



Volume 7, Issue 6, June 2020, p. 196-206

İstanbul / Türkiye

Article Information

Article Type: Research Article

This article was checked by iThenticate.

Article History:

Received

11/05/2020

**Received in
revised form**

11/05/2020

Available online

15/06/2020

LITERARY ANALYSIS OF TOURISM PROMOTION BROCHURES

TURİZM TANITIM BROŞÜRLERİNİN EDEBİ AÇIDAN ANALİZİ¹

²Umut BALCI

³Kasım ACAR

Abstract

Tourism is seen as one of today's popular areas in both education and business. Thus, tourism has closely related ties with education as well as politics, culture, and economy in a country. By looking at the dimension of education in the context of tourism, it is observed that it interacts with many disciplines such as foreign language education, literature, folk science and psychology. Therefore, this study specifically focuses on the interaction between tourism and literature. Then, the interaction between tourism and literature is explained by giving the examples of the poets and writers' selected works from each city in Turkey and across the world. The specific attention is given on the works of poets and writers who are identified with their cities. In addition, the contribution of the poets or writers' museum houses and literary museums was emphasized as being the interaction between tourism and literature. In this study, the brochures and web pages published by City Directorates of Culture and Tourism have been examined in terms of the literary elements. The study shows that the names and biographies of the poets and writers are not included in the brochures of the related cities. Hence, the importance and usefulness of adding literary information was emphasized as they carry a touristic value in the promotional brochures. This study also prepared a map of the literacy for each city, which reflects the richness of Turkey. Some possible literacy routes for tourism are also suggested.

Keywords: Tourism, Culture, Literature, City, Museum, Brochure

Özet

Turizm hem eğitim hem de iş alanı olarak günümüzün popüler alanlarından biridir. Önemli bir sektör olarak eğitim boyutuyla da öne çıkan turizm; siyaset, kültür, ekonomi gibi pek çok alanla yakından ilişkilidir. Eğitim açısından değerlendirildiğinde ise yabancı dil eğitimi, edebiyat, halk bilim, psikoloji gibi pek çok bilim dalıyla etkileşim halinde olduğu görülmektedir. Bu çalışmada ağırlıklı olarak turizm-edebiyat

¹ Bu makale Prof. Dr. Umut Balci danışmanlığında Kasım Acar tarafından hazırlanan yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

² Prof. Dr. Batman Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Turizm Rehberliği Bölümü, balci_u@yahoo.de, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8196-4351>

³ Batman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Öğrencisi. kasimajar@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6593-7553>

etkileşimi üzerinde durulmuştur. Turizm ve edebiyatın birbirine etkisi, örneklerle anlatılmış; her ilin ön plana çıkan şair ve yazarlarının listesi hazırlanmıştır. Dünyada ve Türkiye’de kentleriyle özdeşleşen şair ve yazarlara örnekler verilmiştir. Aynı doğrultuda edebiyat turizminin önemi vurgulanmış; yazar müze evleri, edebiyat müzeleri ve edebiyat müze kütüphanelerinin turizme katkısı üzerinde durulmuştur. Bu çalışmada İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri’nin yayınladıkları tanıtım broşürleri ve web sayfaları, edebi unsurlar bakımından incelenmiştir. Çoğu illerin tanıtım broşürlerinde, ilgili ilin yetiştirdiği şair ve yazarların isimlerine veya biyografilerine yer verilmediği gözlemlenmiştir. Bundan hareketle tanıtım broşürlerine turistik değer taşımalarından ötürü edebi içeriklerin ilave edilmesinin önemi ve yararı vurgulanmıştır. Bu çalışmada Türkiye’nin iller bazında bir edebi zenginlik haritası çıkarılmış ve bu doğrultuda muhtemel edebiyat turizmi rotaları hazırlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Kültür, Edebiyat, Kent, Müze, Broşür

GİRİŞ

Turizm, ülkelerin ekonomisine ciddi katkılar sunan önemli sektörlerden biridir. Bundan dolayı turizmin ülke çapında canlanması, sahip olduğumuz turistik değerlerin işlenmesi, böylelikle ülkeye daha fazla turist çekip ekonomik canlanma ortaya çıkması için sektör uzmanları ve çalışanları, çeşitli arayışlara girmektedirler. Ülke turizmini canlandırmanın en hızlı, kolay ve önemli yolu ise tanıtımdır. Görsel, işitsel veya basılı medyanın kullanılması aracılığıyla yapılan reklam çalışmaları, ilgili bölgelerin turizmine katkı sağlamaktadır. Bu bilgilerden hareketle çalışmamızda, ilgili mekânların tanıtılmasında, böylece turistik hareketliliğin arttırılmasında önemli bir rol oynayan turizm tanıtım broşürleri, edebiyat bağlamında ele alınmıştır.

