

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

**SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRASA YÖNELİK**  
**BİLİNÇLİ FARKINDALIK, AKIŞ DENEYİMİ, ÖZNEL**  
**CANLILIK VE DESTİNASYONU TEKRAR ZİYARET ETME**  
**NİYETİ İLİŞKİSİ: GELENEKSEL SOHBET**  
**TOPLANTILARI ÖRNEĞİ**

**DOKTORA TEZİ**

**İPEK BİRKON**

**BALIKESİR, 2025**



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

**SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRASA YÖNELİK**  
**BİLİNÇLİ FARKINDALIK, AKIŞ DENEYİMİ, ÖZNEL**  
**CANLILIK VE DESTİNASYONU TEKRAR ZİYARET ETME**  
**NİYETİ İLİŞKİSİ: GELENEKSEL SOHBET**  
**TOPLANTILARI ÖRNEĞİ**

**DOKTORA TEZİ**

**İPEK BİRKON**

**TEZ DANIŞMANI**

**PROF. DR. AHMET KÖROĞLU**

**BALIKESİR, 2025**



## ETİK BEYAN

Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

13/01/2025

İmza

İpek BİRKON

## ÖNSÖZ

Somut olmayan kültürel miras, toplulukların kimliğini koruyan ve ziyaretçilere derinlemesine bir kültürel deneyim sunan en önemli unsurlardan biridir. Bu tezde, geleneksel sohbet toplantıları örneği üzerinden, turistlerin bu kültürel miras unsurları ile nasıl etkileşime geçtiği, akış deneyimi yaşayıp yaşamadığı, öznel canlılıklarının nasıl etkilendiği ve nihayetinde destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerinin nasıl şekillendiği incelenmiştir. Bu çalışma, kültürel miras turizminin hem ziyaretçilerin deneyimlerini zenginleştirmesi hem de yerel toplumlar için sürdürülebilir faydalar yaratması açısından önemli katkılar sunmayı amaçlamaktadır.

Süreç boyunca birçok değerli kişinin yardım ve desteklerini hissettim. Öncelikle, sadece akademik bir rehber değil aynı zamanda bana ilham veren, yol gösteren ve motivasyonumu korumama yardımcı olan danışmanım Prof. Dr. Ahmet KÖROĞLU'na akademik hayatımın her aşamasında sunduğu destek ve öğrettikleri için sonsuz minnettarlığımı sunarım. Ayrıca tezin her aşamasında değerli görüşleriyle çalışmaya ışık tutan hocalarım Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT ve Prof. Dr. Seda ŞAHİN'e içten teşekkürlerimi sunarım. Değerli katkılarıyla sürecimi zenginleştiren sayın hocalarım Prof. Dr. Osman Avşar KURGUN ve Doç. Dr. Erdem AKTAŞ'a teşekkür ederim. Üzerimde uzun yıllar boyunca emeği olan, akademik ve kişisel gelişimimde büyük katkıları bulunan sevgili hocam Prof. Dr. Özlem KÖROĞLU'na en derin teşekkürlerimi sunarım. Öğrenim hayatım boyunca bana bilgi, deneyim ve değer katan tüm BTİÖYO ailesine teşekkür ederim.

Bu yolculukta her zaman yanımda olduğunu bildiğim, hayattaki en büyük şanslarım olan babam Hasan ASMADİLİ'ne, annem Döndü ASMADİLİ'ne ve abim Dr. Veli Ulaş ASMADİLİ'ne sonsuz teşekkür ederim. Sizler, hayatımın her anında bana verdiğiniz sevgi, güven ve sabırla bu başarıyı mümkün kıldınız. Küçüklüğümden beri beni hayallerimi gerçekleştirmem için cesaretlendiren, karşılaştığım her zorlukta beni ayakta tutan ve bana inanan siz oldunuz. Son olarak, yorulduğumda bana güç veren, zorlandığımda cesaretlendiren, başardığımda da mutluluğumu paylaşan canım eşim Murat BİRKON'a sonsuz teşekkür ederim. İyi ki varsınız.

## ÖZET

### SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRASA YÖNELİK BİLİNÇLİ FARKINDALIK, AKIŞ DENEYİMİ, ÖZNEL CANLILIK VE DESTİNASYONU TEKRAR ZİYARET ETME NİYETİ İLİŞKİSİ: GELENEKSEL SOHBET TOPLANTILARI ÖRNEĞİ

**BİRKON, İpek**

**Doktora, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı**

**Tez Danışmanı: Prof. Dr. Ahmet KÖROĞLU**

**2025, 163 Sayfa**

Somut olmayan kültürel miras, toplumların kimliğini ve sürekliliğini koruyan, nesilden nesile aktarılan gelenekler, ritüeller, bilgi ve beceriler bütünü olarak büyük bir öneme sahiptir. Bu miras, kültürel çeşitliliğin korunması ve sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin teşvik edilmesi açısından kritik bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, geleneksel sohbet toplantıları, somut olmayan kültürel mirasın en önemli unsurlarından biri olarak öne çıkmakta ve yerli turistler için anlamlı deneyimler sunmaktadır. Bu tür etkinlikler, bireylerin kültürel mirasla temas etmelerini sağlamakla kalmaz, aynı zamanda destinasyon ile güçlü bir bağ kurmalarına ve tekrar ziyaret etme niyetlerini artırmalarına katkıda bulunur.

Bu çalışma, geleneksel sohbet toplantıları örneğinde, yerli turistlerin bilinçli farkındalık, akış deneyimi, öznel canlılık ve destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkileri incelemektedir. Çalışmada, somut olmayan kültürel miras bağlamında, bu unsurların birbirleriyle nasıl etkileşim içinde olduğunu ve bu deneyimlerin turizm davranışları üzerindeki etkisini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu sayede, somut olmayan kültürel mirasın turizmdeki önemi ve sürdürülebilir turizme katkıları daha iyi anlaşılacaktır. Amaç doğrultusunda, nicel araştırma yöntemi ve anket tekniği kullanılmıştır. Veriler yüzyüze toplanmıştır. Verilerin analizi 394 katılımcının yanıtları ile gerçekleştirilmiştir.

Çalışmanın ilk bölümünde araştırmanın konusu, amacı, önemi, varsayım ve sınırlılıklar gibi başlıkların bulunduğu giriş bölümü yer almaktadır. İkinci bölümde tezin kuramsal çerçevesini oluşturan değişkenlere ait alanyazın yer almaktadır. Üçüncü bölümde araştırmanın yöntemine dair bilgiler bulunmaktadır. Dördüncü bölümde araştırmanın verilerinin analiz edilmesiyle ortaya çıkan bulgular ve yorumlar bulunmaktadır. Son bölümde ise araştırmadan elde edilen sonuçlar ve bunlara dayanarak geliştirilen öneriler yer almaktadır. Sonuç olarak, araştırmada akış deneyimi, bilinçli farkındalık, öznel canlılık ve destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilirken, akış deneyimi, bilinçli farkındalık ve öznel canlılık düzeylerinin tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Somut olmayan kültürel miras, bilinçli farkındalık, akış deneyimi, öznel canlılık, tekrar ziyaret niyeti.

## **ABSTRACT**

# **SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRASA YÖNELİK BİLİNÇLİ FARKINDALIK, AKIŞ DENEYİMİ, ÖZNEL CANLILIK VE DESTİNASYONU TEKRAR ZİYARET ETME NİYETİ İLİŞKİSİ: GELENEKSEL SOHBET TOPLANTILARI ÖRNEĞİ**

**BİRKON, İpek**

**PhD, Department of Tourism Management**

**Advisor: Prof. Dr. Ahmet KÖROĞLU**

**2025, 163 Pages**

Intangible cultural heritage is of great importance as a set of traditions, rituals, knowledge, and skills passed down from generation to generation, preserving the identity and continuity of societies. This heritage plays a critical role in preserving cultural diversity and promoting sustainable tourism activities. In this context, traditional sohbet meetings stand out as one of the most significant elements of intangible cultural heritage, offering meaningful experiences for domestic tourists. Such events not only enable individuals to engage with cultural heritage but also contribute to establishing a strong bond with the destination and increasing their intention to revisit.

This study examines the relationships between mindfulness, flow experience, subjective vitality, and the intention to revisit the destination among domestic tourists in the example of traditional sohbet meetings. In the context of intangible cultural heritage, it aims to reveal how these elements interact with each other and how these experiences impact tourism behaviors. In this way, the importance of intangible cultural heritage in tourism and its contributions to sustainable tourism will be better understood. In line with the objective, the quantitative research method and survey technique were used. Data were collected face-to-face. The analysis of the data was carried out with the responses of 394 participants.

The first part of the study includes the introduction section, which covers the research topic, its purpose, significance, assumptions, and limitations. The second part presents the literature on the variables that form the theoretical framework of the thesis. The third part contains information on the research methodology. The fourth part presents the findings and interpretations obtained through the analysis of the research data. The last part includes the results obtained from the research and the recommendations developed based on these findings.

In conclusion, it was determined that there are statistically significant relationships between flow experience, mindfulness, subjective vitality, and the intention to revisit the destination, while it was also found that levels of flow experience, mindful awareness, and subjective vitality significantly influence revisit intention.

**Keywords:** Intangible cultural heritage, mindfulness, flow experience, subjective vitality, revisit intention.

*“Hayatımın her anında güç kaynağım olan aileme”*

# İÇİNDEKİLER

	Sayfa
<b>ÖNSÖZ</b> .....	<b>i</b>
<b>ÖZET</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	<b>viii</b>
<b>ÇİZELGELER LİSTESİ</b> .....	<b>xi</b>
<b>ŞEKİLLER LİSTESİ</b> .....	<b>xiii</b>
<b>KISALTMALAR LİSTESİ</b> .....	<b>xiv</b>
<b>1. GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
1.1. Araştırmanın Konusu.....	2
1.2. Araştırmanın Amacı.....	5
1.3. Araştırmanın Önemi .....	6
1.4. Araştırmanın Varsayımları .....	7
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	7
1.6. Tanımlar.....	8
<b>2. İLGİLİ ALANYAZIN</b> .....	<b>9</b>
2.1. Kuramsal Çerçeve.....	9
2.1.1. Somut Olmayan Kültürel Miras .....	9
2.1.1.1. Türkiye’de Bulunan Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurları .....	12
2.1.1.2. Somut Olmayan Kültürel Miras Olarak Geleneksel Sohbet Toplantıları .....	31
2.1.1.3. Somut Olmayan Kültürel Miras ve Turizm İlişkisi .....	35
2.1.2. Bilinçli Farkındalık Kavramı .....	39
2.1.2.1. Bilinçli Farkındalığın Kuramsal Temeli.....	40
2.1.2.1.1. Bilişsel Davranışçı Kuram.....	40
2.1.2.1.2. Psikodinamik Kuram (Psikoanalitik).....	41
2.1.2.1.3. Gestalt Kuram .....	41
2.1.2.1.4. Varoluşçu Kuram.....	42
2.1.2.1.5. Hümanistik Kuram.....	43
2.1.2.2. Bilinçli Farkındalıkta Temel Tutumlar.....	43

2.1.2.2.1. Yargılayıcı Olmama .....	44
2.1.2.2.2. Sabır .....	44
2.1.2.2.3. Acemi Zihni .....	45
2.1.2.2.4. Güven.....	45
2.1.2.2.5. Hırslanmamak.....	46
2.1.2.2.6. Kabul .....	46
2.1.2.2.7. Oluruna Bırakmak .....	47
2.1.3. Akış Teorisi .....	48
2.1.3.1. Akış Deneyimi Kavramı .....	49
2.1.3.2. Akış Deneyimi Modelleri .....	52
2.1.4. Öznel Canlılık Kavramı .....	56
2.1.5. Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Kavramı .....	58
2.2. İlgili Araştırmalar .....	61
2.2.1. Turizm Alanında Bilinçli Farkındalık Araştırmaları.....	61
2.2.2. Turizm Alanında Akış Deneyimi Araştırmaları.....	65
2.2.3. Turizm Alanında Öznel Canlılık Araştırmaları.....	68
2.2.4. Turizm Alanında Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Araştırmaları .....	70
<b>3. YÖNTEM.....</b>	<b>74</b>
3.1. Araştırmanın Modeli.....	74
3.2. Evren ve Örneklem .....	78
3.3. Veri Toplama Araçları ve Teknikleri .....	79
3.4. Verilerin Toplanma Süreci .....	81
3.5. Verilerin Analizi .....	81
<b>4. BULGULAR VE YORUMLAR .....</b>	<b>83</b>
4.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri .....	83
4.2. Ölçeklerin Basıklık-Çarpıklık Değerleri.....	88
4.3. Ölçeklere İlişkin Faktör Analizi Bulguları .....	88
4.4. Ölçeklere İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Bulguları .....	93
4.5. Ölçeklere İlişkin Korelasyon Analizi Bulguları .....	96
4.6. Regresyon Analizine İlişkin Bulgular .....	98
4.7. Demografik Özelliklere İlişkin Fark Testleri .....	106
<b>5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>114</b>

5.1. Sonuçlar .....	114
5.2. Öneriler .....	125
5.2.1. Kültürel Mirasın Korunması ve Sürdürülebilirliğine Yönelik Öneriler	125
5.2.2. Turizm ve Pazarlama Stratejilerine Yönelik Öneriler.....	127
5.2.3. Turistik Deneyimin Geliştirilmesine Yönelik Öneriler.....	129
5.2.4. Akademik Araştırmalara Yönelik Öneriler .....	130
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>133</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>162</b>
EK 1. Anket Formu .....	162

## ÇİZELGELER LİSTESİ

### Sayfa

<b><u>Cizelge 1.</u></b> Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri .....	84
<b><u>Cizelge 2.</u></b> Katılımcıların Afyonkarahisar Ziyaretlerine Yönelik Özellikleri .....	85
<b><u>Cizelge 3.</u></b> Katılımcıların SOKÜM'e Yönelik Bilgi Düzeyleri.....	86
<b><u>Cizelge 4.</u></b> Katılımcıların Afyonkarahisar'ı Ziyaret Etme Önem Dereceleri .....	87
<b><u>Cizelge 5.</u></b> Ölçeklere Yönelik Ortalamalar ve Çarpıklık-Basıklık Değerleri .....	88
<b><u>Cizelge 6.</u></b> Bilinçli Farkındalık Ölçeğine İlişkin AFA Analizi Sonuçları .....	89
<b><u>Cizelge 7.</u></b> Akış Deneyimi Ölçeğine İlişkin AFA Analizi Sonuçları .....	91
<b><u>Cizelge 8.</u></b> Öznel Canlılık Ölçeğine İlişkin AFA Analizi Sonuçları .....	92
<b><u>Cizelge 9.</u></b> Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Ölçeğine İlişkin AFA Analizi Sonuçları.....	93
<b><u>Cizelge 10.</u></b> Bilinçli Farkındalık Ölçeğinin İfadelerine Yönelik Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri .....	94
<b><u>Cizelge 11.</u></b> Akış Deneyimi Ölçeğinin İfadelerine Yönelik Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri .....	95
<b><u>Cizelge 12.</u></b> Öznel Canlılık Ölçeğinin İfadelerine Yönelik Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri .....	95
<b><u>Cizelge 13.</u></b> Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Ölçeğinin İfadelerine Yönelik Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri.....	96
<b><u>Cizelge 14.</u></b> Ölçeklerin Korelasyon Analizi Sonuçları.....	97
<b><u>Cizelge 15.</u></b> Akış Deneyiminin Bilinçli Farkındalık Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Analizi.....	98
<b><u>Cizelge 16.</u></b> Bilinçli Farkındalığın Akış Deneyimi Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Analizi.....	99
<b><u>Cizelge 17.</u></b> Öznel Canlılığın Bilinçli Farkındalık Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Analizi.....	100
<b><u>Cizelge 18.</u></b> Bilinçli Farkındalığın Öznel Canlılık Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Analizi.....	100
<b><u>Cizelge 19.</u></b> Akış Deneyiminin Öznel Canlılık Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Analizi.....	101

<b><u>Cizelge 20.</u></b> Öznel Canlılığın Akış Deneyimi Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Analizi.....	102
<b><u>Cizelge 21.</u></b> Bilinçli Farkındalığın Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Analizi.....	102
<b><u>Cizelge 22.</u></b> Akış Deneyiminin Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Analizi.....	103
<b><u>Cizelge 23.</u></b> Öznel Canlılığın Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Analizi.....	104
<b><u>Cizelge 24.</u></b> Tekrar Ziyaret Etme Niyetine İlişkin Aşamalı Regresyon Analizi .....	104
<b><u>Cizelge 25.</u></b> Araştırma Hipotezlerinin Sonuçları.....	105
<b><u>Cizelge 26.</u></b> Bilinçli Farkındalık Ölçeği ile İlişkili Fark Testleri .....	107
<b><u>Cizelge 27.</u></b> Akış Deneyimi ile İlişkili Fark Testleri .....	108
<b><u>Cizelge 28.</u></b> Öznel Canlılık Ölçeği ile İlişkili Fark Testleri .....	110
<b><u>Cizelge 29.</u></b> Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Ölçeğine İlişkin Fark Testleri .....	111

## ŞEKİLLER LİSTESİ

	<b>Sayfa</b>
<b>Şekil 1.</b> Üçlü Akış Kanalı Modeli .....	53
<b>Şekil 2.</b> Dörtlü Akış Kanalı Modeli.....	54
<b>Şekil 3.</b> Sekizli Akış Kanalı Modeli .....	55
<b>Şekil 4.</b> Araştırma Modeli .....	78

## KISALTMALAR LİSTESİ

- AFA** : Açıklayıcı Faktör Analizi
- KMO** : Kaiser-Meyer-Olkin
- SOKÜM** : Somut Olmayan Kültürel Miras
- UNESCO** : United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization  
Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü

# 1. GİRİŞ

Turizm, dünya genelinde ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan önemli bir sektördür. Kültürel miras, turizmin en değerli bileşenlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Turistler, yeni yerler keşfetmenin yanı sıra, farklı kültürlerin bir parçası olmayı ve bu kültürleri deneyimlemeyi arzulamaktadır. Bu bağlamda, somut olmayan kültürel miras (SOKÜM), turizmin cazibesini artıran ve ziyaretçilere benzersiz deneyimler sunan önemli unsurlar arasında yer almaktadır.

SOKÜM, bir toplumun tarih boyunca biriktirdiği ve kuşaktan kuşağa aktardığı gelenekler, görenekler, ritüeller, performanslar ve bilgiler gibi soyut değerleri kapsamaktadır. UNESCO tarafından 2003 yılında kabul edilen “Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi” ile bu mirasın korunması ve sürdürülebilirliği için uluslararası düzeyde önemli adımlar atılmıştır. Bu mirasın turizmle entegrasyonu hem kültürel zenginliklerin korunmasını hem de turistik destinasyonların çekiciliğini artırmayı hedeflemektedir. Turizm ve SOKÜM arasındaki ilişki, iki yönlü bir etkileşim içermektedir. Bir yandan, turizm faaliyetleri SOKÜM’ün korunmasına ve yaşatılmasına katkı sağlarken, diğer yandan SOKÜM unsurları turizmin gelişmesine ve çeşitlenmesine destek olmaktadır. Geleneksel etkinlikler, festivaller, halk dansları, el sanatları ve yerel mutfak gibi unsurlar, turistlerin ilgisini çekmekte ve destinasyonların kimliğini ortaya koymaktadır.

Bu çalışma, SOKÜM unsurlarından biri olan geleneksel sohbet toplantılarında bilinçli farkındalık, katılımcıların akış deneyimi, öznel canlılık ve destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkileri incelemeyi amaçlamaktadır. Bilinçli farkındalık, bireylerin mevcut deneyimlerine odaklanma ve bu deneyimlerin farkında olma yeteneğini ifade etmektedir. Akış deneyimi ise, bireylerin bir etkinlik sırasında kendilerini tamamen kaptırmış hissettikleri ve zamanın nasıl geçtiğini fark etmedikleri yoğun bir katılım durumudur. Öznel canlılık ise bireylerin kendilerini enerjik ve canlı hissetmeleri olarak ifade edilmektedir. Geleneksel sohbet toplantıları, bir toplumun kültürel dokusunu yansıtan, toplumsal birlikteliği pekiştiren ve bilgi aktarımını

sağlayan önemli etkinliklerdir. Bu tür toplantılar, bireylerin hem kültürel birikimlerini hem de sosyal bağlarını güçlendiren, zengin içeriklere sahip platformlar sunmaktadır.

Tez beş bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm, giriş başlığı altında araştırmanın problemine, amacına, önemine, varsayımlarına, sınırlılıklarına ve tanımlarına yer vermektedir. İkinci bölüm, araştırmanın kuramsal temelini oluşturan ilgili literatürü içermektedir. Bu bölümde somut olmayan kültürel miras, bilinçli farkındalık, akış deneyimi, öznel canlılık ve tekrar ziyaret etme niyeti kavramları ele alınmaktadır. Üçüncü bölüm, araştırma yöntemine ilişkin detaylı bilgileri sunmaktadır. Dördüncü bölümde, araştırmanın bulguları açıklanmaktadır. Son olarak, beşinci bölüm, elde edilen bulgulara göre geliştirilen önerileri kapsamaktadır.

### **1.1. Araştırmanın Konusu**

Kültürel turizm, içinde kültürel miras turizminin de bulunduğu bir bütün olarak, “bir topluluğun, bölgenin, grubun veya kurumun tarihi, sanatsal, bilimsel veya yaşam tarzına dair sunumlarına ilgi duyan kişilerin, ev sahibi topluluk dışından ziyaretleri” olarak tanımlanmaktadır (Silberberg, 1995, s. 361). Bu, ziyaretçilerin “kültür”ü deneyimlemek amacıyla motivasyonlarının ne olduğunun vurgulandığı, bu nedenle kültürel turizmi diğer turizm türlerinden ayıran özelliklerini ifade eden faydalı bir tanımlamadır. Hemen hemen tüm destinasyonlarda, ziyaretçilere birçok kültürel turizm çekiciliği sunulmaktadır. Kültürel miras turları, miras sanat galerileri, müzeler, kültürel merkezler, miras izlerini taşıyan ve özel olarak tasarlanmış kültürel miras tema parkları da dahil olmak üzere turizm ürünleri geliştirilmeye devam etmektedir (Du Cros, 2001). UNESCO tarafından sunulan SOKÜM tanımı; sözlü gelenekleri, sahne sanatlarını, sosyal uygulamaları, ritüel ve festival etkinliklerini, doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamaları veya atalarından miras alınmış geleneksel el sanatlarını üretme bilgi ve becerilerini, gelecek nesillere aktarma gibi unsurları kapsamaktadır (Qui, Zheng, Xiang ve Zhang, 2020).

Turizm sektörü içinde, turist akışları ve gelir oluşturma açısından deniz kum güneş turizmi, açık ara en önemli olanıdır. Ancak günümüzde, kültürel miras turizmi olarak bilinen yeni trendler ortaya çıkmıştır. Bu trend, macera, kültür, tarih, arkeoloji ve yerel halkla etkileşim arayan turistlerin sayısındaki artışla belirgin hale gelmiştir.

Kültürel miras turizmi, geçmiş ve bugünün hikayelerini ve insanlarını otantik olarak temsil eden yerleri ve etkinlikleri deneyimlemek amacıyla seyahat etme olarak tanımlanmaktadır (Ismail, Masron ve Ahmad, 2014). İnsanların farklı deneyimler edinmek amacıyla ettikleri seyahatlerin içerisine, SOKÜM unsurlarından olan Geleneksel Sohbet Toplantıları'na katılmanın dahil edilebileceği düşünülmektedir. Bu toplantılar, günlük hayata dair her konuda sohbetlerin edildiği; halk müziği, halk dansları, eğlencelik oda içi oyunlar, seyirlik oyunlar gibi etkinlikler ile yemek ve sofralık kültürünün önemli yer tuttuğu ve adından anlaşılacağı üzere başlıca unsuru sohbet olan buluşmalardır (Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, 2023).

Bilinçli farkındalık, bir kişinin dikkatini düşünce akışından uzaklaşarak yönetme yeteneği olarak tanımlanmakta ve mevcut an içinde zihinde ve çevrede gelişen şeylere tepkisiz ve yargılamayan bir gözlemci rolü üstlenme yeteneğini içermektedir (Bishop vd., 2004). Loureiro ve diğerleri (2019, s. 4)'nin ifadesine göre, bilinçli turistler, "...geçmiş veya gelecek değil, anın dikkatini çeken, varış noktasında yaşanan gerçek somatik duyuları açık, tepkisiz ve yargılamayan bir şekilde dikkate alan turistlerdir; mevcut duygularını ve düşüncelerini kabul eden turistler değildir". Bu tanım turist tiplerini daha fazla kategorize etmek için yeni bir paradigma olarak görülebilmekte ve uygun tüketici profilleri oluşturmaya imkân tanımaktadır. Bir bilinçli turist perspektifinden, turizm alanında bilinçli hizmetler sunmak, tüketici refahına içtenlikle duyulan samimi ilginin bir ifadesi olarak görülebilir, bu da çağdaş tüketicilerin ihtiyaçlarına saygı duyar, turizm endüstrisindeki hizmet etiketine uygunluk gösterir ve tüketici sadakatini artırılması için alan yaratabilir (Stankov, Filimonau ve Vujcic, 2020).

Akış deneyimi kavramı, "insanların bir etkinlikte o kadar meşgul oldukları bir durum ki başka hiçbir şeyin önemi yok gibi görünür; deneyim o kadar keyiflidir ki insanlar sadece yapmanın ta kendisi için büyük maliyetlere katlanarak bunu sürdürecektir" şeklinde tanımlanmaktadır (Kim ve Thapa, 2018). 1975 yılında Csikszentmihalyi, "akış" en iyi deneyimleri anlamak için olumlu bir psikolojik yaklaşım olarak önermiştir. Turizm ve boş zaman alanında birçok çalışma, "akış"ın tüketici davranışı üzerindeki etkisini araştırmıştır. Çalışmalar, "akış"ın boş zaman değerlendirmede tüketici davranışını ve deneyim değerlendirmelerini etkileyebilecek önemli bir faktör olabileceğini göstermiştir. Bu da deneyimde duyguları canlandırmada ve olumlu deneyimler yaratmada aktif olarak katkıda bulunabilmektedir (Yang, Yan, Wang ve Xue, 2022). Akışın keyifli veya tatmin edici bir deneyim olarak kabul edilmesi nedeniyle turistlerin memnuniyetinin,

satın alma davranışlarını etkileyerek, dürtüsel satın alma davranışını tetikleyebileceği vurgulanmaktadır (Chang, 2014).

Öznel canlılık, Ryan ve Frederick (1997) tarafından, enerji dolu ve dinç olma deneyiminin kişisel hali olarak tanımlanıp ölçülmüştür. Öznel canlılık seviyesi yüksek olanlar, uyanık, enerjik ve canlı olduklarını bildirmektedirler. Bu kavram, farklı kültürlerde birçok farklı isimle anılmaktadır. Antik Çin'in Taoist kültüründe iç enerji dolu olma hissi "ch'i" ve "jing" olarak adlandırılır, eski Japonlar ise zihinsel ve fiziksel sağlığı harekete geçirmek için kullanabilecekleri enerji ve gücü "Ki" olarak adlandırmaktarlar (Bostic, Rubio ve Hood, 2000). Ryan ve Frederick (1997), bireylerin aktivitelere yatırdıkları bireysel çabaların, deneyimledikleri canlılık düzeyi tarafından şekillendirildiğini ve canlılığın, kişisel deneyimler ile iyi oluşun olumlu bir göstergesi olabileceğini belirtmektedir. Sonuç olarak, yüksek canlılık seviyelerine sahip bireylerin kolayca eğleneceği hipotezi öne sürülmektedir (Altunel ve Yalçın, 2022 s. 286). Ayrıca, tarihi siteleri ziyaret etme, müzeleri gezip yerel halkla iletişim kurma sürecinde, ziyaretçilerin canlılık seviyeleri deneyim kalitesi ve memnuniyetini etkileyebileceği ifade edilmektedir (Su, Li, Chen ve Zeng, 2020, s. 259).

Tekrar ziyaret etme niyeti, turistlerin aynı destinasyonu tekrar ziyaret etmeye yönelik istek veya planlarını ifade etmektedir. Destinasyon ve etkinlik organizasyonları, turistlerin tekrar ziyaret niyetinin altında yatan nedenlerle ilgilenmektedir. Çünkü tekrar ziyaretçileri elde tutmanın maliyeti yeni ziyaretçi çekmekten daha düşüktür (Chen ve Funk, 2010). Turizm deneyimlerinde turist algısının önemi göz önüne alındığında, olumlu ve olumsuz duyguların turist memnuniyetini doğrudan etkilediği çalışmalarca belirlenmiştir (Rasoolimanesh, Chee ve Ragavan, 2023). Bir destinasyonun algılanan imajı, turist davranışını satın alma süreçlerinde etkilemektedir. Bu süreç içerisinde; belirli bir destinasyon seçme, deneyimi önceki beklentilere karşı değerlendirme, bir destinasyona yeniden ziyaret ve destinasyon hakkında deneyimleri başkalarıyla ağızdan ağıza paylaşma yer almaktadır. Turistler, turizm destinasyonlarını bir içsel deneyim olarak algılamaktadırlar ve bu deneyim bir dizi deneyim ve harici faktörü içermektedir (Lekovic, Tomic, Maric ve Curcic, 2020).

Turizmin sosyal ve psikolojik bir olgu olarak değerlendirilmesi gerektiği düşünüldüğünde; farklı kültürler görmek, tanımak, eğlenmek gibi amaçlarla kültürel miras turizmine katılan bireylerin dikkatini şimdiki zamanda gerçekleştirdiği

eylemlere ve deneyimlere odakladığı ve bunu yaparken yargılamadan kaçındığı bilinçli farkındalık durumundan etkileneceği düşünülmektedir. Bunun yanında turistlerin deneyim sırasında kendilerini an ile içselleştirdiği ve o ana odaklandığı akış hali ile içsel olarak bireylerin kendilerini, dışarıdaki etkilerden bağımsız olarak zinde hissetmeleri arasında bir ilişki olduğu düşünülmektedir. Kişinin içinde bulunduğu bu psikolojik durumların yüksek seviyede olması, gerçekleştirilen etkinliğin daha iyi anlaşılmasına, daha kolay öğrenilip yorumlanmasına ve tarafsız bir bakış açısıyla kendilerine katkı sağlamalarına yardımcı olacağı; kültürel miras turizmine katılan bireylerin o yörenin kültürünü tarafsız bakış açısıyla, odaklanarak ve öğrenerek deneyim elde etmelerinin sonucunda kaliteli bir deneyim yaşayacağı, böylece bireylerin bu eşsiz deneyimi yaşadığı bölgeyi tekrar ziyaret edecekleri ve çevrelerindeki bireylerin söz konusu etkinliklere katılmalarında destekçi olacakları düşünülmektedir. Herkesi etkileyen, herkesin hayatında yer eden bu psikolojik unsurların, turistlerin deneyimlerinin zenginliğini etkileyebileceği düşünülmektedir. Bu doğrultuda, somut olmayan kültürel mirasa yönelik bilinçli farkındalık, öznel canlılık, akış deneyimi ve destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti ilişkisini ortaya çıkarmak araştırmanın problemini oluşturmaktadır.

## **1.2. Araştırmanın Amacı**

Turizm, karmaşık bir yapıya sahip olarak hem sosyal hem psikolojik unsurları kapsamaktadır. Bu açıdan bakıldığında, toplumlar arasındaki etkileşim ve kültürel alışverişin bir yolu olduğu açıktır. Bu anlamda bir bölgeye yalnızca ekonomik fayda sağlamakla kalmayıp, o bölgenin kültürel mirasının sürdürülmesine ve tanıtılmasına katkı sağlayan turizm içerisinde ülkenin veya bölgenin tüm turistik cazibeleri ön plana alınmalıdır. Bu çalışmada vurgulanan çekicilik unsuru kültürel mirasın bir parçası olan geleneksel sohbet toplantılarıdır.

Kişiler mekanik bir ziyaretten farklı olarak, kültürleri deneyimlemek, anlamak ve paylaşmak amaçlarıyla seyahat etmektedirler. Bu deneyimlerin, onların psikolojik durumunu nasıl etkilediği üzerinde durma gerekliliği fark edilmiştir. Bu bağlamda, turizmin sunduğu deneyimlerin turistlerin bilinçli farkındalık ve öznel canlılıklarının, akış deneyimi gibi psikolojik faktörleri nasıl etkilediği ve sonuç olarak destinasyonları

tekrar ziyaret etme niyetlerini nasıl şekillendirdiğine cevap bulmak bu çalışma için temel amaç olmuştur. Somut olmayan kültürel miras unsurlarını, özgü olduğu yörelerde deneyimlemenin önemini vurgulayarak değer kazandırmak ve kültürleri tanımak, öğrenmek ve ritüellerine tanıklık etmek için söz konusu geleneklere katılıma teşvik ederek sürdürülebilirliğinin sağlanması amaçlanmaktadır.

### **1.3. Araştırmanın Önemi**

Miras bireyler, etnik gruplar, uluslar ve uluslararası topluluk için önemlidir. Somut kültürel miras, binalar veya kalıntılar şeklinde bulunabilirken, somut olmayan kültürel miras; insanların değerleri, tutumları ve yaşam tarzları şeklinde ifade edilmektedir. Diğer bir deyişle, kültürel miras binalar, alanlar, dans, yiyecek, giysi, etkinlikler, değerler, yaşam tarzları ve el sanatları gibi birçok formda görülebilir. Kültürel malzemenin değerleri göz önüne alındığında, böyle materyaller zarar gördüğünde, yok edildiğinde veya bağlamından çıkarıldığında birçok sorunun ortaya çıkabileceği söylenebilir. Bu kayıplar, tarihi öneme sahip binaların hasar görmesi veya kaybedilmesi, arkeolojik sit alanları, anıtlar ve nesnelere kaybedilmesi; geleneksel bilginin ve bilimsel bilginin kaybedilmesi, kültürel veya ulusal öneme sahip nesnelere erişimin kaybedilmesi ve insanların kendi kültürlerinden uzaklaşması veya ulusal gururun kaybedilmesi gibi durumları içerebilir (Dangi, 2017).

Turistlerin bir çekim merkezinde gezdikleri sırada SOKÜM'ü deneyimleme tarzlarının, bu deneyimlerin derinliğini ve kalitesini etkileyebileceği düşünülmektedir. Burada bilinçli farkındalık sahibi olmak, mirasa nasıl yaklaştıklarını ve bu miras deneyiminin onların zihinsel süreçlerinden nasıl etkilendiğini yansıtabilir. Bilinçli farkındalık, turistlerin o anın tadını çıkarırken yargılardan kaçındıkları bir durumu ifade ettiği için turistlerin farklı bir kültürü açık bir zihinle gözlemlemelerini destekleyecek bir durum olabilir. Bu sayede turistler, yerel değerleri derinlemesine anlama fırsatı bulabilirler. Akış durumundaki turistler ise dikkatlerini o ana odaklayarak zamanın nasıl geçtiğinin farkında bile olmadan yaşadıkları miras deneyimini daha anlamlı biçimde içselleştirebilirler. Nitekim bu akış hali kişilerin kendilerini enerjik, canlı ve dinç hissetmeleri olarak tanımlanan öznel canlılık düzeyleri ile ilişkili de olabilir. Turistlerin deneyim edinerek geçirdikleri zaman

diliminde bu zihinsel ve psikolojik halleri olumlu bir sonuç doğuruyorsa yani; edindikleri deneyimi olumlu bir deneyim olarak değerlendiriyorlarsa, deneyimi yaşadıkları destinasyona yeniden ziyarette bulunma niyetlerinin artabileceği düşünülmektedir.

SOKÜM'e yönelik bilinçli farkındalık, akış deneyimi, öznel canlılık ve destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkiyi aydınlatmak turizm endüstrisine önemli katkılar sağlayabilir. Öncelikle bu araştırma, turizmin sadece fiziksel deneyim boyutuna değinmekten ziyade zihinsel ve duygusal olarak değerlendirmesi, turistin psikolojisinin anlamlandırılması ve bu anlamlandırmanın miras deneyimine katkısının sunulması yönünden önemli görülmektedir. SOKÜM deneyimine katkıdan kastedilen ise söz konusu mirasın korunması, tanıtılması ve sürdürülebilmesini sağlayabilme amacını içermektedir. Kısaca bu çalışmanın, turizm endüstrisinin turistlerin deneyimlerini daha iyi anlamalarına ve yönetmelerine yardımcı olabileceği düşünülmektedir. Bu sayede turistlerin devamlı olarak daha zengin, anlamlı ve tatmin edici deneyimler yaşamasına olanak sağlayabilir, miras unsuru korunabilir ve destinasyonun sürdürülebilirliği sağlanabilir.

#### **1.4. Araştırmanın Varsayımları**

Araştırmadaki temel varsayım geleneksel sohbet toplantılarına katılan bireylerin bilinçli farkındalık, öznel canlılık, deneyim sırasındaki akış durumları ve tekrar ziyaret etme niyetleri arasında anlamlı ilişkiler olduğu üzerinedir. Ayrıca verilerin toplandığı katılımcıların sorulara samimi, doğru ve kendilerini içtenlikle ifade eden yanıtlar verdikleri varsayılmaktadır.

#### **1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları**

Araştırmanın belirli bir geleneksel sohbet toplantıları örneği üzerinden yapılmasından dolayı sonuçların diğer kültürel etkinlikler için geçerli olmaması anlamına gelmektedir. Araştırmadan çıkan sonuç yalnızca belirli bir gelenekle sınırlıdır. Ayrıca, veriler Ekim 2023-Haziran 2024 tarihleri arasında toplanmıştır. Araştırma, bu süre boyunca toplantılara katılan bireylerden elde edilenlerle sınırlıdır.

## **1.6. Tanımlar**

Somut Olmayan Kültürel Miras: Nesnel objeler veya yapılar olmayan, ancak kültürel kimliği ve değerleri yansıtan gelenekler, ritüeller, hikayeler, müzikler gibi kültürel öğeleri ifade etmektedir (Smith, 2006).

Bilinçli Farkındalık: Kişinin şu anı, içsel deneyimleri ve çevresini tarafsız bir şekilde gözlemleme, anlama ve kabul etme yeteneğini ifade etmektedir (Brown Ryan ve Creswell 2007).

Akış Deneyimi: Kişinin bir aktiviteye tamamen odaklanıp zamanın nasıl geçtiğini unuttuğu, yüksek konsantrasyon ve keyif içinde bir durum olarak nitelendirilmektedir (Csikszentmihalyi, 2005).

Öznel Canlılık: Bireyin kendini canlı, enerjik ve yaşam dolu hissettiği içsel bir durumdur (Ryan ve Deci, 2001).

Tekrar Ziyaret Etme Niyeti: Bir destinasyonu veya deneyimi gelecekte tekrar deneyimleme isteğini ifade etmektedir (Yoon ve Uysal, 2005).

## 2. İLGİLİ ALANYAZIN

### 2.1. Kuramsal Çerçeve

Çalışmanın kuramsal çerçeve kısmında SOKÜM kavramı ele alınarak Türkiye’de bulunan unsurlar açıklanmaktadır. Daha sonra sırasıyla bilinçli farkındalık, akış deneyimi, öznel canlılık ve tekrar ziyaret etme niyeti kavramları ayrı başlıklar halinde ele alınmaktadır. Bütün bu değişkenler son olarak turizm ile ilişkileri bağlamında değerlendirilerek aktarılmaktadır.

#### 2.1.1. Somut Olmayan Kültürel Miras

Kültür kavramı; “tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü” olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2024). Kültür, toplumların genetik mirası değil, insanın yarattığı ve biriktirdiği değerlerin, alışkanlıkların ve kuralların bir araya gelmesiyle şekillenen bir yapıdır. Normlar, kurumlar ve bireysel davranış biçimleri kültürün temel taşlarını oluştururken, bu birikim, toplumların kimliğini ve üyelerinin hayata bakışını biçimlendirmektedir. Aynı zamanda, geçmişin bilgeliğini geleceğe taşıyan bir köprü görevi görerek, toplumsal uyumu ve sürekliliği sağlamaktadır. Kültür, sadece bireylerin yaşam biçimlerini değil, onların hayal dünyalarını ve yaratıcı potansiyellerini de etkileyerek, insanlık tarihine yön veren bir rehber niteliğindedir (Avcıkurt, 2015). Kültürel miras ise bir toplumun geçmişinin değerli ve korunmaya değer görülen maddi ve manevi yönlerini ifade eden, bir ulusun ayırt edilebilir özelliklerinin tarihi ile tutarlılığı ve sürekliliğinin bir bileşimi olarak ifade edilmektedir (Hakala, Latti ve Sandberg, 2011, s. 450). Ayrıca, nesilden nesile aktarılan, kimlik ve süreklilik duygusuna katkıda bulunan eserleri, binaları, gelenekleri ve diğer unsurları içermektedir. Kültürel miras, temel bir toplumsal işlev olarak görülmekte ve kültürel değişim, ekonomik küreselleşme, teknolojik gelişmeler ve kimlik politikaları

tarafından şekillenmektedir. Bir dizi nesneden ziyade bir süreç olarak çerçevesi gerekmekte ve korunması toplumun her kesiminden çeşitli aktörlerin katılımını gerektirmektedir (Avrami, Mason ve Torre, 2000). Kültürel miras, insan yaşamının belirli bir bakış açısını temsil eden ve o bakış açısının geçmişini ve önemini yansıtan belirtilerden oluşmaktadır. Bu ifade veya yaşam tarzı, anıtlar, mekanlar gibi somut nesnelere görülebilmektedir. Arkeolojik sit alanları ve insan yapımı yapılar, geçmişin önemli kanıtları olarak kabul edilir ve korunması gereklidir. Bu nedenle, eski şehir kalıntıları, tarihsel kompleksler ve terk edilmiş yaşam tarzlarını gösteren kentsel unsurlar büyük önem taşımaktadır. Binaların yanı sıra, bahçeler ve parklar da kültürel mirasın ayrılmaz bir parçasıdır. Ayrıca, insanlığın evrimini gösteren fosil kanıtlarının bulunduğu alanlar da kültürel mirasa dahildir (Prott ve O'Keefe, 1992). Kültürel miras, somut ve somut olmayan olmak üzere iki ana kategoriye ayrılmaktadır. Somut kültürel miras, taşınır ve taşınmaz miras ile sualtı kültürel mirası şeklinde tanımlanmaktadır. Taşınır miras; tablolar, heykeller, madeni paralar, el yazmaları ve mobilyalar gibi nesnelere içerirken, taşınmaz miras; anıtları, arkeolojik alanları, tarihi binaları ve duvar resimlerini kapsamaktadır. Sualtı kültürel mirası ise gemi enkazları, su altı kalıntıları ve şehirleri içermektedir. Somut olmayan kültürel miras ise sözlü gelenekler ve ifadeler, doğa ve dünya ile ilgili bilim ve alışkanlıklar, geleneksel beceriler ve festivaller, kutlamalar gibi unsurları içermektedir. Sözlü gelenekler ve ifadeler; nesilden nesile aktarılan geleneksel şarkılar, hikayeler ve ritüelleri kapsarken, doğa ve dünya ile ilgili bilim ve alışkanlıklar, çevre, tarım ve doğal kaynaklar hakkındaki geleneksel bilgileri içermektedir. Geleneksel beceriler ise çömlek yapımı, dokuma ve ahşap oymacılığı gibi geleneksel işçilikleri içerirken, festivaller ve kutlamalar, geleneksel festivaller, dini törenler ve kültürel etkinlikleri içermektedir (Cosovic, Alessia ve Junuz, 2019, s.2).

Kültürel kalıntıların korunmasıyla ilgili endişelerin antik çağlardan itibaren var olduğu ve 15. yüzyılda Avrupa'da anıtlar ve sanat eserlerinin korunması için yasal düzenlemelerin başladığı bilinmektedir. Kültürel mirasın uluslararası hukukta ele alınması ise ilk olarak 1907'de gerçekleşmiştir ve o zamandan beri UNESCO ve diğer uluslararası kuruluşlar, koruma amacıyla çeşitli antlaşmalar ve belgeler geliştirmiştir. UNESCO'nun 1954'te kabul edilen Silahlı Çatışma Durumunda Kültürel Varlıkların Korunması Sözleşmesi (Hague Sözleşmesi), özellikle İkinci Dünya Savaşı sırasında anıtların tahrip edilmesi ve yağmalanmasına karşı bir tepki olarak geliştirilmiştir.

Sözleşme, modern uluslararası metinlerin ilk örneği olarak kabul edilmektedir (Oğuz, 2018). Yükselen uluslararası dünya düzeninde, kültürel mirasın bozulmasını veya yok edilmesini önlemek için adım atmanın, barışı sağlama ve gelecekteki çatışmaları önleme açısından bir gereklilik olduğu düşüncesiyle bu yaklaşım doğmuştur. Kültürel mirasın korunmasıyla ilgili uluslararası hukuk, savaş zamanında kültürel mülkün korunması gibi sınırlı amaçlarla başlamıştır (Blake, 2000).

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Teşkilatı (UNESCO), Somut Olmayan Kültürel Miras'ın Korunması Sözleşmesi'nde (2003), Somut Olmayan Kültürel Miras'ı şu şekilde tanımlamıştır: "Toplulukların, grupların ve bazı durumlarda bireylerin kültürel mirası olarak tanıdığı uygulamalar, temsiller, ifadeler, bilgi, beceriler ve bu bağlamda ilişkilendirilen araçlar, nesnelere ve kültürel mekanlar." 2003 Sözleşmesi'nin 2. maddesi, Somut Olmayan Kültürel Miras'ın Sözlü gelenekler ve ifadeler, sahne sanatları; sosyal uygulamalar, ritüeller ve festival etkinlikleri; doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar; geleneksel el sanatları olmak üzere beş alanı kapsadığını belirtmektedir (UNESCO, 2024) Somut olmayan kültürel miras; toplumlar, gruplar ve bireyler tarafından kültürel miraslarının ayrılmaz bir parçası olarak uygulanan somut olmayan kültürel değerleri, uygulamaları, temsilleri, ifadeleri, bilgiyi, bilgi birikimini, araçları, nesnelere ve bunlarla ilişkilendirilen kültürel mekanları içermektedir. Bu değerler, çevresel ve tarihsel etki altında nesilden nesile aktarılmakta ve oluşturulmaktadır. Bu da onların biyokültürel kimliğini ve sürekliliğini belirlemektedir (UNESCO, 2024).

SOKÜM, küreselleşmenin artmasıyla birlikte kültürel çeşitliliğin korunmasında önemli bir rol oynamaktadır. Geçmişten bugüne ve geleceğe bir bağlantı sağlayarak bireylere kimlik ve süreklilik duygusu kazandırır. Bu tür mirasın değeri, nesilden nesile aktarılan bilgi ve becerilerin zenginliğinde yatmaktadır. Hem azınlık grupları hem de ana akım sosyal gruplar için önemlidir (Petronela, 2016, s. 731). Sosyal bütünleşmeye katkıda bulunarak kimlik ve sorumluluk duygusunu teşvik ederek bireylerin toplumun bir parçası olduklarını hissetmelerine yardımcı olmaktadır. Ayrıca, farklı kültürel gruplar arasında paylaşılabılır ve nesiller boyunca aktarılabilir olması kapsayıcılığını artırmaktadır (Cominelli ve Greffe, 2012, s. 245). SOKÜM, toplum temellidir ve sadece onu yaratan, sürdüren ve aktaran toplumlar, gruplar veya bireyler tarafından miras olarak tanınabilir. Temsiliyetiyle öne çıkar ve sadece ayrıcalık veya istisnai değer nedeniyle değil, aynı zamanda toplumlar temelinde gelişir (Yaşar ve Yayla, 2023). SOKÜM'ün korunması; sürekli yeniden yaratılması,

aktarılması ve yaşatılması açısından önemlidir. Ayrıca, ekonomik kalkınmanın bir kaynağı olarak toplumdaki işlevlerini geliştirerek ekonomi politikası planlamasında ana akım haline getirilmesini teşvik etmektedir. Genel olarak, SOKÜM sadece kültürel tezahürlerle değil, aynı zamanda bu tezahürler aracılığıyla aktarılan bilgi, beceri ve anlam ile kültürel çeşitliliği ve kimliği korumada oynadığı rollerin bütünüdür (Blake, 2000).

### **2.1.1.1. Türkiye’de Bulunan Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurları**

Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi’nin 16., 17. ve 18. maddelerine dayanarak oluşturulan Somut Olmayan Kültürel Miras Listeleri; İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsilî Listesi, Acil Koruma Gerektiren Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi ve Korumanın İyi Uygulamaları Kaydı olarak adlandırılmıştır. Türkiye, Aralık 2023 itibarıyla bu listelerde toplamda 30 unsura sahiptir. Bu unsurlardan 27’si “İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası” listesine kaydedilmişken, 3’ü “Acil Koruma Gerektiren Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi”nde yer almaktadır (Islık Dili, Geleneksel Ahlat Taş İşçiliği, Zeytin Yetiştiriciliği ile İlgili Geleneksel Bilgi, Yöntem ve Uygulamalar) . Bu kayıtlar, Türkiye’nin zengin kültürel mirasının uluslararası alanda tanınmasına ve korunmasına katkı sağlamaktadır (UNESCO, 2024).

**Meddahlık Geleneği (2008):** Taklit yoluyla hikâye anlatma geleneği, tarih boyunca çeşitli toplumlarda görülmüştür, özellikle Hindistan, Çin, Orta ve Güney Asya gibi bölgelerde yaygındır. Ancak, İslam’ı benimsemiş toplumlarda hikâye anlatma daha da önemli hale gelmiştir. Yazılı metinlerin olmadığı dönemlerde, İslam’ı ve Peygamberin sözlerini yaymakla görevli olan meddahlar, toplumun en saygın figürlerinden olmuşlardır. Meddahlar, sadece hikâye anlatmakla kalmaz, aynı zamanda İslam’ı öven ve metheden kişiler olarak da bilinmekteydi (Aydın, 2019). “Meddah” kelimesi Arapça kökenli olup “methetmek” anlamına gelmektedir; dolayısıyla “meddah” kelimesi “methedici” veya “öväcü” anlamında kullanılmaktadır (Durmaz, 2011).

Meddahlık geleneği, Türk kültüründe köklü bir yer edinmiş olan geleneksel bir hikâye anlatma sanatıdır. Meddahlar, genellikle kahvehane, çay bahçesi veya sokak köşelerinde toplanan insanlara hikayeler anlatırlar. Bu hikayeler genellikle mizahi,

dramatik veya eğitici öğeler içerir ve meddahlar, ses tonları, jestler ve mimiklerle hikâyeyi canlandırarak izleyicileri etkilemeye çalışırlar (Lytko, 1995). Meddah, sıradan bir hikâye anlatıcısı değil, seyircileri etkileyen bir sanatçıdır. Taklitlerindeki başarısı ve seyirciyle kurduğu samimi ilişki, onun ustalığını gösterir. Usta bir meddah, anlattığı hikâyenin akışını veya sonucunu izleyicileri etkileyecek şekilde yönlendirebilir. Seyirciler üzerindeki etkisi, dilini bilmeyen yabancı seyircileri bile etkileyebilecek kadar güçlüdür. Bu durum jestler, mimikler ve diğer davranışlarla olayları canlandırabilme yeteneğiyle de belirginleşmektedir (Kartal, 2017). Meddahlar, Türk kültürünün önemli bir parçası olarak kabul edilmişlerdir ve geçmişten günümüze kadar Türk halkının eğlencesine ve eğitimine katkıda bulunmuşlardır (Durmaz, 2011).

**Mevlevi Sema Törenleri (2008):** Mevlevilik, İslam'ın içinde gelişen bir tarikattır ve kurucusu Mevlâna Celaleddin Rumi'dir. Mevlevi sema törenleri, semazenlerin dönerek manevi bir transa geçmelerini ve Allah'a yakınlaşmayı simgelemektedir. Semazenler, beyaz giysiler içinde dönerek, kendilerini manevi bir yolculuğa çıkarmaya çalışırken, müzik ve ilahi sözler eşliğinde bu ritüeli gerçekleştirirler. Bu törenler, manevi bir derinlik ve ruhani bir deneyim sunmaktadır ve izleyicileri etkileyici bir atmosferle sarmaktadır (Akmaz ve Sürme, 2018).

Sema kavramını iki farklı bağlamda ele alınmaktadır. İlk olarak, gökyüzü veya göğü ifade etmek için kullanılan sema terimi vardır. Diğer taraftan, tasavvufi anlamda sema kavramı, Arapça kökenli "işitme, duyma, dinleme" gibi anlamları içermektedir. Tasavvuf açısından sema kavramı, Mevlevi dervişlerinin ilahi sesleri dinleyerek kendinden geçip raks etmesini ifade etmektedir. Bu anlamda sema, manevi bir deneyimi ve ilahi bir bağlantıyı yansıtmaktadır (Uzun, 2014, s. 35).

Mevlevi Sema törenleri, Mevlevi tarikatı tarafından gerçekleştirilen bir tür tasavvuf ritüelidir. Bu törenlerde, semazenler adı verilen Mevlevi dervişleri meditasyon halinde ve düşünceli bir şekilde kendi bedenlerinin etrafında dönerek ilahi sesleri dinlerler. Törenlerde ilahiler, müzik ve danslar yer alır ve Allah'ın veya Allah'ın doksan dokuz isminden birinin sürekli zikredilmesi, Allah'a olan sevgi ve bağlılığın ifadesidir (Özen, 2020). Tören yedi aşamadan oluşmakta ve beşinci aşamada semazenlerin ikonik dönme hareketi gerçekleşmektedir. Semazenler, dönüş sırasında içten içe Allah'ın adını zikrederler. Törene canlı müzik eşlik eder ve her hareketin, nesnenin ve sesin sembolik bir anlamı vardır. Mevlevi Sema töreni, kendini

dönüştürmenin, lütuf durumuna ulaşmanın ve Tanrı ile bağlantı kurmanın bir yolu olarak kabul edilmektedir (Paçalıoğlu, 2019). Mevlevi sema törenleri, Türkiye'nin kültürel mirasının önemli bir parçası olarak kabul edilir ve bu nedenle korunması ve yaşatılması büyük önem taşımaktadır. Bu törenler, genellikle özel günlerde veya özel etkinliklerde gerçekleştirilmesi yerel halkın ve turistlerin ilgisini çekmektedir.

**Âşıklık Geleneği (2009):** Âşık edebiyatı, 16. yüzyıldan günümüze kadar Türk kültür yaşamının ayrılmaz bir parçası olarak varlığını sürdürmüştür. Bu edebiyat geleneği, Türk kültürünün tüm unsurlarını içine alarak zaman içinde toplumun ortak kültür kodlarını oluşturan önemli bir kurum olmuştur. Türk sosyo-kültürel yapısındaki serbest ve zorunlu kültürel değişimler, toplumsal dokuyu şekillendirmiş ve âşıklık geleneği için önemli bir kaynak olmuştur. Bu geleneğin içinde, değişen toplumsal yapılar ve ihtiyaçlar doğrultusunda gelişen şiirsel anlatımlar bulunmaktadır. Bu şekilde, âşık edebiyatı Türk kültürünün dinamik ve zengin yapısına katkıda bulunurken, toplumun geçmişten günümüze uzanan ortak değerlerini ve kimliğini yansıtmaya devam etmektedir (Artun, 2012).

Âşıklık geleneği, halkın yaşadığı acılar, sevinçler, özlemler, gurbet ve sıla duygusu gibi duyguları, yerel ve milli değerlerle harmanlayarak sanatsal bir şekilde topluma aktaran önemli bir geleneğe sahiptir. Âşıklar, yıllar boyunca değişen zaman şartlarına ve kültürel ihtiyaçlara uyum sağlamışlar ve Türkçenin zenginliğini ve dil özelliklerini eserlerine yansıtmışlardır. Âşıklar, geleneğin mirasçıları olarak Türkçenin gelişimine katkıda bulunmuş ve bugün de bu geleneği canlı tutarak kültürün devamlılığını sağlamışlardır (Özer ve Topal, 2021). Toplumun değerlerini ve ihtiyaçlarını özümseyen âşıklar aynı zamanda yaşadığı kültürün genetik kodlarını taşıyan önemli kişilerdir. Âşıklık geleneği, yüzyıllar boyunca şekillenmiş, belirli kurallara dayanan ve şiirin kalıcı ve etkileyici özelliklerini kullanarak nesilden nesile aktarılan değerli bir kültürel mirastır (Sevindik, 2019).

Âşıklık geleneği, genellikle Anadolu'nun çeşitli bölgelerinde yaşayan ozanlar olan âşıkların geleneği olarak bilinmektedir (Özdemir, 2020). Âşıklar, genellikle saz eşliğinde şiirler söyleyerek ve hikayeler anlatarak geleneksel Türk edebiyatını yaşatmaktadırlar. Şiirlerinde aşk, doğa, vatanseverlik, din ve insanlık gibi birçok konuyu işlerler. Âşıklar, toplumun değerlerini korumak, tarihlerini yaşatmak ve insanlara ilham vermek amacıyla performans sergilerler (Heziyeva, 2010). Âşıklık geleneği, aynı zamanda bir iletişim ve dayanışma aracı olarak da işlev görmektedir.

