (Mursalov, 2009, s. 17). Kayak sporunu yapmaya müsait, kar şartlarının ve eğim alanlarının uygun olduğu bölgelere yapılan seyahatler, konaklama, yeme-içme, dinlenme, eğlenme, gezme-görme gibi aktivitelerden oluşan ve yılın belli bir döneminde gerçekleştirilen faaliyetlerin tümüdür (İlban ve Kaşlı, 2008, s. 321; Altaş, Çavuş ve Zaman, 2015, s. 347; Çakmak ve Yılmaz, 2018, s. 272).

Kış turizmi denilince akla gelen ilk aktivite şüphesiz kayaktır. Bu bakımdan kayak kış turizminin gelişme göstermesi açısından ehemmiyetli faktörlerden biridir. Belirli bir yüksekliği olan, kayak yapmaya müsait dağlar diğer faktörlerle birlikte kış turizminin gelişebildiği yerlerdendir. (Altaş ve diğerleri, 2015, ss. 346-347; Çakmak ve Yılmaz, 2018, s. 272).

Kış turizmi, ülkelerin turizm faaliyetlerini on iki aya yayma çabalarına önemli katkılar sağlamaktadır. Alışılagelen klasik anlamda turizm işletmeciliği yapan işletmeler, son yıllarda sağlık turizmi, kış turizmi, yayla turizmi, vb. aktivitelerle, faaliyetlerini çeşitlendirmeye çalışmaktadırlar. Bu durum işletmelere ellerindeki mevcut imkânları zamansal açıdan etkin kullanma fırsatları sunmaktadır (Çakmak ve Yılmaz, 2018, s. 272). Turizmin alışılagelmiş sezonu dışında da var olmasını sağlayan uygulanış türlerinden birisi olması, kış turizmini özel ve önemli kılmaktadır (Vanat, 2013, s.7).

2.3.44. Mağara turizmi

Dünyadaki diğer ülkelerle karşılaştırıldığında ülkemiz "mağara cenneti" olarak adlandırılabilir. Ülkemizde 40.000 üzerinde mağara bulunduğu tahmin edilmektedir.

Önceleri bilimsel ve sportif amaçlı ziyaret edilen mağaralar, çeşitli çevresel düzenlemelerle turizm hizmetine sunulmuştur (Arpacı, Zengin ve Batman, 2012, s. 59).

Doğal süreçler sonucunda oluşmuş yer altı oyuğuna mağara, yeryüzeyi altında oluşan bu boşlukların ziyaret edilmesine ise mağara turizmi denilmektedir (Batman ve Eraslan, 2007, s. 208; Yozcu, 2018, s. 60). Usta'ya (2014, s. 12) göre mağara turizmi ise sağlık ve merak amacıyla mağaralara yapılan seyahatlerdir.

Mağaraların turizmde yaygın olarak kullanımı, görsel mağaracılık (/*show cave*) şeklindedir (Yozcu, 2018, s. 60). Cross (2004, s. 149) görsel mağaracılığı, rehberlik hizmeti ile birlikte diğer ziyaretçi hizmetlerinin sağlandığı mağaralara yönelik turlar şeklinde tanımlamıştır. Wilson (2012, s. 643) ise görsel mağara işletmelerini; doğal mağaraların insan müdahalesi ile ziyaretçilerin herhangi bir özel beceri ve donanım gerektirmeden mağara içine girişine ve gezintisine olanak sağlayan, ticari faaliyet olarak işletilen ve genel de bir parkın içerisinde yer alan oluşumlar şeklinde tanımlamaktadır.

Ekoturizm aktivitelerinde olan öğrenme, eğlenme ve dinlenme temelli aktiviteler olmak üzere 3 ana başlık altında toplanmaktadır. Mağara turizmi de jeoturizm ile birlikte öğrenme temelli aktiviteler içerisinde konumlandırılmaktadır. Ancak mağara turizminin sportif mağaracılık ve sualtı mağara dalış çeşitleri de mevcuttur ve bu yönüyle mağara turizmi eğlenme temelli aktivitelerden macera aktiviteleri ve sportif aktivitelerle de yakından ilişkilidir (Akdağ, 2013, ss. 182-183).

Turizm amacıyla kullanılabilecek mağaraların özellikleri şunlardır:

- Korunması gerekli şekil ve canlı bulunmaması,
- Can güvenliğini tehlikeye sokacak riskler taşımaması,
- Kullanımından kaynaklanacak yerel ve bölgesel kirlenmenin doğmaması,
- İlginç mağara içi şekil ve yapılara sahip olunması,
- Mağaranın fiziki yapısının, insanların rahatlıkla gezmelerine olanak verecek boyutlarda olması,
- Ana yollar ve büyük yerleşim yerlerine yakın olması,
- Mağara yakınında destek ünitelerin kurulabileceği veya çevre düzenlemesinin yapılabileceği yeterli arazinin bulunması. (Arpacı ve diğerleri, 2012, s. 62).

2.3.45. Golf turizmi

Spor, günümüzde bireysel mücadele, rekabet veya dinlence aktivitesinden çok daha farklı yönler içermektedir. Spor turizmi ise turizm ürününün farklılaştırılması konusunda önemli bir alternatif veya yan ürün olarak karşımıza çıkmaktadır. Spor turizmi alternatifleri arasında en büyük aktif sporcu kitlelerinden biri golfe aittir (Çetin, 2008, s. 15).

Golf turizmi golf sporuna aktif veya pasif katılım amacı ile insanların bulundukları, yaşadıkları alanların dışına yaptıkları seyahatler vasıtası ile oluşan ilişkiler bütününü olarak tanımlanabilir (Çetin, 2008, s. 15).

2.3.46. Etkinlik (*event*) turizmi

Getz (1997, s. 16) etkinlik turizmini; "etkinliklere katılan turist sayısını azami seviyeye çıkarmak amacıyla birincil ya da ikincil turist çekicilikleri olarak etkinliklerin planlanması, geliştirilmesi ve pazarlanmasıdır" şeklinde tanımlamaktadır. Yolal (2017) da Getz'ten (1997) hareketle etkinlik turizmini "etkinlik, düzenlendiği kentlerde bulunan doğal ve fiziksel kaynakları canlandırıcı, o yer için imaj oluşturucu ve bir turizm çekiciliği olarak bir takım faaliyetlerin sistematik planlanması, geliştirilmesi ve pazarlanması olarak" tanımlamaktadır (s. 36).

Etkinlik turizmi tüm özel ilgi turizm çeşitleri gibi talep yanlı ve arz yanlı olarak ele alınmalıdır. Tüketici perspektifinden bakıldığında etkinlikler için kimlerin ve neden seyahat ettikleri ve aynı zamanda seyahat esnasında kimlerin etkinliğe katıldığının bilinmesi gerekmektedir. Bunların yanı sıra etkinlik turistlerinin yaptıkları ve harcamaları ile ilgili bilgilere sahip olmak önem taşır. Bu talep yanlı yaklaşım pozitif bir destinasyon imajı, yer pazarlaması ve destinasyon markalama konusunda etkinliğin katkılarının değerlendirilmesini de kapsamaktadır (Getz, 2008, s. 405; Timur, Çevik ve Kıyık Kıcır, 2014, s. 58). Etkinlikler çoğunlukla yarattıkları gelir artırıcı etkileri, yerel işletmelerde artan ticaret ve yeni istihdam olanakları, yerel yönetimler için ek gelir imkânı ve yerel halk için yaşam kalitesinin arttırılması çabalarıyla ilişkilendirilirler. Dahası kamu hizmetlerinin geliştirilmesine, kent mekânlarının yeniden

yapılandırılmasına ve yeni altyapı yatırımlarının gerçekleştirilmesine katkı sağlarlar (Yolal, 2017, s. 36).

Benzer şekilde etkinlikler, daha sonrasında yerel halk tarafından da kullanılabilecek uzun soluklu tesisler de kazandırırlar. Dolayısıyla etkinlikler halklar tarafından kültürel çeşitliliklerini sergilemek, yerleşim yerini tutundurmak, yerel halk için eğlence olanaklarını arttırmak, bölgeye ziyaretçi çekmek, böylelikle yaşanılan yerdeki yaşam kalitesini geliştirmek ve gelir yaratmak amaçlarıyla düzenlenirler (Yolal, 2017, s. 36).

2.3.47. Av turizmi

Av turizmi, doğal yaşam ve yaban hayatı habitatının birlikte kullanılmasıyla ortaya çıkmaktadır. Bir başka deyişle, doğal ortamlarında sayıları fazla veya yeterli olan türlerin avlanmasına izin verilerek, kontrollü bir şekilde ve ekolojik, yerel değerlere öncelik tanınarak yapılan bir turizm biçimidir. Av turizmi, insanların doğaya geri dönüş eğilimiyle artışa geçmektedir. İnsanların, kıyı turizminin, tarihi yerler görmenin, yeni ülkeler keşfetmenin yanında yeni alternatif turizm çeşitleri arayışına geçtikleri görülmektedir. Bunlardan biri de av turizmidir(Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2009, s. 242; Özer, 2020, s. 75).

Av turizmi, av ve yaban hayatı kaynaklarının denetim altında yerli ve yabancı avcıların kullanımına sunulmasını, bu kaynakların rekreasyonel ve turistik yönlerden değerlendirilerek ülke turizmine ve ulusal ekonomiye katkıda bulunmasını amaçlayan etkinliklerdir (Şafak, 2003, s. 135).

Av turizmi, hem ülkelerarası(özel) hem ülke içi(genel) yaygın olarak yapılmaktadır. Aynı zaman da lükstür. Bunu yapacak turistlerin ihtiyaç duyduğu donanım ve araçların her biri, av turizmi için teknik özellikler gerektirmektedir. Kullanılacak mermiden, rehbere giyilecek ayakkabıdan arazi taşıtına kadar her birinin av turizmi için tasarlanmış olması gerekmektedir (Özer, 2015, s. 7; Özer, 2020, s. 75).

Av turizmi, turizmin değişik bir uygulama şekli olup, av ve yaban hayatı kaynaklarının denetim altında yerli ve yabancı avcıların kullanımına sunulmasını, bu kaynakların rekreasyonel ve turistik yönlerden değerlendirilerek ülke turizmine ve ulusal ekonomiye katkıda bulunmasını amaçlayan etkinliklerdir. Diğer bir ifadeyle, avcı niteliğine sahip

kişilerin avlanma amaçlarını gerçekleştirmek üzere belirlenmiş ilkelerle yaptıkları etkinliklerdir (Ulusoy, 2015, s. 75).

Av turizmi alt yapısı iyi hazırlanır, iyi planlanır ve yönetilirse ülkeler için önemli ekolojik, ekonomik, sosyal ve kültürel yarar sağlamaktadır. Kontrolsüz ve plansız yürütülmesi durumunda ise doğal kaynaklara ve sosyo-kültürel yapıya önemli zarar vermektedir (Şafak, 2003, s. 141).

2.3.48. Seks turizmi

Seks turizmi, 1970'lerin sonlarına kadar meşru bir turizm çalışmaları alanı olarak görülmezken, bu tür üzerinde kendisinden en çok alıntı yapılan araştırmacılardan olan Cohen (1982, s. 404), bu tür hakkında şunları kaydetmiştir: "Şaşırtıcı olan şu ki ... bu kadar sık rastlantısal olarak gözlemlenen, bu kadar çok öfke ve kışkırtmaya neden olan bir ilişki; ciddi, tarafsız ve sistematik sosyolojik veya antropolojik araştırma için çok az ilgi görmüştür."

Tanım olarak seks turizmi, iki liminal topluluk olan turistler ve seks işçileri arasındaki etkileşimden doğan seyahatler olarak tanımlanabilir (Ryan ve Hall, 2005, s. 22).

2.4. Turizm Anlayışları / Yaklaşımları

Kendi başlarına bir turizm türü ya da çeşidi olmayan; herhangi bir tür ya da çeşidin ele alınış ve uygulanış biçimi olarak değerlendirilebilecek turizm anlayışları da en genel manada sürdürülebilir turizm, sorumlu turizm ve son dönemlerde ön plana çıkmaya başlayan helal turizmdir.

2.4.1. Sürdürülebilir turizm anlayışı

Sürdürülebilir turizm, turizm gelişmesini yok etmeden doğal, kültürel, ekolojik, biyolojik tüm yenilenebilen ve yenilenemeyen kaynaklara sürerlilik sağlayarak turizm faaliyetlerinin planlanması ve yürütülmesidir (Kahraman, 2007, s. 11)

Sürdürülebilirlik kavramı 1987 yılında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (World Comission on Environment and Development – WCED) tarafından *Our Common Future* adlı raporla ortaya atılmıştır (Anonim, 2014). Buna göre sürdürülebilir gelişme,

yalnızca ekonomik güç kazanmak değil aynı zamanda günümüz toplumunda yaşayan ve gelecek nesillerde yaşayacak olan bireyler arasındaki adaleti de vurgulamaktadır (Kozak ve Kayar, 2007, s. 72). Sürdürülebilirlik olgusu turizm endüstrisi için diğer sektörlerden daha önemlidir (Kozak ve Kayar, 2007, s. 75). Sürdürülebilirlik kavramı "doğal kaynakların korunması, bu kaynaklara yönelik uzun dönemli planlama, kaynakların şimdiki ve gelecek kuşaklar arasında bölüşümü ile ilgilidir" (Saydan ve Küçükaslan, 2007, s. 108).

Butler (1991, s. 29), çevresel olarak sürdürülebilir turizmi "toplum ve çevreyi içine alan bir bölgede sınırsız bir zaman dilimi boyunca uygulanabilir bir şekil ve ölçekte geliştirilen ve sürdürülen; insan ve fiziksel çevreyi bulunduğu derece sayesinde değiştirmeyen ya da alçaltmayan ve bulunması o yerdeki diğer etkinlik ve süreçlerin geliştirilmesi ve belirli düzeyde korunmasına mani olmayan turizm anlayışı" şeklinde tanımlamaktadır.

Birleşmiş Milletler Çevre Programı (*United Nations Environment Programme* – UNEP) ve Dünya Turizm Örgütüne göre sürdürülebilir turizm, sürdürülebilirlik turizm gelişiminin ilkeleri olan çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel özelliklerini niteler ve uzun dönem sürdürülebilir olması için bu üç ilke arasında uygun bir denge gözetilmelidir. Böylelikle sürdürülebilir turizm, izleyen durumları sağlamalıdır (UNEP ve WTO, 2005, s. 11) :

- Temel ekolojik süreçleri dahil ederek ve doğal kaynaklarla biyolojik çeşitliliği koruyarak, turizm gelişiminde anahtar unsur olan çevresel kaynakların en uygun (/*optimal*) kullanımını,
- Ev sahibi toplulukların aslına uygunluğuna (/*authenticity*) saygı göstermeyi, onların inşa edilmiş ve yaşayan kültürel mirasını ve geleneksel değerlerini korumayı ve kültürlerarası anlayış ve hoş görüye katkıda bulunmayı,
- Adil dağılmış tüm paydaşlara sabit istihdam ve gelir kazanma fırsatları ile ev sahibi topluluğa sosyal hizmetler dâhil sosyo-ekonomik fayda sağlarken uygulanabilir, uzun vadeli ekonomik operasyonları mümkün kılmalı ve fakirliğin giderilmesine katkı sağlamalıdır.

Sürdürülebilir turizm gelişimi yönlendirici ilkeleri ve yönetimsel uygulamaları, kitle turizmi ve çeşitli niş turizm segmanları dâhil her çeşit destinasyondaki tüm turizm türlerine uygulanabilir (UNEP ve WTO, 2005, s. 11).

2.4.2. Sorumlu turizm anlayışı

Dünya'da oldukça güncel bir kavram olan sorumlu turizm ve sorumlu seyahat kavramı; ekolojik sistemin korunması açısından gerek turistlerin, gerek turizm hizmeti sağlayıcılarının gerekse yerel halkın üzerinde önemle durduğu bir konu halini almıştır (Zengin ve Erkol, 2018, s. 369)

Birçok turizm türünde ve turizme ilişkin kavramda olduğu gibi sorumlu turizm de tüketici istek ve beklentilerinde yaşanan hızlı gelişimin sonucu olarak görülmektedir. Sorumlu turizm kavramında yer alan turistlere bakıldığında, önceden sıklıkla seyahat eden ve seyahat tecrübesi fazlasıyla gelişmiş olan bireyler olduğu görülmektedir. Onlar için sorumlu turizm, turistik faaliyeti gerçekleştirmek için yeni bir yol olarak görülmektedir. Bu turist grubu turistik deneyim sürecinde, gittiği bölgedeki yaşayan toplumların davranışlarına, alışkanlıklarına, örf ve adetlerine uygun olarak davranmakta, çevreye olan olumlu ve olumsuz etkiyi düşünmekte, o bölgeyi kendi eviymiş gibi hissetmekte ve ona göre bir davranış biçimi içinde olmaktadır. Sorumlu turizm sürdürülebilir turizm, eko turizm, alternatif turizm, yeşil turizm gibi farklı turizm türlerini kapsayan bir terim olarak kullanılmakta, bir destinasyonun turizmden etkilenme düzeylerini olumlu açıdan en yüksek düzeye ulaştırmayı, olumsuz etkilerinin ise olabildiğince azaltmayı amaçlamaktadır (Zengin ve Erkol, 2018, s. 369)

2.4.3. Helal turizm anlayışı

Helal turizm, turizm endüstrisinde yeni gelişmekte olan bir turizm türüdür. Dinin gereklerini, kurallarını yerine getirmeye çalışan, aynı ürün ve hizmetlerden yararlanan tüketici grubuna yönelik hizmet veren helal turizm, aynı zamanda dini hassasiyetlerini dikkate alan kesim için alternatif bir pazar oluşturmaktadır (Yeşiltaş, Cankül ve Temizkan, 2012, s. 194).

Konu üzerinde derinlemesine araştırmaları olan Batman (2017) helâl turizmin, bir turizm çeşidi değil, bir yaklaşım tarzı olduğunu özellikle vurgulamaktadır. Yazara göre

örneğin nasıl ki sürdürülebilir turizm, soft turizm bir turizm çeşidi değil de bir yaklaşımdır, bir anlayıştır; helâl turizm de aynen öyle bir yaklaşım, bir felsefedir. Kavramın açıklaması özetle "dini hassasiyeti yüksek olan Müslümanların dini inançları çerçevesinde meşru dairede turizmin bütün çeşitlerini yapmasıdır (ss. 31-32).

Helal turizm konseptinde hizmet verebilecek işletmeler, ürün-hizmet içerik ve sunum konseptleri itibariyle İslami esaslara göre işletilebilecek olanlardır. Diğer bir ifadeyle, sundukları ürünler-hizmetler ve sunum konseptleri İslami esaslara uygun halde olan veya bu esaslara uygun hale getirilebilecek tüm işletmeler helal turistlerin pazarına hitap eder hale gelebilir. Helal turistlerin hizmet alımına uygun hale gelen tüm işletmeler de Helal turizm konseptinde hizmet veren işletmeler kümesinde yer alabilir. Ancak misyonları itibariyle İslami esaslara göre hizmet verebilecek niteliğe dönüştürülemeyecek olan casino (kumarhane), alkollü ürün sunan pub ve barlar gibi işletmelerin teknik olarak helal turizm konseptinde hizmet vermesi mümkün değildir. Bunun dışında kalan işletmelerin neredeyse tamamının yapılacak bazı değişikliklerle İslami turizm konseptinde hizmet vermesi sağlanabilir (Tekin, 2014, s. 756).

Bu işletmelerin Helal Konseptli olmaları halinde beklenen özellikleri: rekreasyon alanlarının kadın ve erkeklere göre ayrılması, her türlü alkollü içeceğin satışı, sunumu ve tüketiminin yasak olması, otel müşterilerinin ibadetlerini yapabileceği yerlerinin olması, odalarda kıble yönünü gösteren işaretlerin olması, banyo, tuvalet ve yatakların kıbleye göre konumlandırılmış olması, erkek müşterilere erkek çalışanların kadın müşterilere kadın çalışanların hizmet ettiği otel türü olmasıdır (Özdemir, 2015, s. 10; Arpacı, 2015, s. 5; Batman ve Arpacı, 2016).

BÖLÜM 3. MATERYAL VE YÖNTEM

Bu bölümde materyal ve yöntem; dört temel başlık halinde (1) araştırmanın çerçevesi, (2) araştırma yöntemi, (3) araştırma süreci ile (4) araştırmada geçerlilik ve güvenirlilik olarak ele alınmaktadır. İlk başlık olan Araştırma Çerçevesi kapsamında araştırmanın amacı, önemi, kapsamı, sınırlılıkları, kurma/uygulamaya katkıları ve araştırmacının konumu ele alınmaktadır. Sonrasında Araştırmanın Yöntemi adıyla araştırmanın temel paradigması, araştırma yöntemi, gömülü teori tekniği, araştırma modeli ile evren ve örnekleme dair bilgiler sunulmaktadır. Araştırma Süreci olarak adlandırılan izleyen başlıkla sırasıyla veri toplama aracı ve veri toplama süreci ile kodlama ve verilerin yorumlanmasına dair bilgiler verilmektedir. Dördüncü ve son başlık olan Araştırmada Geçerlilik ve Güvenirlilik içerisinde de nitel araştırmalar için hayati öneme sahip olan geçerlilik ve güvenirlilik alt başlıkları detaylı olarak sunulurken araştırmada çeşitlendirme uygulamalarına değinilmektedir.

3.1. Araştırmanın Çerçevesi

Araştırmanın genel özelliklerinin anlatıldığı bu bölümde sırasıyla araştırmanın amacı, önemi, kapsamı, sınırlılıkları, kurama ve uygulamaya katkıları, araştırmanın temel aldığı araştırmanın ana problemi, araştırma soruları, hedefler ve ulaşılmak istenen sonuçlar ile bu çalışma çerçevesinde araştırmacının konumu anlatılmaktadır.

3.1.1. Araştırmanın amacı

İnsanların neden seyahat ettiği, neden belirli yerlere gitmeyi tercih ettiği ve gittikleri yerlerde zamanlarını nasıl ve ne şekilde geçirdikleri turizm endüstrisinde çokça merak edilen konular arasındadır (Öter ve Sarıbaş, 2017, s. 5). Bu doğrultuda Goeldner ve Ritchie (2012, s. 4), bir bilim dalı olarak turizm çalışma alanının gelişmesinin, beş aşamanın elde edilmesine bağlı olduğunu öne sürmektedir: (1) yeknesak tanımlar

(/*uniform definitions*), (2) tarif (/*description*), (3) analiz (/*analysis*), (4) tahmin (/*prediction*) ve (5) kontrol (/*control*). Benzer bir şekilde Erkuş (2008: 480) bilimsel çalışmanın evrendeki düzeni bulmaya çalışma gibi genel amaçlarının yanısıra, sistematik özelliğine de uygun biçimde, bir çalışmanın amaçlarının; betimleme (/*description*), açıklama (/*explanation*), yordama (/*prediction*) ve denetleme (/*controlling*) olduğunu ifade etmektedir.

Turizm alan yazınında turizm türleri, konunun ele alınış biçimine göre birbirinden farklı şekillerde sınıflandırıldığı görülmektedir. Turizmin tür ve/veya çeşitlerini sınıflandırmada bazı araştırmacılar katılan kişi sayısını, bazısı katılanların yaşını, bazısı ziyaret edilen yeri, bazısı da katılanların sosyo-ekonomik durumunu gibi çeşitli kıstasları alarak bu eksende ayrım yaptıkları görülmektedir. Bu durum ise turizm tür ve çeşitlerine bütüncül bir bakış açısını imkânsız kılmaktadır. Hatta Leiper (1979, s. 390) çalışmasında turizmin (1) ekonomik, (2) teknik ve (3) bütüncül olmak üzere üç açıdan incelenebileceğini öne sürmüştür. Bu çalışmada turizm olgusu, yazarın da önerdiği paradigmalardan biri olan, bütüncül bir bakış açısı ile incelenip modellemeye çalışılmıştır.

Bu bağlamda çalışmanın temel amacı turizm kavramsal dizinini bilimsel bir temelde hiyerarşik olarak sınıflandırarak sistematik bir içeriğe oturmasını sağlamaktır. Kendisi titizlikle araştırılması gereken bir konu olan ve içeriğine çeşitli disiplinlerce katkı sağlanan turizmin temel dayanağı olan türlerinin nasıl oluştuğu, neye göre adlandırıldığı, hangi yönelimlerle trend haline dönüştüğü ve birçok çevre tarafından nasıl tanımlandığının yanı sıra bu tanımlardaki eksik/fazla yönlerin açımlanması ise bu araştırmanın ikincil amacını oluşturmaktadır.

3.1.2. Araştırmanın gerekçesi ve önemi

Anlık çözüm odaklı veya belli bir duruma yönelik yapılan fonksiyonel tanımlardan doğan ve turizmin bazı çevrelerce bir disiplin, bir bilim dalı olarak gelişmesine ya da algılanmasına köstek olurken, genel geçer olmayan ve uzlaşımdan yoksun turizm çalışma ya da tanımlamaları; turizm disiplinin teorik çerçeveden yoksunluğuna işaret etmektedir. Teorik alt yapı ve desteğin zafiyet gösterdiği böyle bir zeminde sektörel yönelim ve uygulamaların, bu tanımsal uzlaşımı daha da zorlaştırdığı –ve hatta belki de

yönlendirdiği– ise ayrıca gözlemlenmektedir. Turizmin evrensel bir olgu olması ve kültürlerarası farklı uygulamaları bünyesinde bulundurması, bu durumu zorlaştıran bir diğer etkendir. Bu gerekçeler ile yola çıkılan bu araştırma, amaç bölümünde de belirtildiği üzere turizm türlerinin sınıflandırılmasına bütüncül hiyerarşik bir sistematik getirmeyi hedeflemektedir.

Bu doğrultuda yapılan yazın taramasına göre turizmdeki mobil uygulamaların taksonomisi (Kennedy-Eden ve Gretzel, 2012), turizm ürünlerinin taksonomisi (McKercher, 2016), yaratıcı turistlerin taksonomisi (Tan ve diğerleri, 2014), turizm ve ağırlama alanında iş gücü taksonomisi (Baum ve diğerleri, 2016), şehir turizmi bölge taksonomisi (Howard, 2010), Karayip turizm alkol alanlarının taksonomisi (Guilamo-Ramos ve diğerleri, 2013), talep tarafı olan turistlerin aksine arz tarafı olan ev sahiplerinin taksonomisi (Young ve diğerleri, 2007), turizm firmalarının taksonomisi (Sundbo ve diğerleri, 2007), turizm ve yiyecek ilişkileri taksonomisi (Boyne ve diğerleri, 2002), destinasyon karar verme süreçlerinde yiyecek ve gastronominin önemi odaklı tüketici temelli taksonomi (Boyne ve diğerleri, 2003), etkinlik yönetimi terimlerinin taksonomisi (Arcodia ve Robb, 2000), turizm ekonomik etki analizi temelli en az gelişmiş ülkelerin taksonomisi (Hrubcova ve diğerleri, 2016), destinasyon rekabetçiliği için yönetimsel bir araç olarak turistlerin taksonomisi (Mapingure, 2018), sürdürülebilir turizm ortaklığının taksonomisinin geliştirilmesi (Selin, 1999), turizm gelişim sürecine halk katılımının tipolojisi (Tosun, 1999), turizmin fotoğraflar üzerinden temsil edilmesinin tipolojisi (Hunter, 2008) gibi çeşitli açılardan sınıflandırılması yapılan turizm kavramının; tüm bu sınıflandırmalara rağmen neden-sonuç ilişkisi zemininde bütüncül olarak ele alınmadığı görülmektedir. Bu çalışmaların hiçbiri Türkçe yazında yer almamakta, sayıca az olduğu ve turizmin bütün olarak sınıflandırmasını derinden doğrudan kapsamadığı görülmektedir.

Turizmin bilimsel değerinin ve bir bilim dalı olup olmadığının tartışıldığı bu günlerde, kavramsal ayrıntıların sorgulanıp epistemolojik (bilgiyi sistemli ve tutarlı bir biçimde anlama veya araştırma) olarak işlendiği bu çalışma, kapsam ve yöntemi itibariyle bir ilk niteliği taşıdığı için önemli olduğu düşünülmektedir. Çalışmanın, turizm teorisi alanında yapılacak yeni çalışmalara ışık tutması bakımından da öncül olabileceği ayrıca söylenebilir.

3.1.3. Araştırmanın kapsamı

Bu araştırmada turizmin en küçük birimi olan turizm türleri, bilimsel bir bakış açısıyla sınıflandırılmaya çalışılmıştır. Turizm tür ve çeşitleri, sadece belli bir disiplin bakış açısıyla ele alınmamış, fonksiyonel olarak bir amaca yönelik yapılan ayrımlarla yetinilmemiştir. Tür ve çeşitler, turizm olayı ve bileşenleri içeresinde bütüncül olarak değerlendirmeye alınmıştır. Kısacası bu çalışma; konu olarak turizm teorisini kavramsal açıdan epistemolojik olarak incelenmesini, uygulama alanı olarak da taksonomik kategoriler vasıtasıyla tür temelinde bütüncül bir turizm sınıflandırılmasını kapsamaktadır.

Bu doğrultuda içeriğine çeşitli disiplinlerce katkı sağlanan turizm kavramsal dizinini bilimsel hiyerarşik bir temelde sınıflandırarak sistematik bir içeriğe oturmasını hedeflenmektedir. Bu kapsamda turizme dair tanımların öz haline, günümüz gelişmelerine paralel olarak değişimlerine ve turizm uygulamalarının tanımların içeriğini yansıtıp yansıtmadığına dair yerli ve yabancı literatüre dayalı değerlendirme yapılmış; birincil verilerle bu örtüşüm ve ayrışımlar belirlenmiş, kontrol listeleri sayesinde de tanımların açımlaması yapılmıştır.

3.1.4. Araştırmanın sınırlılıkları

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden gömülü teori tekniğine uygun olarak yüz yüze yarı yapılandırılmış mülakat tekniği uygulanması öngörülmüştür. Ancak, araştırma evreninin küreselliği ve mülakat sorularının derinlemesine bilgi gerektirmesi gibi sınırlılıklardan dolayı bu yarı yapılandırılmış form, yüz yüze uygulanamamış; araştırmanın da içeriği doğrultusunda veri, oluşturulan dört dilli (Türkçe, İngilizce, Almanca ve Rusça) mülakat sitesi (http://tourismtaxonomy.com) vasıtasıyla toplanmıştır. Ek F (F1-F4) bölümlerinde bu sitede yer alan sorulara yönelik oluşturulmuş mülakat formlarının, Word görünüm halleri görülebilmektedir. Bu siteye, katılımcıların cevaplamayı sadece yazı ile değil sözlü olarak da yapabilmeleri için sesli cevap eklentisi de entegre edilmiş olsa da soruların cevaplanması esnasında araştırmacıyla denek arasında derinlemesine görüş alışverişi olmayışı araştırmanın sınırlılıkları arasındadır. Bu mülakat sitesi, çoğu deneğe öncesinden yüz yüze bilgilendirme yapıldıktan sonra cevaplandırılmasına rağmen özellikle yurtdışında

bulunan turizm teorisyenlerine çalışma ve site hakkındaki bilgi, sadece açıklayıcı bir öncül mail (Ek D) yoluyla yapılmıştır. Bu zorunluluk da konunun tam olarak kavranamayabileceği konusunda bir kısıt teşkil etmektedir.

Araştırma özü itibariyle turizm teorisine bir katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Dolayısıyla turizm akademisyenleri evren, dünya genelinde turizm teorisi konusunda çalışanlar örneklem olarak belirlenmiştir. Ne var ki, bazı teorisyenlere defalarca mail yoluyla çalışma izahatı yapılmışsa da cevap alınamamıştır. Örneklemin tamamına ulaşılamamış olunması araştırmanın sınırlılıklarından biridir. Ulaşılan akademisyenlerin hepsinin konuyu ve amacını tam anlamış olduğu varsayımı ve yüz yüze mülakatın yapılamaması da araştırmanın diğer sınırlılıklarındandır.

Araştırmanın yöntem ve bulgular kısmında detaylı izahı yapılan kavram açımlaması, ele alınan sınırlı tanımlar üzerinden yapılmıştır. Açımlama sonunda önerilen terimsel ifade, yine tek bir terimin tanımıyla sınırlıdır.

Ayrıca bu araştırmada birincil veri kaynağı yüz yüze ya da uzaktan kendisine ulaşılmış, konunun izahatı yapılmış, en az doktora derecesine sahip turizm akademisyenlerinin verdiği cevaplarla sınırlıdır.

3.1.5. Araştırmanın kurama ve uygulamaya katkıları

Birçok farklı disiplin tarafından araştırılan ve çeşitli paradigmalar tarafından işlenen bilimsel turizm çalışmaları, turizm türlerinin oldukça farklılaşmasını beraberinde getirmektedir. Bu paradigmaların ortaya koyduğu turizm çeşitlerini ise bütüncül bir şekilde tasnif eden ne ulusal ne de uluslararası bir çalışma henüz ortaya konulmamıştır. Bu bağlamda mevcut hiyerarşik sınıflandırma yöntemlerinin en etkilisi olan sistematik taksonomi bakış açısıyla turizm ve turist türlerini ortaya koyacak nitelikte tasarlanan bu çalışmayla literatüre ve uygulamaya önemli katkılar sağlanacağı düşünülmektedir.

Oluşturulacak turizm sınıflama modeli sayesinde turizm alanında yapılacak tüm çalışmaların görecelilikten uzaklaşıp standart bir temele oturtulacağı düşünülmektedir. Böylelikle turizme ilişkin konularda ortak bir dil oluşturulması için alt zemin hazırlanmasına yarar sağlanacaktır.

Araştırmada turizm ve turist türlerinin sınıflandırılması vasıtasıyla edinilecek katkılar aşağıda belirtilmiştir:

- Kavramlar arasındaki ilişkileri incelemeyi kolaylaştırmak,
- Sistematik bir kavram haritası oluşturup bir konuya ait alt dalların birbirleri arasındaki ilişkinin karşılaştırılabilmesi mümkün kılmak,
- Bilgilerin gelecek kuşaklara aktarılmasındaki karmaşıklığı ve zorluğu ortadan kaldırmak,
- Ortaya çıkabilecek yeni bir türün nerede konuşlanacağını belli ölçütler çerçevesinde ortaya koymak.

3.1.6. Araştırmanın ana problemi, araştırma soruları, hedefler ve ulaşılmak istenen sonuçlar

İster düşünsel ya da teorik ister pratik düzeyde olsun bir bilimsel çalışmanın hareket noktası, problemdir (Erkuş, 2008, s. 480). Bir araştırma tasarımında problemi (ya da sorunu) ortaya koymakla birlikte kuramsal çerçeve belirginleşerek ele alınan konu ve incelenecek sorun bu çerçeve içine yerleştirilir. Sorun, epistemolojik sistem temeline oturtularak gerekçeli sorularla sunulur (Yurtseven, Erkul ve Kekeç Morkoç, 2013, s. 19). Araştırmayı başlatacak olan, cevabı aranan o ilk sorudur.

Bu dayanak çerçevesinde; (1) bu araştırmayı başlatan ana problem, (2) cevabı aranan ana soru, (3 ve sonrası) bu ana soruya cevap bulmak için sorulan araştırma sorularını ayrı ayrı belirtmek gerekmektedir.

İlk olarak; teorik zemin bunalımındaki turizm disiplini, dayanak içersin ya da içermesin her türlü "xxx turizmi" şeklindeki adlandırmaya karşı kendisini açık ve savunmasız bulmuştur. Çeşitli disiplinlerce de bünyesinde katkı bulan turizm alanı için bu durum, bilimsel bir terim olmasıyla uzaktan yakında alakası olmayan gelişigüzel adlandırmalara; adlandırılan bu türlerin hangi kapsamda değerlendirileceğinin belli olmamasına; adlandırmada geçen xxx ifadesinin seyahatin amacı mı, kullandığı araç mı, kullandığı kaynak mı, içerdiği aktivite mi her ne olduğunun belli olmamasına neden olmaktadır. Sayılan ve sayılamayan tüm bu nedenler, turizm türlerinin kavramsal olarak kaotik bir hale dönüşmesine sebebiyet vermektedir. Dolayısıyla bu araştırmayı başlatan

temel problem**, turizm teorisinde tür adlandırmasında yaşanılan bir kavram karmaşası olması ve bu karmaşayı gidermek için de elimizde bir sistemin olmamasıdır.**

İkincil olarak; bu araştırmada cevabı aranan ve araştırma problemiyle bağlantılı olan ana soru, şudur: **Turizm literatüründeki kavram karmaşasını ortadan kaldırmak için turizm türleri, sistematik bir biçimde sınıflandırılabilinir mi?**

Son olarak ana probleme çözüm; ana araştırma sorusuna da cevap olması açısından yanıtları aranan gerekçeli araştırma soruları ise şunlardır:

- Hâkim uluslararası turizm kuruluşlarına göre turizm türlerinin tanımları nedir?
- Literatürü domine eden turizm türü tanımları nelerdir?
- Bu tanımlar, o türün içeriğini tam olarak yansıtmakta mıdır?
- Turizme dair bilimsel bir terim oluştuturken, yazar ve/veya kuruluşlar; ne tür ölçütleri kendilerine kıstas olarak almaktadır?
- Tür terimleri isimlendirilirken, bu isim türün içeriğiyle ne derecede örtüşmektedir/ayrışmaktadır?
- Turizm türlerinden dünya literatüründe olup Türkiye literatüründe olmayan terimler var mıdır?
    - Uluslararası seyahat terimleri ve içerikleri dilimize doğru bir şekilde aktarılmış mıdır?
    - Her ikisinde de olduğu halde yanlış adlandırmalara maruz kalmış terim var mıdır?
- Turizm türleri aktörlerine/paydaşlarına göre hiyerarşik olarak sınıflandırılabilir mi?
    - Turizm olayının aktörleri/paydaşları kimlerdir?
    - Aktör/paydaşların etki ve yetki alanları nelerdir?
- Turizm faaliyetine kimler katılır?
- Turist tipolojileri, seyahat olayına katılan tüm bireyleri kapsayacak şekilde belirlenebilir mi?
- Turizm, içerdiği seyahat motivasyonlarına göre çeşitlenebilir mi?
- Turizm, kullandığı kaynaklara göre çeşitlenebilir mi?

- Turizm türlerinin birbiriyle bağımlı ve bağımsız yönleri nelerdir? Bu yönler nasıl ayırt edilebilir?
- Turizm olayı genelden özele doğru hangi unsurları içermektedir? Bu unsurların kapsayan/kapsanan bağlamında birbirleriyle ilişkileri nelerdir?

Bu üçlü [(1) ana problem, (2) ana soru, (3) araştırma soruları] vasıtasıyla ulaşılmak istenen hedefler ise şunlardır:

- Turizmde mevcut tanımlardan olabilidiğince çoğuna ulaşıp onları içerik, anlam, yapı, çeviri, etimoloji açılarından hassasiyetle incelemek,
- Tanımların araştırma vasıtasıyla açımlamasını yapıp epistemolojik olarak eksik/içeriği yansıtmayan yönlerine şerh koymak,
- Adlandırmaları gelişigüzellikten kurtarıp bilimsel terim haline dönüştürmek için sistematik bilimsel bir yöntem izlemek,
- Terimlerin yerel ve global düzeylerde eşit içeriksel özelliklere sahip olmasını sağlamak,
- Turizm faaliyet ve uygulamalarının genel-geçerliliğini araştırmak,
- Turizm olayının aktörlerinin veya paydaşların hiyerarşisini belirlemek,
- Turizm faaliyetine katılan bireylerin çeşitliliğini ortaya koymak,
- Turizm aktivitelerine neden olan seyahat motivasyonlarının tür adlandırmaların rolünü tespit etmek,
- Turizm ve turist türlerinin kullandığı kaynakları tespit etmek,
- Turizm ve turist türlerinin birbirleriyle olan ilişkilerini tespit etmek,
- Bütüncül olarak turizm olayını belirlemek.

Bu sıralana aşamalar vasıtasıyla ulaşılması hedeflenen nihai sonuç ise şudur: **Turizm literatüründeki kavram karmaşasının ortadan kalkması, turizm türlerinin temelli bir sistemle sınıflandırılmasına bağlıdır.**

3.1.7. Araştırmacının konumu

> "Araştırmacı olacak kişi ASİ (Adlandıran, Sınıflandıran ve İlişkilendiren) olmalı; yani olguları ve nesneleri adlandırabilmeli, sınıflara ayırabilmeli ve olgular ile nesneleri ilişkilendirebilmelidir" (Yurtseven ve diğerleri, 2013, s. 11).

Yurtseven ve diğerlerinin (2013) yukarıda bir araştırmacıda bulunması gerektiğini düşündükleri özellikleri sıralayıp bilimsel araştırmaların özüne uyacak bir şekilde kısaltmasını verdikleri araştırmacı nitelikleri; bu çalışmada tam da araştırmacının sahip olması gereken nitelikler arasındadır. Yani her çalışmayla araştırmacı mevcut düzene karşı bir asilik taşımalı, araştırmacı olacak kişi de yazarların tabiriyle ASİ olmalıdır.

Bu kapsamda araştırmacı aldığı filoloji eğitimi ve kavramlara olan merakı sayesinde gerek sektörel iş deneyimlerinde gerek lisansüstü eğitimi esnasında turizmin kavramsal dizinindeki karmaşaya şahit olmuş ve çözüm yolları üzerinde kafa yormuştur. Turizm alanındaki kavram merakına ise tez danışmanının kuyumcu hassasiyetiyle kavramlara yaklaşması ayrıca mülhem olmuştur. Hem literatürde hem akademik söylemlerde turizmin sahiplerinin konuya duyarsız kalması, hatta araştırmanın veri toplama esnasında karşılaşıldığı gibi gereksiz bulması ise araştırmacının ayrıca duyarlılık oluşturmasına neden olmuş ve doktora ders dönemi başından beri bu kavram karmaşasının giderilmesi için yurt içi ve yurt dışı paydaşlarla fikir alışverişinde bulunarak ve okumalar yaparak çözüm arayışına girişmiştir.

3.2. Araştırma Yöntemi

Bilimin aşamaları şunlardır (Yurtseven ve diğerleri, 2013, s. 5):

- **i.** Sezgilere ve gözleme dayanarak olay ve nesneleri kavramak, tanımlamak, sınıflandırmak üzere çözümleyerek betimlemek.
- **ii.** Olgular arasında nedensellik ilişkileri kurmak ve bu ilişkileri kuramlara dönüştürüp gelecekle ilgili çıkarımlarda bulunmak.
- **iii.** Çeşitli derecelerde ortaya çıkan ilişkileri yasalar, kuramlar halinde ifade ederek çıkarımlarda bulunmaktır.

Bu araştırma, Yurtseven ve diğerlerinin (2013) yukarıda açıklamalarını verdiği aşamaları takip etmek üzerine kurgulanmıştır. Ana hatlarıyla izlenilen aşamalar şöyledir: İlk olarak, turizm ve turist türlerinin saptanması için uzunca bir süre literatür okuması yapılmış, notlar alınmıştır. İkincil aşamada tanımlar, epistemolojik olarak incelikle işlenirken çalışmaya ana hattı verecek olan hiyerarşik kapsayan/kapsanan

yönüne dair içerikler de değerlendirilmiştir. Son aşamada ise tüm bu okumalar ve birincil veri kaynağı harmanlanarak model kurgusu oluşturulmuştur.

Nitel araştırma yöntemleri, nicel kuzenlerine benzer şekilde, şayet ilke ve yöntemleri açıkça verilirse sistematik şekilde değerlendirilebilirler (Corbin ve Strauss, 1990, s. 4). Araştırmanın yöntemine ilişkin bilgilerin detaylı olarak verilmesi nitel araştırmaların geçerliliği ve güvenilirliği için hayati önem arz eder (Ertem, 2017, s. 85). Ne var ki Gortner ve Schultz'un (1988, ss. 22-24) Bölüm 3.3'te özet olarak aktardığı bilimsel ilkelere rağmen Corbin ve Strauss'a (1990) göre keşfin her sureti; kendi standartlarını ve bu standartlara ulaşmak için de ilke ve yöntemlerini geliştirir (ss. 4-5).

Bu kapsamda, araştırmanın sistematik bir şekilde değerlendirilebilmesi ve geçerlilik ve güvenirliliğin sağlanması gibi sebeplerden ötürü, araştırmanın paradigması, izlenilen yöntem, sistematik ilişki modeli ile birincil verinin elde edildiği örneklem ve evren hakkındaki bilgiler izleyen alt başlıklarda detaylarıyla aktarılmaya çalışılmıştır.

3.2.1. Araştırmanın temel paradigması

Paradigma, Thomas Kuhn tarafından "bilim dünyasına belli bir süre için bir model sağlayan ve evrensel olarak kabul edilen bilimsel başarılar" şeklinde tanımlanmaktadır. Bilimsel araştırmaların temelini bir bakıma paradigmalar oluşturmaktadır ve hedefe ulaşmada bilim felsefesinde farklı paradigmaların yer aldığı görülmektedir (Kozak, 2014, s. 12). Bu paradigmaların neler olduğu ve birbirlerine kıyasla üstün/zayıf yönleri Tablo 3.1'de görülebilmektedir.

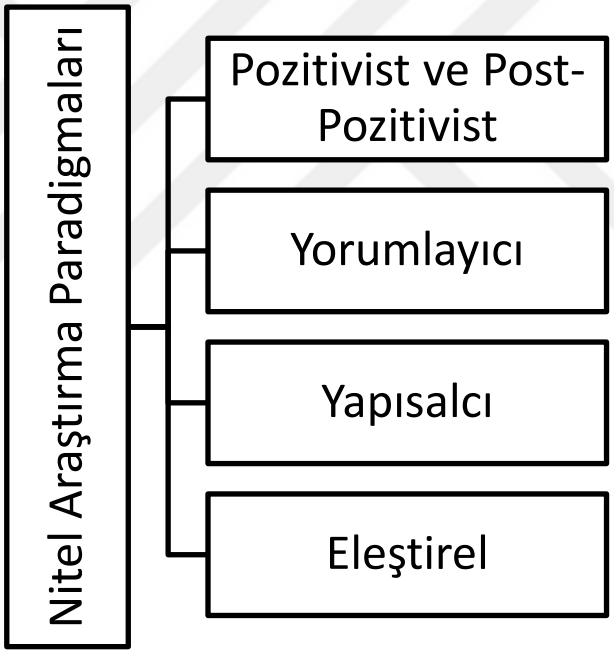
Tablo 3.1: Belirgin paradigmaların üstün ve zayıf yönleri (Kozak, 2014, s. 13).

	Üstün yönleri	**Zayıf yönleri**
Pozitivist paradigma	• Çok sayıda veriye ulaşım kolaylığı • Belirli bir konu üzerinde odaklanma • Karşılaştırabilir verinin elde edilmesi • Araştırma sürecinin daha kolay denetim altında tutulması	• Sosyal olgu ve davranışları açıklama yetersizliği • Verilerin esnekliğinin olmaması • Araştırmacı-araştırılan-ortam arasındaki etkileşime izin vermemesi
Post-pozitivist paradigma	• Nicel araştırma yöntemlerine ek olarak kısmen de olsa nitel araştırma yöntemlerine izin vermesi	• Pozitivist paradigmanın zayıf yönlerini, kısmen de olsa, taşıyor olması

Tablo 3.1 (devamı): Belirgin paradigmaların üstün ve zayıf yönleri (Kozak, 2014, s. 13).

	Üstün yönleri	Zayıf yönleri
Yorumlayıcı paradigma	• Sosyal olgu ve davranışları açıklama becerisi • Araştırmacı-araştırılan-ortam arasındaki etkileşime izin vermesi • Nasıl ve niçin sorularına odaklanması	• Araştırma tasarımının özen gerektirmesi • Belirsizliklerin fazla olması • Veri toplama ve analizi sürecinin zorluğu
Eleştirel paradigma	• Sosyal olgu ve davranışları açıklama yeterliliği • Araştırmacı-araştırılan-ortam arasındaki etkileşime izin vermesi	• Karşılıklı etkileşimden dolayı nesnel sonuçlara ulaşma zorluğu

Mukhopadhyay ve Gupta (2014, s. 110) tarafından bu paradigmalardan nitel araştırmalar için geçerli olan paradigmaları Şekil 9'da göstermektedir.



Şekil 3.1: Temel nitel geleneklerine genel bakış (Mukhopadhyay ve Gupta, 2014, s. 110).

Ertem'e (2017: 85-86) göre nitel araştırmalara temel teşkil eden en önemli iki temel paradigma vardır. Bunlar Pozitivist (olguculuk) ve Yorumlayıcı (/*Interpretive)* bilim anlayışlarıdır. Bu anlayışların ontolojik, epistemolojik, aksiyolojik, çıkarımsal ve genelleme açılarında birbirleriyle kıyaslarının belirtildiği farklar ise Tablo 3.3'de görülebilmektedir.

Tablo 3.2: Pozitivist ve yorumlayıcı paradigmalar arasında farklar (Ertem, 2017, ss. 85-86).

	Pozitivist/Post-Pozitivist	Yorumlayıcı
Ontoloji	Tek gerçeklik ya da olasılığa dayalı olarak anlaşılabilirlik	Gerçeklik inşa edilebilir ve birden fazla olabilir
Epistemoloji	Bilen ve bilinen birbirinden bağımsızdır	Bilen ve bilinen birbirinden ayrılamaz
Aksiyoloji	Araştırma değerden muaftır	Araştırma değer odaklıdır
Çıkarım	Tümdengelim	Tümevarım
Genelleme	Zaman ve bağlamdan bağımsızdır. Genelleme mümkündür	Genelleme mümkün değildir, bu yüzden de odak anlama üzerinedir

Pozitivizmde açıklama, mantıksal bir tez formu olarak analiz edilmektedir. Teorik terimlere formal mütekabiliyet kuralları yoluyla tanımlar verilmekte; teorinin test edilmesinde ise mantık kurallarına uygun akıl yürütmeler yapılmaktadır. Pozitivistlerin ilgilendiği ve "bilim mantığı" dedikleri işlem ise budur (Keat ve Urry, 2001, s. 43). Yani pozitivist anlayış, tek bir gerçeklik üzerine genellenebilir bilgi edinmek amacıyla yola çıkan, araştırmacı ile araştırılan konu arasında bir bağ olmadığını varsayan ve gerçekliği genellikle tümden gelimci olarak ele alan paradigmadır (Neuman, 2016, s. 42).

Yorumlayıcı anlayış ise, gerçekliğin birden çok olduğu ve inşa edilebileceği temel varsayımı üzerinde durur. Bu gerçeklik üzerine genellemeler yapmaya çalışmaz ve araştırmacı ile araştırılan konuyu birbirinden ayırmaz. Yorumlayıcı anlayış genellenebilir bilginin peşinde değildir, ancak olup biteni yorumlamaya ve anlamlandırmaya çalışır (Mukhopadhyay ve Gupta, 2014, s. 110).

Bahsi geçen sebeplerden ötürü araştırmanın mantığına daya uyduğu düşünüldüğü için bu araştırmada yorumlayıcı yaklaşım esas alınmıştır. Bu yaklaşım sayesinde daha önce kurgulanmamış şekilde turizm bütüncül bir hiyerarşik sistemde türlerine ayrılmış, bu ayrım sistematikliği taşıması için azami çaba gösterilmiştir.

3.2.2. Araştırmanın yöntemi

Yöntem bilgisinin içerisinde araştırma sürecinin her aşamasının da detaylı olarak anlatılması önemlidir (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Bunun nedeni, nicel araştırmalardan farklı olarak, nitel araştırmaların "tekrarlanabilirlik" gibi geçerlilik için önemli özellikleri sağlamasının ancak bu şekilde mümkün olabilmesidir (Brink, 1993, ss. 35, 36). Bu bağlamda, izleyen bölümlerde araştırmanın yöntem bilgisi ve araştırma

sürecinin farklı aşamaları ile araştırmanın arka planı ve araştırmacının rolü detaylı olarak ortaya konmaya çalışılacaktır.

Nitel kelimesinin İngilizce karşılığı olan *quality* Latince *qualitas* sözcüğünden türemiştir ve varlıkların niteliklerine, özelliklerine öncelikli olarak odaklanmak anlamına gelmektedir (Erickson, 2018, s. 87).

Bilimsel araştırma yöntemi olarak nitel ve nicel araştırmaların arasındaki farklar, Geray (2006, s. 65) tarafından Tablo 3.4'te belirtilmektedir.

Tablo 3.3: Niteliksel ve niceliksel araştırma farkları (Geray, 2006, s. 65).

Nitel araştırma	**Nicel araştırma**
Değerlendirir	Sayar, ölçer
Kavramları kullanır	Toplanan veriyi işler
Kuramsaldır	İstatistikidir
Yorumlar	Betimler, kestirir
Yorumlama eleştirilir	Yöntem eleştirilir

Buna göre nitel araştırma; nicel kuzenlerinden farklı olarak değerlendirir, kavramları kullanır, yorumlar, yorumlamaları eleştirir ve kuramsaldır. Bu farkları araştırmacıyı da içine katarak işleyen Neuman'a (2016, s. 233) göre ise farklar tablo 3.4'te görselleştirilmiştir.

Tablo 3.4: Nicel ve nitel araştırma arasındaki farklar (Neuman, 2016, s. 233).

NİCEL ARAŞTIRMA	**NİTEL ARAŞTIRMA**
Araştırmacı araştırmaya başlarken oluşturduğu hipotezi test eder.	Araştırmacı verilere gömüldükten sonra anlamı yakalar ve keşfeder.
Kavramlar farklı değişkenler biçimindedir.	Kavramlar, temalar, motifler, genellemeler ve taksonomiler biçimindedir.
Ölçütler veri toplamaya başlamadan önce sistematik olarak oluşturulur ve standartlaştırılır.	Ölçüler özel olarak oluşturulur ve çoğunlukla tek bir ortama veya araştırmacıya özgüdür.
Veriler kesin ölçümlerden elde edilen sayılar biçimindedir.	Veriler belge, gözlem ve yazıya dökülmüş konuşmalardan kelimeler ve imgeler biçimindedir.
Kuram büyük ölçüde nedenseldir ve tümdengelimdir.	Kuram, nedensel olabileceği gibi olmayabilir de ve genellikle tümevarımcıdır.
Prosedürler standarttır ve yinelemeye sık rastlanır.	Araştırma prosedürleri özeldir ve yinelemeye pek rastlanmaz.
Analiz istatistik, tablolar ve çizelgeler kullanarak ve bunların gösterdiklerinin hipotezlerle nasıl ilişkilendirildiğini tartışarak ilerler.	Analiz, kanıtlardan temalar veya genellemeler çıkararak ve verileri tutarlı, anlaşılır bir resim oluşturacak şekilde düzenleyerek ilerler.

Nitel verilerin nicelleştirilmesi; görüşme, gözlem, doküman analizi ile elde edilen verilerin rakamlara dökülmesidir. Nitel verinin sayılara indirgenmesindeki amaç istatistiksel yöntemler kullanarak verinin genelleştirilmesi değil, sayısallaştırarak güvenilirliğinin arttırılması, yanlılığı azaltma ve ortaya çıkan kategoriler arasında karşılaştırma yapabilmektir (Yüksel ve Yüksel, 2004, s. 178). Nitel veriyi sayısallaştırma amacı ile her soru için temel ve alt kategorileri belirten tablolar hazırlanır ve bu tablolar üzerinde her görüşün kaç kez tekrarlandığı ve bu tekrarların yüzde dağılımı belirtilir. Son aşamada ise, her soru için uzman görüşleri bir düzen içerisinde yorumlanarak rapor haline getirilir.

Bu doğrultuda araştırma kapsamında izlenilen yöntem, aşama aşama anlatılmasının araştırmanın güvenirliliği açısından takip edilmesi gereken bir yol olduğu düşünülmektedir.

Araştırma kapsamında ilk olarak bir problem tespiti yapılmıştır. Bu problem araştırmacının doktora ders dönemlerine kadar uzanan ve çeşitli kongre ve konferanslar alan dışı akademisyenlerce araştırmacıya yöneltilen "hangi turizmin neyin altında değerlendirilmesi gerektiği?" sorgularına dayanan kavram karmaşasıdır. Öyle ki hemen her platformda kendine yetki gören araştırmacılar herhangi bir kelimenin ardına xxx turizmi diyerek literatüre yeni bir kavram kazandırdıklarını düşünmeleridir. Oysaki bir oluşumun turizm türü olarak değerlendirilmesi için belli bir sistematiğin olması, adlandırmaların da bu sistematiğe göre yapılması kuşku götürmez bir gerçektir. Bu düşüncelerle, uzun bir süre yapılan okumalar ve fikir alışverişleri neticesinde bu sistematiğin mevcut sınıflandırma yöntemlerinden en etkilisi olan biyolojik sınıflandırma temeline oturtulması gerektiği fikrine varılmıştır. Buradaki amaç sosyal bir bilimi pozitif bilime dönüştürmek değil, pozitif bilimin mevcut bir yönünü bu disipline adapte ederek ayakları yere sağlam basan bir sınıflama modeli ortaya koymaktır.

Problem tespitinden sonra uzunca bir süre seyahat ve turizm teorisi, taksonomi sistematiği, tipoloji kuramları, motivasyon, turizm tanımları ve turizm disiplinine dair çeşitli okumalar ve içerik analizi yapılmıştır. İçerik analizi, elde edilen literatür verilerinde belirlenen anahtar sözcük ve/veya söz öbekleriyle sistematik bir şekilde incelenmesini sağlayan bir araştırma tekniğidir (Stone, Dunphy ve Smith, 1966, s. 213).

Okunan kaynaklar ağırlıklı olarak yabancı dilde ve alana hâkim kaynaklar iken birçoğu doğrudan araştırmada kullanılmamıştır. Yine de bu kaynakların dolaylı olarak konunun işlenebilmesi için katkı sağladığı düşünülebilir. Bu okumalar esnasında ağırlıklı turizm akademisi olsa da çeşitli alanlardan birçok uzmanla da görüş alışverişinde bulunulmuştur. Yüz yüze görüşmeler esnasında ufuk açıcı ve çalışmaya yön katan görüşlerin yanısıra neredeyse görüşülen herkes tarafından böyle bir sistematiğin gerekliliği hakkında olumlu dönütlere tanıklık edilmiştir. Ayrıca araştırma kapsamında birçok akademik kurum ziyaret edilmiş, birçok ulusal ve uluslararası kongreye de iştirak edilmiştir.

Araştırma tasarımı aşaması, bu okumalar ve görüşmeler esnasında kaydedilen veriler ile okumaların bir yandan da yazıya aktarılmasından sonra başlamıştır. Turizm türlerinin envai çeşit adlandırılmış olması, yerel ve uluslararası akademide farklı adlandırmaların görülmesi problemi daha da derinleştirmiştir. Dolayısıyla bu aşamada tanımların epistemolojik analiz mantığıyla öz haline getirilmesi, çevirilerdeki eksik yönlerin düzeltilmesi ve bazılarının yeniden adlandırılması, tanımların irdelenerek çözümlemelerinin yapılması araştırmanın kuramsal temellerine zemin teşkil etmiştir.

Kuramsal temel çizildikten sonra araştırmanın veri toplama aşamasına geçilmiştir. Veri toplama aşamasında evren ve örneklem bölümünde detaylı bir şekilde anlatılan turizm teorisi alanında çalışması ya da fikri olan akademisyenlere çevrimiçi yapılandırılmış mülakat yapılmış, mülakat verileri de araştırmanın özellikle hiyerarşik temeli oluşturulmasında etkin bir şekilde kullanılmıştır. Bu nitel veriyi sayısallaştırmak ve görselleştirmek için MaxQDA nitel veri analiz programı öğrenci lisans sürümü satın alınmış, transkripsiyonu yapılan veriler bu programa atılarak önce açık kodlaması daha sonra da eksensel kodlaması yapılmıştır.

Hiyerarşik turizm dizini oluşturulduktan sonra türlerin bu hiyerarşiye göre sıralanması için bulgular ve değerlendirme aşaması başlamıştır. Burada türlerin tanımlarının değerlendirildiği ve literatür ile katılımcı görüşlerine dayalı oluşturulan kriter listeleri devreye girmiştir. Bu listeler sayesinde mevcut bir tanımlamaya sahip tür, ihtiva ettiği özelliklere göre kontrol edilmiş sonra ya (1) turizm türü olarak kabul edilmiş, sonra (2) turizm sınıflama modelindeki yeri gösterilmiş ya da (3) tümüyle reddedilmiştir. 1 ve 2

basamaklarını geçse bile bir türün içerisinde varsa tanımsal eksikler kavram açımlaması vasıtasıyla giderilmiştir.

Sonuç aşamasında ise bulgulardan elde edilen bilgiler toptan yorumlanarak sonraki araştırmacılar için önerilerde bulunulmuştur.

3.2.3. Gömülü teori

Araştırmanın işlenmesi için temel nicel yöntem tekniği olarak Gömülü Teori (/*Grounded Theory*) kullanılmıştır. Gömülü teori, ilk olarak Glaser ve Strauss tarafından 1967 yılında sağlık bilimleri alanında ortaya konulmuş bir nitel analiz tekniğidir (Corbin ve Strauss, 1990, s. 5). Gömülü teorinin tam bir tanımını yapmak kolay olmasa da, bu teknik, nitel araştırmalarda en çok kullanılan tekniklerden biridir (Ertem, 2017, s. 87). Gömülü teori; "en iyi, ucu açık teori üretim sürecinde hipotezleri analiz edilen gerçeklerle sıkı bir şekilde alakalı çıkarsımsal yorumbilim (/*hermeneutic*)" olarak adlandırılabilinir (Zima, 2007, s. 11).

Metodolojik yaklaşım olarak sosyolojideki teori geliştirme krizi olarak görülen bazı bilim adamlarının oturdukları koltuktan tümdengelim teori oluşturmak yanlışına düştüğü duruma karşı kullanılarak daha da geliştirilmiştir. Bu teori geliştirme krizi, verilerin uygun teori çıkarsaması yerine verilerin bazı teorilere uydurulması şeklindeyken Glaser ve Strauss, bu olumsuz duruma daha sistematik ve tümevarımcı yaklaşımla teori geliştirmek olarak ifade edilebilen gömülü teoriyi çözüm olarak sunmuştur.

Teorik temellerini Pragmatizm (/*Pragmatism*) ve Sembolik Etkileşimcilikte (/*Symbolic Interactionism*) bulan (Goulding, 2002, s. 39; Corbin ve Strauss, 1990, s. 5) gömülü teori, kısaca nitel yöntemlerle (görüşme, gözlem vs.) toplanan verilerden teori ortaya koymayı amaçlayan nitel veri analiz tekniğidir (Glaser ve Strauss, 2006, s. ix).

Zima'ya (2007, s. 11) göre Anselm Strauss ve Juliet Corbin gömülü teorinin öne çıkan dört özelliğini şöyle sıralamıştır: (1) tanımlanan fenomene cevaplar verir, (2) onun daha iyi anlaşılmasına katkı sağlar, (3) ifadeleri o kadar geneldir ki bu fenomenin varyasyonları ve transformasyonlarına da açıklama getirir ve (4) araştırmanın bu üç aşamasını etkin kontrol etmesi gerekir.

Connell ve Lowe (1997, ss. 167-168), gömülü teorinin üç temel karakteristik özelliğini şöyle sıralamaktadır:

(1) Gömülü teori, yeni teorik görü ve yenilikler keşfetmek için yola çıkar ve geleneksel mantıksal tümdengelim sorgulamalarından kaçınır,

(2) Gömülü teori çalışmalarında analitik yorumlar ve keşifler devam eden veri toplama sürecini şekillendirdiği için veri toplama ve analizi aynı anda gerçekleşir,

(3) Gömülü teorisyenler temel sosyal psikolojik süreçleri keşfetmek için yola koyulurlar.

Gömülü teori, verinin içinde yatan (gömülü olan) ve temellerini (/*grounds*) verilerin kendisinde bulan teoriyi, sistematik ve aynı zamanda da esnek araçlar ile ortaya çıkarmayı amaçlar (Charmaz, 2006, s. 2). Burada teorinin verilerin içinde yattığı düşüncesi, gömülü teori tekniğine Glaser tarafından esas alınan Sembolik Etkileşimcilik düşüncesinden gelir (Ertem, 2017, s. 87). Sembolik Etkileşimcilik, en basit şekliyle, bizim kişiler arası ilişkilere yüklediğimiz sembolik anlamlandırmalardır. İnsanlar, etkileşimleri sonucu paylaştıkları anlamları yaratırlar ve bu anlamlar kendilerinin gerçekliği halini alır. Daha açık ifadeyle, karmaşık ve çeşitli sosyal faaliyetlerin doğasını ve sahada gerçekte ne olup bittiğini anlamak için, insanların arasındaki etkileşimler ile oluşturdukları, tanımladıkları anlamlandırmaları (/*interpretations*) incelemek gerekir ki bu anlam yapıları da verilerin içinde saklıdır (Ertem, 2017, s. 87). Bu nitel teknik ile sistematik ve tekrarlanabilir araçlar sunma düşüncesi Strauss'un nicel yöntemlere yatkın arka planından gelir (Corbin ve Strauss, 1990, ss. 9-10). Sonuç olarak, bu nitel analiz tekniğini, nicel tekniklere benzer şekilde, olabildiğince sistematik ve dolayısıyla tekrarlanabilir ve kıyaslanabilir süreçlerle yürütme düşüncesi gömülü teorinin temel esaslarından biridir (Ertem, 2017, s. 87).

Gömülü teori, pozitivist sosyal bilimler anlayışında olduğu gibi her yerde ve her durumda geçerli kapsayıcı teorilerin değil yorumlayıcı anlayış itibarıyla, daha küçük sosyal çevrelerde gözlemlenebilen, orta boy teorilerin (Denzin ve Lincoln, 2005, s. 382) arayışı içindedir. Zaten özellikle sosyal bilimler söz konusu olunca ortaya atılan teorilerin ne kadar kapsayıcı olduğu tartışma konusudur. Gömülü teori yaklaşımı,

verileri önceden tanımlamış kategorilere uydurmaktan ziyade katılımcılarca açığa çıkarılan kuramlardan teori geliştirir.

Bu doğrultuda, araştırmada gömülü teori özüne de uygun olduğunun düşünülmesinden dolayı veri toplama aracı olarak yapılandırılmış çevrimiçi mülakat yöntemi kullanılmıştır.

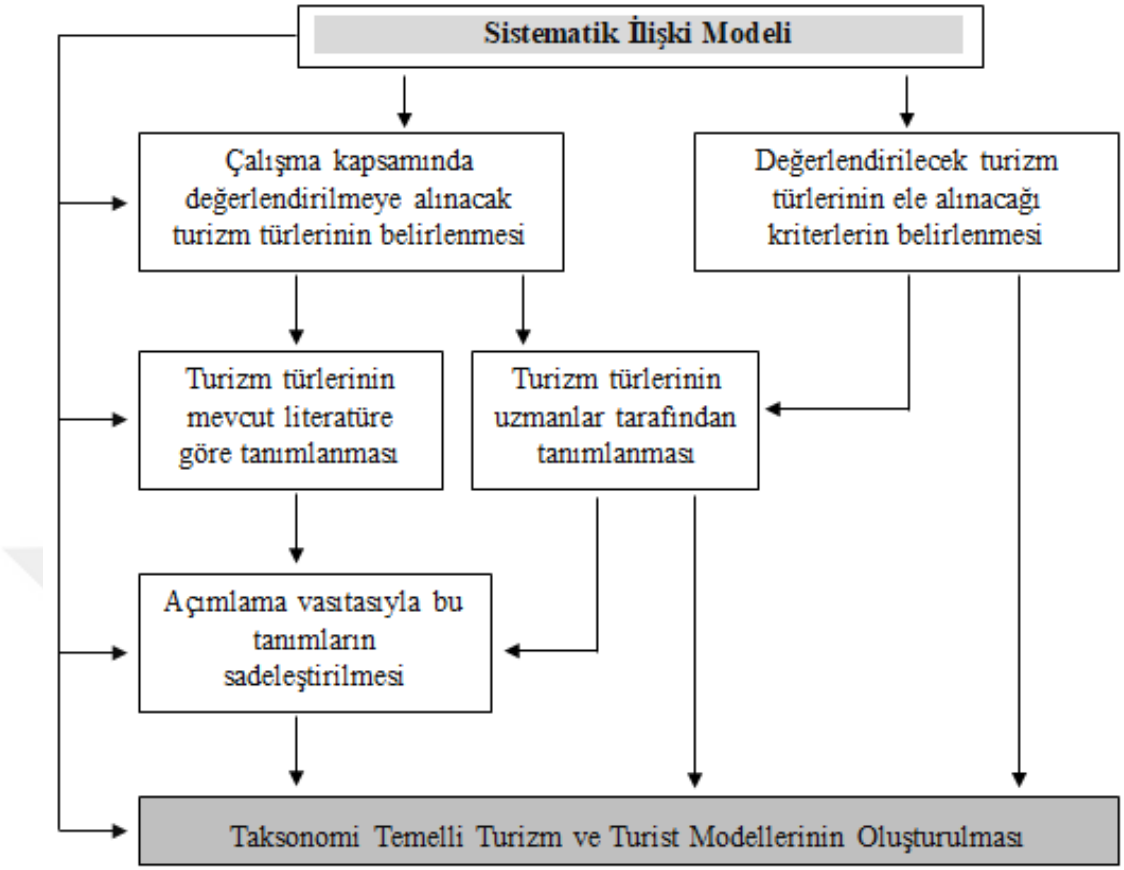
3.2.4. Araştırma modeli

Bilim; var olan şeyleri anlama; yani özelliklerini saptama, hangi ilişkiler içinde olduğunu belirleme ve ilişkilerin nedenlerini bulma yani açıklamadır (Yurtseven ve diğerleri, 2013, s. 5).

Bir gömülü teori çalışmasında yöntemin araştırma sürecini belirlemedeki kuvveti nedeniyle araştırma modelini ön görmek yerine, mevcut durumu derinlemesine inceleyerek ortaya model koymayı amaçlanmaktadır. Yani teori araştırma esnasında yüzeye doğru çıkartılırken uygulanacak yöntemler net olarak en baştan belirlenemez. Araştırma devam ettikçe yöntemlerin işleyip işlemediği, yenilerinin eklenmesi gerekip gerekmediği gibi araştırma tasarımında olmayan durumlar hâsıl olabilir.

Bununla birlikte bu çalışma kapsamında en baştan itibaren araştırmanın takvime uyması ve daha planlı gitmesi için sistematik ilişki modeli ortaya konmuştur (Şekil 3.2).

Bu aşamaların ilki çalışma kapsamında değerlendirilmeye alınacak turizm türlerinin ve bu türlerin ele alınacağı ölçütlerin belirlenmesi olmuştur. Daha sonra turizm türleri mevcut literatüre ve uzmanlara göre tanımlanmış, kavram açımlaması vasıtasıyla bu tanımlanır damıtılıp öz haline getirilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın son aşamasında ise bulgular değerlendirilerek taksonomik temelli turizm modeli oluşturulmuştur.



Şekil 3.2: Araştırmaya dair sistematik ilişki modeli.

3.2.5. Kavram açımlaması

Türk Dil Kurumuna göre açımlamak; "bir sorunu veya konuyu ele alıp en ince noktasına kadar gözden geçirerek anlatmak, şerh etmek, teşrih etmek" anlamlarında kullanılan bir kelimedir (TDK, 2020g). Kelime İngilizce *paraphrase* kelimesine karşılık kullanılmak üzere tasarlanmışsa da ihtiva ettiği Türkçe anlam dâhilinde *elucidate* ([bir konuyu] aydınlatmak), *analyze* (çözümlemek, tahlil/analiz etmek: bir maddeyi, bir fikri basit elemanlarına ayırarak bunların cins, yapı, miktar, oran, görev ve birbiriyle ilgisini saptamak) ve *explain fully* (tümüyle açıklamak) anlamlarına karşılık geldiği de belirlenmiştir (Zargan, 2020b, 2020c, 2020d).

Araştırma kapsamında "çok çeşitli söylemlere uygulanan bir takım metodolojik araç ve tekniklerin bir bütünü" olarak tanımlanan içerik analizi kullanılması planlanmaktaydı (Bilgin, 2000, s. 1). Ancak, bu teknik araştırma doğasıyla birebir uyuşmadığı için "kavram açımlaması" adı verilen yeni bir teknik geliştirme zorunluluğu doğmuştur.

Mevcut literatürde böyle bir teknik olmamasına karşın araştırma kapsamında kavram açımlaması, varolan tanımların eksikliklerinin giderilip yeniden tanımlanması olarak tanımlanabilir. Buna vasıta kılmak içinse kriterleme kontrol listelerinden faydalanarak bir türün hiyerarşik sıralanmasında uyduğu taksonların o kavramın tanımına dâhil edilmesi şeklinde anlaşılabilir.

Araştırma yöntemine dair olarak açımlama tekniğinin araştırmaya dâhil edilmesinin nedeni; öncelikle üzerinde çalışılan kavramların titizlikle anlamlandırılmasından ibaretti. Araştırma süreci devam edildikçe görüldü ki tanımlar kriterlere göre değerlendirdikçe yeni tanım oluşturmak zorunluluğu ortaya çıktı.

Kavram açımlaması tekniğinin işleyiş sürecine dair açıklamalara bulgular kısmında daha detaylı değinilmiştir.

3.2.6. Evren ve örneklem

Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım'a (2010, s. 130) göre evren, "araştırmacının çalışma alanını oluşturan, örneğini seçtiği ve edindiği sonuçları genelleştireceği gruptur". Yazarlar, araştırma bağlamında iki farklı evrenin varlığından bahsetmenin mümkün olduğunu da belirtmektedir (s.131): Bunlardan ilki "ideal evren" olup araştırmacı için herhangi bir kısıt olmaması durumunda benimsenecek evrenken; ikincisi araştırmacının kısıtları dikkate alarak oluşturduğu "gerçekçi evren"dir.

Araştırma kapsamında araştırmacının maddi gücü ve imkânları göz önünde bulundurularak araştırma sorularına uygun cevap alınacak şekilde belirlenen ideal evren dünya genelindeki tüm turizm akademik camiasıyken, gerçekçi evren araştırmacının ulaşabildiği ve turizmin teorik yapısıyla ilgili çalışmaları bulunan doktora ve üstü unvana sahip kişilerdir.