Turizm/Edebi Eser, Turizm/Yazar, Turizm Tanıtım Broşürleri gibi anahtar sözcükler aracılığıyla yapılan detaylı akademik çalışma taraması sonucunda, yukarıdaki anahtar sözcüklerle ilgili birkaç akademik çalışma tespit edilmiştir. Örneğin Gökpınar (2001), broşürün grafik ürünler arasındaki yerine değinmiş ve turizm broşürünün karşılaştığı grafik sorunları ele alarak broşürün tanımını, hazırlık aşamalarını, ilkelerini ve işlevini açıklamıştır. Şentürk (2014) turizm broşürlerinin farklı dillere tercüme edilmesinde uygun iletişimin sağlanması gerektiğini belirterek Türkçeden İngilizceye tercüme edilen turizm metinlerindeki kültürel öğelerin, anlam bilimsel zorluklarını ortaya koymuş ve bu doğrultuda turizm söylemlerinin özelliklerini belirlemiştir. Demirel (2015) turizmin kültürel kaynaklara duyduğu ihtiyacı vurgulayarak edebiyat turizminin ülkelere ekonomik girdi, kalkınma aracı ve istihdam sağladığını ifade etmiştir. Turizm ve Edebiyat başlıklı makalesinde Özdemir (2009), değişen yaşam koşullarının etkisiyle yeni anlamlar ve işlevler kazanan kültür biliminin edebiyat ile çok yönlü bir ilişkisinin olduğunu ifade etmiştir. Özünel (2011), makalesinde turizm ve edebiyat arasındaki ilişkiyi dolaylı olarak ele almış, daha çok kültür turizmine odaklanmıştır. Çimen (2013), Turizm ve Edebiyat Etkileşimi Üzerine adlı makalesinde edebiyat ile turizm arasındaki etkileşimi incelemiş, edebiyatın gelişmesinde turizmin, turizmin gelişmesinde ise edebiyatın etkilerini araştırmıştır. Son olarak da Çevik (2017), makalesinde edebiyat turizmini tanımlamış, yazarların doğdukları, hayatlarını geçirdikleri ve eserlerini yazdıkları yerleri, edebiyat turistleri açısından değerlendirmiştir. Bu açıklamalar ışığında, turizm ve edebiyat kavramları arasında sıkı bir ilişki olmasına rağmen, bu konuda oldukça az bilimsel çalışma yapıldığı gözlemlenmiştir. Tespit edilip analiz edilen çalışmaların büyük kısmının son 10 yıl içinde kaleme alınmış olması ise bu alanın Türkiye’de yeni keşfedildiğini, bu alanla ilgili ilerleyen yıllarda çok daha fazla ve derinlemesine çalışmaların yapılabileceğini göstermektedir.

Turizm, Kültür ve Edebiyat

Turizm, birçok bilim dalıyla yakın ilişki içinde ilerleyen bir alandır. Dolayısıyla turizm; edebiyattan sosyolojiye, halk bilimden psikolojiye kadar pek çok bilim dalının çalışma alanına giren konuları işlediğinden dolayı disiplinler arası çalışmaların ağırlık kazandığı bir alan olarak kabul edilmektedir (Elixhauser, 2006:11; Hartun vd, 1999:14; Braun, 1993:200). Bu bağlamda alternatif turizm kavramının da disiplinler arası

çalışmalardan beslenip geliştiği ifade edilebilir. Bulut'a göre (2006:13) alternatif turizm; güneş, deniz ve kumsalı önceleyen kitle turizmini yeterli görmeyen turizm türüdür. Bu durumda alternatif turizm ile ilgili olarak iki temel yaklaşım söz konusudur. Birincisi alternatif turizmi diğer turizm türlerinin tamamlayıcısı olarak görürken; ikincisi ise özel ilgi alanları sonucu ortaya çıkan bir turizm türü olarak görmektedir (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2011:9). İkinci yaklaşım kültür turizmi ile bağlantılıdır. Çünkü insanların seyahat etme nedenlerinden biri de farklı kültürlerle duydukları meraktır. Dolayısıyla kültür, turizmin gelişmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Tarihi ve kültürel zenginlikleri görme ve medeniyetler arasında karşılaştırma yapma arzusu, turizme yön vermektedir (Akat, 2000:15).

Birçok turist, çoğunlukla başka kültürleri tanımak için seyahat etmektedir. Bunun adı da kültür turizmidir. Avcıkurt'a göre (2003:10) kültürel turizm; insanların kültürel açıdan zengin yöreleri görmesi, kaybolan yaşayış tarzlarını öğrenmesi ve kültürel değerleri bir anı olarak koruma arzusuyla düzenlediği seyahatlerdir. Öztürk ve Yazıcıoğlu (2002:7) kültür turizminin gelişmesine etki eden faktörleri; ekolojik denge konusunda yapılan tartışmalar, doğal güzellikler ve kaynaklardan yoksun olma ve bireylerin tarihi değerler hakkında bilinçlenmesi başlıkları altında toplamışlardır. Pala (2001:7) ise kültür turizmini başka ülkelere seyahat, inanç turizmi, sanat turizmi, eğitim turizmi ve tarih turizmi olarak çeşitlendirmiştir. Dolayısıyla kültür turizminin belli bölgelerde yaygınlaşmasının temel sebebi o bölgelerin kültürel mirasıyla doğrudan ilişkilidir. Kültürel miras, somut ve somut olmayan olarak iki ayrı kategoride ele alınmaktadır (Oğuz, 2009; Kolaç, 2009; Türker ve Çelik, 2012). Somut kültürel miras; yapıları, tarihi mekânları ve anıtları içine alan ve gelecek nesle aktarılmak üzere korunması gereken eserlerdir. Somut olmayan kültürel miras (SOKÜM) ise gelenekler, dil, inanışlar, müzik, gösteriler, hikâyeler ve şiirler gibi bir toplumu var eden değerlerdir (Pekin, 2011; Oğuz, 2009). Sözlü gelenek ve anlatımlar, dil; gösteri sanatları; ritüeller, şölenler, festivaller ve el sanatları, somut olmayan kültürel miras kapsamına girmektedir. Türkiye'de SOKÜM listesine alınan kültürel miras ürünleri şunlardır (Oğuz, 2017:18vd.):

- Alevi-Bektaşî Ritüeli Semah,
- Âşıklık Geleneği,
- Çini Sanatı,
- Ebru Sanatı,
- Geleneksel Sohbet Toplantıları,
- İnce Ekmek Yapımı ve Paylaşımı Geleneği,
- Karagöz,
- Kırkpınar Yağlı Güreş Festivali,
- Meddahlık Geleneği,
- Mesir Macunu Festivali,
- Mevlevî Sema Törenleri,
- Nevruz Kutlamaları,
- Tören Keşkeği Geleneği,
- Türk Kahvesi ve Geleneği.

Bunlardan sadece Âşıklık Geleneği araştırma konumuz olan edebî unsurlar (Balcı, 2017: 176) ile ilgilidir. Oysaki turizm ve edebiyat kavramlarıyla doğrudan bağlantılı olabilecek turistik değerler envanteri daha geniş bir yelpazede ele alınabilmektedir. Örneğin turizm ile edebiyatın aynı kültürel ekolojide yer aldığını dile getiren Özdemir, bu farklı disiplinlerden oluşan dinamik için aşağıdaki ifadeleri dile getirmektedir:

Seyahat eden de yazan da temelde aynı kaynaktan beslenir. Farklılık ve özgünlük, turizmin de edebiyatın da temel hedefi olduğundan, ulusal ve yöresel hazinelerin ve belleklerin peşinden koşulması doğaldır. Edebî eserler, turistlerin beklentilerini, daha genel bir deyişle turizm tüketimini, talebini ve dolayısıyla arzını şekillendirmektedir. Bireyin seyahat edeceği yerin belirlenmesinde bazen farklı zamanlarda okunmuş olduğu bir edebî eser etkili olabilir (Özdemir, 2009: 39).