Aşıklar, toplulukların bir araya gelmesini ve ortak kültürel değerlerin paylaşılmasını sağlamaktadır. Ayrıca, genç nesillere geleneksel kültürü ve değerleri aktarmak için önemli bir rol üstlenmektedirler (Kurt, 2020). Bu geleneğin Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'nde yer alması, aşıklık geleneğinin korunması ve yaşatılması gerektiğine dair ulusal ve uluslararası bir taahhüt olarak kabul edilebilir. Ayrıca, bu listeye alınmasıyla birlikte aşıklık geleneğinin daha geniş bir kitleye tanıtılması ve gelecek nesillere aktarılması için destek oluşturması sağlanmaktadır.

**Karagöz (2009):** Karagöz, geleneksel Türk gölge oyunudur ve kökenleri Osmanlı İmparatorluğu dönemine dayanmaktadır (Bayar, 2023). Karagöz oyununda, ince deriden yapılmış ve aydınlatılmış bir ekranda, özel olarak şekillendirilmiş deri kuklaların gölgeleri kullanılarak hikayeler anlatılmaktadır. Bu kuklalar, farklı karakterleri ve toplumun çeşitli kesimlerini temsil etmektedir (Cingöz, 2016). Oyun, Karagöz ve Hacivat adlı iki ana karakter etrafında şekillenmektedir. Karagöz, cahil ama kurnaz bir halk kahramanını temsil ederken, Hacivat ise entelektüel ve bilgili bir karakteri ifade etmektedir. Oyunlar genellikle mizahi ve eğlenceli öğeler içerirken, bazen toplumsal eleştiriler ve öğütler de içermektedir (Güven, 2008). Bu gölge oyunu, yüzyıllardır Türk toplumunda eğlence, iletişim ve toplumsal eleştiri için önemli bir araç olarak kullanılmıştır. Karagöz oyunları; halkın günlük yaşamını, kültürel değerlerini, mizah anlayışını ve toplumsal ilişkilerini yansıtmaktadır (Delen, 2021). Ayrıca, dilin zenginliğini ve Türk halkının mizahi yönünü ortaya koymasıyla da önemlidir. Karagöz oyunları, nesilden nesile aktarılarak Türk kültürünün sürekliliğini ve kimliğini korurken, aynı zamanda yerel ve ulusal kimliğin bir simgesi olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle, Karagöz, Türk kültürünün vazgeçilmez bir parçası olarak kültürel anlamda büyük bir öneme sahiptir (Varışoğlu Sarpkaya, 2022).

**Nevruz (Azerbaycan, Hindistan, İran, Kırgızistan, Özbekistan ve Pakistan ile ortak dosya (2009) (2016 yılında dosya Afganistan, Azerbaycan, Hindistan, Irak, İran, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Pakistan, Tacikistan ve Türkmenistan katılımı ile genişletilmiştir):** Nevruz, Türklerin bin yıllardır kutladığı ve kökenleri Yenisey-Orhun'dan Altaylara, oradan da Hun Türkleri aracılığıyla Avrupa'ya, Macaristan'a ve Balkanlar'a kadar uzanan geniş bir coğrafyada kutlanan önemli bir bayramdır. Hazar'ın güneyinden Anadolu'ya ve Mezopotamya'ya taşınarak büyük kitleler tarafından kutlanmaya başlamıştır. Nevruz kelimesi Farsça'da "yeni gün" anlamına gelmektedir. Bu bayram, Türklerin ata yurdu kabul edilen bölgelerden

başlayarak, Türk kültürünün yayılması ve etkileşimiyle birlikte farklı toplumlarda ve coğrafyalarda kutlanmıştır (Kapağan, 2019).

Türk dünyasında Nevruz'un kutlanmasının birçok farklı sebebi bulunmaktadır. Nevruz gününe temel olduğuna inanılan olaylar arasında Kur'an'ın indirilmeye başladığı gün, Hz. Ali'nin doğum günü, Hz. Ali ile Hz. Fatma'nın evlendiği gün, Hz. Musa'nın asasıyla Kızıldeniz'i yararak inananları kurtardığı gün, Hz. Yunus'un balığın karnından kurtulduğu gün, Hz. Adem'in çamurunun yoğrulduğu gün, Hz. Adem ve Havva'nın cennetten kovulduktan sonra Arafat Dağında yeniden buluştukları gün, Nuh'un gemisinin karaya oturduğu, İbrahim Peygamberin yakılmak istendiği, Hz. Yusuf'un kuyuya atıldığı, Hz. Musa'nın Mısır'dan ayrıldığı, güneşin Koç burcuna girdiği, gece ile gündüzün eşitlendiği, baharın ve yeni yılın başladığı, Türklerin Ergenekon'dan çıktığı gün gibi çeşitli olaylar bulunmaktadır. Bu çeşitlilik, Nevruz'un dinî öğretilerle birlikte değerlendirilmesine yol açmıştır. Başlangıçta sözlü gelenekte yer edinen bu inançlar, daha sonra ortak bir kültürel anlam taşımış ve genellikle Şamanlık geleneğiyle ilişkilendirilmiştir (Şengül, 2008, s. 63).

Nevruz, 21 Mart'ta, baharın başlangıcını ve yeni yılın başlangıcını kutlamak için düzenlenen bir festivaldir (Karaman, 2008, s. 130). Bu bayram, binlerce yıldır çeşitli toplumlarda çeşitli ritüeller, gelenekler ve etkinliklerle kutlanmaktadır. Nevruz, genellikle toplumun bir araya gelmesini, dayanışmayı ve birlik ruhunu pekiştiren bir etkinlik olarak kabul edilmektedir (Turan, 2000). Nevruz, Türk kültüründe büyük bir öneme sahiptir ve kutlamalar genellikle ailelerin bir araya gelmesi, özel yemeklerin hazırlanması, sokaklarda yapılan etkinlikler ve sembolik ritüellerle doludur (Mustafayev, 2013).

**Geleneksel Sohbet Toplantıları (Yaren, Barana, Sıra Geceleri ve diğer, 2010):** Geleneksel sohbet toplantıları, bir araya gelen insanların belirli bir konu etrafında bilgi alışverişi yaparak, fikirlerini paylaştığı ve birbirleriyle iletişim kurduğu kültürel etkinliklerdir. Bu toplantılar genellikle evlerde, kahvehanelerde, cami avlularında veya diğer toplum alanlarında düzenlenmektedir. Sohbet toplantılarının amacı, toplumun bir araya gelmesini, birlikte vakit geçirmesini ve bilgi, deneyim ve kültürel mirasın aktarımını sağlamaktır. Bu toplantılar sırasında çeşitli konular ele alınabilir, hikayeler anlatılabilir, şiirler okunabilir ve tartışmalar yapılabilir. Geleneksel sohbet toplantıları, bir toplumun sosyal bağlarını güçlendiren, kültürel

kimliğin korunmasına ve iletilmesine katkıda bulunan önemli bir kültürel miras olarak kabul edilmektedir (UTMK, 2024).

**Alevi-Bektaşî Ritüeli Semah (2010):** Semah, Türkiye'deki Alevi topluluğunun gerçekleştirdiği bir ritüeldir ve Alevi cem ritüelinin ayrılmaz bir parçasıdır. Bu ritüel, toplumsal dayanışmayı güçlendirmeye ve Alevi öğretilerini yaymaya hizmet etmektedir. Aynı zamanda Alevilerin inançlarını, maneviyatlarını ve Alevi kimliğini ifade etmelerinin bir yoludur. Semah, cinsiyet ayrımı yapmaksızın herkes tarafından icra edilmekte ve toplumun tüm sağlıklı bireylerinin katılımına izin vermektedir. Kökeni Hz. Muhammed ile ilgili bir dini hikâyeye dayanan Semah, 40 azizin toplanmasıyla ilişkilendirilir ve Alevi inancının temel bir parçasıdır. Semahlar, bölgesel farklılıklara ve müzikal özelliklere sahip olabilir, ancak hepsi ortak bir Alevi inancı ve kültür birikimine dayanmaktadır ve genellikle geleneksel Türk halk müziği eşliğinde icra edilmektedir. Alevi topluluğunun diaspora gibi farklı ortamlarda Alevi kültürel mirasını koruma ve aktarma çabalarının bir parçası olarak Semah, son yıllarda daha geniş bir kamuoyu tarafından fark edilmektedir (Erol, 2010). Semah icrası, Alevilerin sosyo-dinsel ve etno-politik kimliklerini yeniden tanımlamaları için bir platform sağlamaktadır. Semahlar kutsal kabul edilir ve genellikle eğlence amaçlı yapılmamaktadır. Bu nedenle bazı Aleviler tarafından bar veya düğün salonu gibi yerlerde sergilenmesi eleştirilir, ancak Alevi kültürel kimliğini korumanın ve tanıtmamanın bir yolu olarak da görülmektedir. Bu nedenle, Semah ritüel dışı bir bağlamda sahnelendiğinde bile, Alevi topluluğu tarafından önemsenmekte ve değerlendirilmektedir (Öztürkmen, 2005). Tipik bir Cem töreni, Alevi inancına ilişkin konuşmalar, Kuran'dan okumalar, dini hikayelerin anlatılması ve dini şarkıların söylenmesini içermektedir. Tören, Cem katılımcıları tarafından gerçekleştirilen bir Semah performansı ile sona ermektedir (Aykan, 2013).

**Kırkpınar Yağlı Güreş Festivali (2010):** Kırkpınar yağlı güreşlerinin tarihi kökeni Orta Asya bölgesine kadar uzanmaktadır. Türk güreşi, 11. yüzyılda Türk kavimlerinin Anadolu'ya göç etmesinden önce Orta Asya'da ortaya çıkmıştır. Ancak güreş müsabakalarına yağın eklenmesi Bizanslılarla olan kültürel temastan kaynaklanmaktadır. Yağlı güreş zamanla Osmanlı İmparatorluğu ve onun kültürel mirasıyla ilişkilendirilmeye başlanmıştır. Etkinlik, Osmanlı döneminde askeri antrenman ve moralin artırılması amacıyla düzenlenen bir spor etkinliği olarak başlamıştır (Krawietz, 2014). Kırkpınar Yağlı Güreşleri, geleneksel Türk güreşi olan

yağlı güreş olarak bilinmektedir. Bu gelenekte, güreşçiler bedenlerine zeytinyağı sürülerek çayırda mücadele ederler. Zeytinyağı, tutuşu zorlaştıarak greşin diğer türlerine göre daha zorlu bir uğraş olduğunu göstermektedir. Greşçiler, zel bir deri kıyafet olan “kispet” giyerler. Kazanmak için rakibin sırtının yere değmesi, kispetin yırtılması, ayakların baş üstüne kaldırılması, rakibin pes etmesi veya ayaklarının yerden üç adım taşınması gibi çeşitli yollar kullanılabilir. Bu tür greşte, omuz teması yerine farklı pozisyonlarda rakibin yenilgiyi kabul etmesiyle galibiyet elde edilmektedir (Nalbant ve Kale, 2023).

Her yıl Kırkpınar’da düzenlenen bu etkinlikte, güreşçiler arasında bir başpehlivan seçilir. Bu kişi, Kırkpınar’ın şampiyonu olarak kabul edilir ve büyük bir itibara sahip olur. Başpehlivanlık unvanı, Osmanlı döneminden beri devam eden köklü bir geleneğe dayanmaktadır (Karahüseyinoğlu vd., 2010). Kırkpınar Yağlı Güreşleri, Türk kültüründe derin bir öneme sahiptir. Bu etkinlik, Türk halkının dayanışma, cesaret ve geleneksel değerlerini yaşatma ve koruma çabasının bir parçasıdır. Ayrıca, Kırkpınar Yağlı Güreşleri, Türk sporunun ve güreş geleneğinin en önemli temsilcilerinden biridir ve ulusal ve uluslararası arenalarda büyük ilgi görmektedir (Gül vd., 2015).

**Geleneksel Tren Keşkeği (2011):** Tren keşkeği geleneği genellikle nişan, düğün, sünnet düğünleri, asker uğurlamaları gibi önemli sosyal etkinliklerde uygulanmakta ve toplumsal birliği ve dayanışmayı simgelemektedir. Törenin temel özelliği, bir kazan veya büyük bir kap içinde hazırlanan keşkek yemeğidir. Keşkek, önceden ıslatılmış arpa veya buğdayın et veya tavukla uzun süre kaynatılması ve dövülmesiyle hazırlanan bir pilav türüdür (Teyin, 2020). Hazırlık aşaması genellikle birçok kişi tarafından bir araya gelerek gerçekleştirilmektedir. Birlikte yapılan bu faaliyet, toplumsal dayanışma ve iş birliğini simgelemektedir (Yeşilyurt ve Kurnaz, 2021).

Tren gününde, genellikle sabahın erken saatlerinde başlayan hazırlık süreci, keşkek pişirilirken devam eder. Yemeğin hazırlanması sırasında dua edilir ve dualarla yemeğin bereketi ve paylaşımı dile getirilir. Ardından, yemeğin pişirilmesi tamamlandığında, katılımcılar bir araya gelerek yemeği birlikte yerler (elik, Kaya ve Sandıkçı, 2021). Bu tören, aynı zamanda toplum içinde sosyal ilişkilerin güçlendirilmesine ve aile bağlarının pekiştirilmesine de katkı sağlamaktadır. Tren keşkeği geleneği, kuşaklar arası iletişimi ve kültürel mirasın aktarımını teşvik ederken,

aynı zamanda toplumun birlik ve beraberliğini pekiştirmektedir (Başkan ve Avcıkurt, 2015).

**Mesir Macunu Festivali (2012):** Festivalin kökeni, Kanuni Sultan Süleyman'ın annesi Hafsa Sultan'ın tedavi edilemeyen bir hastalığa sahip olmasıyla ilgili tarihi bir hikâyeye dayanmaktadır. Sultan Camii Medresesi'nin başhekimi Merkez Efendi, Hafsa Sultan'ın hastalığını iyileştirmek için çeşitli baharatlar ve bitkilerden özel bir karışım hazırlar. Bu özel macun, Hafsa Sultan'ı hızla iyileştirir ve o zamandan beri "mesir macunu" olarak bilinir. Hafsa Sultan, mesir macununun halk arasında kullanılmasını ve sağlık getirmesini umarak, bu karışımın insanlara dağıtılmasını ister. Bu dilek üzerine, mesir macunu her yıl 21 Mart Nevruz Günü Sultan Camii'nden halka dağıtılır. Her yıl bu olayın anısını kutlamak için Sultan Camii'nin etrafında halk toplanır ve bu şifalı macunun bulunuşu kutlanır. İlk başta darüşşifadaki hastalara verilen macun, ünü yayıldıkça halkın da talep etmesi üzerine geniş kitlelere dağıtmaya başlanır. Ancak, herkesin macun talebinin karşılanmasının zorluğu nedeniyle, macunun 21 Mart Nevruz Günü Sultan Camii çevresinde halka saçılması ve dağıtılması kararlaştırılır (Erdoğan Aksu, 2017, s. 91).

Her yıl festival etkinlikleri, mesir macununun dualar eşliğinde karıştırılması ve pişirilmesiyle başlar. Festival süresince, dağıtmak üzere en az üç ton mesir macunu hazırlanır. Mesir macunu; temizlik, el becerisi, deneyim ve sabır gibi niteliklere sahip en az 14 kadın tarafından küçük, renkli ve parlak kâğıtlara sarılarak paketlenir. Dualarla ve şifa dilekleriyle karıştırılan ve pişirilen macun, Sultan Camii'nin minaresi ve kubbelerinden halka saçılır. Festival boyunca, Türkiye'nin farklı bölgelerinden gelen on binlerce kişi, havada atılan macunları yakalayabilmek için birbirleriyle yarışır. Festival programı, mesir macunu karıştırma ve dağıtma törenlerinin yanı sıra geleneksel mesir korteji yürüyüşü, yemek yarışmaları, halk konserleri, çocuklara yönelik etkinlikler, tiyatro ve halk oyunları gösterilerini içermektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, YAKEGM, 2024).

**Türk Kahvesi ve Geleneği (2013):** Türk kahvesi, kahve çekirdeklerinin öğütülmesiyle elde edilen yoğun ve aromatik bir içecektir. Osmanlı İmparatorluğu'ndan kalma geleneksel bir kahve hazırlama ve servis yöntemi bulunmaktadır. Genellikle Orta Doğu, Kuzey Afrika ve Balkan ülkelerinde yaygın olarak tüketilmektedir. Kahve, ince öğütülmüş kahve çekirdeklerinden demlenir ve özel bir demleme yöntemi kullanılarak cezvede hazırlanır. Servis genellikle küçük

kulpsuz fincanlarda yapılır ve kahve, köpüklü bir tabaka ile sunulur. Türk kahvesi aynı zamanda misafirperverlik, dostluk ve sosyalleşmeyle ilişkilendirilmekte ve Türk atasözleri ve deyimlerinde sıkça yer almaktadır. Bu geleneksel içecek, Türk kimliğinin önemli bir parçasıdır (Küçükkömürler ve Özgen, 2009). Genel olarak Türk kahvesi, kuşaktan kuşağa aktarılan ve Türk kimliğinin ayrılmaz bir parçası haline gelen bir gelenektir. Hazırlama yöntemi, servis tarzı ve kültürel önemiyle Türk kültürünün zengin bir yansımasıdır (Ayvazoğlu, 2011).

**Ebru: Türk Kâğıt Süsleme Sanatı (2014):** Ebru, geleneksel Türk kâğıt süsleme sanatının adıdır. Bu sanat, renkli doğal boyaların, kıvam artırıcı içeren su yüzeyine damlatılarak ve özel bir fırça yardımıyla şekillendirilmesiyle yapılır. Mürekkep su yüzeyinde yayılarak renkli ve desenli bir tabaka oluşturur, ardından kâğıt veya başka bir malzeme bu desenleri emer (Pelit ve Türkoğlu, 2019). Kâğıt üzerindeki desenlerin nasıl oluşacağı tamamen beklenmedik bir şekilde gelişir. Sanatçının müdahalesi ne kadar olursa olsun, sonuçta ortaya çıkan desenler sanatçının iradesi dışında belirginleşir. Bu duruma tecelli denmektedir (Mutluel, 2014, s. 427).

Ebru sanatının kökenleri kesin olarak bilinmemekle birlikte, tarihçiler genellikle bu sanatın Orta Asya’da doğduğunu kabul etmektedirler. Ancak, ebru desenlerinin antik çağlardan beri hayranlık uyandırdığı bilinmektedir. Örneğin, Mısır’da M.Ö. 1365 tarihli cam şişelerde taraklı ve gel-git ebrularını andıran desenlere rastlanmıştır. Ayrıca, Çin’de Sung Hanedanlığı döneminden kalma (960-1279) bazı çömleklerde battal ebrularına benzer görüntülere de rastlanmıştır. Her ne kadar cam ve çömlek üzerindeki desenler ile su yüzeyinde yapılan ebrular arasında teknik farklar olsa da ebru sanatının geçmişte farklı kültürlerde ve zamanlarda benzer tekniklerle uygulandığı görülmektedir (Barutçugil, 2010). Ebru sanatı, Orta Asya’dan Anadolu’ya İpek Yolu üzerinden yayılmış ve ilk dönemlerde cilt ve hat sanatlarına destek olan bir sanat dalı olarak önem kazanmıştır. Bu sebeple, usta sanatçıların isimleri ve eserlerin yapıldığı tarihler genellikle belirsizdir. Batılılar tarafından pek bilinmeyen bu sanata, kâğıda kazandırdığı mermer görünümü dolayısıyla “Türk Mermer Kâğıdı” denmektedir (Begiç, 2015).

Ebru sanatı Türkiye’nin yanı sıra dünyanın birçok yerinde de ilgi görmektedir. Sanatçılar, geleneksel teknikleri modern tarzlarla birleştirerek ebru sanatını yeniden yorumlamaktadırlar. Ayrıca, ebru sanatı atölyeleri ve kursları, bu sanata ilgi duyanlar

için popüler bir etkinlik haline gelmiştir. Ebru, Türk kültürünün ve sanatının önemli bir sembolü olarak kabul edilmektedir.

**İnce Ekmek Yapımı ve Paylaşımı Geleneği: Lavaş, Katırma, Jupka, Yufka (Azerbaycan, İran, Kazakistan, Kırgızistan ve Türkiye ile ortak dosya) (2016):** İnce ekmek, buğday unu, su ve tuz gibi basit malzemeler kullanılarak yapılmaktadır. Tipik olarak taş fırınlarda pişirilmektedir. Pişirme işlemi sırasında ekmek, taş fırının sıcak yüzeyine yapıştırılarak hızlı bir şekilde pişirilir ve ardından hemen servis edilir. İnce ekmek yapımı ve paylaşımı geleneği, genellikle aileler arasında veya topluluk etkinliklerinde önemli bir rol oynamaktadır (Boztoprak, 2021). Yufka ekmeği genellikle kadınlar tarafından yapılmakta ve geleneksel bir yöntemle hazırlanmaktadır. Yufka ekmeği yapımında ahşap oklava ve pişirme için evre ağaç veya pişirgeç adı verilen araçlar kullanılmaktadır. Hamur, oklava ile açılarak saç üzerinde pişirilmektedir. Yufka ekmeği genellikle özel günlerde tüketilir ve yaz sıcaklarına dayanıklı olması nedeniyle tercih edilmektedir. Günümüzde yufka ekmeği genellikle kadınlar tarafından yapılmakta olup, gençlerin ve çocukların da bu geleneği öğrenmesi teşvik edilmektedir. Yufka ekmeği, Türkiye'nin tüm coğrafi bölgelerinde görülmekte olup, özel günlerde toplumsal dayanışmayı simgelemektedir (Alyakut ve Küçükkömürler, 2018).

Ev yapımı ince ekmekler, özellikle bayram ve özel günlerde bir araya gelen aile ve dostlarla paylaşılır. Bir araya gelme, dayanışma ve misafirperverliği simgeler. Ayrıca, ince ekmek yapımı ve paylaşımı geleneği, ustalık gerektiren bir sanat olarak da kabul edilmektedir. Geleneksel olarak, ince ekmek yapımı bilgisi ve becerisi genellikle bir nesilden diğerine aktarılır. Bu da bu geleneğin sadece bir beslenme alışkanlığından öte, bir kültürel miras ve toplumsal bağların bir ifadesi olduğunu göstermektedir (Yayla ve Şirin, 2022).

**Geleneksel Çini Sanatı:** Toprak, yoğrulup pişirildikten sonra çeşitli renk ve desenlerle süslenen sırlı seramik ev eşyaları veya duvar panolarına “çini” adı verilir. Çini sanatı, Türk kültürünün önemli bir parçası olan geleneksel seramik sanatının özel bir dalıdır. Çini sanatı, Türk İslam sanatının önemli bir bileşenidir ve Osmanlı İmparatorluğu döneminde büyük bir gelişme göstermiştir. Osmanlılar, çiniyi cami, saray ve diğer mimari yapıların süslemesinde yaygın olarak kullanmışlardır. Özellikle İznik çinisi olarak bilinen ve İznik şehrinde üretilen çini, Osmanlı döneminin en ünlü ve değerli çini tarzlarından biridir. İznik çinisi, zengin renkleri, geometrik desenleri ve

bitki motifleriyle tanınmaktadır (Avşar ve Avşar, 2014). Geleneksel çini sanatı, ustalar tarafından elde yapılır ve genellikle çok detaylı ve karmaşık desenler içerir. Çini sanatçıları, motifleri çizmek ve renkleri uygulamak için özel fırçalar ve aletler kullanırlar. Ardından, ürünler genellikle yüksek sıcaklıklarda pişirilir ve camın erimesiyle desenler sabitlenir (Çalışıcı Pala, 2018).

Geleneksel çini sanatının temelini oluşturan ve onu koruyan en önemli faktör, nesiller arası aktarılan bilgiler ve uygulamalardaki geleneksel zanaatkârlıktır. Bu, hammaddenin tedarikinden boyaların hazırlanmasına, üretim araçlarının yapımına, fırınlama süreçlerine, süsleme tekniklerine ve estetik anlayışlara kadar çeşitli alanlarda kendini göstermektedir. Bugün, çini sanatı hala Türkiye’de yaşatılmakta ve uygulanmaktadır. Geleneksel teknikler modern tasarım anlayışıyla birleştirilerek, çağdaş çini eserlerinin de ortaya çıkmasına olanak sağlamıştır. Çini sanatı, Türk kültürünün zenginliğini ve estetik değerlerini yansıtan önemli bir miras olarak kabul edilmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, YAKEGM, 2024).

**Bahar Bayramı Hıdırellez (Makedonya ile ortak dosya) (2017):** Hıdırellez, Türk ve Orta Asya kökenli bir bahar bayramıdır. Hıdırellez, Orta Kuşak’ta yaşayan toplulukların kadim geleneklerinden birine ait bir mevsim bayramıdır. Bu tür bayramlar genellikle doğayla iç içe yaşayan topluluklar arasında kutlanmaktadır. Hıdırellez, İslam inancında Hz. Hızır ile Hz. İlyas’ın buluştuğu gün olarak kabul edilir. Bu nedenle, Türk halk kültüründe hem İslami hem de pagan öğeler içeren bir bayramdır (Güngör, 1956).

Hıdırellez; toplayıcılar, avcılar veya tarımla uğraşan topluluklar arasında yaygındır. Mevsim bayramları, doğanın döngüsüyle yakından ilişkilidir ve doğanın bereketini, canlanışını ve dönüşümünü kutlamaktadır. Bu özel günlerde insanlar doğa ile etkileşime geçerek bahar temizliği yapar, dileklerini dile getirir ve geleneksel yemeklerle birlikte açık hava etkinlikleri düzenler. Ayrıca, Hıdırellez’in korunma ve bereket getirmesi için dualar edilir, kötü ruhların uzaklaşması ve sağlık dilekleri için dualar yapılır. Bu ritüeller, toplumun doğa ile uyum içinde yaşama ve doğanın yeniden canlanışını kutlama arzusunu yansıtmaktadır (Kahraman ve Arıkan, 2015).

Hıdırellez gibi mevsim bayramları, toplulukların ortak değerlerini, birlik ve dayanışma duygularını güçlendirmek için bir araya gelme fırsatı sunmaktadır (Oğuz, 2020). Bu kutlamalar genellikle açık havada, pikniklerle, danslarla, müzikle ve diğer

geleneksel etkinliklerle kutlanmaktadır. Doğanın uyanışı ve yenilenmesi temaları, bu bayramların merkezinde yer almakta ve insanların doğayla olan bağlarını güçlendirmeye yönelik bir inancı simgelemektedir (Turan, 2008).

**Dede Korkut-Korkut Ata Mirası: Kültürü, Efsaneleri ve Müziği (Azerbaycan ve Kazakistan ile Ortak Dosya, 2018):** Dede Korkut-Korkut Ata Mirası, Türk kültürünün önemli bir parçası olan efsanevi bir karakter ve ona atfedilen hikayelerin geniş bir koleksiyonudur. Dede Korkut, Oğuz Türklerinin destansı kahramanlarından biridir ve Oğuz destan geleneğinin en önemli temsilcilerinden biri olarak kabul edilmektedir. Korkut Ata'nın hayatından kesitler, kahramanlık hikayeleri, toplumsal değerler, ahlaki prensipler ve doğaüstü öğeleri içeren bu hikayeler, sözlü gelenekte nesilden nesile aktarılmış ve sonunda yazılı hale getirilmiştir (Banarlı, 2004).

Dede Korkut hikayeleri genellikle Oğuz Türklerinin göçebe yaşam tarzını, onların adalet anlayışını, kahramanlık ve cesaret ideallerini, dostluk ve düşmanlık ilişkilerini, aşkı ve onur kavramlarını ele almaktadır. Bu hikayelerde yer alan karakterler ve olaylar, Türk toplumunun tarihî ve kültürel köklerini yansıtarak millî kimliğin oluşumuna katkı sağlamıştır (Koç, Demirkaya ve Selçuk, 2021).

**Geleneksel Türk Okçuluğu (2019):** Geleneksel Türk okçuluğu, Türklerin tarih boyunca uyguladığı önemli bir spor ve savaş sanatıdır. Türklerin göçebe yaşam tarzı ve savaşçı geleneği, okçuluğun hayati bir beceri olarak benimsenmesine ve gelişmesine katkıda bulunmuştur. Geleneksel Türk okçuluğu, sadece fiziksel bir beceri değil, aynı zamanda manevi bir disiplin ve kültürel bir sembolizmdir. Ok atma, Türk toplumlarında cesaretin, becerinin ve gücün bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Ayrıca, bu geleneğin bir parçası olarak, okçular arasında saygı, disiplin ve kardeşlik gibi değerlerin teşvik edildiği ve korunduğu bir ortam oluşturulmaktadır (Polatcan, 2022). Okçuluk geçmişte göçebe topluluklar ve savaşçı kültürler için avcılık, savaş sanatı ve beslenmeyle yakından ilişkilendirilen bir spor olarak kabul edilmiştir. Türkler, bu sporu yaşam biçimi olarak benimseyerek kendilerine “Bozok” ve “Üçok” gibi okla ilişkilendirilen isimler vermişlerdir. Onlar için ok ve yay, adaletin ve hâkimiyetin sembolü olmuş, hatta “yay hakanlık, ok hakana bağlılık” gibi bir anlam taşımıştır (Küçük, 2018).

Geleneksel Türk okçuluğu, çeşitli teknikler, ekipmanlar ve ritüeller içermektedir. Bu teknikler arasında yayın kullanımı, okun doğru bir şekilde hedefe yönlendirilmesi ve atış esnasında bedenin uygun bir şekilde kontrol edilmesi yer almaktadır. Ayrıca, okçular genellikle belirli ritüellerle atışlarını gerçekleştirmektedir ve bu ritüeller, geleneğin önemli bir parçası olarak kabul edilmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, YAKEGM, 2024)

Bugün, geleneksel Türk okçuluğu hem spor amaçlı olarak hem de kültürel etkinliklerde yaşatılmaktadır. Okçuluk kulüpleri ve organizasyonlar aracılığıyla insanlar bu geleneği öğrenmekte ve yaşatmaktadır. Ayrıca, özel etkinlikler, festivaller ve gösterilerde geleneksel Türk okçuluğu, Türk kültürünün önemli bir unsuru olarak sergilenmektedir. Bu sayede, geçmişten günümüze uzanan bu önemli miras, gelecek nesillere aktarılmakta ve yaşatılmaktadır (Zeren Akbulut, 2021).

**Minyatür Sanatı (Azerbaycan, İran ve Özbekistan ile Ortak Dosya) (2020):** Minyatür, elyazmalarına metni aydınlatmak amacıyla yerleştirilen açıklayıcı resimlerdir. Batı ve Doğu kültürlerinde kökenleri Antik Çağ'a ve İslam öncesi dönemlere kadar uzanmaktadır. İslam dünyasında, Selçuklu, Moğol, Memluk, Celayirli, İncü, Muzafferi, Timurlu, Türkmen, Safevi ve Osmanlı dönemlerinde gelişen minyatür sanatı, 13-19. yüzyıllar arasında el yazmalarında hakim olan resim türü olarak kabul edilmiştir. Minyatür, gerçeklik anlayışıyla şekillenen bir yüzey resmidir ve tasarımını belirleyen en önemli unsur olarak gerçekliğin betimlenmesine odaklanmaktadır. Natüralist ve soyut bir resim olarak nitelendirilebilir çünkü görünen dünyanın verilerini hem tanınabilir hem de organizasyonları açısından anlaşılabilir bir şekilde yansıtmaktadır. Bu biçim özelliği, nakkaşların görünen gerçekliği taklit etme ihtiyacından kaynaklanmaktadır (Konak, 2014, s. 44). Minyatür sanatı, sarayda yetişen ressamlar tarafından ustalıkla icra edilmiştir. Bu sanatın en önemli merkezleri İstanbul, Bursa ve Edirne gibi büyük şehirlerdir. Türk minyatürleri genellikle manzara, portre, mitolojik sahneler, hükümdarların portreleri ve tarihi olayları içeren çeşitli konuları işlemektedir. Sanatçılar, ince detaylarla dolu kompozisyonlar oluşturmak için genellikle küçük fırçalar ve ince uçlu kalemler kullanmaktadırlar (Aslanapa, 1986).

Minyatürde kullanılan boyalar genellikle toprak boyalardır. Bu boyalar, su ile önceden eritilmektedir. 17. yüzyıla kadar, bu boyalara yumurta sarısı eklenerek sabit hale getirilmekteydi. Yumurta sarısı ile karıştırılan boyalar, sabit ve parlak bir yüzey sağlamak ve resimde kabarıklık efekti oluşturmaktadır. Bu özellik minyatür

sanatında aranan bir niteliktir. Ancak yumurta sarısı ile hazırlanan boyalarda, her kullanımda taze yumurta sarısı eklenmesi gereklidir. Çünkü içine yumurta sarısı karıştırılan boya kurduktan sonra tekrar karıştırılmamakta ve ikinci kez kullanılmamaktadır. Bu nedenle, 18. yüzyıldan sonra toprak boyaların içine yumurta sarısı eklemek yerine tutkal kullanımı tercih edilmiştir (Binark, 1978).

Minyatür sanatında bulunan ayrıntılar, sanatın geçmişten günümüze olan evriminde ve gelişiminde önemli bir rol oynamaktadır. Bu detaylar, minyatür eserlerin tarihi, olaylar ve kişiler hakkında derinlemesine bilgi sunmasıyla dikkat çekmekte ve bu eserlere belgelik kazandırmaktadır. Ayrıca, minyatür sanatçısının olaylara bakış açısını yansıtması bakımından da önemlidir. Minyatür eserler genellikle gözlemci bakış açısına dayandığı için perspektif ve renk kullanımının ikincil olduğu soyut bir yaklaşım benimserler. Ancak, detaylar bu soyutluğun azaltılmasında kilit bir rol oynamaktadır (Kahraman ve Önal, 2020, s. 20).

**Geleneksel zekâ ve strateji oyunu: Togyzqumalaq, Toguz Korgool, Mangala / Göçürme (Kazakistan ve Kırgızistan ile Ortak Dosya) (2020):** Mangala, genellikle iki oyuncu arasında oynanan ve tahta üzerindeki oyuncu çukurlarında topların hareket ettirildiği geleneksel bir zekâ ve strateji oyunudur. Oyun, farklı bölgelerde farklı isimlerle bilinse de genel olarak benzer kurallara sahiptir. Mangala'nın oynanışı, her oyuncunun kendi tarafındaki çukurlarda bulunan topları rakibin çukurlarına hareket ettirme ve bu sırada topları ele geçirme stratejisine dayanır (Boobekova, 2017). Bir Mangala tahtası, genellikle ahşap veya metal bir levha üzerine oyulmuş iki sıra çukurdan oluşur. Her bir oyuncunun sahası bu çukurlardan oluşur ve genellikle altı ila sekiz çukur bulunur. Oyun, genellikle 48 adet topla oynanır; her oyuncunun sahasındaki topların sayısı eşittir. Oyuncular sırayla, kendi sahasındaki çukurlardan topları alır ve saatin tersi yönde tahta üzerinde ilerletir. Oyuncuların amacı, topları hareket ettirerek rakibin toplarını ele geçirmek ve kendi toplarını biriktirmektir. Oyunun sonunda, sahadaki topların sayısına göre puanlar hesaplanır ve en yüksek puana sahip olan oyuncu kazanır (Gül, Uzun ve Çebi, 2018).

Mangala, strateji, planlama ve sezgi gerektiren bir oyundur. Oyuncuların hamlelerini dikkatlice düşünmesi ve rakibin taktiklerini analiz etmesi gerekir. Aynı zamanda, oyuncular arasında sosyal etkileşimi teşvik eder ve geleneksel olarak aile toplantılarında, festivallerde ve diğer sosyal etkinliklerde oynanır. Mangala, kültürel

mirasın önemli bir parçası olarak kabul edilmekte ve birçok toplumda kuşaktan kuşağa aktarılmaktadır (Kul, 2018).

Mangala gibi geleneksel zekâ ve strateji oyunları, kültürel mirasın önemli bir parçasıdır çünkü bu oyunlar, bir toplumun geçmişine, değerlerine ve sosyal dokusuna derinlemesine kök salmıştır. Bu tür oyunlar, kuşaktan kuşağa aktararak toplumun bir parçası haline gelmiş ve zaman içinde değişime uğramıştır, ancak temel nitelikleri ve kuralları genellikle korunmuştur. Mangala gibi oyunlar, insanların sosyal etkileşimini teşvik etmekte, stratejik düşünme becerilerini geliştirmekte ve topluluklar arasında dayanışma ve bağlılık duygularını güçlendirmektedir. Bu oyunlar, bir toplumun kimliğinin, değerlerinin ve geleneklerinin önemli bir parçası olarak kabul edilmekte ve korunması gereken bir miras olarak görülmektedir.

#### **Hüsn-i Hat, Türkiye’de İslam Sanatında Geleneksel Güzel Yazı (2021):**

Hat Sanatı, özellikle İslam dünyasında yaygın olarak pratik edilmiştir. İslam inancına göre, güzel yazı ve sanat, Tanrı’nın güzelliğini yansıtan bir ifadedir. Hat sanatı ustaları, ince bir el işçiliğiyle harfleri estetik bir biçimde düzenler ve süslerler (Selamet, 2012). Hat sanatı, ölçülü ve nispetli bir biçimde kamış kalem, is ve el yapımı mürekkepler kullanılarak icra edilen estetik bir yazı yazma sanatıdır. Türkiye’de bu sanatla uğraşan kişilere “Hattat” veya “Hat sanatçısı” denir. Hat sanatının icrasında aharlı kâğıt, kamış kalem, kalemtraş, makta, hokka ve divit gibi çeşitli malzemeler kullanılır (Derman, 1997). Hüsn-i hat, sadece yazıyı güzelleştirmekle kalmaz, aynı zamanda mimari, bezeme ve resim gibi sanatlarda da kullanılmaktadır (Selalmaz, 2021).

#### **Çay Kültürü: Kimlik, Misafirperverlik ve Toplumsal Etkileşim Sembolü**

**(Azerbaycan ile ortak dosya, 2022):** Çay kültürü, Türkiye’de ve dünyanın birçok yerinde derin köklere sahip önemli bir kültürel mirastır. Özellikle Türkiye’de ve Doğu Avrupa, Orta Asya ve Orta Doğu’da, hatta İngiltere’de bile yaygın olarak tüketilen çay, sosyal ilişkilerden ticari toplantılara kadar pek çok alanda önemli bir rol oynamaktadır. Çay kültürü, demleme tekniklerinden sunuma kadar çeşitli yönleriyle zengin bir mirasa sahiptir (Sü Eröz ve Bozok, 2018).

Türk çay kültürü, çayın demlenmesinde kullanılan çaydanlık ve semaver gibi özel ekipmanlar, çay demleme ritüelleri, çay sohbetleri ve çayın sunumuyla öne çıkmaktadır. Genellikle misafirlere çay ikramı, Türk misafirperverliğinin önemli bir parçası olarak kabul edilir. Özellikle kahvehanelerde, çay evlerinde ve evlerde çay

demlemek ve içmek sosyal bir etkinlik haline gelmiştir (Bükey ve Göral, 2022). Çay, Türkiye’de sadece bir içecek değil, aynı zamanda bir yaşam tarzıdır. Özellikle çayın demlenmesi ve sunumu, geleneksel olarak bir sanat olarak kabul edilmektedir. Türk çay kültürü, aileler arasında, arkadaşlar arasında ve iş toplantılarında bir araya gelmenin ve iletişim kurmanın önemli bir parçasıdır (Güneş, 2012).

**İpek Böcekçiliği ve Dokuma için İpeğin Geleneksel Üretimi (Afganistan, Azerbaycan, İran, Tacikistan, Türkmenistan ve Özbekistan ile ortak dosya, 2022):** İpek böcekçiliği ve dokuma için ipeğin geleneksel üretimi, tarih boyunca birçok kültürde önemli bir yer tutmuştur. İpek, ipek böceği adı verilen larvaların koza yapmak için salgıladığı protein ipliklerinden elde edilir. Bu iplikler, bir araya getirilerek dokunur ve çeşitli ipek ürünleri üretilir. Geleneksel olarak, ipek böcekçiliği ve ipeğin üretimi birçok ülkede uzun yıllar boyunca aileler tarafından kuşaktan kuşağa aktarılan bir zanaat olmuştur. Bu süreçte ipek böceklerinin yetiştirilmesi, koza yapmaları için uygun şartların sağlanması, ipliklerin elde edilmesi, boyanması ve son olarak dokuma işlemi yer alır. Geleneksel yöntemler, modern teknolojinin gelişmesiyle birlikte yerini makineleşmiş üretime bırakmış olsa da hala birçok kültürde yaşatılmaya çalışılan önemli bir miras olarak kabul edilmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı AREGEM, 2022).

İpek böcekçiliği ve dokuma için ipeğin geleneksel üretimi, kültürel miras olarak önemlidir çünkü bu geleneğin devam etmesi, birçok kültürdeki tarihi, zanaat ve sosyal bağları canlı tutmaya yardımcı olabilir. Bu geleneğin sürdürülmesi, geçmişten günümüze uzanan birçok el sanatının, teknik bilginin ve kültürel değerlerin korunmasına katkı sağlayabilir. Ayrıca, ipek böcekçiliği ve ipeğin üretimi, yerel ekonomilere ve topluluklara gelir sağlayabilir ve geleneksel zanaatları yaşatma çabalarını destekleyebilir. Bu mirasın korunması, gelecek nesillere zengin bir kültürel miras bırakılmasına ve kültürel çeşitliliğin korunmasına katkıda bulunur.

**Nasreddin Hoca/Molla Nesreddin/Molla Ependi/Apendi/Afendi Kozhanasyr Fıkra Anlatma Geleneği (Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan, Tacikistan, Türkmenistan, Özbekistan ile ortak dosya, 2022):** Nasreddin Hoca, halkın yaşam deneyimlerini ve zekasını temsil eden bir figürdür. Onun fıkraları, esprili anlatımlarıyla toplumda yaygın olarak bilinir ve zamanla atasözlerine dönüşmüştür. Bu hikayeler, mizahi bir dille toplumsal normları sorgulamakta ve insan davranışlarını

ele almaktadır. Aynı zamanda, öğretici bir işlevi de bulunmaktadır; ahlaki ve düşünsel dersler vermektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı YAKEGM, 2022).

Nasreddin Hoca'nın fıkraları, genellikle mizahi ve eğlenceli olaylar etrafında döner. Hoca, sık sık mantık hatalarını veya toplumsal normlara uymayan davranışları sergileyerek insanları düşündürür ve güldürür. Bu fıkralar genellikle espri, taşlama ve öğütlerle doludur. Hoca'nın karakteri, zekâsı ve alışılmadık davranışları, onu Türk halk kültüründe sevilen bir figür haline getirmiştir. Nasreddin Hoca fıkraları, geleneksel olarak bir araya gelindiğinde veya toplum içinde paylaşıldığında anlatılır. Bu fıkralar sadece eğlence amaçlı değil, aynı zamanda toplumsal değerleri, yaşam bilgeliğini ve zekâyı öğretmek için de kullanılır (Özdemir, 2010).

**Tezhip/Tazhib/Zarhalkori/Tezhip/Naqqoshlik (Azerbaycan, İran İslam Cumhuriyeti, Tacikistan ve Özbekistan ile ortak dosya, 2023):** Tezhip Sanatı, el yazması kitapların, özellikle de Kur'an-ı Kerim'in sayfalarını süslemek için kullanılan bir süsleme sanatıdır. Tezhip, Arapça "zehab" kelimesinden türemiştir ve altın işçiliği anlamına gelmektedir. Bu sanat, özenle seçilmiş renkli mürekkepler ve genellikle altın veya gümüş yıldız kullanılarak yapılmaktadır. Tezhip sanatının temel özellikleri arasında simetri, geometrik desenler, bitki motifleri ve hat sanatıyla birlikte kullanılması yer almaktadır. Sanatçılar, incelikli detaylarla dolu karmaşık desenler oluştururken, aynı zamanda estetik bir denge ve uyum sağlamaya çalışırlar (Yılmaz ve Şimşek, 2019). Tezhip, sadece bir süsleme sanatı olmanın ötesinde, derin bir manevi ve kültürel bir anlam taşımaktadır. İslam kültüründe yazılı metinlerin kutsallığına ve güzelliğine olan saygının bir ifadesi olarak kabul edilmektedir (Serin, 2012).

Tezhip, İslam sanatının önemli bir parçası olup, Orta Doğu ve Osmanlı İmparatorluğu'nun etkisi altında gelişmiştir. Özellikle Osmanlı İmparatorluğu döneminde, Tezhip sanatı büyük bir gelişme göstermiş ve zirveye ulaşmıştır. Tezhip sanatçıları, Kur'an-ı Kerim ve diğer dini metinlerin sayfalarını süslemek için farklı teknikler kullanmışlardır (Duran, 2018).

**İftar/Eftari/İftar/İftor ve Sosyo-Kültürel Gelenekleri (Azerbaycan, İran İslam Cumhuriyeti ve Özbekistan ile ortak dosya, 2023):** İftar geleneği, İslam topluluklarında Ramazan ayında oruç ibadetinin sona erdiği zaman diliminde gerçekleşen toplu açma yemeğini ifade eder. Bu ritüel, Arapçada "açmak" anlamına gelen iftar kelimesinden türetilmiştir ve gün batımıyla birlikte orucun açılmasını

simgeler. İftar sofraları, çeşitli yiyeceklerle dolup taşar ve bu yiyecekler genellikle bölgesel ve kültürel farklılıklara göre değişiklik gösterir. Hurma veya su ile başlayan iftar, ardından çorba, meze, ana yemek ve tatlı gibi çeşitli lezzetleri içerir. Bu yemek, aile üyeleri, komşular, arkadaşlar ve hatta yabancılar arasında dayanışma ve birlik duygusunu pekiştirmek için bir fırsat sunar. Ayrıca, ihtiyaç sahiplerine yardım etmek ve onlarla paylaşmak da iftar geleneğinin önemli bir parçasıdır; bu nedenle, Ramazan ayı boyunca hayır kurumları ve gönüllü gruplar tarafından çeşitli yardım faaliyetleri düzenlenir. İftar geleneği, yalnızca yemek yemenin ötesinde manevi bir deneyimdir; oruç tutmanın ibadetini yerine getirmenin yanı sıra, bir araya gelmenin ve birlikte dua etmenin bir yolu olarak da kabul edilir. Bu nedenle, İftar geleneği İslam toplumlarının sosyal ve dini yaşamının önemli bir parçasını oluşturur (Kültür ve Turizm Bakanlığı YAKEGM, 2024).

**Balaban/Mey Zanaatkârlığı ve İcra Sanatı (Azerbaycan ile ortak dosya, 2023):** Balaban, Türk müziğinde kullanılan, genellikle kamıştan veya diğer doğal malzemelerden yapılan bir nefesli çalgıdır ve saz grubunun bir parçası olarak sıkça kullanılmaktadır (Eren ve Tansever, 2020). Balabanın yapımında geleneksel teknikler ve ustalık gereklidir. Kamış veya diğer malzemeler özenle seçilir ve ustalar tarafından özel tekniklerle işlenir. Ardından, çalgının ana gövdesi ve ağızlığı şekillendirilir ve detaylar eklenir. Balabanın icrası da ustalık gerektirir ve genellikle ustalar tarafından öğrencilere aktarılan geleneksel bilgi ve deneyime dayanmaktadır (Doğan, 2019).

Balaban icrası, özellikle doğal nefes kontrolü, tonlama ve ritim becerilerini içermektedir. Çalgı, genellikle solo olarak icra edilirken, bazen diğer enstrümanlarla birlikte de çalınabilir. Balaban, Türk halk müziğinde ve halk danslarında sıkça kullanılan bir enstrümandır ve Türk kültürünün önemli bir parçasıdır. Balaban/Mey zanaatkârlığı ve icra sanatı, Türk müziği mirasının yaşatılmasında ve geleneksel müziğin gelecek nesillere aktarılmasında önemli bir rol oynamaktadır (Abdulleyeva, 2015).

**Sedef Kakma İşçiliği (Azerbaycan ile ortak dosya, 2023):** Sedef kakma sanatı, ince ve hassas sedef kabuklarının işlenerek ahşap, metal veya diğer malzemeler üzerine süsleme amaçlı kakılmasıyla gerçekleştirilmektedir. Kabuklar, genellikle deniz yumuşakçalarının kabuklarından elde edilmekte ve özel işlemlerden geçirilerek işlenebilir hale getirilmektedir. Genellikle doğadan esinlenen desenler, bitki motifleri, geometrik desenler ve hayvan figürleri gibi çeşitli motifler sedef kakma işlerinde

yaygındır (Özdemir ve Yıldırım, 2016). Bu desenler önceden tasarlanır ve ardından elle veya özel aletlerle malzeme üzerine işlenmektedir. Sedef kakma işleri genellikle ahşap mobilyalar, kutular, mücevher kutuları, kapılar ve çerçeveler gibi dekoratif amaçlarla kullanılan eşyalarda uygulanır. Sanatçının el becerisi ve deneyimine dayanarak bu işlemler, detaylı ve ince işçilik gerektiren bir süreçtir (Eser ve Bal, 2017).

**Islık Dili (2017):** Islık dili, iletişim amacıyla kullanılan özel bir dil biçimidir. Bu dil biçimi, sözcüklerin veya cümlelerin özel bir düzenlemeyle düdüklü bir sesle ifade edilmesini sağlamaktadır. Islık dili, çeşitli topluluklarda, özellikle de dağlık veya uzak bölgelerde iletişim kurmanın etkili bir yolu olarak geliştirilmiştir. Genellikle uzak mesafelerde, yüksek dağlık alanlarda veya yoğun ormanlık alanlarda konuşmanın zor olduğu durumlarda kullanılmaktadır. Islık dili, insanların uzun mesafelerde haberleşmesine olanak tanırken, aynı zamanda kültürel bir ifade biçimi olarak da görülmektedir. Geleneksel olarak, çobanlar, avcılar, dağcılar ve diğer doğa insanları tarafından kullanılan bir iletişim aracı olmuştur. Bugün bile, bazı topluluklar bu geleneksel iletişim biçimini sürdürmekte ve korumaktadır (Uzun, Zaman ve Birinci, 2021).

Islık dili, Türkiye'de özellikle Doğu Anadolu ve Karadeniz bölgelerinde yaygın olarak kullanılan özel bir iletişim biçimidir. Örneğin, Karadeniz Bölgesi'nde, özellikle Giresun'un Çanakçı ilçesine bağlı Kuşköy gibi bölgelerde, bu dilin geleneksel olarak sürdürüldüğü bilinmektedir. Kuşköy'ün coğrafi yapısı, teknolojik gelişmelerin gerisinde kalması ve geçim ekonomisinin değişmesi gibi faktörler, Islık dilinin bu bölgelerde günümüze kadar korunmasını sağlamıştır. Ancak, günümüzde hızlı teknolojik ilerleme, tarım ve geçim şekillerindeki değişimler ve küreselleşmenin etkisiyle, bu dilin kullanımı giderek azalmaktadır (Gülveren, 2016).

**Geleneksel Ahlat Taş İşçiliği (2022):** Geleneksel Ahlat Taş İşçiliği, Türkiye'nin Bitlis iline bağlı Ahlat ilçesinde uzun yıllara dayanan bir geçmişe sahip olan ve önemli bir kültürel miras olarak kabul edilen bir el sanatıdır. Bu sanat, mimari eserler ve mezar taşları gibi çeşitli yerlerde kullanılmaktadır (Sökmen, 2015).

Ahlat taşı, doğal olarak çeşitli renklere sahip bir taştır. İlk çıkarıldığında kolayca işlenebilir ancak zamanla sertleşir. Bu nedenle, oymacılar hemen taşı kesip şekillendirir ve süsler. Genellikle kazıma, kabartma ve oyma gibi teknikler

kullanılarak süslemeler yapılmaktadır. Bitkisel, geometrik ve kaligrafik motifler sıkça kullanılmakta ve bu motifler nesilden nesile aktarılmaktadır. Ahlat taşı kullanarak yapı inşa etmek belirli bir beceri ve bilgi gerektirmektedir. İnşaatlar, geleneksel halk takvimine göre belirlenen dönemlerde başlar ve tamamlanır. Bu geleneksel bilgi, beceri ve uygulamalar genellikle ustalar tarafından çırağa aktarılır. Son yıllarda ise, bu mirasın yeni nesillere aktarılmasında yaygın eğitim de önemli bir rol oynamaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı YAKEGM, 2024).

**Zeytin Yetiştiriciliği ile İlgili Geleneksel Bilgi, Yöntem ve Uygulamalar (2023):** Zeytin yetiştiriciliği, Akdeniz bölgesinin köklü ve zengin bir kültürel mirasıdır. Bu miras, sadece zeytin ağaçlarının yetiştirilmesi ve zeytinyağı üretimi ile sınırlı değildir; aynı zamanda geleneksel bilgi, yöntem ve uygulamaları da kapsamaktadır. Zeytin ağaçları, uygun iklim ve toprak koşullarında geleneksel olarak belirli aralıklarla dikilir ve düzenli olarak budanır. Hasat mevsimi geldiğinde, zeytinler genellikle elle toplanır, bu da kaliteli yağ elde etmek için önemli bir adımdır. Zeytinyağı üretimi, geleneksel olarak taş değirmenlerde veya hidrolik preslerde gerçekleştirilir. Bu süreç, genellikle aile işletmeleri tarafından yürütülmekte ve bölgesel farklılıklar gösterebilmektedir (Abalı, 2014). Elde edilen yağlar, serin ve karanlık bir yerde muhafaza edilir ve geniş bir kullanım alanına sahiptir. Zeytinyağı, yemek pişirmeden kozmetik ürünlere kadar birçok alanda kullanılmaktadır. Bazı kültürlerde geleneksel tıbbi uygulamalarda da yer bulmaktadır. Ayrıca, zeytin hasadı festivalleri gibi geleneksel etkinlikler, bu kültürel mirasın önemli bir parçasıdır. Zeytin yetiştiriciliğinin toplumlar için sadece bir geçim kaynağı değil, aynı zamanda kimliklerini ve miraslarını yansıtan bir unsurdur (Kültür ve Turizm Bakanlığı YAKEGM, 2024).

#### **2.1.1.2. Somut Olmayan Kültürel Miras Olarak Geleneksel Sohbet Toplantıları**

Geleneksel sohbet toplantılarının kökeni birçok araştırmada ahi teşkilatına bağlanmaktadır. Ahilik, Anadolu'daki esnaf ve sanatkâr birliklerine verilen bir addır. Türk düşünce dünyasında çeşitli uygulamalar, törenler ve inançlarla kendini göstermektedir. Ahilik, 13. yüzyıldan 20. yüzyıla kadar Anadolu'da meslek birlikleri içinde yer almıştır. Bu düşünce sisteminin sadece esnaf için geçerli olduğu düşünülse

de Ahi düşüncesine bakıldığında, ahiliğin toplumun her kesiminde var olduğu görülmektedir. Ahilerin oluşturduğu birlikler; sanatkârlardan oluşan kavli, askerlerden oluşan seyfi ve diğer halktan oluşan Gurbî grupları şeklinde üçe ayrılmıştır. Ahilik, hedeflerine ulaşmak için güçlü bir teşkilatlanma modeli ve köklü bir eğitim sistemi ile çaba göstermiştir. Mesleklerde yamak, çırak, kalfa ve usta hiyerarşisi doğrultusunda eğitim verilmesi, yetenekli bireylerin medreselerde ustaların rehberliğinde eğitim almaları ve ihtiyaç halinde maddi destek sağlanması gibi uygulamalar Ahilik tarafından benimsenmiştir (Eroğlu ve Köktan, 2015). Bu kuruluşlar sadece dini ve ekonomik değil, aynı zamanda sosyal yardımlaşma amaçlarını da taşımaktaydı. Bu nedenle, ahlak, sanat ve yardımseverlik unsurlarının bir bileşimi olarak ortaya çıkan bu yapılar, topluluklara yardım etmeyi amaçlamaktaydı. Bu amaç doğrultusunda, Ahiler tarafından oluşturulan “orta sandık” adlı bir esnaf sandığı bulunmaktaydı. Bu sandık, doğum, ölüm, nişan gibi olaylarda veya deprem, sel, kaza ve hastalık gibi durumlarda ihtiyaç duyulan finansmanı karşılamaktaydı. Ayrıca, ihtiyaç sahiplerine yardım etmek için gerekli yapıların inşası gibi faaliyetler de yürütülmekteydi. Ahilerin bu ahlaki felsefeyi “yaren” odalarıyla da desteklediği ve 20. yüzyıla kadar Anadolu'daki köylere yaydığı söylenebilir. Ahilik, kurumsal anlamda sosyal yardımlaşmayı sağlayan yerel bir aktör olarak ortaya çıkmaktadır. Amaçlarından biri, özellikle hayırseverlik anlayışıyla ihtiyaç sahiplerine yardımcı olmaktır (Alakavuklar, Kılıçaslan ve Öztürk, 2009).

UNESCO'nun, 19. yüzyılda ortaya çıkan folklor koşullarının artık mevcut olmadığına ve kültürleri veya toplumları “sözlü-yazılı”, “ilkel-modern”, “geri kalmış-gelişmiş” veya “kırsal-kentsel” şeklinde sınıflandırarak incelemenin doğru olmadığına inanan kuramların ve bu kuramların yarattığı disiplinlerin artık geçerliliğini yitirdiği belirtilmektedir. UNESCO, İkinci Dünya Savaşı sonrasında kurulmuş bir hükümetlerarası kuruluş olup, 4 Kasım 1946'da Türkiye dahil olmak üzere 192 ülke bu kuruluşun üyesidir (Oğuz, 2009, s. 31). UNESCO'nun çabaları sonucunda, 15-19 Kasım 2010 tarihleri arasında Kenya'nın Nairobi şehrinde gerçekleştirilen Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Hükümetlerarası Komitesi V. Olağan Toplantısı'nda, “Alevi-Bektaşî Ritueli Semah”, “Kırkpınar Yağlı Güreş Festivali” ve “Geleneksel Sohbet Toplantıları” da “İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsili Listesi”ne eklenmiştir (Atlı, 2015).