Örnekleme ise "bir çalışma için seçildikleri evreni temsil edebilecek şekilde grup içerisinde belli sayıda denekten oluşan bir alt elemanlar oluşturma sürecidir" (Altunışık ve diğerleri, 2010, s. 131). Araştırmanın örneklem dizaynı çerçevesinde örnekleme tekniklerinden olasılığa dayalı olmayan (ön yargılı) örnekleme türlerinden "kasti (kararsal) örnekleme" vasıtasıyla oluşturulmuştur. Bu teknikte "örneği oluşturacak olan elemanlar araştırmacının araştırma problemlerine cevap bulacağına inandığı kişilerden oluşmaktadır" (Altunışık ve diğerleri, 2010, s. 140). Denekler rastgele seçilmez ve

deneklerin seçimindeki ölçüt araştırmacının yargısıdır. Özellikle pilot uygulama ve mülakat tasarımı aşamasında bu kişilerin turizm teorisi alanında çalışmalar yapmış yerli ve yabancı akademisyenlerden oluşması kararlaştırılmıştır. Bu kapsamda çeşitli kişilerle değişik platformalarda görüşülse de, pilot çalışma mahiyetinde birebir araştırma mülakat formunun değerlendirilmesi doğrultusunda gerçekleştirilen görüşmeler ve katılımcı bilgileri, Tablo 3.5'te görülebilmektedir. Pilot çalışma mahiyetindeki P1-P8 katılımcılarıyla, 19. Ulusal Turizm Kongresi bünyesinde düzenlenen doktora kolokyumunda, araştırmanın yöntem arayışı oluşturma aşamasında izlenilenecek yöntem hakkında bilgiler toplanırken sorulacak soruların derlenmesiyle başlanmıştır. Burada derlenen olası sorular Tez İzleme Komitesine sunulmuş, onların onaylarından sonra uygulama aşaması için hazırlanmıştır.

Tablo 3.5: Pilot çalışma katılımcı bilgileri.

Katılımcı	Unvan	Alan	Görüşme tarihi	Pilot uygulama yeri
P1	Prof. Dr.	Turizm işletmeciliği	17.10.2018	19. UTK Doktora Kolokyumu - Afyon
P2	Prof. Dr.	Turizm işletmeciliği	17.10.2018	19. UTK Doktora Kolokyumu - Afyon
P3	Dr. Öğr. Ü.	Turizm işletmeciliği	17.10.2018	19. UTK Doktora Kolokyumu - Afyon
P4	Dr. Öğr. Ü.	Rekreasyon	17.10.2018	19. UTK Doktora Kolokyumu - Afyon
P5	Doç. Dr.	Turizm Rehberliği	17.10.2018	19. UTK Doktora Kolokyumu - Afyon
P6	Prof. Dr.	Turizm işletmeciliği	17.10.2018	19. UTK Doktora Kolokyumu - Afyon
P7	Prof. Dr.	Turizm işletmeciliği	17.10.2018	19. UTK Doktora Kolokyumu - Afyon
P8	Prof. Dr.	Turizm işletmeciliği	17.10.2018	19. UTK Doktora Kolokyumu - Afyon
P9	Prof. Dr.	Turizm işletmeciliği	26.06.2019	SUBÜ Turizm Fakültesi Doktora TİK VI - Sakarya
P10	Prof. Dr.	Turizm işletmeciliği	26.06.2019	SUBÜ Turizm Fakültesi Doktora TİK VI - Sakarya
P11	Dr. Öğr. Ü.	Turizm işletmeciliği	26.06.2019	SUBÜ Turizm Fakültesi Doktora TİK VI - Sakarya
P12	Dr. Öğr. Ü	Turizm işletmeciliği	02.07.2019	Online Facetime
P13	Dr.	Turizm işletmeciliği	15.07.2019	GSM

Örnekleme ulaşılırken gerek ulusal gerekse de uluslararası literatürde turizm çeşitlerine ilişkin yayınlar yapmış akademisyenlerle yüz yüze ve/veya online mülakat yapılmıştır. Bu kapsamda 19.07.2019-31.01.2020 tarihleri arasında yaklaşık 160 kişiyle görüşülüp 107 kişiye öncül mail atılmış, bunlardan dördü olumsuz yanıt verip araştırmaya

katılmayacağını beyan etmiştir. Araştırma mülakat açıklaması maili atılan kalan 103 kişiden sadece 41 kişinin sağladığı veri işlenip çalışmaya entegre edilecek şekilde transkript edilebilmiştir. Diğer denekler ya da birden çok mail yahut telefonla ulaşılmasına karşın hiçbir dönüt vermemiştir. Bütün haberleşme trafiği de kayıt altına alınıp bir excell listesinde rapor olarak tutulmuştur.

Araştırma kapsamında demografik bilgi talep edilmemiş olmasına karşın veri temini sunan katılımcıların bilgileri Tablo 3.6'da görülmektedir. Her görüşmeye görüşmenin yapıldığı sıraya göre bir numara verilip analizlerde kişilerin ismi yerine görüşme numaraları belirtilmiştir. Araştırmacının yansızlığının temini için çevrimiçi uygulanan görüşmeler veri tabanından yedeklenmiş; yüz yüze uygulanan görüşmeler ise aynı zamanda ses kaydı olarak alınıp muhafaza edilmiştir.

Tablo 3.6: Katılımcı bilgileri.

Katılımcı no	Unvan	Alan	Mülakat dili	Mülakat tarihi
M1	Prof. Dr.	Turizm işletmeciliği	İngilizce	25.07.2019
M2	Prof. Dr.	Turizm işletmeciliği	İngilizce	13.08.2019
M3	Prof. Dr.	Turizm işletmeciliği	Türkçe	30.07.2019
M4	Prof. Dr.	Turizm işletmeciliği	İngilizce	26.12.2019
M5	Prof. Dr.	Turizm işletmeciliği	Türkçe	13.01.2020
M6	Prof. Dr.	Turizm işletmeciliği	Türkçe	22.10.2019
M7	Prof. Dr.	Turizm işletmeciliği	Türkçe	26.12.2019
M8	Prof. Dr.	Turizm işletmeciliği	Rusça	28.12.2019
M9	Prof. Dr.	Turizm işletmeciliği	Türkçe	26.01.2020
M10	Prof. Dr.	Turizm işletmeciliği	Türkçe	29.01.2020
M11	Prof. Dr.	Turizm işletmeciliği	Türkçe	30.01.2020
M12	Prof. Dr.	Turizm rehberliği	Türkçe	16.11.2020
M13	Prof. Dr.	İktisat politikası	Türkçe	26.10.2019
M14	Prof. Dr.	Turizm işletmeciliği	Türkçe	26.12.2019
M15	Prof. Dr.	Turizm işletmeciliği	Türkçe	25.10.2019
M16	Prof. Dr.	Gastronomi	Almanca	18.11.2019
M17	Doç. Dr.	Rekreasyon	Türkçe	16.01.2020
M18	Doç. Dr.	Turizm işletmeciliği	Türkçe	30.07.2019
M19	Doç. Dr.	Turizm işletmeciliği	Türkçe	27.12.2019
M20	Doç. Dr.	Turizm rehberliği	Türkçe	19.10.2019
M21	Doç. Dr.	Turizm rehberliği	Türkçe	27.12.2019
M22	Doç. Dr.	Turizm işletmeciliği	Türkçe	26.12.2019
M23	Doç. Dr.	Turizm işletmeciliği	Türkçe	12.10.2019
M24	Doç. Dr.	Turizm işletmeciliği	Türkçe	16.01.2020
M25	Dr. Öğr. Ü.	Turizm işletmeciliği	Türkçe	18.09.2019
M26	Dr. Öğr. Ü.	Turizm işletmeciliği	Türkçe	30.10.2019

Tablo 3. 6 (devamı): Katılımcı bilgileri.

Katılımcı no	Unvan	Alan	Mülakat dili	Mülakat tarihi
M27	Dr. Öğr. Ü.	Turizm işletmeciliği	Türkçe	29.10.2019
M28	Dr. Öğr. Ü.	Turizm işletmeciliği	Türkçe	26.12.2019
M29	Dr. Öğr. Ü.	Turizm işletmeciliği	Türkçe	1.11.2019
M30	Dr.	Turizm rehberliği	Türkçe	14.09.2019
M31	Doç. Dr.	Turizm rehberliği	Türkçe	18.01.2019
M32	Dr. Öğr. Ü.	Gastronomi	Türkçe	31.10.2019
M33	Dr. Öğr. Ü.	Turizm işletmeciliği	Türkçe	28.01.2020
M34	Dr.	Turizm işletmeciliği	Türkçe	11.11.2019
M35	Dr. Öğr. Ü.	Turizm işletmeciliği	Türkçe	25.10.2019
M36	Dr. Öğr. Ü.	Turizm işletmeciliği	Türkçe	16.01.2020
M37	Dr. Öğr. Ü.	Turizm işletmeciliği	Türkçe	24.10.2019
M38	Dr.	Turizm işletmeciliği	Rusça	14.12.2019
M39	Dr.	Turizm işletmeciliği	Türkçe	18.11.2019
M40	Doç. Dr.	Uluslararası ticaret	Türkçe	29.12.2019
M41	Doç. Dr.	Sosyoloji	Türkçe	27.12.2019

Buna göre, turizm teorisi konusunda çalışması ya da ilgisi olduğu kasti olarak seçilerek araştırmanın sorularına cevap vermesi istenen katılımcılardan %40'ı profesör doktor, %32,5'i doktor (doktor öğretim üyesi dâhil) ve %27,5'i de doçent doktordur. Bunlardan ağırlıklı alan turizm işletmeciliği, ağırlıklı dil ise Türkçedir.

Bilgilendirme metni (öncül ve çalışmanın açıklama metni Ek D-Ek E), mülakat soruları (4 dilde) ve mülakat sitesinin ekran kayıtları ek olarak tezin sonunda verilmiştir.

3.3. Analiz Kapsamında Kodlama ve Verilerin Yorumlanması

Gortner ve Schultz (1988, ss. 22-24) bilimin ilkelerini muhtasaran (kısa ve öz bir şekilde) tartışarak şu unsurları içermesi gerektiğini öne sürmektedir: önem, teori-gözlem uyumu, genellenebilirlik, tutarlılık, çoğaltılabilirlik (tekrar üretebilirlik), kesinlik ve doğrulanabilirlik.

Gömülü teorisyenler, pek çok nitel araştırmacıyla aynı görüşü paylaşarak bir araştırmada "iyi bilimin" olağan ilkeleri [Gortner ve Schultz'un yukarıda sayılan unsurları] muhafaza edilirken nitel araştırmanın, gerçekliği ve sosyal fenomenin karmaşasına uygun olsun diye "yeniden tanımlanmasının" gerekli olduğunu öne sürmektedirler (Corbin ve Strauss, 1990, s. 4). Bu dayanak doğrultusunda araştırmada özellikle kavram açımlamasının üzerinde yoğun bir şekilde durulmaktadır.

Bu kapsamda araştırma süresince veri toplama ve veriyi işleme sürecinde izlenilen yollar ile bu verilerin yorumlanmasında izlenin mantık, ana hatlarıyla izleyen alt başlıklarda anlatılmaktadır.

3.3.1. Veri toplama aracı

Mukhopadhyay ve Gupta'ya (2014, s. 111) göre nicel araştırmada, en yaygın kullanılan veri toplama metotları sörvey ve var olan ikincil kaynak kullanımı olmasına karşın nicel yönteme kıyasla nitel yöntem, veri toplama ve analizi noktasından araştırmacının daha yaratıcı olmasını mümkün kılmaktadır.

Bu kapsamda araştırmada veri toplama aracı olarak yüzyüze ve çevrimiçi görüşmelerde kullanmak üzere önce taslak bir mülakat formu oluşturulmuş, pilot çalışmadan sonra da bu forma son hali verilmiştir (Ek F). Pilot çalışma esnasında özellikle turizm akademisinde yer alan bilimadamları ve tez izleme jüri üyeleriyle görüşülmüş, turizm disiplini dışındaki akademisyenler ve sektör temsilcileriyle de görüş alışverişinde bulunulmuştur. Bu yapılan görüşme tekniği; bir konu hakkında ilgili kişilerden sorulacak sorular çerçevesinde bilgi almaktır. Bu kişilerin sayısı, kimler ve konuların neler olacağı araştırma konusuna ve amaca bağlı olarak araştırmacı tarafından belirlenir (Aziz, 2008, s. 84).

Bu aşamadan sonra nihai hali verilen özellikle çevrimiçi mülakat formu tamamen yapılandırılmış özellik taşımaktadır. Çünkü soruların çevrimiçi dolduruluşu esnasında birçok denekle o anda interaktif bir bağ kurul(a)mamıştır. Bu kısıttan ötürü çalışmanin ihtiva ettiği ve araştırdığı kapsamı; detaylı olarak eposta yoluyla açıklanmış, deneğin ihtiyaç duyması halinde soruları gerek telefon görüşmesi, gerek anlık mesajlaşma, gerekse de yine eposta vasıtasıyla cevaplanarak anlaşılmayan tarafları üzerine açıklık getirilmiştir. Yüzyüze yapılan mülakatlarda ise böyle bir duruma gerek kalınmamış, sorular araştırmacı tarafında gerektiği yerlerde etraflıca açıklanmış, cevaplar ses kaydı olarak deneğin de izniyle alınmış ve bir yandan da notlar tutulmuştur. Yüz yüze mülakatlarda araştırmaya derinlik ve zenginlik kazandırması açısından araştırmacı tarafından gerekli görüldüğü durumlarda görüşme formu dışında ilave sorular da sorulmuştur.

Katılımcıların sabit değişken unvan bilgileri gibi demografik bilgilerinin talep edildiği kısım hariç olmak üzere mülakat formu iki ana kategoriye ayrılabilir. Birinci bölümde turizmin hiyerarşik dizinini belirlemeye yönelik sorular bulunmaktadır. Burada turizm ve turist ana evrenlerine kapsayan/kapsanan açısından hangi tür unsurların dâhil olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. İkinci bölümde ise hiyerarşik dizinin sonunda yer alması gereken turizm ve turist türlerinin belirlenmesine yönelik kavramsal tanımların kapsanan bakış açısı ile netleştirilmesi istenen bölümüdür (Ek F).

3.3.2. Veri toplama süreci

Konu bağlamında öncül bir çalışma olmamasından dolayı araştırmacı tarafından sorulması planlanan sorular; araştırmanın eleştirel okuma aşamasından itibaren literatür taraması ile derlenmeye başlamıştır. Belli bir olgunluğa gelindikten sonra tez izleme jürisi ve danışman onayı ile bu dağınık sorular yarı yapılandırılmış hale getirilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme; görüşmenin ana çizgilerinin belirlendiği görüşme anında sunulan yeni bilgilere ait soru üretme esnekliğine sahip olunan, duruma göre bazı soruların atlanabileceği, görüşmenin gidişatına göre soru sıralamasının değişebileceği görüşme türüdür (Yüksel ve Yüksel, 2004, s. 157).

İlk olarak, pilot çalışma vasıtasıyla sınanmak üzere belli bir soru formatına getirilmiş bu derleme; yöntemin özelliği gereği uzmanların farklı deneyim ve birikimlerine dayalı olarak araştırma konusu ve amacına uygun olacak şekilde değiştirilmiştir. Görüşmeler sırasında ilave sorular sorulması suretiyle analizin kapsamı genişletilmiş, mülakat soruları kısmen ya da tamamen amaca hizmet edecek şekilde değiştirilmiş ve/veya eksilikleri giderilmiş, konunun tam olarak anlaşılacağı daha rafine bir hale getirilmiş ve çevrimiçi yayımlanmak üzere yapılandırılmış mülakat formu haline dönüştürülmüştür.

Bu son halinden sonra mülakat sitesi; araştırmanın kapsamının evrenselliğinden dolayı Türkçe, İngilizce, Almanca ve Rusça olmak üzere dört farklı dile çevirilerek herbirine ayrı bir veritabanı domaini satın alınmıştır.

Pilot çalışma aşamasında yüzyüze gerçekleşen mülakatlar 30 dakika ile 75 dakika arasında sürmüştür. Örneklem ile yapılacak görüşmelerin süresi konusunda çevrimiçi mülakatlara verilecek cevaplarda herhangi bir süre tutumu gerekli görülmemiştir. Çünkü yöneltilen sorular kapsam itibariyle derinlemesine bilgi ve/veya yorum gerektiren

sorulardır. Katılımcıların birebir kendilerine mülakat sitesinin linki olan http://tourismtaxonomy.com eposta veya telefon yoluyla gönderilmiş, gerekirse sözlü cevaplar verebilecekleri de bu mesajda belirtilmiştir.

Katılımcılara yönlendirilen tüm sorularda, sorunun yanında açılır pencere infosu olarak verilen ve o sorunun dayandığı literatür temeli olan açıklamalardan birini seçebileceği yahut da tamamen bunlardan bağımsız cevaplar verebileceği de ekstra olarak bu ardıl epostada açıklanmıştır.

Bu kapsamda bölüm 3.2.6'da da anlatıldığı gibi, 19.07.2019-31.01.2020 tarihleri arasında 160 kişiyle görüşülüp 107 kişiye öncül mail (Ek D) atılmış, bunlardan dördü olumsuz yanıt verip araştırmaya katılmayacağını beyan etmiştir. Araştırma mülakat açıklaması maili (ardıl mail – Ek E) atılan, kalan 103 kişiden sadece 41 katılımcının sağladığı veri işlenip çalışmaya entegre edilecek şekilde transkript edilebilmiştir. Diğer deneklere birden çok mail yahut telefonla ulaşılmasına karşın hiçbir dönüt vermemiştir. Bütün haberleşme trafiği de kayıt altına alınıp bir excell listesinde rapor olarak tutulmuştur.

Gerçekleştirilen görüşmeler pilot çalışma boyunca katılımcıların sözlü izni doğrultusunda ses kayıt cihazıyla kaydedilmiş ve ses kayıtları görüşmelerden sonra yazıya aktarılmıştır (transkripsiyon). Çevrimiçi mülakatlarda ise yazıyla verilen cevaplarda bu duruma gerek duyulmamış, sadece sesli verilen cevaplar yazıya aktarılmıştır. Yazıya aktarılan görüşmelerin analizinde nitel yöntemlerin temel analiz araçlarından olan açık ve eksensel kodlama tekniği kullanılmıştır.

3.3.3. Kodlama ve verilerin yorumlanması

Genel olarak kodlama tekniği veriyi işlemek anlamıyla "bir şeye emek vererek onu daha elverişli bir duruma getirmektir" (TDK, 2020n) ve hem nitel hem de nicel yaklaşımlarda kullanılan bir süreçtir. Bu teknik; sadece gömülü teoride değil, içerik analizi gibi görüşme, gözlem yahut metinleri analiz etmeyi amaçlayan farklı nitel yöntemlerde kullanılmaktadır (Schreier, 2012, ss. 38-39; Flick, 2013, ss. 23-24). Gömülü teori uygulamasında ise kodlama, analizin kendisidir (Ertem, 2017, s. 92). Burada kodlama süreci; görüşme, gözlem yahut saha notları ile elde edilen veriyi, içinde yatan teoriyi

ortaya koymak amacıyla işlemeye yani veriyi damıtmaya yarar (Goulding, 2002, ss. 74-75; Charmaz, 2006, s. 3).

İşleme sürecinde veri, parçalara ayrılır ve her bir parça araştırma kapsamında içerdiği anlam açısından etiketlenerek incelenir. Bu parçalama sırasında, parçalar arasındaki bağlar yok edilmez ve gerektiğinde yeni bağlar kurulur. Süreç boyunca veri parçaları arasındaki bağın korunabilmesi için, kodlamanın veri toplama işlemiyle birlikte başlayıp devam etmesi (/*on-going procedure*) ve kodlama yapılırken kodlanmış verilerin sürekli birbiriyle karşılaştırılması (/*constant comparison*) esastır (Glaser ve Strauss, 2006, ss. 105-109). Bağların korunması, bölümlere ayrılan verileri daha sonra tekrar birleştirerek, kavramlar geliştirmeyi ve kavramlar üzerinden asıl teoriye ulaşmayı sağlar (Miles ve Huberman, 1994, s. 56). Kodlama, araştırmaya konu olan durumların gerçekliğine ilişkin doğru soruları sormayı ve bu soruları yorumlayıcı bakış açısıyla anlamlı olacak şekilde cevaplama çabasına hizmet eder (Strauss ve Corbin, 1998, ss. 55-56).

Bu açıdan bakıldığında, kodlama; bu çalışmanın da temel araştırma yöntemi gömülü teori olduğu için çalışma açısından çok önemlidir.

Gömülü teoride kodlama süreci temelde iki aşamalı bir süreçtir (Ertem, 2017, s. 93): Birinci aşama, verilerin detaylı bir şekilde incelendiği, analiz edildiği "açık kodlama" içeren aşamadır. İkinci aşama ise, ilgili literatürde "odaklanmış, eksensel ya da seçici kodlama" olarak adlandırılan aşamadır.

3.3.3.1. Açık kodlama süreci

Charmaz (2006, ss. 47-57) tarafından "başlangıç aşaması", Strauss (2003, ss. 59-64) tarafından da "açık kodlama" olarak adlandırılan bu aşamada işleyiş adım adım şu şekildedir (Strauss ve Corbin, 1998, ss. 102-103):

- Metin detaylı bir şekilde okunur,
- Metin içindeki her kelime, her satır ya da bölüm; kodlama şekline göre ayrı ayrı adlandırılır,
- Veriler, detaylı bir şekilde işlenir kategorilere ve alt kategorilere ayrılır.

- Kavramsal olarak benzer olan, olaylar, olgular, davranışlar gibi unsurlar aynı kategorilerde toplanır,
- Bu kategoriler birer kavrama yahut olguya işaret edecek şekilde adlandırılır.

Araştırma kapsamında açık kodlama aşaması yazıya aktarılan ilk görüşmeyle birlikte, literatür dayanak tutularak başlamıştır. Turizm hiyerarşik dizinine ilişkin kodlama süreci, şekil 3.2'de yer alan araştırmaya dair sistematik ilişki modelinde kavramsal çerçeve doğrultusunda yürütülmüştür. Öte yandan, turizm kavramsal dizinine ilişkin kodlama ise, tam olarak açık kodlama sürecine uygun şekilde gelişmiştir. Katılımcılar tarafından sağlanan bilgiler bu aşamada 1560 kez farklı açılardan kodlanmıştır.

Bu süreçte, araştırmanın bölüm 2.3'te verilen turizm türlerinin kavramsal dizinine dair kodlamalar yapılmıştır.

3.3.3.2. Eksensel / seçici kodlama süreci

Araştırmanın kodlama sürecindeki ikinci aşama, eksensel ya da seçici kodlama olarak adlandırılan aşamadır (Charmaz, 2006; Strauss, 2003). Bu aşamada, bir önceki bölümde parçalara ayrılan veri, kavramlar ve en sonunda bir teori oluşturmak üzere birleştirilir. Birleştirme, daha önce oluşturulan kategori ve alt kategorilerin birbirleriyle nerede kesiştiği yahut ayrıştığı, kısaca aralarında nasıl bir bağ olduğu anlaşılmaya çalışılarak yapılır. Buradaki her bir kategori bir olguya (phenomena) işaret eder. Alt kategoriler ise bir olguya, kavrama işaret etmekten çok, ana kategorinin ifade ettiği kavram ya da olguya ilişkin 5N-1K sorularını cevaplamaya yönelirler (Strauss ve Corbin, 1998, s. 123; Ertem, 2017, s. 97). İkinci aşamanın sonunda verinin içinde yattığı düşünülen teorinin ana hatları şekillenmiş olur.

Bu süreçte, araştırmanın bölüm 2.2'de verilen turizm türlerinin hiyerarşik dizinine dair kodlamalar yapılmıştır. Bu kapsamda mevcut literatüre de dayandırılarak hiyerarşik dizin (1) turizm ve turist evreni, (2) turizm ve turist şubeleri, (3) turizm ve turist sınıfları, (4) turizm ve turist formları, (5) turizm ve turistin kullandığı kaynaklar, (6) seyahatin ana amacının belirtildiği turizm ve turist çeşitleri ve son olarak da (7) turizm ve turist türleri eksenleri ortaya çıkarılmıştır.

3.4. Araştırmada Geçerlilik ve Güvenilirlik

Nitel araştırmada geçerlik; araştırmacının araştırdığı konuyu olduğu biçimiyle ve olabildiğince yansız gözlemesidir. Araştırılan konu veya olay hakkında bütüncül bir resim oluşturabilmesi için araştırmacının elde ettiği verileri ve ulaştığı sonuçları teyit etmesine yardımcı olacak bazı ek yöntemler (çeşitleme, katılımcı onayı, meslektaş onayı vb.) kullanması gerekir (Yıldırım ve Şimşek, 2006, s. 256). Araştırma alanına yakınlık, yüz yüze görüşmeler yolu ile ayrıntılı, derinlemesine bilgi toplanması ve elde edilen bulguların teyidi için alana geri gidebilme gibi özellikler nitel araştırmanın geçerliğini oluşturur. Ayrıca araştırmacı veri toplama sürecine bizzat katıldığı için verilen cevapların bir başkasının cevabı olmadığını teyit ederek verinin geçerliğini yükseltebilir (Yüksel ve Yüksel, 2004, s. 156).

Nitel araştırmaya temel oluşturan ilkelerden birisi gerçeklerin kişilere ve içinde bulunulan ortama göre sürekli bir değişme içinde olduğunu kabul etmektir. Ancak araştırmanın güvenilirliğinin sağlanması için araştırmacının alabileceği bir takım önlemler vardır (Yıldırım ve Şimşek, 2006, s. 228):

- Araştırmacının, araştırma sürecindeki konumunu tanımlayarak benzer araştırmaları yapacak araştırmacılara rehberlik etmesi,
- Araştırmada veri kaynağı olan kişilerin açıkça tanımlanması,
- Verilerin analizinde kullanılan kavramsal çerçevenin tanımlanması,
- Veri toplama ve analiz yöntemleri ile ilgili ayrıntılı açıklamaların yapılmasıdır.

Creswell'in (2016, ss. 250-253) nitel araştırmalar için öne sürdüğü geçerlilik stratejilerinden olan "akran incelemesi/sorgulaması" kapsamında problem tespiti, literatür tarama, veri toplama ve veri analizleri aşamalarında araştırmacının doktora ders döneminden beri çeşitli disiplinlerden akademisyenlerle görüştüğü araştırmacının konumu bölümünde dile getirilmişti. Bununla birlikte, bu stratejilerden olan "zengin ve yoğun betimleme"; hem araştırmanın literatür aktarımında hem de araştırmanın dayandığı yöntem olan kavram açımlaması yoluyla bu araştırmada uygulandığı söylenebilir. Creswell'e göre bu stratejilerden iki tanesinin uygulanması nitel bir araştırmanın geçerliliğinin sağlamak için araştırmacıların sıklakla başvurduğu durumdur. Yine de yazarın stratejilerinden olan "olumsuz durum analizi", yine bu

araştırma kapsamında ve kavram açımlamalarında başvurular bir diğer geçerlilik özelliklerindendir.

Nitel araştırmada güvenilirlik sorunsalının şu dört temel durumu içeren kriteroloji[59] üzerine dayandırılmalıdır (Guba 1981, ss. 79-82; Mehmetoglu, 2004, s. 78): (1) inanılırlık, (2) güvenilebilirlik, (3) doğrulanabilirlik ve (4) nakledilebilirlik. Bu kavramlarla ilgili bilimsel ve doğal terimler için tablo 3.7'de görünen güvenilirliğin dört yönü ve bunların bilimsel ve doğal karşılıkları verilmektedir.

Tablo 3.7: Güvenilirliğin dört yönünün bilimsel ve doğal terimleri (Guba,1981, s. 80).

Yön	**Bilimsel terim**	**Doğal terim**
Gerçeklik değeri (truth value)	İç geçerlilik (internal validity)	İnanırlık (credibility)
Uygulanabilirlik (applicability)	Dış geçerlilik (external validity) Genellenebilirlik (generalizability)	Nakledilebilirlik (transferability)
Tutarlılık (consistency)	Güvenilirlik (reliability)	Güvenilebilirlik (dependability)
Yansızlık (neutrality)	Nesnellik (objectivity)	Doğrulanabilirlik (confirmability)

Yukarıda sıralanan verilerden hareketle bu çalışmanın geçerlik ve güvenilirliğine ilişkin yapılanlar şu şekilde ifade edilebilir:

- Araştırma geçerliliği için araştırmacı tüm görüşmeleri birebir yapmış, yansız davranmış ve bir başka akademisyenin onayını almıştır.
- Araştırma güvenirliliği için araştırmacının araştırma sürecindeki konumu, görüşme yapılan kişiler belirli, oluşturulan temalar tanımlanarak veri toplama ve analiz yöntemi ile ilgili açıklamalar yapılmıştır.

[59] Sözcüğün Türkçe karşılığı tam olarak saptanamamış olmasından dolayı orijinal dildeki çevirisi şöyledir: "*criteriology* (1) *(*Felsefe'de) sorgulama geçerlilik çalışması ve bilgiye ulaşmak için gerekli olan kriterler" (Wiktionary, 2020); (2) "kriter geliştirme ile ilgilenen mantık biliminin bir parçası" (Merriam-Webster, 2020a).

BÖLÜM 4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu bölüm üç ana kısımda ele alınmaktadır. İlk olarak turizm hiyerarşik dizinine ilişkin lietratür dayanakları ve katılımcı görüşleri epistemolojik olarak incelenmiş; turizmin hiyerarşik olarak sınıflandırılması için zemin kriterler saptanmıştır.

Kavram açımlama kriterleri olarak adlandırılan bu ölçütler; bu bölümün ikinci ana kısmı olan turizm türlerinin sınanması için kullanılmaktadır. İkinci kısımda kavram açımlaması ile 48 adet turizm türü sınanmış ve bunlardan 43 tanesi tür olarak kabul edilerek araştırma modelindeki yerine yerleştirilmiştir. Bu türlere dair önerilen yeni tanımlar da yine bu kısımda ele alınmaktadır.

Bulgular ve tartışma bölümünün üçüncü ana kısmında ise ilk iki bölümdeki bulgulara dair genel bir değerlendirme yapılarak sınanan tüm türler hep birlikte değerlendirilmeye tabii tutulmuştur.

4.1. Turizm Hiyerarşik Dizinine İlişkin Bulgular

Turizm hiyerarşik dizini, 4.2'de açımlaması yapılacak olan türlerin değerlendirilmesi için kapsayan/kapsanan bağlamda turizm ve turist olgularının birincil ve ikincil veri kaynağı vasıtasıyla incelenip ortaya çıkan kriterleme listesine zemin teşkil etmektedir. Biyolojik taksonomiye göre altı temel basamakta ele alınan bu taksonlar, bir türün en temelde turizm ya da turist unsuru taşıması için gerekli kriterlerden eğer bir tür ise çalışma sonunda önerilen modeldeki yerinin tespitine kadarki tüm süreç için geçerlidir. Ele alınan turizm türlerinden bazıları bu kriter koşullarını sağlamadığı takdirde modelde yer almayacaktır.

4.1.1. Evrene ilişkin bulgular

Bu başlıkta, turizm ve turist evrenine dair literatür ve katılımcı görüşlerinin epistemolojik olarak incelenmesiyle ortaya çıkarılan hiyerarşik dizinin ilk basamağına ilişkin kriterler verilmektedir.

4.1.1.1. Turizm evrenine ilişkin bulgular

Turizm evrenine ilişkin hiyerarşik bulgular; hem literatürde hem de katılımcıların görüşlerinde tablo 4.1'de de görüldüğü gibi dört temel durum üzerinde birleşmektedir.

Tablo 4.1: Turizm evreni kriterleri.

Olağan ikametgâh	Olağan ikametgâhının yasal/yönetsel sınırlarından ayrılış (tura başlama)
	Olağan ikametgâhına dönme (turu tamamlama)
Geçici konaklama	Bu ikametgâh dışında geçici süreliğine başka yerlerde bulunma (ziyaret etme)
Süre	En az bir geceleme ya da 24 saat - en fazla 1 yıla kadar geçen bir süreyi kapsayacak şekilde
Tüketim	Tüketici olarak turistik mal ve hizmetlerden (yeme-içme, turistik tesisler, çekim unsurları, ulaşım ve konaklamadan) faydalanma

Bu durumda bir türün, turizm evreni içerisinde değerlendirilebilmesi için muhakkak gerekli olan ilk unsur olağan ikametgâhla ilgili yer unsuru olduğu görülmektedir. Bunun içerisinde (1) olağan ikametgâhının yasal/yönetsel sınırlarından ayrılış (yani tura başlama) ve (2) olağan ikametgâhına geri dönme (yani turu tamamlama /*round trip*) olarak iki alt unsur da bulunmaktadır.

Bu konuda yerleşik tanımlardan öne çıkanları tablo 4.2'de görülmektedir (Tanımların tamamı ss. 65-66, bölüm 2.2.1.1. tablo 2.6'da detaylı şekilde görülebilir).

Tablo 4.2: Turizm tanımları (olağan ikametgâh ile ilgili olanlar).

Yazar / Kuruluş (yıl)	Tanım
M. Meyer	Turizm; her insanın değişik derecelerde bulunan kaçma ve uzaklaşma isteklerinden ortaya çıkan psikolojik kaynaklı yer değiştirme faaliyetidir.
Schullar (1910)	Turizm; başka bir ülkeden, şehir veya bölgeden yabancıların gelmesi ve geçici süre kalmalarıyla ortaya çıkan hareketin ekonomik yönünü ilgilendiren faaliyetlerin tümüdür.
Burkart ve Medlik (1974)	Turizm, insanların normalde yaşadıkları ve çalıştıkları yerlerin dışındaki yerlere geçici olarak kısa süreli hareketleri ve bu destinasyonlarda kaldıkları süre boyunca yaptıkları herhangi bir etkinlikle ilgili her türlü faaliyeti kapsamaktadır (s. 39-40).

Tablo 4.2 (devamı): Turizm tanımları (olağan ikametgâh ile ilgili olanlar).

Yazar / Kuruluş (yıl)	Tanım
AIEST (1980)	İnsanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralarda genellikle turistik işletmelerin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür.
UNWTO (1994)	Referans ülke temel alındığında, ülke sakinlerinin olağan ikametgâhlarından yurt içi ya da yurt dışına yönelik turistik turları ile tekrar oraya dönüşlerine kadar geçen seyahatleridir.
United Nations (2010)	Turizm; insanların ikamet ettikleri olağan yerlerin dışındaki yerlere bir yıldan az olmamak kaydıyla en az bir geceleme içeren hareketleriyle alakalı olağan motivasyonun zevk almak olduğu sosyal, kültürel ve ekonomik bir olgudur (ss.1, 10).
Kozak ve diğ. (2010)	Turizm; turistlerin ikamet ettikleri yerlerden ayrılarak tekrar aynı yere dönünceye kadar geçen süre içerisindeki seyahatleri sırasında gereksinim duydukları ulaştırma, konaklama, yeme-içme, eğlence ve diğer ihtiyaçlarını karşıladıkları faaliyet alanlarının tümüdür (s. 38).
Usta (2014)	Turizm; sürekli yaşanan yer dışında, ticari kazanç dışı nedenlerle yapılan ve yirmi dört saati aşan veya en az bir gecelemeden oluşan geçici seyahat ve konaklamaların ortaya çıkardığı ekonomik ve sosyal nitelikli tüketim olayı ve ilişkiler bütünüdür (s. 7).

Yerleşik tanımlara içtihat niteliğindeki katılımcı görüşleri/mülakat (M) verileri (M2, M5, M7-8, M10-12, M15-16, M19, M22, M24-30, M32-34 ve M38) ise şöyledir:

M2 *"Kişinin olağan ikamet yerinden geçici süreliğine, çalışma harici bir ya da daha fazla seyahat motivasyonunu karşılamak için başka yere seyahat etmesidir ki bu bir çeşit ulaşım, yiyecek, eğlence, seyahat etkinliği ve/veya barınma gerektirmektedir"*

M5 *"İnsanların sürekli ikamet ettikleri yerden tekrar geri dönmek üzere, dinlenme, eğlenme, eğitim, ekonomik, sağlık vb. nedenlerle yaptıkları seyahatlerden oluşan sosyo-ekonomik bir olaydır"*

M7 *"Turizm, insanların para harcamak amacıyla, sürekli yaşadıkları yerin içerisinde veya dışarısında, 24 saat kalma koşulu olmaksızın gezme, görme, akraba veya kültür amacıyla seyahat etmeleridir."*

M8 *"Turizm insanların zevk, dinlenme, eğlenme, gezip görerek öğrenme ve belirli bir etkinliğe katılma gibi amaçlarla bulundukları yerlerden başka yerlere seyahat etmeleridir."*

M10 *"İnsanların devamlı ikamet ettikleri yerlerin dışında geçici konaklamalarından doğan ilişkilerdir."*

M11 *"İnsanların, ikamet ettikleri yerden çeşitli amaçlarla başka yere seyahat etmeleri ve gittikleri yerde en az bir gece konaklamaları ve orada genellikle turizm işletmelerinin ürettikleri mal ve hizmetlerden tüketerek tekrar ikamet ettikleri yere dönünceye kadar gerçekleştirmiş oldukları eylem ve faaliyetlerin tümüdür."*

M12 *"…rekreasyon, rahatlama ve zevk arayışıyla hizmetlerin ticari sağlanmasından faydalanarak evden uzak vakit geçirme eylem*

ve sürecidir."

M15 *"İnsanların yer değiştirme sonucu gerçekleşen olay, aktivite ve ilişkiler bütünüdür."*

M16 *"Turizm insanların yer değiştirme ve bu değiştirmeler esnasında konaklama, yeme içme ve diğer faaliyetleri de kapsayan bir toplumsal olayıdır."*

M19 *"Turizm; insanların bulundukları yerden bir başka yere seyahatleri, konaklamaları ve yeme-içme ve diğer işletmelerden yararlanarak hareketlilikleri, ayrıca bulundukları yere geri dönmelerine ilişkin faaliyetler bütünüdür."*

M22 *"Turizm insanların yaşadıkları yerlerin dışına seyahatlerinden doğan olay ve ilişkiler bütünüdür."*

M24 *"İnsanların çeşitli nedenlerle sürekli ikamet ettikleri yerden başka bir yere seyahatlerinden doğan olaylar bütünüdür."*

M25 *"Turizm, insanların sürekli konakladıkları yer dışına yaptıkları seyahatleri esnasında ihtiyaç duyabileceği konaklama, seyahat, rekreasyon, ulaşım, yeme-içme gibi ihtiyaçlarının karşılanmasıdır."*

M26 *"…Ben turizmi; insanların sürekli yaşadığı yerde tatmin edemeyeceği temelde psikolojik sonra fizyolojik ihtiyaçlarını ve isteklerini gidermek amacıyla sürekli yaşadığı yer dışında bu ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda gerçekleştirdiği eylemler ve bu eylemlerden doğan sosyal, kültürel ve ekonomik hareketler olarak tanımlıyorum."*

M27 *"İnsanların dinlenmek, eğlenmek, stres atmak ve psikolojik sağlığını korumak amacıyla ikamet ettiği yerden başka bir yere seyahatleri ve bu yerlerdeki konaklamalarından meydana gelen olaylar, ilişkiler bütünüdür."*

M28 *"Turizm insanların sürekli yaşadıkları yerlerden bir süreliğine ayrılarak çeşitli rekreatif faaliyetlere katılma durumudur."*

M29 *"Turistlerin bir yerden başka bir yere seyahatleri esnasında tekrar yaşadıkları yere dönene dek gerek duydukları seyahat, yeme-içme, konaklama, eğlence vb. diğer tüm ihtiyaçları oluşturan unsurların bütünüdür."*

M30 *"…insanların haz duygusuyla sürekli yaşadıkları yerlerin dışına seyahat ederek orada bir takım hizmetlerden yararlanmalarını içeren bütünsel bir olgudur…"*

M32 *"Kişi veya grupların ikamet ettikleri yerlerin dışına çıkarak seyahat ettikleri süre boyunca oradaki işletmelerden (konaklama, seyahat v.b.)yararlanmalarını kapsayan süreç."*

M33 *"…insanların ikamet ettikleri yerler dışında dinlenme eğlenme ve yenilenme amacıyla yapılan seyahatler ve konaklamalardır."*

M34 *"İyi oluş halini desteklemek üzere olağan çevrenin dışına yer değiştirmeden ötürü doğan olay ve durumlardır."*

M38 *"Turizm, dinlenme, iş, sağlık, macera, eğlence vb. amaçlarla sürekli yaşadıkları yer dışındaki ülkelere ve yerlere seyahatini gerektiren sosyal, kültürel ve ekonomik bir olgudur."*

Görüldüğü gibi; görüşler, yerleşik tanımlardan bağımsız olarak ama onları da destekleyici bir şekilde turizm evren kriterlerinde olağan ikametgâh unsuru ile buradan ayrılıp oraya dönme konusunda fikir birliği içerisindedir. Bunlardan başka yerleşik tanımlarla birebir aynı görüşü paylaşıp, görüşünü literatüre dayandıran veriler (M3, M6, M37, M14 ve M26) de bulunmaktadır.

M3 AIEST'in (1980) tanımı*: İnsanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralarda genellikle turistik işletmelerin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür.*

M6 ve M37 UNWTO (1994) tanımı: *"Referans ülke temel alındığında, ülke sakinlerinin olağan ikametgâhlarından yurt içi ya da yurt dışına yönelik turistik turları ile tekrar oraya dönüşlerine kadar geçen seyahatleridir"*

M14 ve M26 United Nations (2010) tanımı: "*Turizm; insanların ikamet ettikleri olağan yerlerin dışındaki yerlere bir yıldan az olmamak kaydıyla en az bir geceleme içeren hareketleriyle alakalı olağan motivasyonun zevk almak olduğu sosyal, kültürel ve ekonomik bir olgudur"*

M26 *"Turizm tanımında literatürde esas aldığım iki tanım vardır. Bunlardan ilki turizmin tamamen psikolojik kaynaklı olduğunu vurgulayan (Meyer tarafından yapılan) tanım, ikincisi ise (United Nations tarafından yapılan) turizmin sürekli ikamet edilen yer dışında ortaya çıkan hareketler ve bu hareketlerin yarattığı sosyal, kültürel ve ekonomik olgu olarak ifade edildiği tanımdır."*

Olağan ikametgâhın dışında turizm evrenine dair üzerinde durulan ve yine lokasyonla ilgili bir diğer husus da geçici konaklamalarla ilgili olan kriterdir. Bu kriter seyahat etmeyle (/*travel*) bağlantılı olmasına karşın tamamen ziyaret etme (/*visit*) ile ilgilidir ve olağan ikametgâh dışında geçici süreliğine başka yerlerde bulunma eylemini kapsamaktadır.

Bu konuda yerleşik tanımlardan öne çıkanları Tablo 4.3'de görülmektedir.

Tablo 4.3: Turizm tanımları (geçici konaklama ile ilgili olanlar).

Yazar / Kuruluş (yıl)	Tanım
Schullar (1910)	Turizm; başka bir ülkeden, şehir veya bölgeden yabancıların gelmesi ve geçici süre kalmalarıyla ortaya çıkan hareketin ekonomik yönünü ilgilendiren faaliyetlerin tümüdür.
Hunziker ve Kraptf (1942)	Turizm, sürekli kalış biçimine dönmemek ve gelir sağlayan mesleki bir faaliyette bulunmamak koşuluyla yabancıların seyahatlerinden ve konaklamalarından doğan olay ve ilişkilerin tümüdür (s. 53).

Tablo 4.3 (devamı): Turizm tanımları (geçici konaklama ile ilgili olanlar).

Yazar / Kuruluş (yıl)	Tanım
Burkart ve Medlik (1974)	Turizm, insanların normalde yaşadıkları ve çalıştıkları yerlerin dışındaki yerlere geçici olarak kısa süreli hareketleri ve bu destinasyonlarda kaldıkları süre boyunca yaptıkları herhangi bir etkinlikle ilgili her türlü faaliyeti kapsamaktadır (ss. 39-40).
AIEST (1980)	'İnsanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralarda genellikle turistik işletmelerin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür.
Jafari (2000)	Turizm; olağan yaşam alanından uzak kalan insanın (yani turistin), değişik ihtiyaçlarına cevap veren turistik araç gereç ve ağ örgüsünün, sıradan (turistin geldiği yer) ve sıradan olmayan (turistin gideceği yer) dünyalar ile ve bunların diyalektik (eytişim) ilişkilerinin çalışmaları olarak tanımlanmaktadır (s. 585).
Usta (2014)	Turizm; sürekli yaşanan yer dışında, ticari kazanç dışı nedenlerle yapılan ve yirmi dört saati aşan veya en az bir gecelemeden oluşan geçici seyahat ve konaklamaların ortaya çıkardığı ekonomik ve sosyal nitelikli tüketim olayı ve ilişkiler bütünüdür (s. 7).

Yerleşik tanımlara paralel olarak geçici konaklamaları vurgulayan katılımcı görüşleri (M2, M10-12, M22, M24-25,M27-28, M31-33 ve M38) ise şöyledir:

M2 *"Kişinin olağan ikamet yerinden geçici süreliğine, çalışma harici bir ya da daha fazla seyahat motivasyonunu karşılamak için başka yere seyahat etmesidir ki bu bir çeşit ulaşım, yiyecek, eğlence, seyahat etkinliği ve/veya barınma gerektirmektedir"*

M10 *"İnsanların devamlı ikamet ettikleri yerlerin dışında geçici konaklamalarından doğan ilişkilerdir."*

M11 *"İnsanların, ikamet ettikleri yerden çeşitli amaçlarla başka yere seyahat etmeleri ve gittikleri yerde en az bir gece konaklamaları ve orada genellikle turizm işletmelerinin ürettikleri mal ve hizmetlerden tüketerek tekrar ikamet ettikleri yere dönünceye kadar gerçekleştirmiş oldukları eylem ve faaliyetlerin tümüdür."*

M12 *"...rekreasyon, rahatlama ve zevk arayışıyla hizmetlerin ticari sağlanmasından faydalanarak evden uzak vakit geçirme eylem ve sürecidir."*

M22 *"Turizm insanların yaşadıkları yerlerin dışına seyahatlerinden doğan olay ve ilişkiler bütünüdür."*

M24 *"İnsanların çeşitli nedenlerle sürekli ikamet ettikleri yerden başka bir yere seyahatlerinden doğan olaylar bütünüdür."*

M25 *"Turizm, insanların sürekli konakladıkları yer dışına yaptıkları seyahatleri esnasında ihtiyaç duyabileceği konaklama, seyahat, rekreasyon, ulaşım, yeme-içme gibi ihtiyaçlarının karşılanmasıdır."*

M27 *"İnsanların dinlenmek, eğlenmek, stres atmak ve psikolojik*

sağlığını korumak amacıyla ikamet ettiği yerden başka bir yere seyahatleri ve bu yerlerdeki konaklamalarından meydana gelen olaylar, ilişkiler bütünüdür."

M28 *"Turizm insanların sürekli yaşadıkları yerlerden bir süreliğine ayrılarak çeşitli rekreatif faaliyetlere katılma durumudur."*

M31 *"...para kazanma amacına dayanmayan ve devamlı kalış biçimine dönüşmemek kaydıyla, turistlerin bir yerde konaklamalarından ve bir yere seyahatlerinden doğan olay ve ilgilerin tümüdür."*

M32 *"Kişi veya grupların ikamet ettikleri yerlerin dışına çıkarak seyahat ettikleri süre boyunca oradaki işletmelerden (konaklama, seyahat v.b.)yararlanmalarını kapsayan süreç."*

M33 *"...insanların ikamet ettikleri yerler dışında dinlenme eğlenme ve yenilenme amacıyla yapılan seyahatler ve konaklamalardır."*

M38 *"Turizm, dinlenme, iş, sağlık, macera, eğlence vb. amaçlarla sürekli yaşadıkları yer dışındaki ülkelere ve yerlere seyahatini gerektiren sosyal, kültürel ve ekonomik bir olgudur."*

Görüldüğü gibi turizm evren kriterlerinden geçici konaklamalar üzerinde yoğunlaşılan ve yerleşik tanımlardan bağımsız olarak ama onları da destekleyici nitelikte birçok görüş bulunmaktadır. Bunlardan başka yerleşik tanımlarla birebir aynı görüşü paylaşıp, görüşünü literatüre dayandıran veri (M3) de vardır.

M3 AIEST'in (1980) tanımı*: İnsanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralarda genellikle turistik işletmelerin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür.*

Bu iki temel kriter dışında turizm evrenine dair üzerinde durulan diğer bir husus seyahatlerin süresi ile ilgilidir. Çeşitli ülkelerin bu konuda asgari ve azami süre (ve uzaklık) çalışmaları yaptıkları Goeldner ve Ritchie (2012, ss. 6-7) tarafından etraflıca anlatılmaktadır. Araştırma kapsamında uzaklık bir odak olarak ele alınmamışsa da yerleşik tanımlardan bazılarında süre konusunda bir vurgu olduğu gözlemlenmektedir. Birleşmiş Milletler tarafından ise özellikle günübirlikçi ziyaretçilerin diğer turistlerden ayrılması noktasında azami ölçü olarak bir yıldan az asgari ölçü olarak en az bir gece konaklama içermesi şeklinde bir kuramsal temel olduğu görülmektedir (United Nations, 2010, s. 10). Bu tanımlardan özellikle süre ile ilgili olanlar Tablo 4.4'te görülmektedir.

Tablo 4.4: Turizm tanımları (süre ile ilgili olanlar).

Yazar / Kuruluş (yıl)	Tanım
Burkart ve Medlik (1974)	Turizm, insanların normalde yaşadıkları ve çalıştıkları yerlerin dışındaki yerlere geçici olarak kısa süreli hareketleri ve bu destinasyonlarda kaldıkları süre boyunca yaptıkları herhangi bir etkinlikle ilgili her türlü faaliyeti kapsamaktadır (s. 39-40).
United Nations (2010)	Turizm; insanların ikamet ettikleri olağan yerlerin dışındaki yerlere bir yıldan az olmamak kaydıyla en az bir geceleme içeren hareketleriyle alakalı olağan motivasyonun zevk almak olduğu sosyal, kültürel ve ekonomik bir olgudur (s.1, 10).
Usta (2014)	Turizm; sürekli yaşanan yer dışında, ticari kazanç dışı nedenlerle yapılan ve yirmi dört saati aşan veya en az bir gecelemeden oluşan geçici seyahat ve konaklamaların ortaya çıkardığı ekonomik ve sosyal nitelikli tüketim olayı ve ilişkiler bütünüdür (s. 7).

Yerleşik tanımlara paralel ya da karşıt olsa da süre konusunu vurgulayan katılımcı görüşleri (M2, M7, M11, M20, M28 ve M32) ise şöyledir:

M2 *"Kişinin olağan ikamet yerinden geçici süreliğine, çalışma harici bir ya da daha fazla seyahat motivasyonunu karşılamak için başka yere seyahat etmesidir ki bu bir çeşit ulaşım, yiyecek, eğlence, seyahat etkinliği ve/veya barınma gerektirmektedir"*

M7 *"Turizm, insanların para harcamak amacıyla, sürekli yaşadıkları yerin içerisinde veya dışarısında, 24 saat kalma koşulu olmaksızın gezme, görme, akraba veya kültür amacıyla seyahat etmeleridir."*

M11 *"İnsanların, ikamet ettikleri yerden çeşitli amaçlarla başka yere seyahat etmeleri ve gittikleri yerde en az bir gece konaklamaları ve orada genellikle turizm işletmelerinin ürettikleri mal ve hizmetlerden tüketerek tekrar ikamet ettikleri yere dönünceye kadar gerçekleştirmiş oldukları eylem ve faaliyetlerin tümüdür."*

M20 *"Bireyin arkasına bakmadan en az 1 gecelik kültür, eğlence, sağlık, eğitim, inanç gibi pek çok farklı amaçla deneyimlediği anlar toplamıdır."*

M28 *"Turizm insanların sürekli yaşadıkları yerlerden bir süreliğine ayrılarak çeşitli rekreatif faaliyetlere katılma durumudur."*

M32 *"Kişi veya grupların ikamet ettikleri yerlerin dışına çıkarak seyahat ettikleri süre boyunca oradaki işletmelerden (konaklama, seyahat v.b.)yararlanmalarını kapsayan süreç."*

Görüldüğü gibi; birçok görüş yerleşik tanımlardan bağımsız ama onları da destekler nitelikte turizm evren kriterlerinde süre vurgusunda bulunmaktadır. Bunlardan başka yerleşik tanımlarla birebir aynı görüşü paylaşıp, görüşünü literatüre dayandıran veriler (M14 ve M26) de bulunmaktadır.

M14 United Nations (2010) tanımı: "*Turizm; insanların ikamet ettikleri olağan yerlerin dışındaki yerlere bir yıldan az*

ve M26 *olmamak kaydıyla en az bir geceleme içeren hareketleriyle alakalı olağan motivasyonun zevk almak olduğu sosyal, kültürel ve ekonomik bir olgudur"*

Turizm evrenine dair son önemli kriter, ekonomik ölçüttür. Burada esasında ziyaretçi ile ev sahibi topluluk ve destinasyon sahipleriyle ekonomik bir etkileşim söz konusu olsa da ekonomik kriter esas olan turizm faaliyetine katılan turistin tüketici olarak turistik mal ve hizmetlerden (yeme-içme, turistik tesisler, çekim unsurları, ulaşım ve konaklamadan) faydalanmasıdır. Yani, turist para kazanma amacı olmayacak, başka yerde kazandığı parayı gittiği o yerde harcayacak ve ekonomik açıdan tamamen bir tüketici olacaktır. Turizmin yapılan akademik ilk tanımlarından itibaren bir paradigma olan bu ekonomik ölçüte dair yapılmış yerleşik tanımlar tablo 4.5'te görülmektedir.

Tablo 4.5: Turizm tanımları (ekonomik etkileşim ile ilgili olanlar).

Yazar / Kuruluş (yıl)	Tanım
Guyer-Feuler (1905)	Turizm; gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinmeleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yakınlaşmasına olanak veren 'modern' çağa özgü bir olaydır.
Schullar (1910)	Turizm; başka bir ülkeden, şehir veya bölgeden yabancıların gelmesi ve geçici süre kalmalarıyla ortaya çıkan hareketin ekonomik yönünü ilgilendiren faaliyetlerin tümüdür.
Hunziker ve Kraptf (1942)	Turizm, sürekli kalış biçimine dönmemek ve gelir sağlayan mesleki bir faaliyette bulunmamak koşuluyla yabancıların seyahatlerinden ve konaklamalarından doğan olay ve ilişkilerin tümüdür (s. 53).
AIEST (1980)	İnsanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralarda genellikle turistik işletmelerin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür.
Fennel (2008)	Turizm, turistleri ve onların devinimine yardım etsin diye tedarik edilen ve kullanılan (tesisler, çekim unsurları, ulaşım ve konaklama) ilgili hizmetlerin birbiriyle bağlantılı olduğu sistemlerdir (s. 2).
United Nations (2010)	Turizm; insanların ikamet ettikleri olağan yerlerin dışındaki yerlere bir yıldan az olmamak kaydıyla en az bir geceleme içeren hareketleriyle alakalı olağan motivasyonun zevk almak olduğu sosyal, kültürel ve ekonomik bir olgudur (s.1, 10).
Kozak ve diğ. (2010)	Turizm; turistlerin ikamet ettikleri yerlerden ayrılarak tekrar aynı yere dönünceye kadar geçen süre içerisindeki seyahatleri sırasında gereksinim duydukları ulaştırma, konaklama, yeme-içme, eğlence ve diğer ihtiyaçlarını karşıladıkları faaliyet alanlarının tümüdür (s. 38).

Tablo 4.5 (devamı): Turizm tanımları (ekonomik etkileşim ile ilgili olanlar).

Yazar / Kuruluş (yıl)	Tanım
Goeldner ve Ritchie (2012)	Turizm; turistler, turizm tedarikçileri, ev sahibi yönetimler, ev sahibi topluluklar ve ziyaretçileri cezbeden ve ev sahipliği yaparak kuşatan çevre arasındaki ilişki ve etkileşimlerden doğan süreç, etkinlik ve çıktılardır (s. 4).
Usta (2014)	Turizm; sürekli yaşanan yer dışında, ticari kazanç dışı nedenlerle yapılan ve yirmi dört saati aşan veya en az bir gecelemeden oluşan geçici seyahat ve konaklamaların ortaya çıkardığı ekonomik ve sosyal nitelikli tüketim olayı ve ilişkiler bütünüdür (s. 7).
Encyclopeadia Britannica	Rekreasyon, rahatlama ve zevk arayışıyla hizmetlerin ticari sağlanmasından faydalanarak evden uzak vakit geçirme eylem ve sürecidir.

Yerleşik tanımlara paralel olarak turizmin ekonomik yönüne vurgu yapan katılımcı görüşleri (M2, M5, M7, M11-13, M17-19, M25-26, M29-32 ve M38-39) ise şöyledir:

M2 *"Kişinin olağan ikamet yerinden geçici süreliğine, çalışma harici bir ya da daha fazla seyahat motivasyonunu karşılamak için başka yere seyahat etmesidir ki bu bir çeşit ulaşım, yiyecek, eğlence, seyahat etkinliği ve/veya barınma gerektirmektedir"*

M5 *"İnsanların sürekli ikamet ettikleri yerden tekrar geri dönmek üzere, dinlenme, eğlenme, eğitim, ekonomik, sağlık vb. nedenlerle yaptıkları seyahatlerden oluşan sosyo-ekonomik bir olaydır"*

M7 *"Turizm, insanların para harcamak amacıyla, sürekli yaşadıkları yerin içerisinde veya dışarısında, 24 saat kalma koşulu olmaksızın gezme, görme, akraba veya kültür amacıyla seyahat etmeleridir."*

M11 *"İnsanların, ikamet ettikleri yerden çeşitli amaçlarla başka yere seyahat etmeleri ve gittikleri yerde en az bir gece konaklamaları ve orada genellikle turizm işletmelerinin ürettikleri mal ve hizmetlerden tüketerek tekrar ikamet ettikleri yere dönünceye kadar gerçekleştirmiş oldukları eylem ve faaliyetlerin tümüdür."*

M12 *"...rekreasyon, rahatlama ve zevk arayışıyla hizmetlerin ticari sağlanmasından faydalanarak evden uzak vakit geçirme eylem ve sürecidir."*

M13 *"birbirini tanıma ve para harcama olayı"*

M17 *"Çeşitli güdüler ile (enerji tazeleme, merak, dinlenme, eğlenme, kültürlenme, sağlık, eğitim, spor vb.) yapılan seyahatlerin ve bu seyahatler esnasında turizm işletmelerinden yararlanma, yerel halk ile iletişim kurma, etkileşim gibi faaliyetlerin doğurduğu ekonomik, sosyolojik, kültürel ve psikolojik olaylar bütünüdür."*

M18 *"Turizm, öncelikle sosyo-ekonomik boyutu ile algılanmakla birlikte sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik boyutları da olan bir*

sektördür."

M19 *"Turizm; insanların bulundukları yerden bir başka yere seyahatleri, konaklamaları ve yeme-içme ve diğer işletmelerden yararlanarak hareketlilikleri, ayrıca bulundukları yere geri dönmelerine ilişkin faaliyetler bütünüdür."*

M25 *"Turizm, insanların sürekli konakladıkları yer dışına yaptıkları seyahatleri esnasında ihtiyaç duyabileceği konaklama, seyahat, rekreasyon, ulaşım, yeme-içme gibi ihtiyaçlarının karşılanmasıdır."*

M26 *"...Ben turizmi; insanların sürekli yaşadığı yerde tatmin edemeyeceği temelde psikolojik sonra fizyolojik ihtiyaçlarını ve isteklerini gidermek amacıyla sürekli yaşadığı yer dışında bu ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda gerçekleştirdiği eylemler ve bu eylemlerden doğan sosyal, kültürel ve ekonomik hareketler olarak tanımlıyorum."*

M29 *"Turistlerin bir yerden başka bir yere seyahatleri esnasında tekrar yaşadıkları yere dönene dek gerek duydukları seyahat, yeme-içme, konaklama, eğlence vb. diğer tüm ihtiyaçları oluşturan unsurların bütünüdür."*

M30 *"...Turizm çağımızın en önemli tüketim kalıplarından olup, ulaştırma, konaklama ve yiyecek içecek hizmetleri ile doğrudan bir ilişkiye sahiptir.*

M31 *"...para kazanma amacına dayanmayan ve devamlı kalış biçimine dönüşmemek kaydıyla, turistlerin bir yerde konaklamalarından ve bir yere seyahatlerinden doğan olay ve ilgilerin tümüdür."*

M32 *"Kişi veya grupların ikamet ettikleri yerlerin dışına çıkarak seyahat ettikleri süre boyunca oradaki işletmelerden (konaklama, seyahat v.b.)yararlanmalarını kapsayan süreç."*

M38 *"Turizm, dinlenme, iş, sağlık, macera, eğlence vb. amaçlarla sürekli yaşadıkları yer dışındaki ülkelere ve yerlere seyahatini gerektiren sosyal, kültürel ve ekonomik bir olgudur."*

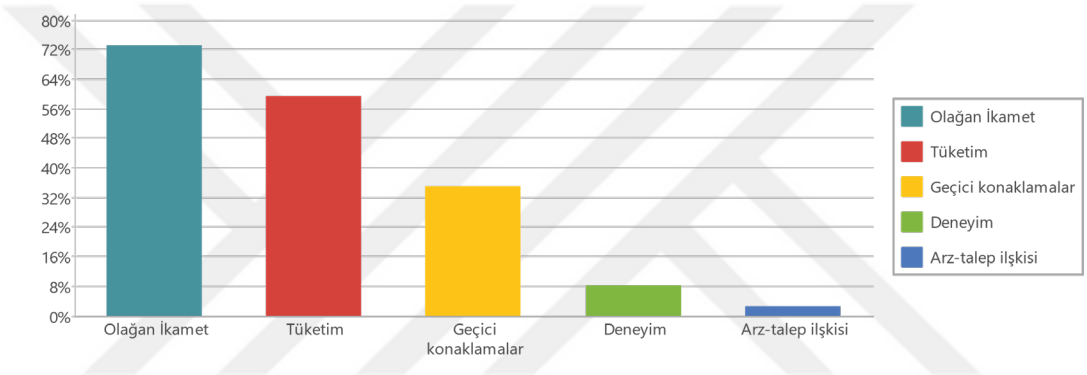
M39 *"İnsanların zorunlu sebepler dışında seyahat etmeleri ve seyahat ettikleri yerde kazanmadıkları parayı harcamaları ile meydana gelen iktisadi ve sosyolojik olaylar bütünüdür."*

Görüldüğü gibi turizm evren kriterlerinden ekonomik etkileşim üzerinde yoğunlaşan ve yerleşik tanımlardan bağımsız olarak ama onları da destekleyen pek çok görüş bulunmaktadır. Bunlardan başka yerleşik tanımlarla birebir aynı görüşü paylaşıp, görüşünü literatüre dayandıran veri (M3, M14 ve M26) de vardır.

M3 AIEST'in (1980) tanımı*: İnsanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralarda genellikle turistik işletmelerin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür.*

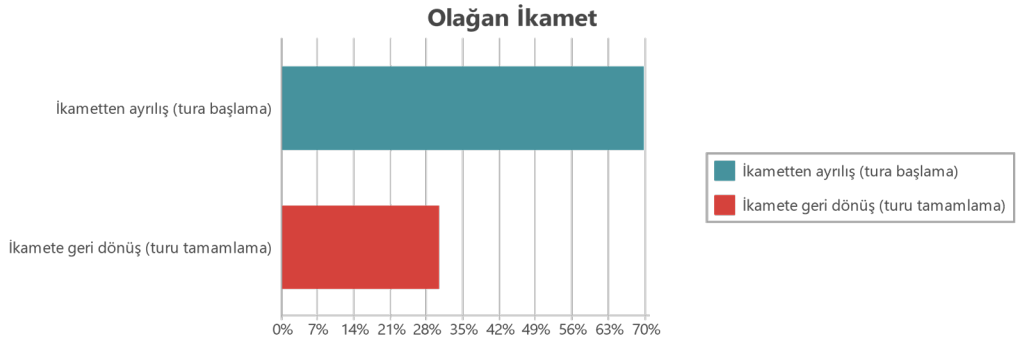
M14 ve M26 United Nations (2010) tanımı: "*Turizm; insanların ikamet ettikleri olağan yerlerin dışındaki yerlere bir yıldan az olmamak kaydıyla en az bir geceleme içeren hareketleriyle alakalı olağan motivasyonun zevk almak olduğu sosyal, kültürel ve ekonomik bir olgudur"*

Turizm evrenine ilişkin katılımcı görüşleride dair kod dağılımı mevcut literatürü de çok büyük oranda destekler nitelikle Şekil 4.1'de görülmektedir.



Şekil 4.1: Turizm evreni kod dağılımı.

Bu şekilde en büyük kodlama oranına sahip olan olağan ikamet kavramının alt kodları olan ikametten ayrılış (yani tura başlama) ve ikamete geri dönüş (yani turu tamamlama) dağılımları ise katılımcı görüşüne göre dağılımı Şekil 4.2'de görülmektedir.



Şekil 4.2: Turizm evreni alt-kod dağılımı (olağan ikamet).

Şekil 4.1'de belirtilen ama kavram açımsaması kriter listesine eklenmeyen ilk kavram olan "deneyim" kavramına ilişkin katılımcı görüşleri (M9 ve M20) şu şekildedir:

M20 [Turizm] *"Bireyin arkasına bakmadan en az 1 gecelik kültür, eğlence, sağlık, eğitim, inanç gibi pek çok farklı amaçla deneyimlediği anlar toplamıdır."*

M9 *"Gezerek, dinlenerek, yiyerek, içerek, farklı insanlarla ve kültürlerle tanışarak, heyecan duyarak iyi vakit geçirmek için seyahat etmektir."*

Ayrıca literatürde deneyim ile ilgili tanımların var olduğu da görülmektedir (tablo 4.6).

Tablo 4.6: Turizm tanımları (deneyim ile ilgili olanlar).

Yazar / Kuruluş (yıl)	Tanım
Guyer-Feuler (1905)	Turizm; gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinmeleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yakınlaşmasına olanak veren 'modern' çağa özgü bir olaydır.
Gülbaş ve Karaaslan (1998)	Turizm turistleri etkileyen, onlara hizmet verilen ve onları tatmin eden tüm etkinliklerdir (s.321).
Jafari (2000)	Turizm; olağan yaşam alanından uzak kalan insanın (yani turistin), değişik ihtiyaçlarına cevap veren turistik araç gereç ve ağ örgüsünün, sıradan (turistin geldiği yer) ve sıradan olmayan (turistin gideceği yer) dünyalar ile ve bunların diyalektik (eytişim) ilişkilerinin çalışmaları olarak tanımlanmaktadır (s.585).
Goeldner ve Ritchie (2012)	Turizm; turistler, turizm tedarikçileri, ev sahibi yönetimler, ev sahibi topluluklar ve ziyaretçileri cezbeden ve ev sahipliği yaparak kuşatan çevre arasındaki ilişki ve etkileşimlerden doğan süreç, etkinlik ve çıktılardır (s.4).
M. Meyer	Turizm; her insanın değişik derecelerde bulunan kaçma ve uzaklaşma isteklerinden ortaya çıkan psikolojik kaynaklı yer değiştirme faaliyetidir.
Merriam-Webster	Turizm; keyif için bir yere seyahat etme etkinliği ve seyahat edenler (yani turistler) için otel, restoran, eğlence vb tedarik eden işletmelerdir.

Şekil 4.1'de belirtilen ama kavram açımsaması kriter listesine eklenilmeyen ikinci kavram olan "arz-talep ilişkisi" kavramına ilişkin katılımcı görüşü (M1) ise şu şekildedir:

M1 *"Deneyimlerime dayanarak bana göre turizm, hem sektör hem akademide hem katılımcıları temsil eden talep ile yönetim/destinasyonu temsil eden arz arasındaki ilişkiler hem de bu ikisinin etkileşiminin sonuçlarına odaklanan araştırma alanıdır."*

Bunlardan başka literatüre dayalı olmayan ve herhangi bir gruba da girmeyen görüşler de mevcuttur:

M4 *"Turizm, insanlar için iyi olma sürecidir. Dünyayı tecrübe ederken fikir, kültürel inanç alışverişinde bulunmanın ve rahatlamanın bir yoludur."*

M13 *"birbirini tanıma ve para harcama olayı"*

M21 *"Çarpan etkisi ile tüm sektörleri ve dolayısıyla sosyolojiyi ve ekolojiyi de etkileyen bir sektördür"*

M35 *"Turizm, insanların içerisinde birtakım çekici unsurları barındıran bölgelere yaptıkları seyahatlerinden doğan bir olgudur"*

M36 *"yapmak zorunda olduğumuz tatil"*

M40 *"Genel olarak çeşitli amaçlarla yapılan gezi olarak ifade edilebilir. Bu gezi, iş kongre sağlık, spor müzakere vb. nedenlerle yapılabileceği gibi gezmek görmek eğlenmek keşfetmek öğrenmek amacıyla da olabilir."*

Bu görüşler araştırma sorusuna katkı sağlamasa da farklılık belirtmeleri açısından verilmesi uygun bulunmuştur.

4.1.1.2. Turist evrenine ilişkin bulgular

Turist evrenine ilişkin hiyerarşik bulgular; hem literatürde hem de katılımcıların görüşlerinde Tablo 4.7'de de görüldüğü gibi altı temel durum üzerinde birleşmektedir.

Tablo 4.7: Turist evreni kriterleri.

Motivasyon	Turistik motivasyon ya da istek sahibi olan
Boş zaman	Boş vakti olan
Yer değiştirme	Turistik amaçlı seyahat etme
	Turistik ziyaret
	Geçici konaklama
Süre	Turizme belirlenen süre çerçevesinde katılma
Tüketim	Ekonomik olarak
	Sosyal olarak
	Kültürel olarak
İhtiyaç / Tatmin	Psikolojik
	Fiziksel

Bu durumda bir türün, turist evreni içerisinde değerlendirilebilmesi için muhakkak gerekli olan ilk unsur motivasyondur. Bu motivasyon seyahat hareketini ilk olarak başlatacak tetikleyicidir. Aynı zamanda herhangi bir seyahati, turistik seyahate dönüştürecek olan katalizördür.

Bu konuda yerleşik tanımlardan öne çıkanları tablo 4.8'de görülmektedir (Tanımların tamamı ss. 68-69, bölüm 2.2.1.2. tablo 2.7'de detaylı şekilde görülebilir).

Tablo 4.8: Turist tanımları (motivasyon ilgili olanlar).

Yazar / Kuruluş (yıl)	Tanım
Norval (1936)	Turist; sürekli ikamet etmek ve gelir elde etmekten farklı bir amaç ile yabancı bir ülkeye giden ve geçici süre kalacağı bu ülkede başka yerde kazandığı parayı harcayan kimsedir.
Smith (1989)	Turist; boş zamana sahip olan ve bir yerden bir başka yere zamanını değerlendirmek, eğlenmek, bilgilenmek ve değişik tecrübeler elde etmek için hareket eden kişidir.
UNWTO (1994)	Turist; bir yıldan az, ziyaret edilen yer ya da ülkede mukim mahiyetinde işe alınmamak kaydıyla (iş, dinlenme-*leisure*, ya da diğer kişisel sebepler) herhangi bir ana sebepten ötürü olağan çevresinin dışında ana bir destinasyona gezi düzenleyen bir seyyahtır.
Gülbaş ve Karaaslan (1998)	Turist; iş bulma ya da şahsi işler dışında nedenlerle seyahat eden kişidir (s. 321).
Fennel (2008)	Turist; uluslararası düzeyde bir yılı ulusal düzeyde de altı ayı aşmayan en az bir gece süresince ziyaret edilen yerlerde kazanç sağlayan etkinliklere katılmaktan ziyade orada bulunma temel amacıyla zevk için seyahat eden kişidir (s. 2).
Halis (2009)	Turist; belirli bir gelire ve boş zaman sahip, konaklama, yeme-içme gibi somut; dinlenme-eğlenme, merak, kültür ve eğitim, spor gibi soyut amaçlarla sürekli yaşadığı bölgeden başka bir bölgeye seyahat eden ve gittiği yerde en az bir gece konaklayan; ekonomik anlamda tüketici olan kişi ya da kişiler topluluğudur (s. 39).
United Nations (2010)	Turist; ziyaret ettiği ülkede ikamet etmeyecek ve ülke vatandaşı gibi işe girmeyerek (iş, boş zaman veya kişisel) herhangi bir ana nedenle bir yıldan az olarak olağan çevresi dışında bir ana destinasyona geziler yapan seyyahtır (s. 10).
Goeldner ve Ritchie (2012)	Turizmin en merkezinde yer alan turist; olağan ikametgâhından farklı bir ülke ya da ülkesi içindeki başka bir lokaliteye turistik gezi düzenleyen, zevk, iş, ailevi sebepler, sağlık veya transit geçiş gibi birçok nedenle en az bir gece konaklama yapan ziyaretçilerdir (s. 6, 9).
Merriam-Webster	Turist; zevk ya da kültür için tur yapan kimsedir.

Yerleşik tanımlara içtihat niteliğindeki katılımcı görüşleri verileri (M1, M3, M5 M8-11, M12, M17-26, M29 ve M38-40) ise şöyledir:

M1 *"Bu hem içsel (/intrinsic) (sosyal, fizyolojik – örneğin kaçma, yeni bir kültür öğrenme ve benzeri) hem de dışsal (/extrinsic)*

(maliyet, güneşlenme, dalış yetneklerini keşfetme ve benzeri) olabilir."

M17 *"Çeşitli güdüler ile (enerji tazeleme, merak, dinlenme, eğlenme, kültürlenme, sağlık, eğitim, spor vb.) seyahat eden, bu seyahatleri esnasında turizm işletmelerinden yararlanan, gittiği yerlerde orada kazanmadığı parayı harcayan kişilerdir."*

"Seyahat motivasyonları içsel ve dışsal motivasyonlar olarak ikiye ayrılır. Davranışsal niyet bu iki motivasyon unsurunun bir fonksiyonudur."

M19 *"Seyahat motivasyonlarını genel olarak itici ve çekici faktörler olarak sınıflandırmak mümkündür. Kaçış, keşif, dinlenme, saygınlık, deneyim, bilgi arayışı, macera, spor, yenilik, sağlık gibi faktörlerle; yenilik, kültür, tarih, eğlence, dinlenme, fiyat, doğal çevre, eğitim, kırsal alan, kültürel miras bu faktörlere örnek verilebilir."*

M8 *"Turist fiziksel ve psikolojik tatmin sağlamak üzere yaşadığı yerden başka yerlere giderek seyahatin sonunda bulunduğu yere geri dönen ziyaretçilerdir. Motivasyonları dinlenme, eğlence, zevk, psikolojik tatmin, gösteriş, sağlık, öğrenme, spor, macera"*

M26 *"Bence seyahat motivasyonları içsel ve dışsal olarak ayrılmaktadır. İçsel motivasyonlar kişinin sosyo-psikolojik ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda ortaya çıkarken dışsal motivasyonlar çekici güçlerin etkisi ile sosyo-fizyolojik ihtiyaç ve istekler doğrultusunda ortaya çıkmaktadır."*

M18 *"1. günlük yaşamdan uzaklaşarak fiziksel dinlenme ve zihinsel rahatlama güdüsü,*
2. Aileyle birlikte olma güdüsü,
3. Kişisel bakım güdüsü,
4. Doğa ve çevreyi deneyimleme güdüsü,
5. Diğer insanlarla sosyalleşme güdüsü,
6. Yeni ülkeler ve kültürleri tanıma güdüsü,
7. Fiziksel egzersiz yapma güdüsü."