Özdemir'den (2009) yapılan bu alıntıda, edebiyat ve turizmin aynı kaynaktan beslendiği, iki alanın da özgünlük peşinde olduğu, kültürel değerleri malzeme olarak işlediği anlatılmaktadır. Bundan dolayı edebi eserler turistleri yönlendiren, yani turizm tüketimini arttıran unsurlar olarak görülmektedir. Kısacası turizm; edebi eserlerin ortaya çıkmasına, edebiyat da turizmin canlanmasına katkı sunmaktadır (Çimen, 2013:85). Dolayısıyla edebiyat ile turizm arasındaki etkileşim, edebi eserlerin birey ve toplum üzerindeki doğrudan veya dolaylı etkileri kapsamında değerlendirilebileceği gibi turizmin edebiyatı çeşitlendirerek geliştirdiği varsayımına dayalı olarak da (Özdemir, 2009:33) ele alınabilmektedir. Edebi eserlerin yanı sıra edebi etkinlikler de başlı başına turizm hareketine neden olabilmektedir. Yazarların imza günlerinde, farklı kentlerden okuyucular kitap fuarlarına akın edebilmektedir. Ustalara Saygı etkinliklerinde olduğu gibi birçok ünlü yazar ölüm ya da doğum günlerinde anılmakta, onların edebi kişiliklerinden ve eserlerinden bahsedilmektedir. Buna benzer birçok edebi olay turistik harekete neden olmaktadır (Çimen, 2013:83). Aynı şekilde yazar evlerinin müzelerle dönüştürülmesi (Adıgüzel, 2017) de kültür turizmine bir hareketlilik getirmektedir. Örneğin Diyarbakır'da Cahit Sıtkı Tarancı Müze, Ziya Gökalp, Ahmet Arif ve Esmâ Ocak Müze Evleri şehre gelen turistlerin sayısını arttırmaktadır.

Turizm-Edebiyat Etkileşimi

Turizm endüstrisinin büyüyen ve önemli bir sektörü konumunda olan edebiyat turizmi, edebi bir eserin popüleritesi ya da bir yazarın prestiji nedeniyle yazarın eserlerine konu ettiği ya da kendisinin ilişkilendirildiği destinasyonlara ve mekânlara yapılan ziyaretlerle ortaya çıkan bir turizm türüdür (Busby, Klug, 2001:319). Edebiyat turizminin hangi turizm türü içinde değerlendirilmesi gerektiğine dair farklı görüşler bulunmaktadır. Bazı çalışmalarda edebiyat turizminin miras turizmi kapsamında ele alındığı görülmüştür (Squire, 1996:113; Herbert, 2001:316; Smith, 2003:87). Bazı araştırmacılar ise edebiyat turizmini kültür turizminin bir türü olarak ele almaktadırlar. Aslında her iki kavram, yani hem miras turizmi hem de kültür turizmi içerik açısından birbirine çok yakın iki kavramdır. Miras turizminin mekâna dayalı bir turizm çeşidi olduğu varsayımından hareket edersek edebiyat turizminde de mekân (edebiyat müzeleri, şair ve yazarların doğum yerleri vs.) önemli bir olgudur (Aliağaoğlu, Narlı, 2012:4).

Kültür turizminin önemli mekânlarından biri olan kentler, geçmişte sahip oldukları hanlar, kiraathaneler, sahaflar, kulüpler ve otel lobileri vasıtasıyla şair ve yazarlara çeşitli imkânlar sunarak edebiyatın gelişmesine ortam hazırlamışlardır. Her kentin bir entelektüel ortamı, edebi muhiti vardır. Bunlar edebiyatçının içinde yetiştiği, izini süreceği ustaların şiirlerini ve sohbetlerini dinlediği, kendi şiirlerini okuduğu ve icabında eleştiriler alarak yetiştiği ortamlardır. Şairin içinden geldiği edebi muhit, ona ortak dil, tecrübe ve üslup kazandıran bir okuldur (Kemikli, 2010:29). Kentlerin sahip oldukları bu kültürel değerler, geçmişte pek çok kişiyi kendine çekmiştir. Bu yolculuklar, yani turistik ziyaretler olarak değerlendirebileceğimiz geziler aracılığıyla İslam Dünyası'nda birçok ilim adamı, şair ve resmi görevli, gezip gördükleri yerler hakkında gezi, seyahat, yolculuk adıyla Arapça eserler yazmışlardır. Bu eserler turizmin edebiyata ilk etkileri ya da yansıması olarak kabul görmektedir.

Turistik olarak kabul edilen gezilerin seyahatname, gezi notları şeklinde edebi türlerin ortaya çıkmasını sağlaması edebiyat açısından önemlidir. Bahsedilen seyahatnameler başlarda yakın mesafelerde yapılırken, Özdemir'e göre (2009:40) özellikle ulaşım ve iletişim alanlarındaki gelişmelerle uzak diyarlar da gezginlerin düşlerini süslemeye başlamıştır. Bu bilgiler bağlamında Çimen (2013:84), turizmin edebiyata katkısını dört maddede sıralamaktadır:

- Yazarların turistik gezileri, yazdıkları eserlere ilham kaynağı olmaktadır.
- Sözlü edebiyatı ve efsaneleri başka kültürlerle taşıyanlar turistlerdir.
- Turizm hareketi sırasında edebi eser okuma oranı artmaktadır.
- Turizm hareketi, destinasyon/mekan ile ilgili okuma ilgisini artırmaktadır.