Geleneksel Sohbet Toplantıları, belirli bir periyotta ve genellikle kış aylarında düzenlenen, erkek gruplarının bir araya gelerek özel bir bağ oluşturdukları önemli sosyal etkinliklerdir. Bu toplantılar, farklı bölgelerde farklı adlandırmalarla ve farklı sayılarda katılımcılarla gerçekleşebilmekte ve belirli yaş sınırları içinde olabilmektedir. Toplantıların sıklığı da topluluktan topluluğa değişiklik göstermektedir. Bu toplantılar, belirli kurallar çerçevesinde yapılan ve katılımcıların sanal akrabalıklar kurduğu, sosyal, kültürel ve hatta ekonomik işlevleri olan etkinliklerdir. Genellikle kapalı mekanlarda gerçekleştirilir ve halk müziği, halk dansları, iç mekân oyunları gibi çeşitli kültürel unsurları içermektedir. Temel amaçlarından biri, iş dışında kalan zamanı değerlendirmek, eğlenmek ve bir arada olmanın keyfini çıkarmaktır. Ancak bu sırada eğitici bir yan da bulunabilmektedir. Çünkü sohbetler sırasında deneyimler paylaşmakta, bilgi alışverişi yapılmakta ve kültürel değerler aktarılmaktadır (Akmaz ve Akdağ, 2018). Katılımcılar için belirli bir gruba üye olma zorunluluğu yoktur, ancak dürüstlük, sır saklama yeteneği ve iyi ahlak gibi temel değerlere sahip olmaları beklenmektedir. Geleneksel sohbet toplantıları, sadece boş zaman geçirme amacı güden basit etkinlikler değildir; aynı zamanda toplumsal hayatta önemli bir rol oynarlar. Geçmişten günümüze kadar gelmeleri, bu toplantıların toplulukları bir araya getirme ve kültürel bağları güçlendirme potansiyelini vurgulamaktadır (Önal ve Aksaray, 2023). Tarihsel olarak incelendiğinde, sohbet toplantıları sözlü kültürün önemli bir parçası olarak görülmektedir. Aynı zamanda, bu toplantılar insanların uzun kış aylarında keyifli zaman geçirmelerini sağlayan sosyal bir etkinlik olarak da değerlendirilmektedir. Toplantılar genellikle perşembe, cuma ve cumartesi günleri düzenlenmekte ve akşam saatlerinde başlayıp gece yarısında sona ermektedir. Katılımcıların zamanında gelmeleri önemlidir (Sarica, Taşarar ve Batman, 2023).

Anadolu'nun çeşitli bölgelerinde düzenlenen toplantıların yöresel adları oldukça çeşitlilik göstermektedir. Çankırı, Gerede ve Tarhala'da "Sohbet", "Sopet" veya "Firittim" olarak bilinirken, Balıkesir'in Dursunbey ilçesinde "Barana"adıyla anılmaktadır. Safranbolu, Bartın, Kütahya, Kastamonu, Bolu ve Konya gibi bölgelerde ise "Muhabbet", "Gezek", "Sıra", "Perde", "Erfane", "Arfana", "Birikme" veya "Oturak" gibi farklı isimlerle anılmaktadır. Van'da "Oturmah", Ankara'da "Cümbüş", Antalya ve Isparta'da ise "Kef" veya "Keyif" terimleri kullanılmaktadır. Ayrıca "Sıra Gecesi", "Sıra Oturması", "Harefene" veya "Harfane Geceleri" gibi adlar da bazı

bölgelerde yaygın olarak tercih edilmektedir. Ülkemizin sınırları dışında, Kırgızistan'da “Coro Bozo”, Doğu Türkistan'da “Meşrep”, Bulgaristan'ın Yassenkovo kentinde “Muhabet”, Özbeklerde “Geşdek” ve Kırım Karay Türkleri arasında ise “Konuşma” adıyla benzer toplantılar düzenlenmektedir (Aksaray 2018).

Geleneksel sohbet toplantıları, Türk halk edebiyatı, halk dansları ve müziği, köy oyunları gibi unsurlarla birlikte toplumsal değerlerin aktarımında önemli bir role sahiptir. Özellikle kış aylarında, Türk erkekleri, yerel sosyal ve kültürel konuları tartışmak, gelenekleri korumak ve dayanışmayı, karşılıklı saygıyı ve topluluk duygusunu teşvik etmek amacıyla düzenli olarak iç mekanlarda buluşurlar. Bu toplantılarda, yerel yemeklerin yanı sıra müzik, dans ve oyunlar da yer alabilir. Geleneksel bir sohbet toplantısı sabahın erken saatlerine kadar sürebilir. Bu toplantılara, etnik köken, din veya statüye bakılmaksızın 15 veya 16 yaşın üzerindeki erkekler katılabilir. Temel gereklilikler arasında üyelerin dürüst ailelere mensup olmaları, güvenilir olmaları, yaşlılara saygılı olmaları ve kumar oynamamaları veya açık hava sarhoşluğu sergilememeleri bulunmaktadır. Üyeler, ağır koşullar dışında bir toplantıyı kaçırmaları durumunda para cezası alabilirler. Anneler ve eşler, ilişkili sosyal ve kültürel faydalar nedeniyle erkek üyeleri katılmaya teşvik ederler. Topluluklar genellikle beş ila otuz kişiden oluşur ve liderler tarafından yönlendirilir. Bu liderler, seçimle atanır veya yaşlılar tarafından önerilir. Topluluk üyeleri, eşit haklara ve yükümlülüklerle sahiptir. Sohbet toplantıları, toplumsal adalet, hoşgörü, iyilik ve saygı gibi etik değerlerin aktarılması yoluyla önemli bir eğitimsel işlevi yerine getirmektedir (UNESCO, 2024)

Çalışmaya konu olan “Yaren”, Somut Olmayan Kültürel Miras Sözleşmesi'nde “Toplumsal Uygulamalar, Ritüeller ve Festivaller” grubuna dahil edilmiştir. Aynı zamanda, dilin SOKÜM'ün aktarılmasında bir araç işlevi gördüğü sözlü anlatımlar ve sözlü gelenekler grubuna da eklenebilir. Yarenin SOKÜM kapsamında incelenmesinin nedeni, günümüzde hala yaşatılıyor olmasıdır. Gelenek yaşatılırken, toplantılara katılan gençler aracılığıyla kültürel aktarım da gerçekleştirilmektedir (Mete, Candeğer ve Koca, 2017). Afyonkarahisar'ın Sandıklı ilçesinde “Yaren” olarak bilinen geleneksel toplantılar, günümüzde hala devam etmekte ve özgün özelliklerle sürdürülmektedir. Yaren, esasen dostluk ve arkadaşlık topluluğunu ifade etmektedir. Araştırmacılar, yarenliği farklı kökenlerden beslenerek “Ahilik kalıntıları, boş zaman etkinliği, güvenlik birimi, Orta Asya'dan gelen sosyal yapıların izleri” gibi çeşitli

açıklamalarla değerlendirmişlerdir (Er; 1988). Yarenlik, gençlerin ve erkeklerin katılımıyla oluşturulan bir sosyal yapıdır. Ayrıca toplumsal, sosyal ve kültürel yapıların oluşumunda etkili bir rol oynamıştır. Sosyal yapılar ve kurumlar arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır; çünkü her biri, insanlar arasındaki etkileşimleri, sosyal değerleri ve bu değerlerin türetilmiş olduğu sosyal kurumları içermektedir. Yaren adı altında öne çıkan bu sosyal kurumun oluşumu, toplumun farklı dönemlerdeki sosyal ihtiyaçları ve koşulları göz önünde bulundurularak ele alınmalıdır. Yaren teşkilatlarının temel özellikleri ve işlevleri, bu bağlamda önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle, Yaren veya diğer adlarıyla bilinen bu sosyal kurum, Orta Asya geleneğinin İslamiyet ile etkileşimiyle meydana gelen yeni bilgi ve kurumsallaşma süreçlerinin bir ürünü olarak çeşitli bağlamlarda önemli roller üstlenmiş toplumsal bir merkez olarak kabul edilmelidir (Arslan, 2010).

Yârenler, kendi araştırmalarına ek olarak, sözlüklerden, kitaplardan ve ziyaret ettikleri yâren organizasyonlarından edindikleri bilgilerle bir gelenek ve teşkilat olarak “yâren” kavramını şu biçimde açıklamışlardır: Yârenler, yüzyıllardır varlıklarını sürdüren toplumsal bir kurum olarak, insanların yetişmesine, toplumsal düzenin ve güvenliğin sağlanmasına, ulusal kültür değerlerinin yaşatılmasına ve yeni kuşaklara aktarılmasına odaklanır. Onlar, insanların birbirleriyle anlaşmasını düzenlerken, gülenin, eğlenenin yanı sıra doğumun ve ölümün gerçeğini de topluma anlatan önemli bir yardımlaşma kurumudur. Yârenler, içinde bulunduğumuz günlerde, insanların kendi kazançları için kör dövüşlerinden uzaklaşmalarını sağlayarak, ruhlarını yücelten bir öğreti sunarlar. Aynı zamanda, insanları kucaklayan, erdemli olmayı öğütleyen ve kötü duyguları dizginleyen bir öğreti olarak da bilinirler. Yârenler, geçmişimizi, bugünümüzü ve geleceğimizi şekillendiren değerleri barındıran Anadolu'nun zengin ve köklü kültürünün bir yansımasıdır (SANDER, 2024).

### **2.1.1.3. Somut Olmayan Kültürel Miras ve Turizm İlişkisi**

Dünya genelinde her yerin bir mirası vardır ve birçok bölge, kültürel geçmişi turizm aracılığıyla ekonomik kalkınma için bir araç olarak kullanmıştır. Miras turizmi, günümüzde dünyadaki en yaygın turizm türlerinden biridir ve bazı tahminlere göre, tüm yerel ve uluslararası seyahatlerin yarısından fazlası, müzeleri ve tarihi yerleri ziyaret etmek, müzik ve sanatın tadını çıkarmak veya bir destinasyonun yaşayan

kültürüne dalmak gibi bir kültür unsuru içermektedir (Timothy, 2014). Kültürel miras turizmi, temel olarak belirli bir coğrafi bölgenin tarihini, sanatını, mimarisini, dini mirasını, sosyo-kültürel geleneklerini ve etkileşimini, mutfak alışkanlıklarını ve insanların yaşam tarzını hedefleyen geleneksel turizm endüstrisinin önemli bir şeklidir. Kültürel miras turizmi, turistlerin tur sırasında farklı deneyimler aradığı bir turizm türü olarak hızla popülerlik kazanmaktadır (Smith ve Robinson, 2006). Kültürel miras turizmi, dünya genelinde turistik destinasyonlar için giderek daha fazla önem kazanmaktadır (Ahamed, 2017).

Kültürel miras, benzersiz gelenekler ve eserler sunarak turistler için önemli bir çekim noktası oluşturmaktadır (Guidici, Melis, Dessi ve Ramos, 2013). Turizm, kültürel mirasın korunmasına ve tanıtılmasına, koruma çabaları için gelir elde edilmesine ve yerel toplulukların desteklenmesine katkıda bulunmaktadır. Turizm, dünya çapında ekonomik ve kültürel olarak belirleyici bir endüstridir ve yaşam kalitesi üzerinde önemli etkilere sahip olan bir alanı temsil etmektedir. Kültür turizmi ise bu büyük endüstrinin önemli bir parçasıdır, zira somut olmayan kültürel mirası içeren bir turizm türü olarak, turistlere kültürel geleneklerin, mekanların ve değerlerin cazibesini sunmaktadır. Ancak, turizmin SOKÜM'e olan etkileri hem olumlu hem de olumsuz olabilmektedir (Wray, Espiner ve Perkins, 2010). Bu nedenle turizmin sürdürülebilir ve sorumlu bir şekilde yönetilmesi, yerel toplulukların planlama ve kalkınma süreçlerine dahil edilmesi önemlidir. Kültürel miras turizmi ekonomik faydalar sağlayabilir, farklı kültürlerle yönelik farkındalığı ve takdiri artırabilir, geleneksel bilgi ve uygulamaların yeniden canlandırılmasına ve aktarılmasına katkıda bulunabilir (Esfehani ve Albrecht, 2018).

SOKÜM'ü turizmle birleştirmek, yaşam kültürünü korumanın bir yolu olmaktadır. Turizm, SOKÜM'ün büyümesinin teşvik edilmesine yardımcı olmakta ve korunup geliştirilmesini desteklemektedir. Toplumun katılımı SOKÜM'ün sürdürülmesi ve miras turizminin geliştirilmesi için kritik öneme sahiptir. Bölge sakinlerinin yalnızca geleneksel kültürün canlı taşıyıcıları değil, aynı zamanda turizm ürününün de önemli bir parçası olduklarını unutmamak gerekmektedir. Bölge sakinlerinin SOKÜM'ün korunması ve turizmin geliştirilmesine katılımları gerekmekte ve bölge sakinleri bu çabalara destek olmalarının önemini kavrayabilmelidir. SOKÜM ile turizm arasındaki ilişki çok yönlüdür. SOKÜM, değerli bir turizm kaynağı olarak hizmet vermektedir, ancak gelişimi dikkatli

planlamayı ve sürdürülebilirliğin dikkate alınmasını gerektirmektedir. Turizm gelişiminin SOKÜM ve paydaşları üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkileri olabilmektedir. Olumlu etkiler arasında çevre bilincinin artması, yerel halkın yaşam kalitesinin yükselmesi ve tarihi binaların restorasyonu gibi faktörler ön plana çıkmaktadır. Bunlar, turizmin doğrudan veya dolaylı olarak SOKÜM'e olan katkılarını göstermektedir (Rodzi, Zaki ve Subli, 2013). SOKÜM ayrıca yerel tarihi ve kimliği zenginleştirmekte ve turizm destinasyonlarında sürdürülebilirliği ve çevre korumayı teşvik etme potansiyeline sahiptir (Esfehani ve Albrecht, 2018). Ancak, olumsuz etkiler de göz ardı edilemez. Geleneksel kültürlerdeki değişiklikler, doğal çevrenin tahrip edilmesi ve yerel işletmelerin yerinden edilmesi gibi konular, turizmin SOKÜM'e olan etkilerinin karanlık yüzlerini oluşturmaktadır (George, 2010). SOKÜM'ün turizm amacıyla meta haline getirilmesi, kültürel özgünlüğün zarar görmesine ve erozyona uğramasına yol açabilir. Ayrıca kültürel tahribat, bir kültürün fikri mülkiyetinin ihlali ve kültürel ifadelerin istismarı gibi olumsuz sonuçlar da doğurabilmektedir (Rodzi, Zaki ve Subli, 2013). SOKÜM'ün korunması ve gelecek kuşaklara aktarılması, küreselleşmenin olumsuz etkilerine karşı oldukça önemlidir. Bu değerlerin yaşatılması, yerel halkın bilinçlendirilmesi ve eğitilmesiyle mümkündür. Ayrıca, kültürel mirasın doğru bir şekilde tanıtılması ve pazarlanması, turizm faaliyetlerinde bu değerlere saygı gösterilmesiyle daha etkili hale gelebilmektedir. Yerel toplulukların değerlerini korumak ve doğal kaynakları sürdürülebilir bir şekilde kullanmak, hem kültürel mirasın hem de doğal çevrenin devamlılığı için vazgeçilmez olmaktadır (Aktaş ve Kurgun, 2019). Turist davranışını anlamak ve etkili destinasyon pazarlaması SOKÜM turizminin başarısı için çok önemlidir. Turistlerin seyahat edecekleri yeri seçerken somut olmayan kültürel miras unsurlarının ne kadar etkili olduğu bilinmektedir. Bu nedenle destinasyonların kültürel mirasa dayalı deneysel ürünler geliştirmesi ve hedef kitlenin ilgi alanlarına uygun turistik içerikler sunması önemlidir (Saçlı ve Avcıkurt, 2018).

Kültür turizmi, turistlerin belirli bir kültürün benzersiz geleneklerini, müziğini, dansını ve sanat biçimlerini deneyimlemek ve öğrenmek istemeleriyle teşvik edilmektedir. Turistlerin ziyareti, kültürel mekanlar ile kültürel unsurların korunması ve muhafaza edilmesine katkı sağlamaktadır. Turistler, bu mekanları ziyaret ederek ve kültürel etkinliklere katılarak bu miras unsurlarının bakımı ve korunması için maddi destek de sağlamış olmaktadır (Paquin ve Perreault, 2021). SOKÜM, yerel

topluluklar için ekonomik faydalar sağlayan değerli bir turizm kaynağıdır. Kültürel faaliyetler istihdam fırsatları yaratarak ve ekonomiyi canlandırarak yerel ekonomilere katkı sağlamaktadır (Massoud, Mortazavi ve Farsani, 2019). Turizm ayrıca, farklı topluluklar arasında kültürel değişimi ve anlayışı kolaylaştırmaktadır. Ziyaretçiler, belirli bir topluluğun kültürel uygulamalarını ve geleneklerini öğrenmektedir. Bu da karşılıklı saygı ve takdiri artırmaktadır. Turizm, SOKÜM'ün yeniden canlandırılmasına da katkıda bulunmaktadır (Paquin ve Perreault, 2021).

Turizm, destinasyonların sürdürülebilir kalkınmasına katkıda bulunmaktadır. Somut olmayan kültürel miras turizmi, bir destinasyonun kültürel ve doğal kaynaklarına saygı duyan ve koruyan sürdürülebilir bir turizm şekli olabilir. Bu noktada, SOKÜM'ün turizmdeki spesifik rolünün, destinasyona ve mirasın niteliğine bağlı olarak değişebileceği unutulmamalıdır (Luo, Lu, Timothy ve Zang, 2022). SOKÜM, turizm sektöründe çeşitli önemli roller üstlenmektedir. Bunların başında koruma ve tanıtım gelmektedir. Turizm, bu mirasın korunması ve tanıtılması için bir platform sağlamak, ziyaretçi çekerek farkındalığın artmasına ve korumanın teşvik edilmesine yardımcı olmaktadır (Cros, 2001). Geleneksel uygulamaların sergilenmesi ve teşvik edilmesi, toplulukların kültürel miraslarını yaşatmasına ve sürdürmesine yardımcı olmaktadır. Farklı kültürleri keşfetmek isteyen gezginler için, bir yerin kültürel kimliğinin oluşturulması ve güçlendirilmesi büyük önem taşımaktadır. SOKÜM, bu açıdan, zengin ve çeşitli bir turizm deneyimi sunmanın anahtarı haline gelmektedir. Yerel festivaller, geleneksel performanslar, ritüeller ve diğer kültürel etkinlikler aracılığıyla, ziyaretçiler yerel kültürü derinlemesine keşfetme ve anlama fırsatı bulmaktadırlar (Juanis vd., 2022). Günümüzde turistler, ziyaret ettikleri yerlerin kültürünü tanımaktan ve kültürün çeşitli yönlerini deneyimlemekten büyük bir keyif almaktadır. Bu nedenle, ülkeler turizm pazarındaki bu değişime uyum sağlamak amacıyla yerel ve kültürel değerlerine odaklanarak kendilerini diğer destinasyonlardan ayırtmaya çalışmaktadır (Şahin vd., 2021). Sonuç olarak, SOKÜM kültürel turizmin vazgeçilmez bir unsurudur. Turizm deneyimine derinlik ve özgünlük katarken, yerel ekonomiye canlılık getirmekte ve bir destinasyonun kültürel kimliğinin tanıtılmasına katkı sağlamaktadır. Bu mirasın değeri, sadece kültürel çeşitliliği korumakla kalmamakta, aynı zamanda turistlerin ve yerel halkın bir araya gelerek benzersiz deneyimler yaşamasını sağlamaktadır (İsmail vd. 2014).

### 2.1.2. Bilinçli Farkındalık Kavramı

Bilinçli farkındalık kavramının kökleri en sıkı şekilde Budist psikolojisine dayanmaktadır. Ancak antik Yunan felsefesi de dahil olmak üzere çeşitli felsefi ve psikolojik gelenekler tarafından geliştirilen fikirlerle ve daha sonraki Batı Avrupa düşüncesindeki fenomenoloji, varoluşçuluk, natüralizm ve Amerika’da aşkıncılık ve hümanizm gibi kavramlarla akrabalık taşımaktadır (Brown, Ryan ve Creswell, 2007, s. 212). Farkındalık terimi, Pali dilinde “hatırlamak” anlamına gelen “sati” kelimesinden türemiştir, ancak bir bilinç modu olarak genellikle zihnin mevcudiyetini ifade etmektedir. Sati kelimesi “hatırlamak” anlamına gelen bir kökten türemiştir, ancak zihinsel bir faktör olarak geçmişe ilişkin hafıza yetisinden ziyade zihnin mevcudiyetini, şimdiki zamana dikkati ifade etmektedir (Bodhi, 2012, s. 86). Bilinçli farkındalık, günümüz yaşamlarıyla derin bir ilgisi olan eski bir Budist uygulamasıdır. Bu alanın Budizm’le ya da Budist olmakla bir ilgisi yoktur, ancak uyanmak ve bireyin kendisiyle ve dünyayla uyum içinde yaşamasıyla ilgisi vardır. Temel olarak her şeyden önce, içinde bulunulan durumla iletişim halinde olmakla ilgilidir (Kabat-Zinn, 2001, s. 21). Farkındalığın çağdaş ve nispeten popüler bir bilimsel tanımlaması, yeniliğe açıklık, ayrımlara karşı uyanıklık, bağlamın çeşitliliğine duyarlılık, çoklu bakış açılarının farkındalığı ve şimdiki zamana yönelim anlamına gelmektedir (Grossman, 2010, s. 88).

Bilinçli farkındalık, çok övülmesine ve büyük başarılarla muktedir olmasına rağmen, ortalama bir insanın kavrayışının ve erişiminin ötesinde, hiç de mistik bir durum değildir. Aksine, oldukça basit, yaygın ve insanlara çok tanıdık gelen bir şeydir. “Dikkat” terimiyle bilinen durum temelde, onsuz herhangi bir nesnenin algılanması mümkün olmayan bilincin ana işlevlerinden biridir (Thera, 2005, s. 19). Farkındalık dikkatimizi eldeki göreve odaklamaktadır. Dikkatli olduğunda, dikkat geçmişe veya geleceğe karışmaz ve şu anda olanları yargılamaz veya reddetmez. Herkes tarafından geliştirilebilir olan bu tür bir dikkat; enerji, zihin açıklığı ve neşe üretmektedir (Germer, 2004, s. 25).

Bishop ve arkadaşları (2006) iki bileşenli bir farkındalık modeli önermektedir. İlk bileşen, dikkatin anlık deneyimde sürdürülmesi için öz-düzenlemesini içermektedir. Böylece şimdiki andaki zihinsel olayların daha fazla tanınmasına izin

vermektedir. İkinci bileşen, kişinin şu andaki deneyimlerine yönelik, merak, açıklık ve kabullenme ile karakterize edilen bir yönelimi benimsemeyi içermektedir. Çağdaş psikolojide bilinçli farkındalık, duygusal sıkıntıya ve uyumsuz davranışa katkıda bulunan zihinsel süreçlere ustaca yanıt verme ve farkındalığı artırma yaklaşımı olarak benimsenmiştir ve birtakım meditasyon uygulamaları ile geliştirilebilir bir olgu olarak görülmektedir (Atalay, 2021).

### **2.1.2.1. Bilinçli Farkındalığın Kuramsal Temeli**

Bilinçli farkındalık, psikoloji alanında son yıllarda artan ilgiyle karşılanan bir kavramdır. Bu kavramın kuramsal temeli, bir dizi psikoloji kuramı tarafından desteklenmektedir. Bilinçli farkındalığın teorik temelini oluşturan bu kuramlar, insan zihni ve davranışlarının derinliklerine ışık tutarak, farkındalığın nasıl oluştuğunu ve nasıl işlediğini anlamaya yardımcı olmaktadır. Bu kısımda, bilinçli farkındalığın temelini oluşturan beş önemli psikoloji kuramı incelenecektir. Bu kuramlar, bilinçli farkındalığın kökenlerini anlamak ve bu önemli kavramın psikolojik açıdan nasıl ele alındığını anlamak için önemli bir perspektif sunmaktadır.

#### **2.1.2.1.1. Bilişsel Davranışçı Kuram**

Geleneksel bilişsel davranış kuramının temellerinden biri, bireyin uyumsuz davranışa yol açan irrasyonel düşüncesine (yani hatalı bilişlere) doğrudan meydan okumak olmuştur. Ancak üçüncü nesil yaklaşımlar olarak nitelendirilen kabul temelli bilişsel davranışçı yaklaşımlar, kişinin rahatsız edici düşüncelerini ve duygularını değiştirmeye çalışmak yerine, psikolojik refahı artırmak için tüm deneyim yelpazesini yargılayıcı olmayan bir şekilde kabul etmeye yönelik bir tutum geliştirmeye odaklanmaktadır (Herbert ve Forman, 2011, s. 5). Bununla birlikte, bilişsel davranışçı kuramdaki yeni yaklaşımlardan bazıları, bir bireyin irrasyonel veya olumsuz düşüncesine meydan okumaya; kabul ve farkındalık yoluyla bireyin düşünce ve duygularla ilişkisini değiştirmeye odaklanmaktadır. Farkındalık temelli yaklaşımlar, genellikle meditasyon, şefkat ve cömertlik gibi davranışsal uygulamaları, olayların geçiciliği ve benliğin boşluğu üzerine düşünmeyi içeren bilişsel stratejileri ve empati

geliştirme tekniklerini kapsamaktadır. Bu unsurlar, zihnin eğitimine yönelik bir bütünlük içinde uygulanarak, kişinin dikkatini toplamasını, duygusal farkındalığını artırmasını ve daha derin bir anlayış geliştirmesini hedeflemektedir (Singh vd, 2008, s. 660). Farkındalık, mevcut deneyimin ve işleyişin netliği ve canlılığı ile karakterize edilen bir bilinç niteliğini yakalamaktadır. Bu nedenle, birçok kişi için kronik olabilen, alışılmış veya otomatik işleyişin akılsız, daha az “uyanık” durumlarının karşısında durmaktadır. Farkındalık, bireyleri otomatik düşüncelerden, alışkanlıklardan ve sağlıksız davranış kalıplarından uzaklaştırmada önemli olabilir. Bu nedenle, uzun süredir esenliğin artmasıyla ilişkilendirilen bilinçli ve kendi kendini onaylayan davranış düzenlemesini teşvik etmede kilit bir rol oynayabileceği düşünülmektedir (Omidı vd, 2013, s. 143).

#### **2.1.2.1.2. Psikodinamik Kuram (Psikoanalitik)**

Psikodinamik kuramcılarının Budist temelli psikolojiyi önemsemeleri Carl Jung’tan itibaren başlamıştır. Budist ve psikodinamik toplulukların, zihnin gizli işleyişini keşfetmek konusunda ortak çıkarları bulunmaktadır. Budist ve psikodinamik topluluklar kurtuluşu zihinde ne olduğuna dair salt iç gözlemsel farkındalıktan gelebileceğini savunmaktadır (Johanson, 2006, s. 6). Anlaşılabilir biçimde, psikodinamik psikoterapistler bilinçli farkındalığı, davranışçı meslektaşlarından önce keşfetmişlerdir. Çünkü psikanaliz tarihsel olarak farkındalık pratiğiyle ortak özellikler paylaşmaktadır. Her ikisi de içe dönük girişimlerdir, farkındalık ve kabullenmenin değişimden önce geldiğini varsayarlar ve her ikisi de bilinçdışı süreçlerin önemini kabul eder (Germer, Siegel ve Fulton, 2005, s. 21). Bilinçli farkındalık psikoterapinin merkezine “dikkati” yerleştirmektedir. Dikkati birey için öz farkındalığı ve kendini gerçekleştirme açısından nasıl bir şeyleri harekete geçirebileceğini vurgulayan bir kavram olarak görmektedir (Mace, 2007, s. 148).

#### **2.1.2.1.3. Gestalt Kuram**

Tarihsel bir perspektiften bakıldığında Gestalt terapisi, Budizm (bilinçli farkındalık, mevcudiyet) felsefesi ve psikolojik bilimin türevi olmuştur (Day, 2016, s. 85). Gestalt kuramcıları, “şu anda” yaşamının kavramsal olarak “şimdi için” yaşamaktan farklı olduğuna dikkat çekmişlerdir. Bu dürtüsellik, hazcılık, kadercilik

veya kişinin davranışının sonuçlarını umursamama anlamına gelebilmektedir. Farkındalık, o anda olup bitenlerin tam olarak farkında olmayı içerirken, hazcılık gibi diğer şimdiki zaman yönelimi biçimleri, nesnel veya deneyimsel gerçekliklerle bağlantı kurma konusundaki yetersizliği ile ifade edilebilmektedir (Brown, Ryan ve Creswell, 2007, s. 214). Gestalt kuramın temel direklerinden biri, farkındalık süreci hakkında farkındalık geliştirmektir. İdeal olarak, farkındalıkta olması gereken süreçler, yaşamın devam eden akışında ihtiyaç duyulduğu zaman ve ihtiyaç duyulduğunda farkındalığa gelmektedir. İşlemler karmaşıklaştığında, daha bilinçli öz düzenlemeye ihtiyaç duyulmaktadır. Bu gelişirse ve kişi bilinçli bir farkındalıkla davranırsa, kişinin deneyimlerinden ders alması muhtemeldir. Farkındalık kavramı bir süreklilik içinde var olmaktadır. Gestalt kuram sadece bir şey hakkında bilgi sahibi olmak, o şeyin tamamen farkındalığın dışında olması ile odak farkındalığında olması arasındaki geçişi vurgulamaktadır (Yontef ve Jacobs, 1989).

#### **2.1.2.1.4. Varoluşçu Kuram**

Psikoterapide farkındalık giderek daha yerleşik hale gelmektedir ve onu birçok geleneksel yaklaşıma entegre etme yönünde bir baskı bulunmaktadır. Şu anda, farkındalık en iyi şekilde üçüncü dalga bilişsel-davranışçı terapilere entegre edilmiş durumdadır. Bununla birlikte, farkındalığın temel ilkeleri ve uygulaması varoluşçu terapi için de çok uygundur. Çünkü temel varoluşsal ilkelerle çalışmamakta ve varoluşsal temaların keşfini geliştirebileceği gibi (Harris, 2013, s. 349), terapistin yönlendirdiği katı müdahalelerden kaçınmaktadır (Edwards, 1990). Hem bilinçli farkındalık pratikleri hem de varoluşsal-fenomenolojik kuram, insan varoluşunu keşfetmekle ilgilidir. Her ikisi de değişimi, süreksizliği, belirsizliği, acı çekmeyi/varoluşsal kaygıyı ve ölümü varoluşun verileri olarak kabul etmekte; benliği ve gerçekliği ilişkiyel, katı veya kalıcı madde olmadan görmekte ve beden/zihin, özne/nesne ve benlik/öteki gibi dünyanın birbiriyle ilişkili doğasını kabul etmektedir. Bilinçli farkındalık, yargılamadan var olma niyetini anbean gelişen deneyimlere getirerek, benliğin ve gerçekliğin doğasına derinlemesine bakmanın adanmış bir tefekkür uygulamasıdır. Her iki uygulamanın birbirini destekleyen güçlü yönleri buradan gelmektedir (Nanda, 2009, s. 147).

Araştırmalar, farkındalığın varoluşsal sorunlarla başa çıkmada yararlı olabileceğini düşündürmektedir. Örneğin, yapılan bir çalışmada, yüksek düzeyde bilinçli farkındalık sahibi bireylerin deneysel bir sosyal dışlanma uyarımından daha az rahatsız olduklarını bulmuştur (Brown, Ryan, Creswell ve Niemiec, 2008). Araştırma ayrıca, Araştırma, kişinin dikkatini bilinçli bir şekilde yönlendirmesinin, değerleriyle daha uyumlu ve daha bilinçli seçimler yapmasını sağlayan, daha bağımsız bir öz düzenleme biçimini desteklediğini ortaya koymaktadır (Pyszczynski, Koole ve Solomon, 2010).

#### **2.1.2.1.5. Hümanistik Kuram**

Hümanist kuramcıların insanları ve semptomları yargılamadan kabul etmesi, Budist fikirlerin giderek Batı psikolojisi ve psikoterapisine asimile edilmesine zemin hazırlamıştır. Hem Hümanist hem de Budist yaklaşımlar, artık bilimsel psikoterapide bir rol oynayan yargılayıcı olmayan kabul ön plana çıkarmaktadır. Buradan hareketle bilinçli farkındalık pratiği için bazı önemli bileşenlerin hümanist bir psikoterapi geleneği içinde mevcut olduğu görülmektedir (Dryden ve Still, 2006, s. 6). Hümanist hareketin en önde gelen psikoterapistlerinden biri olan Carl Rogers, kişilerin kendini tanıma ve iyileştirme kaynaklarına sahip olduğunu ve kolaylaştırıcı koşullar iklimi mevcutsa kişilik değişiminin ve gelişiminin mümkün olduğunu öne sürmektedir. Buradaki temeller ise koşulsuz saygı, bireyin eleştiri korkusu olmaması ve eşsiz biriymiş gibi davranılması sonucunda düşüncelerini ve duygularını keşfetmekte zgr olabileceği bir kabul durumu yaratmak için tasarlanmıştır. Bu noktada kişinin doğasında var olan özyönetim süreçleri, kendini anlama ve kabullenmeyi teşvik etmektedir. Bilinçli farkındalık pratiklerinde de tıpkı hümanistik yaklaşımdaki gibi kendini anlama ve içinde bulunulan durumu olduğu gibi kabullenme ile bir değişim yaşanabileceği savunulmaktadır (Witty, 2007, s. 35).

#### **2.1.2.2. Bilinçli Farkındalıkta Temel Tutumlar**

Jon Kabat-Zinn (2001; 2009a), farkındalığın yedi davranışsal temelini tanımlamıştır: 1. yargılayıcı değil (değerlendirmemek veya kategorize etmemek), 2.

sabır (olayları kendi zamanında akışına bırakmak), 3. acemi zihni (her şeyi yeniden görmeye istekli olmak), 4. güven (kendine, deneyimine ve yaşamına güvenmek), 5. hırslanmamak (bir hedefe veya sonuca ulaşmaya çalışmamak), 6. kabullenme (durumları ve olayları şu anda oldukları gibi görmek), 7. oluruna bırakmak (düşüncelerin, duyguların vb. uçup gitmesine izin vermek).

#### **2.1.2.2.1. Yargılayıcı Olmama**

Farkındalık, Doğu meditasyon geleneklerinden kaynaklanan, ancak Batı kültüründe giderek daha fazla tartışılan ve uygulanan bir dikkati yönlendirme yoludur. Genel olarak, kişinin dikkatini yargılamadan veya kabul ederek şu anda meydana gelen deneyime odaklamayı içermesi olarak tanımlanmaktadır (Kabat-Zinn, 2001). Yargılamadan şu anki deneyimi kabul etmek, izin vermek veya değerlendirmemek anlamına gelmektedir. Yargılamadan kabul etmek, iyi/kötü, doğru/yanlış veya değerli/değersiz gibi değerlendirme etiketlerini uygulamaktan kaçınmaktır. Bu kaçınma, kaçma veya değişme girişimleri olmaksızın gerçekliğin olduğu gibi olmasına izin vermektir. (Dimidjian ve Linehan, 2003). Bilinçli farkındalık, kişinin deneyimlerini iyi ya da kötü, sağlıklı ya da hasta, değerli ya da değersiz olarak yargılamak yerine, tüm kişisel deneyimleri şu anda “olan” olarak kabul eder. Bu sayede duygusal durumlar genellikle olumsuzluklarını aşabilecek noktaya gelmektedir (Marlatt ve Kristeller, 1999, s. 68). Bilinçli farkındalık egzersizleri, bilişsel ayrışmayı başarmanın ve dolayısıyla davranışsal esnekliği artırmanın bir yoludur. Değerlendirici ve yargılayıcı bir dil kullanmadan olaylarla şimdi ve burada bağlantı kurmak, farkındalığın özünü oluşturmaktadır (Hayes, 2004, s. 656).

#### **2.1.2.2.2. Sabır**

Amerikalı siyasi aktivist Helen Keller’ın “Dünyada sadece neşe olsaydı, cesur ve sabırlı olmayı asla öğrenemezdik” dediği aktarılmaktadır. Alıntı geçerli bir noktaya değinmektedir. Her farkındalık pratiğinde, neşe ve huzurla dolmanın, sabır tutumuna olan ihtiyacı körelttiği ifade edilmektedir. Gerçek şu ki, her aktivitede olduğu gibi farkındalık pratiklerinde de bazen zorlayıcı düşünce ve duygular ortaya çıkmaktadır.

Önemli olan bu duyguların nasıl karşılandığıdır. Meditasyonun faydaları kısa bir süre sonra deneyimlenebilse de araştırmalar, farkındalığı geliştirmeye ne kadar çok zaman ayrılırsa, sonucun o kadar etkili olduğunu göstermektedir. Meditasyon bir zihin eğitimidir ve eğitim zaman alır. Sabır, düzenli çaba göstererek geliştirebilecek bir durumdur (Alidina, 2014). Kabat-Zinn (2001; 2003) sabır geliştirmenin, farkındalığı geliştirmeye büyük katkı sunduğunu vurgulamaktadır. Sabır, olayların kendi zamanlarında geliştiğini hatırlamaktır. Her şey boyunca, bilgeliğin sabırda yattığını anlayarak ve bundan sonra olacakların büyük ölçüde şu anki durum tarafından belirleneceğini bilerek, şimdiki ana denge getirmeye çalışmanın önemi üzerinde durmaktadır. Ayrıca, bilinçli farkındalık pratiğinde sabırsızlığa kapılma ve öfkelenme durumunda bunu akılda tutmanın farkındalığı arttıracaklarını ifade etmektedir.

#### **2.1.2.2.3. Acemi Zihni**

Bilinçli farkındalık görüşünde hayatın zenginliği, şimdiki an deneyiminin zenginliğidir. Sık sık “bilinenler” hakkındaki düşünceler ve inançlar, olayların ve durumların gerçekte oldukları gibi görünmesini engellemesine sebep olmaktadır. Şimdiki anın zenginliğini görmek için, her şeyi sanki ilk kez görüyormuş gibi görmeye istekli bir zihin olan “acemi zihni” denilen şeyi geliştirmek gerekmektedir. Geçmiş deneyimlere dayalı beklentilerden kurtulabilmek için her pratikte acemi zihni açmak gerekmektedir. Açık, “acemi” bir zihin, yeni olasılıklara açık olmayı sağlamakta ve genellikle olduğundan daha fazlasını bildiğini düşünen zihnin tekdüzeliğine saplanıp kalmayı engellemektedir. Hiçbir an diğeriyle aynı değildir. Her biri benzersizdir ve benzersiz olasılıklar içermektedir. Acemi zihni bu basit gerçeği hatırlatmaktadır (Kabat-Zinn, 2009b)

#### **2.1.2.2.4. Güven**

Güven, düzen ve bütünlüğü somutlaştıran güvenilir bir çerçeve içinde olayların gelişebileceğine dair bir güven veya inanç duygusudur. Güven duygusu insanlara sezgisel olarak rehberlik ederek insanları zarar görmekten korumaktadır. Bilinçli farkındalık pratiğinde güven duygusu geliştirmek önemlidir. Çünkü buradaki güven;

gözlemleme, açık ve dikkatli olma, deneyimler üzerine düşünme, büyüme ve gözlemleme yoluyla öğrenme, bir şeyi derinlemesine bilme yeteneğine güvenmeyi kapsamaktadır. Özel deneyimle, temas halinde kalma yeteneğine güvenmekle ilgilidir. Güven olmazsa bu yeteneklerden herhangi birini geliştirmekteki çabalar sürekli olmayacaktır (Kabat-Zinn, 2001, s. 73). Belirli bir güven derecesi olmadan, farkındalık pratiği zor olmaktadır. Bunun nedeni, güvenin hiçbir şeyin olmadığını veya “yanlış” bir şey olduğu hissedilse bile pratiğe inanmaya devam etmeye yardımcı olmasıdır. Güven olmadan, kötü duyguların ve düşüncelerin tüm deneyimler gibi sonsuza dek sürmeyecek geçici bir deneyim olduğunu görmek zorlaşmaktadır. Güvenin gelişmesi zaman almaktadır. Zamanla, sabırla güven artar ve artan güvenle farkındalık pratiği ile ilişkiler derinleşip olgunlaşarak daha anlamlı hale gelmektedir (Alidina, 2010, s. 54).

#### **2.1.2.2.5. Hırslanmamak**

Hırslanmamak; yapmamak veya çabalamamak olarak da ifade edilmektedir. Çabalamamanın tembel veya pasif olmakla hiçbir ilgisi yoktur. Tam tersine hareket halindeyken yapmamayı geliştirmek büyük cesaret ve enerji gerektirmektedir. Yaşamda yapılması gereken her şeye rağmen yapmamaya özel bir zaman ayırmak ve buna devam etmek de kolay değildir. Ancak yapmamak, her zaman işleri halletmesi gerektiğini hisseden insanları tehdit etmek zorunda değildir. İnsanlar yapmama, hırslanmama pratiği yaparak daha da fazla “yaptıklarını” ve daha iyi yaptıklarını görebilirler. Yapmamak basitçe, her şeyi olduğu gibi bırakmak ve onların kendi yollarında gelişmelerine izin vermek anlamına gelmektedir (Kabat-Zinn, 2001; 2003).

#### **2.1.2.2.6. Kabul**

Bilinçli farkındalık, kabul etme tutumuna dayanmaktadır (Marlatt ve Kristeller, 1999, s. 68). Kabul, bireyi farkındalığa getirmek için en yararlı tutumlardan biri olarak ortaya çıkmaktadır. Kabul, deneyimi algılamak ve onu iyi ya da kötü olarak yargılamak yerine basitçe kabul etmek anlamına gelmektedir. Buradaki kabul etme sözcüğü teslim olmak veya vazgeçmek anlamına gelmemektedir. (Bodian, 2016, s. 50). Genellikle kabullenme ancak çok duygu dolu inkâr ve ardından öfke

dönemlerinden geçtikten sonra sağlanmaktadır. Bu aşamalar, olanla uzlaşma sürecindeki doğal bir ilerlemedir. Bununla birlikte, günlük yaşamın akışı içinde zaten gerçek olanı inkâr etmek ve direnmek için çok fazla enerji harcamak gerekmektedir. İnkâr durumunda durumları olması istenen şekilde olmaya zorlamak vardır. Bu da sadece daha fazla gerilim yaratarak olumlu değişimin oluşmasını engellemektedir (Kabat-Zinn, 2009b; 2003; 2009a).

Kabullenme, her şeyi sevmek gerektiği veya her şeye karşı pasif bir tavır alıp değerlerden vazgeçmek ya da her şeye “olması gerektiği gibi” tahammül etmeye razı olmak anlamına gelmemektedir. Kabullenme basitçe, her şeyi olduğu gibi görme istekliliğine ulaşmak anlamına gelmektedir. Bu tutum, ne olursa olsun, hayatta uygun şekilde davranmak için zemin hazırlamaktadır. Gerçekte neler olup bittiğine dair net bir resme sahip olunması, doğru biçimde harekete geçecek içsel inanca sahip olma olasılığının artmasını sağlamaktadır (Kabat-Zinn, 2009b, s. 60).

#### **2.1.2.2.7. Oluruna Bırakmak**

Oluruna bırakma tutumunu geliştirmek, farkındalık uygulamasının temelidir. İçsel deneyimlere dikkat edildiğinde, zihnin belirli duygu ve düşüncelere tutunmak istediği görülmektedir. Eğer hoş olduğu düşünülen duygu ve düşünceler söz konusu ise bu düşünce veya duyguları uzatmak ve yeniden canlandırmak istenmekte ve bu yönde çabalanmaktadır. Benzer şekilde, hoş olmadığı düşünülen duygular veya durumlardan korunma çabası gösterilmektedir. (Kabat-Zinn, 2009b, s. 61). Oluruna bırakmak; ister bir fikir, bir olay, belirli bir zaman, görüş veya arzu olsun, herhangi bir şeye tutunmayı bırakmaya davettir. Şimdiki anların akışını kabul ederek oluruna bırakmak bilinçli bir karardır. Bırakmak, zorlamaktan, direnmekten ya da mücadele etmekten vazgeçmek anlamına gelmektedir. Oluruna bırakmak, hoş giden veya gitmeyen şeylerin güçlü çekimine, bu çekime tutunup kalan farkında olmama durumuna karşı şeffaf olmayı seçmek anlamına gelmektedir. Şeffaf olmak, korkuların ve güvensizliklerin tam farkındalık alanında kendilerini göstermelerine izin vermeyi gerektirmektedir (Kabat-Zinn, 2009a, s. 37).

### 2.1.3. Akış Teorisi

Çocukluğu II. Dünya Savaşı dönemine denk gelen Csikszentmihalyi, insanların çevresel zorluklar nedeniyle umutsuzluğa düştüğünü gözlemlemiştir. Ancak bazıları, amaçlarına ve değerlerine bağlı kalarak ayakta kalmıştır. Bu bireyler, diğerlerinden daha fazla statü veya yetenekle değil, içsel güç kaynaklarıyla ön plana çıkmışlardır. Csikszentmihalyi ayrıca, bireylerin dışsal ödüller olmaksızın zor veya zaman alıcı faaliyetlere neden katıldıklarını sorgulamıştır. Bu çabaların arkasındaki içsel ödüllerin doğasını anlamak amacıyla yapılan araştırmalar, bireylerin kendi kendilerine eğlendikleri zamanki hislerin ve bu deneyimlerin kaynaklarını ortaya koymaya çalışmıştır (Ayazlar, 2015, s. 18). Akış teorisi, Mihaly Csikszentmihalyi'nin 1960'lı ve 1970'li yıllardaki çalışmalarından doğmuştur. Csikszentmihalyi, sanatçıların kendilerini tamamen işlerine kaptırdıklarını gözlemlemesi üzerine keyifli aktivitelerle meşgul olan bireylerle röportajlar gerçekleştirmiştir. Bu gözlem ve araştırmalardan yola çıkarak akışın özelliklerini ve koşullarını tanımlayan optimal deneyimin akış modelini geliştirmiştir (Nakamura ve Csikszentmihalyi, 2002). Optimum deneyim psikolojisi olarak da bilinen akış teorisini geliştiren Mihaly Csikszentmihalyi, bu kavramı ilk kez 1975 yılında "Sıkıntı ve Kaygının Ötesinde" adlı kitabında tanıtmıştır. Csikszentmihalyi, mutluluk ve doyum deneyimini anlamakla ilgilenirken insanların genellikle kendilerini tamamen bir aktiviteye kaptırdıklarında kendilerini en iyi şekilde hissettiklerini bildirdiklerini fark etmiştir. Bu fenomen üzerine kapsamlı bir araştırma yaparak bireylerin, becerileriyle eşleşen ve onları yeterince zorlayan bir göreve tam olarak katıldıklarında, bir akış durumuna girebileceklerini bulmuştur. Akış, şimdiki ana tamamen dalma, öz bilincin kaybı ve zamansızlık duygusuyla karakterize edilmektedir (Hunter ve Csikszentmihalyi, 2003).

Akış, insanların bir etkinliğe tamamen odaklandığı, yüksek düzeyde heyecan ve tatmin yaşadığı bir zihinsel durumu ifade etmektedir. İnsanlar akış durumunu deneyimlediğinde, çevresel uyarıcılara olan duyarlılıkları sınırlanmaktadır. Çevresel uyaranlardan gelen ilişkisiz uyarılar filtrelenir. Aynı anda, insanlar kendilik algılarını kaybederler. Bunun yerine, sadece hedefe ve geri bildirim tepki verirler ve çevre üzerinde kontrol hissi yaşarlar. Akış kuramı aynı zamanda tam yoğunlaşma zihinsel durumunun heyecan ve tatmine nasıl yol açtığını da açıklamaktadır (Csikszentmihalyi ve Csikszentmihalyi 1990). Kişi, çevresindeki etkinliklerin kendi yetenekleriyle uyumlu olduğunu düşündüğünde deneyimlerinin en olumlu hali gerçekleşmekte ve bu

durum akış olarak adlandırılmaktadır. Yüksek zorluklarla ve yeteneklerle dolu bir ortamda, kişi sadece anın tadını çıkarmakla kalmamakta, aynı zamanda yeni beceriler öğrenerek kendini geliştirme fırsatı bulmaktadır (Csikszentmihalyi ve LeFevre, 1989).

Akış deneyimine katkıda bulunan koşulları ve faktörleri anlamak için kapsamlı araştırmalar yapılmıştır. Görevin zorluk seviyesi bireyin beceri seviyesiyle eşleştiğinde ve net geri bildirim ve net bir hedef olduğunda akışın ortaya çıkma ihtimalinin daha yüksek olduğu bulunmuştur. Akış teorisi o zamandan beri bireylerin etkinliklerinde en iyi performansı ve tatmini nasıl elde edebileceklerini anlamak için spor, iş ve boş zaman etkinlikleri dahil olmak üzere çeşitli alanlara uygulanmıştır (Nakamura ve Csikszentmihalyi, 2002)

### 2.1.3.1. Akış Deneyimi Kavramı

Akış, bireylerin başka hiçbir şeyin kıyaslanamayacağı keyifli aktivitelere dahil olduğu pozitif psikolojik durum olarak tanımlanmaktadır (Csikszentmihalyi ve Csikszentmihalyi 1990). Akış, faaliyetler bireyin yüksek düzeydeki beceri ve zorluklarıyla ilişkilendirildiğinde ortaya çıkmaktadır (Yang vd., 2022). Akış, bir faaliyete yoğun bir şekilde katılımı ilgili öznel bir durum olarak ifade edilmektedir. Kişinin eylem ve farkındalığın birleştiği bir ölçüde öz-bilinç kaybı yaşaması, yaptığı şey üzerinde kontrol hissi ve değişen bir zaman algısı ile açıklanmaktadır (Wesson ve Boniwell, 2007, s. 33). Akış deneyiminde bireyler çevrelerinin kontrolünün kendisinde olduğunu hissetmekte, öz bilinçlerini kaybetmekte ve uyarıcı faaliyetlerde zamansal ayrışmayı algılamaktadırlar (Hsu ve Lu, 2004). Akış deneyimi, açık hedefler, eylem ve farkındalık birleşimi, geribildirim, konsantrasyon, kontrol, otomatik deneyim, özbilinç kaybı, zamanın dönüşümü, zorluk ve beceri dengesi gibi çeşitli boyutlarla karakterize edilmektedir. Bu boyutlar akış deneyiminin sürükleyici ve keyifli doğasına katkıda bulunmaktadır. Akış deneyimi boyutlarının açıklamalarına aşağıda yer verilmiştir (Csikszentmihalyi ve Csikszentmihalyi 1990; Mosing vd., 2012).

**Açık Hedefler:** Bu boyut, faaliyetin hedefinin veya amacının netliğini ifade etmektedir. Meditasyon bağlamında bu, kişinin neden meditasyona katılmak istediğini bilmek anlamına gelmektedir.

**Eylem ve Farkındalık Birleşimi:** Akış deneyimi, eylem ve farkındalığın kusursuz bir entegrasyonunu içermektedir. Akıştaki bireyler faaliyete tamamen katılırlar ve eylemleri ile ürettikleri sonuçlar arasında derin bir bağlantı duygusuna sahiptirler.

**Geribildirim:** Akış deneyimi, anında ve net geri bildirimlerle zenginleştirilmektedir. Bireyler performansları hakkında gerçek zamanlı olarak geri bildirim alarak ayarlamalar yapmalarına ve aktiviteye katılmaya devam etmelerine olanak tanımaktadır.

**Konsantrasyon:** Akış deneyimi, eldeki göreve yüksek düzeyde odaklanma ve konsantrasyon gerektirmektedir. Akıştaki bireyler tamamen aktiviteye kapılırlar ve dikkat dağıtıcı şeyleri engelleyebilirler. Akış, göreve yüksek dikkat ile karakterize edilmektedir. Bu, akışı deneyimleyen bireylerin gerçekleştirdikleri aktiviteye tamamen odaklandıkları anlamına gelmektedir. Bu boyut, kişinin dikkatinin tamamen verildiği aktiviteye tam odaklanma ve dalmayı ifade etmektedir. Akış, konsantrasyonun zahmetsiz hissettirmesi açısından zihinsel çabadan farklıdır. Bu, akışı deneyimleyen bireylerin çok fazla çaba harcadıklarını veya konsantre olmakta zorluk çektiklerini hissetmedikleri anlamına gelmektedir.

**Kontrol:** Bu boyut, aktivitenin kontrolünün kendisinde olduğu hissine, yönlendirme ve sonucu etkileme yeteneğine sahip olmayı ifade etmektedir. Kişinin uygulama sırasında düşünceleri ve duyguları üzerinde kontrol sahibi olması anlamına gelmektedir. Akış, yüksek kontrol duygusuyla ilişkilidir.

**Ototelik Deneyim:** Akış deneyimi doğası gereği ödüllendirici ve motive edicidir. Bireyler faaliyetin kendisi için faaliyette bulunmakta ve göreve katılma sürecinden doyum almaktadırlar. Bu boyut, aktivite sırasında deneyimlenen olumlu duygu veya ödülleri ifade etmektedir. Meditasyon bağlamında ise meditasyona katılırken iyi hissetmek anlamına gelmektedir.

**Özbilinç Kaybı:** Akış, kişisel farkındalığın kaybıyla karakterize edilmektedir. Bu, akışı deneyimleyen bireylerin sürekli olarak kendileri veya eylemleri hakkında düşünmedikleri, aksine tamamen ellerindeki göreve daldıkları anlamına gelmektedir.

**Zamanın Dönüşümü:** Akış deneyimi sıklıkla zamansızlık durumu olarak tanımlanmaktadır. Bireyler zamanın nasıl geçtiğini anlayamayabilir ve zamanın geçişine dair çarpık bir algıya sahip olabilirler. Bu boyut, aktivite sırasında değişen

zaman algısını ifade etmektedir. Aktivite sırasında zamanın farklı geçtiğini hissetmek veya zamanın geçtiğinin farkında olmamak anlamına gelmektedir.

**Zorluk ve Beceri Dengesi:** Bu boyut, bireyin becerileri ile aktivitenin sunduğu zorluklar arasındaki dengeyi ifade etmektedir. Aktivitenin sunduğu zorlukların kişinin üstesinden gelme yeteneği dahilinde olduğunu hissetmek anlamına gelmektedir.

Çeşitli faaliyetlerde, belirli koşullar altında mevcut olan ortak bir deneyimsel durum bulunmaktadır. Bu deneyim “akış” olarak adlandırılmaktadır. Akış, tam bir katılımı hareket edildiğinde ortaya çıkan bütünsel hissi ifade etmektedir. Birinin nostaljik olarak “bu eğlenceliydi” ya da “bu keyifliydi” dediği türden bir duygudur. Bilinçli bir müdahaleye ihtiyaç duymayan içsel bir mantığa göre eylemin eylemi takip ettiği durumdur. Bu deneyimin yalnızca kişi çevreyle açıkça belirlenmiş bir etkileşim biçimine aktif olarak katıldığında ortaya çıktığı görülmektedir. Etkileşim öncelikle fiziksel, duygusal veya entelektüel olabilmekte, ancak her durumda kişi çevresindeki sınırlı bir alanda hareket ederken bazı becerileri kullanabilmektedir (Csikszentmihalyi ve Larson, 2014).

Akış deneyiminin pek çok olumlu etki yarattığı yapılan çalışmalar tarafından desteklenmiştir. Akış deneyiminin spor, iş ve yaratıcı aktiviteler de dahil olmak üzere çeşitli alanlardaki gelişmiş performansla ilişkili olduğu bulunmuştur (Csikszentmihalyi, 1982). Bireyler akış halinde olduklarında, kendilerini tamamen ellerindeki göreve kaptırmakta ve ellerinden gelenin en iyisini yapabilecek durumda olmaktadır (Duda vd., 1995). Akış deneyimi, doğası gereği oldukça motive edicidir. Bireyler akış halindeyken tamamen meşgul olurlar ve aktivitenin kendisini ödüllendirici bulurlar. Bu içsel motivasyon, kalıcılığın artmasına ve aktiviteye katılmaya devam etme arzusuna yol açabilmektedir. Bu da neşe, mutluluk ve tatmin duygusu gibi olumlu duyguları beraberinde getirmektedir (Wu ve Liang,2011). Bu olumlu duygular, bireylerin genel refahı ve yaşamdan memnuniyeti üzerinde kalıcı bir etkiye sahiptir (Csikszentmihalyi and Csikszentmihalyi, 1988).