M10 *"Çevreden uzaklaşma, doğal ve kültürel özellikler, konaklama ve ulaşım, yiyecek içecek, rekreasyonel çekicilikler, nostalji, turistik olanaklar, elde edilecek değer (sosyal, duygusal, fonksiyonel)"*

M20 *"Başta güdülenmek için temel ihtiyaçların karşılanması gerek. Aç insana Mozart resitaline gidelim demek olmayacağı gibi bir devlet memuru ile şirket Ceo'sunu da güdüleyecek unsurlar farklıdır. Kısaca:*
-Değişiklik duygusu
-Merak
-Yenilik arayışı, farklı deneyimler yaşamak
-Rahatlamak
-Eğlenmek
-Dinlenmek
-İnanç

-Eğitim
-İş
-Sağlık
-Spor (Bundan sonra tüm turizm türleri listeye güdü şeklinde eklenebilir)"

M23 *"Değişiklik arayışı, dinlenme, iş, sağlık, yeni kültürleri tanıma gibi motivasyonlar ile seyahat edenler turist olarak adlandırılabilir. Geçici olarak, sürekli yaşadığın yerden farklı bir yerde bulunma isteğidir."*

M3 *"Seyahat güdüleri içsel (itici) ve dışsal (çekici) olarak sınıflandırmak mümkün. Sizin belirttikleriniz içsel olanlardır ve bireyin özellikleri ile ilgilidir. Çekici faktörler ise, cazibe unsurunun özellikleri ile ilgilidir."*

M21 *"Literatürde, insanı seyahat etmeye sevk eden gerekçeler "seyahat motivasyonları" adı altında belirli başlıklar altında toplanmaya çalışılmış. Bunlara bir itirazım yok. Ancak; Literatürdeki motivasyonlarda "tebdil-i mekanda ferahlık vardır" ruhsal ve psikolojik rahatlama motivasyonu eksik mi acaba? keyfi turizm ve zoraki turizm ayrımı yeterlidir. Zoraki turistler: iş, eğitim, kongre, fuar, medikal gibi. Diğerleri keyfi turist."*

M24 *"Çeşitli amaçlarla (sosyolojik, psikolojik vb.) sürekli ikamet ettiği yerden başka bir yere seyahat eden, burada çalışma amacı olmaksızın belirli bir zaman diliminde turistik etkinlikler içerisinde bulunan ve yine belirli bir süre sonunda sürekli ikametine dönen kişidir."*

M25 *"Turist, dinlenmek, gezmek, yeni yerler görmek vb. amaçlar ile seyahat eden kişidir."*

M29 *"Sürekli yaşadığı ikamet ettiği yerden en az 24 saat en fazla bir yıl süreli ayrılan ve bu süre içerisinde tekrar yaşadığı yere dönen, gittiği yerde kazanmadığı parayı harcayan ve orada para kazanma amaçlı çalışmayan, eğlenme, dinlenme, gezme, görme, öğrenme amaçlı seyahat eden kimsedir."*

M38 *"Turist boş zamana, satın alma gücüne ve seyahat amacına sahip bireydir."*

M9 *"İyi vakit geçirmek için seyahat eden insanlardır."*

M11 *"aile durumu, para, boş zaman, sosyal statü, eğitim durumu vb.. iş"*

M12 *"Zevk ya da kültür için tur yapan kimse."*

M22 *"Dinlence, eğlence, öğrenme, estetik, iş, sağlık, sosyal motivasyonlar…"*

M40 *"Özel olarak gezmek yeni yerler görmek keşfetmek eğlenmek vb amaçlar ile turizm faaliyetlerinde bulunan kişiler turist olarak kabul edilmelidir. Seyahat etmeye iten güç olarak Keşfetme, Kaçış, Yenilik, Prestij, Dinlenme, Öğrenme sayılabilir."*

M39 *"Turistlerin seyahat etmesinin arkasında sebep(ler)dir. Bunlar Maslow ihtiyaçlar hiyerarşisi ile açıklanabilir diye*

düşünüyorum. Yeme-içme ve cinsel ihtiyaçlar gibi en temelden, statü ve prestij ve en nihayetinde kendini gerçekleştirmeye kadar ihtiyaçlar seyahat motivasyonlarını oluşturmaktadır."

M5 *"Dinlenmek, eğlenmek, eğitim, sağlık, macera, merak, yeni lezzetler keşfetmek vb."*

Görüldüğü gibi; görüşler, yerleşik tanımlardan bağımsız olarak ama onları da destekler nitelikte turist evren kriterlerinde seyahat motivasyonu açısından fikir birliği göstermektedir. Bunlardan başka yerleşik tanımlarla birebir aynı görüşü paylaşıp, görüşünü literatüre dayandıran veriler (M14 ve M26) de bulunmaktadır.

M14 United Nations (2010) tanımı: *Turist; ziyaret ettiği ülkede ikamet etmeyecek ve ülke vatandaşı gibi işe girmeyerek (iş, boş zaman veya kişisel) herhangi bir ana nedenle bir yıldan az olarak olağan çevresi dışında bir ana destinasyona geziler yapan seyyahtır (s.10).*

M26 *"Bence turist, tıpkı Usta (2001)'nın tanımladığı gibi turizm olayının öznesi yani turizm olayanın merkezinde bulunan esas oyuncudur. Ayrıca Öter ve Sarıbaş (2017)'ın belirttiği gibi bu oyuncu turizme katılır, ona yön verir. Sürekli yaşadığı yeri belirli bir süre için ve psikolojik tatmin sağlamak için terk ederek gittiği yerde turizm faaliyetlerinde bulunur."*

Ayrıca yerleşik tanımlardan bağımsız olarak ama onları da farklı bakış açılarıyla destekler nitelikte turist evren kriterlerinde seyahat motivasyonu açısından fikir belirten görüşler (M21 ve M40) de bulunmaktadır:

M21 *"Literatürde, insanı seyahat etmeye sevk eden gerekçeler "seyahat motivasyonları" adı altında belirli başlıklar altında toplanmaya çalışılmış. Bunlara bir itirazım yok. Ancak; Literatürdeki motivasyonlarda "tebdil-i mekanda ferahlık vardır" ruhsal ve psikolojik rahatlama motivasyonu eksik mi acaba?"*

M40 *"Bu gezi faaliyetlerini gerçekleştiren kişilere denir. Fakat turistin turizmden biraz daha dar kapsamlı olarak düşünülmesi gerekir. sağlık nedeniyle farklı bir bölgeye giden bir kişi turizm faaliyetlerine katılmış oluyor fakat nihayetin hasta. Fuara katılan bir kişi turizm faaliyetlerini gerçekleştirmekle beraber iş insanı olarak tanımlanmalıdır. Özel olarak gezmek yeni yerler görmek keşfetmek eğlenmek vb amaçlar ile turizm faaliyetlerinde bulunan kişiler turist olarak kabul edilmelidir."*

Bu kriter dışında turist evrenine dair üzerinde durulan diğer bir husus boş zaman ile ilgilidir. Yerleşik tanımlardan özellikle bu konu ile ilgili olanlar tablo 4.9'da görülmektedir.

Tablo 4.9: Turist tanımları (boş zaman ile ilgili olanlar).

Yazar / Kuruluş (yıl)	Tanım
Norval (1936)	Turist; sürekli ikamet etmek ve gelir elde etmekten farklı bir amaç ile yabancı bir ülkeye giden ve geçici süre kalacağı bu ülkede başka yerde kazandığı parayı harcayan kimsedir.
Smith (1989)	Turist; boş zamana sahip olan ve bir yerden bir başka yere zamanını değerlendirmek, eğlenmek, bilgilenmek ve değişik tecrübeler elde etmek için hareket eden kişidir.
Leiper (2000)	Turist tanımlarının yapılması için gereken süreçte dört unsura dikkat çekmektedir: ilk olarak yolculukla ilgili (/itinerary) bir durum olmalıdır. İkincisi, gezilerin asgari ve azami süreleri belirlenebilir (günübirlikçilerden ayrılmaları için). Üçüncül olarak (çok gerekli olmasa da) seyahat edilen asgari uzaklık belirlenebilir. Dördüncü olarak en ayırt edici turistik davranış da, turizm boş zaman etkinlikleri etrafında şekillenmektedir (s. 590)
Halis (2009)	Turist; belirli bir gelire ve boş zaman sahip, konaklama, yeme-içme gibi somut; dinlenme-eğlenme, merak, kültür ve eğitim, spor gibi soyut amaçlarla sürekli yaşadığı bölgeden başka bir bölgeye seyahat eden ve gittiği yerde en az bir gece konaklayan; ekonomik anlamda tüketici olan kişi ya da kişiler topluluğudur (s. 39).
Öter ve Sarıbaş (2017)	Turist; turizme katılan, ona yön veren, sürekli yaşadığı yeri geçiçi olarak terk edip seyahat ve konaklama faaliyetlerinde bulunan, psikolojik tatmin arayan, sınırlı bütçesi ve zamanı olan insandır (s. 14).

Yerleşik tanımlara paralel olarak turistin boş zamana sahip olmasına vurgu yapan katılımcı görüşleri (M27 ve M38) ise şöyledir:

M38 *"Turist boş zamana, satın alma gücüne ve seyahat amacına sahip bireydir."*

M27 *"Turizm faaliyetleri (seyahat ve konaklama) içinde bulunan maddi gücü ve zamanı olan kişilerdir."*

Bu iki kriter dışında turist evrenine dair üzerinde durulan diğer bir husus yer değiştirme ile ilgilidir. Buradaki yer değiştirme mefhumu incelendiğinde (1) turistik amaçlı seyahat etme, (2) turistik ziyaret ve (3) geçici konaklama olarak üç tane alt unsur tespit edilmiştir.

Yerleşik tanımlardan bu üç unsurla ilgili olanlar Tablo 4.10'da görülmektedir.

Tablo 4.10: Turist tanımları (yer değiştirme ile ilgili olanlar).

Yazar / Kuruluş (yıl)	Tanım
Ogilvy (17. yy)	Turist; sürekli oturduğu yerden en çok bir yıl süreli ile ayrılan ve geçici olarak gittiği yerlerde, buralarda kazanmadığı parayı harcayan kimsedir.
Norval (1936)	Turist; sürekli ikamet etmek ve gelir elde etmekten farklı bir amaç ile yabancı bir ülkeye giden ve geçici süre kalacağı bu ülkede başka yerde kazandığı parayı harcayan kimsedir.
Milletler Cemiyeti (1937)	Turist; sürekli ikamet yerinin dışındaki bir yere 24 saat ya da daha fazla bir süreliğine seyahat eden kişidir.
Smith (1989)	Turist; boş zamana sahip olan ve bir yerden bir başka yere zamanını değerlendirmek, eğlenmek, bilgilenmek ve değişik tecrübeler elde etmek için hareket eden kişidir.
UNWTO (1994)	Turist; bir yıldan az, ziyaret edilen yer ya da ülkede mukim mahiyetinde işe alınmamak kaydıyla (iş, dinlenme-*leisure*, ya da diğer kişisel sebepler) herhangi bir ana sebepten ötürü olağan çevresinin dışında ana bir destinasyona gezi düzenleyen bir seyyahtır.
Gülbaş ve Karaaslan (1998)	Turist; iş bulma ya da şahsi işler dışında nedenlerle seyahat eden kişidir (s. 321).
Leiper (2000)	Turist tanımlarının yapılması için gereken süreçte dört unsura dikkat çekmektedir: ilk olarak yolculukla ilgili (/itinerary) bir durum olmalıdır. İkincisi, gezilerin asgari ve azami süreleri belirlenebilir (günübirlikçilerden ayrılmaları için). Üçüncül olarak (çok gerekli olmasa da) seyahat edilen asgari uzaklık belirlenebilir. Dördüncü olarak en ayırt edici turistik davranış da, turizm boş zaman etkinlikleri etrafında şekillenmektedir (s. 590)
Fennel (2008)	Turist; uluslararası düzeyde bir yılı ulusal düzeyde de altı ayı aşmayan en az bir gece süresince ziyaret edilen yerlerde kazanç sağlayan etkinliklere katılmaktan ziyade orada bulunma temel amacıyla zevk için seyahat eden kişidir (s. 2).
Halis (2009)	Turist; belirli bir gelire ve boş zaman sahip, konaklama, yeme-içme gibi somut; dinlenme-eğlenme, merak, kültür ve eğitim, spor gibi soyut amaçlarla sürekli yaşadığı bölgeden başka bir bölgeye seyahat eden ve gittiği yerde en az bir gece konaklayan; ekonomik anlamda tüketici olan kişi ya da kişiler topluluğudur (s. 39).
United Nations (2010)	Turist; ziyaret ettiği ülkede ikamet etmeyecek ve ülke vatandaşı gibi işe girmeyerek (iş, boş zaman veya kişisel) herhangi bir ana nedenle bir yıldan az olarak olağan çevresi dışında bir ana destinasyona geziler yapan seyyahtır (s.10).
Goeldner ve Ritchie (2012)	Turizmin en merkezinde yer alan turist; olağan ikametgâhından farklı bir ülke ya da ülkesi içindeki başka bir lokaliteye turistik gezi düzenleyen, zevk, iş, ailevi sebepler, sağlık veya transit geçiş gibi birçok nedenle en az bir gece konaklama yapan ziyaretçilerdir (s. 6, 9).
Öter ve Sarıbaş (2017)	Turist; turizme katılan, ona yön veren, sürekli yaşadığı yeri geçiçi olarak terk edip seyahat ve konaklama faaliyetlerinde bulunan, psikolojik tatmin arayan, sınırlı bütçesi ve zamanı olan insandır (s. 14).
Merriam-Webster	Turist; zevk ya da kültür için tur yapan kimsedir.

Her biri tek tek incelenmeden bu üç unsura dair ve üst başlık olarak "yer değiştirmeyi" vurgulayan katılımcı görüşleri (M4, M8-10, M13, M17-18, M21, M23-25, M27-32, M34 ve M36) ise şöyledir:

M17 *"Çeşitli güdüler ile … seyahat eden, bu seyahatleri esnasında turizm işletmelerinden yararlanan, gittiği yerlerde orada kazanmadığı parayı harcayan kişilerdir"*

M10 *"… Bu bağlamda turist sürekli yaşadığı yeri dışında para kazanmanın dışında seyahat eden … kişidir."*

M21 *"Seyahat ederek gittiği yerin ürünlerinden hizmetlerinden faydalanıp harcama yapan kişidir."*

M8 *"Turist fiziksel ve psikolojik tatmin sağlamak üzere yaşadığı yerden başka yerlere giderek seyahatin sonunda bulunduğu yere geri dönen ziyaretçilerdir."*

M4 *"Turist; seyahat, yemek, aile, arkadaş ve yerleri ziyaret etmek, konaklamada bulunmak ve rekreasyonel aktivitelere katılmayı içeren bir deneyim yaratmak için bir destinasyondan diğerine seyahat eden kişidir."*

M32 *"Sürekli ikamet ettiği yerin dışına çıkarak turizm faaliyetinde bulunan kişidir."*

M9 *"İyi vakit geçirmek için seyahat eden insanlardır."*

M18 *"Turist, yaşadığı yerden (ülke, şehir vb.) başka bir yere farklı ulaşım araçlarını kullanarak gittiği yerde eğlence, dinlenme alışveriş vb. etkinliklerde bulunan kişidir."*

M27 *"Turizm faaliyetleri (seyahat ve konaklama) içinde bulunan maddi gücü ve zamanı olan kişilerdir."*

M28 *"Turist, sürekli yaşadığı yerden bir süreliğine ayrılarak 24 saatten az olmamak koşuluyla, çeşitli rekreatif faaliyetlere katılan kişidir."*

M25 *"Turist, dinlenmek, gezmek, yeni yerler görmek vb. amaçlar ile seyahat eden kişidir."*

M29 *"Sürekli yaşadığı ikamet ettiği yerden en az 24 saat en fazla bir yıl süreli ayrılan ve bu süre içerisinde tekrar yaşadığı yere dönen, gittiği yerde kazanmadığı parayı harcayan ve orada para kazanma amaçlı çalışmayan, eğlenme, dinlenme, gezme, görme, öğrenme amaçlı seyahat eden kimsedir."*

M31 *"Turist, bir ülkeyi ya da bölgeyi gezmek, görmek, eğlenmek, spor yapmak, kültürel ve sosyal ihtiyaçlarını karşılamak üzere, ikamet ettiği yerden en az 24 saat ayrı kalan ve gittiği yerde maddi harcamalar yapan kişilere denir."*

M30 *"… gibi motivasyonlar ile seyahat ederek tüketimde bulunan kişilerdir."*

M23 *"… gibi motivasyonlar ile seyahat edenler turist olarak adlandırılabilir.*

M24 *"Çeşitli amaçlarla (sosyolojik, psikolojik vb.) sürekli ikamet ettiği yerden başka bir yere seyahat eden, … belirli bir süre*

sonunda sürekli ikametine dönen kişidir."

M34 *"İyi oluş halini desteklemek üzere olağan çevresinin dışına çıkarak bir yer değiştirme yaşayan ve gittiği yerde yaşantılar/deneyimler edinen kişidir."*

M13 *"...para harcayan ve turizm hareketlerine katılan kişi…"*

M36 *"tatil kültürünü ve nereye ne için gittiğini bilen…"*

Bu verilerden başka yerleşik tanımlarla birebir aynı görüşü paylaşıp, görüşünü literatüre dayandıran veriler (M6, M14 ve M26) de bulunmaktadır.

M6 ve M14 United Nations (2010) tanımı: *Turist; ziyaret ettiği ülkede ikamet etmeyecek ve ülke vatandaşı gibi işe girmeyerek (iş, boş zaman veya kişisel) herhangi bir ana nedenle bir yıldan az olarak olağan çevresi dışında bir ana destinasyona geziler yapan seyyahtır (s.10).*

M26 *"Bence turist, tıpkı Usta (2001)'nın tanımladığı gibi turizm olayının öznesi yani turizm olayanın merkezinde bulunan esas oyuncudur. Ayrıca Öter ve Sarıbaş (2017)'ın belirttiği gibi bu oyuncu turizme katılır, ona yön verir. Sürekli yaşadığı yeri belirli bir süre için ve psikolojik tatmin sağlamak için terk ederek gittiği yerde turizm faaliyetlerinde bulunur."*

Turist evrenine dair üzerinde durulan üçüncü unsur süre ile ilgilidir. Tıpkı turizm evrenindeki süre kriterinde anlatıldığı gibi bu konuda bir gezinin asgari ve azami sınırlarının belirlenmesinde dair kurumsal ve araştırmacılar düzeyinde çalışmalar yapıldığını ilgili bölümde ifade etmiştik. Turizm unsurunun öznesi turist olduğuna göre, bu kriter bir seyyahın turist niteliğini karşılaması için gerekli bir kriter olarak karşımıza çıkmaktadır. Konu ile ilgili süre vurgusunu bünyesinde barındıran yerleşik tanımlar tablo 4.11'de görülmektedir.

Tablo 4.11: Turist tanımları (süre ile ilgili olanlar).

Yazar / Kuruluş (yıl)	Tanım
Ogilvy (17. yy)	Turist; sürekli oturduğu yerden en çok bir yıl süreli ile ayrılan ve geçici olarak gittiği yerlerde, buralarda kazanmadığı parayı harcayan kimsedir.
Milletler Cemiyeti (1937)	Turist; sürekli ikamet yerinin dışındaki bir yere 24 saat ya da daha fazla bir süreliğine seyahat eden kişidir.
Smith (1989)	Turist; boş zamana sahip olan ve bir yerden bir başka yere zamanını değerlendirmek, eğlenmek, bilgilenmek ve değişik tecrübeler elde etmek için hareket eden kişidir.

Tablo4.11 (devamı): Turist tanımları (süre ile ilgili olanlar).

Yazar / Kuruluş (yıl)	Tanım
UNWTO (1994)	Turist; bir yıldan az, ziyaret edilen yer ya da ülkede mukim mahiyetinde işe alınmamak kaydıyla (iş, dinlenme-*leisure*, ya da diğer kişisel sebepler) herhangi bir ana sebepten ötürü olağan çevresinin dışında ana bir destinasyona gezi düzenleyen bir seyyahtır.
Leiper (2000)	Turist tanımlarının yapılması için gereken süreçte dört unsura dikkat çekmektedir: ilk olarak yolculukla ilgili (/itinerary) bir durum olmalıdır. İkincisi, gezilerin asgari ve azami süreleri belirlenebilir (günübirlikçilerden ayrılmaları için). Üçüncül olarak (çok gerekli olmasa da) seyahat edilen asgari uzaklık belirlenebilir. Dördüncü olarak en ayırt edici turistik davranış da, turizm boş zaman etkinlikleri etrafında şekillenmektedir (s. 590)
Fennel (2008)	Turist; uluslararası düzeyde bir yılı ulusal düzeyde de altı ayı aşmayan en az bir gece süresince ziyaret edilen yerlerde kazanç sağlayan etkinliklere katılmaktan ziyade orada bulunma temel amacıyla zevk için seyahat eden kişidir (s. 2).
Halis (2009)	Turist; belirli bir gelire ve boş zaman sahip, konaklama, yeme-içme gibi somut; dinlenme-eğlenme, merak, kültür ve eğitim, spor gibi soyut amaçlarla sürekli yaşadığı bölgeden başka bir bölgeye seyahat eden ve gittiği yerde en az bir gece konaklayan; ekonomik anlamda tüketici olan kişi ya da kişiler topluluğudur (s. 39).
United Nations (2010)	Turist; ziyaret ettiği ülkede ikamet etmeyecek ve ülke vatandaşı gibi işe girmeyerek (iş, boş zaman veya kişisel) herhangi bir ana nedenle bir yıldan az olarak olağan çevresi dışında bir ana destinasyona geziler yapan seyyahtır (s.10).
Goeldner ve Ritchie (2012)	Turizmin en merkezinde yer alan turist; olağan ikametgâhından farklı bir ülke ya da ülkesi içindeki başka bir lokaliteye turistik gezi düzenleyen, zevk, iş, ailevi sebepler, sağlık veya transit geçiş gibi birçok nedenle en az bir gece konaklama yapan ziyaretçilerdir (s. 6, 9).
Öter ve Sarıbaş (2017)	Turist; turizme katılan, ona yön veren, sürekli yaşadığı yeri geçiçi olarak terk edip seyahat ve konaklama faaliyetlerinde bulunan, psikolojik tatmin arayan, sınırlı bütçesi ve zamanı olan insandır (s. 14).

Yerleşik tanımlara içtihat niteliğindeki seyahat süresi vurgusu yapan katılımcı görüşleri (M1, M5, M24, M28 ve M31) şu şekildedir:

M1 *"Turist, bir yer (ya da yerleri) değişkenleri (doğa, kültür, yiyecek – imkânlar) ile verilen bir zaman diliminde karşılanmamış bir ihtiyaç ya da arzusunu gidermek niyetiyle tüketen kişidir*

M5 *"Turizm olayına katılan ve gittiği yerde 1 geceleme yapan yâda 24 saati aşan kişidir."*

M31 *"Turist, ... ihtiyaçlarını karşılamak üzere, ikamet ettiği yerden en az 24 saat ayrı kalan ve gittiği yerde maddi harcamalar yapan kişilere denir."*

M28 *"Turist, sürekli yaşadığı yerden bir süreliğine ayrılarak 24 saatten az olmamak koşuluyla, çeşitli rekreatif faaliyetlere katılan kişidir."*

M24 *"Çeşitli amaçlarla ... belirli bir zaman diliminde turistik etkinlikler içerisinde bulunan ve yine belirli bir süre sonunda sürekli ikametine dönen kişidir."*

Diğer kriterle oranca kısıtlı sayıda olan görüşlerden başka yerleşik tanımlarla birebir aynı görüşü paylaşıp, görüşünü literatüre dayandıran veriler (M14 ve M26) de bulunmaktadır.

M37 UNWTO (1994) tanımı: *Turist; bir yıldan az, ziyaret edilen yer ya da ülkede mukim mahiyetinde işe alınmamak kaydıyla (iş, dinlenme-leisure, ya da diğer kişisel sebepler) herhangi bir ana sebepten ötürü olağan çevresinin dışında ana bir destinasyona gezi düzenleyen bir seyyahtır.*

M14 United Nations (2010) tanımı: *Turist; ziyaret ettiği ülkede ikamet etmeyecek ve ülke vatandaşı gibi işe girmeyerek (iş, boş zaman veya kişisel) herhangi bir ana nedenle bir yıldan az olarak olağan çevresi dışında bir ana destinasyona geziler yapan seyyahtır (s.10).*

M26 *"Bence turist, tıpkı Usta (2001)'nın tanımladığı gibi turizm olayının öznesi yani turizm olayanın merkezinde bulunan esas oyuncudur. Ayrıca Öter ve Sarıbaş (2017)'ın belirttiği gibi bu oyuncu turizme katılır, ona yön verir. Sürekli yaşadığı yeri belirli bir süre için ve psikolojik tatmin sağlamak için terk ederek gittiği yerde turizm faaliyetlerinde bulunur."*

Yapılan epistemolojik incelemeler neticesinde turist evrenine dair üzerinde durulan diğer bir hususun tüketimle ile ilgili olduğu görülmektedir. Bu tüketim turistin özellikle "para kazanma amacı gütmeksizin" seyahat etmesi ve "gittiği yerlerde oralarda kazanmadığı parayı harcaması" gibi temel bir eksen veren turistin (1) ekonomik olarak tüketici olması ayrımıdır. Ortaya çıkan diğer iki alt ayrım ise yine turistin (2) sosyal olarak ve (3) kültürel olarak tüketici olmasıdır.

Yerleşik tanımlardan bu üç unsurla ilgili olanlar tablo 4.12'de görülmektedir.

Tablo 4.12: Turist tanımları (tüketim ile ilgili olanlar).

Yazar / Kuruluş (yıl)	Tanım
Ogilvy (17. yy)	Turist; sürekli oturduğu yerden en çok bir yıl süreli ile ayrılan ve geçici olarak gittiği yerlerde, buralarda kazanmadığı parayı harcayan kimsedir.
Norval (1936)	Turist; sürekli ikamet etmek ve gelir elde etmekten farklı bir amaç ile yabancı bir ülkeye giden ve geçici süre kalacağı bu ülkede başka yerde kazandığı parayı harcayan kimsedir.

Tablo 4.12 (devamı): Turist tanımları (tüketim ile ilgili olanlar).

Yazar / Kuruluş (yıl)	Tanım
Smith (1989)	Turist; boş zamana sahip olan ve bir yerden bir başka yere zamanını değerlendirmek, eğlenmek, bilgilenmek ve değişik tecrübeler elde etmek için hareket eden kişidir.
UNWTO (1994)	Turist; bir yıldan az, ziyaret edilen yer ya da ülkede mukim mahiyetinde işe alınmamak kaydıyla (iş, dinlenme-*leisure*, ya da diğer kişisel sebepler) herhangi bir ana sebepten ötürü olağan çevresinin dışında ana bir destinasyona gezi düzenleyen bir seyyahtır.
Seyahat Acentaları Yönetmeliği (2007)	Turist, seyahat acentası ürününden bizzat yararlanan kişidir.
Fennel (2008)	Turist; uluslararası düzeyde bir yılı ulusal düzeyde de altı ayı aşmayan en az bir gece süresince ziyaret edilen yerlerde kazanç sağlayan etkinliklere katılmaktan ziyade orada bulunma temel amacıyla zevk için seyahat eden kişidir (s. 2).
Halis (2009)	Turist; belirli bir gelire ve boş zaman sahip, konaklama, yeme-içme gibi somut; dinlenme-eğlenme, merak, kültür ve eğitim, spor gibi soyut amaçlarla sürekli yaşadığı bölgeden başka bir bölgeye seyahat eden ve gittiği yerde en az bir gece konaklayan; ekonomik anlamda tüketici olan kişi ya da kişiler topluluğudur (s. 39).
United Nations (2010)	Turist; ziyaret ettiği ülkede ikamet etmeyecek ve ülke vatandaşı gibi işe girmeyerek (iş, boş zaman veya kişisel) herhangi bir ana nedenle bir yıldan az olarak olağan çevresi dışında bir ana destinasyona geziler yapan seyyahtır (s.10).
Goeldner ve Ritchie (2012)	Turizmin en merkezinde yer alan turist; olağan ikametgâhından farklı bir ülke ya da ülkesi içindeki başka bir lokaliteye turistik gezi düzenleyen, zevk, iş, ailevi sebepler, sağlık veya transit geçiş gibi birçok nedenle en az bir gece konaklama yapan ziyaretçilerdir (s. 6, 9).
Öter ve Sarıbaş (2017)	Turist; turizme katılan, ona yön veren, sürekli yaşadığı yeri geçiçi olarak terk edip seyahat ve konaklama faaliyetlerinde bulunan, psikolojik tatmin arayan, sınırlı bütçesi ve zamanı olan insandır (s. 14).
Merriam-Webster	Turist; zevk ya da kültür için tur yapan kimsedir.

Her birini tek tek incelemeden bu üç unsura dair ve üst başlık olarak "tüketimi" vurgulayan katılımcı görüşleri (M1, M10, M13, M17, M20-21, M24, M27, M29-31, M35-36 ve M38) ise şöyledir:

M1 *"Turist, bir yer (ya da yerleri) değişkenleri (doğa, kültür, yiyecek – imkânlar) ile verilen bir zaman diliminde karşılanmamış bir ihtiyaç ya da arzusunu gidermek niyetiyle tüketen kişidir."*

M10 *"Turizm hareketlerinin öznesidir. Bu bağlamda turist sürekli yaşadığı yeri dışında para kazanmanın dışında seyahat eden ve tüketici davranışlarında bulunan kişidir."*

M17 *"Çeşitli güdüler ile (enerji tazeleme, merak, dinlenme, eğlenme, kültürlenme, sağlık, eğitim, spor vb.) seyahat eden, bu seyahatleri esnasında turizm işletmelerinden yararlanan, gittiği yerlerde orada kazanmadığı parayı harcayan kişilerdir."*

M21 *"Seyahat ederek gittiği yerin ürünlerinden hizmetlerinden faydalanıp harcama yapan kişidir."*

M29 *"Sürekli yaşadığı ikamet ettiği yerden en az 24 saat en fazla bir yıl süreli ayrılan ve bu süre içerisinde tekrar yaşadığı yere dönen, gittiği yerde kazanmadığı parayı harcayan ve orada para kazanma amaçlı çalışmayan, eğlenme, dinlenme, gezme, görme, öğrenme amaçlı seyahat eden kimsedir."*

M30 *"...kişisel haz, toplumsal statü ve saygınlık gibi motivasyonlar ile seyahat ederek tüketimde bulunan kişilerdir."*

M31 *"Turist, bir ülkeyi ya da bölgeyi gezmek, görmek, eğlenmek, spor yapmak, kültürel ve sosyal ihtiyaçlarını karşılamak üzere, ikamet ettiği yerden en az 24 saat ayrı kalan ve gittiği yerde maddi harcamalar yapan kişilere denir."*

M35 *"Turist, turizmin öznesidir. Yani turistik tüketimde bulunan öznedir."*

M24 *"Çeşitli amaçlarla (sosyolojik, psikolojik vb.) sürekli ikamet ettiği yerden başka bir yere seyahat eden, burada çalışma amacı olmaksızın belirli bir zaman diliminde turistik etkinlikler içerisinde bulunan ve yine belirli bir süre sonunda sürekli ikametine dönen kişidir."*

M13 *"para harcayan ve turizm hareketlerine katılan kişi"*

M27 *"Turizm faaliyetleri (seyahat ve konaklama) içinde bulunan maddi gücü ve zamanı olan kişilerdir."*

M38 *"Turist boş zamana, satın alma gücüne ve seyahat amacına sahip bireydir."*

M20 *"Kültür, eğlenme, öğrenme, sağlık, spor, inanç gibi birçok sebeple hatta bazen bir amacı olmadan ya da amacını tanımlamadan seyahat eden kişidir."*

M36 *"tatil kültürünü ve nereye ne için gittiğini bilen"*

Bu verilerden başka yerleşik tanımlarla birebir aynı görüşü paylaşıp, görüşünü literatüre dayandıran veriler (M3 ve M14) de bulunmaktadır.

M14 United Nations (2010) tanımı: *Turist; ziyaret ettiği ülkede ikamet etmeyecek ve ülke vatandaşı gibi işe girmeyerek (iş, boş zaman veya kişisel) herhangi bir ana nedenle bir yıldan az olarak olağan çevresi dışında bir ana destinasyona geziler yapan seyyahtır (s.10).*

M3 *"AIEST'in (1980)* [turizm] *tanımında*[60] *özne olan kişidir."*

Turist evrenine dair üzerinde durulan son unsur, seyahat motivasyonuyla da bağlantılı olarak, ihtiyaç ve bunun giderilmesiyle de bağlantılı düşünülebilecek olan tatmin ile ilgilidir. Bu iki kriter ayrı ayrı da ele alınabilir olsa da araştırma kapsamında tek bir üst

[60] AIEST (1980)'e göre turizm "insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralarda genellikle turistik işletmelerin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür."

kriter; bağlantılı olarak da (1) psikolojik ve (2) fiziksel olmak üzere iki ayrı alt başlıkta değerlendirilmiştir. Konu ile ilgili ihtiyaç veya tatmin vurgusunu bünyesinde barındıran yerleşik tanımlar tablo 4.13'te görülmektedir.

Tablo 4.13: Turist tanımları (ihtiyaç ya da tatmin ile ilgili olanlar).

Yazar / Kuruluş (yıl)	Tanım
Smith (1989)	Turist; boş zamana sahip olan ve bir yerden bir başka yere zamanını değerlendirmek, eğlenmek, bilgilenmek ve değişik tecrübeler elde etmek için hareket eden kişidir.
UNWTO (1994)	Turist; bir yıldan az, ziyaret edilen yer ya da ülkede mukim mahiyetinde işe alınmamak kaydıyla (iş, dinlenme-*leisure*, ya da diğer kişisel sebepler) herhangi bir ana sebepten ötürü olağan çevresinin dışında ana bir destinasyona gezi düzenleyen bir seyyahtır.
Fennel (2008)	Turist; uluslararası düzeyde bir yılı ulusal düzeyde de altı ayı aşmayan en az bir gece süresince ziyaret edilen yerlerde kazanç sağlayan etkinliklere katılmaktan ziyade orada bulunma temel amacıyla zevk için seyahat eden kişidir (s. 2).
Halis (2009)	Turist; belirli bir gelire ve boş zaman sahip, konaklama, yeme-içme gibi somut; dinlenme-eğlenme, merak, kültür ve eğitim, spor gibi soyut amaçlarla sürekli yaşadığı bölgeden başka bir bölgeye seyahat eden ve gittiği yerde en az bir gece konaklayan; ekonomik anlamda tüketici olan kişi ya da kişiler topluluğudur (s. 39).
Goeldner ve Ritchie (2012)	Turizmin en merkezinde yer alan turist; olağan ikametgâhından farklı bir ülke ya da ülkesi içindeki başka bir lokaliteye turistik gezi düzenleyen, zevk, iş, ailevi sebepler, sağlık veya transit geçiş gibi birçok nedenle en az bir gece konaklama yapan ziyaretçilerdir (s. 6, 9).
Öter ve Sarıbaş (2017)	Turist; turizme katılan, ona yön veren, sürekli yaşadığı yeri geçiçi olarak terk edip seyahat ve konaklama faaliyetlerinde bulunan, psikolojik tatmin arayan, sınırlı bütçesi ve zamanı olan insandır (s. 14).
Merriam-Webster	Turist; zevk ya da kültür için tur yapan kimsedir.

Yerleşik tanımları destekler nitelikteki turistin "ihtiyaç" ya da "tatmini" vurgusu yapan katılımcı görüşleri (M1, M4, M8-9, M12, M17-18, M20, M24-25, M28, M30-31, M34 ve M41) şu şekildedir:

M1 *"Turist, bir yer (ya da yerleri) değişkenleri (doğa, kültür, yiyecek – imkânlar) ile verilen bir zaman diliminde karşılanmamış bir ihtiyaç ya da arzusunu gidermek niyetiyle tüketen kişidir."*

M8 *"Turist fiziksel ve psikolojik tatmin sağlamak üzere yaşadığı yerden başka yerlere giderek seyahatin sonunda bulunduğu yere geri dönen ziyaretçilerdir."*

M12 *"Zevk ya da kültür için tur yapan kimse."*

M17 *"Çeşitli güdüler ile (enerji tazeleme, merak, dinlenme, eğlenme, kültürlenme, sağlık, eğitim, spor vb.) seyahat eden, bu*

seyahatleri esnasında turizm işletmelerinden yararlanan, gittiği yerlerde orada kazanmadığı parayı harcayan kişilerdir."

M34 *"İyi oluş halini desteklemek üzere olağan çevresinin dışına çıkarak bir yer değiştirme yaşayan ve gittiği yerde yaşantılar/deneyimler edinen kişidir."*

M18 *"Turist, yaşadığı yerden (ülke, şehir vb.) başka bir yere farklı ulaşım araçlarını kullanarak gittiği yerde eğlence, dinlenme alışveriş vb. etkinliklerde bulunan kişidir."*

M41 *"Turist meraklı ve gezgin kişidir."*

M4 *"Turist; seyahat, yemek, aile, arkadaş ve yerleri ziyaret etmek, konaklamada bulunmak ve rekreasyonel aktivitelere katılmayı içeren bir deneyim yaratmak için bir destinasyondan diğerine seyahat eden kişidir."*

M20 *"Kültür, eğlenme, öğrenme, sağlık, spor, inanç gibi birçok sebeple hatta bazen bir amacı olmadan ya da amacını tanımlamadan seyahat eden kişidir."*

M24 *"Çeşitli amaçlarla (sosyolojik, psikolojik vb.) sürekli ikamet ettiği yerden başka bir yere seyahat eden, burada çalışma amacı olmaksızın belirli bir zaman diliminde turistik etkinlikler içerisinde bulunan ve yine belirli bir süre sonunda sürekli ikametine dönen kişidir."*

M9 *"İyi vakit geçirmek için seyahat eden insanlardır."*

M30 *"...kişisel haz, toplumsal statü ve saygınlık gibi motivasyonlar ile seyahat ederek tüketimde bulunan kişilerdir."*

M31 *"Turist, bir ülkeyi ya da bölgeyi gezmek, görmek, eğlenmek, spor yapmak, kültürel ve sosyal ihtiyaçlarını karşılamak üzere, ikamet ettiği yerden en az 24 saat ayrı kalan ve gittiği yerde maddi harcamalar yapan kişilere denir."*

M25 *"Turist, dinlenmek, gezmek, yeni yerler görmek vb. amaçlar ile seyahat eden kişidir."*

M28 *"Turist, sürekli yaşadığı yerden bir süreliğine ayrılarak 24 saatten az olmamak koşuluyla, çeşitli rekreatif faaliyetlere katılan kişidir."*

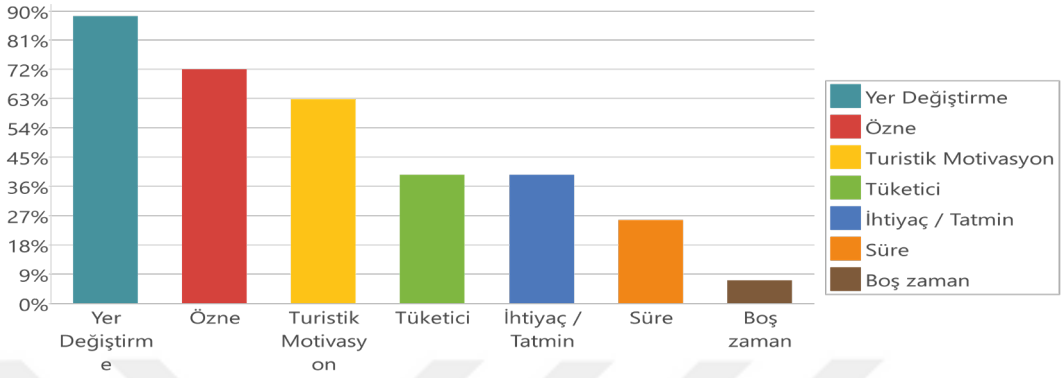
Bu verilerden başka yerleşik tanımlarla birebir aynı görüşü paylaşıp, görüşünü literatüre dayandıran veriler (M14 ve M26) de bulunmaktadır.

M14 United Nations (2010) tanımı: *Turist; ziyaret ettiği ülkede ikamet etmeyecek ve ülke vatandaşı gibi işe girmeyerek (iş, boş zaman veya kişisel) herhangi bir ana nedenle bir yıldan az olarak olağan çevresi dışında bir ana destinasyona geziler yapan seyyahtır (s.10).*

M26 *"Bence turist, tıpkı Usta (2001)'nın tanımladığı gibi turizm olayının öznesi yani turizm olayanın merkezinde bulunan esas oyuncudur. Ayrıca Öter ve Sarıbaş (2017)'ın belirttiği gibi bu oyuncu turizme katılır, ona yön verir. Sürekli yaşadığı yeri belirli bir süre için ve psikolojik tatmin sağlamak için terk*

ederek gittiği yerde turizm faaliyetlerinde bulunur."

Turist evrenine ilişkin katılımcı görüşleride dair kod dağılımı mevcut literatürü de çok büyük oranda destekler nitelikle şekil 4.3'te görülmektedir.



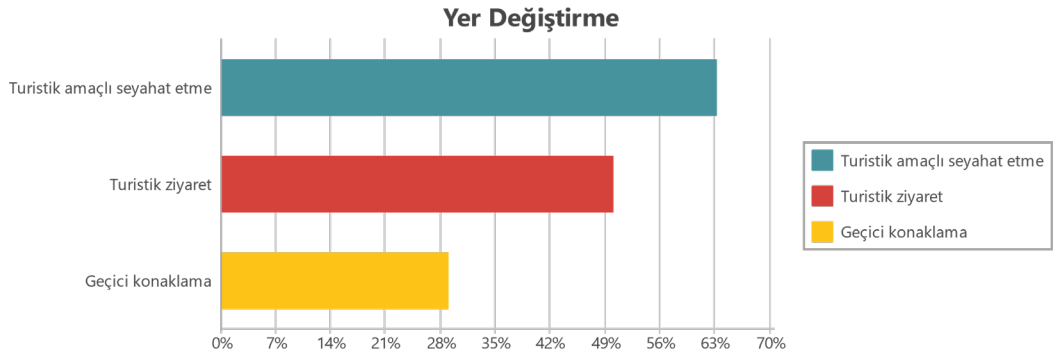
Şekil 4.3: Turist evreni kod dağılımı.

Şekilde de görüldüğü üzere, turist evreni için kriter olarak belirlenen unsurların hepsi, mevcut literatür ve katılımcı görüşleri açısından uyumludur. Dolayısıyla bir türün, turist evreni içerisinde değerlendirilebilmesi için yer değiştirme, turistik motivasyon barındırma, tüketici olma, belirlenen kısıtlı süreler içerisinde turistik faaliyete katılma, boş zaman sahip olma ve ihtiyaç ile tatmin unsurlarını sağlaması gerekmektedir. Bu kodlamaların dağılımın ikinci en çok kodlanan unsur olarak görünen "özne" kavramı ise, araştırmanın temel ön kabüllerinden biri olduğu için kriter olarak alınmamıştır. Yani, turist, araştırma kapsamında zaten ön kabul olarak turizm unsurunun öznesidir; turist olmadan bir turizm hareketinden bahsetmemiz mümkün değildir.

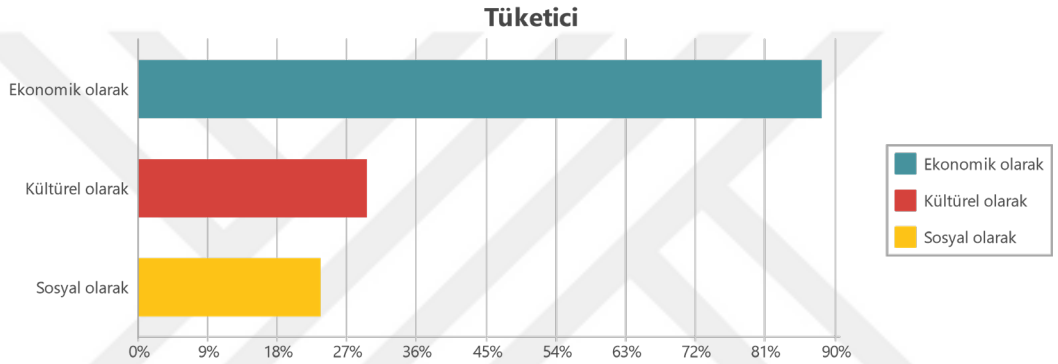
Şekil 4.3'te görülen kodlardan yer değiştirmenin içerdiği (1) turistik amaçlı seyahat etme, (2) turistik ziyaret ve (3) geçici konaklama alt kodlarının katılımcı görüşüne dağılımı şekil 4.4'te görülmektedir.

Şekil 4.3'te görülen kodlardan tüketici kodunun içerdiği turistin (1) ekonomik olarak, (2) kültürel olarak ve (3) sosyal olarak tüketici olduğuna dair görüş bildiren katılımcıların alt kod dağılımı Şekil 4.5'te görülmektedir.

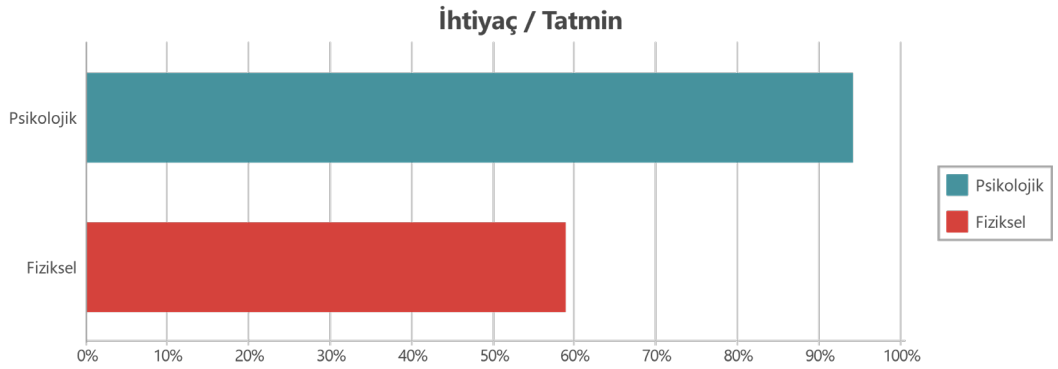
Son olarak da yine Şekil 4.3'te görülen kodlardan ihtiyaç / tatminin içerdiği (1) psikolojik ve (2) fiziksel alt kodlarının katılımcı görüşüne dağılımı şekil 4.6'da görülmektedir.



Şekil 4.4: Turist evreni alt-kod dağılımı (yer değiştirme).



Şekil 4.5: Turist evreni alt-kod dağılımı (tüketici).



Şekil 4.6: Turist evreni alt-kod dağılımı (ihtiyaç / tatmin).

Bu kod ve alt-kodlar araştırma kapsamında turist evreninin kriterleme tablosunun ana unsurları olarak ele alınıp, turist tür açımlamasında bir turistin mutlaka sahip olması gereken unsurlar olarak değerlendirilmektedir.

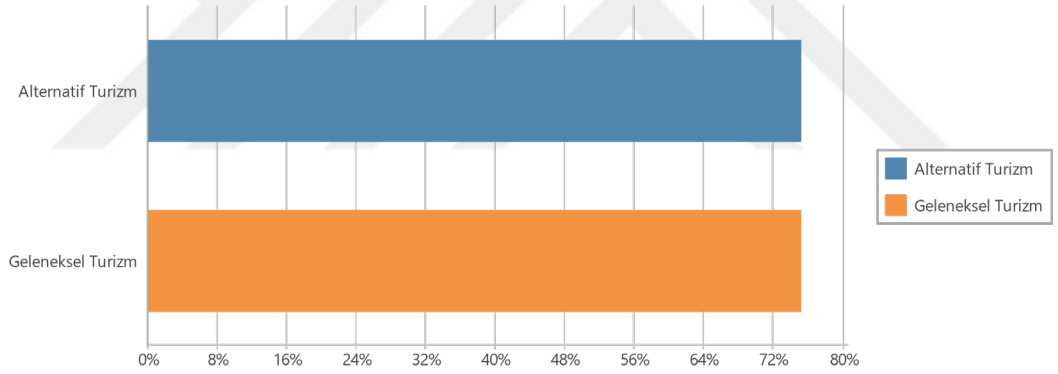
4.1.2. Şubeye ilişkin bulgular

Bu başlıkta, turizm ve turist şubesine dair literatür ve katılımcı görüşlerinin epistemolojik olarak incelenmesiyle ortaya çıkarılan hiyerarşik dizinin ikinci basamağına ilişkin kriterler verilmektedir.

4.1.2.1. Turizm şubesine ilişkin bulgular

Turizm olgusu, öznesinin katılım ve turistik kaynakları kullanım yoğunluğu açısından ilgili literatürde iki temel kısma ayrıldığı görülmektedir (bakınız bölüm 2.2.2.1). Bunlardan ilki kitle, standart, büyük ölçekli gibi isimlerle de anılan geleneksel turizm; diğeri ise niş olarak da adlandırılan alternatif turizmdir.

Katılımcıların görüş belirttiği turizm şubesine dair kodlarım dağılımı şekil 4.7'de görülmektedir.



Şekil 4.7: Turizm şubesi kod dağılımı.

Yerleşik tanımlarla benzerlik gösteren katılımcı görüşlerinden bazıları (M8, M12-13, M15 ve M34) şu şekildedir:

M8 Turizm anlayışları hangileridir? :*"Kitle turizmi, alternatif turizm"*

M12 *"Katılımcı sayısına göre turizm türleri; Geleneksel turizm dışındaki tüm türler"*

M13 *"...alternatif ve geleneksel"*

M15 *"Geleneksel tatil turizmi ve alternatif turizm türleri"*

M34 *"Kuramsal olarak turizm, kitle turizmi, alternatif turizm ve özel ilgi turizmi olarak sınıflandırılabilir.*
Bu sınıflandırmalar aynı zamanda modern turizmde, post-

modern turizme geçişin gözlemlenebileceği tarihsel bir süreç de sunmaktadır."

Görüşlerden M8 katılımcısı, turizm anlayışı olarak ele aldığı kitle ve alternatif turizm ayrımları, yerleşik literatür tanımlarına benzerlik gösterecek şekilde diğer katılımcılar tarafından turistik katılım ve kaynak kullanım yoğunluğu açısından aynı oranlarda (%75) ikiye ayrılmaktadır.

Görüşlerden M6 katılımcısı, alternatif turizm adlandırmasındaki son dönemki gelişime bianen yaptığı uyarı ise dikkate şayandır.

M6 *"Ayrıca alternatif kavramını biraz açmak gerekiyor, çünkü alternatif kitle turisti oluşmaya başladı"*

Her ne kadar geleneksel turizm dışındaki kalan tüm turizm türleri alternatif olarak kabul edilse ve ayrım yelpazesi oldukça fazla olsa da insanlığın iyiye rağbet etme eğiliminden kaynaklı katılımcı görüşünü haklı çıkaracak gelişmeler olduğu gözlemlenmektedir. Burdur'daki Salda Gölü örneği bu açıdan verilebilir.

Katılımcıların görüş belirttiği ve yerleşik tanımlarda da var olan geleneksel (kitle) turizm ve alternatif (niş) turizm turizm hiyerarşik dizininde tablo 4.4'te görüldüğü şekilde kabul edilmiş; kavram açımlaması için de ikinci ayrım olarak kriter oluşturmuştur.

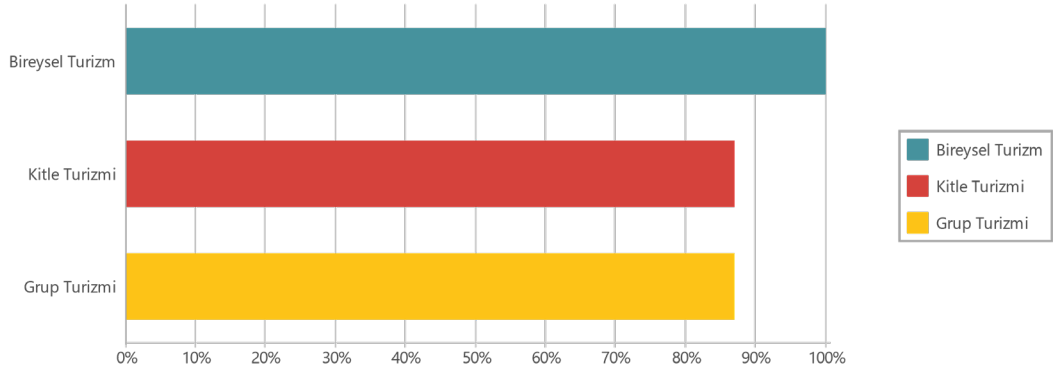
Tablo 4.14: Turizm şube kriterleri.

Geleneksel (Kitle) turizm
Alternatif (Niş) turizm

4.1.2.2. Turist şubesine ilişkin bulgular

Literatürde "katılan kişi sayısına göre turizm çeşitleri" olarak adlandırılan turist şubesi, araştırmanın kurgusu kapsamında turizmin en temel unsuru olan turist öznesinin hareket etmesindeki birlikteliği kaynak alarak onun ne kadarlık bir sayı ihtiva ettiği ve üyelerinin ne tür ortak noktalar taşıdığını belirtmesi açısından önemlidir. Bu terimsel adlandırmaların literatürdeki karşılıkları; (1) kitle turizmi ya da kitlesel turizm, (2) grup turizmi ya da kollektif turizm ve (3) bireysel ya da münferit turizmdir.

Katılımcıların görüş belirttiği turizm şubesine dair kodlarım dağılımı şekil 4.8'de görülmektedir.



Şekil 4.8: Turist şubesi kod dağılımı.

Yerleşik tanımlarla benzerlik gösteren katılımcı görüşlerinden bazıları (M1, M5-9, M17, M19, M22, M24, M26-29, M32, M34 ve M39-40) şu şekildedir:

M24
M34 *"Bireysel, Grup, Kitle"*

M7 *"bireysel, grup ve kitlesel"*

M8 *"Bireysel turizm, grup turizmi, kitlesel turizm"*

M28 *"Bireysel turizm, kitle turizmi ve grup turizmi şeklinde olmalıdır."*

M17 *"Katılımcı sayısı temel alındığı turizm türlerinin;*
- Kitlelerin bir arada yapmasına olanak sunan turizm türleri
- Belirli sayıda bireyin oluşturduğu gruplarca yapılması mümkün olan turizm türleri
- Ancak bireysel olarak yapılabilen turizm türleri şeklinde üç kategoriye ayrılabileceğini düşünüyorum."

M19 *"Katılımcı sayısına göre turizm türleri; kitle, grup, bireysel olarak ayrılabilir. Son zamanlarda bireysel turizm de artış gözlemlense de özellikle kıyı bölgelere ilişkin kitle turizmi hâkimiyeti devam etmektedir."*

M26 *"Katılımcı sayısına göre turizm türleri kitle, grup ve bireysel olarak ayrılır. Grup olarak ve bireysel seyahat eden turistler niş ve alternatif turizm türlerini tercih etmeye daha yatkındır. Bu nedenle kitle ve niş olarak yapılan sınıflandırma yerine kitle, grup ve bireysel olarak sınıflandırmanın daha doğru olduğunu düşünüyorum."*

M6 *"Kitle (aralarında ortak nokta bulunmayan), Grup (aralarında ortak nokta bulunan), Bireysel."*

M5 *"Bireysel, grup (kollektif) ve kitle turizmi"*

M39 *"Literatürdeki gibi; kitle, grup ve bireysel olabilir."*

M1 *"... Kastettiğin yaratılmış ya da ampirik olarak betimlenmiş (/delineated) grup ya da segmentler mi? Ya da burada belirtilmek istenen kitle turizmine karşı bireyselleşmiş/bağımsız turizm mi? ..."*

M22 *"Grup (6 max üstü) – Münferit"*

M27 *"Münferit (Bireysel) ve Grup olmak üzere iki ana kategoride sınıflandırılmalıdır."*

M32 *"Kitle ve Bireysel"*

M40 *"Bireysel turizm ve kitle turizm. Grup turizmi kitle turizminin alt dalı olarak düşünülebilir."*

M29 *"Bireysel turist, Grup turist, Kitle turist"*

M9 *"Bireysel seyahat edenler.*
Grup halinde seyahat edenler.
Kitleler halinde seyahat edenler"

Bu görüşlerden başka katılımcılardan M12 ve M14; Eric Cohen'in (1972, 1974) "organize olmuş kitle, bireysel kitle, araştırıcı turist, başıboş" ayrımına atıf yaparak görüş bildirdiği görülmektedir. Ne var ki bu görüşlerini katılımcı M12 turist tipolojisi sorusuna cevaben; M14 ise katılımcı sayısına göre turizm türleri sorusuna cevaben bildirdikleri de belirtilmelidir.

Katılımcı M18 ise "Kitle turizmi de bir turizm anlayışı olarak görülebilir" diyerek kitle turizmini bir turizm anlayışı olarak ele almaktadır. Yine katılımcı M18'in "Turizm türleri nedensel veya sınırlayıcı dış özelliklere göre birbirinden ayrılır; Dış turizm, Bireysel turizm, Kitle turizmi, Şehir turizmi vb." cevabı araştırma kapsamında ele alınan turist şubesine kavramlarının ekseni açısından farklılık arz etmektedir.

Katılımcıların görüş belirttiği ve yerleşik tanımlarda da var olan bireysel (münferit) turizm, grup (kollektif) turizm ve kitle (kitlesel) turizm; turizm hiyerarşik dizininde turist şubesi olarak tablo 4.15'te görüldüğü şekillerde kabul edilmiş ve kavram açımlaması için de ikinci ayrım olarak kriter oluşturmuştur.

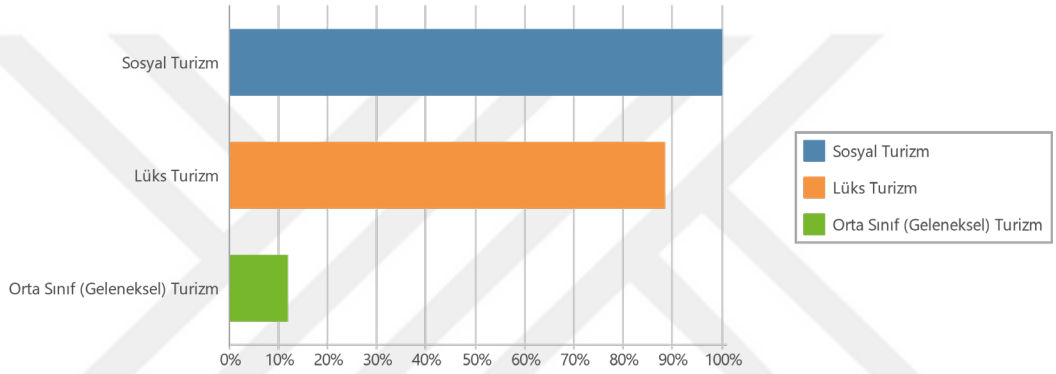
Tablo 4.15: Turist şube kriterleri.

Bireysel turizm
Grup turizmi
Kitle turizmi

4.1.3. Sınıfa ilişkin bulgular

Turizme katılan bireylerin turizm faaliyetlerini gerçekleştirme biçimlerinden tüketim alışkanlığı, ekonomik ve toplumsal statü gibi unsurların işlenişi bakımından turizm türlerini, işleyen olması bakımından da katılımcısını sosyal turizm ve turist ile lüks turizm ve turist adı altında iki ana başlıkta işlendiği Bölüm 2.2.3'te mevcut literatür çerçevesinde aktarılmıştı.

Katılımcıların görüş belirttiği turizm sınıfına dair kodların dağılımı şekil 4.9'da görülmektedir.



Şekil 4.9: Turizm sınıfı kodların dağılımı.

Genel olarak katılımcı görüşleri (M6, M11, M14, M26-27, M31-33 ve M38) mevcut tanımlarla paralellik göstermektedir.

M27 *"Sosyal turizm, düşük gelirli kitleleri bir takım özendirici ve teşvik edici faaliyetlerle (sosyal yöntemler) turizm katılmalarını sağlayarak, bu kitlelerin turizm faaliyetlerine katılmaları sonucunda oluşan kavram ve olaylardır.*
Lüks turizm, yüksek gelirli kitleleri yönelik olan turizm biçimidir."

M26 *"... sınıflar turizmin ekonomik açıdan sınıflandırmasına dayanır. Sadece bu açıdan bakacak olursak turizm; sosyal ve lüks olarak sınıflandırılabilir."*

M32 *"Sosyal Turizm, Gelir düzeyi orta olan ve buna bağlı olarak bütçelerine uygun turizme katılanlar*
Lüks Turizm, Gelir düzeyi yüksek olan ve buna bağlı olarak daha pahalı turizm çeşidine katılanlar."

M38 *"Günümüzde turistik hareketler, satın alma gücü yüksek olan bireylerin, turizm hareketlerine katılmaları şeklinde gerçekleşen ayrıcalıklı yapıdan sıyrılarak, " dezavantajlı bireyler" in de çeşitli kolaylıklarla turizm hareketlerine*

katılmalarına imkân verecek araçlar peşindedir. Günümüzde sosyal turizmin giderek daha iyi anlaşılmaktadır.
Lüks turizm satın alma gücü yüksek olan bireyleri kapsamakta ve işletmeleri daha çok pahalı alternatif turizm çeşitlerine itmektedir."

M11 *"...genelde daha üst ekonomik segmetteki kişilere yönelik lüks turizm; genellikle çeşitli açılardan dezavantajlı grupların turizm imkân ve olanaklarından yararlanmalarına yönelik olarak sosyal turizm"*

M14 *"Sosyal: herhangi bir (ekonomik, sosyal, fiziksel) engel sebebiyle turistik faaliyete katılmakta zorluk yaşayanlar*
Lüks: turizme ortalama harcama miktarının çok üzerinde harcayan kesim"

M6 *"Sosyal turizm: kamu kitlesel teşvik"*

M31 *"Sosyal turizm, lüks turizm"*

M33 *"sosyal, lüks"*

Ne var ki; mevcut tanımların eksik kaldığı ve/veya açıklamadığı bazı özge durumlar ise bazı katılımcılar (M3, M18-19) tarafından şöyle dile getirilmektedir:

M18 *"... tarafınızdan ön bilgi olarak belirtilen Sosyal Turizm ve Lüks Turizm birçok araştırmacı tarafından bir turizm çeşidi olarak görülmektedir. Bir Alman vatandaşı için sıradan (sosyal) olan bir turizm faaliyeti gelişmekte olan bir ülke vatandaşı için lüks olarak algılanabilir diye düşünüyorum."*

M19 *"Ekonomik durumunuza göre ise sosyal ve lüks turizmden bahsediyoruz. Bununla birlikte her ne kadar dünya çapında artık turizmin lüks bir ihtiyaçtan daha ötesi olduğu ortaya konsa bile hala lüks bir durumda olduğunu ortaya koyan çalışmalar mevcut."*

M3 *"Sosyal veya lüks turizm, genellikle katılımcılarının sosyo-ekonomik özelliklerine dayalı, bir tür pazar bölümlendirme yaklaşımını ifade eder. Bunları sınıf olarak düşünmek gerekir mi? Sosyal sınıf temelinde düşünülüyorsa, sosyal sınıf tarifine uygun yeni sınıflar ortaya çıkabilir. Yeni bir kavram olarak da düşünülebilir."*

Ekonomik ve/veya tüketim alışkanlığı temelli bu ayrımın, katılımcı M18 tarafından bakış açısına göre farklı algılanabileceği oldukça yerinde bir tespittir. Evrensel bir sosyal ve lüks algısı ölçülemeyeceği gibi dünya genelinde bu konuda ölçüt, dolar bazında fiyatlandırma olduğu iddia edilebilir. Katılımcı M19'un bu ayrımları günümüz dünyasında ihtiyaç gerekliliği bağlamında değerlendirmesi ayrım yapma gerekliliği bağlamında bu araştırmaya herhangi bir katkı sunmamakla birlikte özü itibariyle doğru

bir bakış açısı olduğunu kabul etmek gerekir. Katılımcı M3'ün belirttiği durum ise ayrıca araştırılması gereken bir konu olabilir.

Şekil 4.9'dan da görülebileceği gibi var olan tanımlara ek olarak ayrımlar belirten katılımcı görüşleri (M17, M22 ve M30) ise şu şekildedir:

M17 *"Bireylerin gelir düzeyi ve sosyal durumları temelinde 3 turizm sınıfından bahsedilebilir;*
- Sosyal Turizm; Satın alma gücü zayıf ve turizme katılma imkânları kısıtlı olan kitlelerin çeşitli teşvik ve desteklerle turizme katılımlarının sağlanması veya kolaylaştırılması ile ortaya çıkan turizm türüdür.
- Geleneksel Turizm (Orta sınıf turizmi); Tüketim imkânları normal ve normalin üzerinde olan ve geleneksel turizm işletmelerinden yaralanarak seyahat eden bireylerin gerçekleştirdiği turizm türüdür.
- Lüks turizm; Genellikle gelir düzeyi yüksek olan bireylerin lüks turizm işletmeleri ya da ürünlerini tercih ederek gerçekleştirdiği turizm türüdür."

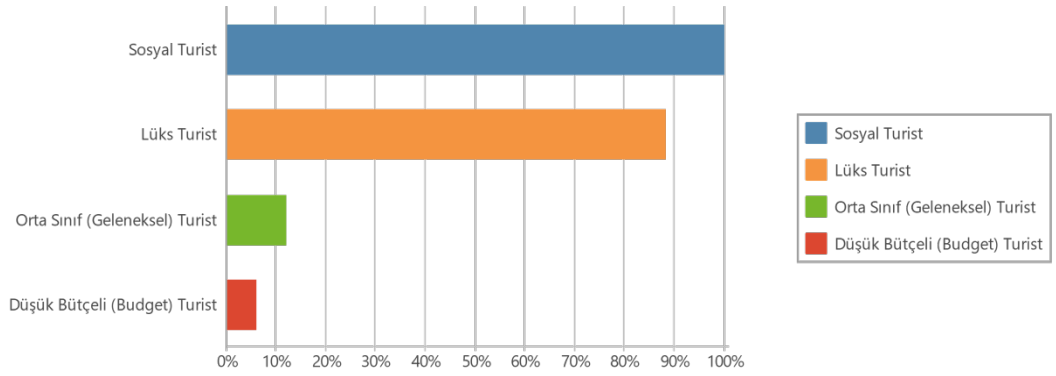
M22 *"Sosyal turizm: Dezavantajlı grupları için turizm, alım gücü düşük, engelli veya seyahat aktiviteine katılımı kısıtlanmış gruplar için, finansal, fiziksel ve sosyal imkânlar.*
Genel turizm: Orta direk, genel turizm, deniz kum güneş odaklı
Lüks turizm: Fiyat ve kalite olarak üst gelir grubuna hitap eden turizm"

M30 *"sosyal, lüks ve belki ucuzluk"*

Katımlımcılar M17 ve M22'nin, sosyal ve lüks ayrımlarına ek olarak "geleneksel / genel / orta sınıf" gibi medyan bir terim kullandıkları görülmektedir. Esasen araştırma sorunsalına bir katkı taşıyor olsa da Katılımcılar M18 ve M19'un önceki paragrafta belirttikleri gibi sosyal ve lüks ayrımı bile kesin sınırlarla yapılamazken bir de ortanca bir kavramla ayrımı daha da zorlaştırmak araştırma kapsamında çok isabetli görülmemiştir. Dolayısıyla ayrımlara zenginlik katan bu kavramlar, araştırma kriterleri olarak alınmasa da şekil ve katılımcı görüşlerinde belirtilmesi faydalı görülmüştür.

Araştırma kapsamında bu sınıflar, turizm ve turist şubelerinin her ikisi için de geçerli alt takson olarak kabul edilerek hem turizm türlerinin uygulanışı hem de turist türlerinin seyahat gösterişi anlamıyla ele alındığı bölüm 2.2.3'te belirtilmişti. Bu anlamda sosyal ve lüks turizm sınıfları, hem turizm hem de turist türleri için bir ayrım teşkil etmektedir.

Sosyal ve lüks turizm anlamında katılımcıların turistlere uyarlanan görüşlerine dair kodların dağılımı şekil 4.10'da görülmektedir.



Şekil 4.10: Turist sınıfı kodların dağılımı.

Turizm sınıflarına benzer şekilde; mevcut tanımların eksik kaldığı ve/veya açıklamadığı bazı özge durumlar ise Katılımcı M6 tarafından "*Düşük bütçeli (budget) turist*" olarak şekilde de görüldüğü gibi dile getirilmiştir. Katılımcı ayrıca "*Sık sık seyahat eden ama seyahat süresi az olan turist*" kavramının da tanımlanmaya ihtiyacı olduğunu belirtmiştir.

Katılımcının bu uyarıları belirtilmeye değer bulunmuş ancak araştırma sorusuna bizzat hizmet etmediği için ayrımlara katılmamıştır.

Böylece kavram açımlaması için kullanılacak temel iki turizm ve turist sınıfı kriterleri tablo 4.16'da da görüldüğü gibi sosyal ve lüks turizm ile sosyal ve lüks turisttir.

Tablo 4.16: Turizm ve turist sınıf kriterleri.

Turizm Sınıfı	**Turist Sınıfı**
Sosyal turizm	Sosyal turist
Lüks turizm	Lüks turist

4.1.4. Forma ilişkin bulgular

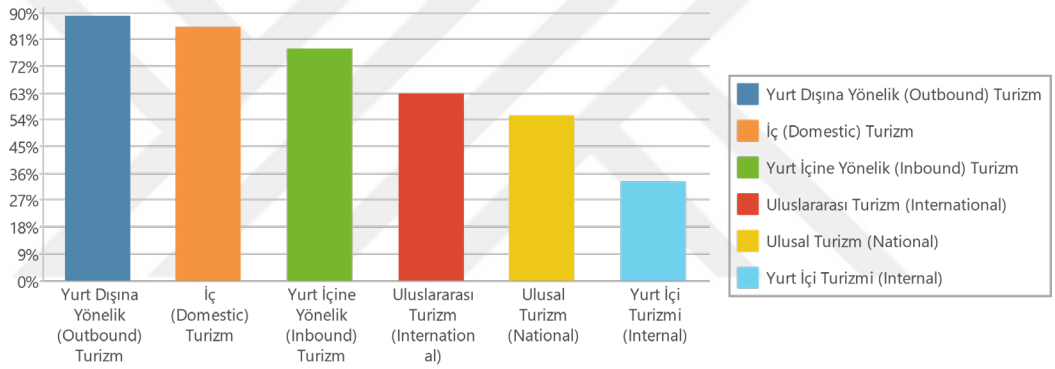
Turizm ve turist formlarını belirlemede Birleşmiş Milletler'in turizm istatistiklerini belirlemek için uluslararası tavsiye niteliği taşıyan 2010 yılında yayımladığı *International Recommendations for Tourism Statistics 2008* eserinin temel alındığı bölüm 2.2.4'te belirtilmişti. Bu ayrımların da net bir şekilde kavranabilmesi için gerekli olan terimsel açıklamalara da sayfalar 78-81 arasında değinilmişti.

4.1.4.1. Turizm formlarına ilişkin bulgular

Turizm evrenine dair bu seviyedeki ayrımın esas hareket noktası; turizm evreni içerisinde yer alan hareketlerin, turizm dışı seyahatlerden ayrıldıktan sonra, seyahat edenin olağan çevresi ile varış noktası arasında ilişki bakımından incelenmesi temeline dayanmaktadır.

Bu hareketlerin adlandırması; mevcut literatürden bağımsız bir şekilde, Birleşmiş Milletlerin tavsiyelerinin açıklama içeriklerinin incelenmesiyle araştırmacı tarafından yapılmıştır.

Bu kapsamda katılımcıların görüş belirttiği turizm takımına ilişkin kodların dağılımı şekil 4.11'de görülmektedir.



Şekil 4.11: Turizm takımı kod dağılımı.

Bu dağılımı sağlayan katılımcı görüşleri (M4-9, M11-17, M19, M21-22, M24, M26-27, M29, M31-35, M38 ve M41) şu şekildedir:

M6, M14, M24, M31 *"Domestic (iç turizm)*
Inbound (yurt içine yönelik turizm)
Outbound (Yurt dışına yönelik turizm
Internal (yurt içi turizmi) = [domestic + inbound]
National (Ulusal turizm) = [domestic + outbound]
International (Uluslararası turizm) = [inbound + outbound]"

M17 *"Seyahatin yönü itibariyle turizm hareketleri 3 grupta sınıflandırılabilir. Bunlar iç turizm, yurt içine yönelik ve yurt dışına yönelik turizm hareketleridir. Ancak bu sınıflandırma her hangi bir turizm türünü, çeşidini veya biçimini ifade etmemekle birlikte devlet politikaları gelişme, mevcut tabloyu değerlendirmede kullanılan bir ayırımdır. Bunları turizm çeşitleri olarak sınıflandırmanın doğru olmadığını*

	düşünüyorum.
	Turizmden elde edilen gelirler ve turist sayısının hesaplanmasında yurt içi, ulusal ve uluslararası turizm olmak üzere üç farklı veri setinden yararlanılmaktadır. Bu kavramların her hangi bir turizm türünü, çeşidini veya biçimini ifade etmemekle birlikte ekonomik değerlendirme ve hesaplamalarda, turizmin gelişimini takip etmede kullanılan veri bileşenleri olduğunu düşünüyorum."
	"İç turizm, turistlerin kendi ülke sınırları içinde turizm faaliyetlerine katılmaları
	Inbound turizm, yabancı turistlerin gelmesiyle oluşan turizm şekli
	Outbound turizm, yerli turistin yurt dışına yönelik turizm faaliyetlerine katılmaları
M27	*İnternal turizm, bir ülkeye hem yurt dışından hem de kendi vatandaşlarının turizm faaliyetlerine katılması durumu*
	National turizm, bir ülke vatandaşlarının hem kendi ülke sınırları içerisinde hem de yurt dışına yönelik turizm faaliyetlerinden oluşan turizm
	International turizm, bir ülkeye gelen yabancı turistler ile kendi ülke vatandaşlarının yurt dışına yönelik turizm faaliyetlerinden oluşan turizm"
M4	*"İç /Domestic, Uluslararası /International, Aktif dış /Inbound, Pasif dış /Outbound"*
	- Dış aktif turizm
	- Dış Pasif turizm
M22	*- İç turizm*
	- Ulusal turizm
	- Uluslararası turizm
	İç turizm
M29	*Dış turizm (Dış aktif turizm, Dış pasif turizm)*
	Ulusal turizm
	Uluslararası turizm
	"İç turizm, dış aktif turizm ve dış pasif turizm.
M38	*Uluslararası*
	Ulusal
	Yurtiçi turizm
	"İç Turizm,
	Yurt dışına yönelik turizm,
M9	*Ülkeye yönelik turizm,*
	Ulusal Turizm,
	Uluslararası Turizm.
M11	*"turizm faaliyet olarak kesinlikle uluslararası bir eylemdir. Ülke içi turizm, ülke dışı turizm"*
M13	*"dış aktif, dış pasif ve iç turizm"*
M19	*"ziyaret eden yere göre iç turizm ya da dış turizm; kabul eden bölge dış aktif turizm ya da dış pasif turizm olarak ayrılabiliyor."*

M26	*Turizm biçimleri ikiye ayrılır. Yerli ve yabancı turistlerin katıldığı ulusal turizm ve yabancı turistlerin ve ülke insanın yurt dışına giderek katıldığı uluslararası turizm.*
M5	*"Gelinen yere göre, İç ve dış turizm (Dış aktif ve pasif turizm)"*
M32	*"İç turizm, Dış turizm, Yurt içi, yurt dışı"*
M33	*"yurt içi, yurt dışı, ulusal, uluslararası"*
M21	*"Domestic (iç turizm) Inbound (yurt içine yönelik turizm) Outbound (Yurt dışına yönelik turizm"*
M12	*"Domestic, Outbound, International"*
M7, M8, M15, M16	*"İç turizm, dış turizm."*
M35	*"Ulusal ve uluslararası olmak üzere iki kategoride incelenebilir."*
M34	*"Yurt içi / yurt dışı"*
M41	*"Yerli ve dış turizm"*

Genel olarak görüldüğü gibi katılımcı görüşleri kavramsal olarak oluşturulmuş temel açı üzerine çok da bir şey ekleyen bir nitelikte değildir. Turizm formları olarak da adlandırılan bu hareket ve varış arasındaki ilişki terimsel adlandırmaları, açımlama kriteri olarak turizm formları adıyla tablo 4.17'de belirtildiği şekliyle kriterleme modeline kabul edilmiştir.