Kısaca aktarmak gerekirse ile edebiyat arasındaki etkileşim iki yönlüdür. Turizm seyahatname, gezi notları gibi edebi türlerin ortaya çıkmasını sağlamış; edebiyat da

roman, öykü vb. türlerle turizmin pek çok yerde canlanmasını ve değer kazanmasını sağlamıştır.

Kent Tanıtım Broşürleri

Broşür; bir olayı, bir ürünü ya da hizmeti tanımlayarak onun satışına yardımcı olan, etkili, görsel tasarım ürünlerden biridir. Broşür; tasarımıyla dikkat çekmeyi amaçlayan, marka, ürün, hizmet tanıtımı yapmak için kullanılan basılı materyaldir. Bir broşürün kullanışlı ve kalıcı olmasını sağlayan etkenler şunlardır (Şentürk, 2014:24vd):

- Her sayfa bir önceki ile ilintili olmalı ve içerik düzgün ilerlemeli,
- Tasarımda kullanılan görsel malzemeler, çarpıcı ve kaliteli olmalı,
- Anlatımlar, yalın ve gerçeğe uygun olmalı.

Ayrıca tasarımı oluşturan görsel unsurlar, kâğıt seçimi ve kâğıt katlama şekli de okuyucuyu etkileme açısından önemlidir.

Broşürün, afiş ve dergiye göre en önemli farkı, kısa zamanda tüketilmesine rağmen etkili tanıtım için en sık kullanılan grafik tasarım ürünlerinden birisi olmasıdır. Broşürde çok kısa zamanda, verilmek istenen mesajın hedef kitleye ulaşması gerekmektedir. Bu özelliği sayesinde diğer grafik tasarım ürünlerinden farklı bir yere sahiptir (Şentürk, 2014:1). Diğer tasarım ürünleri için geçerli olan tüm görsel değerler, broşür tasarımı için de geçerlidir; ancak broşür tasarımının diğer tasarım ürünleri içinde kendine özgü tasarım ilkeleri söz konusudur. Çünkü broşürün birinci işlevi, hedef kitlenin özellikleri doğrultusunda sağlıklı bir iletişim sağlamaktır. Tasarımı oluşturan tüm grafik öğeler, sıkıcı olmayan, dengeli ve tutarlı bir uygulama ile iletiyi alıcıya doğrudan sunabilmelidir (Güney, 2013:96vd). Broşür tasarımında format oldukça önemlidir. Broşürün okunaklılığı azami ölçüde sağlanmalı, hedef kitle iyi belirlenmeli, sayfa sayısında ölçülü olmalı ve kurumsal renk özenle seçilmelidir. Broşürde okunaklılık ve seçilen renk hedef kitle için oldukça önemlidir. Broşür görünüş ve içerik olarak bir düşünceyi değiştirebilmeli ve mesajı satabilme özelliğine sahip olmalıdır. Broşürde kapak sayfası olarak kabul edilen ilk sayfa herhangi bir bilgi içermekten ziyade, okuyucunun dikkatini çekerek iç sayfalara yönlendirmelidir. Bu yüzden slogan, vermek istediğimiz mesajda etkin rol oynar. Dolayısıyla etkili bir broşür, hizmet ve ürünün tanıtımı için önemli bir basılı materyal konumundadır (Şentürk, 2014:7).

Yukarıda dile getirilen bilgiler kentlerin turistler tarafından ziyaret edilmesinde tanıtım broşürlerinin ne kadar etkili ve işlevsel olduğunu kanıtlamaktadır. Bu yüzden kentlerle ilgili turistik tanıtım broşürü hazırlanırken ilgili kentin sahip olduğu ve turistik değer taşıyan her türlü miras etkileyici bir şekilde broşüre monte edilmelidir.

ÇALIŞMANIN AMAÇ, ÖNEM VE YÖNTEMİ

Amaç

Son yıllarda kültür faktörü, kişilerin önemli bir seyahat etme nedeni olmaktadır. Turistler; dinlenme, sağlık, spor, din gibi etkenlerin yanında, o şehrin edebi mirasını da tanımayı, yerinde görmeyi arzulamaktadırlar. Bundan dolayı kentlerin tanıtımı için hazırlanan broşürler büyük önem arz etmektedir. Bu önemden hareketle çalışmada iller bazında hazırlanan turizm tanıtım broşürlerinin edebiyat bağlamında analizi yapılmıştır.

Bu çalışmanın temel amacı; İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri'nin broşürlerinde ve web sayfalarında edebi unsurlara yer verilip verilmediğini tespit etmektir. Araştırmanın diğer amaçları ise şunlardır:

- İller bazında kent/yazar/eser üçgeninde tarama yapıp kentlerle özdeşleşen yazar veya edebi eserleri tespit etmek.
- Türkiye'nin iller bazında turistik değer taşıyan genel bir kent/yazar/eser haritasını ortaya çıkarmak.
- Turizm tanıtım broşürlerinde yer alan edebiyat eksenli olası eksikliklerin giderilmesi için ilgili kurumlara önerilerde bulunmak.

Önem

Turizm Tanıtım Broşürlerinin iller bazında yapılacak edebiyat eksenli analizi sonucunda elde edilecek verilerin önemi, şu altı maddede sıralanabilir:

1. Turizm tanıtım broşürlerinin iller bazında analizi sonucunda turizm potansiyeli ile yakından ilgili kültürel mirasın ortaya çıkarılması sağlanacaktır.
2. Turizm tanıtım broşürlerinin iller bazında analizi sonucunda envanter listesine eklenecek yeni kültürel değerler (kent/yazar/eser eşleşmeleri) bir yandan kültürel mirasın sürdürülebilirliğine katkı sağlarken diğer yandan turizm pazarı için yeni seçenekler sunacaktır.
3. Her ile ait turizm tanıtım broşürünün taranması, o ilin edebi zenginliğini oluşturan yazar ve eserler listesinin oluşturulmasını sağlayacak, böylelikle ilgili kentin kültür turizmine katkıda bulunulacaktır.
4. Türkiye'nin turistik değer taşıyan edebiyat haritasının çıkarılması turizmin hem kültürel boyutuna hem de destinasyon boyutuna katkı sunacaktır.
5. Bu araştırma ile kentlerin, dolayısıyla ülkenin tanıtımına yönelik yeni stratejilerin geliştirilmesine duyulan ihtiyaç ortaya konulacaktır.
6. Bu araştırmanın, edebiyat turizmi bağlamında başka çalışmaları da teşvik etmesi umulmaktadır.