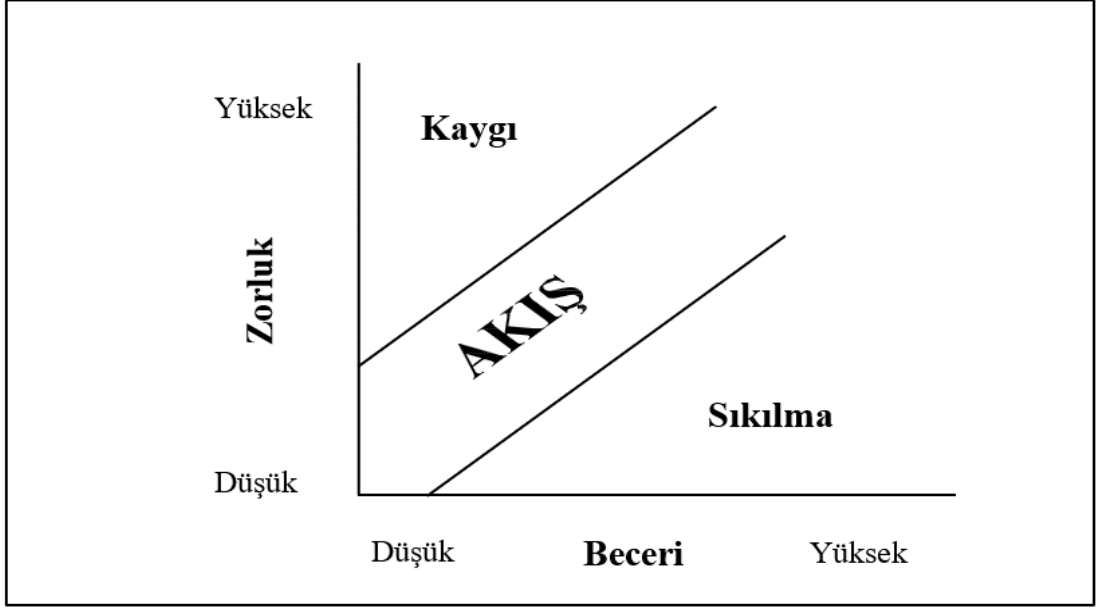
Bireyler akış halindeyken, tamamen ellerindeki göreve odaklanmaktadır. Bu artan konsantrasyon, performansın ve üretkenliğin artmasına yol açabilmektedir (Kimiecik ve Stein 1992). Akış deneyimi çoğu zaman ustalık ve yeterlilik duygusuyla ilişkilendirilmektedir. Bireyler bir görevin zorluklarını başarıyla aşabildiklerinde ve akışı yaşadıklarında, bu onların özgüvenini ve yeteneklerine olan inancını

artırabilmektedir (Csikszentmihalyi, 1982). Akış deneyiminin, stres ve kaygıdaki azalmayla ilişkili olduğu bulunmuştur. Bireyler bir göreve tamamen odaklandıklarında ve akışı deneyimlediğinde, endişelere veya olumsuz düşüncelere kapılma olasılıklarının daha az olduğu saptanmıştır (Stavrou vd. 2015).

### **2.1.3.2. Akış Deneyimi Modelleri**

Akış deneyimi modelleri, akış deneyimlerine ve ilgili yapılara dayanarak farklı kanalları veya birey gruplarını tanımlamayı amaçlamaktadır. Modeller, akışın belirleyicileri olarak beceri ve mücadelenin rolünü vurgulamakta ve bireylerin belirli bir aktivitedeki becerilerine ve zorluklarına bağlı olarak deneyimleyebilecekleri farklı akış durumlarını anlamak için bir çerçeve sağlamaktadır. Akış modelleri; beceri, zorluk, kontrol, etkileşim ve olumlu duygulanım gibi akışa katkıda bulunan çeşitli faktörleri dikkate almakta ve bu faktörlerin farklı kanallar arasında nasıl değiştiğini incelemektedir. Bu modeller literatürde üçlü, dörtlü ve sekizli modeller olarak sınıflandırılmıştır (Csikszentmihalyi, 1975).

Üç kanallı akış modeli, bireylerin becerileri ve zorlukları arasındaki etkileşime dayalı olarak yaşayabilecekleri farklı akış deneyimlerinin basitleştirilmiş bir temsilini sağlamaktadır. Bir aktiviteye akışı ve optimum katılımı deneyimlemek için beceriler ve zorluklar arasında bir denge kurmanın önemini vurgulamaktadır (Novak ve Hoffman, 1997)

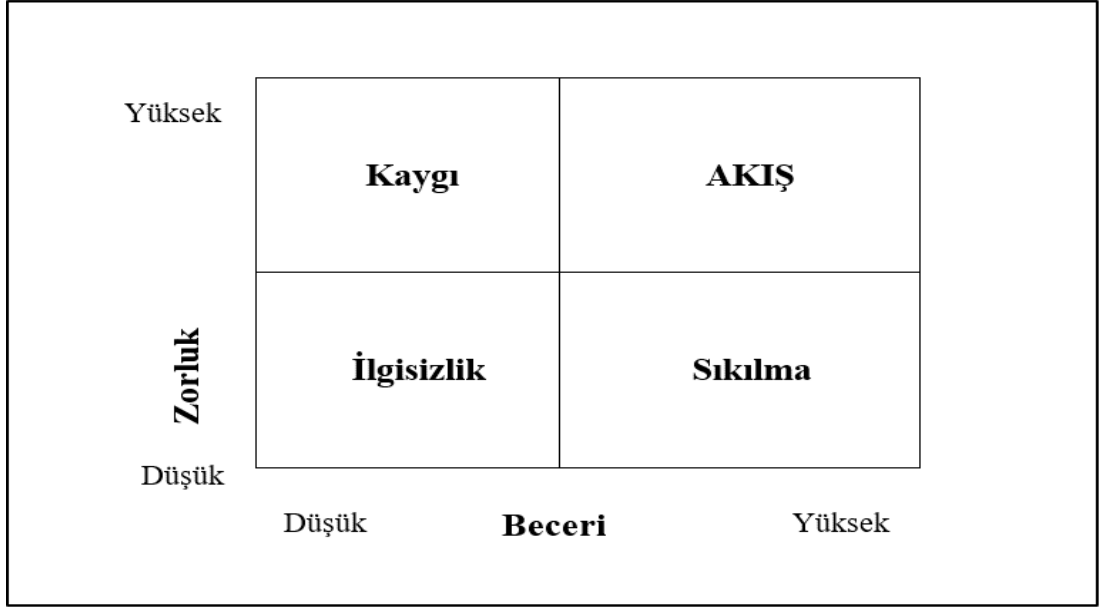


Şekil 1. Üçlü Akış Kanalı Modeli

Kaynak: Nakamura, J., and Csikszentmihalyi, M. (2002). *The Concept of Flow. Handbook of Positive Psychology*, 89-105.

Şekil 1’de akış kanalı modellerinden biri olan üç kanallı akış modeli gösterilmektedir. Bu model, Csikszentmihalyi’nin beceriler ve zorluklar açısından akış tanımına dayanmaktadır. Bireyleri, belirli bir aktivitedeki beceri düzeylerine ve karşılaştıkları zorluklara göre üç bölüme ayırmaktadır. “Akış” segmenti, yüksek düzeyde hem beceriye hem de zorluğa sahip bireyleri temsil etmektedir. Bu kişiler, aktivitedeki zorlukların üstesinden gelmek için gerekli becerilere sahip oldukları için tam bir dalma, keyif ve optimum performans yaşamaktadırlar. “Kaygı” segmentinde yer alan bireyler ise düşük beceriye sahip olmalarına rağmen yüksek zorluklarla karşılaşmaktadırlar. Bu durum, becerilerinin talepleri karşılamaması nedeniyle endişe ve bunalmaya yol açmaktadır. Son olarak, “Sıkıntı” segmentindeki bireyler yüksek beceriye sahip olsalar da düşük zorluklarla karşılaşmaktadırlar. Bu durumda, aktiviteyi monoton ve teşvik edici bulmazlar, dolayısıyla katılım eksikliği ve can sıkıntısı hissederler (Csikszentmihalyi, 1975: 49).

Dört kanallı akış modeli, bireylerin becerileri ve zorlukları arasındaki etkileşime dayalı olarak yaşayabilecekleri farklı akış deneyimlerine ilişkin daha incelikli bir anlayış sağlamaktadır. İlgisizliğin ek bölümlerini tanıyarak bir aktiviteye en iyi katılımı ve akışı deneyimlemek için beceriler ile zorluklar arasında bir denge kurmanın önemini vurgulamaktadır (Csikszentmihalyi, 1975).



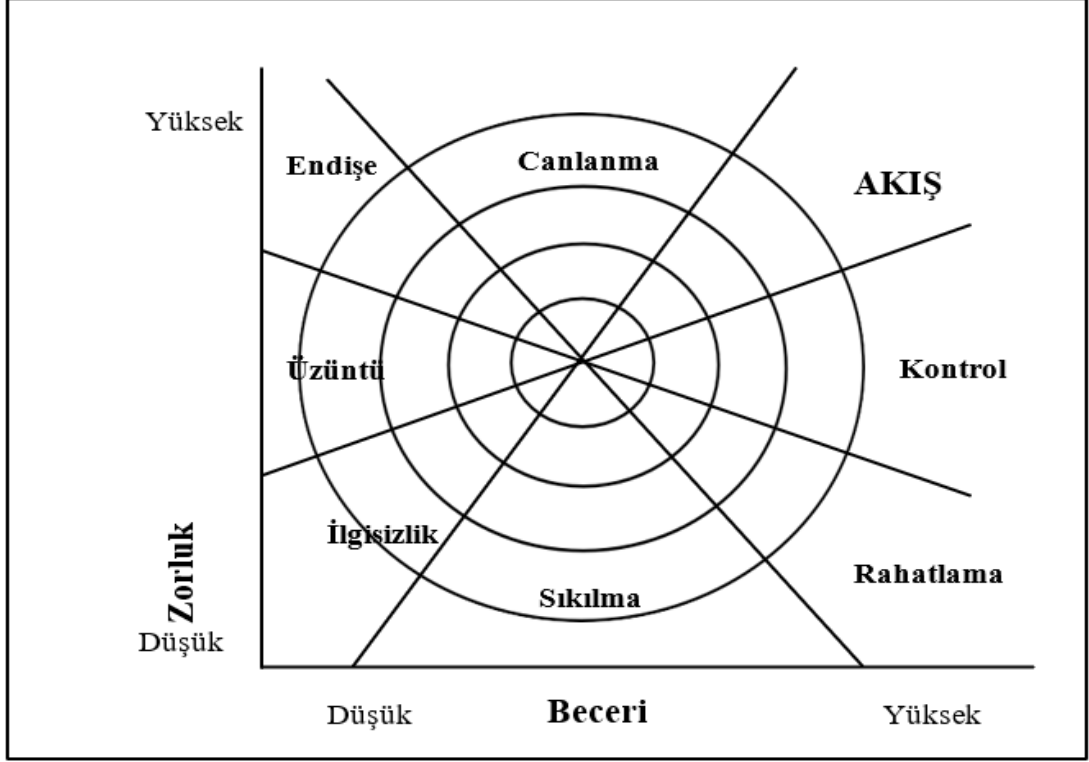
**Şekil 2. Dörtlü Akış Kanalı Modeli**

**Kaynak:** Nakamura, J., and Csikszentmihalyi, M. (2002). *The Concept of Flow. Handbook of Positive Psychology, 89-105.*

Şekil 2’deki dört kanallı akış modeli, üç kanallı modelin bir genişlemesi olarak bireyleri beceri düzeyleri ve bir aktivitedeki zorluklar temelinde dört farklı gruba ayırmaktadır. “Akış” segmenti, yüksek beceri ve yüksek zorlukları temsil etmektedir ki bu durum tam bir dalma, keyif ve optimum performansla sonuçlanmaktadır. “İlgisizlik” segmenti, hem düşük beceriye hem de düşük zorluklara sahip bireylerden oluşmakta ve bu kişiler aktiviteye karşı kayıtsız ve ilgisiz hissedebilmektedirler. “Kaygı” segmenti, düşük becerilere sahip ancak yüksek zorluklarla karşı karşıya olan bireyleri içermektedir. Bu durumda kişiler kendilerini endişeli ve bunalmış hissedebilmektedirler (Teng ve Huang, 2012, s. 1). “Sıkılma” segmenti ise yüksek becerilere sahip ancak düşük zorluklarla karşılaşan bireyleri kapsamaktadır. Bu durumda aktivite monoton ve teşvik edici bulunmayabilir. Dört kanallı model, bireylerin becerileri ile zorluklar arasındaki etkileşime dayalı olarak farklı akış deneyimleri yaşayabileceklerini göstermekte ve aktiviteye en iyi katılımı ve akışı deneyimlemek için beceri-zorluk dengesinin önemini vurgulamaktadır (Novak, Hoffman ve Yung, 1997).

Sekiz kanallı akış deneyimi modeli, bireylerin zorluk ve yeterlilik düzeylerine göre deneyimleyebilecekleri farklı zihinsel durumları tanımlamayı amaçlamaktadır. Bu modelde, bireylerin içine düşebileceği sekiz farklı kanal veya zihinsel durum

bulunmaktadır. İlgisizlik, düşük beceri ve zorluk ile karakterizedir; ilgi veya motivasyon eksikliği söz konusudur (Nakamura ve Csikszentmihalyi, 2002).



Şekil 3. Sekizli Akış Kanalı Modeli

Kaynak: Nakamura, J., and Csikszentmihalyi, M. (2002). *The Concept of Flow. Handbook of Positive Psychology, 89-105.*

Sıkılma, orta düzeyde beceriyle birlikte düşük zorlukta ortaya çıkmaktadır; bireyler göreve ilgisiz hissedebilirler. Rahatlama, yüksek beceriyle birlikte düşük zorlukta hissedilmektedir; rahatlık duygusu ve göreve aşinalık ön plandadır. Üzüntü, düşük beceri ve orta zorlukta görülmektedir; bireyler görevin zorluğundan dolayı üzgün hissedebilirler. Kontrol, yüksek beceri ve orta düzey zorlukla ilişkilidir; bireyler görev üzerinde hakimiyet hissederler. Endişe, düşük beceri ancak yüksek zorlukta ortaya çıkmaktadır; görevin zorluğundan kaynaklanan stres ve huzursuzluk söz konusudur. Canlanma, orta düzey beceriyle birlikte yüksek zorlukla ilişkilidir; bireyler görev nedeniyle heyecanlı veya enerji dolu hissedebilirler. Son olarak, akış yüksek beceri ve yüksek zorlukla bağlantılıdır; bireyler tamamen kendilerini göreve kaptırarak

optimal deneyim durumunu yaşamaktadırlar. Akış, keyif alma, odaklanma ve öz-bilincin kaybı ile karakterizedir (Özkara ve Özmen, 2016, s. 75).

#### **2.1.4. Öznel Canlılık Kavramı**

Geleneksel psikolojide hastalık modeli içinde hasarı onarmaya odaklanan bir yaklaşım bulunmaktadır. Yaklaşımın odağında daha çok patolojik durumların yer aldığı görülmektedir. Bu durum insanları tatmin arayışını ve gelişen toplumu göz ardı etmektedir (Seligman ve Csikszentmihalyi, 2000). Öte yandan son yıllarda psikolojik araştırmalar pozitif duygulara ve iyi olma duygularına daha fazla ilgi göstermeye başlamışlardır. Mutluluğun çok önemli olduğuna dair şüphesi olan çok az insan vardır. Antik Yunanlardan itibaren bu kavram sürekli tartışma konusu olmuştur. 1950'lerde gerçekleşen ilerlemeler ile o zamana kadar depresyon ve kaygı gibi olumsuz duygusal durumlarla ilgilenen psikologlar, pozitif duygulara ve iyi olma hislerine ilgi duymaya başlamışlardır (van Hoorn, 2007).

Pozitif psikoloji, insanların, grupların ve kurumların gelişme veya optimal işlevselliğine katkıda bulunan koşullar ve süreçlerin incelenmesidir. Bu şekilde tanımlanan pozitif psikoloji, William James'in 1902'de "sağlıklı düşünce" olarak adlandırdığı konulara kadar uzanan uzun bir geçmişe sahiptir. Allport'un 1958'de pozitif insan özelliklerine ilgi duyması, Maslow'un 1968'de hastalar yerine sağlıklı insanların incelenmesini savunması ve Cowan'ın çocuklar ve ergenlerde dayanıklılık üzerine yaptığı araştırmalar gibi örnekler bu alandaki çalışmaların geçmişini oluşturmaktadır. Bununla birlikte, son yarım yüzyılda, hayatı değerli kılan psikolojik yönlerin incelenmesi geri planda kalırken, bozukluk ve zarar üzerine çalışmalar öne çıkmıştır. Son zamanlardaki pozitif psikoloji hareketi, bu dengesizliğin fark edilmesi ve ihmal edilen alanlarda araştırmaları teşvik etme arzusundan kaynaklanmıştır (Gable ve Haidt, 2005). Pozitif psikolojinin amacı, psikolojinin odak noktasını sadece hayattaki en kötü şeyleri onarmaktan ziyade olumlu nitelikler inşa etmeye kaydırmaya başlamaktır. Pozitif psikoloji alanı, öznel düzeyde iyi olma; mutluluk, memnuniyet (geçmişte); umut ve iyimserlik (gelecekte); akış ve mutluluk (şu an) gibi değerli öznel deneyimlerle ilgilidir. Bireysel düzeyde ise sevgi ve meslek için kapasite, cesaret, kişilerarası beceri, estetik, duyarlılık, azim, affetme, özgünlük, yetenek ve bilgelik gibi

pozitif bireysel özelliklerle ilgilidir. Yani pozitif psikoloji ile psikolojinin odak noktası, bireysel acıyı değerlendirmek ve tedavi etmek üzerine kaymıştır (Seligman, 2002).

Kökünü pozitif psikoloji alanından gelen öznel canlılık kavramı, iyi oluşun bir yönü olması, performansla ilişkili olması ve iyimser bir işleyiş deneyimine sahip olmasıyla karmaşık bir yapıya sahiptir. Psikolojik iyi oluş üç yönü içerir: Mutluluk, amaçlılık ve canlılık. Bu yönler, hayat dolu ihtiyaçlarının karşılandığı bir kişide oluşmaktadır. Bu durumda, insanlar canlılıklarını koruma; kendileri, yaşamları ve çevreleri hakkında bir içgörü elde etme konusunda motive olurlar (Fini vd., 2010). Öznel canlılık, kendine enerji bulunduğu pozitif hissi ifade eden, fenomenolojik olarak dikkate değer ve dinamik bir durumdur. İnsanlar, enerji düzeylerindeki sürekli değişiklikleri fark ederler. Bunlar sadece hastalık veya yorgunluk gibi fiziksel durumlarla ilişkili olmakla kalmaz, aynı zamanda psikolojik faktörlere bağlı olarak da değişmektedir (Ryan ve Frederick, 1997). Öznel canlılık, coşku sahibi olma psikolojik deneyimine atıfta bulunmaktadır. Hem fiziksel (örneğin, hastalık ve yorgunluk durumları), psikolojik (örneğin, âşık olma, etkili olma) hem de bilişsel (örneğin, bir misyon sahibi olma) etkileri bireylerin günlük yaşamında etkilidir. Hem fiziksel hem de psikolojik durumlarla ilişkili görünmesi nedeniyle, öznel canlılık kişisel iyi oluşun önemli bir göstergesi olarak kabul edilmektedir (Akın ve Akın, 2015).

Genel olarak, canlılığın, kişinin kendisiyle içsel algısı arasında nedensel bir ilişkiye sahip olan bir tür özden gelen enerji olduğuna inanılmaktadır (Deci ve Ryan, 1985). Bu canlılık, beden ve ruhun doğrudan bir yansımasıdır ve bireysel farklılıklar bulunmaktadır. Öznel canlılık herhangi bir enerjiye değil, hissedilebilen enerjiye atıfta bulunmaktadır. Örneğin, isteksizlikle bir şey yaparsanız, çok fazla enerji tüketebilirsiniz. Eğer onu çok severseniz, enerjiyi artırabilirsiniz (Ryan ve Frederick, 1997). Canlılık kavramı, bazı kültürlerde farklı şekilde adlandırılmaktadır. Örneğin, “chi” ve “jing” olarak adlandırılan Çin kavramları, içsel enerjiyle dolu olma hissini ve yaşamın kaynağını ifade etmektedir. Benzer şekilde, Japonya’da “Ki” kavramı, zihinsel ve fiziksel sağlığı uyandırmak için kullanılan enerji ve güce atıfta bulunmaktadır (Nix, Ryan, Manly ve Deci, 1999). Dolayısıyla öznel canlılık; yaşam tatmini, kendini gerçekleştirme, öz denetimlilik, pozitif duygulanım, özsaygı, dışadönüklük ve içsel motivasyon gibi bazı psikososyal uyum sağlayıcı yapılarla pozitif bir ilişkiye sahiptir (Balaguer vd., 2011). Bazı araştırmalar, canlılıkla dolu olan

kişilerin hayatta daha aktif olabileceğini, favori işleri veya etkinlikleri karşısında daha fazla fiziksel kaynak yatırabileceklerini ve canlılıkla dolu olanların çeşitli baskılara ve zorluklara daha etkili bir şekilde yanıt verebileceğini belirtmişlerdir (Penninx vd., 2000).

### **2.1.5. Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Kavramı**

Tüketicilerin davranışlarını tahmin etmek ve açıklamak, tüketici davranışı araştırmalarının temel amacıdır. Tüketici ihtiyaçları farklılık göstermektedir ve çeşitli bakış açılarıyla sık sık ortaya çıkmaktadır. Tekrar ziyaret etme niyeti, “ziyaretçilerin tatmin edici deneyimler için aynı yeri tekrar ziyaret etmeye ve sadakati geliştirmek için alanı arkadaşlarına tavsiye etmeye istekli olmaları” olarak tanımlanabilir (Chien, 2017). Tüketici, hizmet deneyimine dayanarak hizmet sağlayıcıya karşı bir tutum oluşturmaktadır. Bu tutum, hizmete karşı sürekli bir hoşlanma ya da hoşlanmama durumu olabilir. Bu, tüketiciyi hizmeti yeniden tercih etme ve ağızdan ağıza iletişim başlatma niyetiyle bağlantılıdır. Tekrar satın alma niyeti, müşteri sadakati ve bağlılığının temelinde yer almaktadır. Tekrar satın alma niyeti, davranışsal ve tutumsal yapıların önemli bir parçasıdır (Rajput ve Gahfoor, 2020).

Tekrar ziyaret etme niyetini anlamak, destinasyon yöneticileri için temel bir konudur, çünkü tekrarlayan ziyaretçiler daha fazla gelir sağlayabilmekte ve maliyetleri azaltabilmektedirler. Tekrar ziyaret etme niyetine sahip turistler, destinasyon için önemlidir çünkü eğer destinasyonu tekrar ziyaret ederlerse, bu dönen ziyaretçiler, ilk kez ziyaret edenlere göre daha düşük pazarlama maliyetine sahip olurken daha fazla tüketim yapma eğilimindedirler (Jang ve Feng, 2007; Zhang vd., 2014). Tekrar ziyaret etme niyeti kavramı, davranışsal niyetten gelmektedir. Davranışsal niyet, belirli bir davranışı gerçekleştirme niyeti veya planı olarak tanımlanmaktadır. İnsanların bir davranışa daha güçlü bir niyeti olduğunda, o davranışı gerçekleştirme olasılıklarının daha yüksek olduğu bilinmektedir (Pratminingsih vd., 2014, s. 19). Tekrar ziyaret niyeti, turizm destinasyonlarında önemli bir araştırma konusu olup önemli bir davranışsal niyet olarak belirtilmiştir. Turistlerin davranışları; ziyaret edilecek destinasyonun seçimi, sonraki değerlendirmeler ve gelecekteki davranışsal niyetleri içermektedir (Chen ve Tsai, 2007). Sonraki değerlendirmeler, ziyaretçilerin algıladığı değer ve memnuniyetleri hakkındadır. Gelecekteki davranışsal niyetler ise aynı

destinasyonu gelecekte tekrar ziyaret etme ve diğerlerine tavsiye etme isteğine işaret etmektedir (Allameh vd, 2015).

Ryan (2002), William ve Buswell (2003) tarafından belirtildiği üzere, turizmde ziyaretçi süreci perspektifinde üç faktör bulunmaktadır. Bunlar, ziyaret öncesi, ziyaret sırası ve ziyaret sonrasıdır. Ziyaret öncesi, en önemlisi olarak kabul edilmektedir, çünkü ziyaretçi, ziyaret sırasında deneyimler yaşamak ve ziyaret sonrası hisleri veya memnuniyet seviyesini yorumlamak veya karar vermek için önce destinasyonu ziyaret etmeyi seçmelidir (Htun vd., 2015, s. 118). Chen ve Tsai (2007)'ye göre ziyaretçi önce yeri seçecek, ardından ziyaretleri sırasında yeri deneyimleyecek, değerlendirecek ve nihayet yerlere yorum yapacaktır. Bu ziyaret sonrası yorumlar çok önemlidir, çünkü gelecekteki potansiyel ziyaretçilerin ve hatta mevcut ziyaretçilerin tekrar ziyaret edip etmeyeceklerini etkilemektedir. Olumlu yorum yapanlar genellikle destinasyona geri dönerler ve ilk defa ziyaret edenler, bu olumlu yorumlar nedeniyle yeri tekrar ziyaret etme eğiliminde olurlar. Kang vd. (2012), ziyaretçi davranışlarının gelecekteki davranışsal niyeti, turistik yerlerin seçimi ve seyahatten sonra yapılan değerlendirmeyi içerdiğini belirtmektedir. Seyahatten sonra yapılan değerlendirme; seyahat deneyimi, seyahatte algılanan kalite, seyahat sürecinde algılanan değer ve genel memnuniyeti kapsamaktadır. Buradan yola çıkarak, gelecekteki davranışsal niyet; tekrar ziyaret niyeti ve tavsiye niyeti olarak ifade edilmektedir (Chien, 2017).

Tekrar ziyaret niyeti, tatmin edici seyahat deneyimleri nedeniyle ziyaretçilerin aynı destinasyona tekrar gitmeye ve alanı, yeri arkadaşlarına tavsiye etmeye istekli olması olarak geniş bir şekilde tanımlanabilmektedir. Bu şekilde ağızdan ağıza sadakat ve öneri oluşmaktadır. Tekrar ziyaret niyeti, sadakat teorisindeki tutum ve niyet boyutlarında tekrar satın alma niyetine atıfta bulunarak, sadakatsel yakından ilişkili bir kavrama işaret etmektedir. Bazı araştırmacılar sadakat ile tekrar ziyaret niyeti arasındaki ilişkilere de dikkat etmişlerdir (Ahmed vd., 2015). Turizm ve rekreasyon sektöründe bu, turistlerin turizm hizmetini tekrar satın alması, bir destinasyonu veya ziyaretçi cazibesini yeniden ziyaret etmesi şeklinde ortaya çıkmaktadır (Chien, 2017).

Turizm, önemli bir gelir kaynağı haline geldikçe birçok araştırmacı ve uygulayıcı, turistlerin destinasyonları tekrar ziyaret etme niyetini yönlendiren faktörleri incelemişlerdir (Zhou vd., 2023). Çok sayıda araştırma bulgusu, turist memnuniyeti, tekrar ziyaret niyeti ve olumlu tavsiyeler arasında önemli bir ilişki olduğunu göstermektedir. Ayrıca, bazı çalışmalar, destinasyon imajı ve

memnuniyetin, ziyaretçilerin davranışsal niyetlerini etkileyen iki önemli değişken olduğunu ortaya koymuştur (Pratminingsih vd., 2014, s. 19). Zabkar ve diğerleri (2010, s. 540) tarafından açıklandığı üzere, bir ziyaretçinin memnuniyeti ile tekrar ziyaret niyeti arasında bir ilişki bulunmaktadır. Erişilebilirlik, olanaklar, cazibe merkezleri, paketlerin bulunabilirliği, turizm faaliyetleri ve destek hizmetleri, tüm hizmetlerin kalitesine katkıda bulunmaktadır. Bu nedenle, yüksek hizmet kalitesi ziyaretçi memnuniyetini ve davranışsal niyetleri olumlu yönde etkilemekte, ziyaretçi memnuniyeti de davranışsal niyetleri güçlü bir şekilde etkilemektedir. Ek olarak, bir ziyaretçinin destinasyonla ilgili olumlu izlenimi ne kadar yüksekse, memnuniyeti de o kadar yüksek olmaktadır (Damanik ve Yusuf, 2022). Ayrıca, hizmet kalitesi, imaj, deneyim ve değer gibi birçok faktör tekrar ziyaret niyetini etkilemektedir ve bunlar genellikle duygusal koşulların bir sonucu olarak literatürde incelenmektedir. Eğer destinasyon turistlere ideal duygusal zevk sağlayabilirse, tekrar ziyaret etme olasılıkları yüksektir; aksi takdirde, tekrar ziyaret niyeti olmayabilir (Zhou ve Pu, 2022).

Olumlu bir destinasyon imajı ve genel seyahat deneyimine duyulan memnuniyet, turistlerin tekrar ziyaret etme niyetini artırabilmektedir (Chen ve Tsai, 2007). Bunun yanı sıra çalışmalar; rahatlama, aile birlikteliği, güvenlik ve eğlence gibi seyahat motivasyonlarının tekrar ziyaret niyeti ile pozitif bir ilişkiye sahip olduğunu göstermektedir. Yani turistler; rahatlama, aileleriyle vakit geçirme, güvende hissetme ve eğlenme gibi faktörlerle motive olduklarında, tekrar ziyaret niyetini ifade etmeye daha yatkın olmaktadır. Rahatlama ve aşinalık, tekrar ziyaret edenler için en belirgin motivasyonlar olarak belirlenmiştir (Gitelson ve Crompton, 1984; Quintal ve Polczynski, 2010). Genel olarak, tekrar ziyaret niyetini anlamak, destinasyon yöneticileri için önemlidir çünkü bu, turistlerin ihtiyaç ve tercihlerine uygun olarak teklifleri düzenlemelerine yardımcı olabilmektedir. Böylece tekrar ziyaretleri ve olumlu sözlü önerileri teşvik edebilir. Oppermann (2000), turistlerin algılanan deneyimlerini analiz ederek, destinasyon yöneticilerinin bir destinasyonun imajını oluşturan önemli unsurları belirleyebileceğini ve ziyaretçilerinin tekrar ziyaret niyetlerini artırabileceğini önermektedir (Wang, Wu ve Yuan, 2010).

## **2.2. İlgili Araştırmalar**

Turizm alanyazınında yapılmış; bilinçli farkındalık, öznel canlılık, akış deneyimi ve tekrar ziyaret etme niyeti ile ilişkili önceki çalışmalara bu kısımda yer verilmektedir. İlgili alanyazın taranırken bu değişkenlerin bir araya getirildiği bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu kısımda genel olarak güncel çalışmalar ve araştırmanın konu ve değişkenler açısından benzer özellik taşıdığı çalışmalar üzerinde durulmuştur.

### **2.2.1. Turizm Alanında Bilinçli Farkındalık Araştırmaları**

Yapılan alanyazın taraması sonucu araştırma bilinçli farkındalık çalışmalarının sürdürülebilirlikle ilişkilendirildiği görülmektedir (Lengyel, 2015; Chan, 2019; Bagaria ve Nirmala, 2023). Bunun yanında bilinçli farkındalık kavramının turizmde nasıl kullanılacağı ve kullanıldığında ne gibi faydalar sağlayabileceğine yönelik araştırmalar yapılmıştır (Moscardo, 1996; Johnson ve Park 2019; Iacob, Jesus ve Carmo, 2021; Frauman ve Normani, 2004). Bilinçli farkındalık, memnuniyet ve sadakat (Taylor ve Norman ,2019); tavsiye etme (Dutt ve Ninovi 2016); öğrenme, keyif alma (Eck, Zhang ve An ,2023) konuları ile ilişkilendirilmiştir.

Moscardo (1996), bilinçli farkındalığın miras alanlarında ziyaretçi deneyimlerini, katılımını ve öğrenmeyi nasıl geliştirebileceğini anlamayı amaçlayan bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmada bilinçli farkındalık kavramı tanıtarak miras alanlarında etkili yorum tasarlamaya yönelik bir model geliştirilmiştir. Sonuç olarak, bilinçli farkındalığın, ziyaretçi deneyimlerinin kalitesini artırmak ve turizm ile miras arasında sürdürülebilir bir bağlantı oluşturmak için kullanılabilir bütünleştirici bir kavram olduğu ileri sürülmektedir.

Frauman ve Norman (2004) bilinçli farkındalık kavramının daha iyi anlaşılmasını ve bunun doğal, kültürel veya tarihi temelli turizm destinasyonlarına gelen ziyaretçilerin yönetilmesinde uygulanmasını geliştirmeyi amaçlayan bir çalışma gerçekleştirmiştir. Araştırmada nicel yöntemlerden anket tekniği uygulanmıştır. Araştırmanın sonucunda, doğal, kültürel veya tarihi temelli turizm destinasyonlarına gelen ziyaretçiler arasında farkındalık düzeylerine göre önemli farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Ganesan, Noor ve Jaafar (2014), Melaka Dünya Miras Alanı'nda farklı medyadaki iletişim faktörlerinin ziyaretçilerin farkındalık durumları üzerindeki etkilerini araştırmak amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. Araştırmada Melaka Dünya Mirası Alanı'nı ziyaret eden 200 katılımcının farkındalık durumunu ölçmek için anket yöntemi kullanılmıştır. Anket sonuçları, her iletişim ortamının (sergiler, rehberli turlar ve basılı materyaller), ziyaretçide önemli ölçüde bilinçli farkındalık durumunu tetikleyen bir temel iletişim faktörüne sahip olduğunu göstermektedir.

Lengyel (2015) bilinçli farkındalık ve sürdürülebilir davranış arasındaki ilişkiyi turizm bağlamında araştırmak amacıyla bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmacı, bu ilişkiyi araştırmak için çevrimiçi anketlerden, Google Trendler veri analizinden ve literatür taramasından yararlanmışır. Sonuçlarda, farkındalığın sürdürülebilir davranışla olumlu bir şekilde ilişkili olduğunu ve turizm bağlamının, özellikle de doğa turizmi destinasyonlarının bilinçli farkındalık tekniklerini öğrenmeye yardımcı olduğu tespit edilmiştir.

Noor, Rasoolimanesh, Jaafar ve Ganesan (2015), Malezya'daki Malacca Dünya Mirası Alanı'na gelen ziyaretçiler arasında bilinçli farkındalığı etkileyen faktörleri araştırmaktır. Araştırmanın yöntemi, Malakka'daki seçilmiş miras alanlarındaki ziyaretçilere dağıtılmak üzere geliştirilen bir anketi içeren nicel bir çalışmadır. Araştırmanın sonucunda, miras alanlarındaki ziyaretçilere bilgi ve içerik sunmak için ekranlar, monitörler veya etkileşimli dijital sergiler gibi elektronik görüntüleri kullanan ortamların veya platformların sunduğu çeşitlilik, kişisel bağlantı ve etkileşim-katılım gibi belirleyici faktörlerin Malakka'daki miras alanlarına gelen ziyaretçiler arasında bilinçli farkındalığı teşvik etmede en yüksek etkiye sahip olduğu saptanmıştır.

Moscardo (2017), yaptığı araştırmada, destinasyonlarla ilgili hikayeleri ve temaları, ayrıca turistler açısından farkındalığı teşvik eden koşulları ve bilinçli farkındalık göstergelerini belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırma yöntemi katılımcı gözlemine, seyahat bloglarının içerik analizini içermektedir. Araştırmanın temel sonucu, hikayelerin bilinçli ziyaretçileri teşvik etmede ve daha olumlu turist deneyimlerini desteklemede önemli bir rol oynadığıdır.

Dutt ve Ninov (2016), turistlerin Dubai'deki turizm işletmeleriyle olan etkileşimlerini hatırlamalarına yardımcı olmada farkındalığın rolü hakkında fikir

edinmeyi amaçladıkları bir çalışma gerçekleştirmiştir. Araştırmacılar, veri elde etmek için Dubai'deki turizm işletme yöneticileriyle nitel görüşmeler gerçekleştirmiştir. Sonuçlar, işletmelerin bilinçli farkındalığı kolaylaştırmanın olumlu ağızdan ağıza iletişim, elde tutma, memnuniyet ve destinasyonun daha iyi anlaşılması gibi faydalara yol açabileceğini vurgulamaktadır.

Chan (2019), yaptığı çalışmada, Avustralya'daki Uluru örneğiyle bağlantılı olarak, farkındalığın turizm bağlamında sürdürülebilir davranışları teşvik edip edemeyeceğini araştırmayı amaçlamıştır. Araştırmacılar, farkındalığın tur paketi tercihi ve sürdürülebilirlik farkındalığı üzerindeki etkilerini test etmek için Avustralyalı öğrencilerle bir deney gerçekleştirmiştir. Yöntem, daha önce Uluru'yu ziyaret etmemiş 413 Avustralyalı öğrenciyi işe almayı içermektedir. Sonuçlar, bilinçli farkındalığın, kişinin kararlarının sonuçlarına ilişkin farkındalığı artırarak turizm bağlamında sürdürülebilir davranışları teşvik edebileceğini göstermektedir.

Johnson ve Park (2019), Bilinçli farkındalık eğitimini turizm ve konaklama endüstrisindeki ön saflardaki çalışanlar için duyguların düzenlenmesine yardımcı olmak, çalışanların tükenmişliğini önlemek ve işe bağlılık düzeylerini arttırmaya yönelik uygulanabilir bir müdahale olarak araştırmayı amaçlayan kavramsal bir çalışma gerçekleştirmiştir. Yazarlar, farkındalık eğitiminin duygusal düzenlemeyi geliştirebileceğini, duygusal uyumsuzluğu azaltabileceğini ve daha samimi ve derin davranmayı teşvik ederek müşteri ilişkilerinin ve hizmet kalitesinin iyileşmesine yol açabileceğini öne sürmektedir.

Ling, Noor, Mustafa ve Kiumarsi (2019), Penang'daki miras alanlarında ziyaretçi farkındalığına katkıda bulunan faktörleri araştırmak amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışma, bilinçli farkındalığı etkileyen iletişim faktörlerini, ziyaretçi faktörlerini ve bu faktörlerin miras destinasyonlarını etkili bir şekilde yönetmek için nasıl kullanılabileceğini anlamayı hedeflemektedir. Araştırmada iletişim stratejilerinde yeniliği, çeşitliliği, benzersizliği ve ziyaretçi kontrolünü teşvik etmenin yanı sıra kendi kendine bağlılığı teşvik etmek, ziyaretçilerin miras alanlarındaki bilinçli farkındalığını artırabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Taylor ve Norman (2019), Charleston ve Durango'ya gelen ziyaretçiler bağlamında bilinçli farkındalık, memnuniyet ve sadakat arasındaki ilişkiyi analiz etmek amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışmada kullanılan araştırma

yöntemi, tanımlayıcı istatistikler, faktör analizi ve yapısal eşitlik modellemesini (SEM) içeren istatistiksel tekniklerin bir kombinasyonudur. Araştırma sonuçları, öngörü aşamasındaki bilinçli farkındalığın turizm bağlamında güven, memnuniyet ve sadakat üzerinde önemli bir olumlu etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Adabalı (2020), turistlerin kültürel miras alanlarını ziyaret etmelerinin, bilinçli farkındalık düzeylerini nasıl etkilediğini ve bu düzeylerin ziyaretçilerin deneyimi ve elde ettikleri fayda üzerindeki rolünü incelemek amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. Araştırmanın yöntemi, katılımcılara uygulanan anketlerden oluşmaktadır. Araştırmanın sonuçlarına göre, katılımcıların kültürel miras alanlarını ziyaret etmelerinin, bilinçli farkındalık düzeylerini artırdığı gözlemlenmiştir.

Tan, Noor, Rasoolimanesh ve Mustafa (2020), Malezya'nın Penang kentindeki miras alanlarında iletişim faktörlerinin ve ziyaretçi faktörlerinin ziyaretçilerin bilinçli farkındalığı üzerindeki etkilerini incelemek amacıyla bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmanın yöntemi, Malezya'nın Penang kentindeki miras alanlarını ziyaret eden turistlerden veri toplamak için anket kullanan nicel bir yaklaşım içermektedir. Araştırmada, Penang'daki miras alanlarında ziyaretçilerin farkındalığına çeşitli faktörlerin katkıda bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu faktörler arasında yüksek düzeyde ilgi, multimedya ve çoklu duyuşal sergilerin kullanımı, sergilerde soruların kullanılması ve miras alanlarının önceden görselleştirilmesi yer almaktadır.

Iacob, Jesus ve Carmo (2021), bilinçli farkındalığın turizmde nasıl uygulandığına dair genel bir bakış sunmayı, turizmde bilinçli farkındalığın temel sonuçlarını keşfetmeyi ve turizm araştırmalarında bilinçli farkındalık teorisine yaklaşan mevcut çerçeveleri belirlemeyi amaçlayan bir çalışma gerçekleştirmiştir. Kullanılan yöntem, belirli arama terimlerini sistematik bir literatür taramasıdır. Araştırma sonuçları, bilinçli farkındalığın olumlu seyahat deneyimleri, memnuniyet, sadakat, mutluluk, refah ve olumlu psikolojik ve fiziksel faydalar dahil olmak üzere turist deneyimi ve davranışının çeşitli yönleri üzerinde olumlu etkileri olduğunu göstermektedir.

Bagaria ve Nirmala (2023), bilinçli farkındalık ve sürdürülebilir turizm literatürünü sentezleyerek bütünsel bir kavramsallaştırma sunmak amacıyla literatür taraması yöntemiyle bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmanın sonucunda, bilinçli farkındalık ve sürdürülebilirlik arasında açık bir bağlantı olduğu saptanmıştır.

Bulgular, bilinçli farkındalığın çevresel ve kültürel konulara ilişkin daha sürdürülebilir davranış ve karar almaya yol açabileceğini göstermektedir.

Eck, Zhang ve An (2023), miras turizmi bağlamında algılanan özgünlük, bilinçli farkındalık, turist deneyimi, memnuniyet ve sadakat arasındaki ilişkileri araştırmak amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. Veriler anket yoluyla toplanmıştır. Araştırmanın sonucunda, özgünlüğün bilinçli farkındalığı olumlu yönde etkilediğini, bunun da turistlerin öğrenme, keyif alma ve kaçış deneyimlerini artırdığını ortaya koyulmaktadır. Bu olumlu deneyimlerin daha yüksek düzeyde tatmine ve sadakate katkıda bulunduğu belirtilmiştir.

Suryandari ve Rahmawati (2023), Madura bölgesindeki kültürel miras turizmi bağlamında bilinçli farkındalık önlemlerini belirlemek, oluşturmak ve doğrulamak amacıyla bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmacılar, farkındalığın turist deneyiminin kalitesini nasıl artırabileceğini ve turistler ile miras alanları arasında sürdürülebilir bir ilişki nasıl yaratabileceğini anlamaya çabalamaktadırlar. Araştırmada nicel yöntem tercih edilmiş olup, 150 turistten veri toplamak için anketler kullanılmıştır. Araştırmanın sonucunda, kültürel miras turizmi bağlamında farkındalığa katkıda bulunan faktörlerin; merak ve dikkat, uyanıklık, duygusal katılım ve açıklık-esneklik olduğu tespit edilmiştir.

Kaya, Sezerel ve Filimonau (2024), bilinçli farkındalık temelli eğitim programlarına katılan turistlerin seyahat ve turizm bağlamında deneyimlerini ve yorumlarını araştırmak amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. Araştırmanın yöntemi, bilinçli farkındalık eğitimini tamamlamış katılımcılarla yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeleri içeren, keşfedici nitel araştırmadır. Araştırmanın sonucunda, bilinçli farkındalık eğitimi sonrasında katılımcıların seyahat deneyimlerine yaklaşımında bir değişimi ortaya koyan, kabullenme, anda bulunma ve odaklanmayı sağladığı tespit edilmiştir. Ayrıca bilinçli farkındalık eğitiminin stresi azalttığı ve daha rahat ve keyifli bir seyahat deneyimi sağladığı vurgulanmaktadır.

### **2.2.2. Turizm Alanında Akış Deneyimi Araştırmaları**

Turizm alanyazınında akış deneyimi ile ilgili birçok farklı değişkenle ele alınan araştırmalara rastlanmıştır. Akış deneyimi kavramı turizmde yoğunlukla turistlerin

aktif katılımcı durumunda olduğu veya macera turizmi çeşitleri ile ilişkilendirilmiştir (Ayazlar, 2015; Metin ve Düşmezkalender, 2022; Eroğlu Gümüş ve Belber, 2022; Güzel ve Cengiz, 2023) ve artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik (Akkuş ve Akkuş, 2017; Huang, Wei ve Leung 2020; Kim ve Hall, 2019) uygulamaları gibi teknolojinin aktif rol oynadığı durumlarla ilişkilendirilmiştir. Bunlara ek olarak akış deneyiminin, memnuniyet (Chang, 2014; Göker ve Öztürk, 2022), algılanan değer (Demirgüneş ve Avcılar, 2017; Kim ve Thapa, 2018; Akgül ve Köroğlu, 2021), turizm tatmini ve sadakat (Ji ve Park, 2018) değişkenleriyle birlikte araştırıldığı görülmektedir.

Chang (2014), turist rehberi performansı, turist güveni, turist memnuniyeti ve akış deneyiminin turistlerin alışverişine etkisinin incelenmesi amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. Araştırmada nicel yöntem kullanılmıştır. Araştırmanın sonucunda, Akış deneyiminin, turist güveni ile alışveriş davranışı arasındaki ilişkiyi düzenlediği, ancak turist memnuniyeti ile alışveriş davranışı arasındaki ilişkiyi değiştirmediği saptanmıştır.

Kuo, Chang, Cheng ve Lin (2016), Tayvan'daki Kinmen savaş alanlarını ziyaret eden turistler için tur rehberi yorumu ile destinasyon sadakati arasındaki ilişkide turist memnuniyetinin aracı rolünü ve algılanan eğlence ile algılanan akışın aracı rolünü değerlendirmeyi amaçlayan bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmanın verileri, Kinmen savaş alanlarını ziyaret eden turistlere uygulanan anket yoluyla toplanmıştır. Araştırmanın sonucunda algılanan eğlence ve algılanan akışın, tur rehberi yorumu ile turist memnuniyeti arasındaki ilişkiyi düzenlediği saptanmıştır.

Chen, Htaik ve McBush (2017), uluslararası turistlerin Myanmar'ı tekrar ziyaret etme niyetlerini ihtiyaç tatmini, akış deneyimi ve algılanan risk temelinde araştırma amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. Araştırmacılar, Myanmar'ı ziyaret eden uluslararası turistlere bir anket uygulamıştır. Araştırmanın sonucunda ihtiyaç tatmini ve akış deneyiminin turist memnuniyetini artırabileceği, turizm destinasyonunun algılanan risklerinin ise turist memnuniyetini azaltabileceği tespit edilmiştir.

Çeşmeci ve Koçak (2020), yaptıkları araştırmayla turistik deneyimlerdeki akış durumunun, yürüyüş deneyimi üzerinden, deneyimin algılanan değeri ve destinasyon sadakati ile ilişkisini incelemeyi amaçlamıştır. Veri toplamak amacıyla bir anket oluşturulmuştur. Araştırma sonucunda yürüyüşteki akış durumunun, yürüyüşün

algılanan değeri ve destinasyon sadakati üzerinde olumlu bir etkisi olduğu belirlenmiştir.

Zhang, Liu, Li ve Tan (2021), yaptıkları çalışmada, gösteri sanatları turizmindeki turist deneyimlerinin farklı boyutları arasındaki ilişkiyi ve bunların turistlerin ağızdan ağıza iletişim ve tekrar ziyaret niyeti üzerindeki etkilerini akış deneyiminin aracı rolü ile araştırmayı amaçlamışlardır. Araştırma yöntemi, çevrimiçi incelemelerin içerik analizi ile yol analizinin bir kombinasyonunu içermektedir. Araştırmanın sonucunda akış deneyiminin hem ağızdan ağıza iletişim hem de tekrar ziyaret niyeti üzerinde pozitif doğrudan etkiye sahip olduğu bulunmuştur.

Zhang ve Gao (2021), akış teorisini temel alarak SOKÜM'e ilişkin sürükleyici ve etkileşimli bir deneyim tasarlama amacıyla bir araştırma gerçekleştirmiştir. Bu nedenle araştırmacılar akış teorisine dayalı sürükleyici etkileşimli deneyim için bir yöntem modeli önermişlerdir. Modeli doğrulamak için çalışmada kullanılan yöntem kullanıcı görüşmeleridir. Araştırma sonucunda, bu tarz bir deneyim için önerilerin; kişiselleştirme seçeneklerinin iyileştirilmesi, net hedefler belirlenmesi, anında geri bildirim sağlanması, kullanıcı ödül sisteminin geliştirilmesi ve iletişim için sosyal bir alan oluşturulması yönünde olduğu görülmektedir.

Tsai (2021), Earth Hour katılımı bağlamında akış deneyimi, olumlu duygu, olay tatmini ve tekrar ziyaret niyeti arasındaki ilişkileri araştırmak amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. Kullanılan araştırma yöntemi nicel yöntemdir. Sonuçlar, bu faktörler arasında anlamlı ilişkiler olduğunu ve olumlu duygu ile olay memnuniyetinin akış deneyimi ile tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişki üzerindeki aracı etkisini göstermektedir. Araştırmada aynı zamanda kalıcı katılımın bu faktörler arasındaki ilişkiyi güçlendiren bir düzenleyici olduğunu da tespit edilmiştir.

Park ve Kim (2021), yaptıkları çalışmada yerel kültürdeki farklı deneyimler arasındaki korelasyonu ve bunların akışı deneyimi, memnuniyet ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisini analiz etmeyi amaçlamıştır. Araştırmacılar, yerel kültürü deneyimleyen turistlerden veri toplamak için çevrimiçi ve çevrimdışı anketler kullanmıştır. Sonuçlar, farklı deneyimler ile bunların akışı deneyimi, memnuniyet ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkileri arasında anlamlı ilişkiler olduğunu göstermiştir.

Sitinjak (2021) Covid-19'un Y kuşağının deneyim kalitesi ve akış deneyimine ilişkin algıları üzerindeki etkisini ve bu faktörlerin doğayı ve kırsal destinasyonu yeniden ziyaret etme davranışsal niyetlerini nasıl etkilediğini incelemek amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. Araştırma yöntemi, kısmi en küçük kareler yaklaşımıyla yapısal eşitlik modellemesi tekniğinin kullanıldığı nicel bir çalışma yöntemidir. Sonuçlar, deneyim kalitesinin hem memnuniyet hem de davranışsal niyet üzerinde önemli bir pozitif etkiye sahip olduğunu, akış deneyiminin ise davranışsal niyet üzerinde anlamlı bir pozitif etkiye sahip olmadığını göstermiştir.

Yang, Yan, Wang ve Xue (2022) yaptıkları çalışmada, bir şarap içme ve kadeh kaldırma töreni olan Gaoshanliushui bağlamında algılanan yerleşiklik, akış deneyimi, kültürel zekâ, memnuniyet ve algılanan özgünlük arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamıştır. Yöntem olarak nicel yöntemlerden anket tekniği kullanılmıştır. Sonuç olarak turistlerin memnuniyetini ve özgünlük algısını şekillendirmede algılanan yerleşiklik, akış deneyimi ve kültürel zekanın arasında pozitif ilişki tespit edilmiştir.

Lin, Feng, Yang ve Guo (2024), yaptıkları çalışmada, akış deneyimine yön veren faktörlerin turistlerin kontrol ve odaklanmış dikkat algısı üzerindeki etkisini ve bu faktörlerin, COVID öncesi ve sonrasında öz farkındalık, zaman sapması, katılım, memnuniyet ve sadakati nasıl etkilediğini tespit etmeyi amaçlamıştır. Araştırmacılar, pandemi öncesi ve sonrası örneklerden anket verileri toplamıştır. Araştırmanın sonucunda; eğlence, beceri, meydan okuma ve tepki dahil olmak üzere akış deneyiminin itici güçlerinin, turistlerin kontrol algısı ve odaklanmış dikkat üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu saptanmıştır. Ayrıca, akış durumunun turistlerin memnuniyeti ve sadakati üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

### **2.2.3. Turizm Alanında Öznel Canlılık Araştırmaları**

Turizm alanyazınında öznel canlılık ile ilgili yapılan çok az sayıda araştırmaya rastlanmıştır. Öznel canlılık; dışadönüklük özellikleri (Çelik, 2021), deneyimleme kalitesi (Altunel, 2016), özgünlük deneyimi (Su, Li, Chen ve Zeng, 2020), kişilik özellikleri (Altunel ve Yalçın, 2022), turist tatmini (Altunel ve Koçak, 2016) gibi değişkenlerle birlikte araştırmalara konu olmuştur.

Altunel (2016) yaptığı araştırmada, ilgilenim değişkeninin öznel canlılık ve deneyim kalitesi arasındaki bağlantıda aracı rolünü değerlendiren bir model sunmayı amaçlamış ve bu modeli analiz etmiştir. Efes Müzesi'ni gezen 148 turist üzerinden toplanan veriler incelendiğinde, ilgilenimin öznel canlılık ile deneyim kalitesi arasında tam değişken olduğu tespit edilmiştir.

Altunel ve Koçak (2016), öznel canlılığın, katılımın, deneyim kalitesinin, memnuniyetin ve davranışsal niyetin genel kùltür turizmi deneyimi üzerindeki etkisini anlamayı amaçlayan bir çalışma gerçekteşirmiştir. Araştırmacılar bir anket kullanarak veri toplamıştır ve bunları istatistiksel teknikler kullanarak analiz etmiştir. Araştırmanın sonuçlarında, canlılık ve katılım gibi dışsal değişkenlerin deneyim kalitesi üzerinde doğrudan olumlu bir etkiye sahip olduğunu görùlmüřtür.

Su, Li, Chen ve Zeng (2020) çalışmalarında, öznel canlılığın özgünlük deneyimi üzerindeki etkisini ampirik olarak araştırmayı ve özgünlük deneyimi, deneyim kalitesi ve algılanan değerin öznel canlılık ile turist davranış niyeti arasındaki ilişki üzerindeki aracı etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada nicel yöntem kullanılmış, veriler anket tekniği ile toplanmıştır. Araştırmada, öznel canlılığın özgünlük deneyimini ve deneyim kalitesini olumlu yönde etkilediği ve bunun da değer algısını olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Çelik (2021) çalışmasında, turizm ve boş zaman etkinliklerine karar verme süreçlerinde yer alan kişiler ile bu etkinliklerden etkilenenlerin öznel canlılık ve dışadönüklük seviyeleri arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamıştır. Araştırma verileri, nicel metodolojilerde yaygın olarak kullanılan anket tekniği ile toplanmıştır. Araştırmanın sonucunda, etkileyici pozisyonundaki bireylerin öznel canlılık ve dışadönüklük seviyelerinin, etkilenenlere kıyasla daha yüksek olduğunu görùlmüřtür. Ayrıca, öznel canlılık ile dışadönüklük arasında pozitif bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir.

Altunel ve Yalçın (2022), yaptıkları çalışmada, bir park ziyareti bağlamında öznel canlılık, deneyim kalitesi, duygusal tatmin ve davranışsal niyetler arasındaki ilişkileri incelemektedir. Çalışma, öznel canlılık ile duygusal tatmin arasındaki ilişkide deneyim kalitesinin aracı rolünü test etmeyi amaçlamıştır. Çalışmanın yöntemi, Araştırmanın yöntemi, İstanbul Atatürk Arboretumu'nda ankete dayalı bir araştırma çalışmasının yürütülmesini içermektedir. Araştırmacılar, arboretumu ve

açık hava rekreasyon alanını ziyaret eden gönüllülerden veri toplamıştır. Araştırma sonucunda, öznel canlılık ile deneyim kalitesi, deneyim kalitesi ile duygusal tatmin ve deneyim kalitesi ile davranışsal niyetler arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler gösteren hipotezlerin desteklendiği görülmüştür.

Yan, James, Xin ve Ben (2024) yaptıkları araştırmada, somut olmayan miras turizminde ritüelleştirilmiş deneyimler bağlamında öznel canlılığın rolünü araştırmayı amaçlamıştır. Araştırmada fuar katılımcılarına uygulanan anket aracılığıyla veriler toplanmıştır. Araştırmanın sonucunda, fuar katılımcılarının ritüelleştirilmiş deneyimlere katılımını şekillendirmede öznel canlılığın önemli bir rol oynadığı saptanmıştır. Deneyimlerin kalitesini artırmada ve katılımcıların duygusal ve davranışsal tepkilerini etkilemede öznel canlılığın önemi vurgulanmıştır.

#### **2.2.4. Turizm Alanında Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Araştırmaları**

Turizm alanyazınında tekrar ziyaret etme niyeti ile ilgili çok sayıda çeşitli değişkenlerle yapılmış çalışma bulunmaktadır. Tekrar ziyaret etme niyetinin beraber incelendiği değişkenlerin; motivasyon (Chang ve Backman, 2014; Li, Cai, Letho ve Huang, 2010), destinasyon imajı (Chen ve Funk, 2010; Atmari ve Putri, 2021); algılanan risk (Viet, Dang ve Nguyen, 2020; Çetinsöz ve Ege, 2013; Artuğer, 2015), hizmet kalitesi (Timur, 2018; Rahmawati, Permadi ve Rinuastuti, 2021; Kazmi, Raza ve Ahmed, 2020), memnuniyet (Jung, Ineson ve Kim ve Yap, 2015; Seetanah, Teeroovengadum, ve Nunkoo, 2020), akış deneyimi (Chen, Htaik, Hiele ve Chen, 2016; Ouyang vd., 2024) şeklinde olduğu görülmektedir.