Tablo 4.17: Turizm form kriterleri.

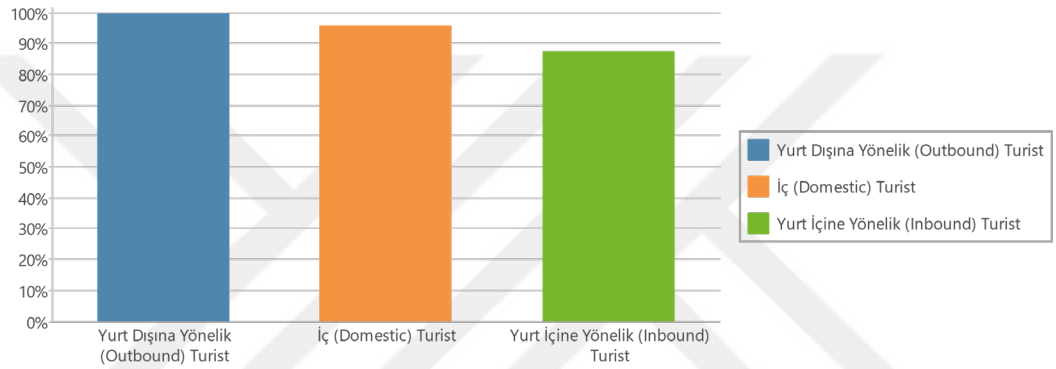
Zorunlu (En az 1)	İç (Domestic) Turizm
	Yurt İçine Yönelik (Inbound) Turizm
	Yurt Dışına Yönelik (Outbound) Turizm
Seçmeli	Yurt İçi (Internal) Turizmi
	Ulusal (National) Turizm
	Uluslararası (International) Turizm

4.1.4.2. Turist formuna ilişkin bulgular

Turizm evrenine dair bu seviyedeki ayrımın esas hareket noktası, turist evreni içerisinde yer alan hareketlerin turist olmayan seyyahlardan ayrıldıktan sonra, seyahat edenin

olağan çevresi ile varış noktası arasında ilişki bakımından incelenmesi temeline dayanmaktadır.

Buradaki turist evrenine ait formlar, turizm formlarını oluşturan üç ana form olan iç (domestic) turizm, yurt içine yönelik (inbound) turizm ve yurt dışına yönelik (outbound) turizm formlarının turist öznesine uyarlanılması vasıtasıyla elde edilmiştir. Yani literatürde yerleşik bir tanım olarak bu formlar sorulmamıştır. Dolayısıyla esasında bu katmanda bir kodlama yapılmamasına karşın uyarlama haliyle ele alınacak olursa kodların dağılımı şekil 4.12'de görülebilir.



Şekil 4.12: Turist formları kod dağılımı.

Katılımcılara doğrudan böyle bir soru yönlendirilmemiş olmasından kaynaklı Katılımcı M27'den başka bu alana yönelik doğrudan bir cevap bulunmamaktadır. Bu katılımcının görüşü ise şu şekildedir:

"İç turizm, turistlerin kendi ülke sınırları içinde turizm faaliyetlerine katılmaları
Inbound turizm, yabancı turistlerin gelmesiyle oluşan turizm şekli
Outbound turizm, yerli turistin yurt dışına yönelik turizm faaliyetlerine katılmaları"

Kavramsal olarak oluşturulmuş turist formları; turistlerin hareket ettikleri lokasyon ile destinasyon arasındaki ilişkileri bakımından üç ana turizm formu üzerine terimselleştirilerek araitırma kapsamında tablo 4.18'deki halleriyle açımlama kriteri olarak kabul edilmiştir.

Tablo 4.18: Turist formları.

İç (Domestic) Turist
Yurt İçine Yönelik (Inbound) Turist
Yurt Dışına Yönelik (Outbound) Turist

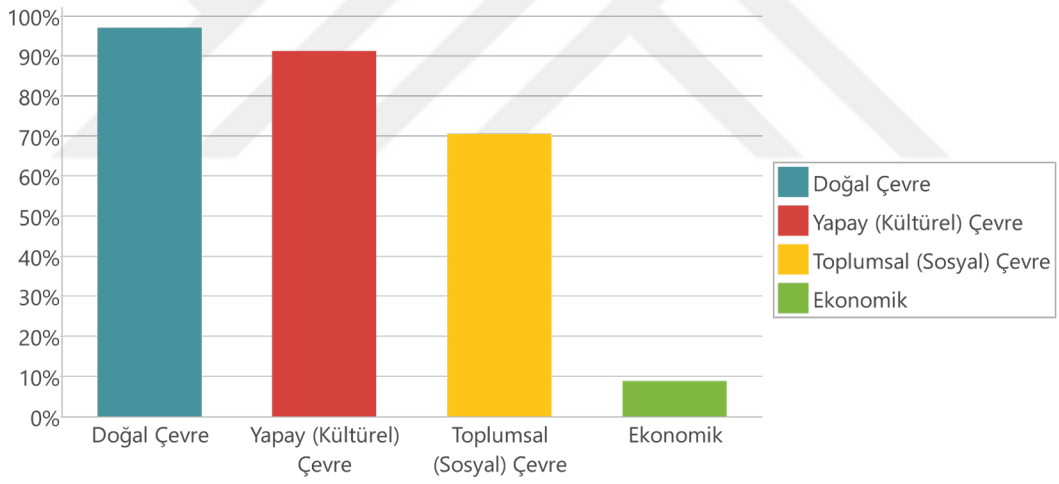
4.1.5. Kaynağa ilişkin bulgular

Bu başlıkta, turizm ve turistlerin kullandıkları kaynağa dair literatür ve katılımcı görüşlerinin epistemolojik olarak incelenmesiyle ortaya çıkarılan hiyerarşik dizinin beşinci basamağına ilişkin kriterler verilmektedir.

4.1.5.1. Turizmin kullandığı kaynağına ilişkin bulgular

Her turistik eylem, ya doğada yer alan doğal kaynağa ya da insan eliyle oluşturulmuş kültürel bir kaynağa dayanmaktadır. Kaynak unsurunun turizm sınıflandırması yapmak için yapılacak açımlama metodunda bir kriter olarak belirlenmesinin nedeni; turizm türlerinin kullandığı kaynak açısından farklılaştırılması ihtiyacı olmasıdır.

Bu kapsamda katılımcıların görüş belirttiği turizm kaynağına ilişkin kodların dağılımı şekil 4.13'te görülmektedir.



Şekil 4.13: Turizmin kullandığı kaynakların kod dağılımı.

Bu dağılıma neden olan katılımcı görüşleri (M3-5, M8-9, M11-21, M23-35 ve M38-39) şu şekildedir:

M3,
M14, M24 *"Fiziksel Çevre (Doğal Çevre, Yapay (Kültürel) Çevre) Toplumsal (Sosyal) Çevre"*

M13 *"doğal, kültürel ve beşeri"*

M17 *"Doğal ve beşeri kaynaklar olarak 2 kapsamda değerlendirilebilir.*

Doğal kaynaklar; İnsan çabası olmadan var olan kaynaklardır. İklim, bitki örtüsü, deniz, güneş, doğal oluşumlar, vb. Doğal kaynaklar doğada sınırsız bulunmamakla birlikte kullanım ömrü ve tahrip edildiğinde yenilene bilme potansiyeli açısından yenilenebilir ve yenilenemeyen doğal kaynaklar olarak alt başlıklara ayrılabilir. Yenilenebilir doğal kaynaklar insan tarafından tekrar tekrar kullanılmasından sonra bile doğal olarak varlığını sürdürebilen doğal kaynakları ifade etmektedir. Örneğin; Deniz, güneş, kum, vb. Yenilenemeyen doğal kaynaklar ise; Yenilenmesi için binlerce yıl gereken kaynaklardır. Örneğin; doğal oluşumlar (Peri bacaları, travertenler).
Beşeri kaynaklar; İnsan etkisiyle veya insanlar arası ilişkiler sonucu birikimli olarak oluşan kaynaklardır.
- Kültürel kaynaklar; Somut ve Somut olmayan kültürel unsurlar
- Tarihsel kaynaklar; Geçmiş uygarlıkların ve geçmiş çağların yaşayan fiziksel kalıntıları
- Diğer kaynaklar; Tesisler, Etkinlikler, vb. olmak üzere 3 alt başlığa ayrılabilir"

M11 *"Doğal çevre, kültürel çevre, sosyal çevre vb..."*

M33 *"kültürel çevre, doğal çevre, yapay çevre, sosyal çevre"*

M26 *" Turizm aktivitelerinin kullanıldığı kaynaklar fiziksel, doğal, yapay ve toplumsal çevredir."*

M21 *"Doğal kaynaklar, kültürel kaynaklar (somut ve somut olmayan Bunlar aynı zamanda bazıları tarihi ve bazıları yaşamaya devam eden kaynaklardır), beşeri kaynaklar (insan kaynakları, turiste hizmet ve ürün üreten personel"*

M27 *"Doğal, Yapay ve Kültürel çevre"*

M16 *"Doğal, kültürel, çevresel ve insan yapımı"*

M34 *"Doğal, kültürel ve beşeri kaynaklar"*

M4 *"Kültürel, Fiziksel, Duygusal, Altyapı"*

M8 *"Doğal, kültürel, tarihi, modern ve yapay kaynaklardır"*

M9 *"Doğal, Kültürel, Tarihsel."*

M30 *" toplum, doğa, kültür, tarih, insan"*

M23 *" tarihi eserler, doğal güzellikler, alışveriş, yeme-içme, farklı kültürler, konaklama tesisleri"*

M15 *"Fiziksel, sosyal, kültürel, ekonomik"*

M35 *"doğal çevre, toplumsal çevre, kültürel çevre, ekonomik çevre"*

M32 *"Sosyal, Ekonomik ve Çevresel"*

M38 *"fiziksel, sosyal çevre ve yapay yolla yaratılmış kaynaklar"*

M28 *"Doğal kaynaklar (deniz, kum, güneş, yayla, mağara vs) Doğal olmayan kaynaklar (otel, ulaşım araçları, rekreasyonel alanlar, restoran vs)"*

M5 *"Doğal ve kültürel kaynaklar ile insan turizm aktivitelerinin kullandığı temel kaynaklardır"*

M29 *" Fiziksel çevre: Deniz, göl, akarsu, orman, dağ, ova, yayla, kanyon, vadi Toplumsal çevre: Milliyet, ırk, kültür, örf, adet, gelenek, görenek"*

M31 *" Fiziksel çevre, Toplumsal çevre"*

M25 *" Turistik olarak hizmet alınabilecek doğal ve yapay tüm kaynaklar turizm aktivitelerinde kullanılabilecek kaynaklardır."*

M20 *" Doğa, Miras (somut, somut olmayan, sanat, müzik kısaca her farklı ya da güzel şeyden beslenir turizm), Zekâ (interaktif tasarlanabilecek her şey ör: tema parkları, su-hava sporları vs.)"*

M19 *" En önemli kaynak doğadır, flora ve fauna, bununla birlikte beşeri turizm kaynakları kültür, alt ve üst yapı yatırımları olarak değerlendirme yapılabilir. Doğal, kültürel ve sosyal çevre başlıklarında bu bölümlendirme bulunmaktadır."*

M18 *" Tüm turizm aktivitelerinin kullandığı kaynakların başında coğrafi (doğal) çevre gelmektedir. Yapay (kültürel) çevre ve toplumsal çevre de coğrafi çevrenin üzerinde var olmaktadır. (M18 Mehmet Han Ergüven, Konum 9)*

M39 *"Doğal kaynaklar, kültürel kaynaklar ve insan eliyle üretilmiş kaynaklar diyebilirim"*

Şekil 4.13'te ekonomik kaynak olarak bazı katılımcılar tarafından dile getirilen unsur, araştırma kapsamında hem turist evreninde bir tüketim unsuru hem de turizm ve turist sınıf ayrımında ele alındığı için ayrıca bir kaynak kriteri olarak araştırmaya dâhil edilmemiştir. Geriye kalan unsurlar ise tablo 4.19'da yer alan şekilleriyle araştırma dâhilinde açımlama kriteri olarak kabul edilmiştir.

Tablo 4.19: Turizmin kullandığı kaynak kriterleri.

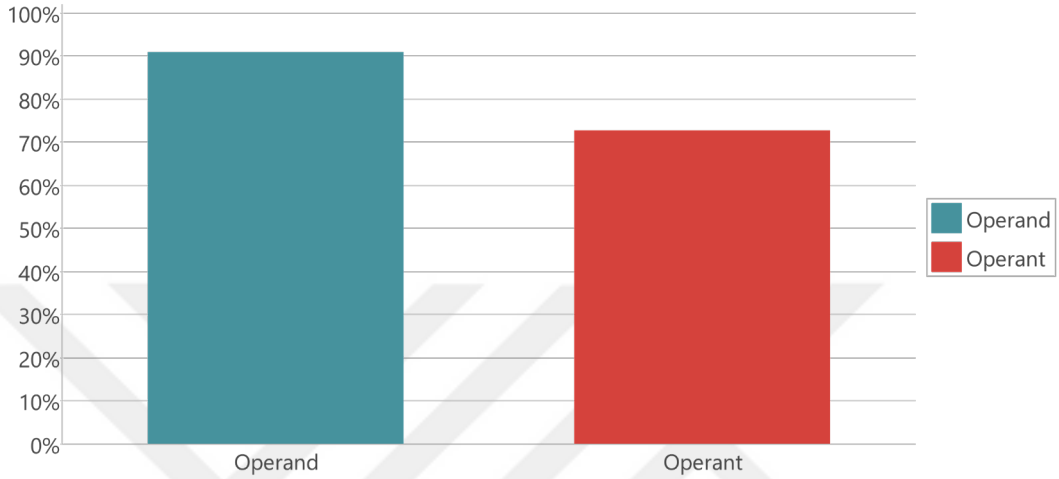
Doğal çevre
Yapay (Kültürel) çevre
Toplumsal (Sosyal) çevre

4.1.5.2. Turistin kullandığı kaynağına ilişkin bulgular

Turizmin temel ögesi ya da öznesi olması sebebiyle turist, bir önceki bulgularda kabul edilen tüm kaynakları kullanmasına ek olarak, kendi konumuna has olarak kullandığı

(ya da etkilenip / etkilediği) kaynakların var olduğu literatürün ilgili bölümünde (bölüm 2.2.5.2) belirtilmişti.

Bu kapsamda turizmin kullandığı kaynaklara ek olarak turistlerin kullandığı kaynaklara ilşikin kodların dağılımı şekil 4.14'te görülmektedir.



Şekil 4.14: Turistin kullandığı kaynakların kod dağılımı.

Bu dağılıma neden olan katılımcı görüşleri (M1, M4, M10, M17, M20-22, M28, M30 ve M40-41) şu şekildedir:

M1 *"Hem turistler hem de turizm hem operand (yönetim / destinasyonun üzerinden kontrolü olduğu) kaynakları hem de operant (katılımcının üzerinde daha çok kontrolü olduğu) kaynakları kullanmaktadır. Bu kaynaklar kombinasyon şeklinde de kullanılabilir"*

M17 *"Beşeri kaynaklar; İnsan etkisiyle veya insanlar arası ilişkiler sonucu birikimli olarak oluşan kaynaklardır.*
- Kültürel kaynaklar; Somut ve Somut olmayan kültürel unsurlar
- Tarihsel kaynaklar; Geçmiş uygarlıkların ve geçmiş çağların yaşayan fiziksel kalıntıları
- Diğer kaynaklar; Tesisler, Etkinlikler, vb. olmak üzere 3 alt başlığa ayrılabilir."

M10 *" Turizm aktivitelerini bir diğer değişle etkinlik olarak düşünebiliriz. Festivaller, karnavallar, dinî etkinlikler, törenler, konserler, ödül törenleri, kongreler, konferanslar, fuarlar, spor etkinlikleri, özel eğlenceler"*

M22 *" Turizm aktivitelerinin kullandığı kaynaklar nelerdir: - Somut (doğal - insan yapımı)*
- Soyut (gelenek, tarih, hikâyeler vb.)"

M21 *" Doğal kaynaklar, kültürel kaynaklar (somut ve somut*

	olmayan Bunlar aynı zamanda bazıları tarihi ve bazıları yaşamaya devam eden kaynaklardır), beşeri kaynaklar (insan kaynakları, turiste hizmet ve ürün üreten personel)”
M4	*“ Kültürel Fiziksel Duygusal Altyapı”*
M28	*“ Doğal kaynaklar (deniz, kum, güneş, yayla, mağara vs) Doğal olmayan kaynaklar (otel, ulaşım araçları, rekreasyonel alanlar, restoran vs)”*
M20	*“ Doğa, Miras (somut, somut olmayan, sanat, müzik kısaca her farklı ya da güzel şeyden beslenir turizm), Zekâ (interaktif tasarlanabilecek her şey ör: tema parkları, su-hava sporları vs.)”*
M30	*“ toplum, doğa, kültür, tarih, insan”*
M40	*“ doğal güzellikler, tarihi miras, kültürel değerler, rekreasyon alanları, spor türleri, vb”*
M41	*“ Kaynakların neyi kastettiğini anlayamadım maddi kaynaklar sa kendi kaynaklarından yararlanıyordur”*

Dile getirilen katılımcı görüşlerinden ortaya çıkan veri Katılımcı M1’in özet olarak dile getirdiği daha çok yönetim ya da planlamacıların üzerinde kontrolü olan (yönetilebilen / somut) operand kaynaklar ile daha çok katılımcıların üzerinde kontrolü olan (çok az yönetilebilen ya da hiç yönetilemeyen / soyut) operant kaynaklar olarak, literatür bölümünde işlendiği gibi tablo 4.20’deki halleriyle açımlama kriteri olarak araştırma kapsamına dahil edilmiştir.

Tablo 4.20: Turistin kullandığı kaynak kriterleri.

Operand Kaynaklar
Operant Kaynaklar

4.1.6. Çeşide ilişkin bulgular

Çeşit taksonu, araştırmanın ana çatısı olan tür taksonunun üzerine oturacağı son basamak olması açısında çok büyük bir önem arz etmektedir.

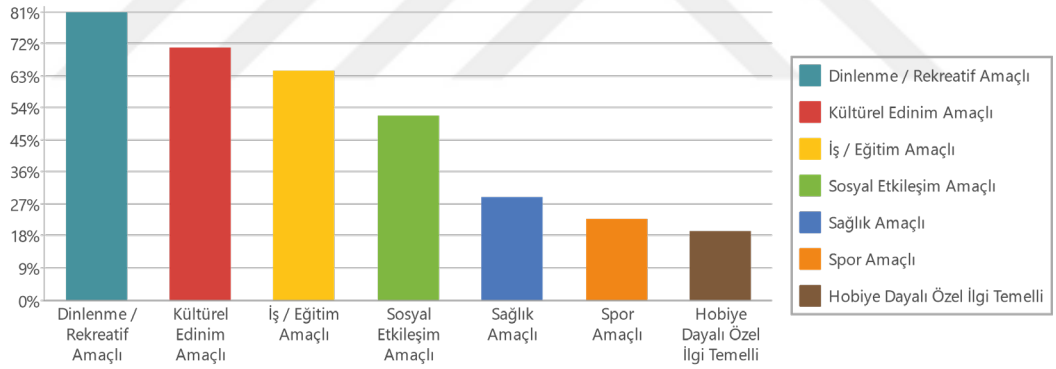
Bu takson oluşturulurken, literatürde seyahatin ana amacı olarak tanımlanan insanları seyahate iten (ya da çeken) sebeplerin detaylandırılması paradigması güdülmüştür. Buradaki amaçtan kastedilen Birleşmiş Milletler’in (2010, ss. 24-25) tabiriyle “eğer o olmasaydı, bir gezinin gerçekleşmeyeceği amaçtır”. Bu amaç, bizlere bir gezinin bir

seyahat [daha doğrusu bir turizm gezisi]; seyahat edenin de ziyaretçi [ya da turist] olarak nitelendirilip nitelendirilmeyeceğini belirlemeye yardımcı olur. Örneğin, tesadüfi olduğu sürece geziye katılan bir ziyaretçi, kalış süresi boyunca bir miktar gelir elde edebilir (sırt çantalı gezginler örneğinde olduğu gibi). Ne var ki, asıl amaç işe alınmak ve bir gelir elde etmek olduğu zaman; gezi bir turizm gezisi, seyahate katılan da ziyaretçi olarak düşünülemez.

4.1.6.1. Turizm çeşitlerine ilişkin bulgular

Turizm çeşitleri, oluşturacağı kriterleme dayanakları neticesinde bir sonraki bölümde işlenen turizm türleri bölümündeki elemaların gruplandırmasına zemin teşkil edecek basamağı ifade etmektedir. Yani bu basamak, turizm türlerinin ortak ana amaç açısından benzeştiği bölümü oluşturmaktadır.

Bu kapsamda katılımcıların görüş belirttiği turizm çeşitlerine ilişkin kodların dağılımı şekil 4.15'te görülmektedir.



Şekil 4.15: Turizm çeşitlerinin kod dağılımı.

Bu kod dağılımı; katılımcı verilerinin çeşitli kısımlarının, öncesinden oluşturulan teorik çerçeveye göre kodlanmasından elde edilmiştir. Yani, birebir bu dağılıma neden olacak görüş birliği yoktur. Bu teorik çerçeveye katkı sağlayan katılımcı görüşleri (M3-4, M6, M9, M18, M22-25, M28, M31-34 ve M40-41) şu şekildedir:

M6 *"Fiziksel Motivasyonlar*
- *İş / Eğitimsel Motivasyonlar*
- *Sosyal Motivasyonlar*
- *Kültürel Motivasyonlar*
- *Rekreasyonel Motivasyonlar"*

M33 *"kültürel, sosyal, fiziksel, rekreasyon, iş/eğitim"*

M38 *"Sosyo-kültürel, rekreasyonel, fiziksel, psikolojik motivasyonlar, iş/profesyonel"*

M32 *"Fiziksel, İş/Eğitim, Sosyal, Kültürel, Rekreasyonel"*

M25 *"Turistin seyahat etmesine vesile olan dinlenme ve sağlık, kültür, spor, iş, eğitim, özel ilgi gibi birçok durum kişinin seyahat güdüsüdür."*

M27 *"Psikolojik, Sosyo-kültürel, fiziksel, iş/eğitimsel olmak üzere dört ana başlıkta"*

M24 *"Sosyal,*
Ekonomik,
Rekreasyonel,
Kültürel,
Kişisel (bilinmeyeni merak, araştırma dürtüsü)
Son dönemlerde sosyal medyanın bir fenomen olması nedeniyle insanların belirli bir destinasyonda (işletme, köy, bölge, müze, vb.) sadece paylaşım yapmak için, açıkçası kişilerin sosyal benlik ve ideal sosyal benlik algılarının ciddi bir motivasyon aracı olduğu görülmektedir"

M20 *"Kültür, eğlenme, öğrenme, sağlık, spor, inanç gibi birçok sebeple hatta bazen bir amacı olmadan ya da amacını tanımlamadan seyahat ..."*

M22 *"Dinlence, eğlence, öğrenme, estetik, iş, sağlık, sosyal motivasyonlar"*

M18 *"1. günlük yaşamdan uzaklaşarak fiziksel dinlenme ve zihinsel rahatlama güdüsü,*
2. Aileyle birlikte olma güdüsü,
3. Kişisel bakım güdüsü,
4. Doğa ve çevreyi deneyimleme güdüsü,
5. Diğer insanlarla sosyalleşme güdüsü,
6. Yeni ülkeler ve kültürleri tanıma güdüsü,
7. Fiziksel egzersiz yapma güdüsü."

M34 *"Dinlenme, eğlenme, kendini gerçekleştirme, keşif, kaçış vb."*

M40 *"Seyahat edilecek bölgedeki çekici güçler olarak Kültürel değerler, Doğal güzellikler, Rekreasyonel faaliyetler, Alış veriş olanakları, dini değerler sayılabilir"*

M23 *"...geçici olarak, sürekli yaşadığın yerden farklı bir yerde bulunma isteğidir."*

M28 *"Dinlenme, eğlenme, Boş zaman değerlendirme, yeni yerler keşfetme, spor vs."*

M30 *"tarih, doğa, kültür, spor, deniz, iş, eğitim, sağlık, inanç vb"*

M31 *"Din, iş, sağlık, dinlenme vb."*

M9 *"Kültürel,*
Sosyolojik,
Psikolojik,
Ekonomik.

M4 *"Boş vakit (/Leisure)*
İş
[Bunların] Kombinasyonu"
M41 *"Merak ve ticaret"*

Katılımcı verilerinde çeşitli bölümlerde belirtilen görüş ve teorik olarak oluşturulan ayrım neticesinde turizm gezisinin ana amacı doğrultusunda oluşturulan turizm çeşitlerine ilişkin açımlama kriterleri; tablo 4.21'deki halleriyle araştırmaya dâhil edilmiştir.

Tablo 4.21: Turizm çeşitleri (seyahat ana amacı) kriterleri.

Dinlenme / Rekreasyon Ana Amacı Taşıyan turizm çeşitleri
Sosyal etkileşim Ana Amacı Taşıyan turizm çeşitleri
Kültürel edinim Ana Amacı Taşıyan turizm çeşitleri
Hobiye dayalı özel ilgi temelli turizm çeşitleri
İş / Eğitim Ana Amacı Taşıyan turizm çeşitleri
Spor Ana Amacı Taşıyan turizm çeşitleri

4.1.6.2. Turist çeşitlerine ilişkin bulgular

Turist hiyerarşik dizinine dair son basamak olan turist çeşitleri taksonu; literatürün ilgili bölümünde de belirtildiği üzere, turizm sınıflandırma bölümünde ayrımı yapılacak olan turizm türlerinde o etkinliğe katılan turistlerin adlandırılması için kullanılacaktır. Yani, bu bölümde özellikle bir teorik çerçeve oluşturulmamış, bu yönde kodlama yapılmamış, katılımcılardan da bu doğrultuda veri tlaebinde bulunulmamıştır.

Anılan nedenlerden ötürü, bir önceki turizm çeşitleriyle birebir bağlantılı olarak, turist sınıflandırma modelinde kullanılacak olan çeşit kriterleri tablo 4.22'deki halleriyle araştırmaya dâhil edilmiştir.

Tablo 4.22: Turist çeşitleri (seyahat edenin ana amacı) kriterleri.

Dinlenme / Rekreasyon Ana Amacı Taşıyan turist çeşitleri
Sosyal etkileşim Ana Amacı Taşıyan turist çeşitleri
Kültürel edinim Ana Amacı Taşıyan turist çeşitleri
Hobiye dayalı özel ilgi temelli turist çeşitleri
İş / Eğitim Ana Amacı Taşıyan turist çeşitleri
Spor Ana Amacı Taşıyan turist çeşitleri

4.1.7. Turizm hiyerarşik dizini kriterlerine genel bakış

Bölüm 4.1. – 4.6. arasında bu kısma değin işlenen veriler ve literatürün kıyaslanması neticesinde elde edinilen bulgular, 4.2. bölümde incelenecek olan turizm kavramsal dizinine ilişkin türlerin, kavram açımlaması yapılması için belirlenen kriterleri oluşturmaktadır.

Turizm hiyerarşik dizinine dair olan bu kriterler toplu halde tablo 4.23'te görülmektedir.

Tablo 4.23: Turizm hiyerarşik dizini kavram açımlama kriterleri.

KRİTERLER (TURİZM EVRENİ)		
ÂLEM	Olağan ikametgâh	Olağan ikametgâhının yasal/yönetsel sınırlarından ayrılış
		Olağan ikametgâhına dönme (round trip)
	Geçici konaklama	Bu ikametgâh dışında geçici süreliğine başka yerlerde bulunma (ziyaret etme)
	Süre	En az bir geceleme ya da 24 saat - en fazla 1 yıla kadar geçen bir süreyi kapsayacak şekilde
	Tüketim	Tüketici olarak turistik mal ve hizmetlerden (yeme-içme, turistik tesisler, çekim unsurları, ulaşım ve konaklamadan) faydalanma
ŞUBE	Geleneksel (Kitle) Turizmi	
	Alternatif (Niş) Turizm	
SINIF	Sosyal Turizm	
	Lüks Turizm	
FORM	Zorunlu (en az 1)	İç (Domestik) Turizm
		Yurt İçine Yönelik (Inbound) Turizm
		Yurt Dışına Yönelik (Outbound) Turizm
	Seçmeli	Yurt İçi (Internal) Turizmi
		Ulusal (National) Turizm
		Uluslararası (International) Turizm
KAYNAK	Doğal çevre	
	Yapay (Kültürel) çevre	
	Toplumsal (Sosyal) çevre	
ÇEŞİT	Dinlenme / Rekreasyon	
	Sosyal	
	Kültürel	
	Özel ilgi	
	İş / Eğitimsel	
	Sağlık	
	Spor	

4.1.8. Turist hiyerarşik dizini kriterlerine genel bakış

Bölüm 4.1.-4.6. arasında buraya değin işlenen veriler ve literatürün kıyaslanması neticesinde elde edinilen bulgular, 4.2. bölümde incelenecek olan turizm kavramsal dizinine ilişkin turist türlerinin, kavram açımlaması yapılması için belirlenen kriterleri oluşturmaktadır.

Turist hiyerarşik dizinine dair olan bu kriterler toplu halde tablo 4.24'te görülmektedir.

Tablo 4.24: Turist hiyerarşik dizini kavram açımlama kriterleri.

KRİTERLER (TURİST EVRENİ)		
ÂLEM	Motivasyon	Turistik motivasyon ya da istek sahibi olan
	Boş zaman	Boş vakti olan
	Yer değiştirme	Turistik amaçlı seyahat etme
		Turistik ziyaret
		Geçici konaklama
	Süre	Turizme belirlenen süre çerçevesinde katılma
	Tüketim	Ekonomik olarak
		Sosyal olarak
		Kültürel olarak
	İhtiyaç/ Tatmin	Psikolojik
		Fiziksel
ŞUBE	Bireysel turizm	
	Grup turizmi	
	Kitle turizmi	
SINIF	Sosyal Turist	
	Lüks Turist	
FORM	İç (Domestic) Turist	
	Yurt İçine Yönelik (Inbound) Turist	
	Yurtdışına Yönelik (Outbound) Turist	
KAYNAK	Operand Kaynaklar	
	Operant Kaynaklar	
ÇEŞİT	Dinlenme / Rekreasyon	
	Sosyal	
	Kültürel	
	Özel ilgi	
	İş / Eğitimsel	
	Sağlık	
	Spor	

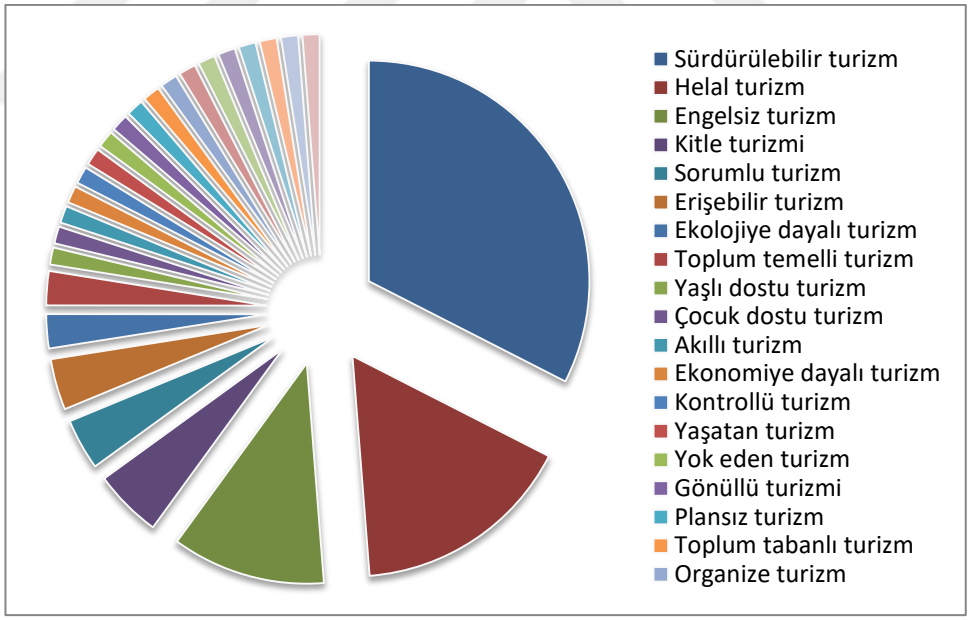
Bu dizin, turizm türlerinin sınıflandırılması sınırı çizildiği için araştırma kapsamında kullanılmamaktadır. Bunun yerine ortaya çıkacak turizm türünün katılımcısına o türün turisti ismi verilecektir. Örneğin; ekoturist, iş turisti, diaspora turisti gibi.

Ama turizmin öznesi olması bakımından katılımcı unsuru da ayrıca kriterlere göre açımlanması gereken bir durumdur. Bu kriterler vasıtasıyla turist türlerininin de benzer bir yöntemle tanımlanarak alan yazına kazandırılması, Sonuç ve Öneriler bölümünde diğer araştırmacılara önerilmektedir.

4.1.9. Tür anlayışlarına ilişkin bulgular

Turizme dair tür anlayışı ile kastedilen, esasında belli bir turizm türü olmayıp diğer türlerin ele alınış ya da işlenişine işaret eden anlayışlardır.

Bu anlayışların neler olduğuna dair sorulan soruda, katılımcıların çok çeşitli cevaplar verdiği şekil 4.16'da görülmektedir.

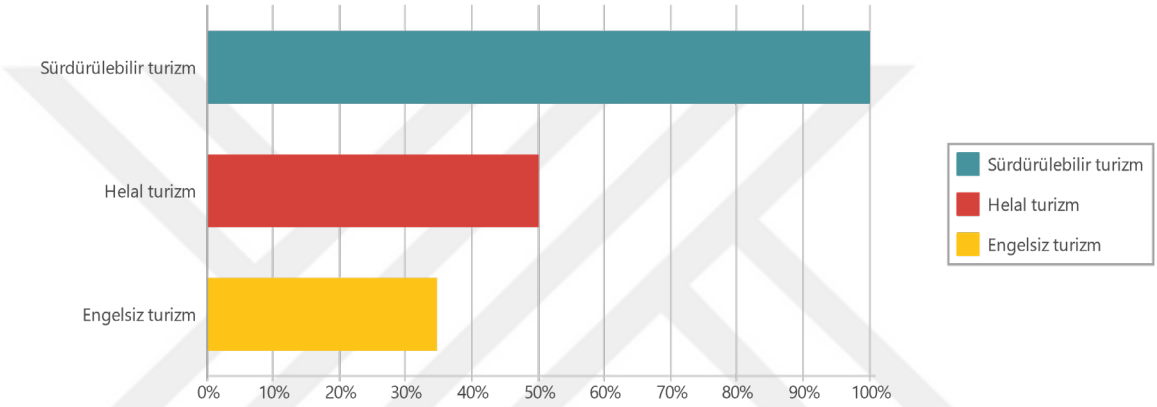


Şekil 4.16: Turizm anlayışları veri dağılımı.

Bu şekil lejantında olmayan anlayışlarla birlikte tür anlayışı olarak katılımcılar en sıktan en az sık olana doğru sürdürülebilir turizm, helal turizm, engelsiz turizm, kitle turizmi, sorumlu turizm, erişebilir turizm, ekolojiye dayalı turizm, toplum temelli turizm, yaşlı dostu turizm, çocuk dostu turizm, akıllı turizm, ekonomiye dayalı turizm, kontrollü

turizm, yaşatan turizm, yok eden turizm, gönüllü turizmi, plansız turizm, toplum tabanlı turizm, organize turizm, sosyal turizm, yavaş turizm, endüstriyel turizm, yerel turizm, etik turizmi, doğa temelli turizm ve alternatif turizm anlayışlarının var olduğunu belirtmektedirler. İfadelerin hepsi, araştırmada ele alınan anlamıyla turizm anlayışına dair önem arz etmektedir. Misafirperverlik, hoşgörü, tepkisizlik, kızgınlık vb genel anlayışa ait ifadeler ise bu kapsamda değerlendirilmeye bile alınmamıştır.

Bu kapsamda katılımcıların görüş belirttiği en sık üç turizm anlayışına ilişkin kodların dağılımı şekil 4.17'de görülmektedir.



Şekil 4.17: Turizm anlayışlarına ilişkin kod dağılımı (en sık 3 kod).

Bu dağılıma katkı sağlayan katılımcı görüşleri (M2-3, M9, M13-15, M17-22, M24-26, M28-29, M31,M34-35 ve M38) şu şekildedir:

M3 *"Turizm anlayışları, içinde birçok alt turizm çeşidi ve türünü kapsayabilen birer şemsiye kavramdır. Örneğin sürdürülebilir turizmin içinde kültür temelli turizm ile ilgili inanç turizmi olabilir. Çok ziyaret edilen dinsel bir merkez, taşıma kapasitesi nedeniyle her gün belli sayıda inanç turistinin ziyaretine açılabilir."*

M17 *"Sürdürülebilir turizm bir felsefe ve bir anlayıştır. Tüm turizm türlerinin yol açtığı olumsuz etkilerin minimum düzeyde tutularak yapılması gerekliliği üzerine odaklanır. Ancak güncel turizm literatürüne dâhil olan engelsiz turizm, yaşlı dostu turizm, çocuk dostu turizm, helal turizm şeklindeki kavramlar belirli bir pazar grubunun istek ve ihtiyaçları doğrultusunda turistik ürün ve hizmet geliştirme çabasını ifade etmektedir.*

M21 *"Yaşatan turizm ve yok eden turizm anlayışları vardır. Yaşatan turizm sürdürülebilirdir, Müslümanın da gayrimüslimin de, engellinin de engelsizin de, yerel halkın da turistin de dostudur. Destinasyonu yaşatır. Yok eden turizm anlayışı da kısa vadede maksimum karlılığa odaklı, sermaye sahiplerinin destinasyonu halkıyla doğasıyla kültürel ve beşeri varlıklarıyla sömürüp tükettiği turizm anlayışıdır."*

M25	*“ Turizm anlayışı kişinin günlük yaşantısında alışkanlık haline gelen durumlar nezdinde gelişen anlayıştır. Mesela Sürdürülebilir Turizm Anlayışı İçerisinde; Doğal, Tarihi ve Kültürel Kaynakları Koruyan ve Her Tür Taşıma Kapasitesini Dikkate Alan Bir Gelişimi Benimser. Kültür Turizmi ise, doğal ve tarihsel kültür varlıklarını, kültürel etkinlikleri ve güncel sanat eserlerini bazı sosyo-ekonomik olguları turistik bir ürün biçiminde gezginlerin hizmetine sunan bir turizm anlayışıdır. Kaynakları doğal ve kültürel diye ayırdığımızda kültürel kaynaklar kültür turizmi ile karıştırılabilecektir.”*
M19	*“Anlayış kısmında da aynı belirsizlik mevcuttur. Burada temel bölümlendirme içerisinde sürdürülebilir ve sorumlu turizm gibi son zamanlarda adından sıklıkla söz ettiren anlayışlarla helal turizm ve engelsiz turizmden söz edilebilir.”*
M28	*“Sürdürülebilirlik, kalite, sosyal sorumluluk ve etik, serbest dolaşım, turist haklarını koruma, kültürel değerleri koruma”*
M18	*“ Sürdürülebilir turizm bir turizm anlayışıdır. Kitle turizmi de bir turizm anlayışı olarak görülebilir. Helal turizm ise bir hizmet modelidir.”*
M26	*“İnfoda yer alan turizm anlayışlarına katılıyorum. Bunları bir turizm türü olarak görmektense bir yaklaşım olarak benimsemek ve hitap edilen segmente uygun anlayışı uygulamak gerekmektedir. Buna göre sürdürülebilir turizm, helal turizm ve ulaşılabilir turizm anlayışlarından oluşan taksonomi uygundur.”*
M15	*“Toplum temelli, sürdürülebilir, kontrollü, plansız”*
M38	*“ Sürdürülebilir turizm, Helal turizm- dünya genelinde geçerliliği tartışılır, Ulaşılabilir turizm (engelsiz)”*
M9	*“ Helal Turizm, Engelli dostu turizmi, Sürdürülebilir Turizm”*
M35	*“sürdürülebilir turizm, helal turizm, sorumlu turizm, etik turizmi.”*
M31	*“ Sürdürülebilir turizm, Helal turizm, Engelsiz turizm, Sorumlu turizm, Yavaş turizm”*
M24	*“Sürdürülebilir turizm, Helal (Müslüman dostu) turizm, Engelsiz turizm”*
M29	*“ Sürdürülebilir turizm, Ekoturizm, Helal turizm, Engelsiz turizm, Sosyal turizm”*
M22	*“Sürdürülebilir turizm (eko-turizm, gönüllü turizmi, erişebilir turizm, toplum tabanlı turizm), Kitle turizmi - organize turizm”*
M14	*“Sürdürülebilirlik bir genel anlayış diğer ikisi İse ürüne yönelik yaklaşımlar”*
M2	*“ Sürdürülebilir turizm (kâr, insan ve gezegen)”*
M34	*“ Endüstriyel, Yerel, Sürdürülebilir”*
M20	*“Ekonomiye dayalı, Ekolojiye dayalı”*
M13	*“Akıllı şehir, Akıllı turizm ve nihayetinde akıllı seyahat”*

4.2. Turizm Kavramsal Dizinine İlişkin Bulgular

Turizm kavramsal dizini, turizm hiyerarşik dizininin yedinci ve son basamağı olan turizm türlerini içermektedir.

Araştırma kapsamında 2.3. bölümde literatür dayanakları verilen türle ek olarak araştırma kapsamında katılımcılar tarafından 70 farklı turizm türü kodlanmıştır (tablo 4. 25).

Tablo 4.25: Turizm türleri kod frekans dağılımı.

	Katılımcı (M)	Yüzde*	Yüzde (geçerli)**
Kültürel (miras) turizmi	2, 5, 6, 13, 18, 23, 27-35	37,21	57,14
Kongre ve toplantı turizmi	5, 6, 8, 10, 13, 15, 18, 21, 22, 25, 27, 29, 32	30,23	46,43
Spor turizmi	2, 5, 10, 13, 15, 18, 22, 27-29, 31, 33, 35	30,23	46,43
Dini inanç turizmi	4-6, 10, 25-27, 29, 31, 32, 35	25,58	39,29
Gastronomi turizmi	4-6, 8, 15, 25, 28, 29, 32, 38	23,26	35,71
Yayla turizmi	5, 6, 10, 11, 13, 15, 25, 28, 29, 35	23,26	35,71
Deniz turizmi	5, 8, 10, 11, 13, 15, 27, 29, 38	20,93	32,14
Tıp turizmi	2, 5, 6, 21-23, 25, 29	18,60	28,57
Kırsal turizm	6, 11, 15, 19, 25, 29, 32, 35	18,60	28,57
Hüzün turizmi [1]	5, 6, 11, 24, 25, 28, 29	16,28	25,00
Macera turizmi	2, 6, 8, 19, 25, 29, 35	16,28	25,00
Sağlık turizmi	10, 11, 13, 27, 28, 31, 33	16,28	25,00
Fuar turizmi [2]	5, 6, 21, 25, 29, 32, 35	16,28	25,00
Doğa turizmi	2, 11, 13, 27, 33-35	16,28	25,00
Yat ve kurvaziyer turizmi	6, 10, 13, 15, 25, 29, 38	16,28	25,00
Golf turizmi	10, 11, 13, 24, 25, 28, 35	16,28	25,00
Tarım turizmi [3]	4, 6, 10, 25, 29, 35	13,95	21,43
Termal turizm	5, 6, 25, 28, 29, 32	13,95	21,43
Ekoturizm	6, 19, 28, 31, 32, 35	13,95	21,43
3S turizmi [4]	15, 22, 23, 25, 30, 32	13,95	21,43
İş turizmi	19, 21-23, 31, 33	13,95	21,43
Eğitim turizmi	6, 21, 25, 29, 33	11,63	17,86
Kent / Şehir turizmi	18, 23, 25, 28	9,30	14,29
Diaspora turizmi	6, 24, 25, 31	9,30	14,29
Alışveriş turizmi	6, 25, 29, 35	9,30	14,29
Teşvik / özendirme turizmi	6, 22, 25, 29	9,30	14,29
Mağara turizmi	10, 11, 24, 25	9,30	14,29
Etkinlik turizmi	6, 24-26	9,30	14,29
Etnik turizm [5]	6, 25, 29, 35	9,30	14,29
Sağlıklı yaşam ve SPA turizmi	6, 25, 29	6,98	10,71
Çiftlik turizmi [3]	6, 25, 29	6,98	10,71
Su sporları turizmi [6]	5, 6, 29	6,98	10,71
Kumar turizmi	6, 25, 29	6,98	10,71
Kuş gözlemciliği turizmi	6, 25, 29	6,98	10,71
Av turizmi	10, 24, 25	6,98	10,71
Botanik turizmi	6, 28, 29,	6,98	10,71
Kış sporları turizmi [6]	6, 25, 29	6,98	10,71
Uzay turizmi	6, 25, 29	6,98	10,71
Politik turizm [7]	5, 25, 26	6,98	10,71
Kış turizmi	10, 15, 27	6,98	10,71
Fotografik turizm	6, 29	4,65	7,14
Kamp ve karavan turizmi [8]	6, 29	4,65	7,14
Doğa sporları turizmi [6]	6, 29	4,65	7,14

Tablo 4.25 (devamı): Turizm türleri kod frekans dağılımı.

	Katılımcı (M)	Yüzde*	Yüzde (geçerli)**
Dağ turizmi	25, 28	4,65	7,14
İpekyolu turizmi [9]	24, 25	4,65	7,14
Yaşlı bakımı turizmi	6, 29	4,65	7,14
Şarap turizmi	6, 29	4,65	7,14
Klimatizm [10]	6, 14	4,65	7,14
Nostalji spor turizmi [6]	6	2,33	3,57
Pasif katılımlı spor turizmi	6	2,33	3,57
Deneyim turizmi [11]	4	2,33	3,57
Karnaval turizmi [12]	26	2,33	3,57
Seks turizmi	6	2,33	3,57
Futbol turizmi [11]	25	2,33	3,57
Eğlence turizmi [13]	6	2,33	3,57
3. yaş turizmi [14]	25	2,33	3,57
Kıyı turizmi	35	2,33	3,57
Hava sporları turizmi [6]	25	2,33	3,57
Akarsu turizmi [15]	25	2,33	3,57
Köy turizmi [11]	11	2,33	3,57
Balıkçılık turizmi [11]	25	2,33	3,57
İntihar turizmi [11]	28	2,33	3,57
Festival turizmi [12]	26	2,33	3,57
Varoş turizmi [16]	11	2,33	3,57
Yamaç paraşütçülüğü turizmi [17]	25	2,33	3,57
Dalış sporları turizmi [18]	25	2,33	3,57
Jeoturizm	6	2,33	3,57
Marina turizmi [19]	13	2,33	3,57
Yeşil turizm [20]	4	2,33	3,57
Yoga turizmi [10]	26	2,33	3,57
**Kodlanmış BELGELER'e göre	28	%65,12	100,00
*Kodlanmamış BELGELER'e göre	15	%34,88	
ANALİZ EDİLEN BELGELER	43	100,00	

Bu tablodaki tür kodlamalarına dair yapılması gereken bazı açıklamalar vardır.

1) Hüzün turizmi, literatürdeki dayanak noktasına binaen (bakınız Bölüm 2.3.21) "tanaturizm" olarak ele alınmış ve araştırmada bu şekilde işlenmektedir.

2) Fuar turizmi, araştırma kapsamında "fuar ve gösteri turizmi" olarak ele alınmaktadır (bakınız Bölüm 2.3.30).

3) Tarım turizmi ve çiftlik turizmi, araştırma kapsamında ayrı ayrı ele alınmayıp "çiftlik ve tarım turizmi" olarak tek bir tür olarak ele alınmaktadır (bakınız Bölüm 2.3.3).

4) 3S turizmi olarak bazı kaynaklarda işlenen ve deniz-kum-güneş üçlüsü odaklı kitlesel hareketi ifade eden bu tür, araştırma kapsamında "kitle turizmi" olarak hiyerarşik yönelimde incelenmiş olup ayrıca bir tür olarak ele alınmamıştır.

5) Etnik turizm ifadesi, araştırma kapsamında "etnik köken turizmi" olarak adlandırılmaktadır (bakınız Bölüm 2.3.9).

6) Araştırma kapsamında Su sporları turizmi, kış sporları turizmi, doğa sporları turizmi, nostalji spor turizmi, pasif katılımlı spor turizmi ve hava sporları turizmi kavramlarının hepsi; spor turizmi alt ayrımları olarak ele alınmaktadır.

7) Araştırma kapsamında politik turizm kavramı, bölüm 2.3.28'de aktarılan "kongre ve toplantı turizmi" kapsamında değerlendirilmiş olup ayrıca bir tür olarak ele alınması gerekli bulunmamıştır.

8) Kamp ve Karavan turizmi, araştırma kapsamında "kamp / çadır ve karavan turizmi" olarak işlenmektedir (Bknz. Bölüm 2.3.25).

9) Kültür ve Turizm Bakanlığı (2020a) tarafından "İpekyolu" projesi olarak aktarılan; ancak katılımcılar tarafından ipekyolu turizmi olarak görüş belirtilen bu kavram, bir türden ziyade bir rota özelliği taşıdığı için, açımsama bile yapılmadan önce araştırma kapsamından çıkartılmıştır.

10) Klimatizm; "açık ve temiz havanın şifa verici etkisinden yararlanmak için, dağ istasyonlarında ve deniz kenarlarında uygulanan bir tedavi yöntemi sağlıklı iklim ortamında bulunmak" (Özer ve Sonğur, 2012, s. 72) anlamıyla araştırma kapsamında "sağlıklı yaşam (wellness) turizmi" kapsamında değerlendirilmektedir. Yoga turizmi de benzer şekilde "vücut, zihin ve ruhsal bütünlük ve iyi olma hali için seyahat etmek" (Lehto, Brown, Chen ve Morrison, 2006, s. 25) anlamıyla "sağlıklı yaşam (wellness) turizmi" kapsamında değerlendirilmektedir. Dolayısıyla ayrı birer tür olarak ele alınmamış ve listeden çıkartılmıştır.

11) Deneyim turizmi, balıkçılık turizmi, intihar turizmi, futbol turizmi, köy turizmi kavramları; literatürde detaylı anlatı ve aktarım içermedikleri ve sağlıklı tanımlarına ulaşılamadığı için araştırma kapsamında çıkartılmıştır.

12) Karnaval turizmi ve festival turizmi kavramları Bölüm 2.3.30'da aktarılan "fuar ve gösteri turizmi" kapsamında ele alınmış, dolayısıyla tablodan çıkartılmıştır.

13) Eğlence turizmi, her ne kadar katılımcılar tarafından bir turizm türü olarak değerlendirilmişse de, eğlenmek motivasyonu ya da aktivitesinin tüm turizm türlerinin bir bileşini olması sebebiyle ayrıca bir tür olarak adlandırmak anlamlı bulunmamıştır. Dolayısıyla bu kavram listeden çıkartılmıştır.

14) 3. yaş turizmi, taşıdığı anlam ve tanım üzere belirli bir yaş grubu turistlerin hareketlerini içeren fonksiyonel bir adlandırma olduğu için araştırma kapsamında bir etiker olarak değerlendirilmektedir ve listeden çıkartılmıştır.

15) Akarsu turizmi kavramı, bölüm 2.3.16'da "iç su turizmi" kapsamında işlendiği için listeden çıkartılmıştır.

16) Araştırma kapsamında varoş turizmi, tıpkı gecekondu turizmi gibi, bölüm 2.3.39'da anlatılan destinasyon turizm türlerinden olarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla listeden çıkartılmıştır.

17) Yamaç paraşütçülüğü turizmi, "hava sporları turizmi" kapsamında değerlendirilmiş olup ekstra bir tür olarak ele alınmamıştır.

18) Dalış sporları turizmi, "su sporları turizmi" kapsamında değerlendirilmiş olup ekstra bir tür olarak ele alınmamıştır.

19) Marina turizmi kavramı bölüm 2.3.17'de "yat ve kurvaziyer turizm" kapsamında ele alınmıştır. Dolayısıyla ayrıca bir tür olarak işlenmemiş ve listeden çıkartılmıştır.

20) Yeşil turizm Jones (1987) tarafından ekoturizm kavramına verilen adlardan bir tanesidir. Dolayısıyla bölüm 2.3.1'de "ekoturizm" türü işlendiği için bu ifade tekrar bir tür olarak ele alınmayarak listeden çıkartılmıştır.

Sıralanan bu açıklamalara ek olarak, kodlamalarda yer almasa da literatür okumaları esnasında yaratıcı (/*creative*) turizm, nokta (/*destination*) turizmi, sağaltıcı (/*curative*) turizm, halka (*circuit*) turizmi ve iç su (/*inland water*) turizmi türleri de kavramsal dizinde işlenmiştir.

Açıklanan bu nedenlerden ötürü üzerinde ekleme, çıkarma ve birleştirme yapıldıktan sonra araştırma kapsamında kavram açımsaması vasıtasıyla incelenmek üzere ele alınan 48 adet turizm türü tablo 4. 26'da görülmektedir.

Tablo 4.26: Turizm türleri (kod frekans dağılımının kavram uyuşturması neticesinde düzeltilmiş hali).

1	Kültürel (miras) turizmi	**25**	Mağara turizmi
2	Kongre ve toplantı turizmi	**26**	Etkinlik turizmi
3	Spor turizmi	**27**	Etnik köken turizm
4	Dini inanç turizmi	**28**	Sağlıklı yaşam ve SPA turizmi
5	Gastronomi turizmi	**29**	Çiftlik ve tarım turizmi
6	Yayla turizmi	**30**	Kumar turizmi
7	Deniz turizmi	**31**	Kuş gözlemciliği turizmi
8	Tıp turizmi	**32**	Av turizmi
9	Kırsal turizm	**33**	Botanik turizmi
10	Tanaturizm	**34**	Uzay turizmi
11	Macera turizmi	**35**	Kış turizmi
12	Sağlık turizmi	**36**	Fotografik turizm
13	Fuar ve gösteri turizmi	**37**	Kamp/çadır ve karavan turizmi
14	Doğa turizmi	**38**	Dağ turizmi
15	Yat ve kurvaziyer turizmi	**39**	Yaşlı bakımı turizmi
16	Golf turizmi	**40**	Şarap turizmi
17	Termal turizm	**41**	Seks turizmi
18	Ekoturizm	**42**	Kıyı turizmi
19	İş turizmi	**43**	Jeoturizm
20	Eğitim turizmi	**44**	Yaratıcı turizm
21	Kent / Şehir turizmi	**45**	Nokta turizmi
22	Diaspora turizmi	**46**	Sağaltıcı turizm
23	Alışveriş turizmi	**47**	Halka) turizmi
24	Teşvik / özendirme turizmi	**48**	İç su turizmi

Kod dağılımı ve kavramsal olarak araştırmaya dâhil edilen türler haricinde katkı niteliğindeki katılımcı görüşleri (M3, M5, M24, M26 VEM38-39) şu şekildedir:

M5 *Gelinen yere göre, İç ve dış turizm (Dış aktif ve pasif turizm)*
Turist sayısına göre; Bireysel, grup (kollektif) ve kitle turizmi
Mevsime (zamana) göre; Yaz ve kış turizmi, sezon içi ve dışı turizm
Süreye göre; Kısa ve uzun süreli turizm
Yaş seviyesine göre; Gençlik ve 3. yaş turizmi
Gelir seviyesine göre; Lüks turizm, sosyal turizm
Ulaştırma araçlarına göre; Karayolu, deniz yolu, hava yolu ve demir yolu ile yapılan turizmler
Örgütlenme şekline göre; Bağımsız ve örgütlü turizm

M3 *"Turizm çeşitleri nelerdir: Verilen örnekler uygundur. Turizm çeşidi, turizm türlerini (seyahat motivasyonunu) de kapsayan bir üst şemsiye kavram olarak düşünülmelidir.*
Turizm türleri nelerdir: Turizm türleri, bireyin seyahat veya yer değiştirme ana motivasyonunu anlatan, onu içeren bir terimdir. Örnekler uygundur ve çoğaltılabilir."

M24 *" Hüzün turizmi Hobiye Dayalı Turizm Türünden ziyade Kültür Temelli bir turizm türüdür. Burada yer alan Diaspora turizmi Hüzün turizminin bir parçasıdır.*
(Hüzün turizmi; yoksulluk, ölüm, savaş alanları, müzeler gibi pek çok türü içine almaktadır.)"

M26 *"İnfoda yer alan turizm türlerine katılıyorum. Bu türlere eklemek istediğim*

M38	*ana ve alt başlıklar var. Hobiye dayalı turizm türlerine yoga turizmi, iş-eğitim temelli turizm türlerine çalıştay ve seminer eklenebilir. Ana başlık olarak Etkinlik Temelli bir turizm türü olabilir. Bunun altında festival turizmi, karnaval turizmi, VIP ziyaretler, resmi törenler ve haç turizmi gibi başlıklar yer alabilir."* *" Turizm türleri sınıflandırmasında çelişkiler olduğunu düşünüyorum. Gastronomi turizmi kültür içinde de yer alabilir, hobiye dayalı olarak sınıflandırılmasını doğru bulmuyorum.* *Yat ve kurvaziyer turizminin de deniz turizmi altında ele alınması sanki daha iyi olur. Yani hobiye dayalı olması yetersiz kalmaktadır."*
M39	*" Turizm çeşitleri iktisat ve sosyoloji biliminin dikte etmesi sonucu ortaya çıkmıştır. Turizm paradigması ile sil baştan yeniden değerlendirilmelidir. Pazar payı dikkat çekici olan ya da turistlerin kitlesel olarak talepleri doğrultusunda (modern turist tiplerinin sorumlu turizm türlerine olan talebi gibi) oluşan turizm hareketlerini turizm çeşidi olarak adlandırmayı doğru bulmuyorum."*

Bu görüşlerden de anlaşılacağı gibi, turizmde tür sınıflandırması denilince yine fonksiyonel sınıflandırmak ön plana çıkmakta; buda bütüncül ve sistematik bir sınıflandırma modellemesi kurulmasına ket vurmaktadır.

Şimdiye kadar aktarılan turizm kavramsal dizinini oluşturan bu terimler, kavram açımlaması tekniği ile buradan sonra sınanacaktır. Araştırma yönteminde de belirtildiği üzere **kavram açımlaması**; "bir sorunu veya konuyu ele alıp en ince noktasına kadar gözden geçirerek anlatmak, şerh etmek, teşrih etmek" olarak bu araştırma dâhilinde öne atılmış, selefi ya da öncülü olmayan bir tekniktir. Açımlamın tanımında yer alan ifadelerin açıklaması şu şekildedir;

(1) "Sorun veya konu", doğrudan **bir türün mevcut ya da hâkim tanımı**; dolaylı olarak da **bu tanımın kuram ve uygulamadaki yansımasını**;

(2) "Ele almak", **sorun veya konuyu (yani türün tanımını) epistemolojik olarak damıtmak** ve **açımlama tablosunda TANIM yazan yere öz olarak yazmayı;**

(3) "En ince noktasına kadar gözden geçirmek", **damıtılan bu tanımın Turizm Hiyerarşik Dizininde elde edilen bulgular neticesinde ortaya çıkan KRİTERLERE göre evrenden-çeşide kadar altı aşamada sınamayı** ve

(4) "Anlatmak, şerh etmek veya teşrih etmek" ise; buraya kadar incelenen tanımın eksik ve/veya fazla yönlerini;

4.1. Ek, bağlaç gibi önemsiz ekleme için düz (*plain)* yazı;

4.2. Önemli eklemeler için **koyu;**

4.3. İster önemli olsun ister önemsiz olsun, kullanılmasa da anlamca büyük kayıplar yaratmayacak unsurlar için (parantez içinde);

4.4. Orijinal metin içinden yapılan çıkartmalar için ~~**üstü çizili**~~;

4.5. Önemli noktaları vurgulamak ve/veya mutlaka dâhil olması gereken unsurları belirtmek için de **koyu ve altı çizili olarak**

YENİ TANIM bloğunda yeniden yazılmasını ifade etmektedir. Daha sonra da bulgu niteliğindeki bu yeni tanım tartışılmaktadır.

KRİTERLER konusunda ise sırasıyla izlenecek yöntem ise şöyledir:

Bir turizm türü olduğu iddia edilen adlandırma;

(1) **Evren** basamağındaki kriterlerin HEPSİNE,

(2) **Şube** basamağındaki kriterlerden YALNIZCA BİRİNE,

(3) **Sınıf** basamağındaki kriterlerden tercihen BİRİNE,

(4) **Form** basamağındaki kriterlerden zorunlu olanların EN AZ BİRİNE olmak koşuluyla seçmelilerden BİR ya da BİRKAÇINA ya da HİÇBİRİNE,

(5) **Kaynak** basamağındaki kriterlerden BİR ya da BİRKAÇINA ve

(6) **Çeşit** basamağındaki kriterlerden YALNIZCA BİRİNE uymak zorundadır. (Burada aslında [seyahat amacı bakımında] pek çok tanım, birkaç çeşide uyabilecek gibi görünse de literatürün ilgili bölümünde bunun tek bir ana amaç taşıdığı, uluslararası otoriteler tarafından da özellikle belirtilmektedir. Bu ana amaç "eğer bu amaç olmasaydı, o seyahate hiçbir surette çıkıl(a)mayacak olan amaçtır." Bu konuda yan amaçların da olabileceği, seyahatin tek bir amaç taşımayabileceği ancak ana amacın **bir** ve **tek** olduğu unutulmamalıdır!)

Bu koşulların sınanmasından sonra kurgu olarak iki ihtimal ortaya çıkar:

(1) KABUL: Eğer tür; anılan koşulların hepsini yerine getirirse, oluşturulan modelde, çeşit basamağında belirtilen **ana amacı taşıyan turizm türü** olarak adlandırılır ve o sütunda kendine yer bulur. Bu durumda türün; turizm disiplinine ait, en azından bu disipline tabi kişiler tarafından anlaşılacak şekilde **bilimsel bir terim** olduğu varsayılır.

(2) RED: Eğer türün, bu koşulları sağlamasında herhangi bir eksiklik yaşanırsa, o adlandırmanın iddia edildiği gibi bir turizm türü olmadığının, dolayısıyla turizm sınıflandırma modelinde yer almadığının göstergesidir. Buradan sonra (1) ya o tür, bilimsel bir terim olarak kabul edilmez ve komple model dışına itilir; (2) ya

da kavramın yönelim mi aktivite mi kaynak mı katılımcı yönlü bir özellik mi vb adlandırmasında bulunan ifadenin fonksiyon ve niteliği ile birlikte taşıdığı anlama ilişkin yorum yapılır. Ne var ki, bu ikinci madde kapsamındaki her türlü durum; o adlandırmanın **TÜR olarak bilimsel bir terim OLMADIĞI** gerçeğini değiştirmez.

Bu noktadan itibaren izleyen bölümlerde Tablo 4. 26'da verilen turizm türlerinin her birine kavram açımlaması tekniği uygulanmaktadır. Açımlama neticesinde yapılan tartışmalardan sonra da sonuç ve öneriler bölümünde genel bir değerlendirme yapılmaktadır.

4.2.1. Ekoturizm kavram açımlaması

TANIM	"Ziyaretçinin temel motivasyonunun ekosistemin bütünlüğünü korumak ve yerel halkın refahını artırmak için sorumlu bir tutumla biyolojik ve kültürel çeşitliliği gözlemlemek, öğrenmek, keşfetmek, deneyimlemek ve takdir etmek olduğu doğa temelli bir turizm faaliyetidir" (UNWTO, 2019a, s. 32).

KRİTERLER (TURİZM EVRENİ)			
EVREN	Olağan ikametgâh	Olağan ikametgâhının yasal/yönetsel sınırlarından ayrılış	X
		Olağan ikametgâhına dönme (round trip)	X
	Geçici konaklama	Bu ikametgâh dışında geçici süreliğine başka yerlerde bulunma (ziyaret etme)	X
	Süre	En az bir geceleme ya da 24 saat - en fazla 1 yıla kadar geçen bir süreyi kapsayacak şekilde	X
	Tüketim	Tüketici olarak turistik mal ve hizmetlerden (yeme-içme, turistik tesisler, çekim unsurları, ulaşım ve konaklamadan) faydalanma	X
ŞUBE	Geleneksel (Kitle) Turizmi		
	Alternatif (Niş) Turizm		X
SINIF	Sosyal Turizm		X
	Lüks Turizm		
FORM	Zorunlu (en az 1)	İç (Domestik) Turizm	X
		Yurt İçine Yönelik (Inbound) Turizm	
		Yurt Dışına Yönelik (Outbound) Turizm	
	Seçmeli	Yurt İçi (Internal) Turizmi	
		Ulusal (National) Turizm	
		Uluslararası (International) Turizm	X
KAYNAK	Doğal çevre		X
	Yapay (Kültürel) çevre		
	Toplumsal (Sosyal) çevre		X
ÇEŞİT	Dinlenme / Rekreasyon		X
	Sosyal etkileşim		
	Kültürel edinim		
	(Hobiye dayalı) Özel ilgi		
	İş / Eğitimsel		
	Sağlık		
	Spor		

YENİ TANIM	Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı ekoturizm tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: Ziyaretçinin temel motivasyonunun ekosistemin bütünlüğünü korumak ve yerel halkın refahını artırmak için sorumlu bir tutumla biyolojik ve kültürel çeşitliliği gözlemlemek, öğrenmek, keşfetmek, deneyimlemek ve takdir etmek olduğu **iç ya da uluslararası yönelimle dinlenme ya da rekreasyon (ana seyahat) amacı içeren, daha çok doğal ve sosyal çevre kaynaklarını kullanan** doğa temelli **sosyal** bir **alternatif/niş** turizm ~~faaliyetidir~~ **türüdür**.

Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı ekoturizm tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"*Ziyaretçinin temel motivasyonunun ekosistemin bütünlüğünü korumak ve yerel halkın refahını artırmak için sorumlu bir tutumla biyolojik ve kültürel çeşitliliği gözlemlemek, öğrenmek, keşfetmek, deneyimlemek ve takdir etmek olduğu iç ya da uluslararası yönelimle dinlenme ya da rekreasyon (ana seyahat) amacı içeren, daha çok doğal ve sosyal çevre kaynaklarını kullanan doğa temelli sosyal bir alternatif/niş turizm türüdür*."

4.2.2. Kırsal turizmin kavram açımlaması

TANIM	"Ziyaretçinin deneyiminin genellikle doğa temelli faaliyetler, tarım, kırsal yaşam biçimi/kültürü, olta balıkçılığı ve gezi ile bağlantılı geniş bir ürün yelpazesiyle ilişkili olduğu, düşük nüfus yoğunluğu, tarım ve ormancılığın hâkim olduğu peyzaj ve arazi kullanımı ve geleneksel sosyal yapı ve yaşam tarzı karakteristiğine sahip olan ve kentsel olmayan yani kırsal alanlarda gerçekleştirilen bir turizm faaliyetidir" (UNWTO, 2019a, s. 34).

	X	X	X	X	X		X	X		X					X		X		X						

	KRİTERLER (TURİZM EVRENİ)	
EVREN	Olağan ikametgâh	Olağan ikametgâhının yasal/yönetsel sınırlarından ayrılış
		Olağan ikametgâhına dönme (round trip)
	Geçici konaklama	Bu ikametgâh dışında geçici süreliğine başka yerlerde bulunma (ziyaret etme)
	Süre	En az bir geceleme ya da 24 saat - en fazla 1 yıla kadar geçen bir süreyi kapsayacak şekilde
	Tüketim	Tüketici olarak turistik mal ve hizmetlerden (yeme-içme, turistik tesisler, çekim unsurları, ulaşım ve konaklamadan) faydalanma
ŞUBE	Geleneksel (Kitle) Turizmi	
	Alternatif (Niş) Turizm	
SINIF	Sosyal Turizm	
	Lüks Turizm	
FORM	Zorunlu (en az 1)	İç (Domestik) Turizm
		Yurt İçine Yönelik (Inbound) Turizm
		Yurt Dışına Yönelik (Outbound) Turizm
	Seçmeli	Yurt İçi (Internal) Turizmi
		Ulusal (National) Turizm
		Uluslararası (International) Turizm
KAYNAK	Doğal çevre	
	Yapay (Kültürel) çevre	
	Toplumsal (Sosyal) çevre	
ÇEŞİT	Dinlenme / Rekreasyon	
	Sosyal	
	Sosyal etkileşim	
	Kültürel edinim	
	(Hobiye dayalı) Özel ilgi	
	Sağlık	
	Spor	

YENİ TANIM	Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı kırsal turizm tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: Ziyaretçi~~nin~~ deneyiminin genellikle faaliyetler, tarım, kırsal yaşam biçimi/kültürü, olta balıkçılığı ve gezi ile bağlantılı geniş bir ürün yelpazesiyle ilişkili olduğu, **iç ya da uluslararası yönelimle dinlenme ya da rekreasyon (ana seyahat) amacı içeren** düşük nüfus yoğunluğu, tarım ve ormancılığın hâkim olduğu peyzaj ve arazi kullanımı ve geleneksel sosyal yapı ve yaşam tarzı karakteristiğine sahip olan ve kentsel olmayan yani kırsal alanlarda **daha çok doğal ve sosyal çevre kaynaklarını kullanan** gerçekleştirilen doğa temelli **sosyal** bir **alternatif/niş** turizm ~~faaliyetidir~~ **türüdür.**

Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı kırsal turizm tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"Ziyaretçi deneyiminin genellikle faaliyetler, tarım, kırsal yaşam biçimi/kültürü, olta balıkçılığı ve gezi ile bağlantılı geniş bir ürün yelpazesiyle ilişkili olduğu, iç ya da uluslararası yönelimle dinlenme ya da rekreasyon (ana seyahat) amacı içeren düşük nüfus yoğunluğu, tarım ve ormancılığın hâkim olduğu peyzaj ve arazi kullanımı ve geleneksel sosyal yapı ve yaşam tarzı karakteristiğine sahip olan ve kentsel olmayan yani kırsal alanlarda daha çok doğal ve sosyal çevre kaynaklarını kullanan gerçekleştirilen doğa temelli sosyal bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.3. Çiftlik / tarım turizminin kavram açımlaması

TANIM	
	Çiftlik ya da tarım turizmi, "kırsal bölgelerde çiftlik organizasyonu amacıyla kurulmuş ve çevresinde çiftlik ürünü sağlayan bir işletmenin aynı zamanda turizm konaklama olanakları sağlaması, gelen turistlerin de isterlerse bir çalışma programına (süt sağma, havyan besleme, hasat yapma vb.) katılabilecekleri, kırsal yaşantının sahnelenmesine olanak tanıyan" bir turizm türüdür (Avcıkurt ve Köroğlu, 2008, s. 76).

| KRİTERLER (TURİZM EVRENİ) | | |

YENİ TANIM	Avcıkurt ve Köroğlu'nun (2008, s. 76) yaptığı çiftlik ya da tarım turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: Kırsal bölgelerde çiftlik organizasyonu amacıyla kurulmuş ve çevresinde çiftlik ürünü sağlayan bir işletmenin aynı zamanda turizm konaklama olanakları sağlaması, **iç ya da uluslararası yönelimle** gelen turistlerin de isterlerse bir çalışma programına (süt sağma, havyan besleme, hasat yapma vb.) katılabilecekleri, **dinlenme ya da rekreasyon (ana seyahat) amacı içeren** kırsal yaşantının sahnelenmesine olanak tanıyan, **daha çok doğal ve yapay çevre kaynaklarını kullanan, sosyal** bir **alternatif/niş** turizm türüdür.

Avcıkurt ve Köroğlu'nun (2008, s. 76) yaptığı çiftlik ya da tarım turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"Kırsal bölgelerde çiftlik organizasyonu amacıyla kurulmuş ve çevresinde çiftlik ürünü sağlayan bir işletmenin aynı zamanda turizm konaklama olanakları sağlaması, iç ya da uluslararası yönelimle gelen turistlerin de isterlerse bir çalışma programına (süt sağma, havyan besleme, hasat yapma vb.) katılabilecekleri, dinlenme ya da rekreasyon (ana seyahat) amacı içeren kırsal yaşantının sahnelenmesine olanak tanıyan, daha çok doğal ve yapay çevre kaynaklarını kullanan, sosyal bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.4. Yayla turizminin kavram açımlaması

TANIM	Yayla turizmi, "doğayla iç içe yaşamayı seven ve macera tutkunlarının kısa süreli konaklama amacıyla yüksek rakımlı yerlerde yaptıkları turizm faaliyeti" olarak tanımlanmaktadır (Avcıkurt ve Köroğlu, 2008, s. 76).

KRİTERLER (TURİZM EVRENİ)			
EVREN	Olağan ikametgâh	Olağan ikametgâhının yasal/yönetsel sınırlarından ayrılış	X
		Olağan ikametgâhına dönme (round trip)	X
	Geçici konaklama	Bu ikametgâh dışında geçici süreliğine başka yerlerde bulunma (ziyaret etme)	X
	Süre	En az bir geceleme ya da 24 saat - en fazla 1 yıla kadar geçen bir süreyi kapsayacak şekilde	X
	Tüketim	Tüketici olarak turistik mal ve hizmetlerden (yeme-içme, turistik tesisler, çekim unsurları, ulaşım ve konaklamadan) faydalanma	X
ŞUBE	Geleneksel (Kitle) Turizmi		
	Alternatif (Niş) Turizm		X
SINIF	Sosyal Turizm		X
	Lüks Turizm		
FORM	Zorunlu	İç (Domestik) Turizm	X
		Yurt İçine Yönelik (Inbound) Turizm	
		Yurt Dışına Yönelik (Outbound) Turizm	
	Seçmeli	Yurt İçi (Internal) Turizmi	
		Ulusal (National) Turizm	
		Uluslararası (International) Turizm	X
KAYNAK	Doğal çevre		X
	Yapay (Kültürel) çevre		
	Toplumsal (Sosyal) çevre		
ÇEŞİT	Dinlenme / Rekreasyon		X
	Sosyal etkileşim		
	Kültürel edinim		
	(Hobiye dayalı) Özel ilgi		
	İş / Eğitimsel		
	Sağlık		
	Spor		

YENİ TANIM	Avcıkurt ve Köroğlu'nun (2008, s. 76) yaptığı yayla turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: **İç ya da uluslararası yönelimle gelen**, doğayla iç içe yaşamayı seven ve macera tutkunlarının ~~kısa süreli~~ **en az bir** gece (**geçici)** konaklama ~~amacıyla~~ **içermek koşuluyla olağan ikametgâhı olmayan** ve **doğal çevre unsurlarından** yüksek rakımlı yerlerde **dinlenme ya da rekreasyon (ana seyahat) amacıyla** yaptıkları **ve burada turistik tüketimde bulundukları sosyal** bir **alternatif/niş** turizm ~~faaliyeti~~ **türüdür**.

Avcıkurt ve Köroğlu'nun (2008, s. 76) yaptığı yayla turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır. Ayrıca konaklama süresi ve geçiciliği ile de ilgili vurgu yapılmıştır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"İç ya da uluslararası yönelimle gelen, doğayla iç içe yaşamayı seven ve macera tutkunlarının en az bir gece (geçici) konaklama içermek koşuluyla olağan ikametgâhı olmayan ve doğal çevre unsurlarından yüksek rakımlı yerlerde dinlenme ya da rekreasyon (ana seyahat) amacıyla yaptıkları ve burada turistik tüketimde bulundukları sosyal bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.5. Botanik turizminin kavram açımlaması

TANIM	Botanik turizm; "materyali doğanın floristik zenginliği olan ve özünde doğaya zarar vermeden bu floristik unsurları küçük gruplar halinde inceleyen insanların oluşturduğu yumuşak (/soft) turizm türüdür" (Sönmez, 2008, ss. 163-166).

| KRİTERLER (TURİZM EVRENİ) | | |

YENİ TANIM	Sönmez'in (2008, ss. 163-166) yaptığı botanik turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: Materyali **olağan ikametgâhı olmayan** ~~doğanın~~ **doğal çevrenin** floristik zenginliği olan ve özünde doğaya zarar vermeden bu floristik unsurları küçük gruplar halinde **iç ya da uluslararası yönelimle gelip** inceleyen ve **bu esnada turistik tüketimde bulunup (geçici) konaklamalarda bulunan** insanların oluşturduğu yumuşak/soft (**anlayışa sahip**) (**hobiye dayalı) özel ilgi (ana seyahat) amacıyla yapılan sosyal ve alternatif/niş** bir turizm türüdür.

Sönmez'in (2008, ss. 163-166) yaptığı botanik turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır. Ayrıca konaklamanın ekonomik yönü ve geçiciliği ile ilgili de vurgu yapılmıştır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"Materyali olağan ikametgâhı olmayan doğal çevrenin floristik zenginliği olan ve özünde doğaya zarar vermeden bu floristik unsurları küçük gruplar halinde iç ya da uluslararası yönelimle gelip inceleyen ve bu esnada turistik tüketimde bulunup (geçici) konaklamalarda bulunan insanların oluşturduğu yumuşak/soft (anlayışa sahip) (hobiye dayalı) özel ilgi (ana seyahat) amacıyla yapılan sosyal ve alternatif/niş bir turizm türüdür."

4.2.6. Jeoloji temelli turizminin kavram açımlaması

TANIM	Jeoturizm "turistlerin bir yerin jeolojisi ve jeomorfolojisini sade estetik takdir seviyesinden öte anlama ve bilmelerine olanak sağlayan yorumlama ve hizmet imkânlarının elde edilmesidir". (Hose, 1995, s. 17; Hose, 2006, s. 221; Hose, 2011, s. 28).

KRİTERLER (TURİZM EVRENİ)			
EVREN	Olağan ikametgâh	Olağan ikametgâhının yasal/yönetsel sınırlarından ayrılış	X
		Olağan ikametgâhına dönme (round trip)	X
	Geçici konaklama	Bu ikametgâh dışında geçici süreliğine başka yerlerde bulunma (ziyaret etme)	X
	Süre	En az bir geceleme ya da 24 saat - en fazla 1 yıla kadar geçen bir süreyi kapsayacak şekilde	X
	Tüketim	Tüketici olarak turistik mal ve hizmetlerden (yeme-içme, turistik tesisler, çekim unsurları, ulaşım ve konaklamadan) faydalanma	X
ŞUBE	Geleneksel (Kitle) Turizmi		
	Alternatif (Niş) Turizm		X
SINIF	Sosyal Turizm		X
	Lüks Turizm		
FORM	Zorunlu	İç (Domestik) Turizm	X
		Yurt İçine Yönelik (Inbound) Turizm	
		Yurt Dışına Yönelik (Outbound) Turizm	
	Seçmeli	Yurt İçi (Internal) Turizmi	
		Ulusal (National) Turizm	
		Uluslararası (International) Turizm	X
KAYNAK	Doğal çevre		X
	Yapay (Kültürel) çevre		
	Toplumsal (Sosyal) çevre		
ÇEŞİT	Dinlenme / Rekreasyon		
	Sosyal etkileşim		
	Kültürel edinim		
	(Hobiye dayalı) Özel ilgi		X
	İş / Eğitimsel		
	Sağlık		
	Spor		

YENİ TANIM	Hose'ın (1995, s. 17; 2006, s. 221; 2011, s. 28) yaptığı jeoloji turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: **İç ya da uluslararası yönelimle gelip tüketimde bulunan** turistlerin, **doğal çevrenin parçası olan (**ve **olağan ikametgâhları olmayan**) bir yerin jeolojisi ve jeomorfolojisini sade estetik takdir seviyesinden öte anlama ve bilmelerine olanak sağlayan yorumlama ve hizmet imkânlarının elde edilmesi~~dir~~ **özel ilgi (ana seyahat) amacıyla yapılan sosyal ve alternatif/niş** bir turizm **türüdür.**

Hose'ın (1995, s. 17; 2006, s. 221; 2011, s. 28) yaptığı jeoloji turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır. Ayrıca konaklamanın geçiciliği ve turistik tüketim ile ilgili de vurgu yapılmıştır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"İç ya da uluslararası yönelimle gelip tüketimde bulunan turistlerin, doğal çevrenin parçası olan (ve olağan ikametgâhları olmayan) bir yerin jeolojisi ve jeomorfolojisini sade estetik takdir seviyesinden öte anlama ve bilmelerine olanak sağlayan yorumlama ve hizmet imkânlarının elde edilmesi özel ilgi (ana seyahat) amacıyla yapılan sosyal ve alternatif/niş bir turizm türüdür."

4.2.7. Kültür / kültürel miras turizminin kavram açımlaması

TANIM	
	Kültür turizmi, "ziyaretçinin temel motivasyonunun bir turizm destinasyonundaki somut ve somut olmayan kültürel cazibe merkezlerini ya da ürünlerini öğrenmek, keşfetmek, deneyimlemek ve tüketmek olduğu bir turizm aktivitesi türüdür" (UNWTO, 2019a, s. 30).

| KRİTERLER (TURİZM EVRENİ) | | |

YENİ TANIM	Dünya Turizm Örgütünün yaptığı kültürel (miras) turizm tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: **İç ya da uluslararası yönelimle gelen** ziyaretçinin temel motivasyonunun **olağan ikametgâhı olmayan** bir turizm destinasyonundaki **kültürel ve sosyal çevrenin** somut ve somut olmayan kültürel cazibe merkezlerini ya da ürünlerini öğrenmek, keşfetmek, deneyimlemek ve tüketmek olduğu **kültürel edinim (ana seyahat) amacıyla yapılan sosyal ve alternatif/niş** bir turizm ~~aktivitesi~~ **türüdür.**

Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı kültür / kültürel (miras) turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır. Ayrıca konaklamanın geçiciliği ile ilgili de vurgu yapılmıştır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"İç ya da uluslararası yönelimle gelen ziyaretçinin temel motivasyonunun olağan ikametgâhı olmayan bir turizm destinasyonundaki kültürel ve sosyal çevrenin somut ve somut olmayan kültürel cazibe merkezlerini ya da ürünlerini öğrenmek, keşfetmek, deneyimlemek ve tüketmek olduğu kültürel edinim (ana seyahat) amacıyla yapılan sosyal ve alternatif/niş bir turizm türüdür."

4.2.8. Dini inanç turizminin kavram açımlaması

TANIM	İnanç turizmi; "insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına, dini inançlarını gerçekleştirmek, inanç çekim merkezlerini görmek amacıyla yaptıkları turistik amaçlı gezilerin turizm olgusu içerisinde değerlendirilmesidir" (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020) .

| | KRİTERLER (TURİZM EVRENİ) | | |

YENİ TANIM	Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın (2020) yaptığı inanç turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: **İç ya da uluslararası yönelimle gelen** insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına, dini inançlarını gerçekleştirmek, **kültürel çevrenin parçası olan** inanç çekim merkezlerini görmek gibi **kültürel edinim (ana seyahat)** amacıyla yaptıkları **sosyal veya lüks** turistik ~~amaçlı~~ gezilerin **oluşturduğu** bir **alternatif/niş** turizm ~~olgusu içerisinde değerlendirilmesidir~~ **türüdür.**

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yaptığı dini inanç turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"İç ya da uluslararası yönelimle gelen insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına, dini inançlarını gerçekleştirmek, kültürel çevrenin parçası olan inanç çekim merkezlerini görmek gibi kültürel edinim (ana seyahat) amacıyla yaptıkları sosyal veya lüks turistik gezilerin oluşturduğu bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.9. Etnik turizmin kavram açımlaması

TANIM	Etnik turizm; "yerli ve çoğu zaman egzotik toplumların ilgi çekici yaşam biçimlerini ve kültürel değerlerini gözlemleme ve tecrübe edinme gibi egzotik kültürel deneyim arayışıyla motive edilen insanların yaptıkları seyahattir." (Smith, 1977, s. 2; Avcıkurt, 2009, s. 17; Yang, 2011, s. 562).

| KRİTERLER (TURİZM EVRENİ) | | |

YENİ TANIM	Smith (1977, s. 2), Avcıkurt (2009, s. 17) ve Yang (2011, s. 562) tarafından yapılan etnik köken turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: Yerli ve çoğu zaman egzotik toplumların ilgi çekici **toplumsal çevre unsuru** yaşam biçimlerini ve kültürel değerlerini gözlemleme ve tecrübe edinme gibi egzotik kültürel deneyim arayışıyla motive edilen **iç ya da uluslararası yönelimle gelen** insanların yaptıkları ~~seyahattir~~ **kültürel edinim (ana seyahat) amacı** taşıyan **sosyal** bir **alternatif/niş turizm türüdür.**

Smith (1977, s. 2), Avcıkurt (2009, s. 17) ve Yang (2011, s. 562) tarafından yapılan etnik köken turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"Yerli ve çoğu zaman egzotik toplumların ilgi çekici toplumsal çevre unsuru yaşam biçimlerini ve kültürel değerlerini gözlemleme ve tecrübe edinme gibi egzotik kültürel deneyim arayışıyla motive edilen iç ya da uluslararası yönelimle gelen insanların yaptıkları kültürel edinim (ana seyahat) amacı taşıyan sosyal bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.10. Diaspora turizminin kavram açımlaması

TANIM	Diaspora turizmi; insanların atalarının yaşadığı yerleri görme güdüsüyle onları daha iyi tanıyıp çalıştığı yerde kazandığı parayı ülkesinde yatırım yapmak için keşif amaçlı seyahatleri içeren son dönemdeki seyahat hareketlerinden biridir (Alkin ve Saldamlı, 2007, s. 594).

| KRİTERLER (TURİZM EVRENİ) | | |

YENİ TANIM	Alkin ve Saldamlı'nın (2007, s. 594) yaptığı diaspora turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: İnsanların atalarının yaşadığı **yurdun dışına yönelik doğal** ve **kültürel çevrenin parçası** (olan) yerleri görme güdüsüyle onları daha iyi tanıyıp çalıştığı yerde kazandığı parayı ülkesinde yatırım yapmak için **kültürel edinim (ana seyahat)** keşif amaçlı seyahatleri içeren ~~son dönemdeki seyahat hareketlerinden biridir~~ **sosyal veya lüks** bir **alternatif/niş turizm türüdür.**

Alkin ve Saldamlı (2007, s. 594) tarafından yapılan diaspora turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"İnsanların atalarının yaşadığı yurdun dışına yönelik doğal ve kültürel çevrenin parçası (olan) yerleri görme güdüsüyle onları daha iyi tanıyıp çalıştığı yerde kazandığı parayı ülkesinde yatırım yapmak için kültürel edinim (ana seyahat) keşif amaçlı seyahatleri içeren sosyal veya lüks bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.11. Kent / şehir turizminin kavram açımlaması

TANIM	Kent/şehir turizmi; yönetim, imalat, ticaret ve hizmetler gibi tarıma dayalı olmayan bir ekonomiyle karakterize edilen içkin nitelikleri ile boş zaman ve iş için geniş ve heterojen bir kültürel, mimari, teknolojik, sosyal ve doğal deneyimler ve ürünler yelpazesi sunan kentsel bir mekânda gerçekleşen ve ulaşım düğüm noktası olan turizm faaliyetidir. (UNWTO, 2019a, s. 48).

	KRİTERLER (TURİZM EVRENİ)																								
	Olağan ikametgâh	Olağan ikametgâhının yasal/yönetsel sınırlarından ayrılış	X	X	X	X	X		X		X	X		X				X				X			
		Olağan ikametgâhına dönme (round trip)																							
	Geçici konaklama	Bu ikametgâh dışında geçici süreliğine başka yerlerde bulunma (ziyaret etme)																							
	Süre	En az bir geceleme ya da 24 saat - en fazla 1 yıla kadar geçen bir süreyi kapsayacak şekilde																							
	Tüketim	Tüketici olarak turistik mal ve hizmetlerden (yeme-içme, turistik tesisler, çekim unsurları, ulaşım ve konaklamadan) faydalanma																							
ŞUBE	Geleneksel (Kitle) Turizmi																								
	Alternatif (Niş) Turizm							X																	
SINIF	Sosyal Turizm																								
	Lüks Turizm								X																
FORM	Zorunlu	İç (Domestik) Turizm								X															
		Yurt İçine Yönelik (Inbound) Turizm																							
		Yurt Dışına Yönelik (Outbound) Turizm									X														
	Seçmeli	Yurt İçi (Internal) Turizmi																							
		Ulusal (National) Turizm																							
		Uluslararası (International) Turizm																							
KAYNAK	Doğal çevre																								
	Yapay (Kültürel) çevre												X												
	Toplumsal (Sosyal) çevre																								
ÇEŞİT	Dinlenme / Rekreasyon																								
	Sosyal etkileşim																X								
	Kültürel edinim																								
	(Hobiye dayalı) Özel ilgi																								
	İş / Eğitimsel																								
	Sağlık																								
	Spor																								

	EVREN	ŞUBE	SINIF	FORM	KAYNAK	ÇEŞİT

YENİ TANIM	Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı kent/şehir turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: **İç ya da uluslararası yönelimle gelen ziyaretçiler** için yönetim, imalat, ticaret ve hizmetler gibi tarıma dayalı olmayan bir ekonomiyle karakterize edilen içkin nitelikleri ile boş zaman ve iş için geniş ve heterojen, daha çok **yapay çevrenin parçası** (olan) bir kültürel, mimari, teknolojik, sosyal ve doğal deneyimler ve ürünler yelpazesi sunan, kentsel bir mekânda gerçekleşen, **sosyal etkileşim (ana seyahat) amacı** taşıyan ve ~~ulaşım düğüm noktası olan~~ çoğunlukla **lüks** bir **alternatif/niş** turizm ~~faaliyetidir~~ **türüdür.**

Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı kent/şehir turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"İç ya da uluslararası yönelimle gelen ziyaretçiler için yönetim, imalat, ticaret ve hizmetler gibi tarıma dayalı olmayan bir ekonomiyle karakterize edilen içkin nitelikleri ile boş zaman ve iş için geniş ve heterojen, daha çok yapay çevrenin parçası (olan) bir kültürel, mimari, teknolojik, sosyal ve doğal deneyimler ve ürünler yelpazesi sunan, kentsel bir mekânda gerçekleşen, sosyal etkileşim (ana seyahat) amacı taşıyan ve çoğunlukla lüks bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.12. Alışveriş turizminin kavram açımlaması

TANIM	Alışveriş turizmini "turistlerin geçmiş deneyimden elde edilen duygu ve anılara ait herhangi bir şeye sahip olma duygusunu uzatma (ya da yeniden yaşatma) güdüsüyle bir yerden başka bir yere satın alma ya da beraberinde götürdüklerini satmak üzere yaptıkları seyahatlerdir" (Güner, 2007, s. 223).

| KRİTERLER (TURİZM EVRENİ) | | |

YENİ TANIM	Güner'in (2007, s. 223) yaptığı alışveriş turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: **İç ya da uluslararası yönelimle gelen** turistlerin geçmiş deneyimden elde edilen duygu ve anılara ait **yapay çevrenin parçası** (olan) herhangi bir şeye sahip olma duygusunu uzatma (ya da yeniden yaşatma) güdüsüyle bir yerden başka bir yere satın alma ya da beraberinde götürdüklerini satmak üzere yaptıkları **iş / eğitim (ana seyahat) amacı** taşıyan seyahatler~~dir~~i kapsayan çoğunlukla **lüks** bir **alternatif/niş** turizm ~~faaliyetidir~~ **türüdür.**

Güner'in (2007, s. 223) yaptığı alışveriş turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"İç ya da uluslararası yönelimle gelen turistlerin geçmiş deneyimden elde edilen duygu ve anılara ait yapay çevrenin parçası (olan) herhangi bir şeye sahip olma duygusunu uzatma (ya da yeniden yaşatma) güdüsüyle bir yerden başka bir yere satın alma ya da beraberinde götürdüklerini satmak üzere yaptıkları iş / eğitim (ana seyahat) amacı taşıyan seyahatleri kapsayan çoğunlukla lüks bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.13. Macera turizminin kavram açımlaması

TANIM	
	Macera turizmi, genellikle belirli coğrafi özelliklere ve peyzaja sahip destinasyonlarda gerçekleşen ve fiziksel aktivite, kültürel alışveriş, etkileşim ve doğa ile etkileşim ile ilişkilendirilme eğiliminde olan bir turizm türüdür (UNWTO, 2019a, s. 36).

| KRİTERLER (TURİZM EVRENİ) | | |

YENİ TANIM	Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı macera turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: **İç ya da uluslararası yönelimle gelen turistlerin,** genellikle belirli coğrafi özelliklere ve peyzaja sahip **doğal çevrenin unsuru** destinasyonlarda ~~gerçekleşen~~ **gerçekleştirdiği** ve fiziksel aktivite, kültürel alışveriş ~~etkileşim~~ ve doğa ile etkileşim ile ilişkilendirilme eğiliminde olan **dinlenme ya da rekreasyon (ana seyahat) amaçlı**, **sosyal** bir **alternatif/niş** turizm türüdür.

Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı macera turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"İç ya da uluslararası yönelimle gelen turistlerin, genellikle belirli coğrafi özelliklere ve peyzaja sahip doğal çevrenin unsuru destinasyonlarda gerçekleştirdiği ve fiziksel aktivite, kültürel alışveriş ve doğa ile etkileşim ile ilişkilendirilme eğiliminde olan dinlenme ya da rekreasyon (ana seyahat) amaçlı, sosyal bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.14. Kıyı turizminin kavram açımlaması

TANIM	
	Kıyı turizmi; "bir deniz, göl veya nehir kıyısında yapılan yüzme, sörf, güneşlenme ve diğer kıyı boş zaman, rekreasyon ve spor faaliyetleri gibi kara temelli (/land-based) turizm faaliyetleridir" (UNWTO, 2019a, s. 46).

| KRİTERLER (TURİZM EVRENİ) | | |

YENİ TANIM	

Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı kıyı turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından tür olarak kabul edilmemiştir.

Buna etki eden temel neden, tanımında bunun bir turizm türü değil kıyıda yapılan türlerin adlandırılması olduğunun görülmesidir. Kıyı kavramı, burada faaliyetle ilişkili fonksiyonel bir adlandırmadır.

Kıyı turizmi, ihtiva ettiği içerik açısından ne temel turizm evreni kriterlerine uymakta ne de diğer taksonlar açısından bir amaç gösterilmektedir. Tanımından da anlaşıldığı üzere kıyı turizmi bir deniz, göl veya nehir kıyısında yapılan yüzme, sörf, güneşlenme ve diğer kıyı boş zaman, rekreasyon ve spor gibi kara temelli (/*land-based*) turizm faaliyetleridir. Kıyıya yakınlık, kıyı turizmini destekleyen hizmet ve tesisler için de bir koşuldur.

4.2.15. Deniz turizminin kavram açımlaması

TANIM	
	Deniz turizmi; "kurvaziyer, yatçılık, kürek çekme ve deniz sporları gibi deniz temelli faaliyetleri ifade eder ve bunların karşılığında olan kara temelli hizmetleri ve altyapıyı içerir" (UNWTO, 2019a, s. 46).

| KRİTERLER (TURİZM EVRENİ) | | |

YENİ TANIM	

Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı deniz turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından tür olarak kabul edilmemiştir.

Buna etki eden temel neden, örgütün tanımında bunun bir turizm türü değil denizde yapılan çeşitli faaliyetlere fonksiyonel bir adlandırma olduğunun görülmesidir. Sadece örgütün değil Kozan ve diğerlerinin (2014, s. 116) deniz turizmi tanımı da tür özelliği taşımamaktadır. Çünkü yazarlara göre de deniz turizmden kasıt "ev sahibi deniz çevresi olan eğlence ve dinlenme faaliyetleridir".

4.2.16. İç su turizminin kavram açımlaması

TANIM	İç su turizmi, "kurvaziyer, yatçılık, kürek çekme ve deniz sporları gibi kara sınırları içinde yer alan sucul (/aquatic-influenced) ortamlarda gerçekleşen ve içerisinde göller, nehirler, göletler, akarsular, yeraltı suları, kaynaklar, mağara suları gibi iç sulak alanlar olarak adlandırılan yerlerde yapılan turizm faaliyetlerini ifade eder" (UNWTO, 2019a, s. 46).

KRİTERLER (TURİZM EVRENİ)		
EVREN	Olağan ikametgâh	Olağan ikametgâhının yasal/yönetsel sınırlarından ayrılış
		Olağan ikametgâhına dönme (round trip)
	Geçici konaklama	Bu ikametgâh dışında geçici süreliğine başka yerlerde bulunma (ziyaret etme)
	Süre	En az bir geceleme ya da 24 saat - en fazla 1 yıla kadar geçen bir süreyi kapsayacak şekilde
	Tüketim	Tüketici olarak turistik mal ve hizmetlerden (yeme-içme, turistik tesisler, çekim unsurları, ulaşım ve konaklamadan) faydalanma
ŞUBE	Geleneksel (Kitle) Turizmi	
	Alternatif (Niş) Turizm	
SINIF	Sosyal Turizm	
	Lüks Turizm	
FORM	Zorunlu	İç (Domestik) Turizm
		Yurt İçine Yönelik (Inbound) Turizm
		Yurt Dışına Yönelik (Outbound) Turizm
	Seçmeli	Yurt İçi (Internal) Turizmi
		Ulusal (National) Turizm
		Uluslararası (International) Turizm
KAYNAK	Doğal çevre	
	Yapay (Kültürel) çevre	
	Toplumsal (Sosyal) çevre	
ÇEŞİT	Dinlenme / Rekreasyon	
	Sosyal etkileşim	
	Kültürel edinim	
	(Hobiye dayalı) Özel ilgi	
	İş / Eğitimsel	
	Sağlık	
	Spor	

YENİ TANIM	

Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı iç su turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından tür olarak kabul edilmemiştir.

Burada en büyük sorun, tanım içeriğinde olan "kurvaziyer, yatçılık, kürek çekme ve deniz sporları gibi" pek çok farklı ana amaç içeren aktivitelerin bir arada sayılmasıdır. Kavram açımlamasına göre yan amaçlar olsa bir seyahatin yalnızca bir tane ana amaç taşıması gerekir.

Yine örgütün tanımından hareketle deniz turizmi ile kastedilen "kara sınırları içinde yer alan sucul ortamlarda gerçekleşen ve içerisinde göller, nehirler, göletler, akarsular, yeraltı suları, kaynaklar, mağara suları gibi iç sulak alanlar olarak adlandırılan yerlerde yapılan" turizm faaliyetlere genel olarak yapılan adlandırmadır.

4.2.17. Yat ve kurvaziyer turizminin kavram açımlaması

TANIM	Yat ve kurvaziyer turizmi, insanların yat ve kurvaziyerle seyahat etmelerinden doğan, yolcuya gemi içerisinde sunulan spor, fitness, eğlence ve kültürel alanlardaki aktiviteler sayesinde geminin bizzat kendisinin de seyahatin temel hedefleri arasında olduğu, bir turu boyunca eğlence ve tanıma gezisi maksatlarıyla tur güzergâhı üzerindeki limanlara uğrayan turizm türüdür (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 263; Yücel, 2007, s.96).

KRİTERLER (TURİZM EVRENİ)			
EVREN	Olağan ikametgâh	Olağan ikametgâhının yasal/yönetsel sınırlarından ayrılış	X
		Olağan ikametgâhına dönme (round trip)	X
	Geçici konaklama	Bu ikametgâh dışında geçici süreliğine başka yerlerde bulunma (ziyaret etme)	X
	Süre	En az bir geceleme ya da 24 saat - en fazla 1 yıla kadar geçen bir süreyi kapsayacak şekilde	X
	Tüketim	Tüketici olarak turistik mal ve hizmetlerden (yeme-içme, turistik tesisler, çekim unsurları, ulaşım ve konaklamadan) faydalanma	X
ŞUBE	Geleneksel (Kitle) Turizmi		
	Alternatif (Niş) Turizm		X
SINIF	Sosyal Turizm		
	Lüks Turizm		X
FORM	Zorunlu	İç (Domestik) Turizm	X
		Yurt İçine Yönelik (Inbound) Turizm	
		Yurt Dışına Yönelik (Outbound) Turizm	
	Seçmeli	Yurt İçi (Internal) Turizmi	
		Ulusal (National) Turizm	
		Uluslararası (International) Turizm	X
KAYNAK	Doğal çevre		
	Yapay (Kültürel) çevre		X
	Toplumsal (Sosyal) çevre		
ÇEŞİT	Dinlenme / Rekreasyon		X
	Sosyal etkileşim		
	Kültürel edinim		
	(Hobiye dayalı) Özel ilgi		
	İş / Eğitimsel		
	Sağlık		
	Spor		

YENİ TANIM	Akoğlan Kozak ve Bahçe (2012, s. 263) ve Yücel'in (2007, s. 96) yaptığı yat ve kurvaziyer turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: **İç ya da uluslararası yönelimle** insanların **yapay çevrenin unsuru** olan yat ve kurvaziyerle seyahat etmelerinden doğan, yolcuya gemi içerisinde sunulan spor, fitness, eğlence ve kültürel alanlardaki aktiviteler sayesinde geminin bizzat kendisinin de seyahatin **dinlenme ya da rekreasyon (ana) amacı** ~~temel hedefleri~~ arasında olduğu, bir turu boyunca eğlence ve tanıma gezisi maksatlarıyla tur güzergâhı üzerindeki limanlara uğrayan **lüks** bir **alternatif/niş** turizm türüdür.

Akoğlan Kozak ve Bahçe (2012, s. 263) ve Yücel'in (2007, s. 96) yaptığı yat ve kurvaziyer turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"İç ya da uluslararası yönelimle insanların yapay çevrenin unsuru olan yat ve kurvaziyerle seyahat etmelerinden doğan, yolcuya gemi içerisinde sunulan spor, fitness, eğlence ve kültürel alanlardaki aktiviteler sayesinde geminin bizzat kendisinin de seyahatin dinlenme ya da rekreasyon (ana) amacı arasında olduğu, bir turu boyunca eğlence ve tanıma gezisi maksatlarıyla tur güzergâhı üzerindeki limanlara uğrayan lüks bir alternatif/niş turizm türüdür".

4.2.18. Kumar turizminin kavram açımlaması

TANIM	Özünde ya bir bağımlılığa dayanan (ya da zamanla dönüşen) ya da bir eğlence aracı olarak görülen ve bütün semavi dinlerce yasaklanmış olan kumar, seyahat nedeni olarak ele alındığında diğer eğlence biçimlerinin satın alınmasına benzer bir biçimde rekreasyonel bir aktivite olarak düşünülebilir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 264).

KRİTERLER (TURİZM EVRENİ)																										
			X	X	X	X	X		X		X	X					X		X					X			
EVREN	Olağan ikametgâh	Olağan ikametgâhının yasal/yönetsel sınırlarından ayrılış																									
		Olağan ikametgâhına dönme (round trip)																									
	Geçici konaklama	Bu ikametgâh dışında geçici süreliğine başka yerlerde bulunma (ziyaret etme)																									
	Süre	En az bir geceleme ya da 24 saat - en fazla 1 yıla kadar geçen bir süreyi kapsayacak şekilde																									
	Tüketim	Tüketici olarak turistik mal ve hizmetlerden (yeme-içme, turistik tesisler, çekim unsurları, ulaşım ve konaklamadan) faydalanma																									
ŞUBE	Geleneksel (Kitle) Turizmi																										
	Alternatif (Niş) Turizm																										
SINIF	Sosyal Turizm																										
	Lüks Turizm																										
FORM	Zorunlu	İç (Domestik) Turizm																									
		Yurt İçine Yönelik (Inbound) Turizm																									
		Yurt Dışına Yönelik (Outbound) Turizm																									
	Seçmeli	Yurt İçi (Internal) Turizmi																									
		Ulusal (National) Turizm																									
		Uluslararası (International) Turizm																									
KAYNAK	Doğal çevre																										
	Yapay (Kültürel) çevre																										
	Toplumsal (Sosyal) çevre																										
ÇEŞİT	Dinlenme / Rekreasyon																										
	Sosyal etkileşim																										
	Kültürel edinim																										
	(Hobiye dayalı) Özel ilgi																										
	İş / Eğitimsel																										
	Sağlık																										
	Spor																										

YENİ TANIM	Akoğlan Kozak ve Bahçe'nin (2012, s. 264) yaptığı kumar turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: **İç ya da uluslararası yönelimle** insanların **yapay çevrenin unsuru olarak** ~~özünde ya bir bağımlılığa dayanan (ya da zamanla dönüşen) ya da bir~~ eğlence aracı ~~olarak görülen ve bütün semavi dinlerce yasaklanmış olan~~ ve rekreasyonel bir aktivite olarak kumar **oynamak güdüsüyle hobi ya da özel ilgi (ana)** seyahat **amacıyla** ~~nedeni olarak ele alındığında diğer eğlence biçimlerinin satın alınmasına benzer bir biçimde düşünülebilir~~ **yapılan lüks** bir **alternatif/niş turizm türüdür.**

Akoğlan Kozak ve Bahçe'nin (2012, s. 264) yaptığı kumar turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır. Tanımda olan, kumar kavramının özüne ilişkin ifadeler ise silinmiştir. Kumar kavramı yazarlar tarafından bir eğlence aracı olarak düşünülmüş ve tanımlanmışsa da Douglas ve diğerleri (2001, s. 4) "bireylerin veya grupların belirli özel ilgi motifleri tarafından yönlendirilen, uyumlaştırılmış boş zaman ve eğlendinlen yaşantı ya da deneyimleri" olarak tanımladığı özel ilgi turizmi türü olduğu düşünülmektedir. Benzer şekilde Novelli'ye (2011, s. 13) göre özel ilgi turizmi "tatil tercihleri spesifik motivasyonlar ile mülhem ve tatmin seviyeleri peşinde koştukları deneyim ile belirlenen tüketicileri içeren bir turizm çeşidi" olarak tanımlanmaktadır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"İç ya da uluslararası yönelimle insanların yapay çevrenin unsuru olarak eğlence aracı ve rekreasyonel bir aktivite olarak kumar oynamak güdüsüyle hobi ya da özel ilgi (ana) seyahat amacıyla yapılan lüks bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.19. Uzay turizminin kavram açımlaması

TANIM	Uzay turizmi; gelecek dönemler projeksiyonu açısından dünya dışı yerlere gidip oralarda konaklamaya yönelik turizm faaliyetlerini bünyesinde barındıran bir turizm türüdür (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012, s. 266).

| KRİTERLER (TURİZM EVRENİ) | | |

YENİ TANIM	

Akoğlan Kozak ve Bahçe (2012, s. 266) tarafından yapılan uzay turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından tür olarak kabul edilmemiştir.

Burada en önemli sorun, tanım içeriğinde olan geçici konaklama ve tüketim durumlarına dair belirsizliktir. Uygulama da çok kısıtlı olan, birkaç ayrıcalıklı kişinin katıldığı uzay turizmi kavramı Crouch ve diğerlerinin (2009, s. 441) tahminine göre 20. yüzyılda sivil havacılık endüstrisi ile aynı ölçüde başarılı olursa, ekonomik bir dev olmaktan çıkıp çok geniş talep oluşturacak bir endüstri olabilir. Yaygınlaştıktan ve temel turizm evreni özellikleri kazandıktan sonra, türe dair değerlendirme tekrar yapıldığında farklı bir sonuç da çıkabilir.

Görünen o ki 1970'ten beri var olan ticari uzay pazarı (Reddy ve diğerleri, 2012, s. 1093) şimdilik bireysel olarak yapılabilen ultra lüks niş bir pazar adlandırması olarak görünmektedir. Kiper ve Batman (2018) tarafından yapılan uzay turizmine dair bibliyometrik analiz sonucunda, "uzay turizmi, uzay ile ilgili çalışmaların yapılabilmesi için maddi kaynak teşkil etmektedir. Bu nedenle uzay turizmi sadece bir turizm faaliyeti değildir" diyerek bu buşguyu destekler nitelikte sonuç elde etmiştir (s 83). Yazarlara göre;

> Uzay turizmi, turizm türleri arasında hitap ettiği kitle olarak en dar turizm türlerindenbirisidir. Gereksinim duyulan harcanabilir gelir çok yüksek düzeydedir. Ayrıca uzay turizmi için gereken tek unsur yüksek bir gelir değildir. Uzay'a turist gönderebilmek için teknolojik çalışmaların gelişmiş ve sınanmış olması gerekmektedir. Öte yandan, uzay'a gidecek turistilerin, uzay ortamında bulunacak olmalarından ötürü sağlamaları gereken ciddi sağlık kriterleri mevcuttur. Tüm bunlardan dolayı, uzay turizminin bir kitle turizmi faaliyetine dönüşmesini beklemek doğru olmayacaktır. Uzay turizminin bir gün kitlesel ve gündelik bir turizm faaliyeti haline gelebileceğini, uzay turizminin potansiyelinin burada olduğunu düşünen çok sayıda yazar mevcuttur. Ancak bu durum, uzay turizminin kendine has çekiciliğini azaltan bir etken olacaktır. Bu konu akademik çalışmalarca sınanması gereken bir konudur (ss. 83-84).

4.2.20. Kuş gözlemciliği turizminin kavram açımlaması

TANIM	Kuş gözlemciliği, kuşların doğal ortamlarında dürbün veya teleskop gibi optik cihazlar kullanılarak gözlemlenmesine dayanan, doğayı kuşların dünyasından tanımayı sağlayan bir turizm faaliyeti ve bir gözlem sporudur (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020; Saydan ve Küçükaslan, 2007, s. 116; Avcıkurt ve Köroğlu, 2008, s. 74; Kordowska, 2014, s. 132).

KRİTERLER (TURİZM EVRENİ)																												
						X	X	X	X	X		X	X		X					X	X					X			
EVREN	Olağan ikametgâh	Olağan ikametgâhının yasal/yönetsel sınırlarından ayrılış																										
		Olağan ikametgâhına dönme (round trip)																										
	Geçici konaklama	Bu ikametgâh dışında geçici süreliğine başka yerlerde bulunma (ziyaret etme)																										
	Süre	En az bir geceleme ya da 24 saat - en fazla 1 yıla kadar geçen bir süreyi kapsayacak şekilde																										
	Tüketim	Tüketici olarak turistik mal ve hizmetlerden (yeme-içme, turistik tesisler, çekim unsurları, ulaşım ve konaklamadan) faydalanma																										
ŞUBE	Geleneksel (Kitle) Turizmi																											
	Alternatif (Niş) Turizm																											
SINIF	Sosyal Turizm																											
	Lüks Turizm																											
FORM	Zorunlu	İç (Domestik) Turizm																										
		Yurt İçine Yönelik (Inbound) Turizm																										
		Yurt Dışına Yönelik (Outbound) Turizm																										
	Seçmeli	Yurt İçi (Internal) Turizmi																										
		Ulusal (National) Turizm																										
		Uluslararası (International) Turizm																										
KAYNAK	Doğal çevre																											
	Yapay (Kültürel) çevre																											
	Toplumsal (Sosyal) çevre																											
ÇEŞİT	Dinlenme / Rekreasyon																											
	Sosyal etkileşim																											
	Kültürel edinim																											
	(Hobiye dayalı) Özel ilgi																											
	İş / Eğitimsel																											
	Sağlık																											
	Spor																											

YENİ TANIM	Kültür ve Turizm Bakanlığı, Saydan ve Küçükaslan (2007, s. 116), Avcıkurt ve Köroğlu (2008, s. 74) ve Kordowska'nın (2014, s. 132) yaptığı kuş gözlemciliği turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: **İç ya da uluslararası yönelimle ziyaretçilerin**; kuşların doğal **çevre** ortamlarında dürbün veya teleskop gibi optik cihazlar kullanılarak gözlemlenmesine dayanan, doğayı kuşların dünyasından tanımayı sağlayan **hobi ya da özel ilgi (ana seyahat) amacıyla yapılan sosyal** bir **alternatif/niş** turizm **türüdür.** ~~faaliyeti ve bir gözlem sporudur~~

Kültür ve Turizm Bakanlığı, Saydan ve Küçükaslan (2007, s. 116), Avcıkurt ve Köroğlu (2008, s. 74) ve Kordowska'nın (2014, s. 132) yaptığı kuş gözlemciliği turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır. Özellikle ana amacı konusunda Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Avcıkurt ve Köroğlu (2008: 74) tarafından spor olduğu konusunda itilaflar olsa da araştırma kapsamında özel ilgi temelli bir tür olduğu kabul edilmiştir.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"İç ya da uluslararası yönelimle ziyaretçilerin; kuşların doğal çevre ortamlarında dürbün veya teleskop gibi optik cihazlar kullanılarak gözlemlenmesine dayanan, doğayı kuşların dünyasından tanımayı sağlayan hobi ya da özel ilgi (ana seyahat) amacıyla yapılan sosyal bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.21. Tanaturizmin kavram açımlaması

TANIM	Tanaturizm; "hayatlarımıza sadece duygusal yönden dokunan değil onları siyasi ve sosyal politika açısından da etkilemeye devam eden trajedi ya da tarihsel olarak dikkate şayan ölümlerin gerçekleştiği yerlere ziyarettir" Tarlow (2011, ss. 48-49).

| KRİTERLER (TURİZM EVRENİ) | | |

YENİ TANIM	Tarlow'un (2011, ss. 48-49) yaptığı tanaturizm tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: **İç ya da uluslararası yönelimle ziyaretçilerin** ~~hayatlarımıza~~ hayatlarına sadece duygusal yönden dokunan değil onları siyasi ve sosyal politika açı~~sın~~dan da etkilemeye devam eden trajedi ya da tarihsel olarak dikkate şayan ölümlerin gerçekleştiği **kültürel çevre unsuru** yerlere ziyaret~~tir~~ içeren **kültürel edinim (ana seyahat) amacıyla** yapılan **sosyal ya da lüks** bir **alternatif/niş turizm türüdür.**

Tarlow'un (2011, ss. 48-49) yaptığı tanaturizm tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır..

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"İç ya da uluslararası yönelimle ziyaretçilerin hayatlarına sadece duygusal yönden dokunan değil onları siyasi ve sosyal politika açıdan da etkilemeye devam eden trajedi ya da tarihsel olarak dikkate şayan ölümlerin gerçekleştiği kültürel çevre unsuru yerlere ziyaret içeren kültürel edinim (ana seyahat) amacıyla yapılan sosyal ya da lüks bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.22. Gastronomi turizminin kavram açımlaması

TANIM	
	Gastronomi turizmi "temel motivasyonu özel bir yemek türünü tatmak veya bir yemeğin üretilmesini görmek amacıyla, yiyecek üreticilerini, yemek festivallerini, restoranları ve özel alanları ziyaret etmektir" Hall ve diğerleri (2003, s. 26).

| KRİTERLER (TURİZM EVRENİ) | | |

YENİ TANIM	Hall ve diğerlerinin (2003, s. 26) yaptığı gastronomi turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: **İç ya da uluslararası yönelimle ziyaretçilerin** temel motivasyonu özel bir yemek türünü tatmak veya bir yemeğin üretilmesini görmek amacıyla **kültürel çevre unsuru** yiyecek üreticilerini, yemek festivallerini, restoranları ve özel alanları **özel ilgi (ana seyahat) amacıyla** ziyaret ~~etmektir~~ etmeyi içeren **sosyal ya da lüks** bir **alternatif/niş turizm türüdür.**

Hall ve diğerlerinin (2003, s. 26) yaptığı gastronomi turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır..

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"İç ya da uluslararası yönelimle ziyaretçilerin temel motivasyonu özel bir yemek türünü tatmak veya bir yemeğin üretilmesini görmek amacıyla kültürel çevre unsuru yiyecek üreticilerini, yemek festivallerini, restoranları ve özel alanları özel ilgi (ana seyahat) amacıyla ziyaret etmeyi içeren sosyal ya da lüks bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.23. Şarap turizminin kavram açımlaması

TANIM	Şarap turizmi; amacı genellikle kaynağında veya yakınında üzüm bağlarını, şarap imalathanelerini ziyaret etmek, tatmak, şarap tüketmek ve/veya satın almak olan turizmi ifade eder (UNTWO, 2019a, s. 44).

KRİTERLER (TURİZM EVRENİ)			
EVREN	Olağan ikametgâh	Olağan ikametgâhının yasal/yönetsel sınırlarından ayrılış	X
		Olağan ikametgâhına dönme (round trip)	X
	Geçici konaklama	Bu ikametgâh dışında geçici süreliğine başka yerlerde bulunma (ziyaret etme)	X
	Süre	En az bir geceleme ya da 24 saat - en fazla 1 yıla kadar geçen bir süreyi kapsayacak şekilde	X
	Tüketim	Tüketici olarak turistik mal ve hizmetlerden (yeme-içme, turistik tesisler, çekim unsurları, ulaşım ve konaklamadan) faydalanma	X
ŞUBE	Geleneksel (Kitle) Turizmi		
	Alternatif (Niş) Turizm		X
SINIF	Sosyal Turizm		X
	Lüks Turizm		X
FORM	Zorunlu	İç (Domestik) Turizm	X
		Yurt İçine Yönelik (Inbound) Turizm	
		Yurt Dışına Yönelik (Outbound) Turizm	
	Seçmeli	Yurt İçi (Internal) Turizmi	
		Ulusal (National) Turizm	
		Uluslararası (International) Turizm	X
KAYNAK	Doğal çevre		
	Yapay (Kültürel) çevre		X
	Toplumsal (Sosyal) çevre		X
ÇEŞİT	Dinlenme / Rekreasyon		
	Sosyal etkileşim		
	Kültürel edinim		
	(Hobiye dayalı) Özel ilgi		X
	İş / Eğitimsel		
	Sağlık		
	Spor		

YENİ TANIM	Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı şarap turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: **İç ya da uluslararası yönelimle ziyaretçilerin** amacı genellikle **kültürel ya da toplumsal çevrenin** kaynağında veya yakınında üzüm bağlarını, şarap imalathanelerini ziyaret etmek, tatmak, şarap tüketmek ve/veya satın almak olan **özel ilgi (ana seyahat) amacıyla yapılan sosyal veya lüks** bir **alternatif/niş** turizm **türüdür.**

Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı şarap turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"İç ya da uluslararası yönelimle ziyaretçilerin amacı genellikle kültürel ya da toplumsal çevrenin kaynağında veya yakınında üzüm bağlarını, şarap imalathanelerini ziyaret etmek, tatmak, şarap tüketmek ve/veya satın almak olan özel ilgi (ana seyahat) amacıyla yapılan sosyal veya lüks bir alternatif/niş turizm türüdür."

Dünya Turizm Örgütü'ne göre şarap turizmi, gastronomi turizminin bir alt türü olarak ele alınmaktadır. Araştırma kapsamında alt-tür taksono dâhil edilmediği için şarap turizmi hobiye dayalı özel ilgi turizm türlerinden biri olarak kabul edilmektedir.

4.2.24. Fotografik turizmin kavram açımlaması

TANIM	Fotoğraf turizmi, "turistin kendisine özgü konuları fotoğraflamak amacıyla belirli bir yeri ziyaret ettiği özel ilgi turizmi biçimidir" (Gogoi, 2014, s. 111).

| | KRİTERLER (TURİZM EVRENİ) | | |

YENİ TANIM	Gogoi'nin (2014, s. 111) yaptığı fotografik turizm tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: **İç ya da uluslararası yönelimle gelen** turistin kendisine özgü konuları fotoğraflamak amacıyla **doğal, kültürel ya da toplumsal çevre unsuru** belirli bir yeri ziyaret ettiği özel ilgi **(ana seyahat) amacıyla** yapılan **sosyal ya da lüks** bir **alternatif/niş** turizm ~~biçimidir~~ **türüdür.**

Gogoi'nin (2014, s. 111) yaptığı fotografik turizm tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu ve (4) bu türün kullandığı kaynak unsurudur

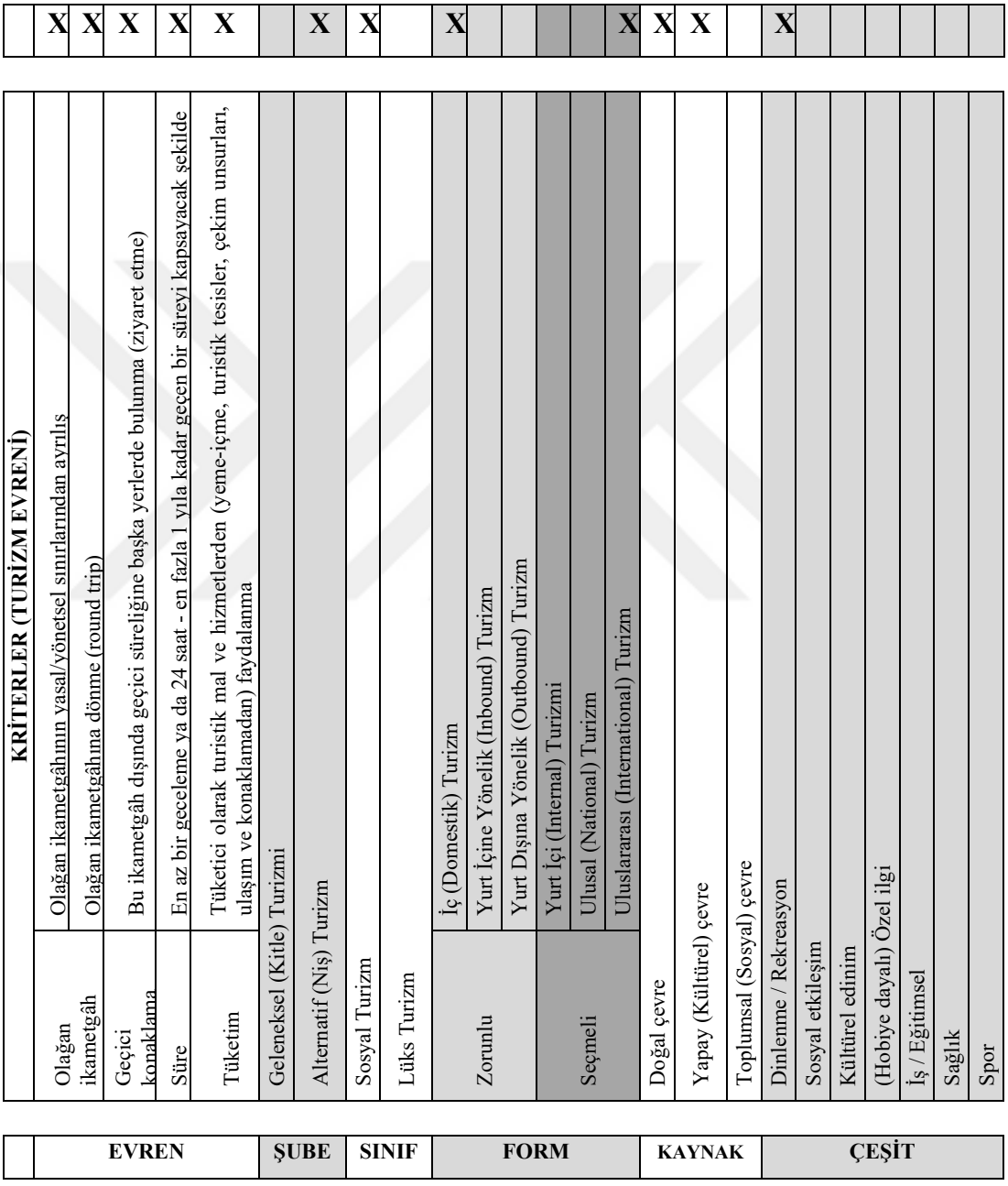
Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"İç ya da uluslararası yönelimle gelen turistin kendisine özgü konuları fotoğraflamak amacıyla doğal, kültürel ya da toplumsal çevre unsuru belirli bir yeri ziyaret ettiği özel ilgi (ana seyahat) amacıyla yapılan sosyal ya da lüks bir alternatif/niş turizm türüdür."

Tanımdan da anlaşılacağı gibi fotoğraf turizminin iki önemli özelliğinin altı çizilmektedir: (1) belirli bir yeri ziyaret etmenin arkasındaki temel amacın fotoğraf çekmek olması ve (2) [bu fotoğrafı çekilen] öznelerin benzersiz olması.

4.2.25. Kamp / çadır ve karavan turizminin kavram açımlaması

TANIM	Kamp/çadır ve karavan turizmi turistlerin gerek kendi imkânlarıyla doğayı kullanarak ve kendi ekipmanlarıyla gerçekleştirdiği gerekse kamp-karavan için hizmet üreten tesislerden yararlandığı; doğal yapının kontrollü kullanımına özen gösteren ve bireysel tercihleri ön plana çıkaran bir turizm türüdür (Saydan ve Küçükaslan, 2007, s. 118).



YENİ TANIM	Saydan ve Küçükaslan'ın (2007: 118) yaptığı kamp/çadır ve karavan turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: **İç ya da uluslararası yönelimde olan** turistlerin gerek kendi imkânlarıyla ~~doğayı~~ **doğal çevre unsurunu** kullanarak ve kendi ekipmanlarıyla gerçekleştirdiği gerekse **kültürel çevre unsuru** kamp-karavan için hizmet üreten tesislerden yararlandığı; doğal yapının kontrollü kullanımına özen gösteren ve bireysel tercihleri ön plana çıkaran **dinlenme/rekreasyon (ana seyahat) amacıyla** yapılan **sosyal** bir **alternatif/niş** turizm türüdür.

Saydan ve Küçükaslan'ın (2007, s. 118) yaptığı kamp/çadır ve karavan turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"İç ya da uluslararası yönelimde olan turistlerin gerek kendi imkânlarıyla doğal çevre unsurunu kullanarak ve kendi ekipmanlarıyla gerçekleştirdiği gerekse kültürel çevre unsuru kamp-karavan için hizmet üreten tesislerden yararlandığı; doğal yapının kontrollü kullanımına özen gösteren ve bireysel tercihleri ön plana çıkaran dinlenme/rekreasyon (ana seyahat) ama-cıyla yapılan sosyal bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.26. İş turizminin kavram açımlaması

TANIM	İş turizmi; ziyaretçilerin belirli bir profesyonel ve/veya ticari bir amaçla işyerleri ve ikametgâhlarının bulunduğu yer dışındaki bir toplantıya, bir faaliyete veya bir etkinliğe katılmak sebebiyle seyahat ettikleri bir turizm aktivitesidir (UNWTO, 2019a, s. 42).

| KRİTERLER (TURİZM EVRENİ) | | |

YENİ TANIM	Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı iş turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: **İç ya da uluslararası yönelimle gelen** ziyaretçilerin belirli bir profesyonel ve/veya ticari bir amaçla işyerleri ve ikametgâhlarının bulunduğu yer dışındaki **sosyal çevre unsuru** bir toplantıya, bir faaliyete veya bir etkinliğe katılmak sebebiyle **iş/eğitim (ana)** seyahat **amacıyla** yapılan **sosyal ya da lüks** bir **alternatif/niş** turizm ~~aktivitesidir~~ **türüdür.**

Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı iş turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"İç ya da uluslararası yönelimle gelen ziyaretçilerin belirli bir profesyonel ve/veya ticari bir amaçla işyerleri ve ikametgâhlarının bulunduğu yer dışındaki sosyal çevre unsuru bir toplantı-ya, bir faaliyete veya bir etkinliğe katılmak sebebiyle iş/eğitim (ana) seyahat amacıyla yapılan sosyal ya da lüks bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.27. Eğitim turizminin kavram açımlaması

TANIM	
	Eğitim turizmi "turistlerin öğrenme, kendini geliştirme, entelektüel büyüme ve beceri geliştirme konularında birincil motivasyon ve deneyimiyle ilgili turizm türlerini kapsayan seyahatlerdir" (UNWTO, 2019a, s. 52).

| KRİTERLER (TURİZM EVRENİ) | | |

YENİ TANIM	Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı eğitim turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: Turistlerin **iç ya da uluslararası yönelimle** öğrenme, kendini geliştirme, entelektüel büyüme ve beceri geliştirme konularında birincil motivasyon ve deneyimiyle ilgili **kültürel ve toplumsal çevre unsurlarını** kullanan, **sosyal ya da lüks**, **alternatif/niş** turizm türlerini kapsayan **eğitim (ana seyahat) amacıyla yapılan** seyahatlerdir.

Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı eğitim turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"Turistlerin iç ya da uluslararası yönelimle öğrenme, kendini geliştirme, entelektüel büyüme ve beceri geliştirme konularında birincil motivasyon ve deneyimiyle ilgili kültürel ve toplumsal çevre unsurlarını kullanan, sosyal ya da lüks, alternatif/niş turizm türlerini kapsayan eğitim (ana seyahat) amacıyla yapılan seyahatlerdir."

4.2.28. Kongre ve toplantı turizminin kavram açımlaması

TANIM	Kongre ya da toplantı turizmi; "kişilerin sürekli konakladıkları veya çalıştıkları yerler dışında uzmanlık gerektiren akademik alan veya mesleklerde belirli konularda bilgi alışverişini sağlamak için bir araya gelerek ortak yer ya da mekân buluşmalarından doğan ve bu organizasyonlarda seyahat, konaklama, yiyecek-içecek, hoş zaman geçirme ve diğer ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olarak gerçekleştirilen faaliyetlerin tümüdür" (Kara, 2007, ss. 244, 248).

| | KRİTERLER (TURİZM EVRENİ) | | |

YENİ TANIM	Kara'nın (2007, ss. 244, 248) yaptığı kongre ve toplantı turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: **İç ya da uluslararası yönelimle** kişilerin sürekli konakladıkları veya çalıştıkları yerler dışında **kültürel ve toplumsal çevre unsurlarını** kullanarak, uzmanlık gerektiren akademik alan veya mesleklerde belirli konularda bilgi alışverişini sağlamak için bir araya gelerek ortak yer ya da mekân buluşmalarından doğan ve bu organizasyonlarda seyahat, konaklama, yiyecek-içecek, hoş zaman geçirme ve diğer ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olarak gerçekleştirilen faaliyetlerin tümüdür kapsayan **iş/eğitim (ana seyahat) amacıyla yapılan sosyal ya da lüks** bir **alternatif/niş** turizm **türüdür**.

Kara'nın (2007, ss. 244, 248) yaptığı kongre ve toplantı turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

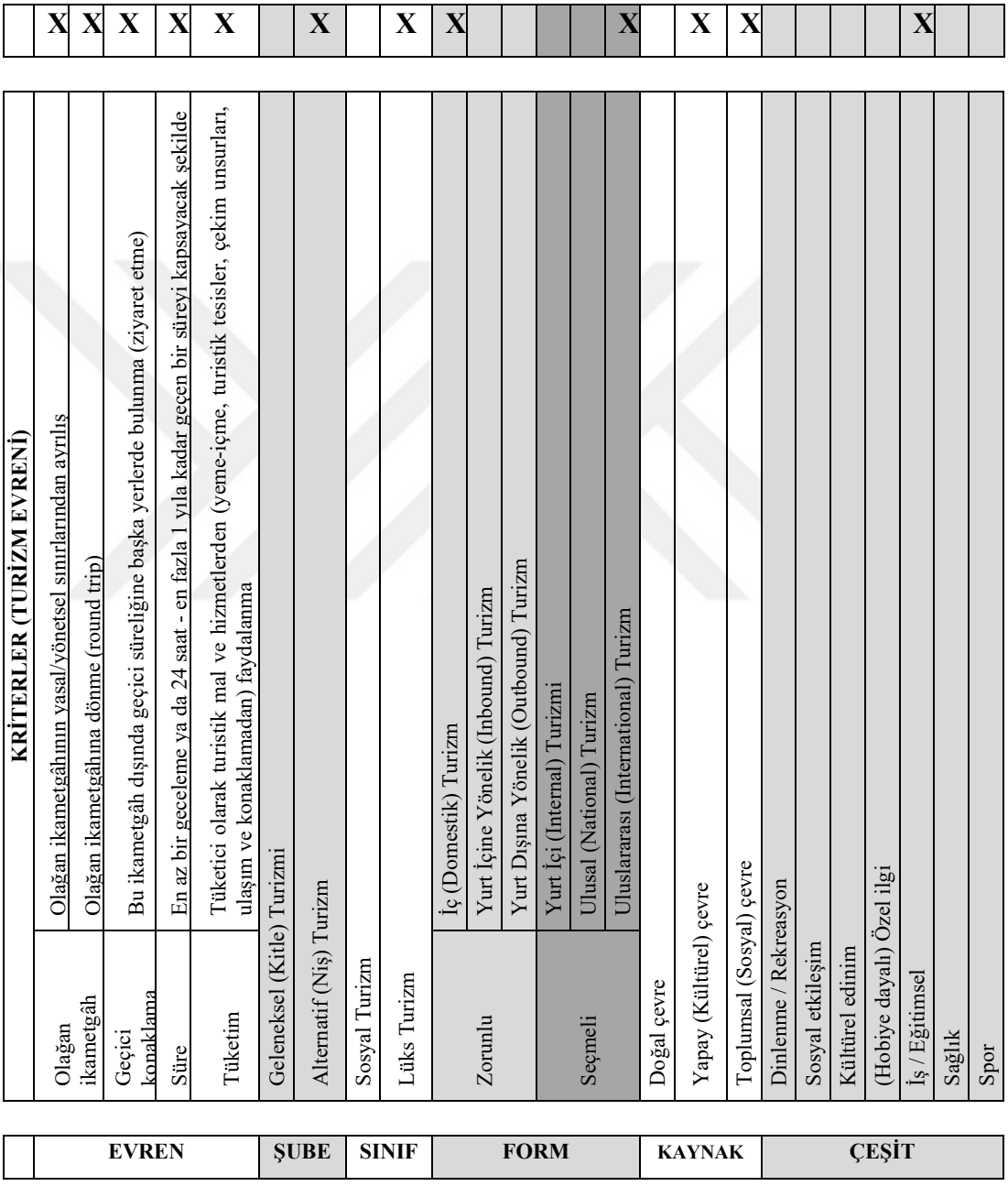
Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"İç ya da uluslararası yönelimle kişilerin sürekli konakladıkları veya çalıştıkları yerler dışında kültürel ve toplumsal çevre unsurlarını kullanarak, uzmanlık gerektiren akademik alan veya mesleklerde belirli konularda bilgi alışverişini sağlamak için bir araya gelerek ortak yer ya da mekân buluşmalarından doğan ve bu organizasyonlarda seyahat, konaklama, yiyecek-içecek, hoş zaman geçirme ve diğer ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olarak gerçekleştirilen faaliyetleri kapsayan iş/eğitim (ana seyahat) amacıyla yapılan sosyal ya da lüks bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.29. Teşvik/özendirme turizminin kavram açımlaması

TANIM	Teşvik turizmi "işletmelerin belirledikleri amaçlara ulaşmak için çağdaş bir yönetim aracı olarak kullandıkları, iş görenlerin çeşitli şekillerde ödüllendirilmesi ve motive edilmesi ile çeşitli toplantılarla eğitilmesi temeline dayanan, seyahat endüstrisinin iş turizmi sektöründe yer alan sıra dışı bir tatil sistemi" olarak tanımlanabilir (Güner, 2007, ss. 228-229).



YENİ TANIM	Güner'in (2007, ss. 228-229) yaptığı teşvik turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: İşletmelerin belirledikleri amaçlara ulaşmak için çağdaş bir yönetim aracı olarak kullandıkları, **İç ya da uluslararası yönelimle** iş görenlerin **kültürel ve toplumsal çevre unsurlarını** kullanarak çeşitli şekillerde ödüllendirilmesi ve motive edilmesi ile çeşitli toplantılarla eğitilmesi temeline dayanan, seyahat endüstrisinin iş (**ana seyahat) amacıyla yapılan,** çoğunlukla **lüks** bir **alternatif/niş** turizm **türüdür**. ~~sektöründe yer alan sıra dışı bir tatil sistemi~~

Güner'in (2007, ss. 228-229) yaptığı teşvik turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu ve (4) bu türün kullandığı kaynak unsurudur.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"İşletmelerin belirledikleri amaçlara ulaşmak için çağdaş bir yönetim aracı olarak kullandıkları, İç ya da uluslararası yönelimle iş görenlerin kültürel ve toplumsal çevre unsurlarını kulla-narak çeşitli şekillerde ödüllendirilmesi ve motive edilmesi ile çeşitli toplantılarla eğitilmesi temeline dayanan, seyahat endüstrisinin iş (ana seyahat) amacıyla yapılan, çoğunlukla lüks bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.30. Fuar ve gösteri turizminin kavram açımlaması

TANIM	
	Gösteri ve fuar turizmi, belli yerlerde ve belli süreliğine gösterilecek olan belli ürünleri sunma ya da tanımaya giden bireylerin seyahatleri olarak tanımlanabilir (Aymankuy, 2010, s. 186).

| | KRİTERLER (TURİZM EVRENİ) | | |

YENİ TANIM	Aymankuy'un (2010, s. 186) yaptığı fuar ve gösteri turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: **Kültürel ve toplumsal çevre unsurlarını** kullanarak belli yerlerde ve belli süreliğine gösterilecek olan belli ürünleri sunma ya da tanımaya **iç ya da uluslararası yönelimle** giden bireylerin seyahatleri kapsayan **iş/eğitim (ana seyahat) amacıyla yapılan,** çoğunlukla **lüks** bir **alternatif/niş** turizm **türüdür**.

Aymankuy'un (2010, s. 186) yaptığı fuar ve gösteri turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"Kültürel ve toplumsal çevre unsurlarını kullanarak belli yerlerde ve belli süreliğine gösterile-cek olan belli ürünleri sunma ya da tanımaya iç ya da uluslararası yönelimle giden bireylerin seyahatleri kapsayan iş/eğitim (ana seyahat) amacıyla yapılan, çoğunlukla lüks bir alterna-tif/niş turizm türüdür."

4.2.31. Sağlık turizminin kavram açımlaması

TANIM	Sağlık turizmi; "ana motivasyon olarak bireylerin kendi ihtiyaçlarını karşılama ve çevreleri ve bulundukları toplumda birey olarak daha iyi işlev görme kapasitelerini artıran tıbbi ve sağlık temelli faaliyetler yoluyla fiziksel, zihinsel ve/veya ruhsal sağlığa katkı sağlayan turizm türlerini kapsamaktadır" (UNWTO, 2019a, s. 38).

| KRİTERLER (TURİZM EVRENİ) | | |

YENİ TANIM	Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı sağlık turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: ~~ana motivasyon olarak~~ **İç ya da uluslararası yönelimle** bireylerin kendi ihtiyaçlarını karşılama ve çevreleri ve bulundukları toplumda birey olarak daha iyi işlev görme kapasitelerini artıran **doğal ve kültürel çevre unsurlarını** kullanarak tıbbi ve sağlık temelli faaliyetler yoluyla fiziksel, zihinsel ve/veya ruhsal sağlığa katkı sağlayan **sağlık (ana seyahat) amacıyla yapılan sosyal ya da lüks alternatif/niş** turizm türleridir.

Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı sağlık turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"İç ya da uluslararası yönelimle bireylerin kendi ihtiyaçlarını karşılama ve çevreleri ve bulundukları toplumda birey olarak daha iyi işlev görme kapasitelerini artıran doğal ve kültürel çevre unsurlarını kullanarak tıbbi ve sağlık temelli faaliyetler yoluyla fiziksel, zihinsel ve/veya ruhsal sağlığa katkı sağlayan sağlık (ana seyahat) amacıyla yapılan sosyal ya da lüks alternatif/niş turizm türleridir."

4.2.32. Termal turizminin kavram açımlaması

TANIM	Termal ya da kaplıca turizmi; "termomineral su banyosu, içme, inhalasyon, çamur ban-yosu gibi çeşitli türdeki yöntemlerin yanında iklim kürü, fizik tedavi, rehabilitasyon, egzersiz, psikoterapi, diyet gibi destek tedavilerinin birleştirilmesi ile yapılan kür (tedavi) uygulamalarının yanı sıra termal suların eğlence ve rekreasyon amaçlı kullanımı ile meydana gelen" turizm türüdür (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020).

| KRİTERLER (TURİZM EVRENİ) | | |

YENİ TANIM	Bakanlığın yaptığı termal turizm tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: **İç ya da uluslararası yönelimle gelen ziyaretçilerin** termomineral su banyosu, içme, inhalasyon, çamur banyosu gibi çeşitli türdeki yöntemlerin yanında iklim kürü, fizik tedavi, rehabilitasyon, egzersiz, psikoterapi, diyet gibi destek tedavilerinin birleştirilmesi ile yapılan **doğal ve yapay çevre unsurlarını** kullanarak yapılan kür (tedavi) uygulamalarının yanı sıra termal suların eğlence ve rekreasyon amaçlı kullanımı ile meydana gelen **sağlık (ana seyahat) amaçlı sosyal ya da lüks** bir **alternatif/niş** turizm türüdür.

Bakanlığın yaptığı termal turizm tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"İç ya da uluslararası yönelimle gelen ziyaretçilerin termomineral su banyosu, içme, inhalas-yon, çamur banyosu gibi çeşitli türdeki yöntemlerin yanında iklim kürü, fizik tedavi, rehabili-tasyon, egzersiz, psikoterapi, diyet gibi destek tedavilerinin birleştirilmesi ile yapılan doğal ve yapay çevre unsurlarını kullanarak yapılan kür (tedavi) uygulamalarının yanı sıra termal suların eğlence ve rekreasyon amaçlı kullanımı ile meydana gelen sağlık (ana seyahat) amaçlı sosyal ya da lüks bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.33. Sağlıklı yaşam ve SPA turizminin kavram açımlaması

TANIM	Sağlıklı yaşam ve SPA turizmi; "fiziksel, zihinsel, duygusal, mesleki, entelektüel ve ruhsal olmak üzere insan yaşamının tüm ana alanlarını iyileştirmeyi ve dengelemeyi amaçlayan bir turizm faaliyetidir" (UNWTO, 2019a, s. 40).

| KRİTERLER (TURİZM EVRENİ) | | |

YENİ TANIM	Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı sağlıklı yaşam ve SPA turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: İ**ç ya da uluslararası yönelimle gelen ziyaretçilerin doğal, kültürel ve toplumsal çevre unsurlarını** kullanıp fiziksel, zihinsel, duygusal, mesleki, entelektüel ve ruhsal olmak üzere insan yaşamının tüm ana alanlarını iyileştirmeyi ve dengelemeyi hedefleyen **sağlık ana seyahat amaçlı sosyal ya da lüks** bir **alternatif/niş** turizm ~~faaliyetidir~~ **türüdür.**

Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı sağlıklı yaşam ve SPA turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"İç ya da uluslararası yönelimle gelen ziyaretçilerin doğal, kültürel ve toplumsal çevre un-surlarını kullanıp fiziksel, zihinsel, duygusal, mesleki, entelektüel ve ruhsal olmak üzere insan yaşamının tüm ana alanlarını iyileştirmeyi ve dengelemeyi hedefleyen sağlık ana seyahat amaçlı sosyal ya da lüks bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.34. Medikal tıp turizminin kavram açımlaması

TANIM	
	Medikal tıp turizmi "kanıta dayalı tıbbi iyileştirme kaynaklarının ve (ister tıbbi müdahale içeren olsun ister olmasın) hizmetlerinin kullanımını içeren bir turizm faaliyetidir" (UNWTO, 2019a, s. 40).

KRİTERLER (TURİZM EVRENİ)			
EVREN	Olağan ikametgâh	Olağan ikametgâhının yasal/yönetsel sınırlarından ayrılış	X
		Olağan ikametgâhına dönme (round trip)	X
	Geçici konaklama	Bu ikametgâh dışında geçici süreliğine başka yerlerde bulunma (ziyaret etme)	X
	Süre	En az bir geceleme ya da 24 saat - en fazla 1 yıla kadar geçen bir süreyi kapsayacak şekilde	X
	Tüketim	Tüketici olarak turistik mal ve hizmetlerden (yeme-içme, turistik tesisler, çekim unsurları, ulaşım ve konaklamadan) faydalanma	X
ŞUBE	Geleneksel (Kitle) Turizmi		
	Alternatif (Niş) Turizm		X
SINIF	Sosyal Turizm		X
	Lüks Turizm		X
FORM	Zorunlu	İç (Domestik) Turizm	X
		Yurt İçine Yönelik (Inbound) Turizm	
		Yurt Dışına Yönelik (Outbound) Turizm	
	Seçmeli	Yurt İçi (Internal) Turizmi	
		Ulusal (National) Turizm	
		Uluslararası (International) Turizm	X
KAYNAK	Doğal çevre		X
	Yapay (Kültürel) çevre		X
ÇEŞİT	Toplumsal (Sosyal) çevre		
	Dinlenme / Rekreasyon		
	Sosyal etkileşim		
	Kültürel edinim		
	(Hobiye dayalı) Özel ilgi		
	İş / Eğitimsel		
	Sağlık		X
	Spor		

YENİ TANIM	Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı tıp turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: **Doğal ve/veya yapay,** kanıta dayalı tıbbi iyileştirme kaynaklarının ve (ister tıbbi müdahale içeren (/invasive) olsun ister olmasın) hizmetlerinin i**ç ya da uluslararası yönelimle gelen ziyaretçiler** tarafından kullanımını içeren **sağlık (ana seyahat) amaçlı sosyal ya da lüks** bir **alternatif/niş** turizm ~~faaliyetidir~~ **türüdür.**

Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı tıp turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"Doğal ve/veya yapay, kanıta dayalı tıbbi iyileştirme kaynaklarının ve (ister tıbbi müdahale içeren (/invasive) olsun ister olmasın) hizmetlerinin iç ya da uluslararası yönelimle gelen ziyaretçiler tarafından kullanımını içeren sağlık (ana seyahat) amaçlı sosyal ya da lüks bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.35. Yaşlı bakımı turizminin kavram açımlaması

TANIM	
	Yaşlı bakımı turizmi "yaşlı bireylerin sağlığının korunması, gelişebilecek hastalıkların önlenmesi, tanı ve tedavilerine yönelik seyahatler" olarak tanımlanmaktadır (Gençay, 2007, s. 177).

KRİTERLER (TURİZM EVRENİ)			
EVREN	Olağan ikametgâh	Olağan ikametgâhının yasal/yönetsel sınırlarından ayrılış	X
		Olağan ikametgâhına dönme (round trip)	X
	Geçici konaklama	Bu ikametgâh dışında geçici süreliğine başka yerlerde bulunma (ziyaret etme)	X
	Süre	En az bir geceleme ya da 24 saat - en fazla 1 yıla kadar geçen bir süreyi kapsayacak şekilde	X
	Tüketim	Tüketici olarak turistik mal ve hizmetlerden (yeme-içme, turistik tesisler, çekim unsurları, ulaşım ve konaklamadan) faydalanma	X
ŞUBE	Geleneksel (Kitle) Turizmi		
	Alternatif (Niş) Turizm		X
SINIF	Sosyal Turizm		X
	Lüks Turizm		X
FORM	Zorunlu	İç (Domestik) Turizm	X
		Yurt İçine Yönelik (Inbound) Turizm	
		Yurt Dışına Yönelik (Outbound) Turizm	
	Seçmeli	Yurt İçi (Internal) Turizmi	
		Ulusal (National) Turizm	
		Uluslararası (International) Turizm	X
KAYNAK	Doğal çevre		X
	Yapay (Kültürel) çevre		X
	Toplumsal (Sosyal) çevre		
ÇEŞİT	Dinlenme / Rekreasyon		
	Sosyal etkileşim		
	Kültürel edinim		
	(Hobiye dayalı) Özel ilgi		
	İş / Eğitimsel		
	Sağlık		X
	Spor		

YENİ TANIM	Gençay'ın (2007, s. 177) yaptığı yaşlı bakımı turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: **İç ya da uluslararası yönelimde** olan yaşlı bireylerin sağlığının korunması, gelişebilecek hastalıkların önlenmesi, tanı ve tedavilerine yönelik **sağlık (ana seyahat) amaçlı sosyal ya da lüks** bir **alternatif/niş** bir ~~seyahatler~~ **turizm türüdür.**

Gençay'ın (2007, s. 177) yaptığı yaşlı bakımı turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"İç ya da uluslararası yönelimde olan yaşlı bireylerin sağlığının korunması, gelişebilecek has-talıkların önlenmesi, tanı ve tedavilerine yönelik sağlık (ana seyahat) amaçlı sosyal ya da lüks bir alternatif/niş bir turizm türüdür."

4.2.36. Sağaltıcı turizminin kavram açımlaması

TANIM	
	Sağaltıcı turizm, turistlere fiziksel ve ruhsal özgelişim imkânı veren etkinlik ve destinasyonlara seyahatleri içeren turizm türüdür (Kattara, 2000, s. 131).

KRİTERLER (TURİZM EVRENİ)			
EVREN	Olağan ikametgâh	Olağan ikametgâhının yasal/yönetsel sınırlarından ayrılış	X
		Olağan ikametgâhına dönme (round trip)	X
	Geçici konaklama	Bu ikametgâh dışında geçici süreliğine başka yerlerde bulunma (ziyaret etme)	X
	Süre	En az bir geceleme ya da 24 saat - en fazla 1 yıla kadar geçen bir süreyi kapsayacak şekilde	X
	Tüketim	Tüketici olarak turistik mal ve hizmetlerden (yeme-içme, turistik tesisler, çekim unsurları, ulaşım ve konaklamadan) faydalanma	X
ŞUBE	Geleneksel (Kitle) Turizmi		
	Alternatif (Niş) Turizm		X
SINIF	Sosyal Turizm		X
	Lüks Turizm		X
FORM	Zorunlu	İç (Domestik) Turizm	X
		Yurt İçine Yönelik (Inbound) Turizm	
		Yurt Dışına Yönelik (Outbound) Turizm	
	Seçmeli	Yurt İçi (Internal) Turizmi	
		Ulusal (National) Turizm	
		Uluslararası (International) Turizm	X
KAYNAK	Doğal çevre		X
	Yapay (Kültürel) çevre		X
	Toplumsal (Sosyal) çevre		
ÇEŞİT	Dinlenme / Rekreasyon		
	Sosyal etkileşim		
	Kültürel edinim		
	(Hobiye dayalı) Özel ilgi		
	İş / Eğitimsel		
	Sağlık		X
	Spor		

YENİ TANIM	Kattara'nın (2000, s. 131) yaptığı sağaltıcı turizm tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: **İç ya da uluslararası yönelimle gelen** turistlere **doğal ve yapay kaynaklar** kullanarak fiziksel ve ruhsal özgelişim imkânı veren etkinlik ve destinasyonlara seyahatleri içeren **sağlık (ana seyahat) amaçlı sosyal ya da lüks** bir **alternatif/niş** turizm türüdür.

Kattara'nın (2000, s. 131) yaptığı sağaltıcı turizm tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"İç ya da uluslararası yönelimle gelen turistlere doğal ve yapay kaynaklar kullanarak fiziksel ve ruhsal özgelişim imkânı veren etkinlik ve destinasyonlara seyahatleri içeren sağlık (ana seyahat) amaçlı sosyal ya da lüks bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.37. Halka turizminin kavram açımlaması

TANIM	Halka turizmi, bir seyahat esnasında her birinde kısa süreli vakit geçirmeyi içeren birçok destinasyonun (ya da destinasyon rotasının) ziyaretini içeren ziyaretlere verilen addır (Cooper, 2000, s. 80).

| | KRİTERLER (TURİZM EVRENİ) | | |

YENİ TANIM	Cooper'ın (2000, s. 80) yaptığı halka turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: **İç ya da uluslararası yönelimde olan ziyaretçilerin** bir **turistik** seyahat esnasında **doğal, kültürel ve toplumsal çevreyi** kullanarak her birinde kısa süreli vakit geçirmeyi içeren birçok destinasyonun (ya da destinasyon rotasının) ziyaretini içeren **rekreasyon (ana seyahat) amaçlı sosyal ya da lüks** bir **alternatif/niş turizm türüdür.**

Cooper'ın (2000, s.80) yaptığı halka turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır. Özellikle ziyaretçi içermesi gerektiği vurgusu da ayrıca yapılmıştır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"İç ya da uluslararası yönelimde olan ziyaretçilerin bir turistik seyahat esnasında doğal, kültürel ve toplumsal çevreyi kullanarak her birinde kısa süreli vakit geçirmeyi içeren birçok destinasyonun (ya da destinasyon rotasının) ziyaretini içeren rekreasyon (ana seyahat) amaçlı sosyal ya da lüks bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.38. Yaratıcı turizminin kavram açımlaması

TANIM	
	Yaratıcı turizm, içerisinde barındırdığı aktiviteler sayesinde katılımcıların yeni pratik ve zihinsel yetenekler kazandığı özellikli bir turizm türüdür (Grieve, 2000, s. 118).

	KRİTERLER (TURİZM EVRENİ)																									
	Olağan ikametgâh	Olağan ikametgâhının yasal/yönetsel sınırlarından ayrılış		X																						
		Olağan ikametgâhına dönme (round trip)		X																						
	Geçici konaklama	Bu ikametgâh dışında geçici süreliğine başka yerlerde bulunma (ziyaret etme)		X																						
	Süre	En az bir geceleme ya da 24 saat - en fazla 1 yıla kadar geçen bir süreyi kapsayacak şekilde		X																						
	Tüketim	Tüketici olarak turistik mal ve hizmetlerden (yeme-içme, turistik tesisler, çekim unsurları, ulaşım ve konaklamadan) faydalanma		X																						
ŞUBE	Geleneksel (Kitle) Turizmi																									
	Alternatif (Niş) Turizm				X																					
SINIF	Sosyal Turizm				X																					
	Lüks Turizm				X																					
FORM	Zorunlu	İç (Domestik) Turizm			X																					
		Yurt İçine Yönelik (Inbound) Turizm			X																					
		Yurt Dışına Yönelik (Outbound) Turizm			X																					
	Seçmeli	Yurt İçi (Internal) Turizmi																								
		Ulusal (National) Turizm																								
		Uluslararası (International) Turizm																								
KAYNAK	Doğal çevre																									
	Yapay (Kültürel) çevre																									
	Toplumsal (Sosyal) çevre																									
ÇEŞİT	Dinlenme / Rekreasyon																									
	Sosyal etkileşim																									
	Kültürel edinim																									
	(Hobiye dayalı) Özel ilgi																									
	İş / Eğitimsel																									
	Sağlık																									
	Spor																									

YENİ TANIM	Grieve'in (2000, s. 118) yaptığı yaratıcı turizm tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: İçerisinde barındırdığı aktiviteler sayesinde **iç ya da uluslararası yönelimde olan** katılımcıların **doğal ve kültürel kaynaklar** kullanarak yeni pratik ve zihinsel yetenekler kazandığı, ~~özellikli~~ **rekreasyon (ana seyahat) amaçlı, sosyal ya da lüks** bir **alternatif/niş** turizm türüdür.

Grieve'in (2000, s. 118) yaptığı yaratıcı turizm tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"İçerisinde barındırdığı aktiviteler sayesinde iç ya da uluslararası yönelimde olan katılımcıların doğal ve kültürel kaynaklar kullanarak yeni pratik ve zihinsel yetenekler kazandığı, rekreasyon (ana seyahat) amaçlı, sosyal ya da lüks bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.39. Nokta turizminin kavram açımlaması

TANIM	
	Nokta ya da destinasyon turizmi "gezi, ziyaret ve alışveriş programı önceden belirlenen varış noktasında yapılan turistik düzenlemedir" (TDK, 2020h).

KRİTERLER (TURİZM EVRENİ)			
EVREN	Olağan ikametgâh	Olağan ikametgâhının yasal/yönetsel sınırlarından ayrılış	X
		Olağan ikametgâhına dönme (round trip)	X
	Geçici konaklama	Bu ikametgâh dışında geçici süreliğine başka yerlerde bulunma (ziyaret etme)	X
	Süre	En az bir geceleme ya da 24 saat - en fazla 1 yıla kadar geçen bir süreyi kapsayacak şekilde	X
	Tüketim	Tüketici olarak turistik mal ve hizmetlerden (yeme-içme, turistik tesisler, çekim unsurları, ulaşım ve konaklamadan) faydalanma	X
ŞUBE	Geleneksel (Kitle) Turizmi		
	Alternatif (Niş) Turizm		X
SINIF	Sosyal Turizm		X
	Lüks Turizm		X
FORM	Zorunlu	İç (Domestik) Turizm	X
		Yurt İçine Yönelik (Inbound) Turizm	
		Yurt Dışına Yönelik (Outbound) Turizm	
	Seçmeli	Yurt İçi (Internal) Turizmi	
		Ulusal (National) Turizm	
		Uluslararası (International) Turizm	X
KAYNAK	Doğal çevre		X
	Yapay (Kültürel) çevre		X
	Toplumsal (Sosyal) çevre		
ÇEŞİT	Dinlenme / Rekreasyon		X
	Sosyal etkileşim		
	Kültürel edinim		
	(Hobiye dayalı) Özel ilgi		
	İş / Eğitimsel		
	Sağlık		
	Spor		

YENİ TANIM	Türk Dil Kurumu tarafından yapılan nokta turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: **İç ya da uluslararası yönelim içeren** bir gezi, ziyaret ve alışveriş programını önceden belirlenen varış noktasında **doğal ve yapay kaynaklar** kullanarak yapmayı içeren **rekreasyon (ana seyahat) amaçlı sosyal ya da lüks** bir **alternatif/niş** ~~turistik düzenlemedir~~ **turizm türüdür.**

Türk Dil Kurumu tarafından yapılan nokta turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"İç ya da uluslararası yönelim içeren bir gezi, ziyaret ve alışveriş programını önceden belirlenen varış noktasında doğal ve yapay kaynaklar kullanarak yapmayı içeren rekreasyon (ana seyahat) amaçlı sosyal ya da lüks bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.40. Dağ turizminin kavram açımlaması

TANIM	
	Dağ turizmi, "belirli bir peyzaja, topografyaya, iklime, biyolojik çeşitliliğe (flora ve fauna) ve yerel topluluğa özgü ayırt edici özelliklere ve niteliklere sahip tepeler veya dağlar gibi belirli ve sınırlı bir coğrafi alanda gerçekleşen bir turizm faaliyetidir" (UNWTO, 2019a, s. 50).

KRİTERLER (TURİZM EVRENİ)			
EVREN	Olağan ikametgâh	Olağan ikametgâhının yasal/yönetsel sınırlarından ayrılış	X
		Olağan ikametgâhına dönme (round trip)	X
	Geçici konaklama	Bu ikametgâh dışında geçici süreliğine başka yerlerde bulunma (ziyaret etme)	X
	Süre	En az bir geceleme ya da 24 saat - en fazla 1 yıla kadar geçen bir süreyi kapsayacak şekilde	X
	Tüketim	Tüketici olarak turistik mal ve hizmetlerden (yeme-içme, turistik tesisler, çekim unsurları, ulaşım ve konaklamadan) faydalanma	X
ŞUBE	Geleneksel (Kitle) Turizmi		
	Alternatif (Niş) Turizm		X
SINIF	Sosyal Turizm		X
	Lüks Turizm		
FORM	Zorunlu	İç (Domestik) Turizm	X
		Yurt İçine Yönelik (Inbound) Turizm	
		Yurt Dışına Yönelik (Outbound) Turizm	
	Seçmeli	Yurt İçi (Internal) Turizmi	
		Ulusal (National) Turizm	
		Uluslararası (International) Turizm	X
KAYNAK	Doğal çevre		X
	Yapay (Kültürel) çevre		
	Toplumsal (Sosyal) çevre		X
ÇEŞİT	Dinlenme / Rekreasyon		X
	Sosyal etkileşim		
	Kültürel edinim		
	(Hobiye dayalı) Özel ilgi		
	İş / Eğitimsel		
	Sağlık		
	Spor		

YENİ TANIM	Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı dağ turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: Belirli bir peyzaj, topografya, iklim, biyolojik çeşitlilik (flora ve fauna) gibi **doğal çevre kaynakları** ve yerel topluluğa özgü ayırt edici **toplumsal çevre** özellik ve niteliklere sahip, tepe veya dağlar gibi belirli ve sınırlı bir coğrafi alanda **iç ya da uluslararası yönelimle gelen ziyaretçiler tarafından** gerçekleştirilen **rekreasyon ana seyahat amaçlı sosyal** bir **alternatif/niş** turizm ~~faaliyetidir~~ **türüdür.**

Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı dağ turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlamasına açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"Belirli bir peyzaj, topografya, iklim, biyolojik çeşitlilik (flora ve fauna) gibi doğal çevre kaynakları ve yerel topluluğa özgü ayırt edici toplumsal çevre özellik ve niteliklere sahip, tepe veya dağlar gibi belirli ve sınırlı bir coğrafi alanda iç ya da uluslararası yönelimle gelen ziyaretçi-ler tarafından gerçekleştirilen rekreasyon ana seyahat amaçlı sosyal bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.41. Spor turizminin kavram açımlaması

TANIM	
	Spor turizmi, "genellikle rekabete dayalı ticari ve ticari olmayan faaliyetleri içeren bir spor etkinliğine ya seyirci olarak gözlemlemek için ya da aktif olarak katılan turistin seyahat deneyimini ifade eden bir turizm faaliyetidir" (UNWTO, 2019a, s. 54).

| KRİTERLER (TURİZM EVRENİ) | | |

YENİ TANIM	Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı spor turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: Genellikle rekabete dayalı ticari ve ticari olmayan faaliyetleri içeren **doğal, kültürel ve/veya toplumsal kaynakları** kullanarak yapılan bir spor etkinliğine **iç ya da uluslararası yönelimle** ya seyirci olarak gözlemlemek için ya da aktif olarak katılan **spor (ana seyahat) amaçlı** turistin **sosyal ya da lüks** seyahat deneyimini ifade eden bir **alternatif/niş** turizm ~~faaliyetidir~~ **türüdür.**

Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı spor turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"Genellikle rekabete dayalı ticari ve ticari olmayan faaliyetleri içeren doğal, kültürel ve/veya toplumsal kaynakları kullanarak yapılan bir spor etkinliğine iç ya da uluslararası yönelimle ya seyirci olarak gözlemlemek için ya da aktif olarak katılan spor (ana seyahat) amaçlı turistin sosyal ya da lüks seyahat deneyimini ifade eden bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.42. Doğa turizminin kavram açımlaması

TANIM	Doğa turizmi; doğanın değerini bilerek ve doğadan hoşlanarak, doğal kaynaklara ve çevreye zarar vermeden, olumsuz ziyaretçi etkisi bırakmadan ve yöre halkının sosyo-ekonomik yaşantısına katkı sağlayan çevreye duyarlı ve saygılı bir turizm türüdür (Lascurain'dan (1996) aktaran Oktay ve diğerleri 2016, s. 47; Zengin ve diğerleri, 2019, ss. 254-255).

| KRİTERLER (TURİZM EVRENİ) | | |

YENİ TANIM	Oktay ve diğerleri (2016, s. 47) ile Zengin ve diğerlerinin (2019, ss. 254-255) Lascurain'dan (1996) aktararak yaptığı doğa turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: Doğanın değerini bilerek ve doğadan hoşlanarak, doğal kaynaklara ve çevreye zarar vermeden, olumsuz ziyaretçi etkisi bırakmadan ve yöre halkının sosyo-ekonomik yaşantısına katkı sağlayan **iç ya da uluslararası yönelimle** gelen ziyaretçilerin **dinlenme / rekreasyon** (ana seyahat) **amacıyla yaptıkları** çevreye duyarlı ve saygılı **sosyal** bir **alternatif/niş** turizm türüdür.

Oktay ve diğerleri (2016, s. 47) ile Zengin ve diğerlerinin (2019, ss. 254-255) Lascurain'dan (1996) aktararak yaptığı doğa turizmi tanımını, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu ve (4) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"Doğanın değerini bilerek ve doğadan hoşlanarak, doğal kaynaklara ve çevreye zarar vermeden, olumsuz ziyaretçi etkisi bırakmadan ve yöre halkının sosyo-ekonomik yaşantısına katkı sağlayan iç ya da uluslararası yönelimle gelen ziyaretçilerin dinlenme / rekreasyon (ana seyahat) amacıyla yaptıkları çevreye duyarlı ve saygılı sosyal bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.43. Kış turizminin kavram açımlaması

TANIM	Kayak sporunu yapmaya müsait, kar şartlarının ve eğim alanlarının uygun olduğu bölgelere yapılan seyahatler, konaklama, yeme-içme, dinlenme, eğlenme, gezme-görme gibi aktivitelerden oluşan ve yılın belli bir döneminde gerçekleştirilen faaliyetlerin tümüdür (İlban ve Kaşlı, 2008, s. 321; Altaş ve diğ, 2015, s. 347; Çakmak ve Yılmaz, 2018, s. 272).

| KRİTERLER (TURİZM EVRENİ) | | |

YENİ TANIM	

İlban ve Kaşlı (2008, s. 321) Altaş ve diğerleri (2015, s. 347), Çakmak ve Yılmaz (2018, s. 272) gibi yazarların yaptığı kış turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından tür olarak kabul edilmemiştir.

Kayak sporunu yapmaya müsait, kar şartlarının ve eğim alanlarının uygun olduğu bölgelere yapılan seya-hatler, konaklama, yeme-içme, dinlenme, eğlenme, gezme-görme gibi aktivitelerden oluşan ve yılın belli bir döneminde gerçekleştirilen faaliyetlerin tümüdür (İlban ve Kaşlı, 2008, s. 321; Altaş ve diğerleri 2015, s. 347; Çakmak ve Yılmaz, 2018, s. 272).

Buna etki eden temel neden, yazarların tanımında öncelikle kış turizmi kavramı ile kayak turizmi kavramının neredeyse eş değer tutulması, dolayısıyla bunun seyahat ana amacı hakkında spor yapmaktan başka bir durumu akla getirmeyişindendir. Madem durum sportif bir faaliyettir ve bunun kayak turizmi ile eş değer tutmalıyız, bu durumda da turizmin öze kriterlerinden olan geçiçici konaklama ve süre durumları şartı sağlanmamaktadır. Ayrıca turizm akademisi dışında kavramı duyan birisinin aklına da sadece kayak yapmak gelmeyeceği, kışın yapılan herhangi bir örneğin rekratif amaçlı bir seyahat de kış turizmi çatısı altında ifade edilebileceği için, bu kavramı tür olarak değil; turizm etkinliklerinin yapıldığı mevsimsel durumu ithafen kullanılan bir sezon adı olarak ele almak daha yerinde olacağı düşünülmektedir.

4.2.44. Mağara turizminin kavram açımlaması

TANIM	Yeryüzeyi altında doğal süreçler sonucunda oluşan boşlukların ziyaret edilmesine ise mağara turizmi denilmektedir (Batman ve Eraslan, 2007, s. 208)

| KRİTERLER (TURİZM EVRENİ) | | |

YENİ TANIM	Batman ve Eraslan'ın (2007, s. 208) yaptığı mağara turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: Yeryüzeyi altında doğal süreçler sonucunda **doğal çevre kaynakları** olarak oluşan boşlukların **iç ya da uluslararası yönelimle** gelen ziyaretçiler tarafından ziyaret ~~edilmesine ise mağara turizmi denilmektedir~~ edilmesiyle ortaya çıkan **özel ilgi ana seyahat amaçlı, sosyal** bir **alternatif/niş turizm türüdür.**

Batman ve Eraslan'ın (2007, s. 208) yaptığı mağara turizmi tanımını, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"Yeryüzeyi altında doğal süreçler sonucunda doğal çevre kaynakları olarak oluşan boşlukların iç ya da uluslararası yönelimle gelen ziyaretçiler tarafından ziyaret edilmesiyle ortaya çıkan özel ilgi ana seyahat amaçlı, sosyal bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.45. Golf turizminin kavram açımlaması

TANIM	Golf turizmi golf sporuna aktif veya pasif katılım amacı ile insanların bulundukları, yaşadıkları alanların dışına yaptıkları seyahatler vasıtası ile oluşan ilişkiler bütününü olarak tanımlanabilir (Çetin, 2008, s. 15).

| KRİTERLER (TURİZM EVRENİ) | | |

YENİ TANIM	Çetin'in (2008, s. 15) yaptığı golf turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: Golf sporuna **iç ya da uluslararası yönelimle gelip** aktif veya pasif katılım **spor (ana seyahat)** amacı ile insanların bulundukları, yaşadıkları alanların dışına yaptıkları ve **kültürel kaynakları** kullandıkları seyahatler vasıtası ile oluşan ~~ilişkiler bütününü olarak tanımlanabilir~~ **lüks** bir **alternatif/niş** turizm **türüdür.**

Çetin'in (2008, s. 15) yaptığı golf turizmi tanımını, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"Golf sporuna iç ya da uluslararası yönelimle gelip aktif veya pasif katılım spor (ana seyahat) amacı ile insanların bulundukları, yaşadıkları alanların dışına yaptıkları ve kültürel kaynakları kullandıkları seyahatler vasıtası ile oluşan lüks bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.46. Etkinlik turizminin kavram açımlaması

TANIM	Etkinlik turizmi "etkinlik düzenlendiği kentlerde bulunan doğal ve fiziksel kaynakları canlandırıcı, o yer için imaj oluşturucu ve bir turizm çekiciliği olarak bir takım faaliyetlerin sistematik planlanması, geliştirilmesi ve pazarlanması olarak" tanımlamaktadır (Yolal, 2017, s. 36).

KRİTERLER (TURİZM EVRENİ)			
EVREN	Olağan ikametgâh	Olağan ikametgâhının yasal/yönetsel sınırlarından ayrılış	X
		Olağan ikametgâhına dönme (round trip)	X
	Geçici konaklama	Bu ikametgâh dışında geçici süreliğine başka yerlerde bulunma (ziyaret etme)	X
	Süre	En az bir geceleme ya da 24 saat - en fazla 1 yıla kadar geçen bir süreyi kapsayacak şekilde	X
	Tüketim	Tüketici olarak turistik mal ve hizmetlerden (yeme-içme, turistik tesisler, çekim unsurları, ulaşım ve konaklamadan) faydalanma	X
ŞUBE	Geleneksel (Kitle) Turizmi		X
	Alternatif (Niş) Turizm		
SINIF	Sosyal Turizm		
	Lüks Turizm		X
FORM	Zorunlu	İç (Domestik) Turizm	X
		Yurt İçine Yönelik (Inbound) Turizm	
		Yurt Dışına Yönelik (Outbound) Turizm	
	Seçmeli	Yurt İçi (Internal) Turizmi	
		Ulusal (National) Turizm	
		Uluslararası (International) Turizm	X
KAYNAK	Doğal çevre		
	Yapay (Kültürel) çevre		X
	Toplumsal (Sosyal) çevre		X
ÇEŞİT	Dinlenme / Rekreasyon		
	Sosyal etkileşim		X
	Kültürel edinim		
	(Hobiye dayalı) Özel ilgi		
	İş / Eğitimsel		
	Sağlık		
	Spor		

YENİ TANIM	Yolal'ın (2017, s. 36) Getz'ten (1997) hareketle yaptığı etkinlik turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: **İç ya da uluslararası yönelimle gelen ziyaretçiler** için etkinlik düzenlendiği kentlerde bulunan doğal, ~~fiziksel~~ **yapay ve toplumsal** kaynakları canlandırıcı, o yer için imaj oluşturucu ve bir turizm çekiciliği olarak bir takım faaliyetlerin sistematik planlanması, geliştirilmesi ve pazarlanmasına bağlı olarak oluşan **sosyal etkileşim ana seyahat amaçlı lüks** bir **geleneksel** turizm **türüdür.**

Yolal'ın (2017, s. 36) Getz'ten (1997) hareketle yaptığı etkinlik turizmi tanımını, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"İç ya da uluslararası yönelimle gelen ziyaretçiler için etkinlik düzenlendiği kentlerde bulunan doğal, yapay ve toplumsal kaynakları canlandırıcı, o yer için imaj oluşturucu ve bir turizm çekiciliği olarak bir takım faaliyetlerin sistematik planlanması, geliştirilmesi ve pazarlanmasına bağlı olarak oluşan sosyal etkileşim ana seyahat amaçlı lüks bir geleneksel turizm türüdür."

4.2.47. Av turizminin kavram açımlaması

TANIM	
	Av turizmi, avcı niteliğine sahip kişilerin avlanma amaçlarını gerçekleştirmek üzere belirlenmiş ilkelerle yaptıkları ülke turizmine ve ulusal ekonomiye katkıda bulunmasını amaçlayan etkinliklerdir (Ulusoy, 2015, s. 75).

KRİTERLER (TURİZM EVRENİ)			
EVREN	Olağan ikametgâh	Olağan ikametgâhının yasal/yönetsel sınırlarından ayrılış	X
		Olağan ikametgâhına dönme (round trip)	X
	Geçici konaklama	Bu ikametgâh dışında geçici süreliğine başka yerlerde bulunma (ziyaret etme)	X
	Süre	En az bir geceleme ya da 24 saat - en fazla 1 yıla kadar geçen bir süreyi kapsayacak şekilde	X
	Tüketim	Tüketici olarak turistik mal ve hizmetlerden (yeme-içme, turistik tesisler, çekim unsurları, ulaşım ve konaklamadan) faydalanma	X
ŞUBE	Geleneksel (Kitle) Turizmi		
	Alternatif (Niş) Turizm		X
SINIF	Sosyal Turizm		X
	Lüks Turizm		
FORM	Zorunlu	İç (Domestik) Turizm	X
		Yurt İçine Yönelik (Inbound) Turizm	
		Yurt Dışına Yönelik (Outbound) Turizm	
	Seçmeli	Yurt İçi (Internal) Turizmi	
		Ulusal (National) Turizm	
		Uluslararası (International) Turizm	
KAYNAK	Doğal çevre		X
	Yapay (Kültürel) çevre		
	Toplumsal (Sosyal) çevre		
ÇEŞİT	Dinlenme / Rekreasyon		
	Sosyal etkileşim		
	Kültürel edinim		
	(Hobiye dayalı) Özel ilgi		
	İş / Eğitimsel		
	Sağlık		
	Spor		X

YENİ TANIM	Ulusoy'un (2015, s. 75) yaptığı av turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: Avcı niteliğine sahip **iç yönelimle gelen** kişilerin avlanma **spor ana seyahat** amaçlarını gerçekleştirmek üzere belirlenmiş ilkelerle **doğal çevre kaynaklarını** kullanarak yaptıkları ülke turizmine ve ulusal ekonomiye katkıda bulunmasını amaçlayan ~~etkinliklerdir~~ **sosyal** bir **alternatif/niş** turizm **türüdür.**

Ulusoy'un (2015, s. 75) yaptığı av turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"Avcı niteliğine sahip iç yönelimle gelen kişilerin avlanma spor ana seyahat amaçlarını gerçekleştirmek üzere belirlenmiş ilkelerle doğal çevre kaynaklarını kullanarak yaptıkları ülke turizmine ve ulusal ekonomiye katkıda bulunmasını amaçlayan sosyal bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.2.48. Seks turizminin kavram açımlaması

TANIM	Seks turizmi, iki liminal topluluk olan turistler ve seks işçileri arasındaki etkileşimden doğan seyahatler olarak tanımlanabilir (Ryan ve Hall, 2005, s. 22).

| KRİTERLER (TURİZM EVRENİ) | | |

YENİ TANIM	Ryan ve Hall 'ın (2005, s. 22) yaptığı seks turizmi tanımının kavram açımlamasına göre olması gereken tanımı: İki liminal topluluk olan **iç ya da uluslararası yönelimle gelen** turistler ve seks işçileri arasındaki **sosyal etkileşim ana seyahat amaçlı** ~~etkileşimden~~ ilişkilerden doğan ve **toplumsal çevre kaynaklarını** kullanan **lüks** seyahatleri içeren bir **alternatif/niş** turizm **türüdür.**

Ryan ve Hall'ın (2005, s. 22) yaptığı seks turizmi tanımı, araştırma kapsamında sınanmış ve kavram açımlaması açısından eksik bulunarak tür olarak kabul edilmiştir.

Turizm hiyerarşik dizini sıralamasına göre bu eksiklikler şöyledir: (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu; (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru ve (5) bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayıran seyahatin ana amacıdır.

Tanımın eksikliklerinin giderilmiş hali ise YENİ TANIM olarak şu şekilde önerilmektedir:

"İki liminal topluluk olan iç ya da uluslararası yönelimle gelen turistler ve seks işçileri arasındaki sosyal etkileşim ana seyahat amaçlı ilişkilerden doğan ve toplumsal çevre kaynaklarını kullanan lüks seyahatleri içeren bir alternatif/niş turizm türüdür."

4.3. Bulgulara İlişkin Genel Değerlendirme

Araştırma kapsamında kavram açımlaması yöntemi ile sınanan kavramlar, tablo 4. 27'de genel olarak verilmiştir.

Bu kavramlardan turizm türü olduğu düşünülenlerin ise dayandığı çeşit (yani xxx temelli turizm türü) ise yine aynı tablonun en sağdaki sütununda belirtilmiştir.

Tablo 4.27: Kavram açımlaması vasıtasıyla sınanan türlere genel bakış.

#	Açımlama yapılan kavram	Sınandı (Tür)	Sınanmadı (Tür değil)	Dayandığı Çeşit (…temelli turizm türü)
1	Kültürel (miras) turizmi	√		Kültürel edinim
2	Kongre ve toplantı turizmi	√		İş / Eğitim
3	Spor turizmi	√		Spor
4	Dini inanç turizmi	√		Kültürel edinim
5	Gastronomi turizmi	√		Hobiye dayalı özel ilgi
6	Yayla turizmi	√		Dinlenme / Rekreasyon
7	Deniz turizmi		**X**	-
8	Tıp turizmi	√		Sağlık
9	Kırsal turizm	√		Dinlenme / Rekreasyon
10	Tanaturizm	√		Kültürel edinim
11	Macera turizmi	√		Dinlenme / Rekreasyon
12	Sağlık turizmi	√		Sağlık
13	Fuar ve gösteri turizmi	√		İş / Eğitim
14	Doğa turizmi	√		Dinlenme / Rekreasyon
15	Yat ve kurvaziyer turizmi	√		Dinlenme / Rekreasyon
16	Golf turizmi	√		Spor
17	Termal turizm	√		Sağlık
18	Ekoturizm	√		Dinlenme / Rekreasyon
19	İş turizmi	√		İş / Eğitim
20	Eğitim turizmi	√		İş / Eğitim
21	Kent / Şehir turizmi	√		Sosyal etkileşim
22	Diaspora turizmi	√		Kültürel edinim
23	Alışveriş turizmi	√		İş / Eğitim
24	Teşvik / özendirme turizmi	√		İş / Eğitim
25	Mağara turizmi	√		Hobiye dayalı özel ilgi
26	Etkinlik turizmi	√		Sosyal etkileşim
27	Etnik turizm	√		Kültürel edinim
28	Sağlıklı yaşam ve SPA turizmi	√		Sağlık
29	Çiftlik ve tarım turizmi	√		Dinlenme / Rekreasyon
30	Kumar turizmi	√		Hobiye dayalı özel ilgi
31	Kuş gözlemciliği turizmi	√		Hobiye dayalı özel ilgi
32	Av turizmi	√		Spor
33	Botanik turizmi	√		Hobiye dayalı özel ilgi
34	Uzay turizmi		**X**	-
35	Kış turizmi		**X**	-
36	Fotografik turizm	√		Hobiye dayalı özel ilgi
37	Kamp/çadır ve karavan turizmi	√		Dinlenme / Rekreasyon
38	Dağ turizmi	√		Dinlenme / Rekreasyon
39	Yaşlı bakımı turizmi	√		Sağlık
40	Şarap turizmi	√		Hobiye dayalı özel ilgi
41	Seks turizmi	√		Sosyal etkileşim

Tablo 4.27 (devamı): Kavram açımlaması vasıtasıyla sınanan türlere genel bakış.

#	Açımlama yapılan kavram	Sınandı (Tür)	Sınanmadı (Tür değil)	Dayandığı Çeşit (…temelli turizm türü)
42	Kıyı turizmi		**X**	-
43	Jeoturizm	√		Hobiye dayalı özel ilgi
44	Yaratıcı turizm	√		Dinlenme / Rekreasyon
45	Nokta turizmi	√		Dinlenme / Rekreasyon
46	Sağaltıcı turizm	√		Sağlık
47	Halka turizmi	√		Dinlenme / Rekreasyon
48	İç su turizmi		**X**	-

Buna göre deniz turizmi, uzay turizmi, kış turizmi, kıyı turizmi ve iç su turizmi kavramları; ele alındıkları tanımlar ve ihtiva ettikleri uygulamalar açısından tür olarak kabul edilmemiş ve ilgili açımlama buğularında nedenleri açıklanmıştır.

Bu kavramlar haricindeki tüm kavramlar bir turizm türü olarak kabul edilmiş ve ana seyahat amacına göre çeşitlendirilerek modeldeki ilgili yerlerine konmuştur. Tür olarak kabul edilen tüm kavramların ortak özelliği, hepsinin içeriğinde (1) gezinin, katılımcı beklenti ve hacmine işaret eden turizm şubesi; (2) turistik örüntüyü oluşturan türün sınıfı; (3) gezinin ayrılış ve varış noktaları arasındaki ilişkinin ifadesi olan turistik yönelim formu ve (4) bu türün kullandığı kaynak unsuru açıklamalarının eksik olduğudur. Türlerin tamamına yakınında ise turizm hiyerarşik dizininin altıncı basamağında açıklanan ve türlerin dayandırıldığı seyahat ana amacı eksik olarak tanımlanmıştır. Bu ana amaç, bir seyahati, turistik bir seyahat ya da geziden ayırması bakımından oldukça önemli görülmektedir.

Tür kabulü gören bu kavramlardaki eksiklikler yapılan eklemelerle giderilmiş; ortaya çıkan yeni tanımlar ise her bir türün açımlama bulgusunda damıtılmış haliyle belirtilmiştir.

BÖLÜM 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

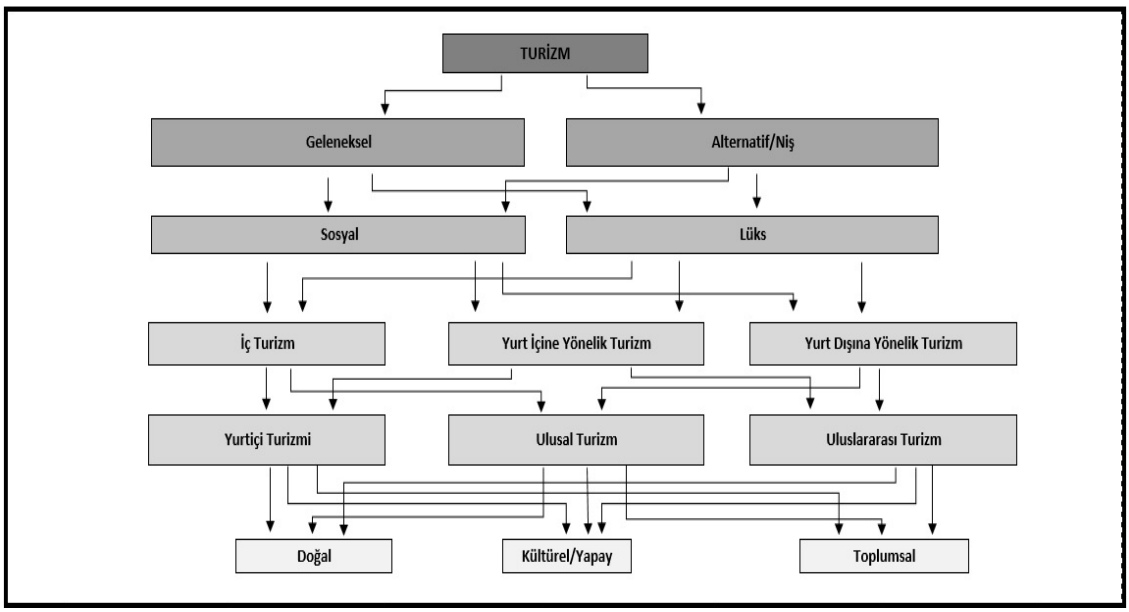
Turizm, pek çok meslek disiplini tarafından yapılan çalışmalara konu edilmiş bir alandır. Turizm ana alanına yapılan farklı mesleki bakış açılarına sahip katkılar nedeniyle turizme dair kavramlar çok farklı şekillerde ve çoğu gelişigüzel adlandırılmış; tüm bu durumlar ise anlam denizinde pek çok kez boğulmalar doğurmuştur. Özellikle neyin ne olduğuna dair bütüncül bir yaklaşım ise neredeyse hiç ele alınmamıştır. Bu durum turizm çalışmalarında dil birliği eksikliği, ortak bir dil birliği yoksunluğuna bağlı olarak da turizm alan yazınında terim sorunsalı ve turizm yazınına karşı oluşan bir güvensizlik olarak tezahür bulmuş; alana ait olan/olmayan pek çok bilimsel toplantıda da çoğu kez gündeme gelmiştir ve gelmektedir.

Anılan sebeplerden ötürü şu muhakkak bir gerçektir ki, turizm sınıflandırılmasında bir standartlaşmaya gidilmesi ihtiyacı vardır. Her şeyin herşeyin içine geçtiği böylesi zeminsiz bir platformda ise bu imkânsız değilse bile çok zorlayıcı, kısıtlayıcı ve yorucudur.

Bu araştırma, turizmde süregelen terimsel karmaşanın çözümü için sistematik bir tanımlama yöntemi bulmayı, bu vesile ile de mevcutta var olan anlam karmaşa hengâmesini çözmeyi amaçlamaktadır. Bunu yaparken ne sorunsalın çözümüne birebir uygun bir yöntem ne de öncül bir çalışma bulunabilmiştir. Bilinmeze yolculukla başlayan ve çoğu yerde tökezlemenin yaşandığı araştırma sürecinde ise amaca uygun yöntem oluşturma çabasında bulunulmuştur. "Kavram açımlaması" adı verilen bu yöntemde araştırmacı titizlikle muhkim tanımlara epistemolojik olarak bakar, örnek uygulamalarla tanım içeriklerini karşılaştırır ve bu tanıma dayalı bir eksen geliştirip ekleme/çıkarmalarda bulunur. Burada alınan yeni tanım çıktısı, eğer o kavram bir tür ise, araştırmanın ana kurgusu olan turizm sınıflandırma modelindeki yerini alır. Ne var ki eğer kavram tür değilse, bu neden tür olmayışına dair açıklamalar getirilir ve içerdiği adlandırmanın ne olabileceği konusunda yorumlarda bulunur.

Sınıflandırma yöntemi olarak taksonominin seçilmesinin temel nedeni, biyoloji ve zooloji disiplinlerinde yüzyıllardır devam edegelen bu sınıflandırma yönteminin en sistematik ve bilimsel temellere dayanmasıdır. Sosyal bilimsel bir olgunun, özellikle turizm gibi çeşitli sosyal bilim disiplinlerinin kendi paradigmasıyla söz hakkı bulduğu böyle bir disiplinde bu kadar sistematik bir sınıflandırma yöntem seçimi ise durumu bazen işin içinden çıkılmaz boyutlara vardırmıştır.

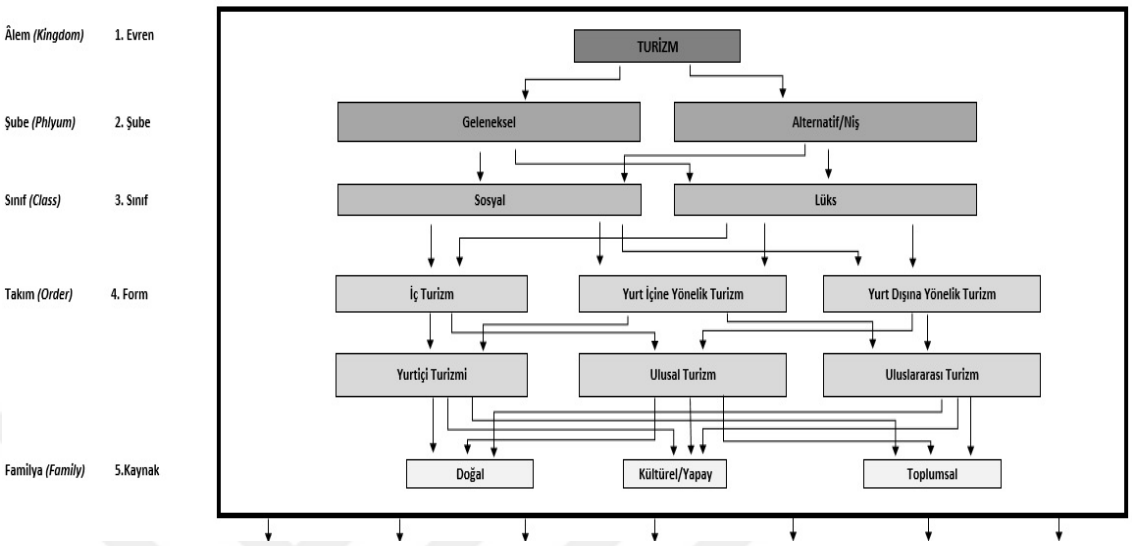
Bu çıkmazlar, araştırmanın iki temel çatı üzerine kurulmasına neden olmuştur. Bunlardan ilki, turizmi evren kabul ettikten sonra bir türün en alt basamağa inene kadar tarafınca kapsandığı üst taksonları belirlemek olmuştur (şekil 5.1).



Şekil 5.1: Kapsayan-Kapsanan açısından turizm hiyerarşisi (yazar tarafından oluşturulmuştur).

"Turizm hiyerarşik dizini" adı verilen bu kapsayan-kapsanan bağlantılı kavramlar; turizm evreni en tepede (ve dolayısıyla taksonomik olarak en çok benzeşimin olduğu) olmak kaydıyla turizm şubesi (geleneksel kitle turizmi-alternatif niş turizm), turizm sınıfı (sosyal turizm-lüks turizm), turizm formları (iç turizm, yurt içine yönelik turizm, yurtdışına yönelik turizm ve bunların kombinasyonları olan yurt içi turizmi, ulusal turizm ve uluslararası turizm), turizmin kullandığı kaynaklar (doğal fiziksel çevre, kültürel (yapay) fiziksel çevre ve toplumsal (sosyal) çevre) olarak teşekkül etmiş ve bizi altıncı basamak olan çeşit taksonuna getirmiştir (şekil 5.2). Şekiller 5.1 ve 5.2'deki

koyuluğun artması, taksonomik bir karakter olan türlerin benzerliğinin fazlalaşması; koyuluğun azalması ise benzerliğin azalması anlamına gelmektedir.



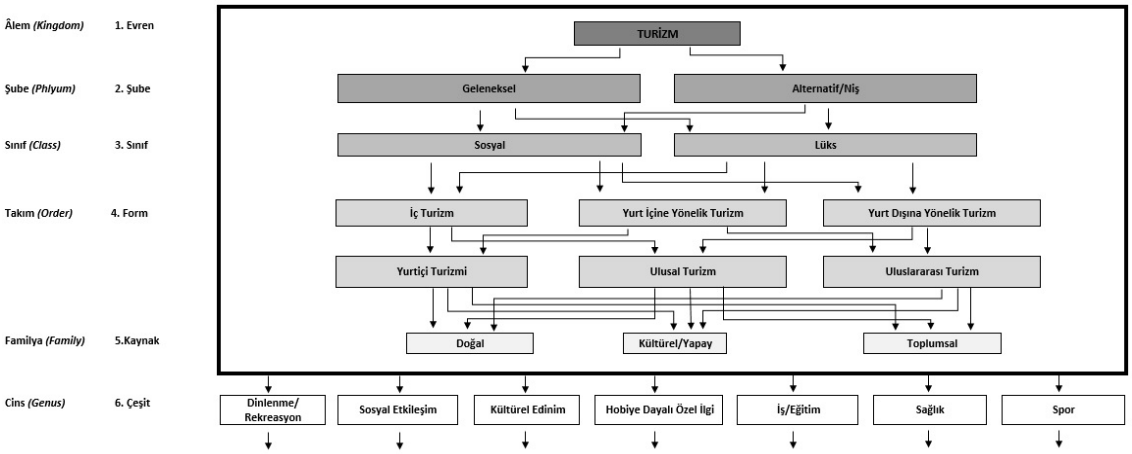
Şekil 5.2: Turizm hiyerarşik dizini (5 basamak) (yazar tarafından oluşturulmuştur).

Turizm çeşitleri, buraya kadar kapsandığı üst taksonlara ek olarak araşırmanın temelde araştırdığı türlerin çeşitlenmesi ve belli bir zemin bulması için hayati önem arz etmektedir. Çünkü çeşit sayesinde oluşan bu zemin, türlerin temellenmesinde dayanak oluşturmaktadır. Çeşit taksonu oluştururken ise Dünya Turizm Örgütü ve Birleşmiş Milletler'in "seyahatin ana amacı" olarak tanımladıkları ayrım dikkate alınmıştır (Şekil 5.3).



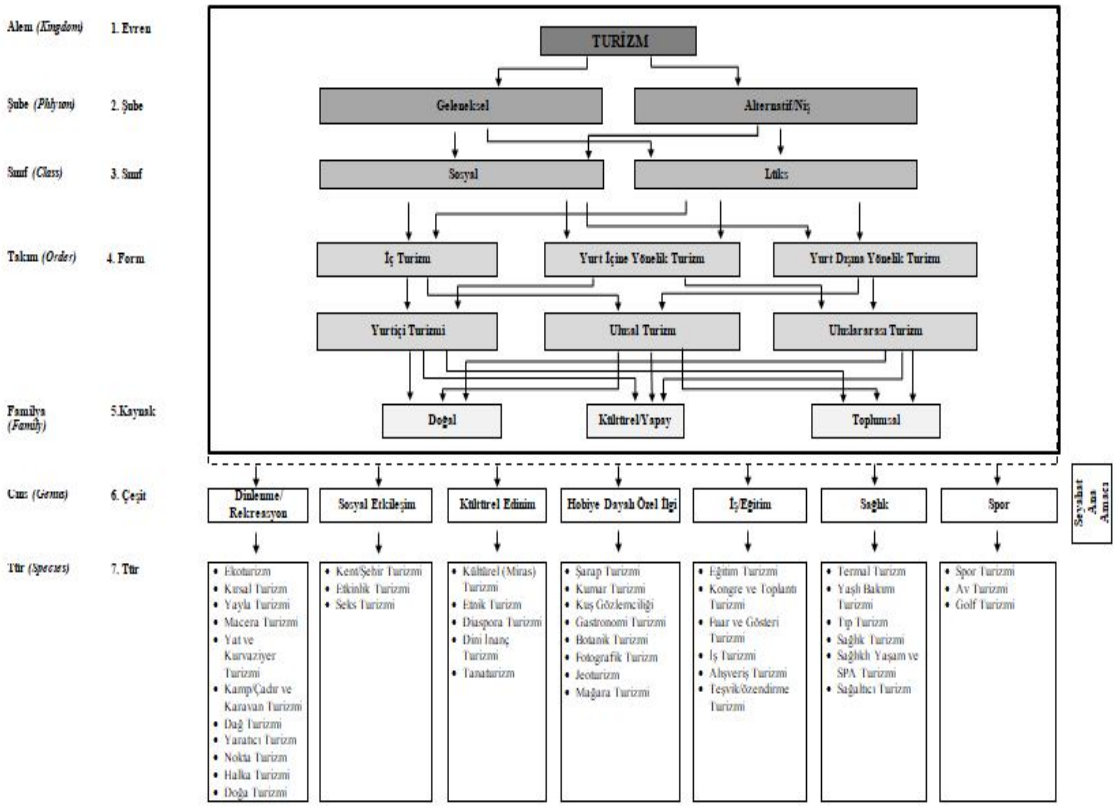
Şekil 5.3: Turizm çeşitleri (yazar tarafından oluşturulmuştur).

Çeşit de eklenildiğinde oluşan taksonomik dizin, kapsayan-kapsanan ilişkisi bakımından ve birbirini etkilemesi açısından yukarıdan aşağıya doğru akan bir halde şekil 5.4'teki gibi teşekkül bulmuştur.



Şekil 5.4: Turizm hiyerarşik dizini (6 basamak) (yazar tarafından oluşturulmuştur).

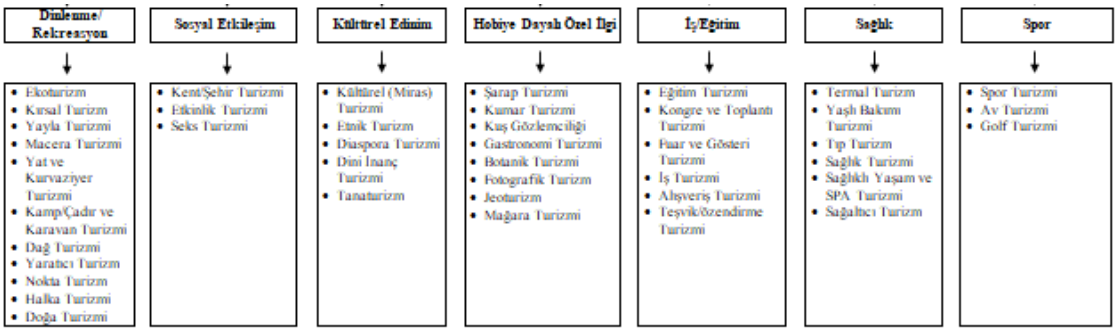
İçeriğine dair bilgi verilen bu birinci çatı, araştırmanın da ana çıktılarından biri olan turizm sınıflandırma modelinin oluşmasını sağlamıştır (Şekil 5.5).



Şekil 5.5: Hiyerarşik turizm taksonomisi modeli.

Şekil 5.5.'te görülen ve "Hiyerarşik turizm taksonomisi" adı verilen bu model (Ek A'da büyütülmüş detaylı hali verilmiştir), turizm türlerinin en çok benzeştiği turizm

kategorisinden turizm türlerine kadar yedi basamak içermektedir. Modelin yedinci ve son basamağı ise şekil 5.6'da görülmektedir.



Şekil 5.6: Turizm çeşit ve türleri (yazar tarafından oluşturulmuştur).

Bu araştırmanın zemin aldığı ikinci çatı ise hangi türün nerede yer alacağına ilişkin bölüm 4.1'de detayları sunulan kriterlerin oluşturulmasıdır. Katılımcı görüşleri ve ikincil döküman taramasıyla ulaşılan bu kriterler, türlerin önce "kavram açımlaması" yöntemiyle sınanması; sonra da modeldeki yerini bulmasıyla neticelenmiştir. Bu yöntemle sınanamayan kavramlar ise modelin dışında tutulmuş, adlandırmalarındaki uyumsuzluğa (ya da gelişigüzelliğe) neden olan durumlar, bulgular bölümünde 4.2'den sonraki kavram açımlamasıyla sınanan türler ile ilgili alt başlıklarda tartışılmıştır.

Oluşturulan hiyerarşik turizm modelinde tüm turizm türlerinin yer bulması *ideal* olan nihai amaçtır. Bu kapsamda gelecekte oluşacak yeni türlerin sınanması ve yerlerinin tespit edilmesi için kriterlemenin algoritması çıkartılıp yazılımının yapılarak interaktif bir uygulama ya da internet sitesi vasıtasıyla sınıflandırılması bu çalışmanın çeşitlendirme uygulamaları arasında yer almaktadır.

Ne var ki turizmde tür kavramı, kendi içerisinde birtakım çelişkiler barındırmaktadır. Örneğin, yeni turizm trendi olarak ifade edilen "tatil anneleri turizmi" (PANKs – *Professional Aunts No Kids*) oluşturulan modelde sınanamamaktadır. Bunun nedeni en başta etraflı bir tanımının olmaması, tanımı olsa dahi (mevcut tanımlarda görüldüğü gibi) tanım içeriğinin oluşturulurken bilimsel dayanaklardan ziyade sektörel yönelim ya da oluşumları baz almasıdır. Bu belki, araştırmanın önermesi olan kriterleme sayesinde sonraki araştırmacı ya da tanım oluşturuculara yön gösterebilir. Yani, bizlerin bir tanımı oluştururken belli ölçütleri göz önünde bulundurmamız, bu ölçütleri de bilimsel bir sistematiğe bürümemiz bu araştırmanın dile getirilmeyen ama önemsediği ön koşuludur.

Her adlandırmanın tür olmadığını kabul etmek ise araştırma kapsamındaki bir ön kabuldür. Örneğin "bisiklet turizmi", "tren turizmi" gibi kullanılan araç bazlı adlandırmaların, "deniz turizmi", "kıyı turizmi" gibi faaliyetin gerçekleştiği coğrafi alan adlandırmalarının, "kış turizmi", yaz turizmi" gibi faaliyetin gerçekleştiği zaman dilimi bahisli adlandırmaların ve bunun gibi birçok anlık çözüm odaklı fonksiyonel tanımlamaların; turizm teorisine katkısı yadsınamazken turizm türü gelişimine katkısı ya sınırlıdır ya hiç yoktur ya da -belki de en kötüsü- karışıklığa neden olduğu için zararlıdır. Bunun en yaygın örneği, bir terimin fikir babası olmak kaygısıyla tür adlandırmalarında gelişigüzel ve ya tutarsa mantığıyla var olduğu iddia edilen türlerin; bu işin üstüne kafa yoran onlarca dimağın karmakarışık hissetmesine neden olduğu için alana katkıdan çok zarar vermesi olduğu söylenebilir.

Ayrıca belirtmek gerekir ki akademik, sosyal ve teknolojik gelişmeler sayesinde şu an için bir tür özelliği sağlamayan bazı kavramlar; zaman içerisinde bir türe dönüşebilir. Örneğin uzay turizmi şu an küçük bir pazara hitap eden ultra teknolojik bir seyahattir. Araştırma kapsamında gerekçeleri kavram açımlamasıyla dile getirilen uzay turizminin, bu araştırma işleyişinde şu an için bir tür olmadığı düşünülmektedir. Ne var ki bu gerekçelerden olan henüz ekonomik bir tüketim ya da konaklama içermemesi durumu ilerideki kolonileşme sürecinde belki değişeceği için hobiye dayalı özel ilgi turizm türlerinden biri olarak karşımıza çıkması içten bile değildir.

Aynı zamanda belirtmek gerekir ki bu araştırma modelinde yerleri gösterilen bazı türler, özellikle seyahat amacının değişmesi gibi nüve unsurların değişmesi neticesinde modelde farklı yerlerde konuşlandırılabilir. Örneğin dağ turizmi, araştırma kapsamında dinlenme/rekresyon temelli bir turizm türü olarak açımlansa da seyahat amacı dağda spor yapmak olarak değiştiği an spor turizmi kapsamında değerlendirilebilir.

Son olarak modelin bir kısıtı olarak taksonomik kategoriler yedi basamak olarak kurgulanmış ve işletilmiştir. Alt-tür taksonu, diğer ara türlerde olduğu gibi, modele işlenmemiştir. Eğer alt-tür kategorisi modele işlenmiş olsaydı bazı türlerin yeri değişiklik gösterecekti. Böyle bir durumda örneğin şarap turizmi hobiye dayalı özel ilgi turizmi kategorisinde kalmakla birlikte yine o kategorideki gastronomi turizminin bir alt-türü olması gerekecekti. Ya da spor turizminin alt türleri olarak doğa sporları

turizmi, kış sporları turizmi, su sporları turizmi, pasif katılımlı spor turizmi, nostalji spor turizmi, futbol turizmi, golf turizmi gibi alt-türlerin açımlanması gerekecekti.

Turizm teorisi gelişim ve demarkasyon hassasiyeti, kavram karmaşası sorunsalı ve bunlar için bir çıkış arayışı; bu çalışmayı önce düşüncede, sonra araştırmada, nihai olarak da bu dökümanda var kıldı. Benzer kaygılar güden, akademi içinden ya da dışından, turizm ya da başka sektörden idealizm peşinde olanlar için sunulabilecek bazı önerileri şu şekilde sıralamak mümkündür.

- Turizm teorisi, sınırları çizilememiş ve katkı görünümlü zararlara oldukça açık bir disiplindir. Sağlam bir teori inşaası için kavramsal düzeyde bu türler için başkaca çalışmalar yapılabilir.
- Çalışma kapsamında oluşturulan ikinci kriterleme modeli olan "Turist hiyerarşik dizini", araştırmanın sınırı turizm türlerinin sınıflandırılmasında kesildiği için kullanılmamıştır. Araştırmanın yöntemi vasıtasıyla turist türlerini sınıflandırmak ve taksonomi veya tipolojisini çıkarmak isteyen araştırmacıların kullanımı için bu dizin açımlama model kriteri olarak önerilmektedir.
- Uluslararası alan yazından yapılan terim aktarımları, sadece cümle çevirileri ile olmadığı, özellikle turizm formlarının mevcut Türkçe literatüründeki doğru olmayan yansımalarından görülmektedir. Bu türden aktarımların daha hassasiyetle yapılması, karşılıklarının tam olarak bulunmaya çalışılması, konunun kısaya kaçmadan gerekirse etraflıca anlatılması araştırmacılar için başka bir öneridir.
- Kültürel boyutlar eklenerek farklı ülkelerde benzer çalışmalar yapılabilir.
- Belki bir kıvılcım olarak algılanabilecek bu çalışmaya benzer nitelikte daha kapsamlı teori araştırmaları yapılabilir.
- Kavram açımlaması ile önerilen tanımların kullanımında sıklıklık neticesinde mevcut tanımların değiştirilmesi üzerine başkaca çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKLAR

Akarsu, B. (1975). *Felsefe Terimleri Sözlüğü*. Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.

Akdağ, G. (2013, Nisan). *Bir Ekoturizm Aktivitesi Olarak Mağara Turizmi: Mersin Mağaraları Envanter Çalışması.* II. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu, T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı Doğa Koruma ve Milli Parklar VII. Bölge Müdürlüğü, Adana: Çukurova Üniversitesi Karataş Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, 19 Nisan 2013, ss. 180-192.

Akoğlan Kozak, M. ve Bahçe, A. S. (2012). *Özel İlgi Turizmi.* Ankara, Kızılay: Detay Yayıncılık.

Aktaş Polat, S. (2013). *Turistlerin Tatil Dönemlerinde Sergiledikleri Geçici Davranış Değişikliklerine (Liminoid) Üzerine Bir Araştırma* (Doktora Tezi). Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Aktaş Polat, S. (2015). Turistlerin Tatil Dönemlerinde Sergiledikleri Liminoid Davranışlar. *Sosyoekonomi*, 23 (26), 99-117.

Akten, M. (2003). Isparta ilindeki bazı rekreasyon alanlarının mevcut potansiyellerinin belirlenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi,* Seri A (2), 115-132.

Alkin, K. ve Saldamlı, A. (2007). *Dünya Genelinde Uluslararası Turizm Coğrafyası ve Faaliyetleri.* M. Bulu, ve İ. H. Eraslan (Ed.), Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü: Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar (s. 581-595) içinde. İstanbul: Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) Yayınları.

Altan, Ş. (2006). *Türkiye'de Ekoturizm Uygulamaları ve Ekonomiye Katkıları* (Yüksek Lisans Tezi). Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.

Altaş, N. T., Çavuş, A. ve Zaman, N. (2015,) Türkiye'nin kış turizmi koridorunda yeni bir kış Turizm merkezi: Konaklı. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (31), 345-365.

Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı* (6. bs.). Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

Alves, H., Ferreira, J. J. ve Fernandes, C. I. (2016). Customer's operant resources effects on co-creation activities. *Journal of Innovation & Knowledge*, 1 (2016), 69–80.

Ankaya, F. Ü., Yazıcı, K., Balık, G. ve Aslan, B. G. (2018). Dünyada ve Türkiye'de Ekoturizm, Sosyal-Kültürel ve Ekonomik Katkıları. *Ulusal Çevre Bilimleri Araştırma Dergisi*, 1 (2), 69-72.

Anonim. (2014, Aralık 17). *Our Common Future.* UN Documents Gathering a Body of Global Agreements: http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf adresinden alınmıştır

Arcodia, C. ve Robb, A. (2000). *A Future for Event Management: A Taxonomy of Event Management Terms*. . Allen, R. Harris, L. K. Jago ve A. J. Veal (Ed.), Events Beyond 2000: Setting the Agenda Proceedings of Conference on Event Evaluation, Research and Education (s. 154-160) içinde. Sydney: Australian Centre for Event Management.

Ardahan, F. (2016). *Rekreasyon ve Turizm İlişkisi*. F. Ardahan (Ed.), Her Yönüyle Rekreasyon (s. 189-220) içinde. Ankara: Detay Yayıncılık.

Arpacı, Ö. (2015). *Helal Konseptli Otel İşletmelerinin Sezonlara Göre Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Sadakati ve Müşteri Değeri Üzerine Etkisi* (Doktora Tezi). Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Arpacı, Ö., Zengin, B. ve Batman, O. (2012). Karamanın Mağara Turizmi Potansiyeli ve Turizm Açısından Kullanılabilirliği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 59-64.

Arslan, A. (2017). *Turizmin geleceği ve gelecekte turizm işletmeleri*. A. Akbaba, Z. Öter, M. E. Güler, V. Altıntaş (Ed.), Turizm İşletmeciliği Endüstri ve Yönetsel Boyutlar (s. 315-328) içinde. Ankara: Detay Yayıncılık.

Athiyaman, A. (1997). Knowledge development in tourism: Tourism demand research. *Tourism Management*, 18 (4), 221-228.

Avcıkurt, C. (2009). *Turizm Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşım* (3. bs.). Ankara: Detay Yayıncılık.

Avcıkurt, C. ve Köroğlu, Ö. (2008). *Kırsal Turizm*. N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Ed.), Turistik Ürün Çeşitlendirmesi (s. 61-82) içinde. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Aymankuy, Y. (2010). *Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları* (Göz. geç. 2. bs.), Ankara: Detay Yayıncılık

Aziz, A. (2008). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Bailey, K. D. (2011). *Typologies and Taxonomies in Social Sciences*. Typologies and taxonomies: An introduction to classification techniques (s. 1-16) içinde. Sage University paper series on quantitative applications in the social sciences, series no. 07-102) Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc. (Erişim adresi: https://methods.sagepub.com/base/download/BookChapter/typologies-and-taxonomies/n1.xml)

BAKA, (2012). *Ekoturizm Sektör Raporu*. Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, Erişim adresi: https://www.bakka.gov.tr/

Bakan, İ. ve Erşahan, B. (2007). *Turizm Sektöründe Kültürel Farklılıkların Yönetimi*. M. Bulu, ve İ. H. Eraslan (Ed.), Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü: Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar (s. 319-334) içinde. İstanbul: Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) Yayınları.

Baral, N. (2015). Assessing the temporal stability of the ecotourism evaluation scale:testing the role and value of replication studies as a reliable management tool. *Journal of Sustainable Tourism*, 23 (2), 280–293.

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17, 99–120.

Başterzi, A. D. (2017). Mülteci, sığınmacı ve göçmen kadınların ruh sağlığı. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 9 (4), 379-387.

Batman, O. (2008). *Otel İşletmelerinin Yönetimi* (3. bs.). İstanbul: Değişim Yayınları.

Batman, O. (2017, Nisan). *Sorularla Helal Turizm / Helal Turızm Nedir veya Ne Değildir?*. 1. International Halal Tourism Congress, Proceedings Books, 07-09 April 2017, Alanya, Turkey, ss. 31-32.

Batman, O. ve Arpacı, Ö. (2016). *Helal Turizmin Felsefesi Teorisi Uygulaması*. Almanya: OmniScriptum GmbH & Co. KG, Türkiye: Alim Kitaplari.

Batman, O. ve Çınar Oğuz, S. (2008). *Kültür Turizmi*. N. Hacığlu, ve C. Avcıkurt (Ed.), Turistik Ürün Çeşitlendirmesi (s. 189-208) içinde. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Batman, O. ve Eraslan, İ. H. (2007). *Spor Turizmi*. M. Bulu, ve İ. H. Eraslan (Ed.), Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü: Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar (s. 197-219) içinde. İstanbul: Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) Yayınları.

Baum, T., Kralj, A., Robinson, R. N. S. ve Solnet, D. J. (2016). Tourism workforce research: A review, taxonomy and agenda. *Annals of Tourism Research*, 60, 1-22.

Baydur, G. (2015). *Terimleştirme*. U. Al ve Z. Taşkın (Ed.), Prof. Dr. İrfan Çakın'a Armağan (s. 38-42) içinde. Ankara: Atalay Matbaacılık.

Becker, H. (1940). *Constructive typology in the social sciences*. H. E. Barnes, H. Becker ve F. B. Becker (Ed.), Contemporary Social Theory içinde. New York: D. Appleton Century.

Becker, H. (1950). *Through Values to Social Interpretation*. Durham, NC: Duke University Press.

Becker, H. (1951). Propaganda and the impotent German intellectual. *Social Forces*, 29, 273–276.

Beckner, M.(1959). *The Biological Way of Thought*. New York: Columbia University Press.

Belfiore, M. (20 Ekim 2007). Space for everyone. *Financial Times2*, Life and Leisure

Benckendorff, P. ve Zehrer, A. (2013). A network analysis of tourism research. *Annals of Tourism Research*, 43, 121-143.

Bilgin, N. (2000). *İçerik Analizi*. İzmir: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.

Birdir, K. ve Akgöl, Y. (2015). Gastronomi turizmi ve Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3 (2), 57-68.

Bowen, D. ve Clarke, J. (2009). *Contemporary Tourist Behavior: Yourself and Others as Tourists*. Cambridge: Cambridge University Press.

Boyne, S., Hall, D. ve Williams, F. (2003). Policy, support and promotion for food-related tourism initiatives. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14 (3-4), 131-154.

Boyne, S., Williams, F. ve Hall, D. R. (2002). *On the trail of regional success: Tourism, food production and the Isle of Arran Taste Trail*. Richards, G. & Hjalager, A-M. (Ed.), Tourism and Gastronomy (s.91-114) içinde. London: Routledge.

Brink, H. I. (1993). Validity and reliability in qualitative research. *Journal of the Democratic Nursing Organisation of South Africa*, 16 (2), 35-38.

Britannica (2019). Tourism. Erişim adresi: https://www.britannica.com/topic/tourism

Brotherton, B. ve Himmetoglu, B. (1997) Beyond destinations-special ınterest tourism. *Anatolia*, 8 (3), 11-30.

Burkart, A. ve Medlik, S. (1974). *Tourism: Past, Present and Future*. London: Heinemann.

Butler, R. W. (1999). Sustainable tourism: a state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 1 (1), 7-25.

Cambridge (2020a): https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/operant

Cambridge (2020b): https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/generic

Candaş, D. (İçerik). (2008). Canlıların Tanımlanması Bilimi Taksonomi [CD]. TÜBİTAK Bilim ve Teknik Bilim CD'leri Serisi-11. Danışman: A. Murat Aytekin, Stüdyo: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Stüdyoları, Seslendirenler: Itır Gökgücü, Hazırlayan: İLG Bilişim Teknolojileri (Erişim adresi: http://www.vanherbaryum.yyu.edu.tr/f/taksonomi/index.html)

Cengiz Gökçe, G. (2018). *Kültürel Peyzaj-Turizm İlişkisine Yönelik Kırsal Kimlik Koruma Modeli: Nallıhan-Beydili Örneği* (Doktora tezi). Bartın Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Bartın.

Chaliand, G. L. ve Rageau, J.-P. (1991). *Atlas des Diasporas*. Paris: Odile Jacob.

Chaney, D. (2002). *Cultural Change and Everyday Life.* London: Palgrave.

Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory: A Practical Guide Through Qualitative Analysis.* London: Sage Publications.

Cohen, E. (1972). Toward a sociology of international tourism. *Social Research*, 39 (1), 164-182.

Cohen, E. (1974). Who is a tourist?: A conceptual clarification. *The Sociological Review*, 22 (4), 527-555.

Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology*, 13, 179-201.

Cohen, E. (1982). Thai girls and farang men: The edge of ambiguity. *Annals of Tourism Research*, 9 (1), 403–428.

Cohen, E. (1984). The sociology of tourism: approaches, issues, and findings. *Annual Review of Sociology,* 10 (1984), 373-392.

Cohen, E. ve G.M.S. Dann. (1991). Sociology and tourism. *Annals of Tourism Research*. 18, 155-169.

Cole, S. (2007). Beyond authenticity and commodification. *Annals of Tourism Research,* 34(4), 943-960.

Collins, P. (2003, Temmuz). *Space tourism market demand and the transportation infrastructure*. AIAA/ICAS symposium "The Next 100 Years" in honour of the Wright Brothers' first flight, 17 Temmuz 2003, Dayton Ohio. Erişim adresi: http://www.spacefuture.com/archive/space_tourism_market_demand_and_the_transportation_infrastructure.shtml. E.T. 06.11.2020

Connell, J. ve Lowe, A. (1997) Generating grounded theory from qualitative data: The application of inductive methods in tourism and hospitality management research. *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 3, 165-173.

Cooper, C. (2000). *Circuit tourism.* J. Jafari (Cheif Ed.), Encyclopedia of tourism (s. 80) içinde. London: Routledge.

Corbin, J. ve Strauss, A. (1990). Grounded theory research: procedures, canons, and evaluative criteria. *Qualitative Sociology*, 13 (1), 3-21.

Creswell, J.W. (2016). *Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşıma Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni – Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches* (3. bs.). M. Bütün ve S. B.Demir (Çev. Ed.). Ankara: Siyasal Kitabevi.

Cross, G. S. (2004). *Encyclopedia of recreation and leisure in America*. Detroit: Charles Scribner's Sons.

Crouch, G. I., Devinney, T. M., Louviere, J. J. ve Islam, T. (2009). Modelling consumer choice behaviour in space tourism. *Tourism Management*, 30 (3), 441-454.

Çakıcı, A. C. (2012). *Toplantı Yönetimi (Kongre, Konferans, Seminer ve Fuar Organizasyonları)* (3. bs.). Ankara: Detay Yayıncılık.

Çakıcı, A. C. ve O. Güler (2016). *Dünyanın En Büyük Endüstrisi Olan Turizme Giriş*. M. Tuna (Ed.), Turizm Konaklama ve Seyahat İşletmeciliği (s. 3-32) içinde. Ankara: Nobel yayınevi.

Çakmak, F. ve Yılmaz, Ö. (2018). Turizmin iktisadi sürdürülebilirliği açısından kış turizmi. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11 (1), 267-286.

Çetin, G. (2008). *Dünya'da Golf Turizmi ve Türkiye'de Golf Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi*. (Yükseklisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Dalen, E. (1989). Research into values and consumer trends in Norway. *Tourism Management*, 10 (3), 183-186.

Delpy, L., (1998). An overview of sport tourism: Building towards a dimensional framework. *Journal of Vacation Marketing*. 4 (1), 23-38.

Dernoi, L. A. (1998). *Alternative or community based tourism*. L. D. Amore ve J. Jafari (Ed.), Tourism: A Vital Force for Peace içinde. Montreal, Canada: L.D'. Amore.

Derret, R. (2001) *Special interest tourism: starting with the individual*. N. Douglas, N. Douglas ve R. Derrets (Ed.), Special Interest Tourism içinde. Milton, Avusturalya: Wiley Group.

Doğan, H. Z. (2004), *Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri* (2. bs.). Ankara: Detay Yayıncılık.

Doğaner, S. (2001). *Türkiye Turizm Coğrafyası*. Çantay Kitabevi, İstanbul.

Douglas, N., Douglas, N. ve Derret, R. (2001). *Special Interest Tourism*. Milton, Avusturalya: Wiley Group.

Du Rand, G. E. ve Heath, E. (2006). Towards a framework for food tourism as an element of destination marketing. *Current Issues in Tourism*, 9 (3), 206–234.

Dubin, R. (1976). *Theory building in applied areas*. M. D. Dunnette (Ed.), Handbook of Industrial and Organizational Psychology (s.17-40) içinde. Chicago: Rand McNally.

Duralı, T. (1987). *Canlılar Sorununa Giriş.* İstanbul: Remzi Kitabevi.

Durst, P. ve Ingram, C. (1989). Nature-orientated tourism promotion by developing countries. *Tourism Management*, 26, 39-43.

Eachus, P. (2004). Using the Brief Sensation Seeking Scale (BSSS) to predict holiday preferences. *Personality and Individual Differences*, 36, 141-153.

Echtner, C. ve Jamal, T. (1997). The disciplinary dilemma of tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 24 (4), 868-883.

Edwards, H. (1973). *Sociology of sport*. Homewood, IL: The Dorsey Press

Ekoturizm ve Sürdürülebilir Turizm Derneği, (2019). Ekoturizm nedir?. Erişim adresi: http://www.ekoturizmdernegi.org/tr.asp?sayfa=5 E.T. 25.03.2019.

Erdoğan, Ç. (2019). *Turistik Deneyimlerin Benlik-Kavramı ile İlişkisi* (Doktora Tezi). Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sakarya.

Erdoğan, N. (2003). *Çevre ve (Eko)Turizm*. Ankara: Pozitif Matbaacılık.

Erickson, F. (2018). *A history of qualitative inquiry in social and educational research*. N.K. Denzin ve Y.S. Lincoln (Ed.), The SAGE Handbook of Qualitative Research (5. bs.) (s.87-141) içinde. California, CA: SAGE.

Erkuş, A. (2008). *Bilimsel Araştırmaların "Nitel" Olup Olmayacağı Üzerine "Akıl Yürütme"*. Prof. Dr. Fermani Maviş Anı Kitabı (s. 479-484) içinde. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Ertem, M. (2017). *Stratejik Karar Sürecinde Rekabet Üstünlüğünün Kaynakları Olarak Kültürel Değer ve İnançlar Üzerine Bir Gömülü Teori Araştırması* (Doktora Tezi). Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.

Esman, M. J. (1986). *Diasporas and international relations*. G. Sheffer (Ed.), Modern Diasporas in International Politics (s. 333-350) içinde. London and Sydney: Croom Helm.

Eysenck, H. ve Eysenck, S. (1964). *Manual of the Eysenck Personality Inventory*. London: University Press (aktaran Seery ve Paris, 2015).

Feifer, M. (1985). *Going places. The ways of the tourist from Imperial Rome to the present day*. London, UK: MacMillan London Limited.

Fennel, D. (2008). *Ecotourism* (3. bs.). New York: Routledge Taylor & Francis Group.

Flick, U. (2013). *The SAGE Handbook of Qualitative Data Analysis.* Sage Publications Ltd.

Franklin, A. ve Crang, M. (2001). The trouble with tourism and travel theory? *Tourist Studies*, 1 (1), 5-22.

Freese, L. (1980). Formal theorizing. *Annual Review of Sociology*, 6, 187-212.

Gençay, İ. C. (2007). *Sağlık Turizmi*. M. Bulu, ve İ. H. Eraslan (Ed.), Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü: Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar (s. 171-181) içinde. İstanbul: Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) Yayınları.

Geray, H. (2006). *Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş*. Ankara: Siyasal Kitabevi

Getz, D. (1997). *Event Management & Event Tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation.

Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29, 403–428.

Gibson, H. J. (1998). Sport tourism: a critical analysis of research. *Sport Management Review*, 1, 45-76.

Gibson, H. J. ve Yiannakis, A. (2002). Tourist roles needs and the lifecourse. *Annals of Tourism Research*, 29 (2), 358–383.

Giddens, A. (1984), *The Constitution of Society: Introduction of The Theory of Structuration*. Berkeley: University of California Press.

Giussani, L. G. (1997). *The Religious Sense*. Montreal: McGill-Queen's University Press.

Gjorgievski, M., Kozuharov, S. ve Nakovski, D. (2013). Typology of recreational-tourism resources as an important element of the tourist offer. *UTMS Journal of Economics,* Special issue 4 (1), 53–60.

Glaser, B. G. ve Strauss, A. L. (2006). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. London: Aldine Transaction.

Gnoth, J. (1997). Tourism motivation and expectation formation. *Annals of Tourism Research*, 24 (2), 283-304.

Goeldner, C. R. ve Ritchie, J. R. B. (2012). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* (12. bs.). Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Gogoi, D. (2014). A conceptual framework of photographic tourism. *IMPACT: International Journal of Research in Applied, Natural and Social Sciences (IMPACT: IJRANSS*), 2 (8), 109-114.

Gortner, S. R. ve Schultz, P. R. (1988). Approaches to Nursing Science Methods. *Image*, 20 (1), 22-24.

Gottlieb, A. (1982). Americans' Vacations. *Annals of Tourism Research*, 9, 165-187.

Goulding, C. (2002). *Grounded Theory: A Practical Guide for Management, Business and Market Researchers*. London: Sage Publications Ltd.

Gökberk, M. (1972). Hegel'in felsefesi-yaşayan yönleriyle. *Felsefe Arkivi.* (0), 18, 11-22.

Göktolga, O. (2004). Bilim terimlerinin Türkçeleştirilmesi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (8), 103-111.

Graburn, N. H. H. (1983). The anthropology of tourism. *Annals of Tourism Research*, 10, 9-33.

Gray, H. P. (1970). *International Travel-International Trade*. Lexington: Heath Lexington Books. (aktaran Mapingure, 2018, s 5).

Grieve, D. (2000). *Creative tourism.* J. Jafari (Cheif Ed.), Encyclopedia of tourism (s. 118) içinde. London: Routledge.

Grzinic, J., Zarkovic, A. ve Zanketic, P. (2010). Positioning of tourism in Central Dalmatia through the development of camping tourism. *Journal of Economic & Management Perspectives*, 4 (3), 525-535.

Guba, E. G. (1981). Criteria for assessing the trustworthiness of naturalistic inquiries. *Educational Communication and Technology Journal*, 29 (2), 75-91.

Guilamo-Ramos, V., Jaccard, J., McCarthy, K., Quiñones, Z., Lushin, V., Skinner-Day, M. Padilla, M. ve Meisterlin, L. (2013). Taxonomy of Caribbean tourism alcohol venues: Implications for HIV transmission. *Drug and Alcohol Dependence*, 132, 238–243.

Gülbaş, N. ve Karaaslan, A. (1998) *Words and Phrases in Tourism*. Ankara: Hacettepe-Taş Kitapçılık.

Gülcan, B. (2004). Macera turizmi kapsamı ve macera turizminde kaza riski. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitimi Fakültesi Dergisi* (1), 18-38.

Güner, B. (2007). *İş ve Alışveriş Turizmi*. M. Bulu, ve İ. H. Eraslan (Ed.), Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü: Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar (s. 221-242) içinde. İstanbul: Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) Yayınları.

Güneş, G. (2018, Haziran). *Doğal ve Kültürel Kaynakların Sürdürülebilir Kullanımı Bağlamında Sorumlu Turizm*. Uluslararası Kentleşme ve Çevre Sorunları Sempozyumu, 28-30 Haziran, Eskişehir. Cilt 2, 218-225.

Gürlek, M. ve Şen, M. (2014). Türk dili çalışmalarında terim sorunu: Bir durum çalışması. *International Journal of Social Science*, 29 (Güz III), 189-200.

Habitat (2020). Gündem 21 nedir? *Habitat İnsan Yerleşimleri, Çevre, Eğitim ve Sağlık Derneği Sitesi*. Erişim adresi: http://www.habitat.org.tr/gundem21/40-gundem21/47-gundem-21.html E.T. 05.11.2020.

Hacıoğlu, N. (1992). *Boş zaman ve Rekreasyon Yönetimi.* Balıkesir: (Teksir).

Halis, M. (2009). *Temel İşletmecilik Kavramları ve Turizm*. Ş. Demirkol ve B. Zengin (Ed.), Turizm İşletmeleri (Göz. geç. ve gen. 2. bs.) (s. 21-44) içinde. İstanbul: Değişim Yayınları.

Hall, C. M. (2003) Wine food and tourism marketing: Preface. *Journal of Travel and Tourism Marketing* 14, xxiii.

Hall. C. M. ve Sharples, L. (2003). *The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste*. Hall. C. M., Sharples, L., Mitchell R., Macionis, N. ve Cambourne, B. (Ed.), Food tourism around the world: development, management and markets (s. 1-24) içinde. Oxford: Butterworth-Heinemann, Elsevier.

Hall. C. M., Mitchell R. ve Sharples, L. (2003). *Consuming places: the role of food, wine and tourism in.regional development*. Hall. C. M., Sharples, L., Mitchell R., Macionis, N. ve Cambourne, B. (Ed.), Food tourism around the world: development, management and markets (s. 25-59) içinde. Oxford: Butterworth-Heinemann, Elsevier.

Hançerlioğlu, O. (1985). *Felsefe Ansiklopedisi, Kavramlar ve Akımlar*. Cilt. 2 (s. 120-128) içinde. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Helvacıoğlu Kuyucu, A. D. ve Bulu, M. (2007). *Kültür Turizmi*. M. Bulu, ve İ. H. Eraslan (Ed.), Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü: Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar (s. 123-150) içinde. İstanbul: Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) Yayınları.

Hose, T. A. (1995) Selling the story of Britain's stone. *Environmental Interpretation,* 10 (2), 16-17.

Hose, T. A. (2006) *Geotourism and interpretation*. R.K. Dowling ve D. Newsome (Ed.), Geotourism Sustainability, Impacts and Management (s. 221-241) içinde. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann

Hose, T. A. (2011). *Geotourism*. M.Novelli (Ed.), Niche Tourism contemporary issues, trends and cases (s.27-37) içinde. New York: Routledge Taylor & Francis.

Howard, R. W. (2010). Urban tourism districts: A taxonomy and a study of a new proposed type. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 7 (4), 415-428.

Hrubcova, G., Loster, T. ve Obergruber, P. (2016). The taxonomy of the least developed countries based on the tourism economic impact analysis. *Procedia Economics and Finance*, 39, 446-450.

Huang, W.-J., Ramshaw, G. ve Norman, W. C. (2015). Homecoming or tourism? Diaspora tourism experience of second generation immigrants. *Tourism Geographies*, 18 (1), 59-79.

Hunt, S. D. (2000a). *The competence-based, resource-advantage, and neoclassical theories of competition: Toward a synthesis*. R. Sanchez ve A. Heene (Ed.), Competence-based strategic management: Theory and research (s. 177–208) içinde. Greenwich, CT: JAI Press.

Hunt, S. D. (2000b). *A general theory of competition: Resources, competences, productivity, economic growth.* Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Hunter, W. C. (2008). A typology of photographic representations for tourism: Depictions of groomed spaces. *Tourism Management*, 29 (2008), 354–365.

Hunziker, W. ve Krapf, K. (1942). *Allgemenie Fremdenverkehrslehre*. Zurih: Polyg Verlag.

Ilgar, M. Z. ve Coşgun Ilgar, S. (2013). Nitel bir araştırma deseni olarak gömülü teori (temellendirilmiş kuram), *İZÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (3), 197-247.

IMF (International Monetary Fund) (2009). *Balance of Payments and International Investment Position Manual* (6. bs.). IMF Multimedia Services Division, 6th ed. (pp. 371). Washington, D.C.: International Monetary Fund, 2009. Erişim adresi: https://www.imf.org/external/pubs/ft/bop/2007/pdf/bpm6.pdf)

İçöz, O. (2009). Sağlık turizmi kapsamında medikal (tıbbi) turizm ve Türkiye'nin olanakları. *Journal of Yasar University*, 4 (14), 2257-2279.

İlban, O. M. ve Kaşlı, M. (2008). *Kış Turizmi, Turistik Ürün Çeşitlendirilmesi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

İnce, C. ve Duman, T. (2007). *Geleneksel (Deniz, Kum ve Güneş) Turizmi*. M. Bulu, ve İ. H. Eraslan (Ed.), Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü: Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar (s. 79-94) içinde. İstanbul: Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) Yayınları.

Jafari, J. (2000). *Tourism.* J. Jafari (Cheif Ed.), Encyclopedia of tourism (s.585-586) içinde. London: Routledge.

Jafari, J. ve Ritchie, B. (1981). Toward a framework for tourism education. Problems and prospects, *Annals of Tourism Research*, 8 (1), 13-34.

Johan, N. ve Joppe, M. (2005). *Cultural-Heritage Tourism: Review of Existing Market Research.* Kanada: FPT Culture/Heritage And Tourısm Initiative Building Market-Readiness Capacity Working Group.

Jones, A. (1987). Green tourism. *Tourism Management*, 26, 354-356.

Jovicic, Z. (1988). A plea for tourismological theory and methodology. *Revue de Tourisme*, 43 (3), 2-5.

Kahraman, N. (2007). *Turizm ve Çevre İlişkisi*. M. Bulu, ve İ. H. Eraslan (Ed.), Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü: Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar (s. 3-15) içinde. İstanbul: Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) Yayınları.

Kahraman, N. ve Türkay, O. (2012). *Turizm ve Çevre* (Göz. geç. 5. bs.). Ankara: Detay Yayıncılık.

Kanıbir, H. ve Kaşlı, M. (2007). *İnanç Turizmi*. M. Bulu, ve İ. H. Eraslan (Ed.), Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü: Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar (s. 151-169) içinde. İstanbul: Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) Yayınları.

Kant, I. (2000). *Prolegomena*. İ. Kuçuradi ve Y. Örnek (Çev.). Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları.

Kaplan, A. (1964). *The Conduct of Inquiry*. San Francisco: Chandler.

Kara, M. (2007). *Kongre ve Toplantı Turizmi*. M. Bulu, ve İ. H. Eraslan (Ed.), Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü: Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar (s. 243-255) içinde. İstanbul: Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) Yayınları.

Kaspar, C. (1986). *The impact of catering and cuisine upon tourism*. 36th AIEST Congress: The Impact of Catering and Cuisine Upon Tourism İçinde. Montreux, Switzerland: AIEST.

Kattara, H. (2000). *Curative tourism.* J. Jafari (Cheif Ed.), Encyclopedia of tourism (s.131) içinde. London: Routledge.

Kayapınar, Y. E. (2006). *Ulusal Gündem 21/Yerel Gündem 21*. Ankara: T.C. Çevre ve Orman Bakanlığı, ÇED ve Planlama Genel Müdürlüğü.

Kearney, M. (1995). The local and the global: the anthropology of globalization and transnationalism, *Annual Review of Anthropology*, 24, 257-265.

Keat, R. ve Urry, J. (2001). *Bilim Olarak Sosyal Teori* (2. bs.). N. Çelebi (Çev.). Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.

Keleş, R. ve Hamamcı, C. (2002). *Çevrebilim* (4. bs.). Ankara: İmge Kitabevi.

Kemp, D. D. (1998). *The Environment Dictionary*. Londra: Routledge.

Kennedy-Eden, H. ve Gretzel, U. (2012). A taxonomy of mobile applications in tourism. *e-Review of Tourism Research*, 10 (2), 47-50.

Kızılırmak, İ. (2006). *Yayla Turizmi (Tanıtım açısından eko turizm türü olan yayla turizminin incelenmesi)*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kiper, T. ve Arslan, M. (2007). Anadolu'da doğa turizmi kapsamında doğa yürüyüşü güzergahlarının belirlemesinde örnek bir çalışma. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 4 (2), 165-174.

Kiper, V. O. ve Batman, O. (2018, Kasım). Uzay Turizminin Bibliyometrik Analizi, 1st International Conggress of New Generations and Trends in Tourism, 1-3 Kasım 2018, Sapanca, Sakarya.

Kordowska, M. (2014). *Ornithological tourism in Poland as an example of sustainable tourism*. F. Dias, S. Oliveira, J. Kosmaczewska ve Â. Pereira (Ed.), New Trends in Tourism Research-A Polish Perspective (s. 130-148) içinde. Portekiz: Peniche.

Korkmaz, M. (2001). Orman kaynaklarında doğa turizmi etkinliklerinin ekonomik çözümlemeleri (Kızıldağ Milli Parkı örneği). *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, A (2), 111-134.

Kozak, M. (2014). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kozak, N. ve Kayar, Ç. H. (2007). *Genel Olarak Turizm Kavramı Ekonomik, Sosyo-kültürel ve Teknolojik Açılardan Gelişim Süreci ve Türk Turizm Sektörüne Yansıması*. M. Bulu, ve İ. H. Eraslan (Ed.), Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü: Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar (s. 63-77) içinde. İstanbul: Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) Yayınları.

Kozak, N., Akoğlan Kozak, M. ve Kozak, M. (2010). *Genel Turizm, İlkeler-Kavramlar* (Göz. geç. 10. bs.). Ankara: Detay Yayıncılık.

Kozan, G. Y., Özdemir, S. S. ve Günlü, E. (2014). Turizm yazınında "deniz turizmi"nin olgusal gelişimi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi*, 6 (2), 115-129.

Krippendorf, J. (1982). Towards new tourism politics. *Tourism Management*, 3, 135-148.

Kutay, K. (1990). Ecotourism: travel's new wave. *Vis a Vis*, Temmuz, 4-80.

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2020). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Erişim adresi: https://www.ktb.gov.tr/

Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2020a). İpek Yolu. Erişim adresi: https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10174/ipek-yolu.html

Laws, E. ve Scott, N. (2015). Tourism Research: Building from other disciplines. *Tourism Recreation Research*, 49 (1), 48-58.

Lehto, X. Y.. Brown, S., Chen, Y. ve Morrison, A. M. (2006). Yoga tourism as a niche within the wellness tourism market. *Tourism Recreation Research*, 31 (1), 25-35.

Leiper, N. (1979). The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Annals of Tourism Research*, 6 (4), 390-407.

Leiper, N. (1989). Tourism and gambling. *GeoJournal*, 19 (3), 269-275.

Leiper, N. (2000). *Tourist.* J. Jafari (Cheif Ed.), Encyclopedia of tourism (s.589-591) içinde. London: Routledge.

Lengkeek, J. (2000). Imagination and differences in tourist experience. *World Leisure Journal.* 42 (3), 11-17.

Lennon, J. ve Foley, M. (2002). *Dark Tourism*. London: Continuum.

Lewis-Beck, M. S. (1994). *Series Editor's Introduction*. K. D. Bailey (Ed.), Quantitative Applications in the Social Sciences: Typologies and taxonomies içinde. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.

Lindberg, K. (1991). *Policies For Maksimizing Nature Tourism's Ecological and Economic Benefits*. USA: World Resource Institute.

Linnaean (2018). *Taxonomy*. Erişim adresi: http://linnaeansociety.org/index.html

Litvin, S. W. (2007). Sensation seeking and its measurement for tourism research. *Journal of Travel Research*, 46 (4), 440-445.

Locker-Murphy, L. (1996). Backpackers in Australia: A motivation-based segment study. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 54 (4), 23–45.

MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *American Journal of Sociology*, 79 (3), 589-603.

MacCannell, D. (1999) *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. Berkeley, CA: University of California Press

Mader, R. (1999). Ecotourism research and promotion on the web: experiences and insights. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11 (2-3), 78-79.

Madhavaram, S. ve Hunt, S. D. (2008). The service-dominant logic and a hierarchy of operant resources: developing masterful operant resources and implications for marketing strategy. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36, 67–82.

Mapingure, C. (2018). *Tourists' Taxonomy as a Management Tool for Destination Competitiveness* (Doctoral Dissertation). North-West University, Zimbabwe.

Mayr, E. (1966). *Animal Species and Evolution.* Cambridge, Massachusetts: The Belknap Press of Harvard University Press,

Mayr, E. (1969). *Principles of Systematic Zoology*. New York: McGraw-Hill.

Mazanec, J. A. (2009). Unraveling myths in tourism research. *Tourism Recreation Research*, 34 (3), 319-323.

McCabe, S. (2005).Who is a tourist? A critical review. *Tourist Studies*, 5 (1), 85-106.

McKercher, B., Okumus, F. ve Okumus, B. (2008). Food tourism as a viable market segment: It's all how you cook the numbers!. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25 (2), 137-148.

McKinney, J. C. (1966). *Constructive Typology and Social Theory*. New York: Appleton-Century-Crofts.

McKrecher, B. (2002). Towards a classification of cultural tourists. *International Journal of Tourism Research*, (4), 29-38.

McKrecher, B. (2016). Towards a taxonomy of tourism products. *Tourism Management*, 54 (2016), 196-208.

McKrecher, B. ve Du Cros, H. (2003), Testing a cultural tourism typlogy. *International Journal of Tourism Research*, 5, 45-48.

McQuitty, L. (1957). Elementary linkage analysis for isolating orthogonal and oblique types and typal relevancies. *Educational and Psychological Measurement*, 17, 207–229.

Medlik, S. (2003). *Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality* (3. bs.). Oxford: Butterworth-Heinemann.

Meethan, K. (2001) *Tourism in Global Society*. Basingstoke: Palgrave.

Mehmetoglu, M. (2004). A typology of tourists from a different angle. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 5 (3), 69-90.

Mehmetoglu, M. (2005). A case study of nature-based tourists: Specialists versus generalists. *Journal of Vacation Marketing*, 357-369.

Merriam-Webster. (2020a). https://www.merriam-webster.com/dictionary/criteriology E.T. 05.11.2020

Merriam-Webster. (2020b). https://www.merriam-webster.com/dictionary/quaint, E.T. 05.11.2020

Merriam-Webster. (2020c). http://www.learnersdictionary.com/definition/tourism E.T. 05.11.2020

Merriam-Webster. (2020d). https://www.merriam-webster.com/dictionary/tourist E.T. 05.11.2020

Merton, R. K. (1967). *On Theoretical Sociology.* New York: Free Press.

Middleton, V. T. C. ve J. Clarke. (2001). *Marketing in Travel and Tourism* (3. bs.). Oxford: Butterworth-Heinemann.

Miles, M. B. ve Huberman, A. M. (1994). *An Expanded Source Book: Qualitative Data Analysis.* London: Sage Pub.

Miles, W. F. S. (2002). Auschwitz: Museum interpretation and darker tourism. *Annals of Tourism Research*, 29 (4), 1175-1178.

Mitchell, R. ve Hall, C. M. (2003). *Consuming tourists: Food tourism consumer behavior*. Hall. C. M., Sharples, L., Mitchell R., Macionis, N. ve Cambourne, B. (Ed.), Food Tourism around the World: Development, Management and Markets (s. 60-80) içinde. Oxford: Butterworth-Heinemann, Elsevier.

Mitchell, R., Hall, C. M. ve McIntosh, A. (2000). *Wine tourism and consumer behaviour*. Wine Tourism around the World: Development, Management and Markets (s. 115-135) içinde. Oxford: Butterworth-Heinemann, Elsevier.

Montgomery, C. A., Wernerfelt, B. ve Balakrishnan, S. (1989). Strategy content and the research process: A critique and commentary. *Strategic Management Journal*, (10), 189-197.

Mowforth, M. ve Munt, I. (2009) *Tourism and Sustainability*. London: Routledge

Mukhopadhyay, S. ve Gupta, R. K. (2014). Survey of Qualitative Research Methodology in Strategy Research and Implication for Indian Researchers. *Vision*, 18 (2), 109-123.

Mursalov, M. (2009). *Bir Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Olarak Kış Turizmi ve Kış Turizmi Açısından Azerbaycan'ın Guba-Haçmaz Turizm Bölgesinin Arz Potansiyeli* (Yükseklisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Nash, D. (1981) Tourism as an anthropological subject [and Comments and Reply]. *Current Anthropology*, 22 (5), 461-481.

Nash, D. ve Smith, L.V. (1991), Anthropology and tourism. *Annals of Tourism Research*, 18, 12-25.

Neuman, W. L. (2016). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nitel ve Nicel Yaklaşımlar* (Cilt. 1, 8. bs.). S. Özge (Çev.). İstanbul: Yayın Odası Yayınları.

Nickerson, N. P. (1995). Tourism and gambling content analysis. *Annals of Tourism Research*, 22 (1), 53-66.

Nogawa, H., Yamguchi, Y. ve Hagi, Y. (1996). An empirical research study on Japanese sport tourism in Sport-for-All events: Case studies of a single-night event and a multiple-night event. *Journal of Travel Research*, 35, ss. 46–54.

Novelli, M. (2011). *Part I Special interest tourism*. M. Novelli (Ed.), Niche Tourism contemporary issues, trends and cases (s.13) içinde. New York: Routledge Taylor & Francis.

Noy, C. (2007). *A Narrative Community: The Voices of Israeli Backpackers*. Detroit, MI: Wayne State University Press

O'Neill, M. (1991). Naturally attractive. *Pacific Monthly*, 25.

OECD (2020a). Glossary of Statistical Terms. (Erişim adresi: https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=2680)

OECD (2020b). Glossary of Statistical Terms. (Erişim adresi: https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=350)

Oktay, K., İşlek, E. ve Yaşar, U. (2016). Kastamonu'da doğa turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 9 (2), 47-54.

Olalı, H. ve Timur, A. (1986). *Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri*. Ankara: Enka Spor, Eğitim ve Sosyal Yardım Vakfı.

Olalı, H., S.S. Nazilli, E.N. Kırcıoğlu ve M. Sümer. (1983). *Dış Tanıtım ve Turizm*. Ankara: Yonca Matbaası, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Oxford (2019a). Oxford English and Spanish Dictionary, Thesaurus, and Spanish to English Translator. Erişim adresi: https://www.lexico.com/definition/conference, Erişim Tarihi: 08.11.2020.

Oxford (2019b). Oxford English and Spanish Dictionary, Thesaurus, and Spanish to English Translator. Erişim adresi: https://www.lexico.com/definition/seminar, Erişim Tarihi: 08.11.2020.

Oxford (2019c). Oxford English and Spanish Dictionary, Thesaurus, and Spanish to English Translator. Erişim adresi: https://www.lexico.com/definition/symposium, Erişim Tarihi: 08.11.2020.

Oxford (2019d). Oxford English and Spanish Dictionary, Thesaurus, and Spanish to English Translator. Erişim adresi: https://www.lexico.com/definition/meeting, Erişim Tarihi: 08.11.2020.

Oxford (2019e). Oxford English and Spanish Dictionary, Thesaurus, and Spanish to English Translator. Erişim adresi: https://www.lexico.com/definition/colloquium, Erişim Tarihi: 08.11.2020.

Oxford (2019f). Oxford English and Spanish Dictionary, Thesaurus, and Spanish to English Translator. Erişim adresi: https://www.lexico.com/definition/geriatrics, Erişim Tarihi: 08.11.2020.

Oxford (2019g). Oxford English and Spanish Dictionary, Thesaurus, and Spanish to English Translator. Erişim adresi: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/criterion?q=criteria

Oxford (2019h). Oxford English and Spanish Dictionary, Thesaurus, and Spanish to English Translator. Erişim adresi: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/generic_1?q=generic

Ozankaya, Ö. (1975). *Toplumbilim Terimleri Sözlüğü*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.

Öter, Z. ve Sarıbaş Ö. (2017). *Turizmde temel kavramlar*. A. Akbaba, Z. Öter, M. E. Güler, V. Altıntaş (Ed.), Turizm İşletmeciliği Endüstri ve Yönetsel Boyutlar (s. 1-16) içinde. Ankara: Detay Yayıncılık.

Özdemir, H. (2015). *Muhafazakâr Otel Müşterilerinin Otel İşletmelerinde Aradıkları Özelliklerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma* (Doktora tezi). Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Özdoğan, O. N. ve Gencer, K. (2017). *Turizm endüstrisinin genel yapısı*. A. Akbaba, Z. Öter, M. E. Güler, V. Altıntaş (Ed.), Turizm İşletmeciliği Endüstri ve Yönetsel Boyutlar (s. 17-36) içinde. Ankara: Detay Yayıncılık.

Özer, O. (2015). *Av Turizmi ve Görsel Medya: Yaban TV'nin Türkiye'deki Yerli Turist Avcıların Tutumlarına Yönelik Etkileri* (Yüksek Lisans Tezi). İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Özer, O. (2020). Türkiye'nin av turizmi potansiyeli konusunda bir değerlendirme. *Journal of Gastronomy, Hospitality, and Travel*, 3 (1), 71-86.

Özer, Ö. ve Sonğur, C. (2012). Türkiye'nin dünya sağlık turizmindeki yeri ve ekonomik boyutu. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4 (7), ss. 69-81.

Özgen, I. (2015). *Uluslararası Gastronomiye Genel Bakış*. M. Sarıışık (Ed.), Uluslararası Gastronomi (s. 1-32) içinde. Ankara: Detay Yayıncılık.

Palmer, C. ve Lester, J.-A. (2011). *Potographic tourism*. M. Novelli (Ed.), Niche Tourism contemporary issues, trends and cases (s.15-25) içinde. New York: Routledge Taylor & Francis Group.

Pearce, P. L. (1982) *The Social Psychology of Tourist Behaviour*. Oxford: Pergamon.

Perreault, W.D., Dorden, D.K. ve Dorden, W.R. (1979). A psychographic classification of vacation life styles. *Journal of Leisure Research*, 9 (3), 208-224.

Phillip, S., Hunter, C. ve Blackstock, K. (2010). A typology for defining agritourism. *Tourism Management*, 31 (2010), 754-758.

Phyletic gradualism (2019). Wikipedia. Erişim adresi: https://en.wikipedia.org/wiki/Phyletic_gradualism

Pigeassou, C. (1997). Sport and tourism: The emergence of sport into the offer of tourism. Between passion and reason: An overview of the French situation and perspectives. *Journal of Sports Tourism*, 4 (2), 24-47.

Plog, S. (1987). *Understanding Psychographics in Tourism Research*. J.R.B. Ritchie ve C.R Goeldner (Ed.), Travel, Tourism, and Hospitality Research. A handbook for managers and researchers (s. 203-213) içinde. New York: John Wiley & Sons.

Plog, S. C. (1974). Why destinations areas rise and fall in popularity. *Cornel Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 14 (4), 55-58. (aktaran Plog, S. C. (2001). Why destinations areas rise and fall in popularity, An update of a Cornel Quarterly Classic, *Cornel Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42 (3), 13-24.)

Price, L. L., Arnould, E. J. ve Malshe, A. (2006). Toward a cultural resource-based theory of the customer. *The New Dominant Logic in Marketing*, 91-104.

Pritchard, A. (2012). *Critical tourism research*. I. Ateljevic, N. Morgan ve A. Pritchard (Ed.), The Critical Turn in Tourism Studies: Creating an Academy of Hope (s. 11-13) içinde. Oxon: Routledge.

Reddy, M. V., Nica, M. ve Wilkes, K. (2012). Space tourism: Research recommendations for the future of the industry and perspectives of potential participants. *Tourism Management*, 33 (5), 1093-1102.

Reiser, D. (2003). Globalisation: An old phonemon that needs to be rediscovered for tourism. *Tourism and Hospitality Research,* 4 (4), 306-320.

Richards, G. ve Fernandes, C. (2007). *Religious Tourism in Northern Portugal*. G. Richards (Ed.), Cultural Tourism: Global and Local Perspectives (s. 215-237) içinde. New York: The Haworth Press.

Richardson, J. (1991). *The case for ecotourism association*. B. Weiler (Ed.), Ecotourism Incorporating the Global Classroom içinde. Canberra, Australia: Bureau of Tourism Research.

Ritchie, J. R. B, Sheehan, L. ve Timur, S. (2008). Tourism sciences or tourism studies? Implications for the design and content of tourism programming. *Téoros* [En ligne - Édition électronique]*,* 27 (1), 1-20.

Robinson, M. and Novelli, M. (2011). *Niche tourism: an introduction*. M. Novelli (Ed.), Niche Tourism contemporary issues, trends and cases (s.1-11) içinde. New York: Routledge Taylor & Francis Group.

Ryan, C. (1998). The travel career ladder: An appraisal. *Annals of Tourism Research*, 25 (4), 936-957.

Ryan, C. ve Hall, C. M. (2005). *Sex Tourism: Marginal PeopleaAnd Liminalities*. London: Taylor and Francis e-Library

Saydan, R. ve Küçükaslan, N. (2007). *Doğa Turizmi*. M. Bulu, ve İ. H. Eraslan (Ed.), Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü: Sektörel

Stratejiler ve Uygulamalar (s. 107-122) içinde. İstanbul: Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) Yayınları.

Schreier, M. (2012). *Qualitative Content Analysis in Practice.* London: Sage Publications.

Schuetz, A. (1944) The stranger: An essay in social psychology. *American Journal of Sociology*, 49 (6), 499-507.

Seery, P. ve Paris, C. M. (2015). A three-dimensional tourist typology. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4 (2), 1-8.

Selin, S. (1999) Developing a typology of sustainable tourism partnerships. *Journal of Sustainable Tourism*, 7 (3-4), 260-273.

Sesli Sözlük (2020a) : https://www.seslisozluk.net/thetic-nedir-ne-demek/

Sesli Sözlük (2020b) : https://www.seslisozluk.net/polythetic-nedir-ne-demek/

Sevil, N. (1991). Terimsel yenilenme ve çeviribilim. *Metis Çeviri Dergisi*, (17), 27-31.

Seyahat Acentaları Yönetmeliği (2007, 5 Ekim). *Resmi Gazete* (Sayı: 26664). Erişim adresi: http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2007/10/20071005-7.htm

Sheffer, G. (1986). *Modern Diasporas in International Politics*. Sydney: Croom Helm.

Shuval, J. T. (2000). Diaspora migration: Definitional ambiguities and a theoretical paradigm. *International Migration*, 38 (5), 41-57.

Simpson, G. G. (1961). *Principles of Animal Taxonomy*. New York: Columbia University Press.

Smith, S. L. J. ve Lee, H. (2010). A *Typology of 'Theory' in Tourism*. D. G. Pearce ve R.W. Butler (Ed.), A 20-20 Vision of Tourism Research: Roads Traveled, Hills to Climb (s. 28-39) içinde. London: Goodfellow Publishers.

Smith, V. L. (1977, 1989). *Hosts and Guests: The Antropology of Tourism* (2. bs.). V. L. Smith (Ed). Philadelphia, Pennsylvania: University of Pennsylvania Press.

Smith, V. L. (2000). Typology. Tourist. J. Jafari (Ed.) Encyclopedia of Tourism içinde. London: Routledge.

Sneath, P. H. A. ve Sokal, R. R.(1973). *Numerical Taxonomy*. San Francisco: Freeman.

Sokal, R. R. (1986). Phenetic taxonomy: Theory and methods. *Annual Review of Ecology and Systematics*, (17), 423-442.

Sontag, S. (1977). *On Photpgraphy*. Londra: Penguin Books.

Sönmez, S. (2008). *Botanik Turizmi*. N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Ed.), Turistik Ürün Çeşitlendirmesi (s. 163-187) içinde. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Sönmez, V. (2013). *Bilim Felsefesi* (3. bs.). Ankara: Anı Yayıncılık.

Stone, P. J., Dunphy, D. C. ve Smith, M. S. (1966). *The General Inquirer: A Computer Approach to Content Analysis*. Oxford, England: M.I.T. Press.

Stone, P. R. (2006). A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *Turizam: međunarodni znanstveno-stručni časopis*, 54 (2), 145-160.

Strauss, A. L. (2003). *Qualitative Analysis for Social Scientists* (14. bs.). Cambridge: Cambridge University Press.

Strauss, A. L., and Corbin, J. M. (1998). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory.* London: Sage Publications.

Sundbo, J., Orfila-Sintes, F. ve Sørensen, F. (2007). The innovative behaviour of tourism firms: Comparative studies of Denmark and Spain. *Research Policy*, 36 (1), 88-106.

Sutton, R. I. ve Staw B. M. (1995). What theory is not. *Administrative Science Quarterly*, 40 (3), 371-384.

Swanson, M. A. (1992, 10-12 Şubat). *Ecotourism: Embracing the New Environmental Paradigm.* The International Union for Conservation of Nature and Natural Resources (OUCN) 4th World Congress on National Parks and Protected Areas. Caracas: Venezuela.

Swarbrooke, J. ve Horner, S. (2007). *Consumer Behaviour in Tourism* (2. bs.). Oxford: Butterworth-Heinemann.

Şafak, İ. (2003). Türkiye'deki av turizmi uygulamalarının özel avlak işletmelerine etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, A (2), 133-148.

Tan, S.-K., Luh, D.-B. ve Kung, S.-F. (2014). A taxonomy of creative tourists in creative tourism. *Tourism Management*, 42, 248-259.

Tarlow, P. E. (2011). *Dark tourism*. M. Novelli (Ed.) Niche Tourism contemporary issues, trends and cases (s. 47-58) içinde. New York: Routledge Taylor & Francis Group.

TDK (2019). Güncel Türkçe Sözlük. [Aranılan kelime "Taksonomi"] (Erişim adresi: https://sozluk.gov.tr/ Erişim tarihi: 03.01.2019)

TDK (2020a). Güncel Türkçe Sözlük. [Aranılan kelime "Etik"] (Erişim adresi: https://sozluk.gov.tr/ Erişim tarihi: 01.05.2020)

TDK (2020b). Güncel Türkçe Sözlük. [Aranılan kelime "Emik"] (Erişim adresi: https://sozluk.gov.tr/ Erişim tarihi: 01.05.2020)

TDK (2020c). Güncel Türkçe Sözlük. [Aranılan kelime "Steno"] (Erişim adresi: https://sozluk.gov.tr/ Erişim tarihi: 02.05.2020)

TDK (2020d). Güncel Türkçe Sözlük. [Aranılan kelime "Kriter"] (Erişim adresi: https://sozluk.gov.tr/ Erişim tarihi: 04.05.2020)

TDK (2020e). Güncel Türkçe Sözlük. [Aranılan kelime "Jenerik"] (Erişim adresi: https://sozluk.gov.tr/ Erişim tarihi: 01.06.2020)

TDK (2020f). Güncel Türkçe Sözlük. [Aranılan kelime "Domestik"] (Erişim adresi: https://sozluk.gov.tr/ Erişim tarihi: 23.08.2020)

TDK (2020g). Güncel Türkçe Sözlük. [Aranılan kelime "Açımlamak"] (Erişim adresi: https://sozluk.gov.tr/ Erişim tarihi: 27.09.2020)

TDK (2020h). Güncel Türkçe Sözlük. [Aranılan kelime "Nokta turizmi"] (Erişim adresi: https://sozluk.gov.tr/ Erişim tarihi: 27.09.2020)

TDK (2020ı). Güncel Türkçe Sözlük. [Aranılan kelime "Dinlenmek"] (Erişim adresi: https://sozluk.gov.tr/ Erişim tarihi: 02.11.2020)

TDK (2020i). Güncel Türkçe Sözlük. [Aranılan kelime "Hobi"] (Erişim adresi: https://sozluk.gov.tr/ Erişim tarihi: 03.11.2020)

TDK (2020j). Güncel Türkçe Sözlük. [Aranılan kelime "Yayla"] (Erişim adresi: https://sozluk.gov.tr/ Erişim tarihi: 04.11.2020)

TDK (2020k). Güncel Türkçe Sözlük. [Aranılan kelime "Diaspora"] (Erişim adresi: https://sozluk.gov.tr/ Erişim tarihi: 05.11.2020).

TDK (2020l). Güncel Türkçe Sözlük. [Aranılan kelime "Gastronomi"] (Erişim adresi: https://sozluk.gov.tr/ Erişim tarihi: 05.11.2020).

TDK (2020m). Güncel Türkçe Sözlük. [Aranılan kelime "Sempozyum"] (Erişim adresi: https://sozluk.gov.tr/ Erişim tarihi: 08.11.2020).

TDK (2020n). Güncel Türkçe Sözlük. [Aranılan kelime "İşlemek"] (Erişim adresi: https://sozluk.gov.tr/ Erişim tarihi: 15.11.2020).

TDK (2020o). Güncel Türkçe Sözlük. [Aranılan kelime "Teori"] (Erişim adresi: https://sozluk.gov.tr/ Erişim tarihi: 15.11.2020).

Teece, D., Pisano, G. ve Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management, *Strategic Management Journal*, 18 (7), 509–533.

Tekin, Ö. A. (2014). İslami turizm, Türkiye'deki ve dünyadaki genel durumu üzerine bir inceleme, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (29), 750-766.

Thau, D. M. (2010). *Reasoning about Taxonomies* (Doctoral Dissertation). University of California, Office of Graduate Students, California.

Theobald, W. F. (2005). *The meaning, scope and measurement of travel and tourism*. W. F. Theobald (Ed.) Global Tourism (ss. 6-24) içinde. United States of America: Elsevier Butterworth-Heinemann

TIES, 2020. What is ecotourism? *The International Ecotourism Society (TIES).* Erişim adresi: http://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism

Timur, M. N., Çevik, S. ve Kıyık Kıcır, G. (2014). Etkinlik turizmi: Kültür başkenti etkinliklerinin başarı unsurları üzerine bir değerlendirme. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi,* 2, (2/1), 56-83.

Tosun, C. (1999). Towards a typology of community participation in the tourism development process. *Anatolia An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 10 (2), 113-134.

Trauer, B. (2006). Conceptualizing special interest tourism-frameworks for analysis, *Tourism Management*, 27 (2), 183-200.

Tribe, J. (2006). The truth about tourism. *Annals of Tourism Research*, 33 (2), 360-381.

Turco, D. Ve Eisenhardt, H. (1998, Winter). Exploring the sport tourism connection. *ICHPER SD*, ss. 24–27.

Türkay, O. (2009). *Rekreasyon İşletme*leri. Ş. Demirkol, ve B. Zengin (Ed.), Turizm İşletmeleri (Göz. geç. ve gen. 2. bs.) (s. 249-290) içinde. İstanbul: Değişim Yayınları.

Ulusoy, H. (2015). Av turizminin kırsal turizm açısından kırsal kalkınma üzerindeki etkisinin irdelenmesi. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 8 (2), 74-80.

UNEP ve WTO (2005). *Making Tourism More Sustainable: a Guide for Policy Makers*. (Erişim adresi: http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/dtix0592xpa-tourismpolicyen.pdf)

UNESCO (2001). *The Universal Declaration on Cultural Diversity*. Cultural Diversity Series No. 1. General Conference of UNESCO, Paris, 2 Kasım 2001. (Erişim adresi: http://orcp.hustoj.com/wp-content/uploads/2016/03/127162e.pdf).

United Nations (2010). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*. United Nations Publication Department of Economic and Social Affairs Statistics Division, Series M No. 83/Rev.1 (pp. 145) Sales No. E.08.XVII.2 New York: 2010 ISBN 978-92-1-161521-0 (Erişim adresi: https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf#page=21).

United Nations (2017). *Principles and Recommendations for Population and Housing Censuses*. Revision 3. United Nations Publication Department of Economic and Social Affairs Statistics Division, ST/ESA/STAT/SER.M/67/Rev.3 (pp. 316) Sales No. E.15.XVII.10 New York: 2017 ISBN 978-92-1-161597-5 (Erişim adresi: https://unstats.un.org/unsd/demographic-social/Standards-and-Methods/files/Principles_and_Recommendations/Population-and-Housing-Censuses/Series_M67rev3-E.pdf).

UNWTO (2019a). *UNWTO Tourism Definitions*. Madrid, İspanya: World Tourism Organization (UNWTO). ISBN electronic: 978-92-844-2085-8, DOI: https://doi.org/10.18111/9789284420858. (Erişim adresi: https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858?download=true) (UNWTO, 2019a:).

UNWTO (2019b). Glossary of tourism terms. (Erişim adresi: http://statistics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossaryterms.pdf)

Uriely, N., Yonay, Y. ve Simchai, D. (2002), Backpacking Experiences: A Type and Form Analysis, *Annals of Tourism Research*, Vol.: 29, Issue: 2, pp.: 520-538.

URL 1: http://www.biyolojidersnotlari.com

URL 2: https://wmaraci.com/nedir/operand

URL 3: (8 Ocak 2019) UNWTO and ETC Endorse Health Tourısm Taxonomy https://www.imtj.com/news/unwto-and-etc-endorse-health-tourism-taxonomy/

Urry, J. (2002). *The Tourist Gaze*. Sage Publications of London. Thousand Oaks. (2009). *Turist Bakışı*. E. Tataroğlu ve İ. Yıldız (Çev.). Ankara: Bilgesu Yayıncılık.

Usta, Ö. (2001). *Genel Turizm.* İzmir: Anadolu Matbaacılık.

Usta, Ö. (2014). *Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım* (4. bs.). Ankara: Detay Yayıncılık.

Ünal, A. ve Demirel, G. (2011). Sağlık Turizmi işletmelerinden yararlanan müşterilerin beklentilerinin belirlenmesine yönelik Bolu ilinde bir araştırma. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, Aralık, 106-115.

Van de Ven, A. (1989). Nothing is quite so practical as a good theory. *The Academy of Management Review*, 14 (4), 486-489.

Vanat, L. (2013). International Report on Snow & Mountain Tourism - Overview of the key industry figures for ski resorts, Erişim Tarihi: 06.12.2020, http://www.vanat.ch/RM-world-report-2013.pdf.

Vanherbaryum (2018). Taksonomi. Erişim adresi: http://www.vanherbaryum.yyu.edu.tr/f/taksonomi.html Erişim tarihi: 03.04.2018

Vanhove, N. (2016). *Tourism*. J. Jafari ve H. Xiao (Ed.), Encyclopedia of Tourism içinde. Switzerland: Springer International Publishing (eBook).

Vardar, B. (2007). *Açıklamalı Dilbilim Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Multilingual.

Wearing, S. ve Neil, J. (2009). *Ecotourism: Impacts, Potentials and Possibilities?* Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Wearing, S., Stevenson, D. ve Young, T. (2010). *Tourist Cultures: Identity, Place and the Traveller.* London: SAGE Publications Ltd. (https://sk.sagepub.com/books/tourist-cultures adresinden alınmıştır).

Weber, M. (1947). *Theory of Social and Economic Organization*. A. R. Henderson ve T. Parsons (Çev.), T. Parsons (Ed.). Glencoe, IL: Free Press.

Weber, M.(1949). *The Methodology of the Social Sciences*. E. A. Shils ve H. A. Finch (Çev.). Glencoe, IL: Free Press.

Weick, K, E. (1989). Theory construction as disciplined imagination. *Academy of Management Review*, 14, 516-531.

Weick, K. E. (1995). *Definition of theory*. N. Nicholson (Ed.), Blackwell Dictionary of Organizational Behavior (ss. 565–567) içinde. Oxford: Blackwell.

Wickens, E. (2002). The sacred and the profane: A tourist typology. *Annals of Tourism Research*, 29 (3), 834-851.

Wicks, B. ve Meret, C. (2003). Illinois Institute for Rural Affairs, agri-tourism: an economic opportunity for Illinois, *Rural Research Report*, 19 (9), 1-8.

Wiktionary, 2020. https://en.wiktionary.org/wiki/criteriology

Williams, S. (2009). *Tourism geography: A new synthesis.* London: Routledge.

Wilson, J. (2012). *Recreational Caving*. W. White ve D. Culver (Ed.), Encylcopedia of Caves (s. 641-648) içinde. China: Elsevier.

WWF (2001). *Guidelines for Community-Based Ecotourism Development*. R. Denman (Yay. haz.). Switzerland: World Wildlife Fund International.

Yang, L. (2011). Ethnic tourism and cultural representation. *Annals of Tourism Research*, 38 (2), 561-585.

Yeşiltaş, M., Cankül, D. ve Temizkan, R. (2012). Otel seçiminde dini hayat tarzlarının etkisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (39), 193-217.

Yıldırım, A. ve Şimşek H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Matbaası.

Yıldırım, U. ve Öner, Ş. (2003). Sürdürülebilir kalkınma yaklaşımının Türkiye'ye yansımaları: GAP'ta sürdürülebilir kalkınma ve yerel Gündem 21. *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 12 (4), 6-27.

Yılmaz, H., Mutlu, E., Mutlu, B., Demir, M. ve Irmak, M. A. (2018, Haziran). *Çıldır Gölü'nün Rekreasyonel Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi*. Uluslararası Kentleşme ve Çevre Sorunları Sempozyumu: Değişim/Dönüşüm/Özgünlük, 28-30 Haziran, Eskişehir.

Yolal, M. (2017). Türkiye'nin etkinlik turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (2), 35-51.

Young, C. A., Corsun, D. L. ve Baloglu, S. (2007). A taxonomy of hosts visiting friends and relatives. *Annals of Tourism Research*, 34 (2), 497-516.

Yozcu, S. (2018). *Mağaraların Rekreasyonel Kullanımı ve Mağaracılık Motivasyonları: Ayvaini Mağarası Örneği* (Doktora tezi). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Yurtseven, H. R. (2007). *Yemek (Gastronomi) Turizmi Yerellik ve Küresellik ya da Tanıdıklık ve Yabancılık*. M. Bulu, ve İ. H. Eraslan (Ed.), Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü: Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar (s. 257-266) içinde. İstanbul: Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) Yayınları.

Yurtseven, H. R., Erkul, H. ve Kekeç Morkoç, D. (2013). *Örneklerle Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yücel, C. (2002). *Turizmde Yükselen Değer: Ekoturizm*. Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) Ar-Ge Departmanı.

Yücel, C. (2007). *Sahil ve Liman Turizmi*. M. Bulu, ve İ. H. Eraslan (Ed.), Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü: Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar (s. 95-106) içinde. İstanbul: Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) Yayınları.

Yüksel, A. ve Yüksel F. (2004). *Turizmde Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Turhan Kitabevi.

Zalatan, A. (2004). Tourist typology: an ex ante approach. *Tourism Economics*, 10 (3), 329–343.

Zargan. (2020). https://www.zargan.com/tr/q/quaint-ceviri-nedir E.T. 05.11.2020

Zargan. (2020b). https://www.zargan.com/tr/q/elucidate-ceviri-nedir E.T. 12.11.2020

Zargan. (2020c). https://www.zargan.com/tr/q/analyze-ceviri-nedir E.T. 12.11.2020

Zargan. (2020d). https://www.zargan.com/tr/q/explain%20fully-ceviri-nedir E.T. 12.11.2020

Zengin, B. (2009). *Seyahat İşletmeleri*. Ş. Demirkol, ve B. Zengin (Ed.), Turizm İşletmeleri (Göz. geç. ve gen. 2. bs.) (s. 47-90) içinde. İstanbul: Değişim Yayınları.

Zengin, B. ve Erkol, G. (2018). Sorumlu Turizm Türlerini Geliştirme Politikaları, O. Batman, O. Türkay ve Ş. Ulama (Ed.), Turizmde Politika ve Stratejiler içinde. İstanbul: Değişim Yayınları.

Zengin, B., Koç, D. E. ve Ulama, Ş. (2019). Kastamonu ilinin doğa turizmi potansiyelinin alternatif turizm kapsamında değerlendirilmesi. S*afran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (2), 251-274.

Zima, P. V. (2007). *What is Theory? Cultural Theory as Discourse and Dialogue.* New York: Continuum International Publishing Group.

Zollo, M. ve Winter, S. G. (2002). Deliberate learning and the evolution of dynamic capabilities. *Organizational Science*, 13 (3), 339-351.

Zülfikar, H. (2011). *Terim Sorunları ve Terim Yapma Yolları*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.

.

EKLER

Ek A: Hiyerarşik Turizm Taksonomisi (Model)

Ek B: Turizm ve bağlantılı konularda yapılmış taksonomi (deneysel) çalışmaları

Ek C: Turizm ve bağlantılı konularda yapılmış tipoloji (kavramsal) çalışmaları

Ek D: Araştırma verisi toplamak için öncül mail metni örneği

Ek E: Araştırma verisi toplamak için ardıl mail metni örneği

Ek F: Araştırma kapsamında veri temini için kullanılan mülakat formu örnekleri

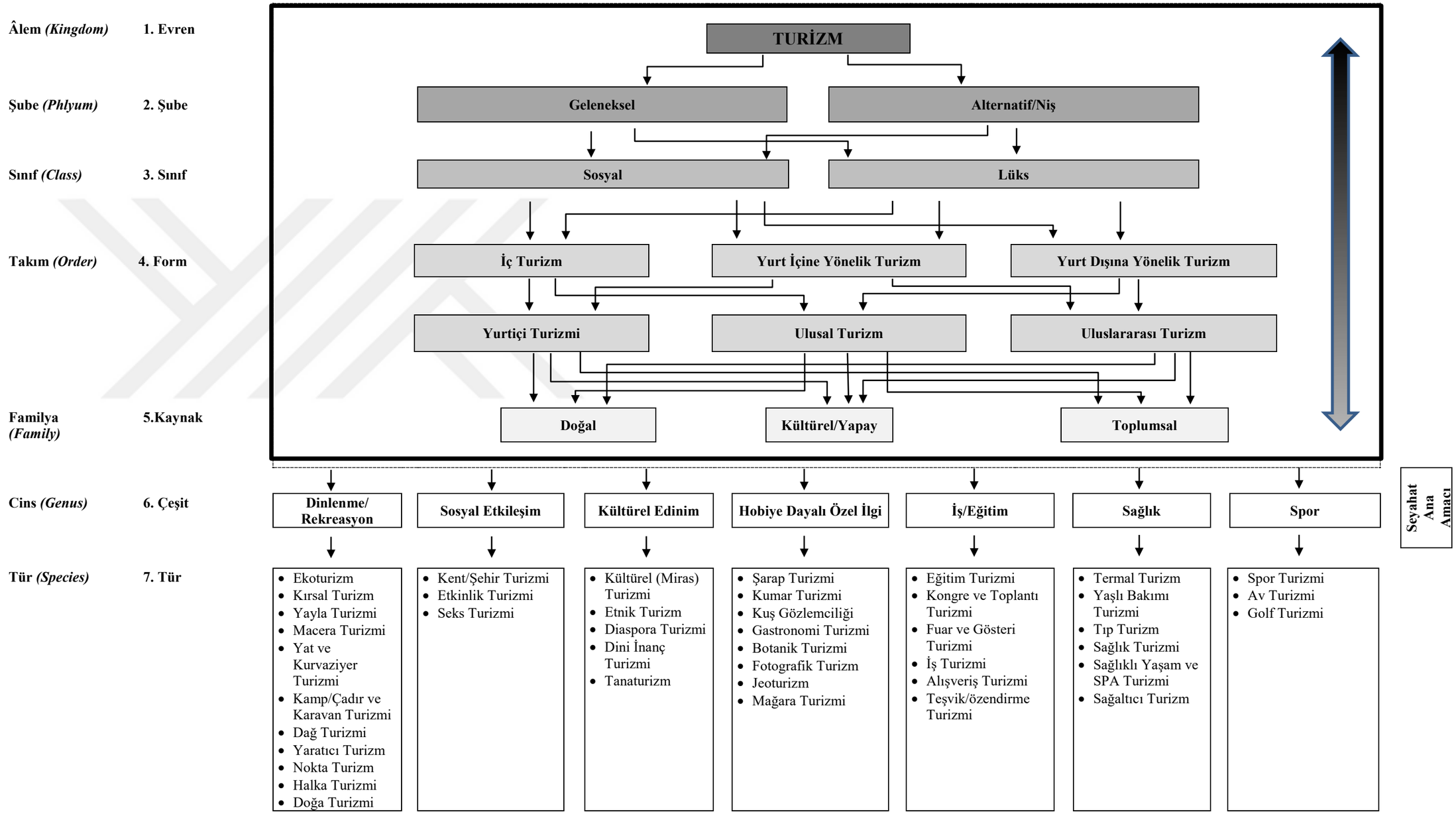
Ek F1: Türkçe mülakat formu örneği

Ek F2: İngilizce mülakat formu örneği

Ek F3: Almanca mülakat formu örneği

Ek F4: Rusça mülakat formu örneği

Ek A: Hiyerarşik Turizm Taksonomisi (Model)



Ek B: Turizm ve bağlantılı konularda yapılmış taksonomi (deneysel) çalışmaları

Sıra no	Araştırmacılar (Yıl)	Araştırmanın Adı	Çalışmanın İçeriği / Ortaya Konan Teori
1	Plog (1974)	Why destinations areas rise and fall in popularity	Yazar, demografik özelliklerin seyahat araştırmalarında kullanılmalarına rağmen seyahat motivasyonlarının altının çizilmediğine dikkat çekmek istemiş ve yaşam biçimi ve rolleri için üç çeşit sınıflandırma yapmıştır: **(1) Dış merkezli (allocentric)**: Bu turistler macera arar ve bireysel keşiflerde bulunurlar. Bu turist tipleri kendi seyahat düzenlemelerini yaparlar. Sayıca azdırlar ve yerel halk ile kaynaşırlar. Yerel halkın kültürünü öğrenirler ve nadiren tekrar aynı yere seyahat gerçekleştirirler. **(2) Orta merkezli (mid-centric):** Çeşitli donanımlara sahip ve tanınmaya başlamış yerlere bireysel olarak seyahate çıkarlar. Tatilleri için aracı kurumları kullanırlar fakat kendi programlarını yaparlar. Bu tip turistler yenilik arayışları ile sürekli yaşadıkları yerlerdeki yaşam biçimleri arasında denge sağlamaya çalışırlar. **(3) Ruhsal merkezli (psychocentric):** Kapsamlı paket turları tercih ederler. Yaşadığı yerlere kültürel açıdan benzer turistik alanları ararlar. Kitle turizmine yönelik konaklama tesislerinde kalırlar ve sık sık aynı yerleri ziyarete gelirler. Bu turist tipleri kendileri ile ilgili en küçük sorunları bile büyütürler (Avcıkurt, 2009:20).
2	Perreault ve diğ. (1979)	A psychographic classification of vacation life styles	Yazarlar ampirik çalışmalarında ekonomik açıdan yaşam stillerini incelemiş ve seyahat eden insanları beş şekilde ele almışlardır. **(1) Uygun bütçeli (budget) seyahat edenler**, orta gelir grubuna ait, ucuz tatil arayışı içinde olan insanlardır. **(2) Heyecan arayan (adventurous) turistler**, varlıklı ve tercihlerini gittikleri destinasyonlarda heyecan arayışı yönünde kullanan iyi eğitimli turistlerdir. **(3) Ev kuşu (homebody) turistler**, gezileri hakkında gizleyici eğilimleri olan ve tatilleri hakkında çok fazla planlama yapmayan temkinli turistlerdir. Heyecan arayışı yerine rahatlama ve dinlenmeyi tercih ederler. **(4) Tatilci (vacationer) turistler**, sayı olarak azdır ve düşük ücretli işlerde çalışan daha az eğitimli kişilerdir. Bu tipler vakitlerinin çoğunu sonraki tatilleri hakkında planlama yaparak geçirirler. Çok etkinlik içeren (aktif) tatilleri tercih ederler. **(5) Ilımlı (moderate) turistler**, aktif bir yaşam biçimleri olmayan ama seyahat etmeye yüksek oranda istidat gösteren, hafta sonu tatilleri ya da spordan kaçınan turistlerdir.
3	Pearce (1982)	The Social Psychology of Tourist Behaviour	Cohen'in (1974) teorik varsayımlarına bulanık küme (fuzzy-set) tekniği uygulayarak deneysel bir çalışma teşebbüsünde bulunan yazar; seyahat rolleriyle ilgili beş temel küme oluşturmuştur: **(1) Çevresel seyahat** (antropologlar, korumacılar ve kâşifler), **(2) Yüksek etkileşimli seyahat** (seyyahlar, deniz aşırı ülkelere giden öğrenciler, yabancı uyruklu basın mensupları), **(3) Ruhsal seyahat** (hippiler, hacılar, misyonerler), **(4) Önce zevk seyahatler** (yüksek sosyete, turistler, tatilciler), **(5) Sömürücü seyahat** (iş adamları ve yüksek sosyete).
4	Feifer ve Urry (1985, 2002)	Going places. The ways of the tourist from Imperial Rome to the present day (1985)	Feifer 1985 yılında ortaya koyduğu eserinde, turist tarihini İmparatorluk Roma'sından Viktorian turistine, Orta Çağ hacılarından Grand Tur'a kadar çeşitli dönemler boyunca ortaya koymak adına her bir çağ için prototip bir turist yaratarak gerçek zamanlı olsaydı bir turistin ana hatlarıyla neler görüp neler yapacağını tarif etmiştir. Urry (2002) postmodernizmin bir ögesinin oyun bazlık olduğuna değinmiş ve bu kavramın Feifer tarafından post-turist olarak daha da geliştirildiğini ifade etmiştir. Urry, Feifer'in post-turist tanımlamasındaki üç özelliğe dikkat çekmiştir (s. 161-162). **(1) Post-turist**, turist bakışının pek çok nesnesini görmek için evinden ayrılmak zorunda değildir. Günümüzün gelişen

Sıra no	Araştırmacılar (Yıl)	Araştırmanın Adı	Çalışmanın İçeriği / Ortaya Konan Teori
		The Tourist Gaze (2002)	teknolojisiyle birlikte kişi gerçekten de oradaymış gibi hayal edebilir. Tipik turist deneyimi belirli bir çerçeve içerisinde gerçekleşirken post modern deneyim bir düğme vasıtasıyla kişinin oturma odasında tekrar tekrar yaşayabileceği bir deneyim haline gelmiştir.**(2) Post-turist** seçeneklerin çoğalmasının yarattığı değişimin ve zevkin farkındadır. Yüksek kültürün kısıtlarından kurtulmuş olan post-turist haz ilkesinin de peşinde koşabilmektedir. Bu düzende dünya bir sahne, post-turist de oynanacak oyunların çokluğundan zevk duyan birisidir. **(3) Post-turist** bir turist olduğunu ve turizmin birçok metinden oluşan bir oyunlar dizisi olduğunu, tek ve otantik bir turist deneyiminin olmadığını bilir. Post-turist tarihi bir yere gittiğinde zaman içinde yolculuk eden biri olmadığını, tropikal bir kumsalda durduğunda derhal soylu bir vahşiye dönüşmediğini, içinde birçok ev bulunan duvarla çevrili bir avluyu ziyaret ettiğinde görünmez bir gözlemci olmadığını bilir. Amansız bir gerçekçi olan post-turist, yabancılığa da gömlek değiştirir gibi soyunamaz. Ayrıca **post turist** öz-bilinçli, soğuk duruşlu ve rol mesafelidir. Dolaysıyla haz daha öncesinden farklı biçimlerde sezinlenmeye ve deneyimlenmeye başlanmaktadır (Urry, 2002:164).
5	Smith (1989)	Hosts and Guests: The Antropology of Tourism	Yazar, turizm endüstrisinin istihdam artırıcı etkisine ve sıcak para akışı sağlamasına değinmiş ve turistlerin, özellikle de sayıları arttığı zamanlarda hem sosyal hem de fiziksel olarak sıkıcı olabileceklerine değinmiştir. Smith turistleri sayılarına göre, yerel normlara uyma durumlarına göre gruplandırmıştır. **(1) Araştırmacı (Explorer) turistler**, yeni bilgi edinme ve keşif yapma arayışındadırlar ve sayıları çok sınırlıdır. Tanım gereği onlar turist değildirler, insanlar arasında aktif katılımcı olan gözlem yapan antropologlara daha yakın bir özellikleri vardır. Kolayca yerel normlara uyabilirler. **(2) Seçkin (Elite) turistler**, sınırlı sayıda bireyleri içerir. Bu bireyler arasında örneğin haftada 1500 dolar harcamayı tercih eden, rehberle seyahat eden turistler vardır. Yerel yiyecekleri tercih ederler. Araştırıcı turistlerden farklıdırlar çünkü önceden detaylı gezi planı olup olmamasına bakmaksızın seyahat ederler. Yurtiçinde herhangi bir seyahat acentasının imkânlarını kullanırlar. Yerel topluma kolayca uyum sağlarlar. **(3) Garip (Off-beat) turistler** ise hem kalabalıktan kaçmak hem de normların ötesinde bir şeyler yaparak heyecanı yükseltmeyi amaçlamaktadır. Yerel topluma genelde iyi uyum sağlarlar ve basit konaklama mekânlarına ve basit servise tahammül edebilirler. **(4) Sıra dışı (Unusual) turistler** alışveriş molaları ile ünlüdür. Yöre halkı ile fotoğraf çektirirler. İlkel kültüre ilgi duyarlar. Güvenle yedikleri küçük bir sandviç ve içtikleri bir şişe sodayla bir bayram sevincinden daha çok mutlu olurlar. **(5) Kitlemsi (Incipient mass) turistler**, sabit bir akışa sahiptirler. Sayıları artmasına rağmen genellikle tek tek veya küçük gruplar halinde seyahat ederler. Bu turistler batı tarzı nitelikleri ararlar. Otel odalarının fiyatının yüksek olmasına aldırmazlar. Erdoğan (2019: 99) bu tip turiste "beliren kitle" ismini verdiği de görülmektedir. **(6) Kitle (Mass) turistleri** sürekli bir akışa sahiptir. Bu turistler orta sınıf bir gelire sahiptir. Bu turistler yol kenarlarında otostop çekerler, bazı kalabalık müzelerde diğer seslerin arasından rehberin sesini duyabilmek için kalabalığa sokulabilirler. Her kategoride otel, pansiyon, hostel gibi konaklama tesislerinde kalabilirler. **(7) Büyük kitle (Charter) turistleri / Kapsamlı turistler**, topluca hareket ederler. Kapsamlı turlara katılırlar. En az on otobüs birlikte bir tura katılabilir. Kapsamlı turistler isimlik takarlar ve her birine bir otobüs atanır ve sürekli kendilerine "doğru otobüse bindiğinize emin olun" şeklinde hatırlatmalar yapılır. Tur operatörleri ve otel işletmeleri şikâyetleri önlemek için batı tarzı hizmet standartlarını sağlamaya çalışırlar. Örneğin her katta buz makineleri ve alkolsüz içecekler vardır.

Sıra no	Araştırmacılar (Yıl)	Araştırmanın Adı	Çalışmanın İçeriği / Ortaya Konan Teori
6	Dalen (1989)	Research into values and consumer trends in Norway	Cevaplayanların inanç, tutum ve hayat amaçları üzerine bir çalışma yürüten yazarın çalışması direkt turizmle alakalı olmamasına karşın, yazar dört seyahat eden grubuyla karşılaşmıştır. **(1) Modern materyalist**, yeme-içme üzerine özel ilgisi olan, eğlence ve partileme anlamında keyif düşkünü ve geride kalan insanların etkileme ve iyi izlenimler bırakma arzusuyla motive olan kişilerdir. **(2) Modern idealist** de keyif düşkünü olmakla birlikte modern materyalistlerden daha entelektüel olmak isteyen kişilerdir. Bağımsız seyahatleri ve esnek seyahat programlarını tercih ederler. Kitle turizmini ve sabit turları beğenmezler. İyi arkadaşlıklar kurmak, sanat, kültür ve hoş bir ambiyans ve ortam gibi çeşitli deneyimlerin arayışı içindedirler. **(3) Geleneksel idealist**, kültürel ve tarihi [turistik] ürünleri belli bir önyargı ile birlikte genelde paket tur tercih ederler. Güvenli ve sessiz doğal ortam sunan huzurlu popüler destinasyonları tercih ederler. Eş-dost, akraba ziyaretinde bulunur ve destinasyonlardan kaliteli ürün ve hizmet talep ederler. **(4) Geleneksel materyalist**, her daim düşük ücretli veya indirimli sunumlar ve turistik ürünler arar. Destinasyonlarda güvenlik, bu grup için elzem önemlidir. Genellikle paket tur tercih eder ve yalnız kalmaktan korkarlar.
7	Gibson ve Yiannakis (2002)	Tourist roles needs and the lifecourse	Kadın ve erkekler için yetişkin hayat süresince psikolojik ihtiyaçlar ile turist rol tercih şemalarını araştıran yazarlar, bugüne kadarki en kapsamlı sınıflandırmayı oluşturmuş ve 15 farklı grup belirlemişlerdir. **(1) Güneş Seven (Sun Lover) Turist:** Güneşin ve denizin bol olduğu sıcak yerleri seven e dinlenmeye ilgi duyan turistlerdir. **(2) Hareket Arayan (Action Seeker) Turist:** Çoğunlukla gece kulüplerine gitmeyi ve karşı cinsle tanışıp arkadaşlık kurmayı seven turistlerdir. **(3) Antropolog (Antropologist) Turist:** Yerel halk ile kaynaşma ve tanışmaya, yöresel yiyecekleri tatmaya ve yerel dili konuşmaya ilgi duyan turistlerdir. **(4) Arkeolog (Archaeologist) Turist:** Arkeolojik yerlere, harabelere ilgi duyan ve eski uygarlıklar tarihini öğrenmekten zevk alan turistlerdir. **(5) Organize Kitle (Organized Mass Tourist) Turisti:** Örgütlü tatilleri, paket turları tercih eden, fotoğraf çekmekten ve hediyelik eşyalar almaktan hoşlanan turistlerdir. **(6) Heyecan Arayan (Thrill Seeker) Turist:** Riskli ve heyecan veren aktivitelerden (yüksekten atlama gibi) hoşlanan turistlerdir. **(7) Kâşif (Explorer) Turist:** Macera gezilerinden ve bilinmeyen yerleri görmekten hoşlanan turistlerdir. **(8) Sosyete (Jetsetter) Turist:** Elit tatil merkezlerine, ayrıcalıklı gece kulüplerine, seçkin sınıf kutlamalarına katılmaktan hoşlanan turistlerdir. **(9) Araştırmacı (Seeker) Turist:** Yaşamın anlamını daha iyi anlamak amacıyla ruhsal ve kişisel bilgilerini geliştirmek isteyen turistlerdir. **(10) Bağımsız Kitle Turisti 1 (Independent Mass Tourist I):** Paket ve organize turlardan uzak duran ama düzenli seyahat eden turistler. **(11) Bağımsız Kitle Turisti 2 (Independent Mass Tourist II):** Kendi seyahat planlarını genellikle kulaktan duyma bilgilerle kendileri organize eden turistlerdir. **(12) Birinci Sınıf (High Class) Turist:** Birinci sınıfta seyahat eden, en iyi otellerde kalan, gösterilere katılan ve en lüks restoranlarda yemek yiyen turistlerdir. **(13) Başıboş (Drifter) Turist:** Bir yerden başka bir yere giden, hippi tarzı yaşam tarzı sürdüren turistlerdir. **(14) Gerçeklerden Kaçan (Escapist) Turist 1:** Evdeki baskılardan ve stresten kaçan turistlerdir. **(15) Gerçeklerden Kaçan (Escapist) Turist 2:** Issız veya terk edilmiş yerlere kaçan turistler. **(16) Etkin Spor (Active Sport) Turisti:** Tatilleri esnasında beli başlı spor faaliyetlerine katılmayı sürdüren turistlerdir. **(17) Eğitimsel (Educational) Turist:** Planlı eğitim programlarına veya eğitim odaklı seyahatlere katılan, öncelikli amacı yeni bilgi ve beceriler edinme olan turist tipidir.

Sıra no	Araştırmacılar (Yıl)	Araştırmanın Adı	Çalışmanın İçeriği / Ortaya Konan Teori
8	McKercher (2002), McKercher ve Du Cros (2003)	Towards a classification of cultural tourists (2002) Testing a cultural tourism typlogy (2003)	Birbiriyle bağlantılı olan bu iki çalışmada; McKercher (2002), kültürel turizm pazarını bölümlendirmek için şu iki boyutta bir model önermektedir: **(1)** bir destinasyon ziyaret kararında kültürel motiflerin önemi ve **(2)** deneyim derinliği. Bu çalışmada ampirik olarak sınanıp ortaya atılan, McKercher ve Du Cros (2003) tarafından da test edilen deneyimin merkezliği ve derinliğine bağlı beş tür kültürel turist tipi belirlemiştir. **(1) Amaçlı Kültür Turisti (The Purposeful Cultural Tourist):** Yüksek merkezîlik / derin deneyim esastır. Diğerlerinin kültürü ve mirası hakkında bilgi edinmek bir destinasyonu ziyaret etmede temel amaçtır. Bu tür turistler derin kültürel deneyimlere sahiptir. **(2) Gezici Kültür Turisti (The Sightseeing Cultural Tourist):** Yüksek merkezîlik / yüzeysel deneyim esastır. Bu turist tipinde de diğerlerinin kültürü ve mirası hakkında bilgi edinmek, bir destinasyonu ziyaret etmede temel amaçtır fakat bu turist tipi daha yüzeysel ve eğlence odaklı deneyime sahiptir. **(3) Rahat / Gündelik Kültür Turisti (The Casual Cultural Tourist):** Orta düzey merkezîlik / yüzeysel deneyimler esastır. Kültürel turizm amaçları, bu tür turistlerin destinasyonu ziyaretinde çok kısıtlı bir rol oynar. Bu kültür turistleri, destinasyonla daha çok yüzeysel tavırla ilgilenirler. **(4) Rastlantısal Kültür Turisti (The Incidental Cultural Tourist):** Düşük merkezîlik / yüzeysel deneyim esastır. Bu tür turistler için kültür turizmi, destinasyon seçiminde anlamlı rol oynamaz. Ne var ki, katılımcı destinasyonda bulunduğu süre zarfında yüzeysel deneyimle de olsa kültürel turizm etkinliklerine katılır. **(5) Keşfeden Kültür Turisti (The Serendipitous Cultural Tourist):** Düşük merkezîlik / derin deneyim esastır. Kültürel turizm bu tür turistlerin bir destinasyonu ziyaretinde ya çok kısıtlı bir rol oynar ya da hiç önemli olmaz. Ne var ki, bu turistler kültürel çekicilikleri ziyaret ederken derin deneyimler yaşayarak ziyaretlerini tamamlamış olurlar.
9	Wickens (2002)	The sacred and the profane: a tourist typology	Çoğu yazının turisti tek bir tip olarak onu turistik balonun içine hapsettiğini belirten yazar, "turistlerin seslerinin umursanmadığı" araştırmaların aksine 86 turist üzerinden beş mikro-tip belirmiştir. Yazar bu tipleri, turistlerin tatil seçimi, etkinlik tipi ve yerel halk hakkındaki görüşleri üzerine olan temalardan elde ettiğini belirtmektedir. **(1) Kültürel miras tipi:** Kültür ve tarihi güzelliklerin esas seyahat motivasyonu olan turist tipleridir. **(2) Partici (Raver) tip:** Geceleyin bol müzikli eğlence ve alkolden; gündüzleri de deniz, kum ve güneşten keyif alan, eğlence düşkünü tiplerdir. **(3) Shirley Valentine (bir çeşit Yunan film karakteri) tip:** Romantizmle motive olan, turizm çalışanlarıyla flört etmekten hoşlanan çoğunlukla kadın tiplerdir. **(4) Güneşe tapan (Heliolatrous) tip:** Sadece sıcak güneş altında rahatlatıcı bir tatil yapmayı seven turistlerdir. Burada deneklerin hepsinin Britanyalı olduğu ve dolayısıyla oranın havasına kıyasla sıcak seven insanlar olduğunu da belirtmek gerekir. **(5) Lord Byron tip:** Yıllık ritüel gibi aynı yere, hatta bazen aynı konaklama tesisine gelen; nostalji seven ve kitle turizminden hoşlanmayan turistlerdir.
10	Mehmetoglu (2004)	A typology of tourists from a different angle	İsminde tipoloji geçiyor olsa da ampirik karşılaştırmaya dayalı yürütülen araştırma sonucunda yazar, iki tip turiste dair üç temel psikografik unsur olan seyahat felsefesi, seyahat motifi ve kişisel değerler üzerine bir araştırma gerçekleştirmiştir. **(1) Münferit (Solitary) seyahat edenler/turistler** **a. Seyahat felsefesi:** Kendi seyahat planlarını yapar, kalabalık seyahatlerden nefret eder, planlarının başkaları tarafından organize etmekten hoşlanmaz, vb. **b. Seyahat motifi:** Dokuz temel motif ortaya çıkarılmıştır (eğitim/öğrenme,

Sıra no	Araştırmacılar (Yıl)	Araştırmanın Adı	Çalışmanın İçeriği / Ortaya Konan Teori
			kaçış/özgürlük, yaşam biçimi, yenilik arayışı/merak, kişisel gelişim, saygınlık, öz-doğrulama, sosyal etkileşim ve rahatlama). **c. Kişisel değerler:** başarı hisse ve öz-saygı gibi bireyselci değerler ile yakın yoldaşlık ve iyi takdir görme gibi ortaklaşacı/kollektivistik değerler. **(2) Grup turisti** **a. Seyahat felsefesi:** Tura katılma nedenleri olarak rahatlamanın yanı sıra diğer insanlarla buluşmak olan, sürpriz ya da anlık gelişmelerden hoşlanmayan, nereye gittiğinden çok kiminle gittiği önemli olan (yani itici /pull faktörlerden çok çekici/push faktörlerden etkilenen), düzenlemelere önem veren kimselerdir. **b. Seyahat motifi:** Yedi temel motif ortaya çıkarılmıştır (yenilik arayışı, kaçış, sosyal etkileşim, öğrenme, boylamsal deneyim, rahatlama ve zevk, eğlence). **c. Kişisel değerler:** başarı hisse ve öz-saygı gibi bireyselci değerler ile yakın yoldaşlık ve iyi takdir görme gibi ortaklaşacı/kollektivistik değerler. Yazar bu iki turist tipindeki bireyselcilik ya da kollektivistikcilik derecesine ve yönelimlerine göre farklı tipte turistlerin de tanımlanabileceğini; ayrıca bu ikisi arasında (ve sonraki dört grup içerisinde de) bu seviyeler dâhilinde olsa da uçta olmayan ara grupların da varlığının mümkün olabileceğini belirtmektedir.
11	Zalatan (2004)	Tourist typology: an ex ante approach	Ex ante (yani olaydan önce) yaklaşımla, planlama süreçleri ve turizm pazarı için kolaylaştırıcı olması ön görüsüyle turistleri sınıflandıran yazar; turistlerin zamanlarını planlamaları açısından birbirlerinden farklılaştığı odağıyla beş farklı kavramsal sınıflandırma ile ayırmıştır. **(1) Planlayan (Planning) turist:** Tatilinin her aşamasını planlayan; her şeyi karşılaştırıp, değerlendirip, karar veren turist tipidir. Seyahat acentesi ya da eş-dost tavsiyesi tutsa da, bu turistler gezinin tüm detaylarına göz kulak olmaktan sorumludurlar. **(2) Sosyal (Social) turist:** Bu tip turistler, arkadaşları, ailesi ya da komşuları nereye giderse oraya giderler. Biraz plan yapsalar da temel olarak başkalarının tavsiye ya da önerilerine güvenirler. **(3) Fevri (Impulsive) turist:** Bu tip turistler hazırlık yamadan irticalen karar verirler. Onları turistik eyleme çeken cezbedici bir paket tur, TV programı ya da herhangi başka bir bilgi mancınığı olabilir. **(4) Pazarlama (Marketing) turisti:** Çoğunlukla reklamı yapılan yerlere giden turistlerdir. Seyahat kararları temel olarak medya bilgisine dayanır ve planlama fonksiyonu popüler olan destinasyonlara bağlıdır. Bu turistler biraz planlama yapar, seyahat acentalarından destek alır ya da bu popüler tatil beldelerini ziyaret eden arkadaşlarının tavsiyelerini dinleseler de dikkatleri daima reklamlarda vurgulanan özelliklere odaklanmış olacaktır. **(5) Geleneksel (Conventional) turist:** Çoğunlukla seyahat acentasının hizmetlerine bel bağlayan turistlerdir.
12	Robinson ve Novelli (2005)	Niche Tourism: An Introduction	Hem üretim hem de tüketim açısından çok çeşitli motivasyon, davranış ve deneyim içeren niş turizmi; önce bütünsel, daha sonra da alt kategorilerine ayıran yazarlar kitle ve niş turizmi önce ikiye ayırmış daha sonra da niş turizmi makro nişlere, onları da parantez içerisinde verildiği gibi mikro nişlere bölümlendirdikleri görülmektedir. **(1) Kültürel:** Kültürel miras, Kabilesel, Dini, Eğitimsel, Soybilim, Araştırma. **(2) Çevresel:** Doğa ve vahşi yaşam, Ekoturizm, Macera, Yüksek dağ, Jeoturizm, Kıyısal. **(3) Kırsal:** Çiftlik, Kampçılık, Şarap / Gastronomi, Spor, Festival ve etkinlikler, Sanat ve el sanatları. **(4) Kentsel:** İş, Konferans, Sergi, Spor, Galeri, Sanat. **(5) Diğerleri:** Fotografik, Küçük kurvaziyer, Gönüllü, Hüzün, Gençlik, Ulaşım. Yazarlar, bu çalışmayı yaparken uluslararası girişimler, politika ve stratejilerle teorik çerçeveyi birleştiren yazarlar, deneysel

Sıra no	Araştırmacılar (Yıl)	Araştırmanın Adı	Çalışmanın İçeriği / Ortaya Konan Teori
			taraf olarak da son dönemdeki uluslararası vaka çalışmalarını dikkate aldıklarını belirtmektedir.
13	Young ve diğ. (2007)	A taxonomy of hosts visiting friends and relatives	UNWTO'nun dört temel turist çeşidinden biri olarak açıkladığı arkadaş ve aile ziyaretçileri (VFR) [diğerleri: boş zaman/rekreasyonel, iş ve "diğerleri"], bu turist tiplerinden en önemlisi ancak üzerinde en az araştırma yapılanıdır. Literatürdeki bu vurguladıkları boşluğu doldurmak amacıyla Las Vegas mukimlerinin davranışları ve VFR turistlerine etkilerinin araştırıldığı bu çalışma, talep tarafı olan turistlerin aksine arz tarafı olan ev sahiplerinin taksonomisini kümeleme analizi vasıtasıyla yaparak dört tip olarak açıklanmıştır: **(1)** Tarafsızlar (Neutrals), **(2)** Konuşkanlar (Talkers), **(3)** Büyükelçiler (Ambassadors), **(4)** Çekenler (Magnets). Bu tipler istatistiki yöntemlerle açıklanmasına karşın aralarındaki farklar net olarak ortaya konmamıştır. Çalışmada ayrıca ev sahibi topluluğun turistmişçesine yaptığı harcamaların da hesaplamasına değinilmiştir.
14	Howard (2010)	Urban tourism districts: A taxonomy and a study of a new proposed type	Şehir turizmi bölgelerinin sınıflandırmasını Tayland örnekleminde yapan yazar, mevcut literatürden farklı olarak dört temel turizm bölgesi (ve alt-tipleri) önermektedir: **(1)** Gelişmiş merkezi iş bölgesi, **(2)** Yutan bölge, **(3)** Belirli çekicilik, **(4)** Merkezi iş bölgesi olmayan karmaşık karışım bölge.
15	Guilamo-Ramos ve diğ. (2013)	Taxonomy of Caribbean tourism alcohol venues: Implications for HIV transmission	Karayip turizm alkol alanlarının taksonomisini yapan yazarlar Dominik turizminde alkol alanlarının yerlerini önce haritada tayin edip burada mekan bazlı bir anket uygulayarak (n=135) üç bölümlü alkol alanları belirlemişlerdir: **(1)** yapısal özellikler, **(2)** müdavim tipleri, **(3)** HIV risk davranışları. Sonuç olarak üç yapısal özelliklere, üç müdavim tiplerine ve beş adet de HIV risk davranışlarına göre kategoriler ortaya koymuşlardır.
16	Aktaş Polat (2013, 2015)	Turistlerin Tatil Dönemlerinde Sergiledikleri Geçici Davranış Değişikliklerine (Liminoid) Üzerine Bir Araştırma (2013) Turistlerin tatil	Geçici turist davranışlarına yönelik yaptığı kapsamlı araştırmada yazar, "liminoid turist" olarak adlandırdığı turist tipolojilerinden şu turist türleri ve özelliklerini sıralamaktadır (2013: 246-247; 2015: 112-113). **(1) Hazcı (/Hedonist) Turist:** Anlık mutluluklara odaklanan hazcı turist, günlük yaşamında gerçekleştiremediği hayallerini ve fantezilerini gerçekleştirmek için turistik mekânları bir araç olarak görmektedir. Hazcı turist tatilde gününü gün eden, geçici arkadaşlıklar kuran, tanımadığı insanlarla vakit geçiren, sınırsızca eğlenen, sorumluluklarından ve kaygılarından uzakta ilkel arzu ve isteklerinin tatminine yönelen turisttir. **(2) Gizli (/Anonymous) Turist:** Gizli turist aile ve yakın arkadaşlarından uzakta, kimsenin kendisini tanımadığı bir ortamda olmanın verdiği bir duyguyla hareket eder. Tatil yaptığı yeri gözlerden uzakta kendi gizemini yaşadığı gizli bir mekân olarak algılar. Bu turist değer ve inançlarını bilinçli olarak terk eder, fakat söz konusu terk ediş geçici bir süreliğine yaşandığı için turisti rahatsız etmez. **(3) Hoşgörülü (/Permissive) Turist:** Anlık mutluluklara odaklanma bu turistin de temel karakteri olmakla birlikte hazcı turistten farklı olarak kuralları yok sayar. Geleceğe yönelik plan ve programları askıya alır. Kuralsız turist gününü gün etme mantığıyla hareket ederek tatilin kendisine sağladığı kuralsızlıktan haz alır. Bu turist günlük yaşama ilişkin düzeni bozar hatta olumsuzlukları da görmezlikten gelerek

Sıra no	Araştırmacılar (Yıl)	Araştırmanın Adı	Çalışmanın İçeriği / Ortaya Konan Teori
		dönemlerinde sergiledikleri liminoid davranışlar (2015)	tatilini doyasıya yaşar. **(4) Kimliksiz (/Faceless) Turist:** Bu turistin en önemli özelliği planlanmamış bir şekilde sırf eğlenmek için kendisini oyunun akışına kaptırmasıdır. Kimliksiz turist oyunda bir joker gibi oyunun tüm rollerine ayak uydurabilecek bir niteliktedir. **(5) Oyuncu (/Player) Turist:** Oyuncu turist, tatilleri birer oyun olarak görürken, kendilerini de bu oyunu oynayan bir oyuncu olarak görmektedir. Bu tür turist tatilde bir kral ya da kraliçeymiş gibi davranabileceği gibi, kırsal turizm faaliyetlerine katılarak köylü yaşamı deneyimleyerek köylüymüş gibi de davranabilir. Oyuncu turist normalde ait olmadığı bir statüye aitmiş gibi yaparak bu ölçüde hizmet almaktan hoşlanır.
17	Tan ve diğ. (2014)	A taxonomy of creative tourists in creative tourism	Mevcut literatürdeki yaratıcı turistlerin üreticisi oldukları yaratıcı turizm deneyim algılarını nasıl etkilediğinin Q-metodolojisi ile araştırıldığı çalışmada yazarlar, beş grup yaratıcı turist tanımlamışlardır. **(1)** Yenilik arayıcılar, **(2)** Bilgi ve yetenek öğrenicileri, **(3)** Seyahat partnerlerinin büyümesinden haberi olanlar, **(4)** Yeşillik konulardan haberi olanlar, **(5)** Rahatlama ve boş vakit tipleri.
18	Baum ve diğ. (2016)	Tourism workforce research: A review, taxonomy and agenda	Turizm ve ağırlama alanında iş gücü araştırmalarının hak ettiği önemin aksine başlık, analitik, teorik ve yöntem seviyelerinde bölük-pörçük olma durumundan mustarip olduğunu dile getiren araştırmacılar; bu durumdan hareketle 10 yıllık sistematik bir çalışmanın ardından üç seviyeli beş yayılmış temalı bir işgücü taksonomisi ortaya koymuştur. **(1) Macro:** Turizm ve daha geniş kitleye hitap eden iş alanları (ekonomi, iş pazarları, turizm arzı, iş gücü planlama ve politikası, iş gücü devinimi, iş gücü yasal-yönetsel tarafları, iş gücü araştırmaları vb.). **(2) Meso: a. Örgütsel uygulamalar ve fonksiyonlar** (İnsan kaynakları strateji, sistemleri, uygulamaları, fonksiyonları vb.; iş verme ve iş gücü seçimi uygulamaları; eğitim ve iş gücü geliştirme; bilgi paylaşımı; İnsan kaynakları yönelim, değişiklik, zorlukları vb.; performans, etkinlik, iş gücü üretkenliği; örgütsel değişim; değerleme merkezleri; çalışan iş çıktıları; iş gücü maliyetleri). **b. İş, iş yeri ve iş çevresi** (iş yeri ve iş çevresi; iş nitelikleri ve gereklilikleri; ayrımcılık ve rahatsızlık; iş hacmi; hizmet yönetimi, şirket oryantasyonu, dağıtım, başarısızlık vb.; iş becerikliliği; çalışanların iş/role/iş yeri deneyimleri; iş tecrübesi/tecrübesel öğrenme; çalışanlara uygulanan davranışların müşteri algıları). **(3) Micro: a. Çalışan tutum ve davranışları** (çalışan/yönetici değer, tutum ve algıları; iş tatmini; çalışan/yönetici davranışları; örgütsel bağlılık; duygusal emek; tükenmişlik/stres/yorulma/ilişiksizlik; örgütsel vatandaşlık davranışı; sözleşme; güven; iş gömülmüşlüğü; liderlik; tekillendirme; örgütsel destek; iş performansı; roller; motivasyon; yaratıcılık; psikolojik mukavele; takım/grup; psikolojik sermaye; temel öz-değerlendirmeler). **b. İş gücü kompozisyonu ve çalışan nitelikleri** (engelli çalışanlar; yetenek ve yetkinlikler; çalışan durumu; çeşitlilik; gönüllüler; cinsiyet; iş gücü kompozisyonu/geçici iş gücü; çalışan tatilciler; kişisel nitelikler/tutumlar/özellikler; iş-ailesi/iş yaşamı; kariyer; öğrenciler/mezunlar/dereceler
19	Hrubcova ve diğ. (2016)	The taxonomy of the least developed countries based on the tourism economic	Turizmin ekonomik etki analizi temelli en az gelişmiş ülkelerin taksonomisini yapmaya çalışan yazarlar; Ward metotu, dendrogram gibi hiyerarşik kümeleme analizi vasıtalarını kullanarak ampirik ayırım yaptıkları çalışmalarında, ekonomik etki açısından dört ülke kümesi ortaya koymaktadırlar: **(1)** Yüksek turizm ekonomik etkisi, **(2)** Üst-orta turizm ekonomik etkisi, **(3)** Alt-orta turizm ekonomik etkisi ve **(4)** Düşük turizm ekonomik etkisi.

Sıra no	Araştırmacılar (Yıl)	Araştırmanın Adı	Çalışmanın İçeriği / Ortaya Konan Teori
		impact analysis	
20	Erdoğan (2019)	Turistik Deneyimlerin Benlik-Kavramı ile İlişkisi	Turistik deneyimler ile benlik kavramı arasındaki ilişkileri araştırdığı eserinde yazar, üç turist tipini önermektedir (ss. 231-232): **(1) Özümseyici (/Internaliser) Turist:** Turistik deneyimler kapsamında karşılaşılan çok boyutlu farklılıkların yalnızca "görülmesi" ile yetinmeyip bu unsurlara "temas edilmesi" onların "kökenine erişilmesi" yönelimindeki ve bu etkileşimleri içselleştirerek gerek düşünsel gerekse davranışsal anlamda psikolojik varlığı ile yaşamına kalıcı bir şekilde dâhil etme eğiliminde olan turistlerdir. **(2) Temkinli (/Deliberative) Turist:** Belirli ölçüde konfor bölgesini talep etmesine ve bir eliyle turist balonunu tutmasına rağmen diğer eliyle yenilik kaynaklarını yoklayan, farklılıklara açık olan ve onları tanıma isteğiyle hareket eden, karşılaştığı aşina olmadığı somut ve soyut unsurların hayatında kalıcı bir yer edinmesi adına –bazı içsel ve dışsal kısıtları olmasına rağmen– gayret gösteren turistlerdir. **(3) Yansıtıcı (/Reflective) Turist:** Turistik deneyim vasıtasıyla günlük yaşamın rutini dışına çıkmayı önemli seviyede aşinalık geliştirilmiş olan şartlar çerçevesinde gerçekleştirmeye özen gösteren, karşılaşılan farklılıkları kendini gördüğü düzlem içindeki pozisyonunu bilişsel olarak sağlamlaştırma nesnesi kılan, mevcut benlik-kavramını daha rahat bir şekilde yansıtma imkânını bulan ve söz konusu yansımadan ve tekrarlarından memnuniyet duyan turistlerdir.

Ek C: Turizm ve bağlantılı konularda yapılmış tipoloji (kavramsal) çalışmaları

Sıra no	Araştırmacılar (Yıl)	Araştırmanın Adı	Çalışmanın İçeriği / Ortaya Konan Teori
1	Gray (1970)	International travel-ınternational trade	Teorik bir çalışma olan araştırmaya göre yazar, turistleri iki tip olarak ayırmaktadır (Aktaran Mapingure, 2018, s. 5). **(1) Seyahat tutkunu (wanderlust) turistler** çoklu destinasyon odaklı, belirli yerlerin eşsizliğini gezip görme, öğrenme ve deneyimleme isteği duyan; çoğunlukla rekreasyonel ihtiyaçlardan çok kültürel gereksinmelerden motive olan turistlerdir. **(2) Güneş tutkunu (sunlust) turistler** ise daha çok bireysel motivasyonlara sahiptir ve güneş, kar, barış, serin hava, güzel manzara, heavy metal müzik gibi zevklere sahiptirler. Çoğu insanın eşliğinde olsalar da kendi bireysel deneyimlerinden keyif almayı tercih ederler.
2	Cohen (1972, 1974)	Toward a sociology of international tourism (1972) Who is a tourist?: A conceptual clarification (1974)	O zamana kadar turistlerin büyük ölçüde homojen gruplar olduğu düşünülürken, Eric Cohen (1972) gözlenebilir benzer davranışlara göre turistleri ilk kez sınıflandıran ve turist deneyimlerini dört tipoloji halinde ilk kez "uluslararası turizm sosyolojisi" fikrini geliştirmeye başlayan araştırmacıdır (Mehmetoglu, 2004, s. 70; McCabe, 2005, s.88). Turizm sosyolojisi çalışmalarında öncelikle turizmin sosyolojik bir olay olup olmayacağı tartışılmıştır. Bir grup araştırmacı turizm faaliyetini göç olayı ile sosyolojiye bağlamaya çalışırken bir grup sosyolog buna karşı çıkmıştır. Turizm faaliyetinin geçici bir yer değiştirmeyi içerdiğinden bahsetmişlerdir. Nash (1981, s. 462) ise turizm sosyolojisinin boş zaman sosyolojisi ile açıklanmasını öne sürmüş ve turistin boş zamanda seyahat eden kişi olarak tanımlamıştır. Cohen (1972, 1974) ise, kitle turistleri, başıboş turistler, maceracı turistler gibi turist tipolojilerini tasarlamıştır. Cohen yaygın olan yanlış algılamaların aksine bütün turistlerin aynı olmadığına işaret eder. Cohen'e göre turistler tutum, davranış ve motivasyon açısından farklıdır (Cohen ve Dann, 1991, s. 157-158). **(1) Organize olmuş kitle turisti (The organized mass tourist):** Örgütlenmiş kitle turisti, en az maceracıdır ve gezisi boyunca büyük ölçüde kendi 'çevresel köpüğünde' sınırlı kalır. Klimalı otobüslerde düzenlenen, buharlı bir kırsal bölgede yüksek hızlarla seyahat edilen rehberli turlar, örgütlü kitle turist prototipini temsil eder. Bu turistler sanki modern kitle pazarında başka bir emtiaymış gibi paket turları satın alırlar. Seyahatinin programı önceden hazırlanmıştır; tüm durakları iyi hazırlanmış ve rehber eşliğinde (durulmuştur); kendisi için neredeyse hiç karar vermez ve neredeyse daima anavatanının münhasıran mikro çevresinde kalır. Alışıklık en üst, yenilik ise en düşük düzeydedir. **(2) Bireysel kitle turisti (The individual mass tourist):** Bu tip turist rolü, turun bütünüyle önceden hazırlanmamış, turistin seyahat programı ve zamanı üzerinde belli bir miktar kontrolü olması ve bir gruba bağlı olmaması haricinde organize olmuş kitle turistine benzer. Ancak temel düzenlemelerin hepsi bir seyahat acentası tarafından yapılmaktadır. Gezileri, onu organize olmuş kitle turistinkine yaptığından çok da konunun dışına getirmez. O da deneyimlerini anavatanının 'çevresel köpüğü' içerisinde edinir ve bundan sadece bazen –ki o zaman bile iyi şemalandırılmış bölgelere- temkinle dışarı çıkar. Tanıdıklık baskındır. Bir önceki gruba göre, rutin bir türden olsa da yenilik tecrübeleri daha fazladır. Wickens (2002) yılında paket tur müşterileri üzerinde yaptığı araştırmasında bu tip turistlerin bazen bireysel kitle rollerinden çıkıp kendileri kültürel miras, yaygaracı, güneş tapıcı vb. alt gruplara dâhil ettiklerini iddia etmektedir (ss.836-941). **(3) Araştırıcı (kâşif) turist (The explorer):** Bu tip turist kendi gezisini kendisi planlar, sıkça gidilen yerlerden

Sıra no	Araştırmacılar (Yıl)	Araştırmanın Adı	Çalışmanın İçeriği / Ortaya Konan Teori
			mümkün olduğu kadar kaçmaya çalışır, ne var ki rahat bir konaklama yeri ve güvenilir ulaşım aracı arayışı vardır. Kendisini ziyaret ettiği insanlar ve konuştukları dille ilişkilendirmeye çalışır. Araştırıcı turist, önceki iki türden daha çok 'çevresel köpüğünden' ayrılmaya cesaret eder fakat gidişat çok pürüzlü hale geldiğinde ona geri adım atabilmek için hala dikkatlidir. Yenilik baskın olmasına rağmen turist kendini tamamıyla ev sahibi toplum içine daldırmaz ancak kendi tabii yaşam tarzına dair bazı temel rutinleri ve konforunu muhafaza eder. **(4) Başıboş turist (The drifter):** Bu tip turist sıkça gidilen yerlerden ve kendi anavatanlarının alışılagelmiş yaşam tarzlarından en fazla uzaklaşırlar. Onlar, turizm işletmeleri ile bağlantıdan uzak durur ve sıradan turist deneyimlerinin ise sahte olduğunu düşünürler. Onlar bu deneyimi tamamen kendi başına edinmeye eğilim gösterir, insanlarla yaşar ve devam etmek için sık sık ufak tefek işler alır. Sadece en temel ve önemli alışkanlıklarını muhafaza ederek yerel halkın evlerini, yemeklerini ve alışkanlıklarını paylaşarak ziyaret ettiği yerel halkın yaşadığı gibi yaşamaya çalışırlar. Başıboş turistlerin sabit bir güzergâhları veya zaman çizelgeleri ve iyi tanımlanmış seyahat amaçları yoktur. Bu turistler neredeyse tamamen ev sahibi kültüre kendilerini kaptırırlar. Burada yenilik en üst düzeydedir, tanıdıklık ise neredeyse tamamen kaybolmuştur.
3	Cohen (1979)	A phenomenology of tourist experiences	Başka bir eserinde turist deneyimleri odaklı yaptığı fenomonolojik (görüngüsel) tipolojide Cohen, turistlerin aradığı deneyim hakkında beş ana modu belirlemiştir. **(1) Eğlendinlen modu (The Recreational Mode):** Fiziksel rahatlama tercihinde olan turistler. **(2) Dikkatleri başka yöne çekici (ya da oyalayıcı) mod (The Diversionary Mode):** Kaçıcı /escapist tavırda olan ve olağan yaşamından uzaklaşmak için yollar arayan turistler. **(3) Deneyimsel mod (The Experiential Mode):** Otantik deneyimler arayışı içinde olan turistler. **(4) Deneysel mod (The Experimental Mode):** Yerel halkla ilişki içinde olma arayışında olan turistler. **(5) Varoluşsal mod (The Existential Mode):** Ev sahibi topluluğun kültür ve yaşam stili içinde tamamen kaybolmayı isteyen turistler.
4	Gottlieb (1982)	Americans' vacations	Çok detaylı tipolojilerin aksine yazar tatil tiplerini ikiye ayırmanın gerekliliğini savunmuştur: **(1)** "günün köylüsü" ve **(2)** "günün kralı/kraliçesi" (ss.172-177).
5	Graburn (1983)	The anthropology of tourism	Yazar seyahat davranışının iki türü olduğunu iddia etmektedir: **(1)** oto sınama (self-testing) turizmi ve **(2)** tipik (modal) turizm
6	Lindberg (1991)	Policies for maksimizing nature tourism's ecological and economic benefits	Doğa turizmine ilişkin doğa turistleri yazar tarafından **(1)** sıradan doğa turistleri, **(2)** özel doğa turistleri, **(3)** çetin (hard-core) doğa turistleri ve **(4)** temel doğa turistleri olarak adlandırılmıştır.

Sıra no	Araştırmacılar (Yıl)	Araştırmanın Adı	Çalışmanın İçeriği / Ortaya Konan Teori
7	Locker-Murphy (1996)	Backpackers in Australia: A motivation-based segment study	Pearce'ın "Seyahat Kariyer Merdiveni[61]" (1988)[62] kullanarak motivasyon temelli ayırdığı sırt-çantalı (backpackers) turist tiplerini **(1)** kaçıcılar-rahatçılar (escapers-relaxers), **(2)** sosyal-heyecan arayıcılar (social-excitement seekers), **(3)** benlik geliştiriciler (self-developers) ve **(4)** başaranlar (achievers) olarak dörde ayırdığı görülmektedir (aktaranlar Uriely, Yonay ve Simchai, 2002, s. 524; Erdoğan 2019, s.102).
8	Selin (1999)	Developing a typology of sustainable tourism partnerships	Sürdürülebilir turizm ortaklığının tipolojisinin geliştirilmesi amacıyla yaptığı çalışmada yazar, ABD örnekleminde sürdürülebilir turizm gelişimine katkı sağlayan temsilî turizm ortaklıklarını beş temel etrafında dizmiştir. Tipolojisinde ülkedeki turizm ortak ve paydaşlarının coğrafi ve zaman yönünde hangi açıdan benzer, hangi açıdan farklı olduklarını vurgulayan boyutlar ortaya koyması açısından yazar, turizm yöneticilerine tedavisi güç problemleri çözme açısı vermesi bakımından dikkate değer bir çalışma ortaya koymuştur.**(1) Coğrafi ölçek:** Ulusal, bölgesel, ülkesel, toplumsal paydaşlar. **(2) Yasal Temeller:** İş birliğini tercih eden, tabanı oluşturan, süreci tanımlayan yasal varlık/otorite olan ve yasal olarak görevlendirilmiş ya da yetkilendirilmiş paydaşlar/ortaklar. **(3) Kontrol mevki:** Acente kontrolünden paydaş kontrolüne kadar sıklık derecesine göre aktif danışan, uzlaşma arayan, anlaşmayı müzakere eden, yetkiyi paylaşan, yetki ve sorumlulukları devreden paydaşlar. **(4) Örgütsel çeşitlilik ve boyut:** Bir sektör içerisinde olup sayıca az olan benzeşik paydaşlar ile birçok sektörde olup sayıca fazla olan çeşitli paydaşlar. **(5) Zaman çerçevesi:** Geçici ve gayri resmi yapıya sahip olan kısa zaman çerçeveli paydaşlar ile daimi ve resmi yapıya sahip uzun zaman çerçeveli paydaşlar.
9	Tosun (1999)	Towards a typology of community participation in the tourism development process	Turizm gelişim sürecine (TDP) halk katılımının tipolojisini yapmaya çalışan yazar, çeşitli disiplinlerce işlenen bu konuyu turizm özelinde ele almaktadır. Yazar; zayıf işlenmiş bir tipoloji bağıyla, kesin sonuçlardan ziyade sonraki gelecek daha sistematik çalışmalara öncü niteliğinde (s.126) şu tipolojiyi önermektedir: **(1)** Turizm gelişiminde sözde toplumsal katılım. **(2)** TDP'de edilgen katılım. **(3)** Turizm gelişiminde kendiliğinden toplumsal katılım (TDP'de doğrudan ev sahibi topluluğun katılımı, TDP'de etkin halk katılımı, TDP'de otantik ev sahibi halk katılımı).
10	Arcodia ve Robb (2000)	A future for event management: A taxonomy of	Avusturalya örnekleminde etkinlik yönetiminde ortak bir terminoloji oluşturmak amacıyla terimlerin sınıflandırmasını yapan yazarlar, etkinlikleri üç ana türde kategorize etmektedir. **(1) Etkinlikler** (Mega, büyük (/major), damga (/hallmark), imza (/signature), özel etkinlikler). **(2) Festivaller** (Halk kutlaması, halk eğlencesi, tarihi anma töreni, çok kültürlü kutlama, mevsimsel etkinlik, dini kutlama). **(3) M.I.C.E.** (Konferans, kongre, toplantı (/convention), sergi (/exhibition), forum, teşvik

[61] Pearce'ın "Seyahat Kariyer Merdiveni /*Travel Career Ladder*" (1998), yazarın *The Ulysses Factor* kitabında tanımını yaptığı model bir kavramdır (Ryan, 1998, s. 936). Modelin birleşimi; içsel ve dışsal yönlendirmeyle oluşan tatmin /*fulfillment*, özsaygı ve gelişim /*self-esteem and development*, ilişki /*relationship,* teşvik /*stimulation*, rahatlama /*relaxation* basamaklarını içerir (s.938).

[62] Çalışmada ilgili kaynak; "Pearce, P. L. (1988). *The Ulysses Factor: Evaluating Visitors in Tourist Settings*. New York: Springer-Verlag." olarak verilmiştir.

Sıra no	Araştırmacılar (Yıl)	Araştırmanın Adı	Çalışmanın İçeriği / Ortaya Konan Teori
		event management terms	(/incentive), miting, seminer, sempozyum, fuar (/trade show).
11	Lengkeek (2000)	Imagination and differences in tourist experience	Cohen'in (1979) yaptığı turistik deneyim arayışına dair modların yeniden yorumlanması gerektiğini söyleyen yazar, yeniden formülize ettiği modaları sırasıyla şöyle ifade etmektedir: **(1)** eğlenme (amusement), **(2)** değişim (change), **(3)** merak (interest), **(4)** mest olma (rapture) ve **(5)** adanma (dedication) modları.
12	Boyne ve diğ. (2002, 2003)	On the trail of regional success: Tourism, food production and the Isle of Arran Taste Trail (2002) Policy, support and promotion for food-related tourism ınitiatives (2003)	Turizm ve yiyecek ilişkilerinin sınıflandırılmasının yapıldığı bu çalışmalarda yazarlar, bu ilişkiler açısından dört ana alan olduğunu söylemektedir: **(1)** Direkt üretimle ilgili, **(2)** Dolaylı üretimle ilgili, **(3)** Direkt tüketimle ilgili, **(4)** Dolaylı tüketimle ilgili.
13	Stone (2006)	A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions	Hüzün (Dark) turizminin bulunduğu yerler, çekim noktaları ve gösterileri üzerine bir tipoloji denemesi yapan yazar; Miles'ın (2002, ss. 1175-1178) spektrumu olan bizzat acıların yaşandığı "en karanlık" noktalardan sadece acılarla ilgili nümayişlerin yapıldığı "en aydınlık" noktalar arasındaki altı basamaklı türlerin ayrıldığı fikrinden hareketle yedi tane hüzün turizm tedarikçisi tipolojisi yapmaktadır. Bunlar; **(1)** Hüzün üreten fabrikalar, **(2)** Hüzün gösterileri, **(3)** Hüzün zindanları, **(4)** Hüzün dinlenme yerleri, **(5)** Hüzün türbeleri, **(6)** Hüzün çatışma alanları ve **(7)** Soykırımın hüzün kampları.
14	Sundbo ve diğ. (2007)	The innovative behaviour of	Turist firmalarının yenilikçi/inovatif davranışları ve sistemlerinin teorik olarak araştırıldığı bu çalışmada yazarlar, İspanya ve Danimarka özelinde turistik firmaları nicel ve nitel açıdan inceleyerek örgütsel olarak üç çeşit firmanın var olduğunu

Sıra no	Araştırmacılar (Yıl)	Araştırmanın Adı	Çalışmanın İçeriği / Ortaya Konan Teori
		tourism firms—Comparative studies of Denmark and Spain	savunmaktadırlar. **(1) Turizm kurumu (Tourism Corporation):** Birkaç dalda ya da sıkıca bağlantılı zincirle oluşan büyük ve karmaşık şirket. Bu şirketler birkaç endüstriyi kapsayabilir. **(2) Turizm Girişimi (Tourism enterprise):** Orta büyüklükte, bağımsız ve resmi olarak örgütlenmiş girişim. Bu girişimler gevşek bağlı bir zincirin üyesi de olabilir. **(3) Turizm dükkânı (Tourism shop):** Küçüktürler. Bir tek kişi ya da bir aileye ait ve o/onlar tarafından idare edilmektedir. İş hayatı, sahibinin aile hayatıyla iç içe geçmiş durumdadır. **A. Girişimci (Entrepreneurial):** İş gelişiminin üstünlüğü vardır. **B. Zanaatçı (Artisanal):** Aile şemalarının korunmasının, iş yaşam stili gelişimi üzerinde üstünlüğü vardır.
15	Hunter (2008)	A typology of photographic representations for tourism: Depictions of groomed spaces	Fotoğrafik temsiller ile turizm söylemine katkı sağlayıp turizm teorisindeki destinasyon imajına katılan bu çalışmada yazar, 21 farklı destinasyondaki seyahat broşür ve kılavuzunu toplayarak analiz etmiştir. Bu ikincil verileri içerik analizine tabi tutan yazar, ayrıca bunların sosyal etkilerinin incelenmesinin de kritik analiz yöntemi ile ölçümlediğini ifade etmektedir. Yazar ayrıca bu tipolojinin, turizm destinasyonları hakkında tersim ettiği yüksek tutarlılık gösteren ortancalar sayesinde destinasyon imajı üzerine var olan teorik çok boyutluluğun sorgulanmasının gerektiğini ortaya atmaktadır. (**A) Uzam itibariyle turizm temsilleri tipolojisi: (1)** Doğal peyzajlar, **(2)** İşlenen (/cultivated) peyzajlar, **(3)** [Kültürel] miras ve madde kültürü, **(4)** Turizm ürünleri (imkânlar, konaklama ve yemek pişirme yöntemi. **(B) Özne itibariyle turizm temsilleri tipolojisi: (1)** Hiç insan nesnesinin olmadığı temsiller, **(2)** Turist, **(3)** Ev sahibi topluluk, **(4)** Turist ve ev sahibi topluluk.
16	Williams (2009)	Tourism geography: A new synthesis	Turizm ve turistler arasındaki ilişkiyi motif, gelişim seviyesi, etki, kurumsallaşma seviyesi, aranılan deneyim ve ev sahibi halka karşı ilgi açılarından ele alan yazar, altı temel kategoride bir tipoloji oluşturmuştur. Birbirleri arasında ara geçişler olsa da, turizm ve turist şeması arasındaki yüksek bölümlendirilmiş bir pazar veya etkinlik küresi şeması şu bölümlerden oluşmaktadır (s.14): **(1)** Rekreasyonel Turizm, **(2)** İş Turizmi, **(3)** Sağlık Turizmi, **(4)** Eğitim Turizmi, **(5)** Kültür Turizmi, **(6)** Sosyal Turizm. **Kategoriler: (1)** Motifler (Zevk ↔ Karma ↔ Deneyimsel), **(2)** Gelişim seviyesi (Ticarileşmiş ↔ Ticarileşmemiş), **(3)** Etki (Belirgin ↔ Minimal), **(4)** Kurumsallaşma seviyesi (Organize olmuş ↔ Bağımsız), **(5)** Aranılan deneyim (Tanıdıklık ↔ Yenilik), **(6)** Ev sahibi halka karşı olan ilgi/kaygı (Sınırlı ↔ Belirgin). **Turist tipleri: (1)** Organize olmuş kitle turisti, **(2)** Küçük grup / Bağımsız seyahat edenler, **(3)** İş ya da eğitimsel turistler, **(4)** Kâşifler, **(5)** Başıboş turistler.
17	Phillip ve diğ. (2010)	A typology for defining agritourism	Çiftlik turizminin (/agritourism) kapsamlı bir tanım tipolojisini yapan yazarlar, literatürdeki mevcut tanım farklarından hareketle beş tür çiftlik turizmi olduğunu sınıflandırmışlardır. Bu tipler, **(1)** çalışılmayan çiftlik turizm, **(2)** çalışılan edilgen temaslı çiftlik turizmi, **(3)** çalışılan dolaylı temaslı çiftlik turizmi, **(4)** çalışılan doğrudan temaslı sahnelenmiş çiftlik turizmi, **(5)** çalışılan doğrudan temaslı otantik çiftlik turizmi.
18	Kennedy-Eden ve Gretzel (2012)	A taxonomy of mobile applications in tourism	Her ne kadar çalışmanın isminde taksonomi kelimesi geçiyor olsa da, seyahatle ilişkili uygulamaların kullanıcılara sunduğu hizmetler ve kullanıcıların mobil cihazlarla olan etkileşimi açılarından ele alınan mobil uygulamaların sınıflandırılması.

Sıra no	Araştırmacılar (Yıl)	Araştırmanın Adı	Çalışmanın İçeriği / Ortaya Konan Teori
19	Gjorgievski ve diğ. (2013)	Typology of recreational-tourism resources as an important element of the tourist offer	Turizm kavramını boş zaman (/leisure) ve rekreasyon olarak ayırıp rekreasyon özelinde turizmin kullanıldığı kaynakları kavramlar olarak sınıflandıran yazarlar, rekreasyonel ve turist kaynaklarını dört ana başlık altında sunmaktadır (s.58). **(1) Oluşum (/Genesis) [itibariyle]: (a)** Doğal, **(b)** İnsan yapımı (/anthropogenic). **(2) Çekici simgeler: (a)** Rekreasyonel simgeler, **(b)** Kültürel simgeler. **(3) Çekicilik özellikleri: (a)** Karmaşık, **(b)** Bireysel, **(c)** Tamamlayıcı. **(4) Coğrafi konum [itibariyle]: (a)** Kentsel, **(b)** Kırsal.
20	Seery ve Paris (2015)	A three-dimensional tourist typology	Bireylerin atılganlık, etkileşimlilik ve duyum arama seviyelerine dayalı Üç Boyutlu Turist Tipolojisi (TDT – *The Three Dimesional Tourist Typology*) geliştiren yazarlar, modellerini Plog'un (1974) Psiko-Merkezci modeliyle Eysenck ve Eysenck'in (1964) Kişilik Envanteri ile bir de Duyum Arama (Eachus, 2004; Litvin, 2007) boyutuyla kurgulamış olduklarını söylemektedirler. Bu bağlamda sekiz tipte 'tipik turisti" tanımladıklarını ifade etmektedirler. **(1) Rehberli Dalgıçlar (The Guided Immersionist),** kültüre meraklı fakat o kültür alanına tek başına gitmekte güvende hissetmediği için rehberlik hizmeti alan turistlerdir. **(2) Kâşif Dalgıçlar (The Explorer Immersionist)**, kültürü tamamen tecrübe etmek için ev sahibi nüfusla tamamen bütünleşen turistlerdir. **(3) Macera Dalgıçlar (The Adventure Immersionist)**, kâşif ve rehberli dalgıçlara benzeyen fakat güvenli çevre tercihi gösteren turistlerdir. **(4) Grupiye Dalgıç (Groupie Immersionist)**, gruplar halinde seyahat eden ve popüler turist noktalarını tercih eden fakat aynı zamanda farklı kültürlere de maruz kalan turistlerdir. **(5) Hayran Kültürlüler (Groupies Generalist)**, diğer turistlerle etkileşimde olmayı tercih eden ve tanıdık popüler turist lokasyonlarını ziyaret eden grup [halindeki] seyahatçileridir. **(6) Rehberli Kültürlüler (Guided Generalist)**, tanıdık çevrelere seyahat etmeyi tercih etmeleri açısından Hayran Kültürlülere benzer olsalar da kendi başlarına yeni deneyimler denemek ve hesaplanmış riskler alan turistlerdir. **(7) Kâşif Kültürlüler (Explorer Generalist)**; olağan hava dalıcısı, su altı dalıcısı ya da memleketin ücra köşelerindeki kayakçı turistlerdir. Kendilerine meydan okumayı sever ama aşırı riskli etkinliklere asla katılmazlar. **(8) Macera Kültürlüler (Adventure Generalist)**; sosyal, herkesin katıldığı etkinliklere katılan ve ortamda güvenlik önlemi varsa her türlü etkinliğe katılmayı seven turistlerdir.
21	McKercher (2016)	Towards a taxonomy of tourism products	Turizm ürünlerinin sınıflandırmasını (kendi deyimiyle "taksonomisini") yapmaya çalışan yazar, turizm ve bağlantılı konularda müşterilere sunulan ürünleri birbirlerine benzerlikleri açısında fenetik yöntemiyle altı seviyede beş temel adımda sınıflandırmıştır. **(1)** Zevk, **(2)** Kişisel arayış, **(3)** İnsan çabası, **(4)** Doğa ve **(5)** İş kategorilerinde beş temel İhtiyaç Aileleri belirleyen yazar, bunlara bağlı 330 tane turizm ürününü üç kademeli tip/alt-tipte sınıflandırmıştır. Seyahat ürünleri bu sınıflandırmanın dışında tutulduğu da ayrıca belirtilmektedir.

Ek D: Araştırma verisi toplamak için öncül mail metni örneği

Konu: Taksonomik turizm sınıflandırması veri temini onayı hk.

Turizm alanının saygıdeğer gurusu, kıymetdar … hocam,

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ana bilim dalında doktora tez öğrencisiyim. **"Taksonomik Sınıflandırmaya Dayalı Turizm Değerlendirmesine Yönelik Bir Yöntem Araştırması"** konulu doktora tezime veri teşkil etmek üzere Siz saygıdeğer *turizm bilimi üstadlarımızın* görüşlerine ihtiyacım duymaktayım. Öncül bir çalışmanın ilk basamağı olacak bu araştırma için ortaya koyacağınız fikir ve görüşler turizm teorisine çok ciddi katkılar sunacaktır. Bu kapsamda kıymetli vaktinizden ayırıp araştırma verisi için katkı sunmayı onaylarsanız bu maile dönüş yapar, akabinde de size göndereceğim dört dille oluşturduğum mülakat sitesini doldurabilir misiniz?

İlgi, alaka ve katkılarınız için şimdiden çok teşekkür eder,

Saygı ve hürmetlerimi iletirim.

Ek E: Araştırma verisi toplamak için ardıl mail metni örneği

Konu: Taksonomik turizm sınıflandırması veri temini hk.

Değerli … hocam,

Öncelikle dönütünüz ve veri temini onayınız için çok teşekkür ediyorum. Vereceğiniz bilgiler, alanyazına paha biçilmez katkılar sunacaktır. Bunun için şimdiden ayrıca minnetle şükranlarımı sunuyorum. Sitede yer alan sorulara vereceğiniz cevaplar ve kişisel bilgileriniz, bilimsel etik gereği araştırma kapsamında saklı tutulacaktır.

Aşağıda 4 dilde linkleri verilen sitemde, -*sitenin iç yönergesinde de yazmaya çalıştığım gibi*- sorulara cevap verirken, görüşlerinizi iki türlü ifade edebilirsiniz:

i- Yazıyla: Bu bölümü kullanacaksanız isterseniz kendi yorumunuzu direkt yazabilir isterseniz soruların hemen yanında yer alan *info* işaretiyle çıkan alanyazındaki mevcut tanımlara dayandırabilirsiniz. Literatüre dayandıracağınız tanımlar bu kısımda yoksa dahi bu bir problem teşkil etmez, buradaki tanımların oldukça kısıtlı olduğunu ve sadece yön gösterici olması odaklılığı taşıdığını belirtmek isteriz.

ii- Ses kaydıyla: Cevaplaması kolay olsun diye başka bir platform üzerinden alacağımız ses kaydı bölümünde 1,5 dk.'lık kayıtlar yapabilirsiniz. Bu işlevi tercih edecekseniz naçizane ricamız lütfen hangi soruya cevap verdiğinizi kaydın başında belirtmenizdir.

Bu seçeneklerden size uygun olanı seçip soruların cevaplandırmasında göstereceğiniz hassasiyetten ötürü şimdiden çok ama çok teşekkür ederim.

Site linkleri:

Türkçe: https://tourismtaxonomy.com/

English: https://en.tourismtaxonomy.com/

Deutsch: https://de.tourismtaxonomy.com/

Русский: https://ru.tourismtaxonomy.com/

Eklemek istediğiniz *görüş ve önerileriniz* olursa veya çalışmanın sonucu hakkında bilgi edinmek isterseniz, soruların en sonundaki bölümde bunları da belirtebilirsiniz.

Saygılarımla.

Ek F: Araştırma kapsamında veri temini için kullanılan mülakat formu örnekleri

Ek F1: Türkçe mülakat formu örneği

Değerli katılımcı,

Prof. Dr. Orhan BATMAN danışmanlığında **Taksonomik Sınıflandırmaya Dayalı Turizm Değerlendirmesine Yönelik Bir Yöntem Araştırması** adlı doktora tez çalışması yürütmekteyim. Turizm teorisi alanyazınına katkı sağlaması düşünülen bu çalışma için siz değerli akademisyenlerin görüşlerine ihtiyaç duymaktayım. Aşağıda sizin şahsi görüşleriniz ya da literatüre dayandırabileceğiniz cevaplarınız, nitel veri analiz yöntemleriyle değerlendirildikten sonra bütüncül bir turizm sınıflama modeli ortaya konmaya çalışılacaktır. Verdiğiniz cevaplar ve bilgileriniz, bilimsel etik gereği araştırma kapsamında saklı tutulacaktır.

Sorulara dilerseniz yazılı dilerseniz de ses kaydı ile cevap verebilirsiniz (Ses kaydı 3 dk süresince kısıtlanmış olup bunu tercih edecek olursanız lütfen hangi soruya cevap verdiğinizi başta belirtiniz. Ses kaydı bazı tarayıcılarda düzgün çalışmadığı için lütfen kayda başlamadan önce deneyiniz).

Soruların cevaplanmasında göstereceğiniz hassasiyetten ötürü şimdiden teşekkür ederim. Saygılarımla.

Sizce turizm nedir?	• **Hunziker ve Kraptf (1942):** 'sürekli kalış biçimine dönmemek ve gelir sağlayan mesleki bir faaliyette bulunmamak koşuluyla yabancıların seyahatlerinden ve konaklamalarından doğan olay ve ilişkilerin tümüdür' • **AIEST (1980):** 'İnsanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralarda genellikle turistik işletmelerin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür' • **Goeldner ve Ritchie (2012):** 'turistler, turizm tedarikçileri, ev sahibi yönetimler, ev sahibi topluluklar ve ziyaretçileri cezbeden ve ev sahipliği yaparak kuşatan çevre arasındaki ilişki ve etkileşimlerden doğan süreçler, etkinlikler ve çıktılar' • **Kozak ve diğ. (2010):** 'turistlerin ikamet ettikleri yerlerden ayrılarak tekrar aynı yere dönünceye kadar geçen süre içerisindeki seyahatleri sırasında gereksinim duydukları ulaştırma, konaklama, yeme-içme, eğlence ve diğer ihtiyaçlarını karşıladıkları faaliyet alanlarının tümüdür' • **Merriam-Webster Learner's:** 'keyif için bir yere seyahat etme etkinliği ve seyahat edenler (yani turistler) için otel, restoran, eğlence vb tedarik eden işletmeler'
Sizce turist kimdir?	• **Ogilvy (17. yy):** 'sürekli oturduğu yerden en çok bir yıl süreli ile ayrılan ve geçici olarak gittiği yerlerde, buralarda kazanmadığı parayı harcayan kimse' • **Norval (1936):** 'sürekli ikamet etmek ve gelir elde etmekten farklı bir amaç ile yabancı bir ülkeye giden ve geçici süre kalacağı bu ülkede başka yerde kazandığı parayı harcayan kimse' • **Milletler Cemiyeti (1937): '**sürekli ikamet yerinin dışındaki bir yere 24 saat ya da daha fazla bir süreliğine seyahat eden kişi' • **Halis (2009):** 'belirli bir gelire ve boş zaman sahip, konaklama, yeme-içme gibi somut; dinlenme-eğlenme, merak, kültür ve eğitim, spor gibi soyut amaçlarla sürekli yaşadığı bölgeden başka bir bölgeye seyahat eden ve gittiği yerde en az bir gece konaklayan; ekonomik anlamda tüketici olan kişi ya da kişiler topluluğudur' • **Merriam-Webster Learner's:** 'zevk ya da kültür için tur yapan kimse'
Belirli bir turist tipolojisinden söz etmek mümkün müdür? Mümkünse hangisidir?	• Eric Cohen (1972-1974) [*organize olmuş kitle, bireysel kitle, araştırıcı turist, başıboş*] • Stanley Plog (1974) [*dış merkezli, orta merkezli, ruhsal merkezli*] • Valene Smith (1977) [*araştırıcı, seçkin, olağandışı, sıra dışı, kitlemsi, kitle, büyük kitle*] • Andrew Yiannakis & Heather Gibson (2002) [*güneş seven, hareket arayan, antropolog, arkeolog, organize kitle, heyecan arayan, kâşif, sosyete, bağımsız kitle, birinci sınıf, kaçan, etkin spor, eğitici*] • Maxine Feifer - John Urry (1985-2002) [*post-turist*] • McKercher & Cros (2003) (*amaçlı, gezici, rahat, rastlantısal, keşfeden* ***kültür turisti***)
Turizm sınıflarını açıklar mısınız?	• Sosyal turizm • Lüks turizm
Seyahat güdüsü sizce nelerdir?	• Fiziksel Güdüler • Kültürel Güdüler • İş / Eğitimsel Güdüler • Rekreasyonel Güdüler • Sosyal Güdüler

Turizm aktivitelerinin kullandığı kaynaklar nelerdir?	• Fiziksel Çevre (Doğal Çevre, Yapay (Kültürel) Çevre) • Toplumsal (Sosyal) Çevre
Turizm çeşitleri nelerdir?	• Doğal / Kırsal Temelli • Kültür Temelli • Hobiye Dayalı Özel İlgi • İş / Eğitim Temelli • Sağlık Temelli • Spor Temelli
Turizm türleri nelerdir?	• Ekoturizm • Kırsal Turizm • Çiftlik / Tarım Turizmi • Yayla Turizmi • Botanik Turizmi • Kültürel (Miras) Turizmi • İnanç Turizmi • Etnik Turizm • Diaspora Turizmi • Şarap Turizmi • Alışveriş Turizmi • Macera Turizmi • Yat ve Kurvaziyer Turizmi • Kumar Turizmi • Uzay Turizmi • Kuş Gözlemciliği Turizmi • Hüzün Turizmi • Yemek (Gastronomi) Turizmi • Çadır (Kamp) ve Karavan Turizmi • Eğitim Turizmi • Kongre ve Toplantı Turizmi • Teşvik Turizmi • Fuar Turizmi • Termal (Kaplıca) Turizm • Medikal (Tıp) Turizm • SPA ve Wellness Turizmi • Yaşlı Bakımı • Doğa Sporları Turizmi • Kış Sporları Turizmi • Su Sporları Turizmi • Pasif Katılımlı Spor Turizmi • Nostalji Spor Turizmi
Turizm anlayışları hangileridir?	• Sürdürülebilir turizm • Helal turizm

Ek F2: İngilizce mülakat formu örneği

Dear participant,

I am conducting a doctoral dissertation study under the heading of **A Method Search for Taxonomic Classification Based Tourism Evaluation** under the supervision of Prof. Orhan BATMAN (PhD). With this study, we are humbly trying to make contributions to tourism literature with your priceless opinions. To the questions, you can either give your own answers or ground them on the literature. After the data are evaluated by qualitative analyses, a holistic tourism classification model will be tried to be formed. Your info and the answers you give will be kept secret within the study as per scientific ethic.

You may either reply the questions in written form or via audio recorder (But if you wish to answer via audio recorder please note that record time is 3 minutes and please specify which question you are answering. Due to the fact that voice recorder does not work with some browsers, please try if it works before you give an answer).

Thanks a lot in advance for your sensitivity and contributions.

Kind regards.

What is tourism according to you?	• **Hunziker and Kraptf (1942):** It is all events and relationships arising from travel and accommodation by foreigners, provided that they do not return to a permanent stay and engage in income-generating professional activities' • **AIEST (1980):** It is a collection of events and relationships arising from temporary accommodation by demanding the goods and services produced by touristic enterprises, where people travel outside the places where they permanently live, work and meet their usual needs' • **Goeldner and Ritchie (2012):** It can be defined as 'processes, activities and outcomes resulting from the relationships and interactions among tourists, tourism suppliers, host governments, host communities and the surrounding environments that are involved in the attracting and hosting of visitors' • **Kozak et al. (2010**): It is all of the activity areas where tourists meet their transportation, accommodation, food, entertainment and other needs during their travels until they leave their places of residence and return to the same place. • **Britannica: '**the act and process of spending time away from home in pursuit of recreation, relaxation, and pleasure, while making use of the commercial provision of services' • **Merriam-Webster Learner's:** 'the activity of traveling to a place for pleasure' and 'the business of providing hotels, restaurants, entertainment, etc., for people who are traveling'
Who is a tourist according to you?	• **Ogilvy (17th century):** It is a person who leaves his/her place of residence for a period of one year at most and goes to places he/she temporarily goes to, while he/she spends money that they do not earn there • **Norval (1936):** It is a person who travels to a foreign country for a purpose other than permanent residence and earning income and who spends the money he earns elsewhere in the country of temporary stay • **League of Nations (1937):** It is he/she who travels to place of permanent residence for 24-hours or more • **Halis (2009):** They are those who have a certain income and leisure time, who travel from their usual residence to another region for concrete purposes such as accommodation, food and drink; for abstract purposes such as recreation-entertainment, curiosity, culture and education, sports, and who stays mthere more than one night; who is/are consumer in economic terms. • **Merriam-Webster Learner's:** 'one that makes a tour for pleasure or culture'
Is it possible to talk about a certain tourist typology? If so, which one is correct?	• Eric Cohen (1972-1974) [*The organized mass tourist, The individual mass tourist , The explorer , The drifter]* • Stanley Plog (1974) [*allocentric, mid-centric, psychocentric*] • Valene Smith (1977) [explorer*, elite, off-beat, unusual, incipient mass, mass, charter*] • Andrew Yiannakis & Heather Gibson (2002) [*sun lover, action seeker, anthropologist, archaeologist, organized mass tourist, thrill seeker, Explorer, jetsetter, seeker, independent mass tourist 1-2, high class, drifter, escapist 1-2, active sport, educational*] • Maxine Feifer - John Urry (1985-2002) [*post-turist*] • McKercher & Cros (2003) (*purposeful*, *sightseeing, casual, incidental, serendipitous* ***cultural tourist***)
Can you describe tourism classes? (If there is any)	• Social tourism • Luxury tourism
What is primary travel motivation	• Physical motivations • Occupational/educational motivations • Cultural motivations • Recreational motivations

according to you?	• Social motivations
What are the sources that tourism activities use?	• Physical Environment (Natural Environment, Unnatural (Cultural) Environment) • Communal (Social) Environment
What are tourism kinds?	• Natural/Rural-based • Cultural-based • Special interest based on hobbies • Occupational/educational-based • Medical-based • Sports-based
What are tourism species?	• Ecotourism • Rural Tourism • Farm / Agricultural Tourism • Highland Tourism • Botanical Tourism • Cultural (Heritage) Tourism • Religious Tourism • • Ethnic Tourism • • Diaspora Tourism • • Wine Tourism • • Shopping Tourism • • Adventure Tourism • • Yacht and Cruise Tourism • • Gambling Tourism • • Space Tourism • Birdwatching Tourism • Dark Tourism Food (Gastronomy) Tourism • Tent (Camping) and Caravan Tourism • Education Tourism • Congress and Meeting Tourism • Incentive Tourism • Fair Tourism • Thermal Tourism • Medical (Medical) Tourism • SPA and Wellness Tourism • Geriatric Tourism • Outdoor Sports Tourism • Winter Sports Tourism • Water Sports Tourism • Passive Participated Sports Tourism • Nostalgia Sport Tourism
What are tourism perceptions?	• Sustainable tourism • Halal tourism

Ek F3: Almanca mülakat formu örneği

Lieber akademischer Teilnehmer,

Das Ziel dieser Website ist es, Ihre wertvollen Meinungen / Kommentare zu sammeln, die in der Doktorarbeit mit dem Namen **A Method Search for Taxonomic Classification Based Tourism Evaluation** verwendet werden sollen. Ziel der Dissertation ist es, eine Methode für ein ganzheitliches Tourismusklassifikationsmodell zu ermitteln.

Ihre persönlichen Daten und die Antworten, die Sie geben, werden im Rahmen der Studie nach wissenschaftlichen Grundsätzen geheim gehalten.

Sie können eine der folgenden Möglichkeiten wählen, um Ihre Meinung zu den Fragen abzugeben:

1- Schriftlicher Weg: Wenn Sie diesen Weg verwenden, können Sie entweder Ihre Antwort direkt schreiben oder eine der vorhandenen Literaturstellen auswählen, wenn Sie das Info-Symbol auswählen.

2- Sprachaufzeichnung: Sie können Ihre Stimme auch 3 Minuten lang über einen Audiorecorder aufzeichnen, den wir eingefügt haben, um Ihre Antworten zu vereinfachen. Wir haben eine höfliche Bitte, diese Option zu nutzen: Bitte geben Sie an, welche Frage Sie beantworten. **Warnung:** Da der Voice Rekorder bei einigen Browsern nicht funktioniert, versuchen Sie es bitte, bevor Sie eine Antwort geben.

Vielen Dank im Voraus für Ihre Sensibilität und Beiträge.

Wenn Sie weitere *Meinungen und Vorschläge* haben oder die Ergebnisse der Studie erfahren möchten, geben Sie diese bitte am Ende des Fragebogens an.

Mit freundlichen Grüßen.

Was ist deiner Meinung nach der Tourismus?	• **Hunziker und Kraptf (1942):** Es sind alle Ereignisse und Beziehungen, die sich aus den Reisen und zeitweiligen Unterkünften von Ausländern ergeben, vorausgesetzt, dass es zu keinem dauerhaften Aufenthalt kommt und sie keine berufliche Tätigkeit ausüben' • **AIEST (1980):** Es ist die Gesamtheit von Ereignissen und Beziehungen, die sich aus zeitweiligen Unterkünften ergeben, indem sie die von Tourismusunternehmen herstellen Güter und Dienstleistungen verlangen, wo die Menschen außerhalb der Orte reisen, wo die Menschen ständig wohnen, arbeiten und ihre üblichen Bedürfnisse erfüllen" • **Goeldner und Ritchie (2012):** Es kann definiert werden als „Prozesse, Aktivitäten und Folgen, die sich aus den Beziehungen und Interaktionen zwischen Touristen, Tourismusanbietern, Aufnahmeregierungen, Aufnahmegemeinschaften und der Umgebung ergeben, welche am Anlocken und an der Aufnehme der Besucher teilnehmen". • **Kozak et al. (2010**): Es sind alle Aktivitätsbereiche, in denen die Touristen während ihrer Reisen, die vom Verlassen ihres Wohnortes bis zum Zurückkehren zum denselben Ort andauern. ihre Transport-, Unterkunfts-, Lebensmittels-, Unterhaltungs- und sonstigen Bedürfnisse erfüllen, • **Britannica:** Die Handlung und der Prozess des Zeitverbringens außerhalb der Heimat auf die Suche nach Erholung, Entspannung und Vergnügen, dabei die kommerzielle Erbringung von Dienstleistungen benutzen. " • **Merriam-Webster Learner's:** „Die Tätigkeit des Reisens zu einem Ort sich zu vergnügen, und das Geschäft, das die Reisenden mit Hotels, Restaurants, Entertainment usw. versorgt"
Wer ist deiner Meinung nach der Tourist?	• **Ogilvy (17. Jahrhundert):** Es ist eine Person, die ihren Wohnort für einen Zeitraum von höchstens einem Jahr verlässt und zu Orten geht, wo sie einen vorübergehenden Aufenthalt verbringen, während sie Geld ausgibt, das sie dort nicht verdient. • **Norval (1936):** Es ist eine Person, die in ein fremdes Land zu einem anderen Zweck als ständigen Aufenthalt und Verdienen des Lebensunterhalts reist und das Geld ausgibt, das sie anderswo als im Land des befristeten Aufenthalts verdient. • **Liga der Nationen (1937):** Es ist er / sie, der / die 24 Stunden oder länger zu einem festen Wohnort reist. • **Halis (2009):** Es sind diejenigen, die ein bestimmtes Einkommen und eine bestimmte Freizeit haben und von ihrem üblichen Wohnort aus zu konkreten Zwecken wie Unterkunft, Essen und Trinken in eine andere Region für abstrakte Zwecke wie Erholung, Unterhaltung, Neugierde, Kultur, Bildung und Sport reisen und diejenigen, die dort länger als eine Nacht bleiben, und diejenigen, die in wirtschaftlicher Hinsicht als Verbraucher bezeichnet werden. • **Merriam-Webster Learner's:** „Einer, der eine Vergnügentour oder Kulturtour macht"
Kann man von einer bestimmten touristischen Typologie sprechen? Wenn ja, welches ist richtig?	• Eric Cohen (1972-1974) [*Der organisierte Massentourist, der individuelle Massentourist, der Entdecker, der Rucksacktourist]* • Stanley Plog (1974) [*allozentrisch, mittelzentrisch, psychozentrisch]* • Valene Smith (1977) [Forscher, Elite, Off-Beat, ungewöhnlich, Anfangsmasse, Masse, Charter] • Andrew Yiannakis & Heather Gibson (2002) [Sonnenliebhaber, Action-Sucher, der Anthropologe, der Archäologe, organisierter Massentourist, Nervenkitzel-Sucher, Entdecker, Jetsetter, der Suchende, unabhängiger Massentourist 1-2, Oberklasse, *der*

	Rucksacktourist, 1-2, aktiver Sport, pädagogisch] • Maxine Feifer - John Urry (1985-2002) [Post-Tourist] • McKercher & Cros (2003) (zielgerichtet, Sightseeing, unbestimmt, beiläufig, zufälliger *Kulturtourist*)
Können Sie Tourismusklassen beschreiben? (Wenn ja, welches)	• Sozialtourismus • Luxustourismus
Was motiviert Sie zum Reisen?	• Körperliche Motivationen • Berufliche/pädagogische Motivationen • Soziale Motivationen • Kulturelle Motivationen • Freizeitliche Motivationen
Was sind die Quellen, die touristische Aktivitäten nutzen?	• Physische Umgebung (natürliche Umgebung, unnatürliche (kulturelle) Umgebung) • Kommunales (soziales) Umfeld
Was sind Tourismusgattungen?	• Natürlich / ländlich • Kulturbasiert • Spezielles Interesse basierend auf Hobbys • Beruflich / pädagogisch • Medizinisch • Sportbasiert
Was sind Tourismusarten?	• Ökotourismus • Landtourismus • Bauernhof- / Agrartourismus • Hochlandtourismus • Botanik-Tourismus • Kulturtourismus • Religiöser Tourismus • Ethno-Tourismus • Diaspora-Tourismus • Weintourismus • Einkaufstourismus • Abenteuertourismus • Yacht- und Kreuzfahrttourismus • Spieltourismus • Weltraumtourismus • Vogelbeobachtung-Tourismus • Schwarztourismus • Lebensmittel (Gastronomie) Tourismus • Zelt (Camping) und Caravan-Tourismus • Bildungstourismus • Kongress- und Tagungstourismus • Incentive-Tourismus • Fairer Tourismus • Thermaltourismus • Medizintourismus • SPA- und Wellnesstourismus • Geriatrie-Tourismus • Outdoor-Sporttourismus • Wintersporttourismus • Wassersporttourismus • Passiv teilnehmender Sporttourismus • Nostalgiesporttourismus
Was sind touristische Wahrnehmungen?	• Nachhaltigen Tourismus • Halal-Tourismus

Ek F4: Rusça mülakat formu örneği

Уважаемый академик,

Цель этого сайта - собрать ваши бесценные мнения / комментарии для использования в докторской диссертации под названием «**Метод Поиска Для Оценки Туризма На Основе Таксономической Классификации**». Целью диссертации является определение метода для модели классификации целостного туризма.

Ваша личная информация и ответы, которые вы дадите, будут храниться в секрете в рамках исследования в соответствии с научной этикой.

Вы можете выбрать любой из способов дать свое мнение по вопросам:

1- Письменный способ: если вы используете этот способ, вы можете либо написать свой ответ напрямую, либо выбрать один из существующего объема литературы при выборе информационного символа.

2- Запись голоса: Вы также можете записать свой голос в течение 3 минут с помощью аудиорекордера, который мы вставили для облегчения ваших ответов. У нас есть вежливый запрос для тех, кто использует эту ***Опцию:*** пожалуйста, укажите, на какой вопрос вы отвечаете. Предупреждение: из-за того, что диктофон не работает с некоторыми браузерами, пожалуйста, попробуйте, если он работает, прежде чем дать ответ.

Заранее благодарим за вашу чувствительность и вклад.

Если у вас есть какие-либо дополнительные *мнения и предложения*, или если вы хотите узнать результаты исследования, пожалуйста, укажите их в конце анкеты.

С уважением.

Что такое туризм по вашему мнению?	• **Hunziker & Kraptf (1942):** Это все события и отношения, возникающие в связи с поездками и проживанием иностранцев, при условии, что они не возвращаются в постоянное пребывание и занимаются приносящей доход профессиональной деятельностью • **AIEST (1980):** Это набор событий и отношений, возникающих из-за временного размещения, требующих товаров и услуг, производимых туристическими предприятиями, когда люди выезжают за пределы мест, где они постоянно живут, работают и удовлетворяют свои обычные потребности • **Goeldner & Ritchie (2012):** Его можно определить как «процессы, действия и результаты, вытекающие из отношений и взаимодействия между туристами, поставщиками туризма, правительствами принимающих стран, принимающими сообществами и окружающей средой, которые участвуют в привлечении и размещении посетителей ' • **Козак и соавт. (2010):** Это все сферы деятельности, где туристы удовлетворяют свои транспортные, жилищные, продовольственные, развлекательные и другие потребности во время своих поездок, пока они не покидают места своего проживания и не возвращаются в тоже самое место. • **Britannica:** «Акт и процесс проведения времени вне дома в поисках отдыха, релаксации и удовольствия, используя коммерческое предоставление услуг» • **Merriam-Webster Learner's:** «поездка в место для удовольствия» и «предоставление гостиниц, ресторанов, развлечений и т. д. Для людей, которые путешествуют
Кто по вашему турист?	• **Огилви (17-й век):** Это человек, который покидает свое место жительства не более чем на один год и отправляется в места, куда он временно направляется, в то время как он тратит деньги, которые он там не зарабатывает. • **Норвал (1936):** Это человек, который путешествует в другую страну с целью, отличной от постоянного проживания и получения дохода, и тратит деньги, которые он зарабатывает в другом месте в стране временного пребывания • **Лига Наций (1937):** Именно он / она путешествует к месту постоянного проживания в течение 24 часов или более • **Halis (2009):** Это те, кто имеет определенный доход и

	свободное время, которые путешествуют из своего обычного места жительства в другой регион для конкретных целей, таких как проживание, еда и питье; в абстрактных целях, таких как отдых, развлечения, любопытство, культура и образование, спорт и пребывание здесь более одной ночи; кто является / является потребителем в экономическом плане • **Merriam-Webster Learner's:** «тот, кто совершает путешествие ради удовольствия или культуры»	
Можно ли говорить об определенной туристической типологии? Если так, то какой из них правильный?	• Eric Cohen (1972-1974) [*Организованный массовый турист, Индивидуальный массовый турист, Исследователь, Бродяга]* • Stanley Plog (1974) [*аллоцентрический, среднецентрический, психоцентрический*] • Valene Smith (1977) [исследователь, элита, необычная, необычная, начинающаяся масса, масса, чартер] • Andrew Yiannakis & Heather Gibson (2002) [любитель солнца, искатель действий, антрополог, археолог, организованный массовый турист, искатель острых ощущений, исследователь, путешественник, ищущий, независимый массовый турист 1-2, высококлассный, дрифтер, эскапист 1-2, активный спорт, образовательный] • Maxine Feifer - John Urry (1985-2002) [*пост-Turist*] • McKercher & Cros (2003) (*целеустремленный, экскурсионный, случайный, случайный, случайный культурный турист*)	
Можете ли вы описать уроки туризма? (Если есть)	• Социальный туризм • Роскошный туризм	
Какова основная мотивация путешествия по вашему мнению?	• Физические мотивы • Профессиональные / образовательные мотивы • Социальные мотивы	• Культурные мотивы • рекреационные мотивации
Какие источники используются туристической деятельностью?	• Физическая среда (природная среда, неестественная (культурная) среда) • коммунальная (социальная) среда	
Какие виды туризма?	• На природной / сельской основе • Культурный основе • Особый интерес на основе хобби	• Профессиональный / образовательная основа • Медицинский основе • Спорт на основе
Какие виды туризма?	• Экотуризм • Сельский туризм • Ферма / Сельскохозяйственный туризм • Горный туризм	• Пищевой (гастрономический) туризм • Палатка (Кемпинг) и Караван Туризм • Образование Туризм • Конгресс и встреча туризма

	• ботанический туризм • Культурный (Наследие) Туризм • религиозный туризм • Этнический туризм • Диаспора Туризм • Винный туризм • Шоппинг Туризм • Приключенческий туризм • Яхта и круизный туризм • Азартный туризм • Космический туризм • Наблюдение за птицами Туризм • Темный Туризм	• Инсентив-туризм • Ярмарка туризма • термальный туризм • Медицинский (Медицинский) Туризм • СПА и Оздоровительный туризм • Гериатрический туризм • Открытый спортивный туризм • Зимний спортивный туризм • водно-спортивный туризм • Пассивный спортивный туризм с участием • Ностальгия Спортивный Туризм
Каковы представления о туризме?	• устойчивый туризм • Халяльный туризм	

ÖZGEÇMİŞ

Ad-Soyad : Akif GÖKÇE
Doğum Tarihi ve Yeri : [redacted]
E-posta : [redacted]

ÖĞRENİM DURUMU:

- **Önlisans** : 2020, Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi, Kültürel Miras Yönetimi ve Turizm
- **Lisans** : 2009, Atatürk Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, İngiliz Dili ve Edebiyatı
- **Yükseklisans** : 2014, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
- **Doktora** : (2020), Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

MESLEKİ DENEYİM VE ÖDÜLLER:

- 2009-2019 Bartın Üniversitesi, Okutman
- 2019-2020 Bartın Üniversitesi, Öğretim Görevlisi

YAYINLAR:

- **<u>Uluslararası Bilimsel Toplantılarda Sunulan ve/veya Bildiri Kitabında (Proceedings) Basılan Bildiriler</u>**

1. Çelik D., **Gökçe A.,** Koca V. 2013. The Urban Landscape Oriented Branding Strategies in Tourism: The Case of Bartin. International Caucasian Forestry Symposium, *Bildiriler Kitabı,* 24-26 October, 846-855, Artvin.

2. **Gökçe A.,** Batman, O. 2014. Turizm Ön Lisans Programlarında Meslek Amaçlı İngilizce (EOP) Öğretiminin Öğrenci Görüşlerine Dayalı İhtiyaç Değerlendirmesi. IVETS 2014-I. Uluslararası Mesleki Eğitim ve Öğretim Sempozyumu, *Bildiri Özetleri Kitabı*, 11-13 Eylül, Sözlü sunum, Bursa, (Yayın No:2555627).
3. Batman O., Sarıışık M., **Gökçe A.** 2015. Öğrencilerin Beslenme Alışkanlıklarına Dair Kısıtlar Nelerdir? Yükseköğrenim Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. International Conference On Eurasian Economies, *Bildiriler Kitabı,* 257-265, Kazan - RUSYA, (Yayın No:2555555).
4. **Gökçe A.,** Batman O. 2015. Students – Lecturer – Expert Opinions Based Needs Assessment of English for Occupational Purposes (EOP) in Tourism Associate Degree Programs. EITOC 2015-I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators, *Bildiriler Kitabı,* 28-30 Mayıs, 1 (1), 65-80, Konya, (Yayın No:2555612).
5. **Gökçe A.,** Batman O. 2015. Spor ve Turizm İlişkisi: Spor Turizmi ve Turizmde Spor Sınıflandırılması, Çeşit ve Türleri. 4. Uluslararası Bilim Kültür ve Spor Kongresi "Sınırların ötesi: Uyumlu Bir Dünya İnşası", *Bildiri Özetleri Kitabı*, 22-26 Mayıs, 107, Ohrid - MAKEDONYA, (Yayın No:2555672).
6. **Gökçe A.,** Batman O. 2016. Turizm Ön Lisans Programlarında Meslek Amaçlı İngilizcenin (EOP) Karşılaştırmalı İhtiyaç Değerlendirmesi. VII. International Science and Technology Conference, *Bildiri Özetleri Kitabı*, 13-18 Temmuz, Sözlü sunum, Viyana - AVUSTURYA.
7. **Gökçe A.,** Batman O. 2016. Mesleki Eğitimde Meslek Amaçlı İngilizcenin Etkinliği: Turizm Ön Lisans Örneği. IBAD 2016-I. Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Konferansı: İnsan ve Toplum Bilimleri, *Bildiri Özetleri Kitabı*, 19-22 Mayıs, Sözlü sunum, Madrid - İSPANYA.
8. **Gökçe, A.** 2016. 'İş Çevresinin (Sektör) Analizi: Turizmden Örneklerle Destinasyon Rekabeti. Uluslararası Avrasya Spor, Eğitim ve Toplum Kongresi, 13-16 Ekim, Sözlü sunum, Antalya.

- **<u>Ulusal Hakemli Dergilerde Yayınlanan Makaleler (ULAKBİM-TR Dizin)</u>**

1. **Gökçe A.,** Batman O. 2015. Turizm Ön Lisans Programlarında Meslek Amaçlı İngilizce (EOP) Öğretiminin Öğrenci Görüşlerine Dayalı İhtiyaç Değerlendirmesi. *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 17(2), 174-209. ISSN: 2148-9874, DOI: 10.4026/1303-2860.2015.0281.x (Yayın No: 2555663).
2. Celep M., Kavlak H. T., **Gökçe A.,** Altunöz Ö. 2020. Kültür Turisti Tipolojilerinin Belirlenmesi: Anadolu Medeniyetleri Müzesi Örneği.

Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 8(2), 958-970. ISSN: 2147-8775.

- **Ulusal Bilimsel Toplantılarda Sunulan ve Bildiri Kitabında (Proceedings) Basılan Bildiriler**

1. Çelik D., **Gökçe A.,** Koca V., Cengiz G. 2012. Kırsal Turizmde Marka Kimliği: Yörük Köyü Örneği. *2. Ulusal Kırsal Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı,* 20-22 Eylül, 59-79, Aksaray.
2. **Gökçe, A.,** Batman, O. 2018. Taksonomik Sınıflandırmaya Dayalı Turizm Değerlendirmesine Yönelik Bir Yöntem Araştırması. 19. Ulusal Turizm Kongresi Doktora Kolokyumu, Doktora Tezi Yöntem Değerlendirmesi Sunumu, 17-21 Ekim, Afyonkarahisar.

- **Kitaplar ve Kitap Bölümleri**

1. Batman, O. **Gökçe, A.** 2012. Tüm Yönleriyle Etkinlik Yönetimi ve Başarısı. *Prof. Dr. Sabahattin Zaim'e Armağan Seçme Yazılar, (*Editörler: Salih Şimşek, Adem Uğur, Temel Gürdal, Nurullah Altun, İrfan Haşlak, Fatih Yardımcıoğlu), ss. 47-60. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Yayınları, (Yayın no: 84). ISBN: 978-605-4735-00-6
2. **Gökçe, A.** 2017. Mutfak Sanatları ve Gastronomiye Genel Bakış. *Gastronomi ve Mutfak Sanatlarına Giriş Genel Kavramlar, Konular Ve Açıklamalar*, Editör: Prof. Dr. Mehmet Sarıışık, ss. 12-40. İstanbul: Adra Yayıncılık. ISBN: 978-605-65701-7-9.
3. **Gökçe, A.** 2020. Madde: Ekmekçizade Ahmed Paşa Kervansarayı. *Türkiye Turizm Ansiklopedisi Kavramlar, Kurumlar ve Kuruluşlar, Olaylar ve Kişiler* (Basım aşamasında).
4. **Gökçe, A.** 2020. Madde: Aydoğan Turizm. *Türkiye Turizm Ansiklopedisi Kavramlar, Kurumlar ve Kuruluşlar, Olaylar ve Kişiler* (Basım aşamasında).
5. **Gökçe, A.** 2020. Madde: Özgül Bafra Turizm. *Türkiye Turizm Ansiklopedisi Kavramlar, Kurumlar ve Kuruluşlar, Olaylar ve Kişiler* (Basım aşamasında).