YÖNTEM

Yazar, eser, müze ev, müze kütüphane gibi edebi unsurların turizm tanıtım broşürleri bağlamında analizi üzerine odaklanan çalışmada sosyal bilimlerde sıkça kullanılan nitel araştırma yöntemi kullanılacaktır. Çalışmada çoğunlukla İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerinin yayınladıkları turizm tanıtım broşürleri, bazılarının da web sayfaları, tarama yoluyla analiz edilmiştir. Çalışmamızın verilerini evrenin tümünden, yani Türkiye'nin seksen bir (81) ili için ayrı ayrı hazırlanan turizm tanıtım broşürleri veya ilgili illerin İl Kültür Turizm Müdürlükleri'nin web sayfaları oluşturduğu için ayrıca bir örneklem yoluna gidilmemiştir. Yalnızca çalışmanın yürütüldüğü zaman diliminde Ardahan ve Tunceli, İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri'nin internet siteleri yapım aşamasında olduğundan dolayı ilgili iki il, çalışmanın kapsamı dışında kalmıştır.

Çalışmada nitel araştırmanın desenlerinden biri olan durum çalışması yapılmıştır. Durum çalışmalarında araştırılan konuya yönelik etkenler bütüncül bir yaklaşımla araştırılır, ilgili durumu nasıl etkiledikleri veya ondan nasıl etkilendikleri üzerine odaklanılır (Bal, 2016: 130; Yıldırım, Şimşek, 2013: 83). Dolayısıyla durum çalışmasında bir veya birkaç durum kendi ortamında analiz edilir, veri toplamada genellikle doküman analizi ve/veya tarama yöntemi kullanılır, toplanan veriler ise betimsel veya içerik analizi yoluyla irdelenir. Araştırmada yukarıda anlatılan desene uygun bir durum çalışması yürütülmüş, irdelenen dokümanlar oldukları gibi üzerlerinde herhangi bir değişiklik yapmadan ele alınmış, devamında da bu desene uygun analiz yapılmıştır.

Çalışmamızda veri toplama aracı olarak tarama ve doküman inceleme modellerinin ikisinden faydalanılmıştır. Verilerin analizi içinse betimsel ve içerik analizi yöntemleri kullanılmıştır.

UYGULAMA BÖLÜMÜ

Broşürlerin Kapak Fotoğrafları

Bir broşürü dikkat çekici hale getiren; etkili, görsel bir tasarım ürünü kılan yanı öncelikle kapağıdır. Bir broşürün turistler üzerinde etkili olabilmesi için en başta çekici bir kapağa sahip olması gerekir. Yine turistlere verilmek istenen mesaj, kapak vasıtası ile en kısa sürede ulaşır. Bundan hareketle illerin tanıtım broşürlerinin, kapakları

yönünden de incelenmesi bir gereklilik olmuştur. Kapaklar üzerinde yapılan incelemede Adıyaman, Ağrı, Aksaray, Amasya, Batman, Çanakkale, Denizli, İzmir ve Rize'nin broşür kapakları, görsel anlamda etkileyici bulunmuş ve o ilin turizm potansiyelini başarılı bir şekilde yansıttığı görülmüştür. Çoğu ilin broşür kapaklarının ise çekicilikten uzak olduğu ve ilgili şehrin turistik değerlerini tanıtmada başarılı olmadığı gözlemlenmiştir.

Broşürlerin Fiziki Özellikleri

Araştırmanın konusu ile ilgili olarak 81 ilden 53'ünün tanıtım broşürü; 26 ilin ise web sayfası incelenmiştir. 53 ilin broşürü, fiziki açıdan incelenirken; sayfa sayısı, sayfa ebadı, sayfa düzeni, yazı puntosu ve dil özellikleri göz önünde bulundurulup içindekiler ve turizm haritası olup olmadığına bakılmıştır.

İncelenen broşürlerin çok farklı boyutlarda olduğu gözlemlenmiştir. Temin edilen 53 broşür, kitapçık veya kitaptan 9'unda, il adına ek olarak Gezi Rehberi; 5'inde Turizm Rehberi; 2'sinde Kent Rehberi; 1'inde Kültür ve Turizm Rehberi; 1'inde İl Rehberi ve son 1'inde de Kültürün Kenti başlığı kullanılmıştır. Yayınların 22'sinin basım tarihi bulunmamaktadır. 14'ü 2014-2018 yıllarında, 13'ü ise 2000-2013 yılları arasında basılmıştır. Yayınların 13'ü 14-50 sayfa; 25'i 51-100 sayfa; 12'si 101-200 sayfa aralığında olup 2'si ise 200 sayfadan fazladır. Yayınların 37'sinin 10x19 – 13x22 cm ebatlarında olduğu; 16'sının yazı puntosunun küçük olduğu; 20'sinin sayfa düzenine sahip olmadığı; 19'unun turizm haritası içerdiği, 20'sinin içindekiler kısmına yer verdiği ve 8'inin ise Türkçe'nin yanı sıra İngilizce olarak da yayınlandığı görülmektedir.

İçerdikleri Edebi Unsurlar

Araştırmada 79 ilden 53'ünün basılmış tanıtım broşürü, kitapçık veya kitapları incelenmiştir; 26 ilin yayınlarına ulaşamadığından, il kültür turizm müdürlüklerinin web sayfalarındaki tanıtım broşürü, gezi rehberi veya başka başlıklar altında verilen bilgilere başvurulmuştur. Broşürleri temin edilemeyen ve kültür turizm müdürlüklerinin web sayfaları yapım aşamasında olan Ardahan ve Tunceli illeri, araştırmanın kapsamı dışında kalmıştır.