Taks vd. (2009), tarafından yapılan araştırma, etkinlik stratejisi sürdürülebilirliğinin kaynakları olarak tekrar ziyareti ve akış turizmini etkileyen faktörleri incelemektir. Araştırmacılar, Pan Amerika Gençler Atletizm Şampiyonası'ndaki farklı kategorilerdeki katılımcılar için farklı motivasyonlar, bilgi arama, turizm faaliyetleri ve ev sahibi destinasyonu tavsiye etme ve/veya oraya geri dönme olasılığı arasındaki ilişkiyi anlamak istemişlerdir. Araştırmada kullanılan yöntem, anketlerin etkinlikteki izleyicilere ve katılımcılara dağıtılmasını içermektedir. Araştırmanın sonucunda, katılımcıların bilgi araştırması yapması ve akış halindeki

turizm faaliyetlerine katılmasının, tekrar ziyareti ve destinasyonu tavsiye etme olasılığını olumlu yönde etkilediği saptanmıştır.

Kim, Duncan ve Chung (2015) tarafından yapılan çalışmanın amacı, katılımcıların bir yemek festivaline katılımını, memnuniyetini, algılanan değerini ve tekrar ziyaret etme niyetini anlamaktır. Araştırmacılar ABD'nin Teksas eyaletindeki Grapevine kentindeki Main Street Days Festivali'nde bir anket gerçekleştirmiştir. Üç günlük bir süre boyunca festival katılımcılarından 419 kullanılabilir anket toplamışlardır. Araştırmada, festivalde olumlu bir deneyim yaşayan, festivalde değer algılayan ve tatmin duygusu hisseden katılımcıların gelecekte tekrar ziyaret etme niyetini ifade etme olasılıklarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Han, Lee ve Ko (2016), üniversite kayak derslerine katılan öğrencilerin deneyimlerini ve bu deneyimlerin akış ve tekrar ziyaret niyeti üzerindeki etkisini anlamayı amaçlayan bir çalışma gerçekleştirmiştir. Veri toplama sürecinde, katılımcılara anketler aracılığıyla akış, memnuniyet, hizmet kalitesi ve tekrar ziyaret niyeti gibi konuları değerlendirmeleri istenmiştir. Ardından, bu veriler istatistiksel analizler ile incelenmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre, kayak derslerindeki akış deneyiminin, öğrencilerin memnuniyetini artırdığı tespit edilmiştir. Ayrıca, derslerden memnun olan öğrencilerin, kayak merkezini tekrar ziyaret etme niyetlerinin yüksek olduğu belirlenmiştir.

Karaca ve Köroğlu (2018), İstanbul'da faaliyet gösteren iki restoranın atmosferinin müşterilerin tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisini anlamak ve müşterilerin deneyimlediği keyif ve mutluluk ile akış deneyiminin ilişkisini incelemek amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bunun için 386 kişiden anketlerle veri toplanmış ve istatistiksel yöntemlerle analiz edilmiştir. Sonuçlar, restoran atmosferinin müşterilerin tekrar ziyaret etme niyetini etkilediğini ve bu etkide akış deneyiminin önemli bir rol oynadığını göstermiştir.

Viet, Dang ve Nguyen (2020) yaptıkları araştırmada, Vietnam'ın Binh Thuan eyaletini ziyaret eden uluslararası turistlerin destinasyon imajı, kültürel temas, algılanan risk, memnuniyet ve tekrar ziyaret niyetleri arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamıştır. Araştırmada nitel ve nicel araştırma yöntemleri bir arada kullanılmıştır. Nitel aşama, destinasyon imajının bileşenlerini, turist memnuniyetini etkileyen faktörleri ve tekrar ziyaret niyetini belirlemek için Avrupalı turistlerle odak grup

tartışmalarını içermektedir. Nicel aşamada ise turistlere anket formu uygulanmıştır. Araştırmanın sonucunda, tekrar ziyaret etme niyetinin; memnuniyet, çekicilik, konaklama hizmeti, kültürel temas ve algılanan riskten doğrudan etkilendiği tespit edilmiştir.

Başar ve Baydeniz (2022), Türk Kahvesi sunan işletmelerdeki algılanan hizmet kalitesinin, müşteri sadakati ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkilerini araştırmayı amaçlayan bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmada, anket yöntemiyle veri toplanmıştır. Sonuçlar, algılanan hizmet kalitesinin, tekrar ziyaret etme niyetini olumlu yönde etkilediği ve bunun müşteri sadakatini artırdığını göstermiştir.

Chen, Wang ve Li (2022), kültür turizmi şehirlerindeki deneyimsel pazarlamanın turistlerin tüketim davranışlarını nasıl etkilediğini ve tekrar ziyaret niyetini teşvik etmek için turist deneyimindeki tüketim duygusunun nasıl ayarlanacağını anlamayı amaçlayan bir çalışma gerçekleştirmiştir. Araştırmada kullanılan yöntem anket çalışmasıdır. Araştırmanın sonuçlarında, yüksek kaliteli turist tüketim deneyiminin, turistleri doğrudan tekrar ziyaret etme niyetine motive ettiği görülmüştür.

Alvez (2022), müşterilerin lüks bir restoran markasını tekrar ziyaret etme olasılığını etkileyen faktörleri anlamak amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. Araştırmanın yöntemi, çevrimiçi bir anket platformunun kullanıldığı ankete dayalı bir araştırma tasarımını içermektedir. Araştırmada; olumlu ve akılda kalıcı bir yemek deneyimi yaratmanın, yenilik arayışı ve bilinçli farkındalıkla ilgili faktörlerle birlikte müşterilerin lüks bir restoran markasını tekrar ziyaret etme niyetini önemli ölçüde etkileyebileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Zhou, Chen ve Wu (2022), miras turizminde özgünlük ile turistlerin deneyimleri, yere bağlılık ve tekrar ziyaret niyetleri arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada kullanılan yöntem yapısal eşitlik modellemesidir ve veriler, bir anket aracılığıyla toplanmıştır. Araştırma sonuçları hem nesne temelli özgünlüğün hem de varoluşsal özgünlüğün, miras turizminde turistlerin deneyimleri, mekân bağlılığı ve tekrar ziyaret niyetleri üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir.

Ouyang vd. (2024), sürükleyici dijital teknolojinin turizm dans performanslarındaki rolünü ve bunun akış deneyimi, anlamlı deneyim ve tekrar ziyaret

niyeti üzerindeki etkisini araştırmak amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiştir. Araştırma sistematik bir literatür taramasını, teorik bağlantıların kurulmasını ve teorik bir modelin oluşturulmasını içermektedir. Araştırmanın sonuçları, sürükleyici dijital teknolojinin özgünlüğü, estetiği ve eğlenceyi geliştirerek turistler için daha güçlü bir sürükleyicilik ve anlam duygusu sağladığını göstermiştir. Ayrıca araştırmada, akış deneyimi ve anlamlı deneyim; özgünlük, estetik, eğlence ve tekrar ziyaret niyeti arasında aracı görevi görerek tekrar ziyaret niyetini önemli ölçüde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

## 3. YÖNTEM

### 3.1. Araştırmanın Modeli

Geleneksel sohbet toplantılarına katılan kişilerin, bilinçli farkındalık, akış deneyimi, öznel canlılık düzeyi ve sohbet toplantılarının yapıldığı destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerini tespit etmeyi amaçlayan bu çalışma, geliştirilmiş hipotezler ile bir araştırma modeli sunmaktadır. Araştırma hipotezleri, çalışmanın temel varsayımlarını ve test edilecek önermelerini oluştururken, araştırma modeli bu hipotezlerin nasıl test edileceğine dair metodolojik bir çerçeve sağlamaktadır (Karasar, 2013). Hipotezler, ilgili literatür ve teorik temeller ışığında oluşturulmuş olup, araştırmanın amacı doğrultusunda somut verilerle desteklenmiş ve test edilmiştir. Araştırma modeli ise, hipotezlerin sınanması için kullanılacak veri toplama ve analiz yöntemlerini detaylandırarak, çalışmanın bilimsel ve sistematik bir şekilde yürütülmesini sağlamaktadır. Araştırmanın hipotezlerine ve modeline aşağıda yer verilmektedir.

Akış deneyimi ve farkındalık, odaklanmış dikkat ve şimdiki ana dalma ile karakterize edilen bilinç halleri olarak ifade edilmektedir. Csikszentmihalyi tarafından tanımlandığı gibi akış deneyimi, bireylerin bir aktiviteye tamamen dahil oldukları ve kendilerini kaptırdıkları, çoğu zaman zamanın nasıl geçtiğini anlamadıkları ve kontrol ve keyif alma hissini deneyimledikleri optimal deneyim durumudur. Bilinçli farkındalık, Kabat-Zinn (1990) tarafından kişinin düşüncelerini, duygularını ve bedensel duyularını da içeren, şimdiki anın kasıtlı ve yargılayıcı olmayan farkındalığı olarak ifade edilmektedir. Hem akış deneyimi hem de bilinçli farkındalık, yüksek bir farkındalık durumunu ve tam olarak şu anda mevcut olma hissini içermektedir (Csikszentmihalyi, 1989; Kabat-Zinn, 2001). Akış deneyimi genellikle açık hedeflere sahip, kişinin becerilerine uygun zorluklar ve spor, müzik veya yaratıcı çalışma gibi anında geri bildirim içeren etkinliklerle ilişkilendirilir (Jackson ve Marsh, 1996; Nakamura ve Csikszentmihalyi, 2002). Akış deneyimi tipik olarak belirli faaliyetlerle ilişkilendirilirken; bilinçli farkındalık iş, ilişkiler ve öz değerlendirme dahil olmak üzere yaşamın herhangi bir yönüne uygulanabilmektedir. Bilinçli

farkındalığın, odaklanmış dikkati teşvik ederek, dikkat dağıtıcı unsurları azaltarak ve kişisel farkındalığı artırarak çeşitli aktivitelerde akış deneyimleme olasılığını arttırması mümkündür. Akışı deneyimleyen bireyler, “eylem ve farkındalığın birleşmesi” ve “öz-bilinç kaybı” gibi değişkenlerin gösterdiği üzere, yüksek düzeyde bilinçli farkındalığa sahip olmaktadır. Ek olarak, bilinçli farkındalık özellikleri sergileyen bireylerin akışı deneyimleme olasılıklarının daha yüksek olduğu belirtilmektedir. Bilinçli farkındalık, şimdiki ana odaklanmayı ve konsantrasyonu geliştirerek akış deneyimine katkıda bulunmaktadır (Kee ve Wang, 2008). Bu bilgiler ışığında araştırmanın birinci hipotezi aşağıdaki gibidir:

**H<sub>1</sub>** : Yerli turistlerin bilinçli farkındalık ve akış deneyimi düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Brown ve Ryan (2004), şimdiki ana yargılamadan dikkat etmeyi içeren bilinçli farkındalığın, artan öznel canlılık ve genel refah ile ilişkili olduğunu öne sürmektedir. Bilinçli farkındalık uygulamalarının bireylerin duygularını düzenleme becerilerini geliştirdiği, stresi azalttığı ve genel zihinsel sağlıklarını iyileştirdiği tespit edilmiştir. Bu nedenle bilinçli farkındalık uygulamalarının, günlük yaşamda daha fazla mevcudiyet, katılım ve enerji duygusunu teşvik ederek öznel canlılığın artmasına katkıda bulunması mümkün görülmektedir (Altunel ve Yalçın, 2022). Bu bilgiler ışığında araştırmanın ikinci hipotezi aşağıdaki gibidir:

**H<sub>2</sub>** : Yerli turistlerin öznel canlılık ve bilinçli farkındalık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Öznel canlılık, bireyin kendini enerjik ve canlı hissetmesi durumu olarak tanımlanırken, akış deneyimi, bireyin bir etkinlik sırasında tamamen meşgul olması, zamanın nasıl geçtiğini fark etmemesi ve etkinlikten büyük bir keyif alması durumudur (Ryan ve Frederick, 1997). Araştırmalar, akış deneyimi yaşayan bireylerin yüksek düzeyde öznel canlılık hissettiklerini göstermektedir çünkü akış durumunda bireyler, yeteneklerini tam olarak kullanabilmektedir. Bu da onların kendilerini daha enerjik ve canlı hissetmelerine neden olmaktadır. Akış deneyimi, bireylerin kişisel yeteneklerinin ve potansiyellerinin farkına varmaları için uygun bir zemin sağlamaktadır. Bu süreç, öznel canlılık duygusunu arttırmaktadır (Chang, 2020). Akış sırasında hissedilen yoğun odaklanma ve memnuniyet, bireylerin yaşamdan daha fazla zevk almasına ve daha

enerjik hissetmesine katkıda bulunmaktadır (Jackson ve Marsh, 1996). Bu bilgiler ışığında araştırmanın üçüncü hipotezi aşağıdaki gibidir:

**H<sub>3</sub>** : Yerli turistlerin öznel canlılık ve akış deneyimi düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tekrar ziyaret niyeti, turistlerin belirli bir destinasyonu veya turistik mekânı tekrar ziyaret etme istekliliğini ifade etmektedir. Turistlerin aynı yeri tekrar ziyaret etme veya başkalarına tavsiye etme niyetlerini ifade edip etmediği değerlendirilerek ölçülebilmektedir. Bilinçli farkındalık, bireylerin çevreleriyle tam olarak etkileşime girmesine ve destinasyonu takdir etmesine olanak tanıyarak genel seyahat deneyimini geliştirebilmektedir (Brown ve Ryan, 2003; Kabat-Zinn, 2009). Ayrıca, farkında olmak, bireylerin kendilerini varış noktasına tamamen kaptırmalarına yardımcı olabilmekte ve seyahat deneyiminden daha büyük bir memnuniyet duygusuna yol açabilmektedir. Bu artan memnuniyet, gelecekte destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerini olumlu yönde etkileyebilmektedir (Brown ve Kasser, 2005; Ryan ve Deci, 2001). Bireyler, farkındalık içinde ve tam olarak anda bulunarak, varış noktasıyla daha derin bir bağlantı geliştirebilir bu da gelecekte destinasyonu tekrar ziyaret etme olasılığını artırarak bağlılık ve sadakat duygusu yaratabilir (Bishop vd., 2004). Olumlu bir deneyim yaşayan bilinçli gezginlerin, olumlu deneyimlerini başkalarıyla paylaşma olasılıkları daha yüksektir. Bu olumlu ağızdan ağıza iletişim, başkalarının destinasyona ilişkin algılarını etkilemekte ve tekrar ziyaret etme niyetlerini artırmaktadır (Jalilvand ve Samiei, 2012; Litvin, Goldsmith ve Pan, 2008). Bu bilgiler ışığında araştırmanın dördüncü hipotezi aşağıdaki gibidir:

**H<sub>4</sub>** : Yerli turistlerin bilinçli farkındalık düzeylerinin destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

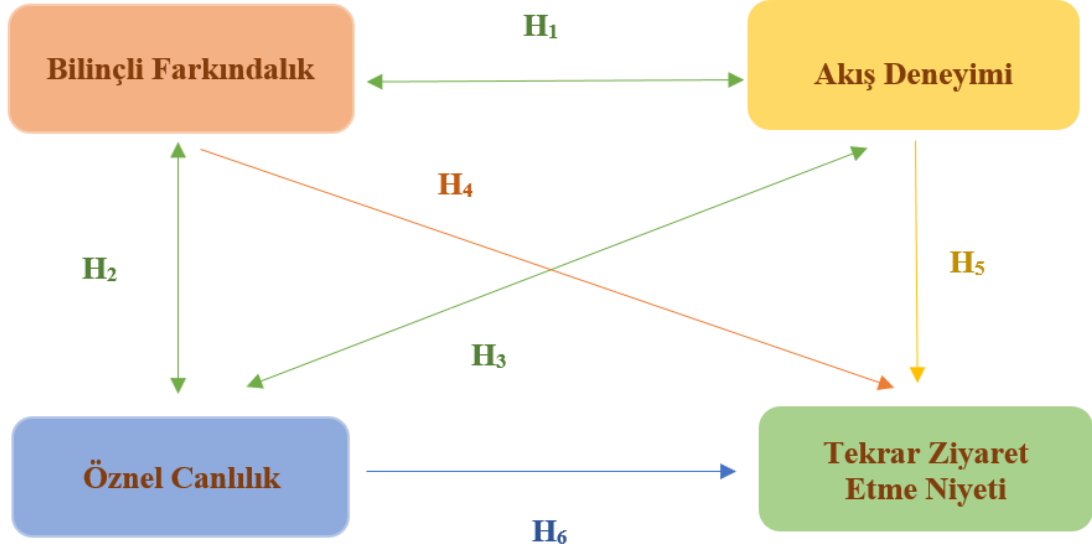
Akış deneyimi ve tekrar ziyaret niyeti arasında güçlü ve olumlu bir ilişki bulunmaktadır. Akış deneyimi, bireylerin bir etkinlik sırasında yoğun bir şekilde odaklanmaları, zamanın nasıl geçtiğini fark etmemeleri ve etkinlikten büyük bir keyif almaları durumudur. Bu deneyim, bireylerin etkinlik veya destinasyondan yüksek düzeyde memnuniyet duymalarını sağlamakta ve tekrar ziyaret etme niyetlerini artırmaktadır (Yang vd., 2022). Ayrıca, akış deneyimi, bireylerin destinasyonla daha güçlü ve pozitif bir duygusal bağlantı kurmalarına yardımcı olmaktadır. Bu bağlantı da sadakat geliştirmelerine ve tekrar ziyaret etmeyi istemelerine neden olmaktadır (Chi

ve Qu, 2008). Akış deneyimi yaşayan bireyler, deneyimlerini başkalarıyla paylaşma eğiliminde olduklarından, bu durum olumlu ağızdan ağıza pazarlamaya yol açmaktadır. Bu da hem bireyin kendisinin hem de başkalarının destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerini artırmaktadır (Kim ve Thapa 2018). Bu bilgiler ışığında araştırmanın beşinci hipotezi aşağıdaki gibidir:

**H<sub>5</sub>** : Yerli turistlerin akış deneyimi düzeylerinin destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Öznel canlılık, bireyin bilinçli olarak enerjiye sahip olma deneyimini ifade etmektedir. Kişinin fiziksel ve zihinsel enerjisinin bir ölçüsüdür. Tekrar ziyaret ise bir yere veya varış noktasına geri dönme eylemini ifade etmektedir. Bu bilgi göz önüne alındığında öznel canlılık ile tekrar ziyaret arasında bir ilişki bulunabilir. Bir kişi yüksek düzeyde öznel canlılığa sahipse, belirli bir yer veya destinasyondaki deneyimleri konusunda daha enerjik ve hevesli hissedebilir. Bu pozitif enerji ve coşku, gelecekte orayı tekrar ziyaret etmek isteme olasılığını artırabilir. Öznel canlılık turistlerin istekliliğini, enerjisini ve katılımını temsil etmektedir. Ayrıca öznel canlılığı yüksek olan turistlerin, kültür turizmi deneyim faaliyetlerine katılmaya davet edilmesi ve teşvik edilmesi gerektiği belirtilmektedir (Su, Li, Chen ve Zeng, 2020). Bu, öznel canlılığın turistlerin bir destinasyonu tekrar ziyaret etme isteği üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabileceğini düşündürmektedir (Altunel ve Yalçın, 2022). Kültür turizmi ürünlerinin özgünlüğünün ve deneyim kalitesinin turistler için en önemli faktör olduğu bilinmektedir (Girish ve Chen, 2017). Bu nedenle, eğer bir destinasyon veya turistik mekân, turistlerin öznel canlılığını artıran özgün ve yüksek kaliteli bir deneyim sunabiliyorsa, bu durum onların tekrar ziyaret etme olasılıklarını da arttırmada etkili olacaktır (Su, Li, Chen ve Zeng, 2020). Bu bilgiler ışığında araştırmanın altıncı hipotezi aşağıdaki gibidir:

**H<sub>6</sub>** : Yerli turistlerin öznel canlılık düzeylerinin destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.



Şekil 4. Araştırma Modeli

### 3.2. Evren ve Örneklem

Bilimsel araştırmalarda “evren”, araştırmanın ilgilendiği tüm bireyler veya olaylar topluluğudur ve araştırmanın sonuçlarının genellenmek istendiği grubu temsil etmektedir (Büyüköztürk, 2017). Yaren gecesi etkinliği, UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi’nde yer alan geleneksel sohbet toplantılarına dahil olan bir etkinliktir. Bu etkinlikler Sandıklı’da her yıl Ekim ayından ve Haziran ayına kadar gerçekleştirilmektedir. Etkinlikler genel olarak cuma ve cumartesi günleri yapılmaktadır. Bu kapsamda araştırmanın evreni, Ekim 2023 - Haziran 2024 tarihleri arasında Afyonkarahisar ili Sandıklı ilçesini ziyaret ederek yaren gecesi etkinliğine katılan 650 yerli turistten oluşmaktadır.

Örneklem ise bu evrenin içerisinde belirli yöntemlerle seçilen daha küçük bir gruptur ve evrenin genel özelliklerini yansıtacak şekilde düzenlenmektedir. Örneklem, araştırmanın yapılabilişliğini artırmakta ve sonuçların evrene genellenmesine olanak sağlamaktadır (Büyüköztürk, 2017). Araştırmada örneklem yöntemi olarak tesadüfi olmayan yöntemlerden, kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Kolayda örnekleme, araştırmacının en kolay ulaşabileceği ve en az çabayla seçebileceği bireylerden oluşan bir örneklem türüdür. Bu yöntemde, araştırmacı genellikle kendi çevresindeki kişileri, belirli bir mekânda kolayca erişebileceği insanları veya belirli bir

zamanda ulaşabileceği grupları seçmektedir. Kolayda örnekleme, zaman ve maliyet açısından avantajlıdır (Büyüköztürk, 2017).

Evreni temsil edebilme gücüne sahip örneklem büyüklükleri incelendiğinde %95 güven aralığı ve %5 hata payı dikkate alındığında, örneklem büyüklüğünün 384 kişiye ulaşması, evrenin 1 milyon kişi gibi büyük bir kitleyi temsil edebileceğini göstermektedir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004). Başka bir bakış açısına göre, örneklem yeterliliğinin sağlanabilmesi için ölçeği oluşturan ifade sayısının en az beş katı kadar veri toplanması gerektiği, ideal bir örneklem için ise bu oranın on kata kadar çıkarılabileceği önerilmektedir (Hair ve diğerleri, 2019, s. 133). Bu bilgilerden hareketle bu araştırma, 412 kişiden toplanan verilerden hatalı olanların çıkarılmasıyla 394 katılımcıdan toplanan verilerle yürütülmüştür.

### **3.3. Veri Toplama Araçları ve Teknikleri**

Bu çalışmada veriler anket yöntemi ile elde edilmiştir. Anket yöntemi, bilimsel araştırmalarda veri toplamak amacıyla kullanılan yaygın bir tekniktir. Bu yöntemde, katılımcılara belirli kurallar çerçevesinde önceden hazırlanmış sorular sunulmakta ve katılımcıların bu sorulara verdikleri yanıtlar toplanmaktadır. Anketler, araştırmacıların bireylerin tutumlarını, davranışlarını, düşüncelerini ve demografik özelliklerini sistematik bir şekilde ölçmelerine olanak tanımaktadır (Ural ve Kılıç, 2013). Anketler, kapalı uçlu (çoktan seçmeli) ve açık uçlu (açık yanıt) sorular içerebilmekte ve yüz yüze görüşmeler, telefon görüşmeleri, posta yoluyla veya çevrimiçi platformlar aracılığıyla uygulanabilmektedir. Bilimsel araştırmalarda anket yöntemi, geniş örneklem gruplarından hızlı ve etkin bir şekilde veri toplama imkânı sunmaktadır, ancak yanıtların doğruluğu ve katılımcıların dürüstlüğü gibi faktörlere bağlı olarak bazı sınırlamalar da içerebilmektedir (Büyüköztürk, 2017).

Araştırma doğrultusunda oluşturulan anket formu beş bölümden meydana gelmektedir. İlk kısımda ziyaretçilerin bilinçli farkındalık düzeylerini ölçmek için Bilinçli Farkındalık Ölçeği kullanılmıştır. Bilinçli Farkındalık Ölçeği (BİFÖ), Brown ve Ryan (2003) tarafından geliştirilmiş ve Özyeşil vd. (2011) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. Bu ölçek, bireylerin günlük yaşamlarındaki anlık deneyimlerin farkında olup olmadıklarını ve bu deneyimlere dikkat edip etmediklerini ölçmek amacıyla

kullanılmaktadır. Ölçeğin Türkçeye uyarlanma çalışmaları, üniversite öğrencileri üzerinde yapılmıştır ve dil eşdeğerliği, faktör yapısı, iç tutarlılık ve test-tekrar test güvenilirliği gibi çeşitli geçerlik ve güvenilirlik testlerinden geçirilmiştir. BİFÖ, 15 maddelik tek boyutlu bir yapıya sahip olup, yüksek puanlar bilinçli farkındalık düzeyinin yüksek olduğunu göstermektedir. İkinci kısımda, ziyaretçilerin etkinlik sırasındaki akış deneyimi düzeylerini ölçmek için Rekreatif Akış Deneyimi Ölçeği kullanılmıştır. Bu çalışmada ölçek “Akış Deneyimi Ölçeği” şeklinde ifade edilmektedir. Bu ölçek, rekreatif etkinliklere katılan bireylerin akış deneyimini ölçmek amacıyla geliştirilmiş ve doğrulanmış bir ölçektir. Ayhan, Eskiler ve Soyer (2020) tarafından oluşturulmuştur. Ölçeğin geliştirilme sürecinde, 18 maddelik bir madde havuzu oluşturulmuş ve uzman görüşleri doğrultusunda 12 maddeye indirilmiştir. İlk olarak, 542 kişilik bir örneklem üzerinde yapılan analizler sonucunda, toplam varyansın %53.986’sını açıklayan 9 maddelik tek faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Daha sonra, 150 kişilik yeni bir örneklem üzerinde doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmış ve ölçeğin geçerliliği ile güvenilirliği doğrulanmıştır. Ölçek, rekreatif etkinliklerde akış deneyimini ölçmede güvenilir ve geçerli bir araç olarak tanımlanmıştır. Ölçek, rekreatif etkinlikler sırasında yaşanan akış deneyimini 9 madde ile ölçmektedir. Her madde, katılımcıların belirli bir etkinlik sırasında hissettikleri duygu ve deneyimlere yönelik ifadeler içermektedir. Ölçekten alınan puan, her bir maddenin toplam puanının ifade sayısına bölünmesiyle hesaplanmaktadır. Elde edilen yüksek ortalama, yüksek bir akış deneyimini işaret ederken, düşük bir ortalama, düşük bir akış deneyimini göstermektedir. Bu şekilde, akış deneyiminin derecesi puanlarla belirlenmiş olmaktadır. Üçüncü kısımda, Öznel Zindelik Ölçeği (ÖZÖ) bulunmaktadır. Bu çalışmada ölçek “Öznel Canlılık Ölçeği” şeklinde ifade edilmektedir. Bireylerin kendilerini enerjik, canlı ve uyanık hissetmelerini ölçmek amacıyla Ryan ve Frederick (1997) tarafından geliştirilen, Uysal, Sarıçam ve Akın (2014) tarafından Türkçeye uyarlanmış ve psikometrik özellikleri incelenmiş ölçek, 7 maddeden oluşan Likert tipi bir ölçektir. Ölçekte yer alan maddelerden biri (2. madde) ters kodlanmaktadır. Ölçekte yer alan tüm maddelerin puanlarının toplanmasıyla, bireyin öznel canlılık puanı hesaplanabilmektedir. Bu toplam puan, bireyin genel öznel canlılık seviyesini yansıtmaktadır. Ölçek, tek faktörlü bir yapı sergilemektedir. Dördüncü bölümde, Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Ölçeği bulunmaktadır. Turistlerin bir destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerini ölçmek amacıyla kullanılan bir ölçektir. Bu ölçek, destinasyon

pazarlaması ve yer bağılılığı çalışmalarında önemli bir yere sahiptir ve turistlerin belirli bir destinasyona olan bağlılıklarının, tekrar ziyaret etme niyetlerini nasıl etkilediğini incelemek için kullanılmaktadır. Bu tezde kullanılan ölçek Uşaklı (2022) tarafından kullanılan ölçektir. Ölçek, üç maddeden oluşan tek boyutlu bir özellik taşımaktadır. Anket formunda yer alan ölçeklerin tümü için beşli likert tipi derecelendirme kullanılmıştır (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum). Son bölümde ise ziyaretçilerin sosyo-demografik özellikleri ile ilgili sorulara, Afyonkarahisar'ı ziyaretleri ile ilgili sorulara ve SOKÜM'e dair bilgi düzeyleri ile ilgili sorulara yer verilmiştir.

### **3.4. Verilerin Toplanma Süreci**

Araştırma için Balıkesir Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Komisyonundan 27.02.2024 tarihli 2024/02 sayılı etik kurul onayı alınmıştır. İlgili alanyazın taramasının ardından oluşturulan anket formu 100 adet katılımcıya uygulanmış ve ön test gerçekleştirilmiştir. Ön test katılımcılara yüz yüze uygulanmıştır. Ön test sonucunda geçerlik ve güvenilirlik düzeylerinin kabul edilebilir değerde oldukları gözlemlenmiştir. Böylece uygulamaya hazır olan anket formu ile veri toplama aşamasına geçilmiştir. Veriler, Afyonkarahisar'ın Sandıklı İlçesi'ne ziyarette bulunup, yaren gecesi etkinliğine katılan yerli ziyaretçilerden yüz yüze elde edilmiştir. Veriler, anket formunu doldurma konusunda gönüllü olan katılımcılardan 28 Şubat – 25 Mayıs 2024 tarihleri arasında toplanmıştır. Toplamda 412 veri elde edilmiş, aralarında yanlış veya eksik işaretleme bulunan hatalı veriler analize dahil edilmemiştir. Bunun sonucunda 394 anket üzerinden analizler yapılmıştır.

### **3.5. Verilerin Analizi**

Araştırmada katılımcılardan elde edilen anket verileri, SPSS istatistik yazılımı kullanılarak analiz edilmiştir. İlk adımda, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek amacıyla frekans dağılımı analiz edilmiştir. Bilinçli farkındalık, öznel canlılık, akış deneyimi ve tekrar ziyaret etme niyeti değişkenleri için kullanılan ölçeklerin yapılarını incelemek için önce KMO ve Bartlett testleri uygulanmış,

ardından faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Faktörlerin güvenilirliğini test etmek amacıyla Cronbach Alfa katsayısı hesaplanarak güvenilirlik analizi yapılmıştır. Ayrıca, bilinçli farkındalık, öznel canlılık, akış deneyimi ve tekrar ziyaret etme niyetine ilişkin ölçeklerin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmış değişkenler arasındaki ilişkiyi ve hipotezleri değerlendirmek için ise korelasyon ve regresyon analizi yapılmıştır. Ayrıca araştırmadaki değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkilerini aşamalı olarak test etmek için aşamalı regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Aşamalı regresyon analizi, bağımsız değişkenlerin ek açıklayıcılığını değerlendirmeye ve modelin hangi aşamada daha güçlü hale geldiğini belirlemeye yardımcı olması sebebiyle tercih edilmiştir. Daha sonra, verilerin normal dağılıma uygunluğunu test etmek için normallik analizi uygulanmıştır. Verilerin normal dağılım gösterdiği tespit edildikten sonra farklılıkları incelemek için parametrik testler tercih edilmiştir. İki kategorik değişken içeren sorular için bağımsız örneklem t-testi, birden fazla kategorik değişken içeren sorular için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır.

## 4. BULGULAR VE YORUMLAR

Araştırmanın bu kısmında araştırmanın nicel verilerine dayalı olarak elde edilen bulgular sistematik bir şekilde sunulmuş ve yorumlanmıştır. İlk olarak, ölçekler arasındaki ilişkilerin yönü ve gücü korelasyon analizi ile açıklanmıştır. Hipotezleri test etmek amacıyla yapılan regresyon analizi bulguları değerlendirilmiştir. Ardından, katılımcıların sosyo-demografik özellikleri analiz edilerek araştırma grubunun genel profili ortaya konulmuştur. Kullanılan ölçeklerin basıklık ve çarpıklık değerleri incelenerek verilerin normal dağılıma uygunluğu değerlendirilmiştir. Ölçeklerin yapı geçerliliğini test etmek amacıyla faktör analizi sonuçları paylaşılmış ve her bir ölçeğin aritmetik ortalama ile standart sapma değerleri sunulmuştur. Demografik özelliklere göre anlamlı farklılıkların olup olmadığını belirlemek için gerçekleştirilen fark testleri sonuçları ele alınmıştır. Süreçteki tüm analiz sonuçları tablolaştırılarak yorumlanmıştır.

### 4.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

Bu bölümde, araştırmanın temelini oluşturan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine dair bulgulara yer verilmektedir. Katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, meslek ve gelir gibi demografik değişkenlere ilişkin bilgilerinin analiz edilmesi, çalışmanın hedef kitlesini tanımlamak ve bu kitlenin özelliklerini anlamak açısından önemlidir. Bu veriler, çalışmanın sonuçlarının daha doğru bir şekilde yorumlanmasına katkı sağlayarak, elde edilen sonuçların hangi sosyo-demografik gruplar üzerinde nasıl bir etki yarattığını göstermeye yardımcı olacaktır. Aşağıda, katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine yönelik yapılan frekans analizine dayalı bulgular sunulmaktadır.

**Çizelge 1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri**

Değişkenler		n	%
Cinsiyet	Kadın	117	44,9
	Erkek	217	55,1
Yaş	18-25 yaş arası	37	9,4
	26-35 yaş arası	118	29,9
	36-45 yaş arası	121	30,7
	46-55 yaş arası	70	17,8
	56-65 yaş arası	32	8,1
	66 ve üzeri yaş	16	4,1
Medeni Durum	Evli	253	64,2
	Bekar	141	35,8
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	34	8,6
	Ortaöğretim	30	7,6
	Lise	108	27,4
	Önlisans	54	13,7
	Lisans	138	35,0
	Lisansüstü	30	7,6
Meslek	Kamu	111	28,2
	Özel Sektör	114	28,9
	Serbest Meslek	82	20,8
	Öğrenci	29	7,4
	Emekli	40	10,2
	Ev Hanımı	18	4,6
Aylık Gelir	15.000 tl ve altı	68	17,3
	15.001 tl-25.000tl	50	12,7
	25.001-35.000tl	91	23,1
	35.001tl-45.000tl	93	23,6
	45.001tl ve üzeri	92	23,4
Gelir Grubu	Düşük	171	43,4
	Orta	191	48,5
	Yüksek	32	8,1
<b>Toplam</b>		<b>394</b>	<b>100</b>

Çizelge 1'deki bulgulara bakıldığında, araştırmaya katılanların sosyo-demografik özelliklerine göre cinsiyet dağılımında erkekler (%55,1) kadınlardan (%44,9) daha fazla temsil edilmiştir. Yaş grupları incelendiğinde, katılımcıların çoğunluğunu 36-45 yaş arası (%30,7) ve 26-35 yaş arası (%29,9) bireyler oluştururken, 66 yaş ve üzeri katılımcılar (%4,1) en az temsil edilen gruptur. Katılımcıların %64,2'si evli, %35,8'i ise bekarıdır. Eğitim düzeyinde en yüksek oran lisans mezunlarına (%35)

ait olup, lise mezunları (%27,4) ikinci sırada gelmektedir. Kamu sektörü (%28,2) ve özel sektör (%28,9) en yaygın meslek gruplarıdır. Gelir dağılımına göre en yüksek oran %23,6 ile 35.001 TL - 45.000 TL arasıdır, en düşük gelir ise %17,3 ile 15.000 TL ve altıdır. Genel gelir gruplarına bakıldığında, katılımcıların %48,5'i orta gelir grubunda yer alırken, %43,4'ü düşük gelirli ve %8,1'i yüksek gelirli olarak değerlendirilmiştir.

**Çizelge 2. Katılımcıların Afyonkarahisar Ziyaretlerine Yönelik Özellikleri**

Değişkenler	n	%	
Hangi il/ilçeden geliyorsunuz?	Ankara	41	10,4
	Antalya	64	16,2
	Aydın	27	6,9
	Balıkesir	22	5,6
	Bursa	27	6,9
	Denizli	36	9,1
	Eskişehir	30	7,6
	Hatay	6	1,5
	Isparta	17	4,3
	İstanbul	30	7,6
	İzmir	27	6,9
	Kocaeli	21	5,3
	Mersin	18	4,6
	Sakarya	18	4,6
	Uşak	10	2,5
Afyonkarahisar'da geçirdiğiniz süreyi belirtiniz.	Günübirlik	207	52,5
	1-3 gün arası	108	27,4
	4-6 gün arası	27	6,9
	7 ve daha fazla gün	52	13,2
Afyonkarahisar'a ne şekilde geldiniz?	Bireysel	153	38,8
	Tur Grubu	241	61,2
Afyonkarahisar'a kim veya kimlerle geldiniz?	Bireysel	40	10,2
	Aile/Akraba	200	50,8
	Arkadaş	154	39,1
Afyonkarahisar'a kaçınıcı ziyaretiniz?	İlk ziyaretim	180	54,7
	İkinci ziyaretim	92	23,4
	Üçüncü ziyaretim	36	9,1
	Dördüncü veya daha fazla	86	21,8
<b>Toplam</b>	<b>394</b>	<b>100</b>	

Çizelge 2’de yer alan katılımcıların geldikleri şehirler, Afyonkarahisar’da geçirdikleri süre, ziyaret şekilleri, kimlerle seyahat ettikleri ve ziyaret sıklıkları gibi değişkenlerin analizi, bölgenin turistik çekiciliği, ziyaretçilerin davranışları ve seyahat alışkanlıkları hakkında bilgi sunmaktadır. Bulgulara bakıldığında, katılımcıların büyük bir kısmı Antalya (%16,2), Ankara (%10,4) ve Denizli (%9,1) gibi şehirlerden gelmiştir. Bu şehirler, Afyonkarahisar’a coğrafi olarak yakın olmaları nedeniyle öne çıkmaktadır. Ziyaret süresi açısından katılımcıların yarısından fazlası (%52,5) gününbirlik ziyaretçi olup, %27,4’ü 1-3 gün arası kalmıştır. Ziyaret biçimi olarak ise katılımcıların %61,2’si tur grupları ile Afyonkarahisar’a gelmiş, bireysel ziyaret oranı ise %38,8’de kalmıştır. Seyahat edenlerin çoğunluğu aile veya akraba (%50,8) ile birlikte gelmiş, %39,1’i arkadaşlarıyla seyahat etmeyi tercih etmiştir. İlk ziyaret oranı oldukça yüksektir (%54,7), bu da Afyonkarahisar’ın birçok katılımcı için henüz yeni bir destinasyon olduğunu göstermektedir.

**Çizelge 3. Katılımcıların SOKÜM’e Yönelik Bilgi Düzeyleri**

Değişkenler		n	%
<b>Somut olmayan kültürel miras unsurları hakkında bilgi düzeyinizi belirtiniz.</b>	Hiç bilgim yok	87	22,1
	Biraz bilgi sahibiyim	167	42,4
	Orta düzeyde bilgi sahibiyim	89	22,6
	İyi bir bilgi düzeyine sahibim	37	9,4
	Çok iyi bir bilgi düzeyine sahibim	14	3,6
<b>Geleneksel sohbet toplantıları hakkında bilgi düzeyinizi belirtiniz</b>	Hiç bilgim yok	98	24,9
	Biraz bilgi sahibiyim	142	36,0
	Orta düzeyde bilgi sahibiyim	74	18,8
	İyi bir bilgi düzeyine sahibim	57	14,5
	Çok iyi bir bilgi düzeyine sahibim	23	5,8
<b>Toplam</b>		<b>394</b>	<b>100</b>

Çizelge 3’te katılımcıların SOKÜM unsurları ve geleneksel sohbet toplantıları hakkında bilgi düzeylerine ilişkin bulgular sunulmaktadır. Katılımcıların SOKÜM unsurları hakkında bilgi düzeylerine bakıldığında, %42,4’ü biraz bilgi sahibi olduğunu belirtmiştir. Orta düzeyde bilgi sahibi olanların oranı %22,6 iken, %9,4’lük bir kesim iyi düzeyde bilgiye sahiptir. Ancak katılımcıların %22,1’i bu konuda hiç bilgi sahibi

olmadığını ifade etmiştir. Geleneksel sohbet toplantılarına yönelik bilgi düzeyinde ise %36,0'lık bir kesim biraz bilgi sahibi olduğunu belirtirken, %14,5 oranında iyi düzeyde bilgi sahibi olan katılımcılar bulunmaktadır. %24,9 oranındaki katılımcı ise bu konuda hiç bilgi sahibi olmadığını söylemiştir. Bu bulgular, katılımcıların büyük bir kısmının kültürel miras unsurları ve geleneksel sohbet toplantıları hakkında sınırlı bilgiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bu veriler, katılımcıların kültürel miras unsurları konusundaki farkındalık düzeylerini anlamak ve bu unsurların ne kadar tanındığını ölçmek açısından önemlidir.

**Çizelge 4. Katılımcıların Afyonkarahisar'ı Ziyaret Etme Önem Dereceleri**

Afyonkarahisar'a gelme sebepleri	1.öncelik		2.öncelik		3.öncelik		4.öncelik		5.öncelik		6.öncelik	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Tarih ve kültür	77	19,5	109	27,7	131	33,2	53	13,5	11	2,8	8	2,0
Termal turizm olanakları	112	28,4	123	31,2	94	21,3	40	10,2	23	5,8	15	3,8
Geleneksel sohbet toplantıları	161	40,9	94	23,9	73	18,5	27	6,9	34	8,6	5	1,3
Doğal güzellikler	18	4,6	33	8,4	68	17,03	170	43,1	93	23,6	14	3,6
Gastronomi ve yöresel lezzetler	24	6,1	29	7,4	30	7,6	87	22,1	197	50,0	40	10,2
Spor aktiviteleri	2	0,5	6	1,5	8	2,0	17	4,3	36	9,1	312	79,2
<b>Toplam</b>	<b>394</b>	<b>100</b>	<b>394</b>	<b>100</b>	<b>394</b>	<b>100</b>	<b>394</b>	<b>100</b>	<b>394</b>	<b>100</b>	<b>394</b>	<b>100</b>

Çizelge 4'te katılımcıların Afyonkarahisar'ı ziyaret etme nedenlerine ilişkin analiz sonuçları yer almakta ve değerlendirme yapılmaktadır. Geleneksel sohbet toplantıları %40,9 ile en çok birinci öncelik olarak belirtilmiştir. Termal turizm olanakları %28,4 oranında ikinci sırada yer alırken, tarih ve kültür %19,5 ile üçüncü sırada bulunmaktadır. Katılımcıların ikinci önceliğinde de termal turizm olanakları (%31,2) ve tarih ve kültür (%27,7) öne çıkmaktadır. Üçüncü öncelikte ise tarih ve kültür %33,2 ile en fazla tercih edilen faktör olmuştur. Ziyaretin dördüncü önceliğinde doğal güzellikler %43,1 ile öne çıkarken, beşinci ve altıncı önceliklerde gastronomi ve yöresel lezzetler (%50 ve %10,2) ile spor aktiviteleri (%79,2) belirgin hale gelmiştir. Bu sonuçlar, Afyonkarahisar'ın ziyaretçileri için termal turizm, kültürel değerler ve geleneksel sohbet toplantılarının en önemli çekim unsurları olduğunu göstermektedir.

Bu veriler, turizm planlaması ve pazarlama stratejileri geliştirilirken hangi faktörlerin öncelikli olarak ele alınması gerektiğine dair önemli ipuçları sunmaktadır.

#### 4.2. Ölçeklerin Basıklık-Çarpıklık Değerleri

Verilerin normal dağılıma uygunluğunu değerlendirmek için çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerine bakılmaktadır. Çarpıklık, verilerin dağılımının simetrik olup olmadığını göstermekte ve normal dağılımda çarpıklık değeri sıfıra yakın olmaktadır. Pratikte, -1 ile +1 arasındaki çarpıklık değerleri kabul edilebilir sınırlar olarak değerlendirilir, bu da verilerin normal dağılıma yakın olduğunu gösterir (Büyüköztürk, 2017). Basıklık, dağılımın ne kadar sivri veya basık olduğunu ifade etmektedir. Normal dağılım için basıklık değerinin de sıfıra yakın olması gerekmektedir. Yine pratikte  $\pm 1,5$  veya  $\pm 2$  aralığındaki basıklık değerleri normal kabul edilmektedir (Kline, 2016). Bu değerlere bakarak, verilerin normal dağılıma ne kadar uyum sağladığı hakkında bir değerlendirme yapılabilmektedir. Bu aralıklar dışına çıkan değerler, normal dağılımdan sapma olduğunu göstermektedir. Ölçeklere yönelik basıklık ve çarpıklık katsayıları Çizelge 5'te gösterilmektedir. Buna göre verilerin normal dağılım gösterdiği belirlenmiştir.

Çizelge 5. Ölçeklere Yönelik Ortalamalar ve Çarpıklık-Basıklık Değerleri

Değişkenler	Min.	Max.	$\bar{X}$	SS	Çarpıklık	Basıklık
Bilinçli Farkındalık Ölçeği	1,00	5,00	2,34	,87	0,715	-0,285
Akış Deneyimi Ölçeği	1,00	5,00	4,05	,93	-1,275	0,736
Öznel Canlılık Ölçeği	1,00	5,00	3,62	1,06	-0,566	-0,935
Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Ölçeği	1,00	5,00	3,57	1,17	-0,683	-0,525

#### 4.3. Ölçeklere İlişkin Faktör Analizi Bulguları

Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA), çok sayıda değişken arasındaki ilişkileri inceleyerek bu değişkenleri daha az sayıda anlamlı ve bağımsız faktörler altında gruplamak için kullanılan bir istatistiksel tekniktir. Analize başlamadan önce verilerin

uygunluğunu kontrol etmek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi ve Bartlett Küresellik Testi uygulanır; KMO'nun 0,50'nin üzerinde ve Bartlett testinin anlamlı olması gerekir (Coşkun vd., 2015), (Kaiser, 1974; Bartlett, 1954). Faktörlerin belirlenmesinde özdeğerlerin 1'den büyük olması önerilmektedir (Cattell, 1966). Faktör yüklerinin 0,30 ve üzeri olması genellikle anlamlı kabul edilmekte (Tabachnick ve Fidell, 2019) ve faktörlerin toplam varyansın en az %50'sini açıklaması beklenmektedir (Hair vd, 2014). Her bir faktörün iç tutarlılığını değerlendirmek için Cronbach Alfa katsayısı kullanılmaktadır. Alfa değeri 0,70 ve üzerinde olan faktörler güvenilir kabul edilir; 0,80 ve üzeri ise yüksek güvenilirlik olarak değerlendirilmektedir (Nunnally ve Bernstein, 1994).

**Çizelge 6. Bilinçli Farkındalık Ölçeğine İlişkin AFA Analizi Sonuçları**

<b>Maddeler</b>	<b>İfadeler</b>	<b>Faktör Yüğü</b>
<b>BİFÖ 8.</b>	Aktiviteleri gerçekte ne olduklarına dikkat etmeden acele ile yerine getiririm.	0,821
<b>BİFÖ 7.</b>	Yaptığım şeyin farkında olmaksızın otomatikçe bağlanmış gibi yapıyorum.	0,793
<b>BİFÖ 10.</b>	İşleri veya görevleri ne yaptığımın farkında olmaksızın otomatik olarak yaparım.	0,791
<b>BİFÖ 9.</b>	Başarmak istediğim hedeflere öyle çok odaklanırım ki o hedeflere ulaşmak için şu an ne yapıyor olduğumun farkında olmam.	0,764
<b>BİFÖ 14.</b>	Kendimi yaptığım işlere dikkatimi vermemiş bulurum.	0,761
<b>BİFÖ 3.</b>	Şu anda olana odaklanmakta zorlanırım.	0,745
<b>BİFÖ 4.</b>	Gideceğim yere, yolda olup bitenlere dikkat etmeksizin hızlıca yürüyerek gitmeyi tercih ederim.	0,740
<b>BİFÖ 12.</b>	Gideceğim yerlere farkında olmadan gidiyor, sonra da oraya neden gittiğime şaşırıyorum.	0,724
<b>BİFÖ 6.</b>	Bir kişinin ismini, bana söylendikten hemen sonra unuturum.	0,723
<b>BİFÖ 5.</b>	Fiziksel gerginlik ya da rahatsızlık içeren duyguları, gerçekten dikkatimi çekene kadar fark etmeme eğilimim vardır.	0,720
<b>BİFÖ 15.</b>	Ne yediğimin farkında olmaksızın atıştırıyorum.	0,700
<b>BİFÖ 2.</b>	Eşyaları özensizlik, dikkat etmeme veya başka bir şeyleri düşündüğüm için kırarım veya dökerim.	0,691
<b>BİFÖ 13.</b>	Kendimi gelecek veya geçmişle meşgul bulurum.	0,669
<b>BİFÖ 11.</b>	Kendimi bir kulağımla birini dinlerken; aynı zamanda başka bir şeyi de yaparken bulurum.	0,663
<b>BİFÖ 1.</b>	Belli bir süre farkında olmadan bazı duyguları yaşayabilirim.	0,649

Çizelge 6-devamı

<b>Faktörlerin Toplam Varyansı Açıklama Oranı (%)</b>	53,553	
<b>Ölçeğin Toplam Cronbach Alfa Katsayısı</b>	0,93	
<b>Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği</b>	0,938	
<b>Bartlett Küresellik Testi</b>	<b>Yaklaşık Ki-kare</b>	3564,547
	<b>df</b>	105
	<b>Sig. (Anlamlılık)</b>	0,000

Çizelge 6’da yer verilen açımlayıcı faktör analizi sonuçlarına göre ölçek, bilinçli farkındalık konusunda 15 maddeden oluşmaktadır. Faktör yükleri incelendiğinde tüm maddelerin faktör yüklerinin 0,649 ile 0,821 arasında değiştiği görülmektedir. Bu, maddelerin faktörle olan ilişkilerinin güçlü olduğunu ve ölçeğin güvenilir bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği değeri 0,938 olarak bulunmuştur. KMO değeri 0,80 ve üzerinde olduğunda veri setinin faktör analizi için “çok iyi” olduğu kabul edilmektedir, bu da veri setinin analiz için uygunluğunu göstermektedir. Bartlett Küresellik Testi sonucunda anlamlı bir değer elde edilmiştir ( $\chi^2 = 3564,547$ ,  $p < 0,05$ ), bu da değişkenler arasında yeterli korelasyon bulunduğunu ve faktör analizi yapılmasının uygun olduğunu göstermektedir. Faktörlerin toplam varyansın %53,553’ünü açıkladığı görülmektedir. Sosyal bilimler araştırmalarında varyansın %50’den fazlasının açıklanması yeterli kabul edilmektedir dolayısıyla bu sonuç da ölçeğin geçerliliğine işaret etmektedir. Ayrıca, ölçeğin genel güvenilirliği için hesaplanan Cronbach Alfa katsayısı 0,93 olarak bulunmuştur. Bu değer, ölçeğin çok yüksek bir iç tutarlılığa sahip olduğunu ve güvenilir olduğunu göstermektedir.

**Çizelge 7. Akış Deneyimi Ölçeğine İlişkin AFA Analizi Sonuçları**

<b>Maddeler</b>	<b>İfadeler</b>	<b>Faktör Yüğü</b>
<b>AKIŞ 4.</b>	Katıldığım Yaren Gecesi etkinliğı esnasında olumlu bir deneyim yaşadığımı hissediyorum.	0,916
<b>AKIŞ 6.</b>	Katıldığım Yaren Gecesi etkinliğı beni mutlu ediyor.	0,913
<b>AKIŞ 3.</b>	Katıldığım Yaren Gecesi etkinliğı esnasında keyifli bir deneyim yaşıyorum.	0,899
<b>AKIŞ 7.</b>	Katıldığım Yaren Gecesi etkinliğinde zamanın nasıl geçtiğini anlamıyorum.	0,898
<b>AKIŞ 8.</b>	Katıldığım Yaren Gecesi etkinliğı zevklidir.	0,894
<b>AKIŞ 2.</b>	Katıldığım Yaren Gecesi etkinliğine tüm dikkatimi veriyorum.	0,888
<b>AKIŞ 5.</b>	Katıldığım Yaren Gecesi etkinliğı esnasında kendimi aşırı motive olmuş hissediyorum.	0,886
<b>AKIŞ 9.</b>	Katıldığım Yaren Gecesi etkinliğı zevklidir.	0,875
<b>AKIŞ 1.</b>	Katıldığım Yaren Gecesi etkinliğı özgüvenimi artırıyor.	0,710
<b>Faktörlerin Toplam Varyansı Açıklama Oranı (%)</b>		76,973
<b>Ölçeğın Toplam Cronbach Alfa Katsayısı</b>		0,96
<b>Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliğı</b>		0,955
<b>Bartlett Küresellik Testi</b>	<b>Yaklaşık Ki-kare</b>	3775,168
	<b>df</b>	36
	<b>Sig. (Anlamlılık)</b>	0,000

Çizelge 7’de yer alan Akış Deneyimi ölçeğinin açımlayıcı faktör analizi sonuçlarına göre, 9 maddeden oluşan bu ölçek, etkinlikle ilgili deneyimleri ölçmede yüksek bir iç tutarlılığa sahiptir. Maddelerin faktör yükleri 0,710 ile 0,916 arasında değişmektedir; bu, her bir maddenin faktörle olan ilişkisinin oldukça güçlü olduğunu ve maddelerin ölçeğe sağlam bir katkı yaptığını göstermektedir. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0,955 bulunmuştur; bu da verinin faktör analizi için mükemmel bir örneklem yeterliliğine sahip olduğunu göstermektedir. Bartlett Küresellik Testi de anlamlı çıkmıştır ( $\chi^2 = 3775,168$ ,  $p < 0,05$ ), bu da değişkenler arasında yeterli düzeyde korelasyon olduğunu ve faktör analizinin yapılmasının uygun olduğunu doğrulamaktadır. Varyansın %76,973’ünün tek bir faktörle açıklanması, ölçeğın katılımcıların Yaren Gecesi etkinliğindeki akış deneyimlerini oldukça iyi temsil ettiğini ve ölçekte yer alan maddelerin büyük ölçüde bu deneyimi kapsadığını göstermektedir. Cronbach Alfa katsayısının 0,96 olması, ölçeğın çok yüksek bir güvenilirlik düzeyine sahip olduğunu belirtmektedir.

**Çizelge 8. Öznel Canlılık Ölçeğine İlişkin AFA Analizi Sonuçları**

<b>Maddeler</b>	<b>İfadeler</b>	<b>Faktör Yüğü</b>
<b>ÖZÖ 7.</b>	Kendimi enerji dolu hissedirim.	0,922
<b>ÖZÖ 4.</b>	Enerjik ve canlı biriyim.	0,911
<b>ÖZÖ 1.</b>	Kendimi canlı ve zinde hissedirim.	0,892
<b>ÖZÖ 5.</b>	Her yeni günü dört gözle bekliyorum.	0,873
<b>ÖZÖ 6.</b>	Neredeyse daima uyanık ve tetikteyim.	0,855
<b>ÖZÖ 3.</b>	Bazen kendimi bomba gibi zinde ve canlı hissediyorum.	0,845
<b>ÖZÖ 2.</b>	Kendimi çok enerjik hissetmem.	0,817
<b>Faktörlerin Toplam Varyansı Açıklama Oranı (%)</b>		76,444
<b>Ölçeğin Toplam CronbachAlfa Katsayısı</b>		0,94
<b>Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği</b>		0,929
<b>Bartlett Küresellik Testi</b>	<b>Yaklaşık Ki-kare</b>	2554,488
	<b>df</b>	21
	<b>Sig. (Anlamlılık)</b>	0,000

Çizelge 8’de yer alan Öznel Canlılık ölçeğinin AFA sonuçlarına bakıldığında, toplamda 7 maddeden oluşmaktadır ve faktör yükleri 0,817 ile 0,922 arasında değişmekte olduğu görülmektedir. Bu yüksek faktör yükleri, maddelerin faktörle olan ilişkilerinin oldukça güçlü olduğunu ve ölçeğin sağlam bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği değeri 0,929 olarak bulunmuş olup, bu da veri setinin faktör analizi için “mükemmel” bir uygunluğa sahip olduğunu gösterir. Bartlett Küresellik Testi anlamlı sonuç vermiştir ( $\chi^2 = 2554,488$ ,  $p < 0,05$ ), bu da faktör analizinin uygulanabilir olduğunu doğrulamaktadır. Ölçeğin toplam varyansın %76,444’ünü açıklaması, ölçeğin öznel canlılık kavramını iyi bir şekilde ölçtüğünü göstermektedir. Cronbach Alfa katsayısının 0,94 olması, ölçeğin çok yüksek bir iç tutarlılığa sahip olduğunu ve güvenilir olduğunu göstermektedir.