İllerin tanıtım broşürleri ve web sayfalarında yer alan edebi unsurların analizinde aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

- Şair ve yazarların isimlerine yer verilmiş midir?
- Şair ve yazarların biyografisi bulunmakta mıdır?
- Broşürlerde ve web sayfalarında yer verilen yazarlar hangi döneme aittir?
- Şair ve yazarların Türk edebiyatına katkılarından bahsedilmiş midir?
- Broşürler/kitapçıklarda ve web sayfalarında edebiyat unsurlarına hangi başlıklar altında yer verilmiştir? Bunlar yeterli midir?
- İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri'nin web sayfalarında, edebiyat unsurlarına ilişkin bilgilere kolayca erişilebiliyor mu?
- Yazar müze evleri, edebiyat müzeleri ve edebiyat müze kütüphanelerinden bahsedilmiş midir?

İncelenen broşürlerin bazılarında edebiyata ilişkin müstakil sayfa açılmış; bazılarında ise başlık açılmaksızın kısa bilgilere yer verilmiştir. Turizm tanıtım broşürlerinde ve kitapçıklarında şair ve yazarlar hakkında verilen bilgiler genellikle aşağıdaki başlıklardan bir veya ikisi altında verilmektedir:

- Edebiyat,
- Kültür ve sanat,
- Kültürel zenginlik,
- Halk kültürü,
- İnanç turizmi,
- Manevi değerler

20 ilin broşüründe ise ayırt edici bir başlık olmamakla birlikte edebiyata ilişkin doğrudan veya dolaylı, az veya çok bilgi bulunmaktadır. Bu broşürlerin çoğunda, o

illerdeki türbelerde metfun olan ilim adamı, mutasavvıf ve devlet adamlarının biyografilerine, dolayısıyla edebiyata ilişkin bilgilere rastlanmıştır. Aşağıda tanıtım broşürleri ve web sayfaları, edebî unsurlara yer verip vermemelerine veya ne derece yer verdiklerine göre üç kategoride tablolar halinde tasnif edilebilir. Bunlar:

Broşür ve kitapçıklarda edebî unsurlara detaylı yer veren iller: Aksaray, Diyarbakır, Edirne, Elazığ, Eskişehir, Kars, Kütahya, Osmaniye, Şırnak ve Yozgat.

Broşür ve kitapçıklarda edebî unsurlara kısmen yer veren iller: Ağrı, Bitlis, Bursa, Çanakkale, Erzurum, Gaziantep, Kırıkkale, Konya ve Siirt.

Broşür ve kitapçıklarda edebî unsurlara hiç yer vermeyen iller: Afyonkarahisar, Adana, Adıyaman, İstanbul, Amasya, Ankara, Antalya, Aydın, Bartın, Batman, Bilecik, Bingöl, Burdur, Denizli, Hatay, İzmir, Isparta, Kahramanmaraş, Karabük, Karaman, Kayseri, Kırklareli, Malatya, Manisa, Mardin, Mersin, Ordu, Rize, Sakarya, Sinop, Sivas, Tekirdağ, Tokat ve Trabzon.

Bartın, Bilecik, Kahramanmaraş, Karabük, Kayseri, Sakarya illerinin broşürlerinde edebiyata ilişkin bilgi olmamakla birlikte web sayfalarındaki edebî unsurlardan yararlanılmıştır.

İllerin broşürlerinde ve web sayfalarında edebiyatı konu alan başlıklar:

- Bartın: Kültürel Detaylar / Bartın'ın Yetiştirdiği Ünlüler
- Bayburt: Kimler Ünlü
- Çanakkale: Kültürel Detaylar / Tekke Edebiyatı, Halk Şairleri
- Diyarbakır: Diyarbakır'ın Kültürel Zenginliği / Edebiyat-Müzik, Diyarbakır'a Değer Katan İsimler
- Edirne: Edirne'nin Kültürel Zenginliği / Edebiyat-Müzik
- Erzincan: Kültürel Detaylar / Halk Edebiyatı
- Eskişehir: Eskişehir'in Manevi Değerleri
- Gaziantep: İnanç Turizmi
- Giresun: Kültür / Kültürel Miras / Halk Kültürü / Giresun ve Edebiyat, İz Bırakanlar
- Hakkâri: Âlim ve Şairler / Hakkâri'de Yetişen Âlimler, Hakkâri Uleması
- Kars: Edebiyat
- Kayseri: Kayseri'de Kültür ve Gelenek, Kayseri'ye Değer Katan İsimler
- Kırıkkale: Kırıkkale Halk Kültürü
- Kırşehir: Somut Olmayan Kültürel Miras / Edebiyat
- Kilis: Kimler Ünlü / Kilisli Ünlüler
- Muş: Kültürel Detaylar / Edebiyat
- Siirt: İnanç Turizmi
- Şanlıurfa: Urfalı Ünlülerden Seçkiler
- Yozgat: Yozgat'ın Kültürel Zenginliği / Edebiyat-Müzik

Yukarıya sıraladığımız başlıklar illerin broşürlerinde ve web sayfalarında edebî unsurların farklı başlıklar altında sunulduğunu göstermektedir. Yukarıdaki illerden altısında edebî unsurlara 'ünlüler', 'değer katan isimler' ve 'iz bırakanlar' başlıkları/logoları altında yer verilmiştir. Dört ilde, ilin yetiştirdiği şair ve yazarlara 'kültürel detaylar/edebiyat' başlığı altında yer verilmiştir. Üç ilde 'edebiyat'; 'kültürel zenginlik'in bir alt başlığı olarak yer almıştır. 'Edebiyat'; üç ilde ise 'inanç turizmi' ve 'manevi değerler' başlıkları/logoları altında yer almıştır. Web sayfaları üzerinde yapılan incelemede çoğunda edebî unsurlara ilişkin bilgilere kolayca erişilemediği görülmektedir.

79'ilin 53 broşürü; 26 ilin ise web sayfası incelenmiştir. İnceleme sonucunda;

- 10 ilin broşüründe, soyut kültürel mirasın ürünü olan edebiyata ilişkin yeterli bilgi verildiği;
- 9 ilin broşüründe, edebiyata ilişkin kısmen bilgi verildiği;
- 34 ilin broşüründe ise edebî unsurlara hiç yer verilmediği tespit edilmiştir.
- 7 ilin web sayfasında, edebiyata ilişkin yeterli bilgi bulunduğu,
- 7 ilin web sayfasında, edebiyata ilişkin kısmen bilgi bulunduğu,

- 13 ilin web sayfasında ise edebi unsurlar hakkında hiç bilgi bulunmadığı tespit edilmiştir.

Tablolardan da anlaşıldığı üzere 47 ilin ne tanıtım broşüründe ne de web sayfasında edebi unsurlara yer verilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sonuç

Türkiye; tabiat güzellikleri, arkeolojik ve tarihi zenginliklerinin yanı sıra kültür turizmi açısından da büyük bir öneme sahiptir. Kültür turizmi içinde edebi miras turizminin de ayrı bir yeri vardır. Ancak edebi faaliyetler, bu turizm türü içinde hak ettiği ilgiyi görememiştir.

Bu çalışmada 81 ilin 79'unun tanıtım broşürleri ve/veya web sayfaları taranarak edebi unsurlar bakımından analiz edilmiştir. Temin edilebilen 53 ilin broşürü üzerinde yapılan incelemede bunların 10'unun yeterli oranda edebi unsurlara yer verdiği, 9'unun da kısmen yer verdiği; 34'ünün ise hiç yer vermediği görülmüştür. Edebi unsurlara kısmen yer veren broşürler, konuyu ağırlıklı olarak türbeler dolayısıyla inanç turizmi bağlamında ele almışlar, daha çok eski şair ve yazarların biyografilerine yer vermişlerdir. Diğer yandan broşürlerin çoğunun fiziki özellikler bakımından yetersiz olduğu; kapak fotoğraflarının da yeterince çekici olmadığı ve turistleri etkilemekten uzak olduğu kanaatine varılmıştır.

Broşürü temin edilemeyen 27 ilin Kültür ve Turizm Müdürlükleri'nin web sayfaları üzerinde yapılan incelemede edebi unsurlara 7'sinde detaylı; 7'sinde kısmen yer verildiği; 13'ünde ise hiç yer verilmediği görülmüştür. Edebi unsurlar hakkında detaylı veya kısmen bilgi verilen web sayfalarında konu, farklı logolar/başlıklar altında işlenmiş ve bilgilerin sunumunda bir bütünlük sağlanamamıştır.

Her ne kadar İstanbul, Ankara, İzmir, Konya gibi büyük şehirlerin tanıtım broşürlerinde ve web sayfalarında edebi unsurlara hiç ya da yeterince yer verilmemişse de yayınlamış oldukları müstakil kitaplarla şair ve yazarlarını tanıtmışlardır. Bu nedenle sadece broşürlerdeki bilgilerden hareketle o ilin kültür politikası ve edebiyata verdiği önem hakkında değerlendirme yapmak yanıltıcı olacaktır.

Öneriler

Kültür ve Turizm Müdürlükleri'nin yayınlamış oldukları tanıtım broşürlerinde ve web sayfalarında edebi unsurlara daha fazla yer vermeleri, en azından ünlü şair ve yazarları tanıtımları, söz konusu illerde turizm sektörünün gelişmesine daha fazla katkı sağlayacaktır.

Tanıtım broşürleri, özellikle Osmanlı dönemi şair ve yazarlarından bahsetmektedir. Çağdaş şair ve yazarların da illerin broşürlerinde tanıtılması hem kültürel mirasın korunmasına hem de edebiyat turizminin gelişmesine katkı sağlayacaktır.

Bazı ünlü şair ve yazarların biyografisinin birden fazla ilin broşüründe yer aldığı görülmektedir. Örneğin Yunus Emre, hem Eskişehir hem de Bilecik'in broşüründe tanıtılmaktadır. Kültür Bakanlığı, iller arasındaki bu anlaşmazlığı gidererek turistlerin doğru bilgiye kavuşmalarını sağlamalıdır.

İstanbul, Ankara, İzmir, Konya, Bursa, Adana, Diyarbakır, Eskişehir, Şanlıurfa, Kahramanmaraş ve Kayseri gibi zengin edebi mirasa sahip illerin, şair ve yazarlar sözlüğü hazırlamaları yerinde olacaktır.

Kültürel mirasın korunması ve ülke turizminin gelişmesine katkı sağlayacağı düşünüldükçe aşağıdaki şair ve yazarlar adına müze/kütüphaneler açılması yerinde olacaktır:

- Adana: Muzaffer İzgü, Demirtaş Ceyhun

- Ankara: Adalet Ağaoglu, Füsün Akatlı, İpek Ongun, Turgut Özakman
- Antalya: Kaygusuz Abdal, Onat Kutlar
- Balıkesir: Salah Birsal, Hüseyin Cahit Yalçın
- Bayburt: Kemalettin Kamu
- Bolu: Köroğlu
- Burdur: Fakir Baykurt
- Bursa: Süleyman Çelebi, Pınar Kür
- Edirne: Cevat Fehmi Başkut
- Erzincan: Cemal Süreya, Behçet Kemal Çağlar
- Gaziantep: Ahmet Ümit, Nedim Gürsel, Ülkü Tamer
- Hakkâri: Melayê Batê, Yılmaz Erdoğan
- İstanbul: Nedim, Orhan Veli Kanık, Peyami Safa, Reşat Nuri Güntekin, Halit Ziya Uşaklıgil, Halide Edip Adivar, Necip Fazıl Kısakürek
- İzmir: Attila İlhan, Alev Alatlı
- Kahramanmaraş: Nuri Pakdil, Rasim Özdenören, Âşık Mahzuni
- Kastamonu: Oğuz Atay
- Kayseri: Dadaloğlu, Mustafa Miyasoğlu
- Kilis: Muallim Rif'at Bilge, Seyfettin Başçılar
- Konya: Atilla Özkırmı, Nezihe Araz, Tarık Buğra
- Kütahya: Gülten Dayıoğlu
- Manisa: İlhan Berk
- Muğla: Ece Ayhan
- Sakarya: Sait Faik Abasıyanık
- Samsun: Vedat Türkali, Cemal Safi
- Sinop: A. Muhip Dıranas
- Sivas: Pir Sultan Abdal, Yavuz Bülent Bakiler
- Şanlıurfa: Mehmet Akif İnan
- Tekirdağ: Memduh Şevket Esendal
- Tokat: Cahit Külebi, Mustafa Necati Sepetçioğlu
- Uşak: Ömer Bedrettin Uşaklı, İskender Pala
- Van: Fakih-i Teyran
- Yozgat: Gülten Akın

Yukarıdaki kentlerde belli başlı cadde ve sokaklara şair ve yazarların isimlerinin verilmesi, kültürel mirasımızın korunmasına ve edebiyat turizminin gelişmesine katkıda bulunacaktır.