**Çizelge 9. Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Ölçeğine İlişkin AFA Analizi Sonuçları**

<b>Maddeler</b>	<b>İfadeler</b>	<b>Faktörler</b>
<b>TZN 3.</b>	Bu destinasyonu (Afyonkarahisar'ı) daha sık ziyaret edeceğim.	0,937
<b>TZN 1.</b>	Bu destinasyonu (Afyonkarahisar'ı) yakın gelecekte tekrar ziyaret etmek istiyorum.	0,928
<b>TZN 2.</b>	Bu destinasyon (Afyonkarahisar'ı) diğer destinasyonlara göre ilk tercihim olacaktır.	0,924
<b>Faktörlerin Toplam Varyansı Açıklama Oranı (%)</b>		86,443
<b>Ölçeğin Toplam Cronbach Alfa Katsayısı</b>		0,92
<b>Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği</b>		0,761
<b>Bartlett Küresellik Testi</b>	<b>Yaklaşık Ki-kare</b>	876,967
	<b>df</b>	3
	<b>Sig. (Anlamlılık)</b>	0,000

Çizelge 9'da yer alan Tekrar Ziyaret Niyeti ölçeği açımlayıcı faktör analizi sonuçlarına göre, ölçek 3 maddeden oluşmakta ve faktör yükleri 0,924 ile 0,937 arasında değişmektedir, bu da maddelerin faktörle güçlü bir ilişki içinde olduğunu göstermektedir. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0,761 olarak bulunmuş ve faktör analizi için yeterli kabul edilmiştir. Bartlett Küresellik Testi anlamlı çıkmıştır ( $\chi^2 = 876,967$ ,  $p < 0,05$ ). Bu da maddeler arasında yeterli düzeyde korelasyon olduğunu doğrulamaktadır. Faktörlerin toplam varyansın %86,443'ünü açıklaması, ölçeğin tekrar ziyaret niyeti kavramını ölçmede çok başarılı olduğunu göstermektedir. Cronbach Alfa katsayısı 0,92 olarak hesaplanmış ve bu da ölçeğin yüksek bir güvenilirliğe ve iç tutarlılığa sahip olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar, Tekrar Ziyaret Niyeti ölçeğinin geçerli ve güvenilir bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir.

#### **4.4. Ölçeklere İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Bulguları**

Çalışmanın bu bölümünde açımlayıcı faktör analizi sonuçlarına göre bilinçli farkındalık, akış deneyimi, öznel canlılık ve tekrar ziyaret etme niyeti ölçeklerinin ve bu ölçeklere ait faktörlerin ortalama ve standart sapma değerleri incelenmiştir. Çizelgelerde 'X' sembolü ortalama değerini, 'S.S.' sembolü ise standart sapma değerini temsil etmektedir.

**Çizelge 10. Bilinçli Farkındalık Ölçeğinin İfadelerine Yönelik Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri**

<b>BİLİNÇLİ FARKINDALIK ÖLÇEĞİ</b>		
<b>İfadeler</b>	<b><math>\bar{X}</math></b>	<b>S.S.</b>
Belli bir süre farkında olmadan bazı duyguları yaşayabilirim.	2,74	1,312
Eşyaları özensizlik, dikkat etmeme veya başka bir şeyleri düşündüğüm için kırarım veya dökerim.	2,20	1,139
Şu anda olana odaklanmakta zorlanırım.	2,19	1,168
Gideceğim yere, yolda olup bitenlere dikkat etmeksizin hızlıca yürüyerek gitmeyi tercih ederim.	2,42	1,194
Fiziksel gerginlik ya da rahatsızlık içeren duyguları, gerçekten dikkatimi çekene kadar fark etmeme eğilimim vardır.	2,24	1,184
Bir kişinin ismini, bana söylendikten hemen sonra unuturum.	2,33	1,125
Yaptığım şeyin farkında olmaksızın otomatik bağlanmış gibi yapıyorum.	2,34	1,234
Aktiviteleri gerçekte ne olduklarına dikkat etmeden acele ile yerine getiririm.	2,23	1,210
Başarmak istediğim hedeflere öyle çok odaklanırım ki o hedeflere ulaşmak için şu an ne yapıyor olduğumun farkında olmam.	2,33	1,263
İşleri veya görevleri ne yaptığımın farkında olmaksızın otomatik olarak yaparım.	2,32	1,213
Kendimi bir kulağımla birini dinlerken; aynı zamanda başka bir şeyi de yaparken bulurum.	2,49	1,252
Gideceğim yerlere farkında olmadan gidiyor, sonra da oraya neden gittiğime şaşırıyorum.	2,04	1,106
Kendimi gelecek veya geçmişle meşgul bulurum.	2,74	1,246
Kendimi yaptığım işlere dikkatimi vermemiş bulurum.	2,38	1,184
Ne yediğimin farkında olmaksızın atıştırıyorum.	2,12	1,132
<b>Genel Ortalama ve Standart Sapma</b>	<b>2,34</b>	<b>0,876</b>

Çizelge 10’da bilinçli farkındalık ölçeğinin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri bulunmaktadır. Düşük ortalama yüksek bilinçli farkındalık düzeyi anlamına gelmektedir. Çalışmada ölçeğin ortalaması en fazla 5 en az 1’dir. Ölçeğin ortalaması 2,24’tür. Bu da katılımcıların bilinçli farkındalık düzeylerinin ortalamasının biraz üzerinde olduğunu göstermektedir. “Gideceğim yerlere farkında olmadan gidiyor, sonra da oraya neden gittiğime şaşırıyorum” maddesi en düşük ( $\bar{X}=2,04$ ) ortalamaya sahip ifade iken “Belli bir süre farkında olmadan bazı duyguları yaşayabilirim” ve “Kendimi gelecek veya geçmişle meşgul bulurum.” maddeleri ortalaması en yüksek ( $\bar{X}=2,74$ ) ifadelerdir.

**Çizelge 11. Akış Deneyimi Ölçeğinin İfadelerine Yönelik Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri**

<b>AKIŞ DENEYİMİ ÖLÇEĞİ</b>		
<b>İfadeler</b>	<b><math>\bar{X}</math></b>	<b>S.S.</b>
Katıldığım Yaren Gecesi etkinliği özgüvenimi artırıyor.	3,70	1,152
Katıldığım Yaren Gecesi etkinliğine tüm dikkatimi veriyorum.	4,05	1,023
Katıldığım Yaren Gecesi etkinliği esnasında keyifli bir deneyim yaşıyorum.	4,14	0,990
Katıldığım Yaren Gecesi etkinliği esnasında olumlu bir deneyim yaşadığımı hissediyorum.	4,16	0,998
Katıldığım Yaren Gecesi etkinliği esnasında kendimi aşırı motive olmuş hissediyorum.	4,01	1,100
Katıldığım Yaren Gecesi etkinliği beni mutlu ediyor.	4,19	1,006
Katıldığım Yaren Gecesi etkinliğinde zamanın nasıl geçtiğini anlamıyorum.	4,09	1,044
Katıldığım Yaren Gecesi etkinliği zevklidir.	4,16	1,063
Katıldığım Yaren Gecesi etkinliği zevklidir.	4,03	1,123
<b>Genel Ortalama ve Standart Sapma</b>	<b>4,05</b>	<b>0,936</b>

Çizelge 11’de akış deneyimi ölçeğinin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri bulunmaktadır. Ölçekten alınan toplam puan; ifadelerin toplamının ifade sayısına bölünmesi ile ortaya çıkmaktadır. Buna göre, ölçekten alınabilecek en yüksek puan 5, en düşük puan ise 1 puandır. Çalışmada ölçeğin genel ortalaması 4,05’tir. Bu, katılımcıların katıldıkları Yaren Gecesi etkinliklerinde yüksek düzeyde akış deneyimi yaşadıklarını göstermektedir. “Katıldığım Yaren Gecesi etkinliği beni mutlu ediyor” ifadesinin ortalaması en yüksek ( $\bar{X}=4,19$ ) ifade olduğu görülürken, Katıldığım Yaren Gecesi etkinliği özgüvenimi artırıyor.” İfadesinin ortalaması en düşük ( $\bar{X}=3,70$ ) ifade olduğu görülmektedir.

**Çizelge 12. Öznel Canlılık Ölçeğinin İfadelerine Yönelik Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri**

<b>ÖZNEL CANLILIK ÖLÇEĞİ</b>		
<b>İfadeler</b>	<b><math>\bar{X}</math></b>	<b>S.S.</b>
Kendimi canlı ve zinde hissederim.	3,58	1,287
Kendimi çok enerjik hissetmem.	3,63	1,308
Bazen kendimi bomba gibi zinde ve canlı hissediyorum	3,71	1,138
Enerjik ve canlı biriyim.	3,67	1,192
Her yeni günü dört gözle bekliyorum.	3,60	1,212
Neredeyse daima uyanık ve tetikteyim.	3,52	1,208
Kendimi enerji dolu hissederim.	3,65	1,220
<b>Genel Ortalama ve Standart Sapma</b>	<b>3,62</b>	<b>1,069</b>

Çizelge 12’de öznel canlılık ölçeğinin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri bulunmaktadır. Ölçekten alınan yüksek puanlar, katılımcıların yüksek düzeyde öznel canlılık yaşadıkları anlamına gelmektedir. ölçekten alınabilecek en yüksek puan 5, en düşük puan ise 1 puandır. Ölçeğin ortalaması 3,62’dir. Buna göre katılımcıların kendilerini canlı ve zinde hissettikleri sonucuna ulaşılabilir. “Bazen kendimi bomba gibi zinde ve canlı hissediyorum” ifadesi en yüksek ( $\bar{X}=3,71$ ), ortalamaya sahip olduğu görülürken, “Neredeyse daima uyanık ve tetikteyim.” İfadesi en düşük ( $\bar{X}=3,52$ ) ortalamaya sahiptir.

**Çizelge 13. Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Ölçeğinin İfadelerine Yönelik Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri**

<b>TEKRAR ZİYARET ETME NİYETİ ÖLÇEĞİ</b>		
<b>İfadeler</b>	<b><math>\bar{X}</math></b>	<b>S.S.</b>
Bu destinasyonu (Afyonkarahisar’ı) yakın gelecekte tekrar ziyaret etmek istiyorum.	3,71	1,261
Bu destinasyon (Afyonkarahisar’ı) diğer destinasyonlara göre ilk tercihim olacaktır.	3,34	1,288
Bu destinasyonu (Afyonkarahisar’ı) daha sık ziyaret edeceğim.	3,65	1,234
<b>Genel Ortalama ve Standart Sapma</b>	<b>3,57</b>	<b>1,172</b>

Çizelge 13’te tekrar ziyaret etme niyetin ölçeğinin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri bulunmaktadır. Ölçeğin ortalamasının 3,57 olduğu görülmektedir. “Bu destinasyonu (Afyonkarahisar’ı) yakın gelecekte tekrar ziyaret etmek istiyorum.” Maddesi ortalaması en yüksek ( $\bar{X}=3,71$ ) ifade iken, “Bu destinasyon (Afyonkarahisar’ı) diğer destinasyonlara göre ilk tercihim olacaktır.” maddesi en düşük ( $\bar{X}=3,34$ ) ortalamaya sahip ifade olarak görülmektedir.

#### **4.5. Ölçklere İlişkin Korelasyon Analizi Bulguları**

Korelasyon analizi, hipotezler doğrultusunda, araştırma değişkenleri arasındaki ilişkinin yönünü ve gücünü ölçmek için kullanılan istatistiksel bir yöntemdir. İki ya da daha fazla değişkenin birbiriyle nasıl bir ilişki içerisinde olduğunu belirleyen korelasyon analizi, bu ilişkinin var olup olmadığını, varsa yönünü (pozitif ya da negatif) ve gücünü (zayıf, orta, güçlü) tespit etmektedir. Korelasyon analizinde en yaygın kullanılan testler Pearson korelasyon katsayısı ve Spearman korelasyon

katsayısıdır. Pearson testi, iki sürekli değişken arasındaki doğrusal ilişkiyi ölçerken, değişkenlerin normal dağıldığı varsayılmakta ve -1 ile +1 arasında bir değer almaktadır. +1'e yakın bir değer, değişkenler arasında güçlü ve pozitif bir ilişki olduğunu gösterirken, -1'e yakın bir değer, değişkenler arasında güçlü ve negatif bir ilişki olduğunu ifade etmektedir. 0'a yakın bir değer ise iki değişken arasında belirgin bir ilişki olmadığını göstermektedir. Spearman testi ise değişkenlerin sıralı olduğu ya da normal dağılım göstermediği durumlarda kullanılmaktadır (Büyüköztürk, 2017, s. 31). Büyüköztürk (2017) tarafından belirtildiği gibi, korelasyon katsayısı 0,00 ile 0,30 arasında olduğunda zayıf, 0,30 ile 0,70 arasında olduğunda orta düzeyde ve 0,70 ile 1,00 arasında olduğunda ise güçlü bir ilişkiyi göstermektedir.

**Çizelge 14. Ölçeklerin Korelasyon Analizi Sonuçları**

Ölçekler		Bilinçli Farkındalık	Akış Deneyimi	Öznel Canlılık	Tekrar Ziyaret Niyeti
Bilinçli Farkındalık	Korelasyon Katsayısı	1			
	Sig.				
	N	394			
Akış Deneyimi	Korelasyon Katsayısı	0,642**	1		
	Sig.	0,000			
	N	394	394		
Öznel Canlılık	Korelasyon Katsayısı	0,626**	0,659**	1	
	Sig.	0,000	0,000		
	N	394	394	394	
Tekrar Ziyaret Niyeti	Korelasyon Katsayısı	0,387**	0,569**	0,451**	1
	Sig.	0,000	0,000	0,000	
	N	394	394	394	394

\*p<0,05; \*\*p<0,01; Pearson korelasyon

Çizelge 14'teki analiz sonuçlarına göre, bilinçli farkındalık ile akış deneyimi ( $r=0.642^{**}$ ;  $p<0.01$ ) ve öznel canlılık ( $r=0.626^{**}$ ;  $p<0.01$ ) arasında orta düzeyde ve pozitif yönde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Aynı şekilde, bilinçli farkındalık ile tekrar ziyaret niyeti arasında da orta düzeyde, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır ( $r=0.387^{**}$ ;  $p<0.01$ ). Akış deneyimi ile öznel canlılık ( $r=0.659^{**}$ ;  $p<0.01$ ) ve tekrar ziyaret niyeti ( $r=0.569^{**}$ ;  $p<0.01$ ) arasında orta derecede ve olumlu yönde anlamlı ilişkiler bulunmaktadır. Ayrıca, öznel canlılık ile tekrar ziyaret niyeti

arasında orta düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki gözlenmiştir ( $r=0.451^{**}$ ;  $p<0.01$ ). Genel olarak, tüm boyutlar arasındaki ilişki düzeylerine bakıldığında, değişkenlerin birbirleriyle pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde ilişkili oldukları tespit edilmiştir ( $p<0.01$ ).

#### 4.6. Regresyon Analizine İlişkin Bulgular

Regresyon analizi, iki ya da daha fazla değişken arasındaki ilişkiyi incelemeye yönelik güçlü bir araçtır. Bu yöntem, bir bağımlı değişkenin bir veya birden fazla bağımsız değişken tarafından nasıl etkilendiğini modellemeyi amaçlamaktadır. Temel amacı, bir sonuç değişkeni (bağımlı değişken) ile bu sonucu etkileyebileceği düşünülen faktörler (bağımsız değişkenler) arasındaki matematiksel ilişkiyi keşfetmek ve bu ilişkiyi açıklayan bir model geliştirmektir (Büyüköztürk, 2017).

Çizelge 15. Akış Deneyiminin Bilinçli Farkındalık Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

	B	Standart Hata	Beta	t değeri	Anlam Düzeyi
Sabit	1,217	0,151		8,072	0,000
Akış Deneyimi	0,600	0,36	0,642	16,586	0,000
R			0,642		
R <sup>2</sup>			0,412		
Düzeltilmiş R <sup>2</sup>			0,411		
Tahmini Standart Hata			0,67233		
F			275,098		
Anlam Düzeyi			0,000		
<b>Bağımlı Değişken: Bilinçli Farkındalık</b>					

Çizelge 15'te akış deneyiminin bilinçli farkındalık üzerindeki etkisi analiz edilmiştir. Sonuçlara göre, bağımsız değişken olan akış deneyiminin bilinçli farkındalık üzerindeki etkisinin pozitif ve anlamlı olduğu görülmektedir. Regresyon katsayısı (B) 0.600'dür. Bu, akış deneyiminde meydana gelen her bir birim artışın bilinçli farkındalık üzerinde 0.600 birimlik bir artışa neden olduğunu göstermektedir. Beta katsayısı 0.642 olup, bu etkiyi standartlaştırılmış bir ölçekte göstermektedir ve bağımsız değişkenin güçlü bir etkisinin olduğunu ortaya koymaktadır. Modelin

açıklayıcılık gücünü ifade eden  $R^2$  değeri 0,412 olup, akış deneyiminin bilinçli farkındalığın yaklaşık %41'ini açıkladığını göstermektedir. F değeri ise 275.098 olup anlamlılık düzeyinin ( $p<0.001$ ) oldukça anlamlı olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar, akış deneyiminin bilinçli farkındalık üzerinde anlamlı ve güçlü ve pozitif bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

**Çizelge 16. Bilinçli Farkındalığın Akış Deneyimi Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Analizi**

	<b>B</b>	<b>Standart Hata</b>	<b>Beta</b>	<b>t değeri</b>	<b>Anlam Düzeyi</b>
<b>Sabit</b>	1,549	0,156		9,956	0,000
<b>Bilinçli Farkındalık</b>	0,687	0,041	0,642	16,586	0,000
<b>R</b>			0,642		
<b>R<sup>2</sup></b>			0,412		
<b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></b>			0,411		
<b>Tahmini Standart Hata</b>			0,71913		
<b>F</b>			275, 098		
<b>Anlam Düzeyi</b>			0,000		
<b>Bağımlı Değişken: Akış Deneyimi</b>					

Çizelge 16'da bilinçli farkındalığın akış deneyimi üzerindeki etkisi incelenmiştir. Regresyon katsayısı (B) 0.687 olup, bilinçli farkındalıktaki her bir birimlik artışın akış deneyiminde 0.687 birimlik bir artış sağladığını göstermektedir. Standartlaştırılmış Beta katsayısı ise 0.642'dir. Bu da bilinçli farkındalığın akış deneyimi üzerindeki etkisinin yüksek olduğunu göstermektedir.  $R^2$  değeri 0.412 olup, modelin bağımsız değişkeni olan bilinçli farkındalığın akış deneyiminin %41'ini açıkladığını belirtmektedir. F değeri 275.098 olup, bu ilişkinin anlamlılığını doğrulamakta ve  $p<0.001$  düzeyi ile bu sonucun oldukça anlamlı olduğu saptanmıştır. Bu bulgular, bilinçli farkındalığın akış deneyimi üzerinde anlamlı güçlü ve pozitif bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

**Çizelge 17. Öznel Canlılığın Bilinçli Farkındalık Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Analizi**

	<b>B</b>	<b>Standart Hata</b>	<b>Beta</b>	<b>t değeri</b>	<b>Anlam Düzeyi</b>
<b>Sabit</b>	1,794	0,122		14,701	0,000
<b>Öznel Canlılık</b>	0,513	0,032	0,626	15,886	0,000
<b>R</b>			0,626		
<b>R<sup>2</sup></b>			0,392		
<b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></b>			0,390		
<b>Tahmini Standart Hata</b>			0,68409		
<b>F</b>			252,365		
<b>Anlam Düzeyi</b>			0,000		
<b>Bağımlı Değişken: Bilinçli Farkındalık</b>					

Çizelge 17’de öznel canlılığın bilinçli farkındalık üzerindeki etkisini değerlendirilmektedir. Regresyon katsayısı (B) 0.513’tür ve bu, öznel canlılıktaki bir birimlik artışın bilinçli farkındalıkta 0.513 birimlik artış sağladığını göstermektedir. Beta katsayısı ise 0.626 olarak bulunmuş ve etkisinin yüksek olduğunu göstermektedir. Modelin açıklayıcılık gücünü ifade eden R<sup>2</sup> değeri 0.392 olup, öznel canlılığın bilinçli farkındalığın yaklaşık %39’unu açıkladığını göstermektedir. F değeri 252.365’tir ve ilişkinin oldukça anlamlı olduğu görülmektedir (p<0.001). Bu sonuçlar, öznel canlılığın bilinçli farkındalık üzerinde anlamlı, güçlü ve pozitif bir etkisi olduğunu ve bu ilişkinin güçlü olduğunu ortaya koymaktadır.

**Çizelge 18. Bilinçli Farkındalığın Öznel Canlılık Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Analizi**

	<b>B</b>	<b>Standart Hata</b>	<b>Beta</b>	<b>t değeri</b>	<b>Anlam Düzeyi</b>
<b>Sabit</b>	0,836	0,181		4,629	0,000
<b>Araçsal</b>	0,764	0,048	0,626	15,886	0,000
<b>R</b>			0,626		
<b>R<sup>2</sup></b>			0,392		
<b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></b>			0,390		
<b>Tahmini Standart Hata</b>			0,83512		
<b>F</b>			252,365		
<b>Anlam Düzeyi</b>			0,000		
<b>Bağımlı Değişken: Öznel Canlılık</b>					

Çizelge 18’de bilinçli farkındalığın öznel canlılık üzerindeki etkisi incelenmiştir. Regresyon katsayısı (B) 0.764’tür ve bilinçli farkındalıktaki bir birimlik

artışın öznel canlılıkta 0.764 birimlik artışa yol açtığını göstermektedir. Beta katsayısı 0.626 olup, bu ilişkinin güçlü olduğunu göstermektedir. Modelin açıklayıcılığı ise  $R^2$  değeri ile ifade edilmiş olup, bu değer 0.392'dir, yani bilinçli farkındalık, öznel canlılığın yaklaşık %39'unu açıklamaktadır. F değeri 252.365 ve anlamlılık düzeyi  $p < 0.001$  olarak bulunmuştur. Sonuçlar, bilinçli farkındalığın öznel canlılık üzerindeki etkisinin anlamlı, güçlü ve pozitif olduğunu göstermektedir.

**Çizelge 19. Akış Deneyiminin Öznel Canlılık Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Analizi**

	<b>B</b>	<b>Standart Hata</b>	<b>Beta</b>	<b>t değeri</b>	<b>Anlam Düzeyi</b>
<b>Sabit</b>	0,575	0,181		3,186	0,002
<b>Akış Deneyimi</b>	0,752	0,043	0,659	17,344	0,000
<b>R</b>			0,659		
<b><math>R^2</math></b>			0,434		
<b>Düzeltilmiş <math>R^2</math></b>			0,433		
<b>Tahmini Standart Hata</b>			0,80539		
<b>F</b>			300,801		
<b>Anlam Düzeyi</b>			0,000		
<b>Bağımlı Değişken: Öznel Canlılık</b>					

Çizelge 19'da akış deneyiminin öznel canlılık üzerindeki etkisi incelenmiştir. Regresyon katsayısı (B) 0.752 olup, akış deneyimindeki bir birimlik artışın öznel canlılıkta 0.752 birimlik bir artışa yol açtığını göstermektedir. Standartlaştırılmış Beta katsayısı 0.659 olup, bu etkinin oldukça güçlü ve pozitif olduğu tespit edilmiştir.  $R^2$  değeri 0.434 olup, akış deneyiminin öznel canlılığın %43'ünü açıkladığını ortaya koymaktadır. F değeri (300.801) ve  $p < 0.001$ , modelin anlamlı olduğunu ve akış deneyiminin öznel canlılık üzerindeki etkisinin anlamlı güçlü ve pozitif olduğunu göstermektedir.

**Çizelge 20. Öznel Canlılığın Akış Deneyimi Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Analizi**

	<b>B</b>	<b>Standart Hata</b>	<b>Beta</b>	<b>t değeri</b>	<b>Anlam Düzeyi</b>
<b>Sabit</b>	1,964	0,126		15,604	0,000
<b>Öznel Canlılık</b>	0,577	0,33	0,659	17,344	0,000
<b>R</b>			0,659		
<b>R<sup>2</sup></b>			0,434		
<b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></b>			0,433		
<b>Tahmini Standart Hata</b>			0,70567		
<b>F</b>			300,801		
<b>Anlam Düzeyi</b>			0,000		
<b>Bağımlı Değişken: Akış Deneyimi</b>					

Çizelge 20’de, öznel canlılığın akış deneyimi üzerindeki etkisi incelenmiştir. Regresyon katsayısı (B) 0.577’dir. Bu durum, öznel canlılıktaki bir birimlik artışın akış deneyiminde 0.577 birimlik bir artışa neden olduğunu göstermektedir. Beta katsayısı 0.659 olup, öznel canlılığın akış deneyimi üzerindeki etkisinin güçlü olduğunu göstermektedir. R<sup>2</sup> değeri 0.434’tür, yani öznel canlılık, akış deneyiminin %43’ünü açıklamaktadır. F değeri 300.801 olup, anlamlılık düzeyi p<0.001’dir. Bu sonuçlar, öznel canlılığın akış deneyimi üzerinde anlamlı, güçlü ve pozitif bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

**Çizelge 21. Bilinçli Farkındalığın Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Analizi**

	<b>B</b>	<b>Standart Hata</b>	<b>Beta</b>	<b>t değeri</b>	<b>Anlam Düzeyi</b>
<b>Sabit</b>	1,679	0,234		7,167	0,000
<b>Bilinçli Farkındalık</b>	0,518	0,062	0,387	8,310	0,000
<b>R</b>			0,387		
<b>R<sup>2</sup></b>			0,150		
<b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></b>			0,148		
<b>Tahmini Standart Hata</b>			1,08287		
<b>F</b>			69,057		
<b>Anlam Düzeyi</b>			0,000		
<b>Bağımlı Değişken: Tekrar Ziyaret Etme Niyeti</b>					

Çizelge 21’de bilinçli farkındalığın tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisi ele alınmıştır. Regresyon katsayısı (B) 0.518 olarak bulunmuştur, bu da bilinçli

farkındalıktaki bir birimlik artışın, tekrar ziyaret etme niyetinde 0.518 birimlik bir artışa neden olacağını göstermektedir. Standartlaştırılmış Beta değeri 0.387'dir. Bu da ilişkinin pozitif ve anlamlı olduğunu vurgulamaktadır. R<sup>2</sup> değeri 0.150 olarak hesaplanmış olup, bilinçli farkındalığın tekrar ziyaret etme niyetindeki varyansın %15'ini açıkladığını ifade etmektedir. F testi sonucuna göre modelin anlamlı olduğu görülmektedir (F=69.057, p<0.001). Sonuç olarak, bilinçli farkındalığın tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkili olduğu görülmektedir.

**Çizelge 22. Akış Deneyiminin Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Analizi**

	<b>B</b>	<b>Standart Hata</b>	<b>Beta</b>	<b>t değeri</b>	<b>Anlam Düzeyi</b>
<b>Sabit</b>	0,679	0,216		3,138	0,002
<b>Akış Deneyimi</b>	0,713	0,052	0,569	13,715	0,000
<b>R</b>			0,569		
<b>R<sup>2</sup></b>			0,324		
<b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></b>			0,323		
<b>Tahmini Standart Hata</b>			0,96539		
<b>F</b>			188,097		
<b>Anlam Düzeyi</b>			0,000		
<b>Bağımlı Değişken: Tekrar Ziyaret Etme Niyeti</b>					

Çizelge 22'de akış deneyiminin tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisi değerlendirilmiştir. Regresyon katsayısı (B) 0.713'tür. Bu durum, akış deneyimindeki her bir birim artışın tekrar ziyaret etme niyetinde 0.713 birimlik bir artış sağladığını göstermektedir. Standartlaştırılmış Beta katsayısı 0.569 olup, akış deneyiminin tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde güçlü bir etkisi olduğu görülmektedir. R<sup>2</sup> değeri 0.324 olup, modelin tekrar ziyaret etme niyetinin %32'sini açıkladığını göstermektedir. F değeri (188.097) ve p<0.001, modelin anlamlı olduğunu ve akış deneyiminin tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkili olduğunu ortaya koymaktadır.

**Çizelge 23. Öznel Canlılığın Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Analizi**

	<b>B</b>	<b>Standart Hata</b>	<b>Beta</b>	<b>t değeri</b>	<b>Anlam Düzeyi</b>
<b>Sabit</b>	1,777	0,187		9,503	0,000
<b>Öznel Canlılık</b>	0,495	0,049	0,451	10,014	0,000
<b>R</b>			0,451		
<b>R<sup>2</sup></b>			0,204		
<b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></b>			0,202		
<b>Tahmini Standart Hata</b>			1,04796		
<b>F</b>			100,287		
<b>Anlam Düzeyi</b>			0,000		
<b>Bağımlı Değişken: Tekrar Ziyaret Etme Niyeti</b>					

Çizelge 23'te öznel canlılığın tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisi incelenmiştir. Regresyon katsayısı (B) 0.495'tir. Bu, öznel canlılıktaki her bir birimlik artışın, tekrar ziyaret etme niyetinde 0.495 birimlik bir artışa yol açtığını göstermektedir. Standartlaştırılmış Beta değeri 0.451'dir. Bu değer, öznel canlılığın tekrar ziyaret niyeti üzerindeki etkisinin anlamlı ve pozitif olduğunu göstermektedir. R<sup>2</sup> değeri 0.204 olup, modelin öznel canlılığın tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki değişimin %20'sini açıkladığını ifade etmektedir. F testi sonucuna göre modelin anlamlı olduğu görülmektedir (F=100.287, p<0.001). Bu sonuçlar, öznel canlılığın tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkili olduğunu ortaya koymaktadır.

**Çizelge 24. Tekrar Ziyaret Etme Niyetine İlişkin Aşamalı Regresyon Analizi**

	<b>R</b>	<b>R<sup>2</sup></b>	<b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></b>	<b>Standart Hata</b>
<b>Model 1 (Sabit), Bilinçli Farkındalık</b>	0,386	0,149	0,147	1,083
<b>Model 2 (Sabit) Bilinçli Farkındalık Akış Deneyimi</b>	0,570	0,325	0,322	0,966
<b>Model 3 (Sabit) Bilinçli Farkındalık, Akış Deneyimi Öznel Canlılık</b>	0,578	0,335	0,329	0,960
<b>Bağımlı Değişken: Tekrar Ziyaret Etme Niyeti</b>				

Çizelge 24’te bilinçli farkındalık, akış deneyimi ve öznel canlılık değişkenlerinin tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisi hiyerarşik regresyon analizi ile incelenmiştir. Üç aşamalı olarak gerçekleştirilen analizde, her aşamada modele eklenen değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki açıklayıcılığı değerlendirilmiştir. Model 1’de bilinçli farkındalık değişkeni yer almakta olup, bağımlı değişken olan tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisi incelenmiştir. Model, toplam varyansın %14,9’unu ( $R^2 = 0,149$ ) açıklamaktadır. Model 2’de, akış deneyimi değişkeni modele eklenmiştir. Modelin açıklayıcılığı önemli ölçüde artmış ve  $R^2$  değeri %14,9’dan %32,5’e ( $R^2 = 0,325$ ) yükselmiştir. Bu bulgu, akış deneyiminin tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde anlamlı ve güçlü bir etkisi olduğunu göstermektedir. Model 3’te öznel canlılık değişkeni eklenmiştir. Ancak,  $R^2$  değerindeki artışın %32,5’ten %33,5’e çıktığı görülmektedir ( $R^2 = 0,335$ ). Bu, öznel canlılık değişkeninin tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi olduğunu ancak güçlü bir belirleyici olmadığını göstermektedir. Analiz sonucuna göre, tekrar ziyaret etme niyetinde akış deneyiminin en güçlü belirleyici olduğu saptanmıştır.

**Çizelge 25. Araştırma Hipotezlerinin Sonuçları**

Hipotezler	Sonuç
H1: Yerli turistlerin bilinçli farkındalık ve akış deneyimi düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklendi
H2: Yerli turistlerin öznel canlılık ve bilinçli farkındalık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklendi
H3: Yerli turistlerin öznel canlılık ve akış deneyimi düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Desteklendi
H4: Yerli turistlerin bilinçli farkındalık düzeylerinin destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Desteklendi
H5: Yerli turistlerin akış deneyimi düzeylerinin destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Desteklendi
H6: Yerli turistlerin öznel canlılık düzeylerinin destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Desteklendi

Çizelge 25’te araştırmanın hipotezlerinin desteklenme durumuna ilişkin bilgiler yer almaktadır. Araştırmanın hipotezleri doğrultusunda değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiş, bilinçli farkındalık, akış deneyimi ve öznel canlılık değişkenlerinin tekrar ziyaret etme niyet üzerindeki etkiler regresyon analizi ile tespit edilmiştir. Ayrıca, teorik modellerin doğrulanmasında önemli bir katkı sunacağı

düşünüldüğünden, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisini aşamalı olarak test etmek ve kontrol değişkenlerinin etkisini ayırtmak amacıyla aşamalı regresyon analizi uygulanmıştır. Bu analiz yöntemi ile modele kademe kademe yeni değişkenler ekleyerek her bir değişkenin bağımlı değişken üzerindeki katkısını değerlendirmek mümkün olmuştur. Sonuç olarak, araştırmanın hipotezlerinin tamamı desteklenmiştir.

#### **4.7. Demografik Özelliklere İlişkin Fark Testleri**

Hipotezlerin test edilmesinin ardından değişkenler arasında demografik özelliklere göre anlamlı farklılıklar olup olmadığını tespit etmenin araştırmayı zenginleştireceği düşüncesi ile fark testleri uygulanmıştır. Fark testleri, istatistiksel analizlerde birden fazla grup arasındaki ortalama, oran veya dağılım farklarını inceleyerek bu farkların istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını belirlemek için kullanılan temel yöntemlerdir (Field, 2018). Bu testler, araştırmalarda gözlemlenen farklılıkların tesadüfi mi yoksa belirli bir etkiden mi kaynaklandığını değerlendirmek için önemli bir araçtır. Fark testleri arasında en yaygın olarak kullanılanlar t testi ve ANOVA (Analysis of Variance) testidir. T testi, iki bağımsız grup arasındaki ortalama farklarının istatistiksel anlamlılığını test etmek için tercih edilmektedir ve iki farklı grup veya koşulun sonuçlarını karşılaştırmada yaygın olarak kullanılmaktadır (Cohen, 1988). ANOVA testi ise üç veya daha fazla grubun ortalamalarını karşılaştırmak için kullanılmakta ve farklı faktörlerin bir sonuca olan etkisini analiz etmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2019). Bu bölümde değişkenler ile katılımcıların sosyo-demografik özellikleri arasındaki farkların anlamlı olup olmadığını tespit etmek amacıyla, veriler normal dağılım gösterdiğinden, parametrik testlerden olan t testi ve ANOVA testi yapılmıştır. Tespit edilen farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla Post Hoc - Tukey testi uygulanmıştır.

**Çizelge 26. Bilinçli Farkındalık Ölçeği ile İlişkili Fark Testleri**

Değişkenler		n	$\bar{X}$	SS	t / F	p	
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	177	2,43	0,90	1,792	0,081	
	Erkek	217	2,76	0,85			
<b>Yaş</b>	18-25 yaş	37	2,89	0,98	3,712	0,003	1>2,3
	26-35 yaş	118	2,21	0,88			
	36-45 yaş	121	2,27	0,78			
	46-55 yaş	70	2,37	0,82			
	56-65 yaş	32	2,29	1,02			
	65 ve üzeri yaş	16	2,34	0,76			
<b>Medeni Durum</b>	Evli	253	2,29	0,82	10,409	0,136	
	Bekar	141	2,43	0,95			
<b>Eğitim Düzeyi</b>	İlköğretim	34	2,33	0,93	1,865	0,099	
	Ortaöğretim	30	2,49	1,04			
	Lise	108	2,50	0,87			
	Önlisans	54	2,33	0,87			
	Lisans	138	2,25	0,80			
	Lisansüstü	30	2,06	0,85			
<b>Meslek</b>	Kamu	111	2,15	0,74	3,477	0,004	1<4
	Özel Sektör	114	2,32	0,90			
	Serbest Meslek	82	2,45	0,87			
	Öğrenci	29	2,85	1,00			
	Emekli	40	2,39	0,90			
	Ev Hanımı	18	2,26	0,87			
<b>Aylık Gelir</b>	15.000 tl ve altı	68	2,61	0,95	2,169	0,072	
	15.001 tl-25.000tl	50	2,25	0,90			
	25.001-35.000tl	91	2,23	0,81			
	35.001tl-45.000tl	93	2,33	0,77			
	45.001tl ve üzeri	92	2,31	0,92			
<b>Algılanan Gelir Seviyesi</b>	Düşük	171	2,36	0,95	2,899	0,056	
	Orta	191	2,27	0,76			
	Yüksek	32	2,66	1,01			
<b>Geçirilen süre</b>	Günübirlik	207	2,17	0,87	5,874	0,001	1<2,4
	1-3 gün arası	108	2,54	0,87			
	4-6 gün arası	27	2,53	0,96			
	7 ve daha fazla gün	52	2,51	0,71			
<b>Afyonkarahisar'a Gelme Şekli</b>	Bireysel	153	2,41	0,79	1,968	0,190	
	Tur grubu	241	2,29	0,92			
<b>Ziyaret sayısı</b>	İlk ziyaretim	180	2,29	0,91	0,593	0,620	
	İkinci ziyaretim	92	2,34	0,92			
	Üçüncü ziyaretim	36	2,48	1,01			
	Dördüncü veya daha fazla	86	2,39	0,65			

Çizelge 26’da bilinçli farkındalık ile katılımcıların özelliklerine ilişkin fark testleri bulunmaktadır. Cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi, aylık gelir, algılanan gelir seviyesi, Afyonkarahisar’a gelme şekli ve ziyaret sayısı açısından yapılan analizlerde istatistiksel olarak anlamlı farklar bulunmamıştır ( $p>0.05$ ). Yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık saptanmıştır ( $p<0,005$ ); 18-25 yaş grubu, 26-35 yaş ve 36-45 yaş grubuna göre daha yüksek bilinçli farkındalık düzeyine sahiptir, bu da genç katılımcıların farkındalık düzeylerinin daha yüksek olduğunu göstermektedir. Ayrıca meslek ve Afyonkarahisar’da geçirilen süre açısından anlamlı fark tespit edilmiştir ( $p<0,005$ ); kamu çalışanlarının ortalaması en düşük, öğrencilerininki en yüksektir. Geçirilen süre açısından bakıldığında; gününbirlik kalanlar, diğer gruplara göre anlamlı ölçüde daha düşük bilinçli farkındalık sergilediği görülmektedir ( $p<0,005$ ). En yüksek ortalamaya sahip grubu ise 1-3 gün kalanlar oluşturmaktadır.

**Çizelge 27. Akış Deneyimi ile İlişkili Fark Testleri**

Değişkenler		n	$\bar{X}$	SS	t / F	p	
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	177	3,98	0,99	3,795	0,172	
	Erkek	217	4,11	0,88			
<b>Yaş</b>	18-25 yaş	37	3,47	1,02	5,776	0,000	1<2,3
	26-35 yaş	118	4,12	0,88			
	36-45 yaş	121	4,30	0,79			
	46-55 yaş	70	3,96	1,00			
	56-65 yaş	32	3,76	1,03			
	65 ve üzeri yaş	16	4,06	0,92			
<b>Medeni Durum</b>	Evli	253	4,15	0,90	2,767	0,007	1>2
	Bekar	141	3,88	0,97			
<b>Eğitim Düzeyi</b>	İlköğretim	34	3,83	0,98	1,978	0,081	
	Ortaöğretim	30	3,80	0,99			
	Lise	108	4,10	0,97			
	Önlisans	54	3,89	1,03			
	Lisans	138	4,14	0,85			
	Lisansüstü	30	4,33	0,76			

Çizelge 27-devamı

Değişkenler		n	$\bar{X}$	SS	t / F	p	
Meslek	Kamu	111	4,16	0,84	2,485	0,031	
	Özel Sektör	114	4,10	0,93			
	Serbest Meslek	82	4,01	0,98			
	Öğrenci	29	3,54	1,08			
	Emekli	40	3,99	0,91			
	Ev Hanımı	18	4,32	0,88			
Aylık Gelir	15.000 tl ve altı	68	3,74	0,98	2,805	0,026	1<3
	15.001 tl-25.000tl	50	4,18	0,85			
	25.001-35.000tl	91	4,21	0,87			
	35.001tl-45.000tl	93	4,04	0,90			
	45.001tl ve üzeri	92	4,08	0,99			
Algılanan Gelir Seviyesi	Düşük	171	4,04	0,93	0,072	0,931	
	Orta	191	4,07	0,91			
	Yüksek	32	4,03	1,11			
Geçirilen süre	Günübirlik	207	4,11	0,83	2,482	0,061	
	1-3 gün arası	108	3,93	1,02			
	4-6 gün arası	27	3,74	1,12			
	7 ve daha fazla gün	52	4,23	1,00			
Afyonkarahisar'a Gelme Şekli	Bireysel	153	4,14	0,88	1,495	0,132	
	Tur grubu	241	4,00	0,96			
Ziyaret sayısı	İlk ziyaretim	180	4,01	0,93	3,633	0,013	4>1,2
	İkinci ziyaretim	92	3,90	0,98			
	Üçüncü ziyaretim	36	3,99	1,06			
	Dördüncü veya daha fazla	86	4,33	0,77			

Çizelge 27'de akış deneyimi ile katılımcıların özelliklerine ilişkin fark testleri bulunmaktadır. Cinsiyet, eğitim düzeyi, meslek, algılanan gelir seviyesi, Afyonkarahisar'da geçirilen süre ve Afyonkarahisar'a gelme şekli açısından yapılan analizlerde anlamlı bir fark bulunmamıştır. Yaş, medeni durum, aylık gelir ve ziyaret sayısı değişkenlerine ilişkin farklar ise anlamlı bulunmuştur ( $p<0.05$ ); 26-35 yaş grubu ve 36-45 yaş grubu akış deneyiminde en yüksek puana sahip olduğu ve özellikle 18-25 yaş grubuna göre anlamlı ölçüde farklılık olduğu görülmektedir. Medeni duruma göre evli katılımcılar bekârlara göre daha yüksek bir akış deneyimi yaşamakta olduğu ve bu farkın anlamlı olduğu saptanmıştır. Aylık gelir bakımından saptanan anlamlı farklılığa bakıldığında; 25.000 tl-35.000 tl arasında gelire sahip olanların 15.000 tl ve altı gelire sahip olanlara göre daha yüksek akış deneyimi yaşadıkları görülmektedir.

Afyonkarahisar'a yapılan ziyaret sayısı ( $p=0.013$ ) da akış deneyimi üzerinde anlamlı farklar göstermiştir; özellikle dördüncü veya daha fazla kez gelenlerin, ilk ve ikinci kez gelenlerden daha yüksek ortalamaya sahip olduğu saptanmıştır.

**Çizelge 28. Öznel Canlılık Ölçeği ile İlişkili Fark Testleri**

Değişkenler		n	$\bar{X}$	SS	t / F	p	
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	177	3,53	1,11	3,702	0,104	
	Erkek	217	3,70	1,02			
<b>Yaş</b>	18-25 yaş	37	3,12	1,16	3,037	0,011	1<3
	26-35 yaş	118	3,63	1,08			
	36-45 yaş	121	3,84	0,95			
	46-55 yaş	70	3,47	1,08			
	56-65 yaş	32	3,70	1,14			
	65 ve üzeri yaş	16	3,55	0,97			
<b>Medeni Durum</b>	Evli	253	3,70	1,01	14,417	0,071	
	Bekar	141	3,49	1,15			
<b>Eğitim Düzeyi</b>	İlköğretim	34	3,67	1,11	0,261	0,934	
	Ortaöğretim	30	3,52	1,07			
	Lise	108	3,59	1,08			
	Önlisans	54	3,60	1,11			
	Lisans	138	3,69	1,03			
	Lisansüstü	30	3,51	1,09			
<b>Meslek</b>	Kamu	111	3,60	1,06	1,487	0,193	
	Özel Sektör	114	3,77	1,00			
	Serbest Meslek	82	3,61	1,10			
	Öğrenci	29	3,17	1,20			
	Emekli	40	3,65	1,06			
	Ev Hanımı	18	3,61	1,04			
<b>Aylık Gelir</b>	15.000 tl ve altı	68	3,31	1,11	2,534	0,041	1<3
	15.001 tl-25.000tl	50	3,82	1,03			
	25.001-35.000tl	91	3,80	1,05			
	35.001tl-45.000tl	93	3,62	0,96			
	45.001tl ve üzeri	92	3,58	1,12			
<b>Algılanan Gelir Seviyesi</b>	Düşük	171	3,73	1,13	2,271	0,105	
	Orta	191	3,58	1,00			
	Yüksek	32	3,33	1,08			
<b>Geçirilen süre</b>	Günübirlik	207	3,67	1,08	0,407	0,748	
	1-3 gün arası	108	3,53	1,05			
	4-6 gün arası	27	3,64	1,21			
	7 ve daha fazla gün	52	3,63	0,98			

Çizelge 28-devamı

Değişkenler		n	$\bar{X}$	SS	t / F	p	
Afyonkarahisar'a Gelme Şekli	Bireysel	153	3,57	1,00	3,8630	0,460	
	Tur grubu	241	3,65	1,10			
Ziyaret sayısı	İlk ziyaretim	180	3,72	1,08	1,033	0,378	
	İkinci ziyaretim	92	3,51	1,11			
	Üçüncü ziyaretim	36	3,61	1,04			
	Dördüncü veya daha fazla	86	3,54	1,00			

Çizelge 28'de öznel canlılık ile katılımcıların özelliklerine ilişkin fark testleri bulunmaktadır. Cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi, meslek, algılanan gelir, Afyonkarahisar'da geçirilen süre ve ziyaret sayısı değişkenine göre öznel canlılık ortalamaları arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır ( $p>0.05$ ). Yaş grupları ve aylık gelir açısından öznel canlılık düzeyleri arasında ise anlamlı farklar gözlenmiştir ( $p<0,005$ ); 36-45 yaş grubu en yüksek öznel canlılık düzeyine sahipken, 18-25 yaş grubu en düşük puanı almıştır. Aylık gelir düzeyine bakıldığında 25.000-35.000 TL gelire sahip katılımcıların, 15.000 TL ve daha az gelire sahip katılımcılardan daha yüksek öznel canlılık düzeyine sahip olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 29. Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Ölçeğine İlişkin Fark Testleri

Değişkenler		n	$\bar{X}$	SS	t / F	p	
Cinsiyet	Kadın	177	3,58	1,19	0,017	0,889	
	Erkek	217	3,56	1,16			
Yaş	18-25 yaş	37	2,76	1,28	5,835	0,000	1<3,4,6
	26-35 yaş	118	3,44	1,21			
	36-45 yaş	121	3,79	1,11			
	46-55 yaş	70	3,73	1,02			
	56-65 yaş	32	3,51	1,06			
	65 ve üzeri yaş	16	4,06	0,91			
Medeni Durum	Evli	253	3,77	1,07	13,038	0,000	1>2
	Bekar	141	3,21	1,26			
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	34	3,36	1,14	1,202	0,307	
	Ortaöğretim	30	3,56	1,06			
	Lise	108	3,64	1,14			
	Önlisans	54	3,46	1,21			
	Lisans	138	3,68	1,11			
	Lisansüstü	30	3,22	1,51			

Çizelge 29-devamı

Değişkenler		n	$\bar{X}$	SS	t / F	p	
<b>Meslek</b>	Kamu	111	3,71	1,14	3,922	0,002	1>4
	Özel Sektör	114	3,54	1,13			
	Serbest Meslek	82	3,69	1,09			
	Öğrenci	29	2,72	1,37			
	Emekli	40	3,51	1,11			
	Ev Hanımı	18	3,87	1,29			
<b>Aylık Gelir</b>	15.000 tl ve altı	68	3,18	1,34	2,601	0,036	1<3
	15.001 tl-25.000tl	50	3,60	1,07			
	25.001-35.000tl	91	3,76	0,91			
	35.001tl-45.000tl	93	3,62	1,14			
	45.001tl ve üzeri	92	3,60	1,29			
<b>Algılanan Gelir Seviyesi</b>	Düşük	171	3,43	1,17	3,541	0,030	1<3
	Orta	191	3,62	1,16			
	Yüksek	32	4,00	1,10			
<b>Geçirilen süre</b>	Günübirlik	207	3,33	1,21	8,725	0,000	1<2,4
	1-3 gün arası	108	3,74	1,07			
	4-6 gün arası	27	3,60	0,94			
	7 ve daha fazla gün	52	4,17	1,02			
<b>Afyonkarahisar'a Gelme Şekli</b>	Bireysel	153	3,99	0,91	31,621	0,000	1>2
	Tur grubu	241	3,30	1,24			
<b>Ziyaret sayısı</b>	İlk ziyaretim	180	3,32	1,24	10,081	0,000	1<2,4
	İkinci ziyaretim	92	3,47	1,19			
	Üçüncü ziyaretim	36	3,74	0,90			
	Dördüncü veya daha fazla	86	4,12	0,87			

Çizelge 29'da tekrar ziyaret etme niyeti ile katılımcıların özelliklerine ilişkin fark testleri bulunmaktadır. Cinsiyet ve eğitim düzeyi değişkenlerinde tekrar ziyaret etme niyeti bakımından anlamlı bir fark bulunmamıştır ( $p>0,005$ ). Yaş, medeni durum, meslek, aylık gelir, algılanan gelir seviyesi, Afyonkarahisar'da geçirilen süre, Afyonkarahisar'a gelme şekli ve ziyaret sayısı değişkenlerine göre ise anlamlı farklar tespit edilmiştir ( $p<0,005$ ); 36-45 yaş, 46-55 yaş ile 65 yaş ve üzeri katılımcıların 18-25 yaş grubundaki katılımcılardan daha yüksek niyet bildirdiği görülmektedir. Medeni durum açısından, evli bireylerin bekârlara göre anlamlı derecede daha yüksek tekrar ziyaret niyeti gösterdiği anlaşılmaktadır. Meslek değişkeninde saptanan anlamlı farklılığa göre; kamu çalışanlarının öğrencilere göre daha yüksek niyete sahip olduğu görülmektedir. Aylık gelir açısından 25.001-35.000 TL gelire sahip olanlar 15.000 TL

ve daha az gelire sahip olanlara göre daha yüksek niyete sahip olduğu tespit edilmiştir. Algılanan gelir seviyesi açısından yüksek gelir grubundakiler en yüksek niyeti göstermektedir. Afyonkarahisar’da geçirilen süreye göre 1-3 günlüğüne gelenler ile 7 ve daha fazla günlük vakit geçirenlerin, günübürlük kalanlara göre anlamlı ölçüde daha fazla niyet belirttiği görülmektedir. Son olarak, Afyonkarahisar’a gelme şekli ve ziyaret sayısı açısından anlamlı farklılık gösteren noktalara bakıldığında bireysel olarak gelenlerin ve dördüncü ya da daha fazla ziyaret edenlerin tekrar ziyaret etme niyetinin en yüksek düzeyde olduğu görülmektedir.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

### 5.1. Sonuçlar

Bu çalışmanın temel amacı, SOKÜM'e yönelik bilinçli farkındalık düzeyi, bireylerin akış deneyimi, öznel canlılık ve destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkileri derinlemesine incelemektir. Geleneksel sohbet toplantıları gibi köklü kültürel etkinliklerin, katılımcıların bilinçli farkındalık ile turistik deneyimlerin kalıcılığı ve bireylerin öznel refahına katkılarını değerlendirerek, bu unsurların birbirleriyle olan ilişkilerini kapsamlı bir şekilde analiz etmek bu çalışmanın odak noktasıdır. Ayrıca, bu araştırma sonucunda elde edilecek bulguların, kültürel mirasın sürdürülebilir korunmasına yönelik stratejik öneriler sunması ve turizm sektöründe SOKÜM'ün rolüne dair yeni bakış açıları geliştirmesi hedeflenmektedir. Böylelikle, ziyaretçilerin destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerini şekillendiren faktörlerin anlaşılmasına katkıda bulunulacağı düşünülmektedir. Amacı yerine getirebilmek için Afyonkarahisar'da düzenlenen geleneksel sohbet toplantıları etkinliği olan yaren gecelerine katılan 412 ziyaretçiden veri toplanmıştır. Eksik veya hatalı verilerden oluşan 18 anket araştırmadan çıkarılmış ve analizlere kalan 394 veri ile devam edilmiştir.

Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre dağılımlarının incelendiği kısma bakıldığında; cinsiyet dağılımında erkek katılımcıların kadınlardan daha fazla temsil edildiği görülmektedir. Erkeklerin %55,1 oranında yer alması, SOKÜM'e yönelik ilgi ve katılım açısından cinsiyet farklılıklarının olabileceğini düşündürmektedir. Bu bulgu, geleneksel sohbet toplantıları gibi etkinliklere erkeklerin daha fazla ilgi gösterdiği ya da bu etkinliklerde erkeklerin daha fazla temsil edildiği bir durumu işaret etmektedir. Yaş gruplarına bakıldığında, 36-45 yaş arası bireylerin %30,7 ile en yüksek oranı oluşturması, bu yaş grubunun kültürel miras ve geleneksel etkinliklere yönelik daha yüksek bir ilgi duyduğunu göstermektedir. Bunu takip eden 26-35 yaş arası grubun %29,9 oranında yer alması, kültürel etkinliklere katılımın

özellikle orta yaş grubunda yoğunlaştığını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, 66 yaş ve üzeri katılımcıların en az temsil edilen grup (%4,1) olması, bu yaş grubunun bu tür etkinliklere katılımının daha sınırlı olduğunu göstermektedir. Yaş dağılımındaki bu farklılıklar, SOKÜM'e yönelik etkinliklerin yaşa göre farklı ilgi düzeylerinde değerlendirilebileceğini ve özellikle orta yaş grubunun bu tür deneyimlere daha açık olduğunu ortaya koymaktadır. Katılımcıların medeni durumu incelendiğinde, evli bireylerin %64,2 ile büyük bir çoğunluğu oluşturduğu görülmektedir. Bu, evli bireylerin aile yapısı içinde kültürel mirasa yönelik etkinliklere katılımında daha istekli veya fırsat sahibi olduğunu gösterebilmektedir. Bekâr bireylerin %35,8 oranında kalması, medeni durumun kültürel etkinliklere katılımında belirleyici bir faktör olabileceğini düşündürmektedir. Evli bireylerin daha fazla temsil edilmesi, aile yapısının bu tür etkinliklere katılımı artırdığına işaret edebilmektedir. Eğitim düzeyine bakıldığında, lisans mezunlarının %35 ile en yüksek oranı oluşturduğu, bunu lise mezunlarının %27,4 ile takip ettiği görülmektedir. Bu bulgu, eğitim düzeyinin kültürel mirasa ve geleneksel etkinliklere yönelik farkındalık ve katılım açısından önemli bir belirleyici olabileceğini ortaya koymaktadır. Meslek grupları incelendiğinde, kamu sektörü (%28,2) ve özel sektör çalışanlarının (%28,9) en yaygın meslek gruplarını oluşturduğu görülmektedir. Bu durum, farklı sektörde çalışan bireylerin kültürel etkinliklere katılımında büyük farklılıklar olmadığını göstermektedir. Ancak, her iki grubun da yaklaşık olarak eşit düzeyde temsil edilmesi, kamu ve özel sektör çalışanlarının geleneksel sohbet toplantılarına ilgisinin benzer düzeyde olduğunu ortaya koymaktadır. Gelir dağılımı açısından değerlendirildiğinde, en yüksek oranın %23,6 ile 35.001 TL-45.000 TL aralığında olması, bu gelir grubundaki bireylerin kültürel mirasa yönelik etkinliklere katılımında daha fazla temsil edildiğini göstermektedir. Düşük gelir grubunda yer alan bireylerin (%17,3) bu etkinliklere daha az katıldıkları görülmektedir. Genel olarak, katılımcıların %48,5'inin orta gelir grubunda yer alması, SOKÜM'e yönelik etkinliklerin genellikle orta gelir grubundaki bireyler tarafından tercih edildiğini düşündürmektedir. Yüksek gelir grubundaki bireylerin %8,1 oranında temsil edilmesi, ekonomik düzeyin etkinliklere katılım üzerindeki etkisinin sınırlı olduğunu, ancak genel olarak orta gelir grubunun bu tür etkinliklere daha fazla ilgi gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Katılımcıların Afyonkarahisar'ı ziyaretlerine ilişkin özelliklerine bakıldığında; Katılımcıların büyük bir kısmının Antalya (%16,2), Ankara (%10,4) ve Denizli (%9,1)

gibi coğrafi olarak yakın şehirlerden gelmesi, bölgenin özellikle yakın çevresindeki iller için bir cazibe merkezi olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum, Afyonkarahisar'ın ulaşım açısından kolay erişilebilir olması ve yakın bölgelerden günübirlik veya kısa süreli ziyaretler için tercih edilmesiyle ilişkilendirilebilir. Ziyaret süresi bakımından katılımcıların yarısından fazlasının (%52,5) günübirlik ziyaretçi olması, bölgenin turistik çekiciliklerinin kısa sürede keşfedilebilir olduğunu düşündürmektedir. Günübirlik ziyaretçilerin bu denli yüksek olması, Afyonkarahisar'ın daha uzun süreli turistik konaklamalar yerine, daha kısa süreli ve hızlı keşifler için tercih edildiğini göstermektedir. Bununla birlikte, %27,4 oranında 1-3 gün arası kalış süresi de bölgenin günübirlik turizm açısından daha çok ilgi gördüğünü, ancak konaklamalı turizm potansiyelinin de var olduğunu göstermektedir. Ziyaret biçimi açısından değerlendirildiğinde, katılımcıların %61,2'sinin tur grupları ile Afyonkarahisar'a gelmiş olması, bölgenin özellikle organize tur programları içinde yer aldığını ve grup ziyaretleri için uygun bir destinasyon olduğunu ortaya koymaktadır. Bireysel ziyaret oranının %38,8'de kalması ise bölgenin bireysel gezginler tarafından daha az tercih edildiğini göstermektedir. Seyahat edenlerin büyük çoğunluğunun aile veya akrabalarıyla (%50,8) gelmesi, Afyonkarahisar'ın aile odaklı bir destinasyon olarak öne çıktığını ve toplu seyahatlerin tercih edildiğini göstermektedir. Arkadaşlarıyla seyahat edenlerin oranının %39,1 olması da bölgenin sosyal gruplar için cazip bir destinasyon olduğunu işaret etmektedir. Bu veriler, aile odaklı ve arkadaş gruplarına yönelik etkinliklerin ve turizm hizmetlerinin geliştirilmesinin bölgenin turistik cazibesini artırabileceğini göstermektedir. Katılımcıların %54,7'sinin Afyonkarahisar'ı ilk kez ziyaret etmesi, bölgenin birçok kişi için hala yeni bir destinasyon olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bulgu, Afyonkarahisar'ın turistik potansiyelinin henüz tam olarak keşfedilmediğini ve yeni ziyaretçiler çekme potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. İlk ziyaret oranının bu denli yüksek olması, bölgenin tanıtım faaliyetleriyle daha fazla ziyaretçiye ulaşabileceğini ve turizm sektöründe büyüme potansiyeli olduğunu işaret etmektedir.

Katılımcıların SOKÜM'e yönelik bilgi düzeylerine ilişkin sonuçlara bakıldığında; katılımcıların SOKÜM unsurları ve geleneksel sohbet toplantıları hakkında sahip oldukları bilgi düzeylerinin genel olarak sınırlı olduğunu ortaya koymaktadır. Katılımcıların %42,4'ünün SOKÜM unsurları hakkında sadece biraz bilgi sahibi olduğunu belirtmesi, bu konuda farkındalığın henüz tam anlamıyla

oluşmadığını göstermektedir. Orta düzeyde bilgiye sahip olan katılımcıların %22,6'lık oranı ile birlikte değerlendirildiğinde, SOKÜM'e dair bilgilendirme ve farkındalık çalışmalarının artırılması gerektiği anlaşılmaktadır. Katılımcıların %9,4'ünün iyi düzeyde bilgi sahibi olması, bu miras unsurları hakkında bilgiye sahip olan küçük bir kesimin varlığını işaret etmekle birlikte, %22,1'lik bir grubun bu konuda hiç bilgi sahibi olmaması, bilinçlendirme eksikliğini net bir şekilde ortaya koymaktadır. Geleneksel sohbet toplantılarına yönelik bilgi düzeyinde de benzer bir tablo söz konusudur. Katılımcıların %36,0'ının biraz bilgi sahibi olduğunu ifade etmesi, bu kültürel etkinliklerin tanınırlığının sınırlı düzeyde olduğunu göstermektedir. İyi düzeyde bilgi sahibi olan katılımcıların %14,5 oranında olması, sohbet toplantılarının toplumun küçük bir kesimi tarafından detaylı olarak bilindiğini gösterse de %24,9'luk bir kesimin hiç bilgi sahibi olmadığını belirtmesi, geleneksel sohbet toplantılarının kültürel değerlerinin geniş kitleler tarafından tam anlamıyla bilinmediğini ortaya koymaktadır.

Katılımcıların Afyonkarahisar'ı ziyaret sebepleri incelendiğinde; %40,9'unun birinci öncelik olarak geleneksel sohbet toplantılarını belirtmesi, bu kültürel etkinliklerin bölgenin en önemli turistik çekim unsuru haline geldiğini göstermektedir. Afyonkarahisar'ın yerel kültürel mirasına duyulan ilgi, ziyaretçilerin SOKÜM'e yönelik bir farkındalık içinde olduğunu ve geleneksel etkinliklerin bölgenin turistik kimliğinde önemli bir yer edindiğini ortaya koymaktadır. Bu durum, bölgenin kültürel etkinlikler açısından zenginliği ve farklı ziyaretçi gruplarını çekme potansiyelinin güçlü olduğunu göstermektedir. Termal turizmin %28,4 oranında ikinci sırada yer alması, Afyonkarahisar'ın termal kaynaklarının ziyaretçiler için vazgeçilmez bir çekim unsuru olduğunu işaret etmektedir. Bölgede bulunan termal tesislerin tarihiyle birleşen bu olanaklar hem sağlık turizmi açısından hem de rahatlama ve dinlenme amacıyla bölgeye gelen ziyaretçiler için güçlü bir motivasyon kaynağı oluşturabilmektedir. Termal turizm olanaklarının, katılımcıların ikinci önceliğinde de %31,2 ile öne çıkması bu alanın Afyonkarahisar'ın turizm planlamasında merkezi bir rol oynaması gerektiğini göstermektedir. Tarih ve kültür unsurları, birinci öncelik olarak %19,5, ikinci öncelik olarak %27,7 ve üçüncü öncelik olarak %33,2 oranında tercih edilmiştir. Bu sonuçlar, bölgenin zengin tarihi ve kültürel mirasının, ziyaretçilerin ilgisini çeken ve turistik açıdan değerli bir diğer önemli faktör olduğunu ortaya koymaktadır. Tarih ve kültür, ziyaretçilerin özellikle üçüncü önceliğinde en

fazla tercih edilen unsur olarak öne çıkmıştır. Bu da Afyonkarahisar'ın kültürel değerlerini tanıtmaya ve ziyaretçilere bu mirası keşfetme fırsatı sunmanın bölge turizmine önemli katkılar sağlayabileceğini göstermektedir. Ziyaretin dördüncü önceliğinde doğal güzelliklerin %43,1 ile öne çıkması, Afyonkarahisar'ın yalnızca kültürel ve termal olanaklarıyla değil, aynı zamanda doğal çevresi ile de ziyaretçileri cezbedtiğini göstermektedir. Doğal güzelliklerin, bölgenin bütünsel turistik cazibesine katkıda bulunduğu ve ziyaretçilerin bölgedeki doğayla iç içe vakit geçirmekten keyif aldığı anlaşılmaktadır. Beşinci ve altıncı önceliklerde gastronomi ve yöresel lezzetler (%50 ve %10,2) ile spor aktiviteleri (%79,2) öne çıkmıştır. Özellikle gastronomi, Afyonkarahisar'ın yerel mutfağının, ziyaretçiler için önemli bir deneyim unsuru olduğunu göstermektedir. Yöresel lezzetlerin yarattığı turistik değer, bölgenin kültürel kimliğini pekiştirmekte ve ziyaretçilere özgün bir tat deneyimi sunmaktadır. Spor aktivitelerinin altıncı öncelikte %79,2 gibi yüksek bir oranla tercih edilmesi, bölgenin alternatif turizm aktivitelerine daha fazla yatırım yapılması gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Çalışmada dört değişken bulunmaktadır. İlk olarak “Bilinçli Farkındalık Ölçeği” kullanılmıştır. Ölçek Brown ve Ryan (2003) tarafından geliştirilmiş, Özyeşil vd. (2011) tarafından Türkçeye uyarlanmış, 15 maddeli ve tek boyutlu bir ölçektir. Açıklayıcı faktör analizi sonuçlarına göre, bilinçli farkındalık ölçeği üzerine yapılan analizler, ölçeğin güçlü bir yapıya sahip olduğunu ve güvenilir olduğunu ortaya koymaktadır. Faktör yüklerinin 0,649 ile 0,821 arasında değişmesi, ölçeği oluşturan maddelerin faktörle yüksek derecede ilişkili olduğunu ve bu maddelerin ortak bir yapı içinde yer aldığını göstermektedir. Bu yükler, ölçek maddelerinin ölçülen kavrama uygunluğunu ve güçlü bir şekilde temsil ettiklerini işaret etmektedir. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği değerinin 0,938 olması, veri setinin faktör analizi için oldukça uygun olduğunu ve veri yeterliliğinin “çok iyi” düzeyde olduğunu göstermektedir. Bartlett Küresellik Testi'nin anlamlı sonuç vermesi ( $\chi^2 = 3564,547$ ,  $p < 0,05$ ), değişkenler arasında yeterli korelasyon bulunduğunu ve faktör analizi yapılmasının doğru bir yöntem olduğunu göstermektedir. Faktörlerin toplam varyansın %53,553'ünü açıklaması, ölçeğin geçerliliği açısından önemli bir göstergedir. Güvenilirlik katsayısının 0,93 olarak bulunması, ölçeğin iç tutarlılık açısından oldukça yüksek bir güvenilirliğe sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Bilinçli farkındalık ölçeğinden elde edilen aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerine bakıldığında; ölçekten alınan toplam puanın 35,11 olması, alınan düşük puanın yüksek bilinçli farkındalık düzeyi anlamına geldiği göz önüne alındığında, bilinçli farkındalık düzeyinin idealin biraz altında kaldığını göstermektedir. Özellikle “Gideceğim yerlere farkında olmadan gidiyor, sonra da oraya neden gittiğime şaşırıyorum” maddesinin ortalamasının en düşük ( $\bar{X}=2,04$ ) olması, katılımcıların bu tür dikkat dağınıklığı veya bilinçsiz hareketler konusunda daha fazla farkındalığa sahip olduğunu göstermektedir. Öte yandan, “Belli bir süre farkında olmadan bazı duyguları yaşayabilirim” ve “Kendimi gelecek veya geçmişle meşgul bulurum” maddelerinin ortalamasının en yüksek ( $\bar{X}=2,74$ ) olması, katılımcıların duygu farkındalığı ve zihinsel meşguliyet konularında daha az bilinçli olduklarını, dikkatlerini anı yaşamak yerine geçmiş veya geleceğe yönlendirdiklerini göstermektedir. Bu durum, katılımcıların duygusal ve zihinsel olarak anı yaşama becerisinin daha fazla geliştirilmesi gerektiğini ifade etmektedir.

Çalışmada kullanılan ikinci değişken olan “Akış Deneyimi Ölçeği”ne yönelik açımlayıcı faktör analizi sonuçları, ölçeğin yüksek bir iç tutarlılığa sahip olduğunu ve etkinlikle ilgili deneyimleri ölçmede güvenilir bir araç olduğunu net bir şekilde ortaya koymaktadır. Maddelerin faktör yüklerinin 0,710 ile 0,916 arasında değişmesi, her bir maddenin faktörle güçlü bir ilişkiye sahip olduğunu ve ölçeğin ölçmeyi amaçladığı kavrama önemli bir katkı yaptığını göstermektedir. Bu yükseklik, maddelerin akış deneyimini başarılı bir şekilde temsil ettiğini ve bu deneyimin bütüncül bir şekilde ölçülebildiğini işaret etmektedir. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri olan 0,955, veri setinin faktör analizi için mükemmel bir uygunluk düzeyine sahip olduğunu göstermektedir. KMO değerinin bu kadar yüksek olması, ölçek için kullanılan veri setinin çok iyi bir örneklem yeterliliğine sahip olduğunu ve elde edilen sonuçların güvenilir olduğunu doğrulamaktadır. Ayrıca, Bartlett Küresellik Testi’nin anlamlı sonuç vermesi ( $\chi^2 = 3775,168, p < 0,05$ ), maddeler arasında yeterli düzeyde korelasyon bulunduğunu ve faktör analizi yapılmasının uygun olduğunu göstermektedir. Varyansın %76,973’ünün tek bir faktörle açıklanması, akış deneyimi ölçeğinin büyük ölçüde tek bir boyut altında toplandığını ve bu boyutun katılımcıların yaren gecesi etkinliği sırasındaki akış deneyimlerini oldukça iyi temsil ettiğini göstermektedir. Ayrıca, Cronbach Alfa katsayısının 0,96 gibi çok yüksek bir değer alması, ölçeğin iç

tutarlılığının son derece yüksek olduğunu ve güvenilir bir ölçüm aracı olduğunu doğrulamaktadır.

Akış deneyimi ölçeğinden elde edilen aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerine bakıldığında, katılımcıların Yaren Gecesi etkinliklerinde genel olarak yüksek düzeyde akış deneyimi yaşadıkları anlaşılmaktadır. Ölçekten alınan toplam puanın 4,05 olması, katılımcıların bu etkinliklere katılım sırasında derin bir memnuniyet ve odaklanma durumu yaşadıklarını, etkinliğin onları akışa sürüklediğini göstermektedir. Bu sonuç, Yaren Gecesi gibi kültürel etkinliklerin katılımcılar üzerinde olumlu ve yoğun bir akış deneyimi yaratabildiğini ortaya koymaktadır. “Katıldığım Yaren Gecesi etkinliği beni mutlu ediyor” ifadesinin ortalamasının en yüksek ( $\bar{X}=4,19$ ) olması, bu etkinliğin katılımcılar üzerinde mutluluk duygusu yarattığını ve keyifli bir deneyim sunduğunu göstermektedir. Bu da Yaren Gecesi’nin katılımcılar üzerinde olumlu bir psikolojik etki bıraktığını işaret eder. Diğer yandan, “Katıldığım Yaren Gecesi etkinliği özgüvenimi artırıyor” ifadesinin ortalamasının en düşük ( $\bar{X}=3,70$ ) olması, katılımcıların etkinlik sırasında yaşadıkları deneyimin genel olarak olumlu olmakla birlikte özgüven artışı bakımından diğer duygusal etkiler kadar güçlü olmadığını göstermektedir.

Çalışmada kullanılan üçüncü değişken olan; “Öznel Canlılık Ölçeği”ne yönelik açıcı faktör analizi sonuçları, ölçeğin yüksek bir güvenilirlik ve geçerliliğe sahip olduğunu göstermektedir. Faktör yüklerinin 0,817 ile 0,922 arasında değişmesi, her bir maddenin ölçülen faktörle çok güçlü bir ilişki içinde olduğunu ve bu maddelerin ölçeğin genel yapısına sağlam bir katkı sunduğunu ortaya koymaktadır. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri olan 0,929, veri setinin faktör analizi için mükemmel bir örneklem yeterliliğine sahip olduğunu doğrulamaktadır. Bartlett Küresellik Testi’nin anlamlı sonuç vermesi ( $\chi^2 = 2554,488$ ,  $p < 0,05$ ), değişkenler arasında yeterli düzeyde korelasyon bulunduğunu ve faktör analizinin uygulanabilir olduğunu doğrulamaktadır. Öznel Canlılık ölçeğinin toplam varyansın %76,444’ünü açıklaması, ölçeğin öznel canlılık kavramını oldukça iyi temsil ettiğini göstermektedir. Bu oran, ölçeğin ölçmeyi amaçladığı kavrama dair büyük bir kısmı kapsadığını ve katılımcıların öznel canlılık düzeyini doğru bir şekilde değerlendirebildiğini ortaya koymaktadır. Cronbach Alfa katsayısının 0,94 olması, ölçeğin çok yüksek bir iç tutarlılığa sahip olduğunu ve güvenilir bir ölçüm aracı olduğunu göstermektedir.

Öznel canlılık ölçeğinin aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerine göre, katılımcıların kendilerini genel olarak canlı ve zinde hissettikleri sonucuna ulaşılmaktadır. Ölçekten alınan toplam puanın 25,36 olması, katılımcıların öznel canlılık düzeylerinin yüksek olduğunu ve kendilerini fiziksel ve zihinsel olarak enerjik hissettiklerini göstermektedir. “Bazen kendimi bomba gibi zinde ve canlı hissediyorum” ifadesinin ortalamasının en yüksek ( $\bar{X}=3,71$ ) olması, katılımcıların zaman zaman kendilerini çok enerjik ve dinç hissettiklerini göstermektedir. Diğer yandan, “Neredeyse daima uyanık ve tetikteyim.” ifadesinin ortalamasının en düşük ( $\bar{X}=3,52$ ) olması, katılımcıların genel olarak canlı hissetmelerine rağmen, sürekli olarak bu enerjik durumda olmadıklarını ve bazen yorgun veya daha az tetikte olabileceklerini ifade etmektedir.

Çalışmada kullanılan dördüncü değişken olan; Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Ölçeği’ne yönelik açımlayıcı faktör analizi sonuçları, ölçeğin yüksek geçerlilik ve güvenilirlik düzeyine sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Ölçek, 3 maddeden oluşmakta olup, faktör yüklerinin 0,924 ile 0,937 arasında değişmesi, her bir maddenin faktörle güçlü bir ilişki içinde olduğunu ve ölçeğin ölçmeyi amaçladığı kavrama güçlü katkılar sunduğunu göstermektedir. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0,761 olarak hesaplanmıştır. Bu değer faktör analizi için yeterli kabul edilmektedir. Ayrıca, Bartlett Küresellik Testi’nin anlamlı sonuç vermesi ( $\chi^2 = 876,967$ ,  $p < 0,05$ ), maddeler arasında yeterli düzeyde korelasyon bulunduğunu ve faktör analizinin uygulanabilir olduğunu göstermektedir. Faktörlerin toplam varyansın %86,443’ünü açıklaması, ölçeğin tekrar ziyaret niyeti kavramını ölçmede oldukça başarılı olduğunu göstermektedir. Cronbach Alfa katsayısının 0,92 olarak bulunması, ölçeğin yüksek iç tutarlılığa sahip olduğunu ve güvenilir bir ölçüm aracı olduğunu göstermektedir.

Tekrar Ziyaret Niyeti ölçeğine ait aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerine bakıldığında; ölçeğin genel ortalamasının 3,57 olması, katılımcıların Afyonkarahisar’ı tekrar ziyaret etme niyetlerinin genel olarak orta düzeyin biraz üzerinde olduğunu göstermektedir. Bu, bölgenin ziyaretçiler üzerinde olumlu bir izlenim bıraktığını ve yeniden ziyaret edilme potansiyelinin olduğunu işaret etmektedir. “Bu destinasyonu (Afyonkarahisar’ı) yakın gelecekte tekrar ziyaret etmek istiyorum.” maddesinin ortalamasının en yüksek ( $\bar{X}=3,71$ ) olması, katılımcıların yakın gelecekte Afyonkarahisar’a tekrar gelme konusunda daha net ve pozitif bir niyet taşıdıklarını göstermektedir. Diğer yandan, “Bu destinasyon (Afyonkarahisar’ı) diğer

destinasyonlara göre ilk tercihim olacaktır.” maddesinin en düşük ( $\bar{X} = 3,34$ ) ortalamaya sahip olması, katılımcıların Afyonkarahisar’ı tekrar ziyaret etmeye istekli olmakla birlikte, bölgeyi diğer destinasyonlara göre ilk tercihleri olarak görmediklerini ortaya koymaktadır.

Araştırma modeline göre hipotezlerin test edilmesi maksadıyla korelasyon ve regresyon analizleri gerçekleştirilmiştir. Korelasyon analizi sonuçları, bilinçli farkındalık, akış deneyimi, öznel canlılık ve tekrar ziyaret niyeti arasındaki ilişkilerin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ve bu değişkenlerin birbirleriyle pozitif yönde ilişkili olduğunu göstermektedir. Bilinçli farkındalık ile akış deneyimi ( $r=0.642^{**}$ ;  $p<0.01$ ) ve öznel canlılık ( $r=0.626^{**}$ ;  $p<0.01$ ) arasında tespit edilen orta düzeydeki pozitif ve anlamlı ilişki, katılımcıların bilinçli farkındalık düzeyleri arttıkça, etkinlik sırasındaki akış deneyimi ve öznel canlılık seviyelerinin de arttığını göstermektedir. Bu, bilinçli farkındalığın bireylerin etkinliklerden daha fazla keyif almasına ve kendilerini daha canlı hissetmesine katkı sağladığını ortaya koymaktadır. Ayrıca, akış deneyimi ile öznel canlılık ( $r=0.659^{**}$ ;  $p<0.01$ ) arasında bulunan güçlü ilişki, akış deneyimi yaşayan bireylerin aynı zamanda yüksek düzeyde canlılık hissettiklerini göstermektedir. Bu bulgu, akış deneyiminin fiziksel ve zihinsel olarak bireylere olumlu etkiler sağladığını ortaya koymaktadır. Regresyon analizi sonuçlarına bakıldığında; bilinçli farkındalık düzeyinin tekrar ziyaret etme niyetini etkilediği ( $\beta=0,387$ ), akış deneyimi düzeyinin tekrar ziyaret etme niyetini etkilediği ( $\beta=0,569$ ) ve öznel canlılık düzeyinin tekrar ziyaret etme niyetini etkilediği ( $\beta=0,451$ ) sonucuna ulaşılmıştır. Böylece hipotezlerin desteklendiği görülmektedir. Bu çalışma kapsamında yapılan hiyerarşik regresyon analizi, bilinçli farkındalık, akış deneyimi ve öznel canlılık değişkenlerinin tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisini aşamalı olarak incelemiştir. Bulgular, özellikle akış deneyiminin turistlerin tekrar ziyaret etme niyetini belirleyen en güçlü faktör olduğunu göstermiştir. Modelin ilk aşamasında bilinçli farkındalık değişkeni istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahipken, akış deneyimi modele dahil edildiğinde bu etkisini kaybetmiştir. Bu durum, bilinçli farkındalığın tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisinin doğrudan değil, akış deneyimi aracılığıyla dolaylı olarak gerçekleşebileceğini düşündürmektedir. Üçüncü modelde öznel canlılık değişkeninin eklenmesiyle modelin açıklayıcılığı sınırlı bir artış göstermiştir ( $R^2 = 0,335$ ). Bu bulgu, öznel canlılığın tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu ancak güçlü bir belirleyici olmadığını

ortaya koymaktadır. Öznel canlılık, bireyin kendini fiziksel ve zihinsel olarak enerjik hissetmesiyle ilişkilendirildiğinden, turistik deneyimlerin bireylerin canlılık hissini artırarak dolaylı olarak destinasyon bağlılığına katkıda bulunabileceği öngörülmektedir. Ancak, bu etkinin tek başına belirleyici olmaktan ziyade, akış deneyimiyle birlikte değerlendirildiğinde daha anlamlı hale geldiği görülmektedir. Bu sonuçlar, turistik deneyimlerde akış deneyiminin öncelikli bir faktör olduğunu ve turistlerin destinasyona olan bağlılığını artırmada merkezi bir rol oynadığını göstermektedir. Destinasyon yöneticileri ve turizm profesyonelleri, ziyaretçilerin akış deneyimi yaşayabileceği aktiviteler sunarak destinasyonun tekrar ziyaret edilme potansiyelini artırabilirler. Özellikle, bireylerin kendilerini tamamen aktiviteye kaptırabilecekleri, zaman algısını kayb ettikleri ve içsel motivasyonlarının yüksek olduğu deneyimler, destinasyona yönelik olumlu algının güçlenmesine katkı sağlayabilir.

Korelasyon ve regresyon analizleri sonucunda hipotezlerin büyük ölçüde desteklenmesi, bu değişkenlerin turizm bağlamında önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Alanyazında bilinçli farkındalığın akış deneyimi üzerindeki etkisi, odaklanmış dikkat ve anın farkında olma becerisiyle açıklanmakta olup (Csikszentmihalyi, 1989; Kabat-Zinn, 2001), bu çalışmanın bulguları da söz konusu teorik altyapıyı desteklemektedir. Araştırmada bilinçli farkındalığın akış deneyimini anlamlı ölçüde açıkladığı bulgusuna ulaşılması, Kee ve Wang (2008) tarafından ortaya konan, bilinçli farkındalığın akış deneyimini kolaylaştırdığına dair görüşlerle paralellik göstermektedir. Ayrıca, bilinçli farkındalık ile öznel canlılık arasındaki ilişki de literatürdeki çalışmalarla örtüşmektedir. Brown ve Ryan (2004), bilinçli farkındalığın bireylerin psikolojik iyilik halini ve enerji seviyelerini artırdığını belirtirken, bu araştırmada da bilinçli farkındalık ile öznel canlılık arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Özellikle, bilinçli farkındalığın bireylerin şu anı deneyimleme ve değerlendirme becerilerini geliştirerek, yaşamdan aldıkları keyfi artırdığı Altunel ve Yalçın (2022) tarafından yapılan çalışmanın bulgularıyla da uyumludur.

Akış deneyimi ile öznel canlılık arasındaki ilişkinin anlamlı ve pozitif yönde olması, daha önceki çalışmalarla da paralellik göstermektedir (Ryan ve Frederick, 1997; Jackson ve Marsh, 1996). Bu bağlamda, akış deneyimi yaşayan bireylerin kendilerini daha enerjik hissetmeleri ve bu durumun öznel canlılıklarını artırması, önceki bulguları destekler niteliktedir. Akış deneyiminin bireyin yeteneklerini en

ütgun şekilde kullanma ve kendini bir etkinliğe tamamen kaptırma durumuyla öznel canlılığı pozitif yönde etkilediği daha önce de belirtilmiştir (Chang, 2020). Tekrar ziyaret etme niyetiyle ilgili olarak, bilinçli farkındalığın turistlerin deneyimlerini daha yoğun ve bilinçli bir şekilde algılamalarına katkı sağladığı ve bunun destinasyona bağlılıklarını artırabileceği öne sürülmüştür (Brown ve Ryan, 2003; Kabat-Zinn, 2009). Bu çalışmanın bulguları da bilinçli farkındalığın tekrar ziyaret etme niyetini etkileyebileceğini göstermekle birlikte, akış deneyimi modele dahil edildiğinde bu etkinin azaldığı görülmüştür. Bu bulgu, bilinçli farkındalığın tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisinin dolaylı yoldan, akış deneyimi aracılığıyla gerçekleştiğine işaret etmektedir. Akış deneyiminin tekrar ziyaret niyeti üzerindeki etkisi ise literatürde belirtilen bulgularla uyumludur (Chi ve Qu, 2008; Kim ve Thapa, 2018). Akış deneyimi yaşayan bireylerin destinasyonla daha güçlü duygusal bağlar kurduğu ve bu bağlanmanın sadakati arttırdığı çeşitli araştırmalarda belirtilmiştir (Yang vd., 2022). Son olarak, öznel canlılığın tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisinin güçlü olmamakla birlikte anlamlı olduğu bulunmuştur. Öznel canlılık, bireyin enerji seviyesini ve genel memnuniyetini artırarak turistik deneyimlere olan ilgisini artırabilir (Su, Li, Chen ve Zeng, 2020). Bu bulgu, öznel canlılığın tek başına belirleyici olmaktan ziyade, diğer deneyimsel faktörlerle birlikte etkili olduğuna işaret etmektedir.

Çalışmada verilerin normal dağılım gösterip göstermediklerini tespit etmek amacıyla yapılan basıklık-çarpıklık testi gerçekleştirilmiştir. Testin sonuçlarında verilerin normal dağılım sergilediği saptanmıştır. Buna uygun olarak demografik değişkenler ile araştırma değişkenleri arasındaki farklar test edilmiştir. Katılımcıların bilinçli farkındalık düzeyleri ile yaş, meslek ve Afyonkarahisar’da geçirdikleri süre arasında; akış deneyimi düzeyleri ile yaş, medeni durum, gelir durumu ve Afyonkarahisar’ı ziyaret etme sayıları arasında; öznel canlılık düzeyleri ile yaş, gelir durumu ve Afyonkarahisar’ı ziyaret etme sayıları arasında ve son olarak tekrar ziyaret etme niyetleri ile yaş ve gelir durumları arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

## 5.2. Öneriler

Bu bölümde, araştırmanın bulgularına dayanarak SOKÜM'ün korunması, sürdürülebilirliği; turizmle entegrasyonu için stratejik öneriler sunulmaktadır. Bulgular doğrultusunda geliştirilmiş olan bu öneriler hem yerel toplulukların katılımını hem de turist deneyimini iyileştirmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca, akademik araştırmalar için gelecekteki çalışmaların yönünü belirleyen konulara dikkat çekilmiştir. Bu öneriler, geleneksel sohbet toplantıları gibi kültürel miras etkinliklerinin korunmasına, turizme katkısının artırılmasına ve daha geniş kitlelere ulaşmasına yönelik stratejik bir çerçeve sunmayı hedeflemektedir.

### 5.2.1. Kültürel Mirasın Korunması ve Sürdürülebilirliğine Yönelik Öneriler

Geleneksel sohbet toplantıları gibi SOKÜM unsurlarının korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması, çok yönlü bir strateji gerektirmektedir. Bu süreçte uluslararası iş birlikleri önemli bir rol oynamaktadır. UNESCO gibi küresel kuruluşlarla yapılacak iş birlikleri, bu miras unsurlarının daha geniş bir çevrede tanıtılmasına ve korunmasına olanak sağlar. Ayrıca, uluslararası düzeyde fon ve destek sağlayan projeler aracılığıyla, bu etkinliklerin sürdürülebilirliği güvence altına alınabilir. Bu iş birlikleri, kültürel mirasın yerel bir değer olmaktan öteye geçerek küresel bir miras olarak kabul edilmesini sağlayacaktır. Ayrıca, bu tür etkinliklerin düzenlenmesini teşvik etmek için mali destek ve yapısal teşvikler sunulmalıdır. Bu bağlamda, Türkiye'deki kültürel miras öğelerinin diğer ülkelerdeki benzer öğelerle karşılaştırılarak korunması ve geliştirilmesi için küresel deneyimlerden yararlanılabilir.

Kültürel mirasın korunmasında dijitalleşme ve teknolojik yeniliklerin kullanımını da büyük bir önem taşımaktadır. Geleneksel sohbet toplantıları gibi kültürel etkinliklerin dijital platformlarda arşivlenmesi, sanal gerçeklik (VR) ve artırılmış gerçeklik (AR) teknolojilerinin kullanılması, bu tür etkinliklerin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlar. Dijitalleşme, sadece kültürel mirasın korunmasına katkı sağlamakla kalmaz, aynı zamanda genç nesillerin bu mirasa olan ilgisini artırmak için etkili bir araç sunar. Özellikle sanal turlar ve interaktif dijital içeriklerle genç nesillerin kültürel

mirasla bağ kurması kolaylaştırılabilir. Dijital teknolojiler ayrıca, bu etkinliklerin uluslararası alanda tanıtımını yaparak farkındalığı artırabilir ve SOKÜM'ün gelecekteki nesillere aktarılmasını sağlar.

Eğitim ve bilinçlendirme programları, kültürel mirasın korunması ve sürdürülebilirliği açısından kilit rol oynamaktadır. Geleneksel sohbet toplantıları gibi etkinliklerin korunmasına yönelik yerel halkın ve özellikle gençlerin bilinçlendirilmesi önemlidir. Bu bağlamda, okullarda ve topluluk merkezlerinde eğitim programları düzenlenerek, genç nesillere kültürel mirasın değeri ve korunmasının önemi anlatılabilir. Gençlerin kültürel mirasın korunmasına yönelik farkındalık kazanmaları, bu değerlerin sürdürülebilirliğinin sağlanmasına katkıda bulunacaktır. Aynı zamanda, yerel topluluklara yönelik bilgilendirme kampanyaları düzenlenerek, bu etkinliklerin korunması konusunda halkın aktif katılımı teşvik edilmelidir. Eğitim ve bilinçlendirme programlarının yanı sıra, gönüllülük programları oluşturularak yerel halkın kültürel miras etkinliklerine katılımı artırılabilir.

Kültürel mirasın korunmasında ekonomik sürdürülebilirlik de büyük önem taşımaktadır. SOKÜM unsurlarının korunması için bu etkinliklerin ekonomik sürdürülebilirliği sağlanmalıdır. Geleneksel sohbet toplantıları gibi etkinliklerin sürdürülebilirliğini desteklemek amacıyla mikro girişimler teşvik edilmeli ve yerel üretim desteklenmelidir. Örneğin, bu etkinlikler sırasında yerel ürünlerin ve el sanatlarının tanıtıldığı pazarlar düzenlenebilir. Bu tür girişimler, hem yerel halkın ekonomik kalkınmasına katkı sağlayabilir hem de kültürel mirasın korunmasını destekleyen bir ekonomik altyapı oluşturabilir. Ayrıca, kültürel mirasın turizmle entegrasyonu sağlanarak bu etkinliklerin ekonomik katkıları artırılabilir. Turizmle bütünleşen kültürel miras, turistler için çekici hale gelirken topluluklar için sürdürülebilir bir ekonomik kaynak oluşturabilir.

Son olarak, yerel ve ulusal düzeyde kültürel miras politikalarının geliştirilmesi gerekmektedir. Kültürel mirasın korunması ve sürdürülebilirliği için uzun vadeli politikalar geliştirilmelidir. Kültürel mirasın turizmle entegrasyonu sağlanmalı ve turizm gelirlerinden elde edilen fonların bir kısmı kültürel mirasın korunmasına yönlendirilmelidir. Ayrıca, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve özel sektör arasında iş birlikleri kurularak, kültürel mirasın korunmasına yönelik finansal ve idari desteklerin artırılması hedeflenmelidir. Bu politikalar, kültürel mirasın uzun vadeli korunmasını ve sürdürülebilirliğini sağlayacak stratejik bir temel oluşturur. Yerel

toplulukların kültürel mirasın korunmasına yönelik girişimleri sahiplenmesi ve bu değerlerin gelecek nesillere aktarılması, bu politikaların başarısı için kritik öneme sahiptir.

### **5.2.2. Turizm ve Pazarlama Stratejilerine Yönelik Öneriler**

Geleneksel sohbet toplantıları gibi kültürel etkinliklerin, turizm acenteleri tarafından düzenlenen özel paket turlarla entegre edilmesi sağlanmalıdır. Özellikle kültürel mirasa dayalı tematik turlar düzenlenerek, Yaren Gecesi gibi etkinliklerin yanı sıra bölgedeki diğer tarihi ve kültürel zenginliklerin de tanıtılmasıyla ziyaretçilere kapsamlı bir deneyim sunulabilir. Bu kültürel etkinliklerin turizm pazarlamasında daha geniş yer bulması için bölgesel ve ulusal çapta kültürel turizm rotaları oluşturulmalıdır. Bu rotalar, turistlerin farklı destinasyonlarda benzer etkinlikleri deneyimlemelerine olanak tanımaktadır. SOKÜM unsurları, turizm rotalarının bir parçası haline getirilerek turistlerin destinasyonu keşfetmeleri sağlanabilir. Böylece, ziyaretçilerin destinasyonun kültürel mirasıyla daha derin bir bağ kurması sağlanabilmektedir. Kültürel etkinliklerle dolu birkaç günlük turlar, ziyaretçilerin destinasyonda daha uzun süre kalmasını teşvik ederek bölgenin ekonomik faydasını artırabilir. Ayrıca, kültürel turizme ilgi duyan ziyaretçilerin dikkatini çekerek bölgenin turistik cazibesini artırabilir.

Pazarlama stratejilerinde farklı turist gruplarının ihtiyaç ve beklentilerine göre hedef pazarlama yapılmalıdır. Yaren Gecesi gibi etkinlikler, kültürel turizme ilgi duyan yetişkinler, aileler ve kültürel deneyim arayışında olan genç gezginler gibi farklı turist segmentlerine yönelik özelleştirilmiş kampanyalarla tanıtılabilir. Farklı yaş gruplarına yönelik farklı pazarlama mesajları geliştirilerek her segmentin ilgisini çekecek içerikler oluşturulmalıdır. Kültürel miras, kültürel deneyimlere meraklı olan gezginler için özel olarak tasarlanmış turlarla pazarlanabilir.

Geleneksel sohbet toplantıları gibi etkinlikler, yıllık festivallere dönüştürülerek daha geniş kitlelere hitap edebilir. Yaren Gecesi gibi etkinliklerin uluslararası turizm pazarında daha fazla tanıtılması için kültürel miras festivalleri düzenlenebilir. Bu festivaller, sadece yerel halkın değil, aynı zamanda çevre illerden ve uluslararası turistlerden daha fazla katılım sağlanmasına olanak tanıyabilmektedir. Festival

kapsamındaki tanıtım çalışmalarıyla uluslararası düzeyde katılımcılar çekilerek, kültürel mirasın daha geniş bir kitleye ulaştırılması sağlanabilir.

Yaren Gecesi'nin pazarlanmasında bölgenin gastronomik zenginlikleri de öne çıkarılabilir. Bu tür etkinliklerle birlikte, bölgenin yerel mutfağı ve gastronomik mirası tanıtılarak ziyaretçilerin etkinlik sırasında hem kültürel hem de gastronomik deneyimler yaşamaları sağlanabilir. Gastronomi turizmi ve kültürel etkinliklerin bir arada sunulması, ziyaretçilerin destinasyona yönelik ilgisini artırabilmekte ve onların etkinliği daha zengin bir deneyim olarak algılamalarını sağlayabilmektedir. Böylelikle, ziyaretçiler hem geleneksel kültürü hem de yöresel lezzetleri keşfederek destinasyonun benzersizliğini deneyimleyebilirler.

Kültürel mirasın turistik çekiciliğini artırmak için dijital pazarlama ve sosyal medya stratejileri etkin bir şekilde kullanılmalıdır. Yaren Gecesi gibi etkinlikler, sosyal medya platformlarında görseller ve videolarla tanıtılarak turistlerin ilgisini çekebilmektedir. Dijital kampanyalar ile etkinlik öncesinde, sırasında ve sonrasında sosyal medya içerikleri paylaşılabilir ve etkileşim artırılabilir. Sosyal medyada turistlerin deneyimlerini paylaşmalarını teşvik etmek, destinasyonun tanıtımında önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca, "influencer"lar ve turizm blog yazarları gibi dijital medya temsilcileri ile iş birliği yapılarak etkinliğin daha geniş kitlelere duyurulması fayda sağlayabilir.

Son olarak, Yaren Gecesi ve benzeri kültürel etkinlikler için hem geleneksel medya araçları (televizyon, radyo, basılı reklamlar) hem de dijital tanıtım kampanyaları birlikte yürütülmelidir. Bu sayede farklı kanallar üzerinden daha geniş bir hedef kitleye ulaşmak mümkün olacaktır. Dijital tanıtım kampanyalarında kültürel miras etkinlikleri hakkında daha fazla bilgi veren web siteleri, tanıtım videoları ve gezgin deneyimlerine yer verilebilir. Yaren Gecesi gibi SOKÜM unsurlarının turizmde etkin bir şekilde tanıtılması için stratejik pazarlama yaklaşımları geliştirilmesi gerektiği açıktır. Bu etkinliklerin kültürel ve ekonomik değerini artıracak pazarlama ve tanıtım çalışmaları, destinasyonun çekiciliğini yükseltecek ve turistlerin geri dönüşünü sağlayacak önemli araçlar olacaktır.

### 5.2.3. Turistik Deneyimin Geliştirilmesine Yönelik Öneriler

Geleneksel sohbet toplantıları gibi SOKÜM etkinliklerinin turistik deneyimi zenginleştirebilmesi için, katılımcıların etkinliğe daha derin bir bağ kurmasını sağlayacak yöntemler geliştirilmelidir. İlk olarak, deneyimsel turizm yaklaşımlarının benimsenmesi, turistlerin kültürel mirasa aktif olarak katılımını teşvik edecektir. Bu bağlamda, geleneksel sohbet toplantılarına katılan ziyaretçilere, yalnızca gözlemci olmak yerine etkinliğin bir parçası olma fırsatı sunulmalıdır. Örneğin, turistler geleneksel kıyafetler giyerek veya sohbet toplantılarındaki geleneksel ritüellere katılarak, etkinliği daha etkileyici ve unutulmaz bir deneyim haline getirebilir. Deneyimsel turizmin bu tür uygulamaları, turistlerin kültürel mirası daha derinlemesine anlamalarını sağlayabilmekte ve destinasyonla olan bağlarını güçlendirebilmektedir.

İnteraktif kültürel atölyeler, turistlere etkinlikler sırasında daha fazla katılım olanağı sunarak, turistik deneyimi kişiselleştirebilir. Atölyelerde turistlere, geleneksel sohbet toplantılarının tarihi, kültürel bağlamı ve ritüelleri hakkında bilgi verilmesi sağlanabilir. Bunun yanı sıra, geleneksel el sanatları, müzik ve dans gibi kültürel faaliyetler konusunda turistlere uygulamalı deneyimler sunulabilir. Bu tür interaktif atölyeler, turistlerin kültürel mirasa daha yakın hissetmelerine ve kültürel bilgi birikimlerini artırmalarına katkıda bulunabilir. Ayrıca, turistlerin el sanatları yapma, geleneksel müzik aletlerini deneme gibi etkinliklerle yerel kültürü birebir deneyimleme fırsatları yaratılır. Turistik deneyimi geliştirmek için ziyaretçi bilgi merkezleri kurulması da önerilebilir. Bu bilgi merkezlerinde, turistlere etkinliklerin tarihçesi ve yerel kültürel bağlamları hakkında daha fazla bilgi sunulabilir. Bilgi merkezleri, ziyaretçilere etkinlik öncesinde ve sonrasında rehberlik ederek, onların kültürel mirasla olan bağlarını derinleştirebilir. Ayrıca, bu merkezler aracılığıyla, turistlerin geri bildirimlerini toplamak ve onların memnuniyet düzeylerini değerlendirmek de mümkün olacaktır.

Dijital deneyimlerin turistik deneyimlere entegre edilmesi de ziyaretçilerin kültürel mirasla daha etkileşimli bir ilişki kurmalarına yardımcı olabilir. Özellikle artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) teknolojileri kullanılarak, turistlere geleneksel sohbet toplantılarına dair dijital içerikler sunulabilir. Örneğin, ziyaretçiler sanal ortamda bu etkinliklerin bir parçası olabilir veya artırılmış gerçeklik uygulamalarıyla etkinlik sırasında daha fazla bilgi alabilirler. Dijital deneyimler,

özellikle genç turistler için kültürel mirasın daha çekici hale gelmesini sağlayacak yenilikçi bir yaklaşımdır. Ayrıca, bu teknolojiler sayesinde fiziksel olarak katılamayan turistler de kültürel mirası deneyimleyebilir.

Turistlerin etkinlikten memnuniyetini artırmak ve deneyimlerini geliştirmek için geri bildirim ve değerlendirme sistemleri kurulmalıdır. Ziyaretçiler, etkinliklerden sonra dijital platformlar aracılığıyla geri bildirim verebilir ve deneyimlerine dair yorumlar yapabilir. Bu geri bildirimler, kültürel miras etkinliklerinin turistler üzerindeki etkilerini anlamak ve etkinlikleri geliştirmek için önemli bir kaynak olacaktır. Ayrıca, turistlerin öneri ve eleştirileri dikkate alınarak, turistik deneyimin sürekli olarak iyileştirilmesi sağlanabilir. Geri bildirim sistemleri sayesinde turistlerin ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda düzenlemeler yapılabilir ve bu da ziyaretçi memnuniyetini artıracaktır.

Turistik altyapının iyileştirilmesi, kültürel miras deneyimini geliştirmek açısından kritik bir unsurdur. Geleneksel sohbet toplantıları gibi etkinliklerin düzenlendiği mekanların turistler için daha erişilebilir hale getirilmesi gerekmektedir. Özellikle etkinlik alanlarının ulaşımı, turistler için uygun konaklama seçenekleri, etkinlik sırasında sunulan hizmetlerin kalitesi gibi unsurlar, turistlerin genel deneyimlerini doğrudan etkileyebilmektedir. Turistlere daha konforlu ve keyifli bir deneyim sunmak amacıyla, etkinlik mekanlarının altyapısı iyileştirilmeli, ulaşım kolaylaştırılmalı ve turistlerin ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde düzenlemeler yapılmalıdır.

#### **5.2.4. Akademik Araştırmalara Yönelik Öneriler**

Turizm alanında SOKÜM'ün etkilerini derinlemesine inceleyen akademik araştırmaların sayısının artırılması, bu alandaki bilgi birikimine ve uygulamalara katkı sağlayacaktır. Geleneksel sohbet toplantıları gibi kültürel miras etkinliklerinin turizm üzerindeki rolünü daha iyi anlamak için öncelikle turistlerin kültürel mirasa yönelik algıları ve deneyimleri üzerine çalışmalar yapılmalıdır. Bu tür araştırmalar, turistlerin kültürel miras etkinliklerine katılım nedenlerini, bu etkinliklerin onları nasıl etkilediğini ve destinasyona olan bağlılıklarını nasıl şekillendirdiğini ortaya koyacaktır. Bu bağlamda, kültürel miras etkinliklerinin turistlerin duygusal

bağlılıklarını ve destinasyona yönelik tekrar ziyaret etme niyetlerini nasıl etkilediği, anketler ve derinlemesine görüşme teknikleri kullanılarak incelenebilir.

Turizmdeki bir diğer önemli araştırma konusu ise kültürel miras etkinliklerinin ekonomik etkileri üzerine odaklanmalıdır. Bu bağlamda, geleneksel sohbet toplantıları gibi etkinliklerin yerel ekonomiye katkısı, turizm gelirleri üzerindeki etkisi ve yerel halka sağladığı ekonomik faydalar akademik araştırmaların odak noktalarından biri olabilir. Aynı zamanda, bu etkinliklerin sürdürülebilir turizm gelirleri yaratma potansiyeli üzerine çalışılabilir ve bu tür kültürel miras unsurlarının turizm stratejilerine nasıl entegre edilebileceği araştırılabilir.

Kültürel miras turizmi üzerine yapılacak akademik araştırmalar da önemli bir ihtiyaçtır. SOKÜM etkinliklerinin turistlerin seyahat kararlarını nasıl etkilediği, bu tür etkinliklerin destinasyonun marka değerine olan katkıları gibi konular derinlemesine incelenebilir. Özellikle kültürel miras turizminin bir destinasyonun farklılaşmasına ve diğer destinasyonlardan ayrışmasına nasıl yardımcı olduğu üzerine yapılacak araştırmalar, bu alanda politika yapımcılar ve turizm planlamacılarına rehberlik edebilir.

Teknoloji ve dijitalleşme alanında da turizm araştırmalarına ihtiyaç vardır. Özellikle dijital teknolojilerin ve sosyal medya platformlarının, SOKÜM etkinliklerinin tanıtımında ve korunmasında nasıl kullanıldığı üzerine araştırmalar yapılmalıdır. Dijital pazarlama stratejilerinin, turistlerin kültürel miras etkinliklerine olan ilgisini artırmak için nasıl kullanılabileceği; sosyal medyanın, geleneksel kültürel etkinliklerin küresel bir kitleye ulaşmasına nasıl katkı sağlayabileceği gibi sorular üzerine yapılacak araştırmalar, dijital çağda kültürel mirasın turizmdeki rolünün yeniden tanımlanmasına katkıda bulunabilir.

Kültürel miras unsurları hakkında uluslararası karşılaştırmalı çalışmalar yapılmalıdır. Farklı ülkelerdeki SOKÜM etkinliklerinin turizme entegrasyonu ve bu etkinliklerin korunması için kullanılan stratejiler karşılaştırmalı olarak ele alınabilir. Bu tür çalışmalar, Türkiye'deki geleneksel sohbet toplantıları gibi etkinliklerin korunması ve turizme kazandırılması için başarılı uluslararası uygulamalardan yararlanmayı mümkün kılabilir. Ayrıca, uluslararası karşılaştırmalı çalışmalar, küresel turizm pazarında kültürel mirasın yerini ve bu mirasın sürdürülebilir kalkınmaya olan katkılarını daha iyi anlamamıza olanak sağlayabilir. Ek olarak, UNESCO SOKÜM listelerine Türkiye ile ortak dosya olarak sunulan dosyalarda ülke bazında farklılıklar

değerlendirilebilir. Bu araştırmalar sonucunda, SOKÜM'ün uluslararası tanıtımı ve korunması için yeni stratejiler geliştirilebilir.

Disiplinler arası araştırmalar, turizm alanında kültürel mirasa yönelik akademik çalışmaların kapsamını genişletebilir. Turizm, sosyoloji, psikoloji ve ekonomi gibi farklı disiplinlerin bakış açılarıyla yapılan araştırmalar, kültürel miras etkinliklerinin turist davranışları üzerindeki etkilerini daha derinlemesine anlaşılmasına olanak tanıyabilir. Örneğin, sosyolojik çalışmalar, turistlerin kültürel mirasla olan etkileşimlerinin toplumsal boyutlarını incelerken, psikolojik çalışmalar turistlerin kültürel etkinliklere katıldıklarında yaşadıkları duygusal tepkileri analiz edebilir. Ekonomik çalışmalar ise bu tür etkinliklerin bölgesel kalkınma üzerindeki ekonomik etkilerini ortaya koyarak, SOKÜM'ün turizm sektörü üzerindeki ekonomik değerini ortaya çıkarabilir.

## KAYNAKÇA

- Abalı, İ. (2014). Meslek folkloru bağlamında zeytincilik: Gözkaya köyü Aydın örneği. *Ulakbilge*, 2 (3), 115-139.
- Abdulleyeva, S. (2015). Türk dünyasının nefesli müzik aleti: Balaban. *İRS Sanat*, 1 (13), 28-31.
- Adabalı, M. M. (2020). *Turizm alanında bilinçli farkındalık, destinasyon deneyimi ve fayda: iç anadolu bölgesi'nde bulunan kültürel mirasları ziyaret eden turistler üzerine ampirik bir araştırma*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Entitüsü.
- Ahamed, M. (2017). Cultural heritage tourism an analysis with special reference to West Bengal, India. *International Journal on Recent Trends in Business and Tourism*, 1 (4), 55-62.
- Ahmed, A., Mesud, M. M., Al-Amin, A. Q., Yahaya, S. R., Rahman, M., and Akhtar, R. (2015). Exploring factors influencing farmers' willingness to pay (WTP) for a planned adaptation programme to address climatic issues in agricultural sectors. *Environmental Science and Pollution Research*, 22, 9494-9504
- Akgül, O., ve Köroğlu, Ö. (2021). Rehberli turlarda algılanan değer, akış deneyimi ve davranışsal niyet ilişkisi: Çanakkale savaşları gelibolu tarihi alanı örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5 (2), 1200-1219.
- Akın, A., and Akın, Ü. (2015). Friendship quality and subjective happiness: The mediator role of subjective vitality. *Education and Science*, 40, 233-242.
- Akkuş, G., ve Akkuş, Ç. (2017). Artırılmış gerçekliğin akış deneyimine etkisi: Hatay arkeoloji müzesi örneği. *Uluslararası Turizmin Geleceği*, 1387 (1394), 28-30.
- Akmaz, A., ve Akdağ, G. (2018). Geleneksel sohbet toplantıları (Yaren Barana sıra geceleri ve diğer-2010). *Türkiye'nin UNESCO Değerleri ve Turizm Potansiyeli*, 1, 292-299.

- Akmaz, A., ve Sürme, M. (2018). Somut olmayan kültürel miras kapsamında mevlevi sema törenleri. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (84), 425-431.
- Aksaray, A. E. (2018). *Geleneksel sohbet toplantıları üzerine bir araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kırıkkale: Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aktaş, E., ve Kurgun, A. (2021). Sorumlu turizm yaklaşımı ile turistik destinasyonların gelişimi: Foça örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (4), 1671-1708.
- Alakavuklar, O. N., Kılıçaslan, S., ve Öztürk, E. B. (2009). Türkiye’de hayırseverlikten kurumsal sosyal sorumluluğa geçiş: Bir kurumsal değişim öyküsü. *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 9 (2), 103-143.
- Alidina, S. (2010). *Mindfulness for dummies*. John Wiley & Sons.
- Allameh, S. M., Pool, J. K., Jaberi, A., Salehzadeh, R., and Asadi, H. (2015). Factors influencing sport tourists’ revisit intentions the role and effect of destination image, perceived quality, perceived value and satisfaction. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 27 ( 2), 191-207.
- Altunel, M. C. (2016). Öznel zindeliğin deneyimleme kalitesi üzerindeki etkisinde ilgilenimin ara değişken rolünün incelenmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15 (29), 335-347.
- Altunel, M. C., and Koçak, Ö. E. (2016). The roles of subjective vitality, involvement, experience quality, and satisfaction in tourists’ behavioral intentions. *European Journal of Tourism Research*, 16, 233-251.
- Altunel, M. C., and Yalçın, M. (2022). Examining the relationship between subjective vitality as a personality trait, experience quality, and environmental stewardship of tourists visiting Atatürk arboretum. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 10 (2), 277-305.
- Alves, M. (2023). *Meal experience in fine-dining: Exploring the role of memory, happiness and mindfulness as mediators*. Doctoral Dissertation. Universidade Nova de Lisboa.
- Alyakut, Ö., ve Küçükkömürler, S. (2018). Geleneksel bir ekmek çeşidi: yufka ekmeği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (3), 379-395.

- Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü. (2023). *Geleneksel sohbet toplantıları*.  
<https://aregem.ktb.gov.tr/TR-268220/geleneksel-sohbet-toplantilari.html>  
(Erişim Tarihi: 14.03.2023).
- Arslan, M. (2010). Kula'da eğlenerek öğreten bir sosyal kurum: Yaren. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 3 (6), 74-80.
- Artuğer, S. (2015). The effect of risk perceptions on tourists' revisit intentions. *European Journal of Business and Management*, 7 (2), 36-43.
- Artun, E. (2012). Günümüzde yaşayan âşıklık geleneği üzerine düşünceler. *Prof. Dr. Mine Mengi Adına Türkoloji Sempozyumu*. Adana: Çukurova Üniversitesi.
- Aslanapa, O. (1986). Türk minyatür sanatının gelişmesi. *Erdem Dergisi*, 2 (6), 851-866.
- Atalay, Z. (2021). *Mindfulness: Bilinçli farkındalık farkındalıkla anda kalabilme sanatı*. İstanbul: İnkılap Yayınları.
- Atlı, S. (2015). Somut olmayan kültürel mirasa bir örnek: Balıkesir Pamukçu Erfene sohbet toplantıları. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (40), 7-27.
- Atmari, N., and Putri, V. W. (2021). The effect of tourism experience on revisit intention through destination image and satisfaction. *Management Analysis Journal*, 10 (1), 85-94.
- Avcıkurt, Cevdet (2015). *Turizm Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşım* (4. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Avrami, E., Mason, R., and Torre, M. d. (2000). *Values and heritage conservation*. Los Angeles: The Getty Conservation Institute.
- Avşar, M., ve Avşar, L. (2014). Çini sanatı ve terminolojisi üzerine. *Kalemişi Geleneksel Türk Sanatları Dergisi*, 2 (4), 1-13.
- Ayazlar, R. A. (2015). *Akış deneyiminin yamaç paraşütü deneyim doyumu ve yaşam doyumuna etkileri*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aydın, H. (2019). *Somut olmayan kültürel miras olarak meddahlık geleneği ve bu bağlamda "eyvah nadir" adlı tiyatro oyunu üzerine bir değerlendirme*.

Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Entitüsü.

- Ayhan, C., Eskiler, E., ve Soyer, F. (2020). Rekreatyonel katılımcılarda akış deneyiminin ölçülmesi: Ölçek geliştirme ve doğrulama. *Journal of Human Sciences*, 17 (4), 1297-1311.
- Aykan, B. (2013). How participatory is participatory heritage management? The politics of safeguarding the alevi semah ritual as intangible heritage. *International Journal of Cultural Property*, 20, 381-405.
- Ayvazoğlu, B. (2011). *Turkish coffee culture*. (Trans. M. Şeyhun). Ankara: Ministry of Culture and Bass.
- Bagaria, C., and Nirmala, R. (2023). Mindfulness and sustainable tourism - an integrative review. *International Journal of Advances in Engineering Architecture Science and Technology*, 1 (5), 1-11.
- Balaguer, I., Castillo, I., Duda, J. L., and Garcia-Merita, M. (2011). Asociaciones entre la percepción del clima motivacional creado por el entrenador, regulaciones motivacionales y vitalidad subjetiva en jóvenes jugadoras de tenis. *Revista de Psicología del Deporte*, 20 (1), 133-148.
- Banarlı, N. S. (2004). *Resimli Türk edebiyatı*. İstanbul: Millî Eğitim Bakanlığı Yayınları.
- Bartlett, M. S. (1954). A note on the multiplying factors for various chi square approximations. *Journal of the Royal Statistical Society: Series B (Methodological)*, 16 (2), 296-298.
- Barutçugil, H. (2010). *Geçmişten günümüze ebru sanatı ve çağdaş bir yorum ile günümüz tekstiline uygulanması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Halit Üniversitesi Güzel Sanatlar Entitüsü.
- Başar, B., ve Baydeniz, E. (2022). Hizmet kalitesinin müşteri sadakati ve tekrar ziyaret etme niyetine etkisi: Somut olmayan kültürel miras Türk kahvesi örneği. *Tourism and Recreation*, 4 (1), 1-12.
- Başkan, K., ve Avcıkurt, C. (2015). Kültürel miras değeri olarak somut olmayan geleneksel tören keşkeği incelenmesi. U. Akdu, ve İ. Çalık (Ed.), *Doğu*

*Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi Bildiri Kitabı* içinde (s. 618-626). Gümüşhane: Gümüşhane Üniversitesi Turizm Fakültesi.

- Bayar, E. E. (2023). Uygulamalı halk bilimi ve koruma yaklaşımları ekseninde karagöz geleneğinin aktarımı. *AHBVÜ Edebiyat Fakültesi Dergisi*, (9), 33-44.
- Begic, H. N. (2015). UNESCO dünya kültürel miras listesinde yer alan geleneksel Türk ebru sanatı'nda yeni yorumlar. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 589-605.
- Binark, İ. (1978). Türkler'de resim ve minyatür sanatı. *Vakıflar Dergisi*, 12, 271-289
- Bishop, S. R., Lau, M., Shapiro, S., Carlson, L., Anderson, N. D., Carmody, J., Segal, Z. V., Abbey, S., Speca, M., Velting, D., and Devins, G. (2004). Mindfulness: A proposed operational definition. *Clinical Psychology: Science and Practice*, 11 (3), 230-241.
- Blake, J. (2000). On defining the cultural heritage. *International and Comparative Law Quarterly*, 49, 61-85.
- Bodhi, B. (2012). *Comprehensive manual of Abhidhamma: the Abhidhammattha Sangaha*. Pariyatti Publishing.
- Bodian, S. (2016). *Meditation for dummies*. John Wiley & Sons.
- Boobekova, K. (2017). Çocuk zekâ geliştirici akıl oyunları, Türk halkları geleneksel oyunlar. *Sporlar Sempozyum Kitapçığı*. Kahramanmaraş.
- Bostic, T. J., Rubio, D. M., and Hood, M. (2000). A validation of the subjective vitality scale using structural equation modeling. *Social Indicators Research*, 52, 313-324.
- Boztoprak, B. (2021). *Somut olmayan kültürel mirasların yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilmesi: İnce ekmek yapımı ve paylaşımı geleneği, Erzurum örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gümüşhane: Gümüşhane Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Brown, K. W., and Kasser, T. (2005). Are psychological and ecological well-being compatible? The role of values, mindfulness, and lifestyle. *Social Indicators Research*, 74 (2), 349-368.

- Brown, K. W., and Ryan, R. M. (2003). The benefits of being present: Mindfulness and its role in psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84 (4), 822-848.
- Brown, K. W., and Ryan, R. M. (2004). Perils and promise in defining and measuring mindfulness: Observations from experience. *Clinical Psychology: Science and Practice*, 11 (3), 242-248.
- Brown, K. W., Ryan, R. M., and Creswell, D. (2007). Mindfulness: Theoretical foundations and evidence for its salutary effects. *Psychological Inquiry*, 18 (4), 211-237.
- Brown, K. W., Ryan, R. M., Creswell, J. D., and Niemiec, C. P. (2008). Beyond me: Mindful responses to social threat. In H. A. Wayment & J. J. Bauer (Eds.), *Transcending self-interest: Psychological explorations of the quiet ego* (pp. 75-84). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/11771-007>
- Bükey, A., ve Göral, M. (2022). Türkiye'de çay kültürü ve gastronomik değeri. Y. Oğan (Ed.), *Gastronomi Alanında Tematik Araştırmalar I* içinde (s. 30-37). İstanbul: Çizgi Kitabevi.
- Büyüköztürk, Ş. (2017). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Cattell, R. B. (1966). The scree test for the number of factors. *Multivariate Behavioral Research*, 1 (2), 245-276. [https://doi.org/10.1207/s15327906mbr0102\\_10](https://doi.org/10.1207/s15327906mbr0102_10)
- Chan, E. Y. (2019). Mindfulness promotes sustainable tourism: The case of uluru. *Current Issues in Tourism*, 22 (13), 1526-1530.
- Chang, K. C. (2014). Examining the effect of tour guide performance, tourist trust, tourist satisfaction, and flow experience on tourists' shopping behavior. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19 (2), 219-247.
- Chang, L. C. (2020). Relationship between flow experience and subjective vitality among older adults attending senior centres. *Leisure Studies*, 39 (3), 433-443.
- Chang, L.-L., and Backman, K. F. (2014). Creative tourism: A preliminary examination of creative tourists' motivation, experience, perceived value and

- revisit intention. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality*, 8 (4), 401-419.
- Chen, C.-F., and Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism Management*, 28, 1115-1122.
- Chen, H., Wang, Y., and Li, N. (2022). Research on the relationship of consumption emotion, experiential marketing, and revisit intention in cultural tourism cities: A case study. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.894376>
- Chen, J. V., Htaik, S., Hiele, T. M., and Chen, C. (2016). Investigating international tourists' intention to revisit myanmar based on need gratification, flow experience and perceived risk. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 18 (1), 25-44.
- Chen, N., and Funk, D. C. (2010). Exploring destination image, experience and revisit intention: A comparison of sport and non-sport tourist perceptions. *Journal of Sport & Tourism*, 15 (3), 239-259.
- Chi, C. G. Q., and Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction, and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, 29 (4), 624-636.
- Chien, M. C. (2017). An empirical study on the effect of attractiveness of ecotourism destination on experiential value and revisit intention. *Applied Ecology and Environmental Research*, 15 (2), 43-53.
- Cingöz, Y. (2016). *Kent, popüler kültür ve karnavalesk: Karagöz geleneği ve müziği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Cominelli, F., and Greffe, X. (2012). Intangible cultural heritage: Safeguarding for creativity. *City, Culture and Society*, 3, 245-250.
- Cosovic, M., Amelio, A., and Junuz, E. (2019). Classification methods in cultural heritage. In *CEUR Workshop Proceedings*, 2320, 13-24. CEUR-WS.

- Cros, H. D. (2001). A new model to assist in planning for sustainable cultural heritage tourism. *International Journal of Tourism Research*, 3, 165-170.
- Csikszentmihalyi, M. (1975). *Beyond boredom and anxiety*. San Francisco: Jossey.
- Csikszentmihalyi, M. (1982). Towards a psychology of optimal experience. In L. Wheeler (Ed.), *Annual Review of Personality and Social Psychology*, 3, 13-36. Beverly Hills, CA: Sage.
- Csikszentmihalyi, M. (2005). *Akış mutluluk bilimi* (Çev. S. Kunt Akbaş). Ankara: Hyb Yayıncılık.
- Csikszentmihalyi, M., and Csikszentmihalyi, I. (1988). *Optimal experience: Psychological studies of flow in consciousness*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Csikszentmihalyi, M., and Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*, 1990, 1, New York: Harper & Row.
- Csikszentmihalyi, M., and Larson, R. (2014). *Flow and the foundations of positive psychology* (Vol. 10, pp. 978-94). Dordrecht: Springer.
- Csikszentmihalyi, M., and LeFevre, J. (1989). Optimal experience in work and leisure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56 (5), 815-822. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.56.5.815>
- Çalışıcı Pala, İ. (2018). Türk çini sanatında kullanılan teknikler. R. Konak (Ed.), *21. yüzyılda Türk sanatı: Meseleler ve Çözüm Önerileri Milletlerarası Sempozyum, Sergi, Konser, Çalıştay Bildiriler Kitabı* içinde (s. 347-368).
- Çelik, S. (2021). *Rekreasyon aktivitelerine katılan etkileyici ve etkilenenlerin öznel canlılık ve dışadönüklük özelliklerinin incelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kırklareli: Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çelik, S., Kaya, T., ve Sandıkçı, M. (2021). Somut olmayan kültürel miras ürünü olarak tören keşkeği geleneğinin yöresel sunum farklılıkları. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6 (2), 258-274.
- Çeşmeci, N., ve Koçak, G. N. (2020). Akış durumu, algılanan değer ve destinasyon sadakati arasındaki ilişkilerin incelenmesi: Yürüyüş deneyimi örneği. *erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3, 381-401.

- Çetinsöz, B. C., and Ege, Z. (2013). Impacts of perceived risks on tourists' revisit intentions. *Anatolia*, 24 (2), 173-187.
- Çoşkun, R., Altunışık, R., ve Bayraktaroğlu, S. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Damanik, J., and Yusuf, M. (2022). Effects of perceived value, expectation, visitor management, and visitor satisfaction on revisit intention to borobudur temple, Indonesia. *Journal of Heritage Tourism*, 17 (2), 174-189.
- Dangi, V. (2017). Heritage and tourism: Issues and challenges. *Research Journal of Humanities and Social Sciences*, 8 (2), 217-222.
- Day, E. (2016). Field attunement for a strong therapeutic alliance: A perspective from relational gestalt psychotherapy. *Journal of Humanistic Psychology*, 56 (1), 77-94.
- Deci, E. L., and Ryan, R. M. (1985). The general causality orientations scale: Self-determination in personality. *Journal of Research in Personality*, 19, 109-134.
- Delen, M. (2021). Geleneksel karagöz usta-çırağ ilişkisinin günümüze uyarlanması ve ustasız bir Hayali Kemal Atangür. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 14 (34), 596-616.
- Demirgüneş, B. K., ve Avcılar, M. Y. (2017). Tüketicilerin mobil reklamları kabullenmeleri üzerinde reklam içeriği, reklamda algılanan değer ve akış deneyiminin etkisi: Üniversite öğrencileri üzerine bir uygulama. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 72 (4), 1219-1248.
- Derman, M. U. (1997). Türk hat sanatı: İncelikleri ve bedii değerleri. *Arış Dergisi*, (3), 54-67.
- Dimidjian, S., and Linehan, M. M. (2003). Defining an agenda for future research on the clinical application of mindfulness practice. *Clinical Psychology: Science and Practice*, 10 (2), 166-171. <https://doi.org/10.1093/clipsy.bpg019>
- Doğan, C. (2019). Farklı müzik kültürlerinde mey çalgısı ve icracıları. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 8 (2), 1239-1260.

- Dryden, W., and Still, A. (2006). Historical aspects of mindfulness and self-acceptance in psychotherapy. *Journal of Rational-Emotive & Cognitive-Behavior Therapy*, 24 (1), 3-28.
- Du Cros, H. (2001). A new model to assist in planning for sustainable cultural heritage tourism. *International Journal of Tourism Research*, 3, 165-170.
- Duda, J. L., Chi, L., Newton, M., Walling, M. D., and Catley, D. (1995). Task and ego orientation and intrinsic motivation in sport. *International Journal of Sport Psychology*, 26, 40-63.
- Duran, G. (2018). Osmanlı tezhip sanatında natüralist üslûpta çiçekler. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2 (31), 177-199.
- Durmaz, U. (2011). Düünden bugüne meddahlık ve modern bir meddah örneği “Heredit Cevdet”. *Uluslararası Sosyal Bilimler Lisansüstü Öğrenci Sempozyumu* (s. 817-832). Ordu: Uluslararası Sosyal Bilimler Lisansüstü Öğrenci Sempozyumu.
- Dutt, C., and Ninov, I. (2016). The role of mindfulness in tourism: TOURİSM businesses' perceptions of mindfulness in Dubai, UAE. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 64 (1), 81-95.
- Eck, T., Zhang, Y., and An, S. (2023). A study on the effect of authenticity on heritage tourists' mindful tourism experience: The case of the forbidden city. *Sustainability*, 15, 1-18.
- Edwards, D. J. (1990). Cognitive-behavioral and existential-phenomenological approaches to therapy: Complementary or conflicting paradigms? *Journal of Cognitive Psychotherapy*, 4 (2), 105-120.
- Er, T. (1988). *Simav İlçesi ve çevresi yaren teşkilatı* (5). Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Erdoğan Aksu, H. (2017). Eller havaya eller şifaya: Uluslararası manisa mesir festivali üzerine bir inceleme. *Milli Folklor*, 29 (115), 91-105.
- Eren, Z., ve Tansever, L. (2020). Mey, balaban ve duduk sazlarının genel olarak incelenmesi ve kültürel perspektifte karşılaştırılması. *Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (1), 131-165.

- Eroğlu Gümüş, S., ve Belber, B. G. (2022). *Balon turu deneyimlerinde akış durumunun algılanan değere ve tekrar deneyim isteğine etkisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Nevőehir: Nevőehir Hacı Bektaő Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eroğlu, E., ve Köktan, Y. (2015). Ahilik kőltürü ve geleneksel sohbet toplantıları. *Türk & İslam Dőnyası Sosyal Araştırmalar Dergisi (Tidsad)*, 2 (5), 339-348.
- Erol, A. (2010). Re-imagining identity: The transformation of the Alevi Semah. *Middle Eastern Studies*, 46 (3), 375-387.
- Eröz, S. S., ve Bozok, D. (2018). Çay turizmi ve Rize ili potansiyeli. *Third Sector Social Economic Review*, 53 (3), 1159.
- Eser, F., ve Bal, B. C. (2017). Sedef kakma süslemesi ve gaziantep bölgesindeki sedef kakma atölyelerinin durumu üzerine bir değerlendirme. *İleri Teknoloji Bilimleri Dergisi*, 6 (3), 572-579.
- Esfehani, M. H., and Albrecht, J. N. (2018). Roles of intangible cultural heritage in tourism in natural protected areas. *Journal of Heritage Tourism*, 13 (1), 15-29.
- Field, A. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics*. Sage Publications.
- Fini, A. A., Kavousian, J., Beigy, A., and Emami, M. (2010). Subjective vitality and its anticipating variables on students. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 5, 150-156.
- Frauman, E., and Norman, W. (2004). Mindfulness as a tool for managing visitors to tourism destinations. *Journal of Tourism Research*, 42, 381-398.
- Gable, S. L., and Haidt, J. (2005). What (and why) is positive psychology? *Review of General Psychology*, 9 (2), 103-110.
- Ganesan, V., Noor, S., and Jaafar, M. (2014). Communication factors contributing to mindfulness: A study of melaka world heritage site visitors. *Journal of Sustainable Development*, 7 (3), 49-58.
- Germer, C. (2004). What is mindfulness? *Insight Journal*, 22, 24-29.
- Germer, C. K., Siegel, R. D., and Fulton, P. R. (2005). *Mindfulness and psychotherapy*. New York: The Guilford Press.

- Girish, V. G., and Chen, C. F. (2017). Authenticity, experience, and loyalty in the festival context: Evidence from the San Fermin festival, Spain. *Current Issues in Tourism*, 20 (15), 1551-1556.
- Gitelson, R. J., and Crompton, J. L. (1984). Insights into the repeat vacaion phenomenon. *Annals of Tourism Research*, 11, 199-214.
- Giudici, E., Melis, C., Dessi, S., and Francine Pollnow Galvao Ramos, B. (2013). Is intangible cultural heritage able to promote sustainability in tourism? *International Journal of Quality and Service Sciences*, 5 (1), 101-114.
- Göker, G., ve Öztürk, Y. (2022). Termal turizm deneyimi, memnuniyet, duygu durumu ve davranışsal niyete yönelik bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 19 (3), 469-485.
- Grossman, P. (2010). Mindfulness for psychologists: Paying kind attention to the perceptible. *Mindfulness*, 1 (2), 87-97.
- Gül, M., Türkmen, M., Doğan, A., and Sogüden, A. (2015). Lost tradition in Kirkpınar oil wrestling: Importance of kispet and ceremony of kispet wearing. *International Journal of Wrestling Science*, 5 (1), 52-55.
- Gül, M., Uzun, R. N., ve Çebi, M. (2018). Türk kültürlerindeki geleneksel oyunlar ve sporlara yüzeysel bir bakış. *Turkish Studies*, 13 (26), 655-671.
- Gülveren, Z. (2016). Kuşköy Isık Dili'nin halkbilimi açısından değerlendirilmesi. In *III. Uluslararası Genç Halkbilimciler Sempozyumu Bildirileri* (ss.115-124). Ankara.
- Güneş, S. (2012). Türk çay kültürü ve ürünleri. *Milli Folklor*, 24 (94), 234-251.
- Güngör, K. (1956). Anadolu'da hızır geleneği ve hıdırellez törenlerine dair bir inceleme. *Türk Etnografya Dergisi*, 52, 56-72.
- Güven, O. (2008). Politik ideolojinin icat ettiği gelenek: Karagöz. *Milli Folklor*, 20 (79), 78-83.
- Güzel, R., ve Cengiz, G. (2023). Sinop ili yamaç paraşütü potansiyelinin destinasyon özellikleri ve turizm deneyimleri açısından değerlendirilmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 10 (2), 231-250.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., and Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis*. Pearson Education Limited.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., and Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis*. EMEA: Cengage Learning
- Hakala, U., Latti, S., and Sandberg, B. (2011). Operationalising brand heritage and cultural heritage. *Journal of Product & Brand Management*, 20 (6), 447-456.
- Han, G.-S., Lee, J.-H., and Ko, W. (2016). The relationship among flow, satisfaction, service quality, and revisit intention of college ski class participants. *Journal of the Korea Academia-Industrial*, 17(6), 459-468.
- Harris, W. (2013). Mindfulness-based existential therapy: Connecting mindfulness and existential therapy. *Journal of Creativity in Mental Health*, 8 (4), 349-362.
- Hayes, S. C. (2004). Acceptance and commitment therapy, relational frame theory, and the third wave of behavioral and cognitive therapies. *Behavior Therapy*, 35, 639-665.
- Herbert, J. D., and Forman, E. M. (Eds.). (2011). *Acceptance and mindfulness in cognitive behavior therapy: Understanding and applying the new therapies*. John Wiley & Sons, Inc.. <https://doi.org/10.1002/9781118001851>
- Heziyeva, Ş. (2010). Tarihi süreç içerisinde Türkiye'de âşıklık ve âşıklık geleneği. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 10 (1), 81-89.
- Hsu, C. L., and Lu, H. P. (2004). Why do people play on-line games? An extended TAM with social influences and flow experience. *Information & Management*, 41 (7), 853-868.
- Htun, H. M., Padungyoscharoen, S., and San, S. (2015). Influences of motivation toward revisit intention, destination loyalty and positive word-of-mouth. *Apheit Journal*, 4 (2), 115-130.
- Huang, X.-T., Wei, Z.-D., and Leung, X. Y. (2020). What you feel may not be what you experience: A psychophysiological study on flow in vr travel experiences. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25 (7), 736-747.
- Hunter, J. P., and Csikszentmihalyi, M. (2003). The positive psychology of interested adolescents. *Journal of Youth and Adolescence*, 32 (1), 27-35.

- Iacob, V., Jesus, S. N., and Carmo, C. (2021). A systematic review: Mindfulness applied on the field of tourism. *Journal of Spatial and Organizational Dynamics*, 9 (4), 261-275.
- Ismail, N., Masron, T., and Ahmad, A. (2014). Cultural heritage tourism in Malaysia: Issues and challenges. In *SHS Web of Conferences*, 12, EDP Sciences.
- Jackson, S. A., and Marsh, H. W. (1996). Development and validation of a scale to measure optimal experience: The flow state scale. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 18 (1), 17-35.
- Jalilvand, M. R., and Samiei, N. (2012). The impact of electronic word of mouth on a tourism destination choice: Testing the theory of planned behavior (TPB). *Internet Research*, 22 (5), 591-612.
- Jang, S. S., and Feng, R. (2007). Temporal Destination revisit intention: The effects of novelty seeking and satisfaction. *Tourism Management*, 28, 580-590.
- Ji, D.-W., and Park, J.-W. (2018). A study on the relationship between service quality (HISTOQAUL) and experience flow, tourism satisfaction and loyalty in cultural heritage tourism. *Journal of Korean Society for Quality Management*, 46 (3), 607-624.
- Johanson, G. J. (2006). The use of mindfulness in psychotherapy. *Annals of the American Psychotherapy Association*, 9 (2), 15-24.
- Johnson, K. R., and Park, S. (2019). Mindfulness training for tourism and hospitality frontline employees. *Industrial and Commercial Training*, 52 (4), 185-193.
- Juanis, B., Saleh, Y., Ghazali, M. K. A., Mahat, H., Hashim, M., Nayan, N., Hayati, R., and Kurnia, R. (2022). Knowledge, attitudes, and practices of youths towards the intangible cultural heritage elements of Dusun ethnic in Malaysian environment. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 975 (1). IOP Publishing.
- Jung, T., Ineson, E. M., Kim, M., and Yap, M. (2015). Influence of festival attribute qualities on slow food tourists' experience, satisfaction level and revisit intention: The case of the mold food and drink festival. *Journal of Vacation Marketing*, 21 (3), 277-288.
- Kabat-Zinn, J. (2001). *Mindfulness meditation for everyday life*. London, UK: Piatkus.

- Kabat-Zinn, J. (2003). Mindfulness-based interventions in context: Past, present, and future. *American Psychological Association*, 10 (2), 144-156.
- Kabat-Zinn, J. (2009). *Full catastrophe living: Using the wisdom of your body and mind to face stress, pain, and illness*. Delta.
- Kabat-Zinn, J. (2009). *Wherever you go, there you are: Mindfulness meditation in everyday life*. Hyperlon.
- Kahraman, M. E., ve Önal, H. (2020). Minyatür sanatının evrimi. *Pearson Journal of Social Sciences & Humanities*, 5 (9), 19-25.
- Kahraman, N., ve Arıkan, R. (2015). Orta Asya'dan Bilecik'e hıdırellez. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 15 (1), 13-28.
- Kaiser, H. F. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, 39 (1), 31-36.  
<https://doi.org/10.1007/BF02291575>
- Kang, K. H., Stein, L., Heo, C. Y., and Lee, S. (2012). Consumers' willingness to pay for green initiatives of the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 564-572.
- Kapağan, E. (2019). Gelenekten geleceğe "nevruz". *Karabük Türkoloji Dergisi*, 1 (1), 46-60.
- Karaca, K. Ç., ve Köroğlu, Ö. (2018). Restoran atmosferinin tekrar ziyaret niyetine etkisi: Akış deneyiminin aracılık rolü. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 6 (15), 776-797.
- Karahüseyinoğlu, M. F., Tozoğlu, E., Şahin, S., Şebin, K., ve Nacar, E. (2010). Kırkpınar yağlı güreşlerinin değişen gelenekleri. *Alatürk Journal of Physical Education and Sport Sciences*, 9 (2), 1-8.
- Karaman, R. (2008). Anadolu'da nevruz kutlamaları. *Hitit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 7 (13), 129-145.
- Karasar, N. (2013). *Bilimsel araştırma yöntemi* (25. Baskı). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kartal, A. (2017). Meddahlık geleneğinin günümüz sanatçılarındaki yansıması üzerine bir değerlendirme. *Turkish Academic Research Review*, 2 (2), 11-20.

- Kaya, S. Ç., Sezerel, H., and Filimonau, V. (2024). How mindfulness training changes tourist experience: An exploratory study. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 59, 166-179.
- Kazmi, S. H., Raza, M., and Ahmed, J. (2020). Impact of destination service quality on revisit intention in tourism. *Journal of Organisational Studies & Innovation*, 7 (3), 26-45.
- Kee, Y. H., and Wang, C. K. (2008). Relationships between mindfulness, flow dispositions and mental skills adoption: A cluster analytic approach. *Psychology of Sport and Exercise*, 9, 393-411.
- Kim, M., and Hall, C. M. (2019). A hedonic motivation model in virtual reality tourism: comparing visitors and non-visitors. *International Journal of Information Management*, 46, 236-249.
- Kim, M., and Thapa, B. (2018). Perceived value and flow experience: Application in a nature-based tourism context. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 373-384.
- Kim, Y. H., Duncan, J., and Chung, B. W. (2015). Involvement, satisfaction, perceived value, and revisit intention: A case study of a food festival. *Journal of Culinary Science & Technology*, 13 (2), 133-158.
- Kimiecik, J. C., and Stein, G. L. (1992). Examining flow experiences in sport contexts: Conceptual issues and methodological concerns. *Journal of Applied Sport Psychology*, 4 (2), 144-160.
- Kline, R. B. (2016). *Principles and practice of structural equation modeling*. Guilford Press.
- Koç, B., Demirkaya, E., ve Selçuk, S. (2021). Biçimbilimsel yaklaşım ve yaratıcı okuma tekniği ile hazırlanan oyunun Dede Korkut hikayelerinin kavranmasına etkisi. *Bilim Armonisi*, 4 (1), 20-31.
- Konak, R. (2014). Minyatür sanatında boşluk ve mekan anlayışı. *Akdeniz Sanat Dergisi*, 7 (14), 34-54.
- Krawietz, B. (2014). Prelude to victory in neo-traditional Turkish oil wrestling: Sense perceptions, aesthetics and performance. *The International Journal of the History of Sport*, 31 (4), 445-458.

- Kul, M. (2018). Türk'ün strateji ve zeka oyunu "mangala". *Turkish Studies*, 13 (18), 979-990.
- Kuo, N.-T., Chang, K.-C., Cheng, Y.-S., and Lin, J.-C. (2016). Effects of tour guide interpretation and tourist satisfaction on destination loyalty in Taiwan's kinmen battlefield tourism: Perceived playfulness and perceived flow as moderators. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33 (103), 103-122.
- Kurt, B. (2020). Farklı kültürel zeminlerde benzer ifade biçimleri: Âşıklık geleneği ve rap müzik. *Folklor Akademi Dergisi*, 3 (1), 16-35.
- Küçük, M. A. (2018). İslâm öncesinden sonrasına Türk geleneğinde bir yaşam stili: Okçuluk. *International Journal of Cultural and Social Studies*, 4 (1), 178-191.
- Küçükkömürler, S., and Özgen, L. (2009). Coffee and Turkish coffee culture. *Pakistan Journal of Nutrition*, 8 (10), 1693-1700.
- Lekovic, K., Tomic, S., Maric, D., and Curcic, N. V. (2020). Cognitive component of the image of a rural tourism destination as a sustainable development potential. *Sustainability*, 12, 1-12.
- Lengyel, A. (2015). Mindfulness and sustainability: Utilizing the tourism context. *Journal of Sustainable Development*, 8 (9), 35-51.
- Li, M., Cai, L. A., Letho, X. Y., and Huang, J. (2010). A missing link in understanding revisit intention-the role of motivation and image. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27 (4), 335-348.
- Lin, X., Feng, J., Yang, Q., and Guo, G. (2024). Exploring the psychological dynamics of the flow experience in tourism: A comparative study of the pre- and post-covid-19 pandemic periods. *Current Psychology: A Journal for Diverse Perspectives on Diverse Psychological Issues*. <https://doi.org/10.1007/s12144-024-06079-1>
- Ling, T. P., Noor, S., Mustafa, H., and Kiumarsi, S. (2019). Mindfulness: Exploring visitor and communication factors at penang heritage sites. *Journal of Media and Communication Research*, 11 (1), 137-152.
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., and Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29 (3), 458-468.

- Loureiro, S. M., Breazeale, M., and Radic, A. (2019). Happiness with rural experience: Exploring the role of tourist mindfulness as a moderator. *Journal of Vacation Marketing*, 25 (3), 279-300.
- Luo, W., Lu, Y., Timothy, D. J., and Zang, X. (2022). Tourism and conserving intangible cultural heritage: Residents' perspectives on protecting the nüshu female script. *Journal of China Tourism Research*, 18 (6), 1305-1329.
- Lytko, A. A. (1995). Meddah-Avrupa ve Doğu tiyatro geleneğinin bağlamında tek oyunculu meddah Türk tiyatrosu. *Tiyatro Araştırmaları Dergisi*, 12 (12), 27-45.
- Mace, C. (2007). Mindfulness in psychotherapy: An introduction. *Advances in Psychiatric Treatment*, (13), 147-154.
- Marlatt, G. A., and Kristeller, J. L. (1999). Mindfulness and meditation. In W. R. Miller (Ed.), *Integrating spirituality into treatment: Resources for practitioners* (pp. 67-84). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/10327-004>
- Masoud, H., Mortazavi, M., and Farsani, N. T. (2019). A study on tourists' tendency towards intangible cultural heritage as an attraction (case study: Isfahan, Iran). *City Culture and Society*, 17, 54-60.
- Mete, F., Candeğer, Ü., ve Koca, T. (2017). Somut olmayan kültürel miras: Fefene (Ankara örneği). *Millî Folklor*, 29 (114), 100-111.
- Metin, M., ve Düşmezkalender, E. (2022). Dağ tırmanışı etkinliğinin akış deneyimi bağlamında değerlendirilmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22 (1), 1-22.
- Moscardo, G. (1996). Mindful visitors. *Annals of Tourism Research*, 23 (2), 376-397.
- Moscardo, G. (2017). Exploring mindfulness and stories in tourist experiences. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 11 (2), 111-124.
- Mosing, M. A., Magnusson, P. K., Pedersen, N. L., Nakamura, J., Madison, G., and Ullen, F. (2012). Heritability of proneness for psychological flow experiences. *Personality and Individual Differences*, 53, 699-704.

- Mustafayev, B. (2013). Adriyatik'ten çin seddine uzanan nevrüz geleneği. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 2 (3), 60-73.
- Mutluel, O. (2014). Sanat felsefesinde estetik obje çözümlemesi açısından ebru sanatı. *Turkish Studies*, 9 (11), 419-428.
- Nakamura, J., and Csikszentmihalyi, M. (2002). The concept of flow. In C. R. Snyder & S. J. Lopez (Eds.), *Handbook of positive psychology* (pp. 89-105). Oxford University Press.
- Nalbant, Ö., ve Kale, R. (2023). Edirne Kırkpınar yağlı güreşlerine katılan güreşçilerin spor yaralanma sorunlarının değerlendirilmesi: Betimsel araştırma. *Türkiye Klinikleri Spor Bilimleri Dergisi*, 15 (2), 251-257.
- Nanda, J. (2009). Mindfulness: A lived experience of existential-phenomenological themes. *Existential Analysis*, 20 (1), 147-162.
- Nix, G. A., Ryan, R. M., Manly, J. B., and Deci, E. L. (1999). Revitalization through self-regulation: The effects of autonomous and controlled motivation on happiness and vitality. *Journal of Experimental Social Psychology*, 35, 266-284.
- Noor, S., Rasoolimanesh, M., Jaafar, M., and Ganesan, V. (2015). What influences visitor mindfulness at world heritage sites? *Tourism, Culture & Communication*, 14, 139-150.
- Norhasimah, I., Tarmiji, M., and Azizul, A. (2014). Cultural heritage tourism in Malaysia: Issues and challenges. In *SHS Web of Conferences*, 12. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20141201059>
- Novak, T. P., and Hoffman, D. L. (1997). Measuring the flow experience among web users. *Interval Research Corporation*, 31 (1), 1-35.
- Nunnally, J. C., and Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. McGraw-Hill.
- Oğuz, M. Ö. (2009). *Somut olmayan kültürel miras nedir?* Ankara: Geleneksel Yayınları.
- Oğuz, M. Ö. (2018). UNESCO'nun 1972 ve 2003 sözleşmelerinin tavsiye organları: Deneyimler ve sorunlar. *Millî Folklor*, 30 (120), 46-58.

- Oğuz, Ö. (2020). Çok uluslu hıdırellez: Sınırlar ve sorunlar. *Milli Folklor*, 32 (16), 35-45.
- Omidi, A., Mohammadkhani, P., Mohammadi, A., and Zargar, F. (2013). Comparing mindfulness based cognitive therapy and traditional cognitive behavior therapy with treatments as usual on reduction of major depressive disorder symptoms. *Iranian Red Crescent Medical Journal*, 15 (2), 142-146.
- Oppermann, M. (2000). Tourism destination loyalty. *Journal of Travel Research*, 39, 78-84.
- Ouyang, L., Zhang, S., Zhu, S., Liu, Z., and Li, J. (2024). Digital technology in tourism dance performance: Exploring the influence of tourists' flow experience and meaningful experience on revisit intention. *IEEE Access*, 99, 1-1. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2024.3382291>
- Önal, G. F., ve Aksaray, A. E. (2023). Geleneksel sohbet toplantıları ve icra edilen eserlerin makam-usûl analizi. *Mecmua*, 16, 78-113.
- Özdemir, E. (2020). Âşıklık geleneği, âşık müziği ve alevilik. *Uluslararası Halkbilimi Araştırmaları Dergisi*, 3 (4), 194-215.
- Özdemir, M., ve Yıldırım, Ş. (2016). Gaziantep ilinde sedef kakmacılığının incelenmesi. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (56), 416-440.
- Özdemir, N. (2010). Mizah eleştirel düşünce ve bilgelik: Nasreddin Hoca. *Milli Folklor*, 22 (87), 27-40.
- Özen, İ. A. (2020). Kültür turizmi bağlamında sema gösterilerinin duygu analizi: İstanbul, Kapadokya, Konya karşılaştırması. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (2), 1077-1089.
- Özer, Ş., ve Topal, M. (2021). Âşıklık geleneği ve geleneğin çerağlarından Amasyalı âşık özlemi. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 14 (34), 652-665.
- Özkara, B. Y., ve Özmen, M. (2016). Akış deneyimine ilişkin kavramsal bir model önerisi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 11 (3), 71-100.

- Öztürkmen, A. (2005). Staging a ritual dance out of its context: The role of an individual artist in transforming the alevi semah. *Asian Folklore Studies*, 64 (2), 247-260.
- Özyeşil, Z., Arslan, C., Kesici, Ş., ve Deniz, M. E. (2011). Bilinçli farkındalık ölçeği'ni Türkçeye uyarlama çalışması. *Eğitim ve Bilim*, 36 (160), 224-235.
- Pacalioglu, Y. (2019). The aftermath of defining “authenticity” as discourse: The case of the Mevlevi sema ceremony. *NEXT*, 6. <https://doi.org/10.33011/next.v6i.113>
- Paquin, M., and Lemay-Perreault, R. (2021). Leisure’s place in the intangible cultural heritage. *Loisir et Société/Society and Leisure*, 44 (3), 279-287.
- Park, M. Y., and Kim, Y. M. (2021, January). The effects of local culture experience on revisit intention. In *2021 21st ACIS International Winter Conference on Software Engineering Artificial Intelligence Networking And Parallel/Distributed Computing (SNPD-Winter)* (pp. 105-109). IEEE.
- Pelit, E., ve Türkoğlu, T. (2019). Somut olmayan kültürel miras değerlerinin turizme yansımaları: Ebru sanatı üzerine bir inceleme. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3 (1), 101-118.
- Penninx, B. W., Guralnik, J. M., Bandeen-Roche, K., Kasper, J. D., Simonsick, E. M., Ferrucci, L., and Fried, L. P. (2000). The protective effect of emotional vitality on adverse health outcomes in disabled older women. *American Geriatrics Society*, 48, 1359-1366.
- Petronela, T. (2016). The importance of the intangible cultural heritage in the economy. *Procedia Economics and Finance*, 29, 731-736.
- Polatcan, İ. (2022). Geçmişten günümüze türklerde sportif ve kültürel bağlamda atlı okçuluk. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 11 (3), 1346-1363.
- Pratminingsih, S. A., Rudatin, C. L., and Rimenta, T. (2014). Roles of motivation and destination image in predicting tourist revisit intention: A case of Bandung – Indonesia. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 5 (1), 19-24.

- Prott, L. V., and O'Keefe, P. (1992). Cultural heritage or cultural property. *International Journal of Cultural Property*, 1 (2), 307-320.
- Pyszczynski, T. G., Koole, S., and Solomon, S. (2010). Experimental existential psychology: Coping with the facts of life. In D. T. Gilbert, & S. T. Fiske, *Handbook of social psychology* (pp. 724-757). New York: McGraw-Hill.
- Qui, Q., Zheng, T., Xiang, Z., and Zhang, M. (2020). Visiting intangible cultural heritage tourism sites: From value cognition to attitude and intention. *Sustainability*, 12 (132), 1-20.
- Quintal, V. A., and Polczynski, A. (2010). Factors influencing tourists' revisit intentions. *Asia Pacific Journal of Marketing*, 22 (4), 554-578.
- Rahmawati, N., Permadi, L. A., and Rinuastuti, B. H. (2021). The influence of attraction, location, and service quality on revisit intention to sesaot rural tourism. *Jurnal Magister Manajemen Unram Vol*, 10 (1A), 43. <https://doi.org/10.29303/jmm.v10i1A.636>
- Rajput, A., and Gahfoor, R. Z. (2020). Satisfaction and revisit intentions at fast. *Future Business Journal*, 6 (1), 1-12.
- Rasoolimanesh, S. M., Chee, S. Y., and Ragavan, N. A. (2023). Tourists' perceptions of the sustainability of destination, satisfaction, and revisit intention. *Tourism Recreation Research*, 1-21. <https://doi.org/10.1080/02508281.2023.2230762>
- Rodzi, N. I. M., Zaki, S. A., and Subli, S. M. H. S. (2013). Between tourism and intangible cultural heritage. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 85, 411-420.
- Rodzi, N. I., Zaki, S. A., and Subli, S. M. (2013). Between tourism and intangible cultural heritage. *Social and Behavioral Sciences*, 411-420. <https://doi.org/10.1177/215824402094146>
- Ryan, R. M., and Deci, E. L. (2001). On happiness and human potentials: A review of research on hedonic and eudaimonic well-being. *Annual Review of Psychology*, 52, 141-166.
- Ryan, R., and Frederick, C. (1997). On energy, personality, and health: Subjective vitality as a dynamic reflection of well-being. *Journal of Personality*, 65 (3), 529-565.

- Saçlı, Ç. ve Avcıkurt, C.(2018). Destinasyon tercihinde somut olmayan kültürel miras değerlerinin önemi: uluslararası kültür turistleri üzerine bir uygulama. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (4), 1-13.
- Sarıca, V., Taşarar, E., and Batman, O. (2023). UNESCO somut olmayan kültürel miras listesi'nde yer alan Türk geleneksel sohbet toplantılarına helal turizm ürünü perspektifinden bakış. *Academic Platform Journal of Halal Lifestyle*, 5 (1), 37-52.
- Seetanah, B., Teeroovengadum, V., and Nunkoo, R. (2020). Destination satisfaction and revisit intention of tourists: Does the quality of airport services matter? *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 44 (1), 134-148.
- Selalmaz, S. (2021). Hat sanatının sergilenme usûlü ve dijital mecrada hat sanatı. *Tevilat*, 2 (1), 107-125.
- Selamet, S. (2012). Türk hat sanatı, harf devrimi ve tipografi üzerine bir değerlendirme. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (39), 171-183.
- Seligman, M. E. P. (2002). Positive psychology, positive prevention, and positive therapy. In C. R. Snyder & S. J. Lopez (Eds.), *Handbook of positive psychology* (pp. 3-9). Oxford University Press.
- Seligman, M. E. P. (2002). Positive psychology, positive prevention and positive therapy. In C. R. Snyder, & S. J. Lopez (Eds.), *Handbook of positive psychology* (pp. 3-7). New York, NY: Oxford University Press.
- Seligman, M. E., and Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology an introduction. *American Psychologist*, 55 (1), 5-14.
- Serin, M. (2012). Türkiye (kültür ve medeniyet/geleneksel türk el sanatları). *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, Diyanet Vakıf Yayınları.
- Sevindik, A. (2019). Âşıklık geleneğinin güncel durumu ve âşıklar üzerine bazı tespitler. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (47), 127-144.
- Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism Management*, 16 (5), 361-365.

- Singh, N. N., Lancioni, G. E., Wahler, R. G., Winton, A. S., and Singh, J. (2008). Mindfulness approaches in cognitive behavior therapy. *Behavioural and Cognitive Psychotherapy*, 36, 659-666.
- Sitinjak, M. F., Arief, M., Kuncoro, E. A., and Hamsal, M. (2021). The impact of Covid-19 on millennial perceptions of experience quality and flow of experience and its influence on behavior intention to revisit a nature and rural destination (Case on Jakarta, Indonesia). In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 704 (1), IOP Publishing.
- Smith, L. (2006). *Uses of heritage*. Routledge.
- Smith, M. K., and Robinson, M. (Eds.). (2006). *Cultural tourism in a changing world: Politics, participation and (re) presentation*, 7, Channel View Publications.
- Sökmen, S. (2015). Ahlat'ta geleneksel taş işçiliği. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17 (2), 99-119.
- Stankov, U., Filimonau, V., and Vujicic, M. D. (2020). A mindful shift: An opportunity for mindfulness-driven tourism in a post-pandemic. *An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 22 (3), 703-712.
- Stavrou, N. A., Psychountaki, M., Georgiadis, E., Karteroliotis, K., and Zervas, Y. (2015). Flow theory–goal orientation theory: Positive experience is related to athlete’s goal orientation. *Frontiers in Psychology*, 6, 149780.
- Su, X., Li, X., Chen, W., and Zeng, T. (2020). Subjective vitality, authenticity experience, and intangible cultural heritage tourism: An empirical study of the puppet show. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 37 (2), 258-271.
- Suryandari, N., and Rahmawati, F. N. (2023). Mindfulness and tourism: The case of madurese cultural heritage sites. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 9 (1), 41-52.
- Şahin, B., Avcıkurt, C., Soylu, B. Ç., Duman, H. ve Şalk, S. (2021). *Dünya mirası ve turizm UNESCO, programlar ve uygulamalar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Şengül, A. (2008). Türk kültüründe nevuz ve Anadolu'da nevruz kutlamaları. *Türk Dünyası Dil ve Edebiyat Dergisi*, 26, 61-73.

- Tabachnick, B. G., and Fidell, L. S. (2019). *Using multivariate statistics*. Pearson.
- Taks, M., Chalip, L., Green, B. C., Kesenne, S., and Martyn, S. (2009). Factors affecting repeat visitation and flow-on tourism as sources of event strategy sustainability. *Journal of Sport & Tourism*, 14 (2), 121-142.
- Tan, P. L., Noor, S., Rasoolimanesh, M., and Mustafa, H. (2020). Communication and visitor factors contributing towards heritage visitors' mindfulness. *Journal of Heritage Tourism*, 15 (1), 27-43.
- Taylor, L., and Norman, W. (2019). The influence of mindfulness during the travel anticipation phase. *Tourism Recreation Research*, 44 (1), 76-90.
- Teng, C. I., and Huang, H. C. (2012). More than flow: Revisiting the theory of four channels of flow. *International Journal of Computer Games Technology*, 1-9, <https://doi.org/10.1155/2012/724917>
- Teyin, G. (2020). Kültürel bir miras: Tören keşkeği geleneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4 (2), 313-321.
- Thera, N. (2005). *The heart of buddhist meditation: Satipaṭṭhāna: A handbook of mental training based on the Buddha's way of mindfulness, with an anthology of relevant texts translated from the Pali and Sanskrit*. Buddhist Publication Society.
- Timothy, D. J. (2014). Contemporary cultural heritage and tourism: Development issues and emerging trends. *Public Archaeology*, 13 (1-3), 30-47.
- Timur, B. (2018). Service Quality, destination image and revisit intention relationships at thermal tourism businesses. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 1 (1), 38-48.
- Tsai, L. L. (2021). Factors affecting intention to revisit an environmental event: The moderating role of enduring involvement. *Journal of Convention & Event Tourism*, 22 (1), 61-90.
- Turan, A. A. (2000). Nevruz bayramı ve kültürümüzdeki yeri. *Milli Folklor*, 12 (45), 68-69.
- Turan, F. A. (2008). Anadolu'daki hdirellez kutlamalarına dair inanmalar, ritüeller, yasaklar ve yaptırımlar. *Gazi Türkiyat*, 1 (2), 101-111.

- Türk Dil Kurumu. (2024). <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 12.02.2024)
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel araştırma süreci ve spss ile veri analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Uşaklı, A. (2022). Destinasyon pazarlamasında yere bağlılık: Tekrar ziyaret niyeti üzerindeki etkileri. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14 (1), 963-974.
- Uysal, R., Sarıçam, H., ve Akın, A. (2014). Öznel zindelik ölçeği Türkçe formunun psikometrik özellikleri. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (33), 136-146.
- Uzun, B., Zaman, M., ve Birinci, S. (2021). Doğu Karadeniz’de somut olmayan kültürel mirasa bir örnek: Işık dili (Kuşköy/Çanakçı/Giresun). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(Özel Sayı), 106-127.
- Uzun, H. (2014). Popüler kültür bağlamında sema gösteri ve semazen profili. *Uluslararası Hakemli Müzik Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), 29-56.
- van Hoorn, A. (2007). *A short introduction to subjective well-being: Its measurement, correlates and policy uses*. Rome.
- Varışoğlu Sarpkaya, E. (2022). Karagöz oyunlarının işlevsel halk bilimi kuramı açısından incelenmesi. *Folklor Akademi Dergisi*, 5 (3), 627-637.
- Viet, N., Dang, H. P., and Nguyen, H. H. (2020). Revisit intention and satisfaction: The role of destination image, perceived risk, and cultural contact. *Cogent Business & Management*, 7 (1), 1-20.
- Wanda, G. E. (2010). Intangible cultural heritage, ownership, copyrights and tourism. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4 (4), 376-388.
- Wang, Y.-J., Wu, C., and Yuan, J. (2010). Exploring visitors' experiences and intention to revisit a heritage destination: The case for lukang, Taiwan. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 11 (3), 162-178.
- Wesson, K., and Boniwell, I. (2007). Flow theory—its application to coaching psychology. *International Coaching Psychology Review*, 2 (1), 33-43.

- Witty, M. C. (2007). Client-centered therapy. In N. Kazantis, & L. L'Abate. *In Handbook of homework assignments in psychotherapy: Research, practice, and prevention* (pp. 35-50). Boston, MA: Springer US.
- Wray, K., Espiner, S., and Perkins, H. C. (2010). Cultural clash: Interpreting established use and new tourism activities in protected natural areas. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 10 (3), 272-290.
- Wu, C. H. J., and Liang, R. D. (2011). The relationship between white-water rafting experience formation and customer reaction: A flow theory perspective. *Tourism Management*, 32 (2), 317-325.
- Yan, Q., James, H. S., Xin, W., and Ben, H. Y. (2024). Examining the ritualized experiences of intangible cultural heritage tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 31, 100843.
- Yang, C., Yan, S., Wang, J., and Xue, Y. (2022). Flow experiences and virtual tourism: The role of technological acceptance and technological readiness. *Sustainability*, 14, 1-17.
- Yang, Y., Zhou, X., Fan, L., Yin, H., and Qu, H. (2022). Effect of perceived placeness on tourists' authenticity experience via the mediating role of flow experience. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 20 (10), 1-24.
- Yaşar, E., and Yayla, E. (2023). The place and importance of intangible cultural heritage elements in the lives of heritage masters. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8 (2), 122-133.
- Yayla, Ö., ve Şirin, E. (2022). Kentleşmenin ince ekmek yapımı ve paylaşımı geleneği üzerindeki etkisinin belirlenmesi: Kadirli örneği. *Journal of Academic Value Studies*, 8 (4), 362-373.
- Yazıcıoğlu, Y., ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Yeşilyurt, B., ve Kurnaz, A. (2021). Somut olmayan kültürel miras listesine gastronomik bir bakış. *2nd International congress of new generations and new trends in tourism*, (pp. 795-806). Sakarya: SUBU Turizm Fakültesi.
- Yılmaz, E., ve Şimşek, R. (2019). Tezhip'te kullanılan motif ve teknikler. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (2), 621-630.

- Yontef, G., and Jacobs, L. (1989). *Gestalt therapy*. Current Psychotherapies.
- Yoon, Y., and Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26, 45-56.
- Zabkar, V., Brencic, M. M., and Dmitrovic, T. (2010). Modelling perceived quality, visitor satisfaction and behavioural intentions at the destination level. *Tourism Management*, 31, 537-546.
- Zeren Akbulut, M. G. (2021). Somut olmayan kültürel mirasın öğretim uygulamalarıyla aktarımı kapsamında korunması: Geleneksel Türk okçuluğu. *Milli Folklor*, 17(131), 176-189.
- Zhang, H., Fu, X., Cai, L. A., and Lu, L. (2014). Destination image and tourist loyalty: A meta-analysis. *Tourism Management*, 40, 213-223.
- Zhang, Q., Liu, X., Li, Z., and Tan, Z. (2021). Multi-experiences in the art performance tourism: Integrating experience economy model with flow theory. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38 (5), 491-510.
- Zhang, Z., and Gao, J. (2021, August). Design of immersive interactive experience of intangible cultural heritage based on flow theory. In *2021 13th International Conference on Intelligent Human-Machine Systems and Cybernetics (IHMSC)* (pp. 146-149). IEEE.
- Zhou, G., Chen, W., and Wu, Y. (2022). Research on the effect of authenticity on revisit intention in heritage tourism. *Hypothesis and Theory*, 13, 1-11.
- Zhou, Q., and Pu, Y. (2022). Impact of cultural heritage experience quality on perceived value, destination affective attachment, and revisiting intention: Evidence from China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 27 (2), 193-205.
- Zhou, Q., Pu, Y., and Su, C. (2023). The mediating roles of memorable tourism experiences and destination image in the correlation between cultural heritage rejuvenation experience quality and revisiting intention. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 35 (6), 1313-1329.
- http-1: <https://teftis.ktb.gov.tr/TR-263676/somut-olmayan-kulturel-mirasin-korunma-si-sozlesmesi.html> (Erişim Tarihi: 12.01.2023)

- http-2: <https://www.sandiklikultur.org.tr/kultur-ve-sanat-evi/> (Erişim Tarihi: 02.08.2023)
- http-3: <https://www.unesco.org.tr/Pages/126/123/UNESCO-Somut-Olmayan-K%C3%BCl%C3%BCrel-Miras-Listeleri> (Erişim Tarihi: 17.04.2024)
- http-4: <https://yakegm.ktb.gov.tr/TR-345095/unesco-somut-olmayan-kulturel-miras-listelerinde-turkiye.html> (Erişim Tarihi: 20.03.2024)
- http-5: <https://yakegm.ktb.gov.tr/TR-345119/mesir-macunu-festivali.html> (Erişim Tarihi: 01.05.2023)
- http-6: <https://yakegm.ktb.gov.tr/TR-345131/geleneksel-cini-ustaligi.html> (Erişim Tarihi: 01.05.2023)
- http-7: <https://yakegm.ktb.gov.tr/TR-345145/geleneksel-turk-okculugu.html> (Erişim Tarihi: 01.05.2023)
- http-8: <https://yakegm.ktb.gov.tr/TR-345163/ipek-bocekciligi-ve-dokuma-icin-ipegin-geleneksel-uretimi.html> (Erişim Tarihi: 17.04.2024)
- http-9: <https://yakegm.ktb.gov.tr/TR-345166/nasreddin-hoca-fikralarini-anlatma-gelenegi.html> (Erişim Tarihi: 02.05.2023)
- http-10: <https://yakegm.ktb.gov.tr/TR-359130/zeytin-yetistiriciligi-ile-ilgili-geleneksel-bilgi-yontem-ve-uygulamalar.html> (Erişim Tarihi: 15.03.2024)
- http-11: <https://yakegm.ktb.gov.tr/TR-51105/ahlat-tas-islemeciligi-gelenegi--ahlat-stonework.html#:~:text=Ta%C5%9F%20i%C5%9Flemecili%C4%9Fi%2C%20i%C5%9Flenmeye%20m%C3%BCsait%20ta%C5%9F%C4%B1n,elde%20%C5%9Fekillendirilerek%20estetik%20hale%20getirilmesidir> (Erişim Tarihi: 08.08.2023)

# EKLER

## EK 1. Anket Formu

Sayın Katılımcı,

Bu anket formundan elde edilecek veriler doktora tez çalışmanı için kullanılacaktır. Yanıtlarınız, sadece genel eğilimleri anlamak ve sonuçları istatistiksel olarak değerlendirmek amacıyla kullanılacak ve kesinlikle gizli tutulacaktır. Bu anketin içten ve dürüst yanıtlarla doldurulması, araştırma sonuçlarının güvenilirliği açısından son derece önemlidir.

Verdiğiniz destekler için teşekkür eder saygılarımı sunarım.

Öğr. Gör. İpek BİRKON  
ipek.birkon@nisantasi.edu.tr

### 1. BÖLÜM

Aşağıdaki tabloda Bilinçli Farkındalık, Önemli Canlılık, Akış Densiyimi ve Tekrar Ziyaret Etme Niyetine yönelik ifadelere katılım düzeyinizi belirtiniz.

Değerlendirme:

1=Hiç Katılmıyorum 2=Katılmıyorum 3=Kararsızım 4=Katılıyorum 5=Tamamen Katılıyorum

Belli bir stre farkında olmadan bazı davranışlar yaşayabiliyorum.	1	2	3	4	5
Eğyaları önemsizlik, dikkat etmeme veya başka bir şeyleri düşünüyordum için kararım veya dokarım.	1	2	3	4	5
Şu anda olana odaklanmakta zorlanırım.	1	2	3	4	5
Gideceğim yere, volda olup bitenlere dikkat etmezsiniz hızlıca yürüterek gitmevi tercih ederim.	1	2	3	4	5
Fiziksel gerginlik ya da rahatsızlık içeren davranışları, gerçekten dikkatimi çekene kadar fark etmeme eğilimim vardır.	1	2	3	4	5
Bir kişinin ismini, bana söyledikten hemen sonra unutturum.	1	2	3	4	5
Yaptığım şeyin farkında olmadığım otomatik olarak başlanış gibi yapıyorum.	1	2	3	4	5
Aktiviteleri gerçekten ne olduklarına dikkat etmeden acele ile yerine getiririm.	1	2	3	4	5
Başarmak istediğim hedeflere öyle çok odaklanırım ki o hedeflere ulaşmak için şu an ne yapıyor olduğumun farkında olmam.	1	2	3	4	5
İşleri veya görevleri ne yaptığının farkında olmadığım otomatik olarak yaparım.	1	2	3	4	5
Kendimi bir kulaklıkla birini dinlerken, aynı zamanda başka bir şeyi de yaparken bulurum.	1	2	3	4	5
Gideceğim yerlere farkında olmadan gidiyorum, sonra da oraya neden gittiğime şaşırıyorum.	1	2	3	4	5
Kendimi gelecek veya geçmişle meşgul bulurum.	1	2	3	4	5
Kendimi yaptığım işlere dikkatimi vermemiş bulurum.	1	2	3	4	5
Ne yaptığının farkında olmadığım şaşırıyorum.	1	2	3	4	5
Kendimi canlı ve zinde hissedirim.	1	2	3	4	5
Kendimi çok enerjik hissetmem.	1	2	3	4	5
Bazen kendimi bomba gibi zinde ve canlı hissediyorum.	1	2	3	4	5
Enerjik ve canlı biriyim.	1	2	3	4	5
Her yeni günü dört gözle bekliyorum.	1	2	3	4	5
Neredeyse daima uyamak ve tatilteyim.	1	2	3	4	5
Kendimi enerji dolu hissedirim.	1	2	3	4	5
Katıldığım Yaran Gecesi etkinliği öğretilerimi artırıyor.	1	2	3	4	5
Katıldığım Yaran Gecesi etkinliğine tüm dikkatimi veriyorum.	1	2	3	4	5
Katıldığım Yaran Gecesi etkinliği etnasında keyifli bir deneyim yapıyorum.	1	2	3	4	5
Katıldığım Yaran Gecesi etkinliği etnasında olumlu bir deneyim yaşadığımı hissediyorum.	1	2	3	4	5
Katıldığım Yaran Gecesi etkinliği etnasında kendimi ajun motive olmuş hissediyorum.	1	2	3	4	5
Katıldığım Yaran Gecesi etkinliği beni mutlu ediyor.	1	2	3	4	5
Katıldığım Yaran Gecesi etkinliğinde zamanın nasıl geçtiğini anlamıyorum.	1	2	3	4	5
Katıldığım Yaran Gecesi etkinliği zevklidir.	1	2	3	4	5
Katıldığım Yaran Gecesi etkinliğinde vızneli olduğumunı düşünüyorum.	1	2	3	4	5
Bu destinasyonu (Afyonkarahisar'ı) yakın gelecekte tekrar ziyaret etmek istiyorum.	1	2	3	4	5
Bu destinasyon (Afyonkarahisar'ı) diğer destinasyonlara göre ilk tercihim olacaktır.	1	2	3	4	5
Bu destinasyonu (Afyonkarahisar'ı) daha sık ziyaret edeceğim.	1	2	3	4	5

## 2. BÖLÜM

**Cinsiyetiniz:**

Kadın  Erkek

**Yaşınız:**

18-25 yaş  26-35 yaş  36-45 yaş  46-55 yaş  56-65 yaş  65 ve üzeri yaş

**Medeni Durumunuz:**

Evli  Bekar

**Eğitim Düzeyiniz:**

İlköğretim  Ortaöğretim  Lise  Ön Lisans  Lisans  Lisansüstü

**Mesleğiniz:**

Kamı  Özel  Serbest Meslek  Öğrenci  Emekli  Diğer (belirtiniz).....

**Aylık Geliriniz:**

15.000₺ ve altı  15.001₺ - 25.000₺  25.001₺ - 35.000₺  35.001₺ - 45.000₺  45.000₺ ve üzeri

**Gelir grubunuzu aşağıdakilerden hangisiyle ifade edersiniz?**

Düşük  Orta  Yüksek

**Hangi il/ilçeden geldiğinizi lütfen belirtiniz: .....**

**Afyonkarahisar’da geçirdiğiniz süreyi lütfen belirtiniz.**

Günübirlik  1-3 gün arası  4-6 gün  7 ve daha fazla gün

**Afyonkarahisar’a ne şekilde geldiğinizi lütfen belirtiniz.**

Bireysel  Tur grubu

**Afyonkarahisar’a kim veya kimlerle geldiğinizi lütfen belirtiniz.**

Bireysel  Aile/Akraba  Arkadaş  Diğer (belirtiniz).....

**Afyonkarahisar’a kaçınca ziyaretiniz olduğunu lütfen belirtiniz.**

İlk ziyaretim  İkinci ziyaretim  Üçüncü ziyaretim  Dördüncü veya daha fazla

**Afyonkarahisar’a gelme sebebinizi önem sırasına göre ‘1 en önemli’yi ve ‘7 en az önemli’yi temsil edecek şekilde sıralayınız.**

- Tarih ve kültür  
 Termal turizm olanakları  
 Geleneksel Sohbet Toplantılarına (Yaren Geceleri) katılmak  
 Doğal güzellikler  
 Gastronomi ve yöresel lezzetler  
 Spor aktiviteleri  
 Diğer (belirtiniz).....

**Somut Olmayan Kültürel Miras unsurları hakkında bilgi düzeyinizi belirtiniz.**

Hiç bilgim yok  Biraz bilgi sahibiyim  Orta düzeyde bilgi sahibiyim  
 İyi bir bilgi düzeyine sahibim  Çok iyi bir bilgi düzeyine sahibim

**Geleneksel Sohbet Toplantıları hakkında bilgi düzeyinizi belirtiniz.**

Hiç bilgim yok  Biraz bilgi sahibiyim  Orta düzeyde bilgi sahibiyim  
 İyi bir bilgi düzeyine sahibim  Çok iyi bir bilgi düzeyine sahibim

*Katılımınız ve desteğiniz için teşekkürler.*