Edebiyat turizmine canlılık kazandırmak için turizme disiplinlerarası bir yaklaşımla yaklaşılmalı, edebiyatçılar ve tarihçilerden de yararlanma yoluna gidilmelidir.

Zengin bir kültürel mirasa sahip olan Türkiye'nin, turizm pazarını geliştirmek için edebiyat turizmi rotaları belirlemesi yerinde olacaktır.

KAYNAKLAR

- Adıgüzel, F. B. (2017). Edebiyat Müzeleri ve Müzede Edebiyat Eğitimi. Milli Eğitim, 214, s.85-104.
- Akat, Ö. (2000). Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği. (2.Baskı). Bursa: Ekin
- Aliagaoglu, A., Narlı, M. (2012). Edebi Miras Turizmi ve Türkiye'de Edebi Mekânlar. Bilig, Kış, S, 60, 01-18.
- Avcıkurt, C. (2003). Turizm Sosyolojisi. Ankara: Detay.
- Balcı, U. (2017). *Kursbuch zur Prüfung Öabt*. London: Ijopec Publication
- Braun, O. (1993). *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft*. Hg. von Heinz Hahn/ Hans-Jürgen Kagelmann, München. s.199-207.
- Bulut, Z. (2006). Kemaliye (Erzincan) İlçesi ve Yakın Çevresinin Alternatif Turizm Kapsamında Rekreatif Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi, Atatürk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Erzurum.
- Busby, G., Klug, J. (2001). Movie-induced Tourism: The Challenge of Measurement and Other Issues. *Journal of Vacation Marketing*, 7(4), s.316-332.

- Çevik, S. (2017). Kültürel Miras Kapsamında Edebiyat Turizmi Deneyimi: Sait Faik Abasıyanık'ın İzinde Otoetnografik Bir Çalışma. Uluslararası Turizm ve Kültürel Miras Kongresi.
- Çimen, H. (2013). Turizm ve Edebiyat Etkileşimi Üzerine. Interaction Of Tourism And Literature.
- Demirer, D. (2015). Kültürel Mirasın Sürdürülebilirliği Kapsamında Edebiyat Turizminin Yönetici ve Tüketici Perspektifinden Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma. YL. Tezi. Düzce Üniversitesi. SBE.
- Elixhauser, S. (2006). Ethik in der angewandten Ethnologie: eine Feldforschung zum Tourismus auf den Philippinen (Vol. 4). BoD-Books on Demand.
- Gökpinar, E. (2001). Turizm Broşürü Tasarımında Karşılaşılan Grafik Tasarım Sorunları ve Bir Uygulama. YL Tezi. Hacettepe Üniversitesi
- Güney, A. (2013). Sosyal İçerikli Kampanyalarda Kullanılan Basılı Reklam Materyallerinin Grafik Tasarım Açısından İncelenmesi. Yl. Tezi. Gazi Üniversitesi.
- Hacıoğlu, N., Avcıkurt, C. (2011). Turistik Ürün Çeşitlendirmesi. İstanbul: Nobel.
- Herbert, D. (2001). Literary Places, Tourism and the Heritage Experience. Annals of Tourism Research, 28(2), s.312-333.
- Kemikli, B. (2010). Türk İslam Edebiyatına Giriş. Bursa: Emin.
- Kolaç, E. (2009). Somut Olmayan Kültürel Mirası Koruma, Bilinç ve Duyarlılık Oluşturmada Türkçe Eğitiminin Önemi. Milli Folklor, 21(82).
- Oğuz, M. Ö. (2009). Somut olmayan kültürel miras nedir?. Geleneksel Yayıncılık.
- Özdemir, N. (2009). Turizm Ve Edebiyat. Milli Folklor, 21(82).
- Öztürk, Y., Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma. Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 2, 183-295.
- Özünel, E. Ö. (2011). Kültür Turizminde “Yöresel” ve “Otantik” Olanı Sorgulamak ve Tüketilmiş Mekânları Yeniden Üretmek Üzerine. Turkish Studies-International Periodical For The Languages, Literature And History Of Turkish Or Turkic, 6, 4.
- Pala, N. (2001). Turizmin Sosyo-Kültürel Sonuçları Açısından Bir İnceleme. YL. Tezi. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Pekin, F. (2011). Çözüm: Kültür Turizmi. İstanbul: İletişim.
- Smith, A. K. (2003). Literary Enthusiasts as Visitors and Volunteers. International Journal of Tourism Research 5(2), s.83-95.
- Squire, J. S. (1994). The Cultural Values of Literary Tourism. Annals of Tourism Research 21(1), s.103-120.
- Şentürk, G. (2014). Broşür Tasarımı ve Basım Özelliklerinin İncelenmesi. YL. Tezi. İstanbul Arel Üniversitesi SBE.
- Türker, A., Çelik, İ. (2012). Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurlarının Turistik Ürün Olarak Geliştirilmesine Yönelik Alternatif Öneriler. Yeni Fikir Dergisi, 9, 86-98.
- Ulama, Ş. (2015). Turizm Tanıtım Broşürlerinde Destinasyon İmajı Analizi: Türkiye Örneği. Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi 6(11).
- Uygur, M. S., Demirer, D. & Hatırnaz, B. (2017). Turizm Pazarlamasında Alternatif Bir Araç Olarak Hikâyelerin Kullanımı. Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 5(42), s.34-42
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin.