



**SES ATMOSFERİNİN VE SEYAHAT MOTİVASYONUNUN
TURİSTLERİN DUYGU DURUMUNA ETKİSİ:
ESKİŞEHİR REKREASYON ALANLARINDA BİR UYGULAMA**

Doktora Tezi

Eşref AY

Eskişehir 2022

**SES ATMOSFERİNİN VE SEYAHAT MOTİVASYONUNUN
TURİSTLERİN DUYGU DURUMUNA ETKİSİ:
ESKİŞEHİR REKREASYON ALANLARINDA BİR UYGULAMA**

Eşref AY

DOKTORA TEZİ
Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
Danışman: Prof. Dr. Semra GÜNAY AKTAŞ

Eskişehir
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Temmuz 2022

Bu Tez Çalışması BAP Komisyonunca kabul edilen 2001E011 numaralı proje kapsamında desteklenmiştir.

ÖZET

SES ATMOSFERİNİN VE SEYAHAT MOTİVASYONUNUN TURİSTLERİN DUYGU DURUMUNA ETKİSİ: ESKİŞEHİR REKREASYON ALANLARINDA BİR UYGULAMA

Eşref AY

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Temmuz 2022

Danışman: Prof. Dr. Semra GÜNAY AKTAŞ

Bu araştırmanın amacı, Türkiye’deki bir şehir turizmi destinasyonunun önemli iki rekreasyon alanına ait ses atmosferinin ve seyahat motivasyonunun turistlerin duygu durumuna etkisinin ortaya koyulmasıdır. Bu amaçla Eskişehir’de bulunan Sazova Bilim, Kültür ve Sanat Parkı ve Adalar mevkiinde 15’er dakikalık yürüyüş rotaları oluşturulmuştur. Bu rotalarda gerçekleştirilen ses yürüyüşlerinde ses basınç ölçümleri ve ses atmosferi kayıtları yapılmıştır. Ayrıca, ses yürüyüşleriyle eş zamanlı olarak toplam 794 turiste yüz yüze anket uygulanmıştır. Anket aracılığıyla ses atmosferinin turistlerin duygu durumuna etkisinin ortaya koyulması, sesleri algılamalarında turistlerin demografik özelliklerinin ve seyahat motivasyonlarının etkisinin tespit edilmesi, turistler tarafından ses atmosferi içerisinde hangi seslerin daha ön planda olduğunun belirlenmesi amaçlanmıştır. Yapılan ölçümler sonucunda, çalışma alanlarındaki ses basınç seviyesinin Çevresel Gürültü Ölçüm ve Değerlendirme Kılavuzu’na göre konforsuz ve rahatsız edici olarak kabul edilen düzeyde olduğu belirlenmiştir. Her iki çalışma alanındaki ses atmosferinin turistlerde daha çok pozitif duyguları ortaya çıkardığı görülmüştür. Sazova Bilim, Kültür ve Sanat Parkı’nı ziyaret edenlerin en çok “doğal sesleri”, Adalar mevkiini ziyaret edenlerin ise en çok “toplum seslerini” işittiği belirlenmiştir. Turistlerin ses atmosferi kaynaklı duygu durumunun bazı demografik değişkenlere göre farklılaştığı görülmüştür. Seyahat motivasyonu boyutlarının, ses desibel düzeyinin ve ses türlerinin çalışma alanlarını ziyaret edenlerin duygu durumları üzerine etkisinin olup olmadığının

test edilmesi amacıyla yapılan analizlerde her iki çalışma alanı için de istatistiki açıdan anlamlı sonuçlar elde edilmiştir. Ayrıca, ses atmosferinin algılanmasındaki bireysel farklılıkların nedenleri Gestalt Kuramı çerçevesinde açıklanmaya çalışılmıştır. Ses atmosferinin genel turist memnuniyetini etkilediği bilinmektedir. Buradan hareketle turist memnuniyetinin sağlanması için bu tez çalışmasında rekreasyon alanları ses atmosferinin kontrol altında tutulması ve iyi dizayn edilmesi gerektiği önerilmektedir.

Anahtar Sözcükler: Turizm, Ses atmosferi, Rekreasyon, Duygu durumu, Gestalt Kuramı.

.



ABSTRACT

THE EFFECT OF SOUNDSCAPE AND TRAVEL MOTIVATION ON THE MOOD OF TOURISTS: AN APPLICATION IN RECREATION AREAS OF ESKİŞEHİR

Eşref AY

Department of Tourism Management

Anadolu University, Institute of Social Sciences, July 2022

Supervisor: Prof. Dr. Semra GÜNEY AKTAŞ

The purpose of this study is to reveal the effects of the soundscape and travel motivation of two major recreational areas of an urban tourism destination in Turkey on the mood of tourists. For this purpose, 15-minute walking routes were created in the Sazova Science, Culture, and Art Park and the Adalar locality in Eskişehir. During the sound walks on these routes, sound pressure measurements and recordings of the soundscape were made. In addition, a personal questionnaire was administered to a total of 794 tourists simultaneously with the sound walks. The questionnaire was used to determine how the soundscape affects the mood of tourists, how tourists' demographic characteristics and travel motivation affect their perception of the sounds, and which sounds in the soundscape are perceived more strongly by tourists. As a result of the measurements, it was determined that the sound pressure level in the study areas is at a level that is considered unpleasant and disturbing according to the Guide for the Measurement and Evaluation of Environmental Noise. It was found that the background noise in both study areas tended to evoke positive moods among tourists. It was found that those who visit Sazova Science, Culture and Art Park mainly hear "natural sounds", while those who visit Adalar locality mainly hear "sounds and society". It was found that the mood of tourists due to the soundscape differs depending on some demographic variables. In the analyses conducted to examine whether the dimensions of travel motivation, sound decibel level, and types of sounds have an impact on the mood of

tourists to the study areas, statistically significant results were obtained for both study areas. In addition, an attempt was made to explain the reasons for individual differences in the perception of the soundscape within the framework of Gestalt theory. It is known that the soundscape has an influence on the general satisfaction of tourists. From this point of view, this thesis proposes that the soundscape of recreation areas should be kept under control and well designed to ensure the satisfaction of tourists.

Key Words: Tourism, Soundscape, Recreation, Mood, Gestalt theory.



ÖNSÖZ

Turizmin öznesinin insan olması, bu alandaki uygulamalarda duyguların önemini ortaya çıkarmaktadır. Çünkü insan duygusal bir varlıktır ve turistin de bir insan olmasından hareketle duygusal yönden tatmini turistik deneyimini etkilemektedir. Turist deneyimi görme, tatma, dokunma ve işitme unsurlarını içerdiği için karmaşık bir yapıdadır. Uygulamada görsellik her ne kadar daha ön planda olsa da işitme, koklama ve tatma duyularının en az görme duyusu kadar turistik deneyimi etkilediği bilinmektedir. Başkalarıyla ve çevresiyle etkileşim içerisinde olan birey bağımsız bir varlık değildir. Çevre, duygular ve davranışlar bütünlük bir yapıyı oluşturur ve sürekli etkileşim halindedir. Ses atmosferi de çevrenin yapı taşlarından birisidir. Dolayısıyla açık hava etkinliklerinin ve rekreasyonun da önemli bir bileşenidir. Sesi, turizm ve rekreasyon bağlamında ele alarak bu tezin alandaki araştırmacılara ve paydaşlara yol göstermesini umut ederek tezimi tamamlıyorum.

Öncelikle doktora öğrenimim sürecinde iyi bir eğitim almam için desteğini benden esirgemeyen, ayrıca bu tezin tasarlanması ve hazırlanmasında bilgisi, hoş görüşü ve sabrıyla bana rehberlik eden danışman hocam Prof. Dr. Semra Günay Aktaş'a,

Bu süreçte bilgi ve deneyimleriyle bana destek olan tez izleme jüri üyelerim Dr. Öğr. Üyesi Duygu Yetgin Akgün'e ve Dr. Öğr. Üyesi Zehra Yiğit Avdan'a,

Tez savunmamda bulunarak değerli görüşleriyle tezime katkı sağlayan Prof. Dr. Muharrem TUNA'ya ve Dr. Öğr. Üyesi İnci Oya ÇOŞKUN'a,

Araştırma verilerini toplamamda yardımlarını esirgemeyen değerli meslektaşlarım Eskişehir turist rehberlerine,

Dualarıyla her zaman yanımda olan anne ve babama, fikirleriyle bana katkı sağlayan değerli ağabeyime,

Her konuda desteğini hissettiğim, her zaman yanımda olan sevgili eşime ve bu süreçteki motivasyon kaynağım biricik kızıma sonsuz şükranlarımı sunuyorum.

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

Eşref AY

İÇİNDEKİLER

Sayfa

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT.....	v
ÖNSÖZ	vii
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ.....	viii
İÇİNDEKİLER	ix
TABLolar DİZİNİ.....	ix
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xiii
GÖRSELLER DİZİNİ	xiv
SİMGELER VE KISATMALAR DİZİNİ.....	xiv
1.GİRİŞ	1
1.1.Sorun	3
1.2.Amaç ve Önem.....	4
1.3.Varsayımlar	5
1.4.Sınırlılıklar	6
2.KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	7
2.1.Ses Kavramı ve İşitme Fizyolojisi	7
2.2.Gürültü Kavramı.....	10
2.3.Ses Atmosferi Kavramı.....	15
2.3.1.Ses atmosferi çalışmalarının gelişimi	19
2.3.2.Seslerin sınıflandırılması	20
2.4.Turizmde Ses Atmosferi	23

2.5.Rekreasyon Kavramı	25
2.5.1.Rekreasyon faaliyetlerinin sınıflandırılması.....	27
2.5.2.Rekreasyon ve turizm ilişkisi.....	30
2.6.Seyahat Motivasyonu	32
2.6.1.Seyahat motivasyonuna ilişkin teori ve modeller.....	34
2.7.Gestalt Kuramı ve Ses Algısı İlişkisi.....	43
2.8.Duygu Durumu Kavramı.....	44
2.9.İlgili Araştırmalar	46
3. YÖNTEM	56
3.1. Araştırma Yaklaşımı.....	56
3.2. Çalışma Alanı.....	57
3.3. Araştırma Evreni ve Örneklem.....	60
3.4. Verilerin Toplanması ve Analizi	61
3.5. Araştırma Hipotezleri	67
3.6. Pilot Uygulama	70
3.7. Pozitif ve Negatif Duygu Ölçeği (PNDÖ) Güvenirlik ve Keşfedici Faktör Analizi	73
3.8. Seyahat Motivasyonu Ölçeğinin Güvenirlik ve Keşfedici Faktör Analizi...	75
4. BULGULAR.....	77
4.1. Demografik ve Tanıtıcı Bilgilere İlişkin Bulgular	77
4.2. Ses Atmosferine İlişkin Betimleyici Bulgular	78
4.3. Ölçek İfadelerinin Değişim Aralığı, Aritmetik Ortalamaların Aralık Değerleri, Standart Sapma ve Katılım Düzeyi Sonuçları.....	81
4.4. Hipotezlere İlişkin Bulgular	87
5. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER.....	100
5.1. Sonuç ve Tartışma	100
5.2. Öneriler	108

5.2.1.Uygulamaya yönelik öneriler	108
5.2.2. Yapılacak araştırmalara yönelik öneriler.....	109
KAYNAKÇA.....	110
EKLER	
ÖZ GEÇMİŞ	



TABLÖLAR DİZİNİ

Sayfa

Tablo 2.1. Gürültülerin sınıflandırması	13
Tablo 2.2. Ses atmosferi tanımlamaları.....	17
Tablo 3.1. Mekanik sesler referans olarak oluşturulan kukla değişkenler	65
Tablo 3.2. Gösterge sesler referans olarak oluşturulan kukla değişkenler.....	65
Tablo 3.3. Seyahat motivasyonu ölçeğinin KMO ve Barlett testi sonucu	71
Tablo 3.4. Ortak varyanslar tablosu	72
Tablo 3.5. Seyahat motivasyonu ölçeğinin pilot uygulama KFA sonuçlarına ilişkin bulgular	72
Tablo 3.6. PNDÖ'nün KMO ve Barlett testi sonucu	73
Tablo 3.7. PNDÖ'nün KFA sonuçlarına ilişkin bulgular	74
Tablo 3.8. Seyahat motivasyonu ölçeğinin KMO ve Barlett kesti sonucu	75
Tablo 3.9. Seyahat motivasyonu ölçeğinin KFA sonuçlarına ilişkin bulgular	76
Tablo 4.1. Araştırmaya katılan turistlerin demografik özellikleri.....	77
Tablo 4.2. Çalışma alanları ses basınç düzeyleri	78
Tablo 4.3. Katılımcılar için ön planda olan seslere ilişkin frekanslar.....	79
Tablo 4.4. Değişkenlere ait ortalama, standart sapma ve korelasyon katsayıları.....	80
Tablo 4.5. PNDÖ aritmetik ortalamalarının karşılık geldiği katılım ifadelerinin aralık değerlerine göre dağılımı	82
Tablo 4.6. Seyahat motivasyonu ölçeği aritmetik ortalamalarının karşılık geldiği katılım ifadelerinin aralık değerlerine göre dağılımı.....	82
Tablo 4.7. Çalışma Alanı-1 için PNDÖ betimleyici istatistikleri	83
Tablo 4.8. Çalışma Alanı-2 için PNDÖ betimleyici istatistikleri	84
Tablo 4.9. Çalışma Alanı-1 için PNDÖ boyutlarına ait betimleyici istatistikler	85
Tablo 4.10. Çalışma Alanı-2 için PNDÖ boyutlarına ait betimleyici istatistikler	85
Tablo 4.11. Çalışma Alanı-1 için seyahat motivasyonu ölçeği betimleyici istatistikleri.....	85
Tablo 4.12. Çalışma Alanı-2 için seyahat motivasyonu ölçeği betimleyici istatistikleri.....	86

Tablo 4.13. Çalışma Alanları için seyahat motivasyonu ölçeği boyutlarına ait betimleyici istatistikler.....	87
Tablo 4.14. Turistlerin duygu durumlarının cinsiyet değişkenine göre farklılaşma durumu	88
Tablo 4.15. Turistlerin Pozitif Duygu Durumunun Yaş Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu	89
Tablo 4.16. Turistlerin Negatif Duygu Durumunun Yaş Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu	90
Tablo 4.17. Turistlerin Pozitif Duygu Durumunun Eğitim Durumu Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu	91
Tablo 4.18. Turistlerin Negatif Duygu Durumunun Eğitim Durumu Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu	92
Tablo 4.19. Turistlerin Pozitif Duygu Durumunun İkamet Yerine Göre Farklılaşma Durumu	93
Tablo 4.20. Turistlerin Negatif Duygu Durumunun İkamet Yerine Göre Farklılaşma Durumu	94
Tablo 4.21. Bağımsız değişkenlerin Pozitif Duygu Durumu üzerindeki etkisi	95
Tablo 4.22. Bağımsız değişkenlerin Negatif Duygu Durumu üzerindeki etkisi	97
Tablo 4.23. Hipotezlerin kabul/ret durumu.....	98

ŞEKİLLER DİZİNİ

Sayfa

Şekil 2.1. Kulak anatomisi.....	9
Şekil 2.2. Akustik bir ortamda bireyin algısal ses atmosferi inşası süreci	18
Şekil 2.3. Akustik çevrenin sınıflandırılması	22
Şekil 2.4. Boş zaman, rekreasyon ve turizm arasındaki ilişki	30
Şekil 2.5. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi	35
Şekil 2.6. Seyahat Kariyer Basamağı	37
Şekil 3.1. Araştırma sorunu çerçevesi.....	57
Şekil 3.2. Çalışma Alanı-1	59
Şekil 3.3. Çalışma Alanı-2	59
Şekil 3.4. Çalışma alanlarına ait ses atmosferi örneği dinleme bağlantıları.....	60
Şekil 3.5. Veri toplama ve analiz şeması.....	66

GÖRSELLER DİZİNİ

Sayfa

Görsel 3.1. PCE-432 Tip 1 Sonometre.....	63
Görsel 3.2. Zoom H6 Ses Kayıt Cihazı.....	66



SİMGELER VE KISATMALAR DİZİNİ

ÇŞİDB	: T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı
dB	: Desibel
dBA	: A Ağırlıklı Ses Seviyesi
EBB	: Eskişehir Büyükşehir Belediyesi
EPA	: Environmental Protection Agency
Hz	: Hertz
KFA	: Keşfedici Faktör Analizi
KMO	: Kaiser-Meyer-Olkin
LAeq	: Eşdeğer Sürekli Ses Basınç Seviyesi
ND	: Negatif Duygu
PD	: Pozitif Duygu
PNDÖ	: Pozitif ve Negatif Duygu Ölçeği
Sonar	: Sound Navigation and Ranging
TDK	: Türk Dil Kurumu
UNESCO	: United Nations Educational Scientific and Cultural Organization
WFAE	: World Forum for Acoustic Ecology
WSP	: World Soundscape Project
YEM	: Yapısal Eşitlik Modeli

1. GİRİŞ

Turist deneyimlerinin duysal boyutu hem uygulayıcılar hem de bilimsel araştırmacılar tarafından giderek önem kazanan bir konudur. Çünkü turist deneyimi görme, tatma, dokunma ve işitme unsurlarını da içeren çok karmaşık bir yapıya sahiptir (He vd., 2018, s. 1). Bu dört duyu içerisinde görsel boyut bilimsel çalışmalarda daha fazla ele alınmaktadır (A. Liu vd., 2018, s. 165). Porteous (1990, s. 7) görselliğin bu baskınlığını sorgulamış ve görmenin tek başına dünyayı algılamada yetersiz olduğunu vurgulamıştır.

Turizm deneyiminin psikolojik boyutu; ses atmosferi, coğrafi görünüm, iklim ve sıcaklık dahil olmak üzere tüm çevresel faktörlerden etkilenebilmektedir (He vd., 2018). Turist deneyimlerinin çok boyutlu olarak anlaşılması, bireylerin rekreasyon deneyimleriyle de ilişkilidir. Çok boyutlu deneyimler mekâna ait değerleri ve anlamları tam olarak anlama arzusuna katkıda bulunmaktadır (Saxen, 2008, s. 4). Mekâna ait bu değerler coğrafi görünüm kapsamında ele alınmaktadır. Coğrafi görünüm turistlerin deneyimleri ve eylemlerinin yanı sıra sağlık ve refahlarını da etkilemektedir. Ses, canlıların çevresiyle nasıl ilişki kurduğu konusunda kilit bir faktör olduğu için coğrafi görünümün önemli bir parçası konumundadır (Cervén, Wingren ve Qviström, 2017, s. 1253).

Rekreasyon tanım olarak insanların rahatlamak, günlük rutinden uzaklaşmak ve yenilenmek gibi amaçlarla gönüllü olarak katıldıkları etkinliklerdir (Litwiller vd., 2021). Bu tanımdan hareketle, belirli amaçlarla ziyaret edilen rekreasyon alanlarının hem fiziksel hem de soyut yapısının önemi ortaya çıkmaktadır. Alt ve üst yapı olanakları fiziksel yapısını oluştururken, mekânda var olan ses ve koku gibi unsurlar da soyut yapısını oluşturmaktadır ve en az fiziksel unsurlar kadar önemlidirler. İnsan psikolojini ve bilinçaltını etkileyebilen ses (Taylor, 2009), rekreasyon faaliyetlerinin katılımcıdaki psikolojik etkisine de katkıda bulunmaktadır.

Truax (1984), mekânı çevreleyen işitsel yapıyı tanımlarken “akustik iletişim” kavramını kullanmıştır. Bunun nedenini ise sesi içeren tüm olguları insan perspektifinden tanımlamanın en genel yolunun bu olduğuna inanması olarak açıklamıştır. Ancak, bir bağlam içerisinde akustik bir ortamın birey veya toplum tarafından algılanması ve anlaşılmasına ilişkin kullanılan “ses atmosferi” kavramını ilk olarak Murray Schafer (1977) ortaya atmıştır. Bu kavram coğrafi görünüm araştırmalarının önemli bir parçası

haline gelmiş olmasına rağmen genellikle çevre mühendisliği ve mimarlık çalışmalarında (Özçevik vd., 2014; Çakır Aydın, Uysal ve Özbudak Akça, 2017; Doğan, 2019; Eşbah, Demir ve Yıldırım, 2022) ele alınmaktadır. Ancak, ses ve insan deneyimleri üzerine yapılan çalışmalar sınırlı sayıdadır. Bu çalışmalar incelendiğinde temel olarak üç temaya odaklandıkları görülmektedir. Birinci tema ses kirliliği ve turistler üzerindeki etkisidir. İkinci tema doğal, sessiz bir ses atmosferinin değeri ve önemidir. Üçüncü tema ise çok anlamlılık deneyimi ve sonik (sesle ilgili olan) yorumlamadır (A. Liu vd., 2018). Bu nedenle Waitt ve Duffy (2010, s. 457), turizm çalışmalarının duyma ve dinlemeyle daha yakından ilgilenmesi gerektiğini savunmuşlardır. Görselliğin baskınlığının işitme, koklama, tatma, dokunma gibi diğer duyguları önemsizleştirilmesi bu görüşün temelini oluşturmaktadır (Saldanha, 2009). Yapılan daha önceki çalışmaların sonuçlarına göre, ses atmosferi olumlu bir turist deneyimi oluşturmak ve turist memnuniyetini artırmada kilit rol oynamaktadır. Turistlerin mekânı algılamaları ve anlamlandırmaları için kendine özgü seslerinin korunması gerekmektedir (A. Liu vd., 2018).

Bu tezin amacı turizm araştırmaları yönünden ses atmosferinin önemine vurgu yapmak ve rekreasyon alanlarına ait ses atmosferi ile seyahat motivasyonunun turistlerin duygu durumuna etkisini ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda rekreasyon alanları üzerine yapılan bu incelemenin ilgili alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Tezin birinci bölümünde öncelikle problem durumu belirtilmiş, araştırmanın amaç ve önemi üzerinde durularak sınırlılıkları açıklanmıştır. İkinci bölümde ise ilgili kavramsal çerçeveye yönelik bilgiler sunulmuştur. Bu kapsamda; ses kavramı ve işitme olayı açıklanmış, istenmeyen seslerle ilgili bilgiler sunulmuş, ses atmosferi kavramı ve bu kavramın bilimsel süreç içerisindeki gelişimi anlatılarak turizmde bu kavramın nasıl ele alındığı açıklanmıştır. Devamında rekreasyon kavramına ilişkin bilgiler sunularak kavramın turizmle olan bağlantısına değinilmiş, seyahat motivasyonu ve buna yönelik teoriler hakkında bilgiler sunulmuş ve son kısımda duygu durumu kavramı açıklanmıştır. İkinci bölümün sonunda ise ilgili çalışmalara yer verilmiştir. Üçüncü bölümde tezin araştırma modeli, çalışma alanı, evren ve örnekleme, verilerin toplanması, analizi ve araştırmanın hipotezleri yer almaktadır. Pilot uygulama, ölçek güvenirliği, geçerliği ve açıklayıcı faktör analizi de bu bölümde sunulmaktadır. Dördüncü bölümde, elde edilen verilerin analizi sonucunda ulaşılan bulgular yer almaktadır. Beşinci ve son bölümde ise elde edilen bulgular doğrultusunda ulaşılan sonuçlara yer verilmiş, bu sonuçlar tartışılarak uygulayıcılara ve sonraki araştırmacılara yönelik öneriler sıralanmıştır.

1.1. Sorun

Görölmeyen, sadece duyulan olgulardan oluşan, çevre mühendisliği ve şehir mimarisi gibi alanlarda önemli bir kavram olan ses atmosferi (soundscape) turizm açısından da önem arz etmektedir. Bir kişinin veya toplumun işittiği, hissettiği ve anlamlandırdığı sonik çevre ses atmosferi olarak tanımlanmaktadır. İnsanlar tarafından görölebilen belirli bir mekandaki unsurlar görsel peyzajı oluştururken, ses atmosferi de o mekânda insanlar tarafından algılanabilen seslerin toplamını ifade etmektedir (Schafer, 1977).

Mekân, ses, dinleyici ve sesin kaynağı olan insan, akustik iletişimi oluşturmaktadır. Bu akustik deneyimler, bireylerin bulundukları ortamla kurduğu davranış ilişkilerini meydana getiren, bu ilişkileri etkileyip şekillendiren dinamik bir yapı sergilemektedir (Karahana, 2018). Sesin hangi mekânda bulunduğu, hangi kùltüre ve topluma ait olduğuna dair bilgiler bağlamsal olarak ele alınması ile elde edilir. Bağlamsal olarak irdelenen ses bulunduğu kùltürün, toplumun ve mekânın yapısının zihinde canlandırılmasına yardımcı olur. Yani ses atmosferi mekânının oluşturduğu ses olayları, ses nesnelerinin fonksiyonel, anlamsal, estetik olarak değerlendirilmesiyle kente ilişkin veri sağlayan bir temsile dönüşürler. Sesler, mekânlara yönelik nesnel bilgi taşıyabildikleri gibi anlambilim bağlamında yorumlandıklarında öznel bir yapıda değerlendirilebilirler. Bundan dolayı ses, mekân içerisinde hem öznel hem de nesnel bir pozisyon taşıyabilmektedir (Kaya, 2018, s. 27-28). Anlamlandırılmayan veya anlam karmaşası oluşturan seslerin var olduğu durumlarda gürültü ortaya çıkar ve gürültü, bireyi bulunduğu ortama yabancılaştırarak fiziksel ve zihinsel olarak baskı altına alır (Karahana, 2018). Bu durum, turizm destinasyonlarındaki turizm talebi üzerinde de olumsuz etki oluşturabilmektedir.

Turizmde ses kirliliği giderek etkisini arttıran ve çözüm bulunması gereken sorunlardan biri haline gelmeye başlamıştır. 75 desibelin (dB) üzerindeki sesler gürültü olarak kabul edilir (Kınacı, Albuz Pehlivan ve Seyhan, 201, s. 35). 04.06.2010 tarih ve 27601 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Gürültü Kontrol Yönetmeliği’nde gürültü; gelişigüzel yapısı olan bir ses spektrumu biçiminde tanımlanmaktadır. Kısaca “gürültü” istenmeyen sestir, dolayısıyla öznel-dir (Resmî Gazete, 2010).

İnsan sağlığına olan fizyolojik olumsuz etkisinin yanı sıra gürültü psikolojik olarak da stres, konsantrasyon eksikliği, iş performansında düşüş, kaygı gibi davranış bozukluklarına neden olabilmektedir (Erdoğan ve Yazgan, 2007, s. 205; T.C. Çevre,

Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı [ÇŞİDB], 2011). Turizmin neden olduğu çevre sorunlarından biri olan ses kirliliği, yerel halkı etkilediği gibi bölgeye gelen turistleri de olumsuz yönde etkilemektedir. Turistin içinde bulunduğu destinasyondaki ses atmosferi algısı ile turistik tatmini arasında ilişki vardır (A. Liu vd., 2018). Buradan hareketle, turizmde ses atmosferinin önemi ortaya çıkmaktadır. Turizm bağlamında değerlendirildiğinde ses basıncı dikkate alınmadan gürültünün tanımının farklılaşması, ayrıca, turistik memnuniyet ve tatminin en üst düzeyde sağlanması açısından destinasyonlardaki ses atmosferinin turistleri duyuşal olarak nasıl etkilediğinin belirlenmesi gerektiği düşünölmektedir. Bu doğrultuda tez kapsamında şu sorulara yanıt aranmıştır:

- Rekreatyon alanlarının ses atmosferi nasıldır?
- Rekreatyon alanlarındaki ses atmosferi içerisinde ne tür sesler vardır?
- Rekreatyon alanlarındaki ses atmosferinin turistlerin duygu durumuna etkisi nasıldır?
- Turistlerin ses atmosferi kaynaklı duygu durumu ile sesin desibel düzeyi arasında ilişki var mıdır?
- Turistlerin ses atmosferi kaynaklı duygu durumu ile demografik özellikleri arasında ilişki var mıdır?
- Gürültü olarak kabul edilen düzeydeki her ses rekreatyon alanlarını ziyaret edenler için rahatsız edici midir?
- Rekreatyon alanlarına gelen turistlerin seyahat motivasyonu nedir?
- Turistlerin ses atmosferi kaynaklı duygu durumu ile seyahat motivasyonu arasında ilişki var mıdır?
- Turistlerin ses atmosferi kaynaklı duygu durumu ile onlar için ön planda olan ve en çok işittikleri sesin türü arasında ilişki var mıdır?

1.2. Amaç ve Önem

Şehirlerin kültürel karakterinin bir parçasını oluşturan akustik yapıları ses basıncı ölçümü ve ses sınıflaması yapılarak yansıtılabilmektedir. Bu çalışmada, Türkiye’deki bir şehir turizmi destinasyonunun önemli iki rekreatyon alanında ses basıncı ölçümleri ve ses türlerinin analizi yapılarak bu alanların ses atmosferinin belirlenmesi, ses atmosferinin turistlerin duygu durumuna etkisinin ortaya koyulması, sesleri algılamalarında turistlerin demografik özelliklerinin ve seyahat motivasyonlarının

etkisinin tespit edilmesi, turistler tarafından ses atmosferi içerisinde hangi seslerin daha ön planda olduğunun belirlenmesi ve bu doğrultuda bu alanların ses atmosferi yönetiminde ve düzenlemelerinde paydaşlara öneriler sunulması amaçlanmaktadır.

Ses atmosferi çalışmalarının özü; bilim, toplum ve sanat arasında ara zemin olmaktır. Akustik ve psikoakustikten, sesin fiziksel özellikleri ve insan beyni tarafından açıklanma biçimleri hakkında bilgi edinilmelidir. Turistler açısından bakıldığında akustik deneyim, içinde bulundukları ortamla ilişkilerini etkileyen dinamik bir yapıdır. Sesi bağlamsal olarak irdeleyen turistler, içinde bulundukları mekânda işittikleri seslerle o yerin kültürüne ve toplumuna ait bilgileri elde ederler ve o kültürün ve toplumun yapısını zihinlerinde canlandırabilirler. Yani sesler mekâna ait veri sağlayan, mekâna anlam katan birer temsildirler. Anlamlandırılmayan seslerin var olduğu durumlarda istenmeyen ses olarak tanımlanan gürültü ortaya çıkmaktadır. Gürültü bireyi içinde bulunduğu ortama yabancılaştırır, fiziksel ve zihinsel olarak olumsuz yönde etkilemektedir. Gürültü, sesin yoğunluğu ve ton dağılımı ile oluşmaktadır. Bilimsel çalışmalardan elde edilen bulgular, istenmeyen sesin (gürültünün) süresi ve frekans bileşenlerinin yanı sıra ses olaylarının sayısına ve sese maruz kalanlardaki bireysel farklılıklara dikkat çekmektedir. Buna göre gürültüden rahatsız olma öznel bir olaydır ve bunun sebebi de fizyolojik olarak bireylerin gürültüye duyarlılıklarında farklılıklar görülmesidir. Bu çalışma sonucunda, bu bilgiler rekreasyon alanlarındaki turistler açısından ele alınarak değerlendirilmektedir. Turistler arasındaki demografik farklılıkların ve turistlerin seyahat motivasyonlarının onların sesleri algılamalarında ve anlamlandırmalarında önemli bir etken olduğu sonucuna ulaşılması, destinasyonların ve rekreasyon alanlarının planlanmasında ses atmosferinin öneminin ortaya koyulması hedeflenmektedir. Ulusal alanyazın tarandığında, turizmde ses atmosferinin incelendiği ve rekreasyon alanlarındaki ses atmosferinin ve seyahat motivasyonunun turistlerin duygu durumlarına etkisinin ele alındığı bir çalışmaya rastlanmamıştır.

1.3. Varsayımlar

Araştırma kapsamında alınan örneklem grubunun evreni temsil ettiği varsayılmıştır. Ayrıca, araştırmaya katılan turistlerin ölçekteki maddeleri doğru anlayarak gerçeğe uygun bir şekilde cevapladıkları varsayılmıştır.

1.4. Sınırlılıklar

Eskişehir’de çok sayıda rekreasyon alanı bulunmaktadır. Zaman ve maliyet kısıtlılığı açısından iki rekreasyon alanının çalışma alanı olarak tercih edilmesi araştırmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. Araştırma verileri yaz sezonunda Eskişehir’de ziyaretçi yoğunluğunun olduğu haziran ve temmuz aylarının hafta sonu günlerinde toplanmıştır. COVID-19 pandemisi kısıtlamalarından dolayı haziran (2021) ayında yalnızca cumartesi günleri toplanabilmektedir. Duygu durumu gibi öznel bir kavramın çalışıldığı bu araştırmada yalnızca nicel yöntemler kullanılmış olması bu araştırmanın bir diğer sınırlılığını oluşturmaktadır. Çünkü, nicel araştırmalar çoğu zaman insan davranışlarının ve sosyal gerçekliğin arkasında yatan nedenleri ortaya çıkarmada yetersiz kalmaktadır (Gülbüz ve Şahin, 2015, s. 101). Araştırmanın kesitsel olarak yapılmış olması bir başka sınırlılığını oluşturmaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde ses kavramı ve işitme fizyolojisi, gürültü kavramı, rekreasyon kavramı, seyahat motivasyonu ve duygu durumu kavramına ilişkin kuramsal çerçeveye yer verilmiştir. Bu doğrultuda ses atmosferi çalışmalarının gelişimi, seslerin sınıflandırılması, rekreasyon faaliyetlerinin sınıflandırılması, rekreasyon ve turizm ilişkisi ile seyahat motivasyonuna ilişkin teori ve modeller hakkında bilgiler sunulmuştur. Ayrıca, ses atmosferi kavramı ayrı bir başlık altında incelenmiş, turizm perspektifinden ele alınarak açıklanmıştır. Duygu durumu kavramının da açıklandığı bu bölümde, ses atmosferi algısının kuramsallaştırılmasına yönelik bilgiler de sunulmuştur. Son olarak bu bölümde, turizmde ses atmosferine ilişkin yapılmış araştırmalara yer verilmiştir.

2.1. Ses Kavramı ve İşitme Fizyolojisi

Ses, havada veya başka bir ortamda, bir kişinin veya hayvanın kulaklarına ulaştığında duyulabilen titreşimler olarak tanımlanır. Ses, işitilebilir akustik enerjidir (Fink, 2019, s. 2). Sesin ikili bir yapısı vardır: Hava gibi bir ortamda fiziksel bir bozukluk olarak kabul edilebilir veya beynin akustik korteksini uyaran sinir dürtülerinden kaynaklanan psikofiziksel bir algı olarak kabul edilebilir. Her ikisi de sesle ilgili çalışmalarda hayati derecede önem arz etmektedir. Kulağın kendisi ses sinyallerinin kalitesini belirler, ancak ses fiziksel uyaranlar yoluyla kulağa taşınır (Everest, 1987a, s. 5). Fizikte ses, tipik olarak duyulabilir bir mekanik basınç dalgasıdır. Hava veya su gibi ortamlarda yayılarak yer değiştiren bir titreşim olarak tanımlanır. Fizyolojide ise ses, bu tür titreşim dalgalarının alınması ve beyin tarafından algılanmasıdır. Bir nesne havada hareket ettiğinde veya titreştiğinde, kaynaktan uzağa yayılan dalgalar oluşturur. Bu titreşimler, bir havuzdaki dalgacıklar gibi kaynaktan her yöne yayılır ve bu şekilde insan kulağı tarafından algılanan basınç değişikliklerini oluşturur. Hava basıncındaki bu küçük değişiklikler beyne iletilir ve ses olarak yorumlanır. Hava basıncındaki bu tür değişiklikler, yeryüzünü çevreleyen barometrik hava basıncına kıyasla çok küçüktür (Wawa ve Mulaku, 2015, s. 487).

Sesin bir yerden başka bir yere iletilmesi için, esnekliği ve eylemsizliği olan bir ortam gereklidir. Çelik, su, beton ve diğer birçok madde gibi hava da bu hayati özelliklere sahiptir. Bir hava parçacığı bir diyaframla desteklendiğinde hareket eder ve çarptığı bitişik parçacıklara ivme kazandırır. Hava parçacığı daha sonra havada bulunan elastik kuvvetler tarafından denge konumuna geri çekilir. Herhangi bir belirli hava parçacığı

kendi denge konumu etrafında titreşir, çarpışmalardan momentum alır ve momentumu diğer parçacıklara aktarır. Örneğin, rüzgâr bir tahıl tarlasından geçen bir dalga gönderir ve her bir başak yalnızca kendi gövdesi üzerinde ileri geri titreşir. Ses, hava parçacıklarına etki eden elastik ve eylemsiz kuvvetler sayesinde havada yayılır (Everest, 1987a, s. 5). Havadaki ses dalgaları için sesin hızı genellikle 330 ile 345 m/s arasındadır. Hız genellikle hava sıcaklığına, neme ve atmosfer basıncına bağlıdır. Ancak dünya yüzeyindeki ses hızı için (20 °C ve 1 atmosferik basınçta) olağan yaklaşık değer 343 m/s'dir. Ses, katı yapılar ve su içinde de yayılabilir. SONAR (sesli navigasyon ve menzil) sistemleri su altındaki nesneleri algılamak için sesi kullanır. SONAR kullanan bir gemi, çevresindeki sıvı ortamına bir ses dalgası gönderir. Bu ses bir nesneye çarptığında geri yansır ve gemideki operatörler yansıyan sesi analiz ederek herhangi bir yöndeki su altındaki nesneleri tespit edebilmektedirler. Sudaki ses hızı yaklaşık 1400 m/s'dir. Sesin sudaki hızının yaklaşık olarak havadakinden dört kat daha hızlı olduğu söylenebilir. Dolayısıyla sudaki 1000 Hz frekanslı bir ses dalgasının dalga boyu yaklaşık 1,4 m'dir (Murphy ve King, 2014, s. 10-12).

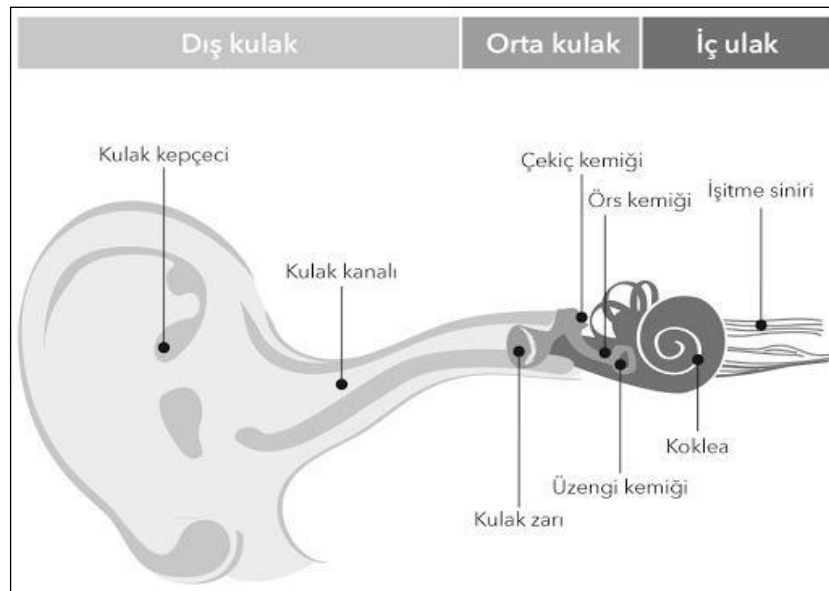
İnsan kulağı ses yoğunluğuna veya basıncına doğrusal olarak yanıt vermezken, yoğunluk veya basınçta algılanan değişiklikler ilgili yoğunluklar veya basınçlar arasındaki değerlerle orantılı olma eğilimindedir. Bu nedenle, ses yoğunluğunu ve basıncını ölçmek için logaritmik bir birim olan desibel (dB) kullanmak daha uygundur (Kang, 2007, s. 2). Tüm seslerin üç temel özelliği vardır. Bunlar; frekans, genişlik ve dalga boyudur. Bir dalganın frekansı (f), saniyedeki salınım sayısıdır (veya saniyedeki döngü sayısı). Hertz (Hz) olarak ifade edilir ve adını Alman fizikçi Heinrich Rudolf Hertz'den almaktadır. Daha yüksek frekanslı sesler genellikle daha yüksek 'perdeli' sesler olarak duyulur (ve perdedeki varyasyonlar bir müzik melodisi oluşturur). Örneğin, bir ev alarmı yüksek bir perdeye sahiptir (Murphy ve King, 2014, s. 11).

Ses, günlük yaşamımızda hareket ve ışıktan çok daha az önemli bir rol oynamaktadır. İşitme duyusu, hiçbir şekilde görme yetisi ve hareket kabiliyeti kadar değerli sayılmasa da hayat seslerle doludur ve insanlar hoşla giden sesleri duymak ister (Rayleigh, 1945). Beyne bir ses iletildiğinde, insan zihni öncelikle ses basınç dalgası analizi yapmakta ve bu sesi yorumlamaya çalışmaktadır (Schnupp, Nelken ve King, 2011, s. 2). İşitme üzerine yapılan çalışmalar için tartışmasız en önemli zorluk insanların dünyayı ses aracılığıyla nasıl anlamlandırdığını kavramaktır (Yost, Fay ve Popper, 2007, s. 13). Ses, insanların bilinçaltına da etki edilebilmektedir. Taylor (2009) "Zihin

Programlama” adlı kitabında insanların bilinçaltına etki etmek için sesi kullanan yöntemleri açıklamıştır. Örneğin, Taylor Metodu ve InnerTalk metodlarıyla sesi kullanarak bilinçaltına ulaşılabilen, iletilmek istenen mesaj insan beynine işlenebilmektedir.

İşitme sistemimizin gerçekte nasıl çalıştığına dair bilimsel araştırmalar, sürekli olarak yeni şaşırtıcı bilgiler ortaya çıkarmaktadır. İnsan işitme mekanizması birçok alt sistemi içeren bir sistemdir. Beyin ve işitsel verilerin işlenmesi gibi konular en az anlaşılan konular olmuştur. İşitme sistemi, yaşayan bir sistem olmasından kaynaklı kısmen metaboliktir (Everest, 1987b, s. 25). Ses, kas sisteminde ve endokrin sistemde de refleksler üretir. Ses aynı zamanda duygusal tepkilere de neden olur. Bu nedenle, akustik performansın karmaşıklığı, seslerin önceki deneyimi, diğer çevresel uyaranların eşzamanlı varlığı, kişinin sağlık durumu gibi çeşitli faktörlere bağlıdır. Yankısız bir odada olduğu gibi, akustik uyaranların olmadığı bir ortamdaki insanlarda izolasyon ve güvensizlik hissiyatı ortaya çıkmaktadır. Çünkü, insanlar fizyolojik işlevlerini rahatlıkla sürdürmek için bir ses arka planına ihtiyaç duymaktadır (Farina, 2014, s. 123).

İşitme mekanizması anatomik olarak üç bölüme ayrılmıştır (Şekil 2.1). Bunlar; dış kulak, orta kulak ve iç kulaktır (Schnupp, Nelken ve King 2011, s. 51). İşlevsel olarak kulak, ses dalgalarını toplamak ve akustik enerjiyi mekanik enerjiye dönüştürmek için bir araya gelen dış ve orta kulak olmak üzere iki ayrı parça olarak düşünülebilir. İç kulak, bu mekanik enerjiyi akustik olayları temsil eden bir dizi sinir uyarılarına dönüştürmektedir (Sound Research Laboratories, 1991, s. 19).



Şekil 2.1. Kulak anatomisi

Ses, kulak kepçesi adı verilen dış kulak tarafından toplanır ve işitme kanalına yönlendirilir. Bu kanalın sonunda kulak zarı bulunmaktadır. Kulak zarının diğer tarafı orta kulağa bakar. Halk arasında çekiç, örs ve üzengi olarak adlandırılan üç kemikçikten oluşmaktadır (Everest, 1987b, s. 25). Çekiç kulak zarına bağlanır ve örs ile üzengi üzerinde üçe bir mekanik avantaj oluşturur. Üzengi, "oval pencere" olarak bilinen, orta ve iç kulakları ayıran zarın bir bölümüne tutturulmuştur. Orta kulakta ayrıca çekiç ve üzengi üzerinde çalışan iki kas bulunmaktadır. Bu kaslarda yüksek seslere tepki olarak kasılma gerçekleşmektedir. Bu kasılmalar, kemikçiklerin hareket genliğini azaltır ve böylece iç kulağa iletilen ses yoğunluğu sınırlanmış olur (Sound Research Laboratories, 1991, s. 20-21). Kulak zarı titreşirken, titreşimler örsü hareket ettiren çekice doğru hareket eder ve bu da üzengi kemiğini harekete geçirir. Orta kulak hava ile doldurulur ve kulak zarının her iki tarafında statik basınç aynı olacak şekilde östaki borusu yutağa açılan hava basıncı eşitlemesi gerçekleşir. Üzengi sallandıkça sesi koklea (kulak salyangozu) içindeki sıvıya iletir. Kokleayı dolduran berrak sıvı, su gibi sıkıştırılamaz. Yuvarlak pencere, ses enerjisinin oval pencere yoluyla koklea sıvısına iletilmesine izin veren nispeten esnek bir basınç tahliye noktasıdır. İç kulakta, oval pencerenin titreşimleriyle zar üzerinde oluşan hareketli dalgalar, beyne sinir uyarıları gönderen kıl hücrelerini uyarır ve işitme olayı gerçekleşir (Everest, 1987b, s. 25).

2.2. Gürültü Kavramı

Akademik çalışmalarda akustik ortama olan ilgi her geçen gün artmaktadır. Yapılan çalışmalar genel olarak temelde sesin tek bir yönüne odaklanmaktadır. Sesin bu yönü gürültü veya başka bir deyişle "istenmeyen ses" kavramıdır. (Yang, 2005, s. 10). Genel olarak tanımların düşünce için önemi felsefenin ilk günlerinden bu yana tartışılan bir konudur. Kelimelerin birincil anlamının yanı sıra çağrışımları, fikir veya anlamları bulunmaktadır. Mevcutta yaygın olarak kullanılan gürültü tanımı "gürültü istenmeyen sestir" şeklindedir (Fink, 2019, s. 2). Fink (2019) çalışmasında, mevcut gürültü tanımının gürültü hakkında doğru ve güncel bilgiler aktarmadığını, "istenmeyen ses" ifadesinin gürültünün yalnızca bir rahatsızlık olduğunu ima ettiğini ve zararlarını göz ardı ettiğini öne sürmüştür. Buradan hareketle gürültü için şu tanımlamayı önermiştir: Gürültü, istenmeyen ve/veya zararlı sestir. Dodd (2001) ise daha farklı bir gürültü tanımı önermiştir: "Gürültü, dinlememeyi tercih ettiğimiz öznel sestir". Bir ses, öznel bir yorumlamadan sonra gürültüye dönüşmektedir. Bazı durumlarda farklı seslerin

karıştırılması bileşen seslerinin ayırt edilmesine izin vermeyen beyaz bir gürültü efekti yaratır. Örneğin, bahar mevsiminde çok sayıda kuşun çok yüksek sesle aynı anda ötmesi, tek tek her bir türün ayırt edilmesini imkânsız kılar ancak ortaya çıkan ses genel olarak "hoş" olarak değerlendirilmektedir. Öte yandan bazı müzik türleri, bazıları tarafından rahatsız edici olarak kabul edilip gürültü olarak değerlendirilebilmektedir (Farina, 2014, s. 123).

Gürültü çalışmaları temelde, ölçülebilen fiziksel ve psikolojik etkileri inceleyebilecek istatistiksel prosedürlerin geliştirilmesi ile ilgilidir. Gürültü çalışmaları sonucunda, özel alanlarda izin verilen veya istenen ses yoğunluklarını belirten çok sayıda indeks oluşmuştur. Bununla birlikte ses, bireyin dünyayı anlamlandırması ve dünyayla iletişim kurması için temel araçlardan biridir ve sesin bu yönü genellikle göz ardı edilmektedir (Yang, 2005, s. 10). Gürültü çok özeldir. Bir kişi için yüksek seviyede ve hoş olmayan şekilde algılanan bir ses, bir başkası için oldukça kabul edilebilir olabilmektedir (Sound Research Laboratories, 1991, s. 29). Sesin kendisi ekolojik olarak etkisizdir (nötr) ve böyle bir sesin istenilebilirliği alıcının fizyolojik ve psikolojik parametrelerine bağlıdır. Bir sesin bağlamının yanı sıra nerede ve ne zaman meydana geldiğini de dikkate almak önemlidir. (Yang, 2005, s. 11).

Hoşa giden seslerin tedavi amacıyla kullanılması geçmiş toplumlardan bu yana uygulanan bir yöntemdir. Müziğin yanı sıra doğada var olan akarsu, şelale, rüzgâr, dalga ve kuş sesleri gibi sesler psikoterapistler tarafından kullanılmaktadır. Bu tür sesler depresyon ve stresin azaltılmasında etkili olmaktadır (Ay ve Günay Aktaş, 2019, s. 70). Ses, Desibel (dB) veya Pascal birimlerinde gürültü ölçer veya desibel ölçer olarak da adlandırılan bir ses seviyesi ölçer kullanılarak ölçülür. Kulağa rahatsızlık verdiğinde ses gürültü olmaya başlar. İnsan kulağı, en sessiz kaynaktan (örneğin uyuyan bir köpek) en yüksek kaynağa (örneğin, kalkan bir jet uçağı) kadar sesleri duyabilir. Genel olarak insan kulağı tarafından tespit edilebilen en düşük basınç değişikliği 0 dB'dir. İnsan kulağı ağrı eşiğini temsil eden basınç değişimi, bir jet uçağının sesine eşdeğer olan yaklaşık 140 dB'dir (Wawa ve Mulaku, 2015, s. 487). İnsanlar 20 ile 200 Hz frekans aralığında gürültüye özellikle duyarlıdır ve bu seviyenin sağlık açısından dikkate alınması gerekmektedir (Murphy ve King, 2014, s. 12). Gürültü, modern dünyada büyük bir sorun haline gelmeye başlamıştır ve her geçen yıl sürekli olarak büyümektedir. Modern bir şehrin ses atmosferi şiddeti 90 dB kadar olabilir. Bu rakam genel olarak 80 dB'in üzerindedir ve her yıl daha da yükselmektedir. Tahminen şehirlerin ses atmosferi büyüme

oranı yılda yarım desibel civarındadır. Buradan hareketle şehirlerin yirmi yıl öncesine göre iki kat daha gürültülü olduğunu söylemek mümkündür (Treasure, 2011, s. 101-102).

Akustik kirliliği oluşturan gürültüler; kaynak ve alıcıların bir çevredeki konumuna ve yayılma yollarına bağlı olarak iki grupta incelebilir (ÇŞİDB, 2011, s. 5).

Açık alanda mevcut olan gürültü kaynakları: Yapıların dışında yer alan kaynaklardan üretilen ve gerek yapı içindeki hacimleri ve gerekse yapı dışındaki açık alanları kullanan kişileri etkileyen gürültülerdir. Bunlar aşağıdaki şekilde gruplandırılabilir:

- Ulaşım gürültüleri: Karayolu, denizyolu, demiryolu, uçak ve havaalanı gürültüleri.
- Endüstri gürültüleri: Endüstriye ait araç, gereç ve makineler ile işyerlerindeki çeşitli faaliyetlerden doğan gürültüler.
- Yapım (şantiye) gürültüleri: Yol ve bina yapım işlerinin ve yapım makinelerinin gürültüleri.
- İnsan etkinliklerine ilişkin gürültüler: Yüksek sesle konuşma, bağırma, çocuk sesleri, spor alanları, atış alanları, radyo TV ve müzik sesleri vb.
- Eğlence ve ticari amaçlı gürültüler: Açık hava sinemaları, eğlence yerleri, satıcı sesleri, kaset ve plakçıların müzik sesleri gibi.

Yapı içi gürültü kaynakları: Yapıların içinde yer alan kaynaklardan doğan seslerdir. Bunlar aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

- Konuşma sesleri
- Adım sesleri
- Ev araçlarının gürültüleri
- Yükseltilmiş müzik sesleri
- Darbe ve eşya sürtünme sesleri
- Kapı çarpmaları
- Büro gürültüleri
- Garaj gürültüleri
- Çeşitli makine ve donanımların gürültüleri (asansör, tesisat vb.)
- Yapı içinde yer alan her türlü işyerinden gelen özel gürültüler

İnsanlar üzerinde yapılan fizyolojik deneyler, orta seviyedeki gürültünün insanları dolaylı yoldan etkilediğini, ancak doğrudan etkiye sahip yüksek seviyedeki gürültüden kaynaklananlara benzer sağlık sorunlarına neden olduğunu göstermiştir. Bu nedenle, akut gürültü etkileri yalnızca yüksek ses seviyelerinde değil, aynı zamanda nispeten düşük çevresel ses seviyelerinde de ortaya çıkabilmektedir (Hurtley, 2009). Görsel sistemden farklı olarak işitme sistemi, uyku saatlerinde de kalıcı olarak aktiftir ve gece düşük seviyeli bir ses bile kişinin uyanmasına, bu durumun devam etmesi halinde kişide yorgunluk ve depresyon oluşmasına neden olabilmektedir. Rahatsızlık, gürültünün uyandırdığı bir hoşnutsuzluk hissi olarak tanımlanmaktadır. Bu parametre sadece gürültünün uyku fonksiyonu üzerindeki etkisini değerlendirmek için değil, aynı zamanda gürültünün diğer olumsuz etkileri için de kullanılır. Birçok araştırma rahatsızlığın, (algılanan) ses yüksekliği ve ses basıncı seviyesi ile ilişkili olduğunu doğrulamıştır (Farina, 2014, s. 113). Tablo 2.1’de T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı Çevre Yönetimi Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanan Çevresel Gürültü Ölçüm ve Değerlendirme Kılavuzu’nda belirtilen gürültü seviyeleri ve bu seviyelerin insan sağlığına muhtemel etkilerine yönelik bilgiler yer almaktadır.

Tablo 2.1. *Gürültülerin sınıflandırması (ÇŞİDB, 2011)*

Gürültü Derecesi	Etkilenme Aralığı (dBA)	Sağlık Üzerine Etkileri
1.Derecedeki Gürültüler	30-65	Konforsuzluk, rahatsızlık, öfke, kızgınlık, uyku düzensizliği ve konsantrasyon bozukluğu
2.Derecedeki Gürültüler	65-90	Fizyolojik reaksiyonlar; kan basıncı artışı, kalp atışlarında ve solunumda hızlanma, beyin sıvısındaki basıncın azalması, ani refleksler
3.Derecedeki Gürültüler	90-120	Fizyolojik reaksiyonlar, baş ağrıları
4.Derecedeki Gürültüler	120-140	İç kulakta devamlı hasar, dengenin bozulması
5.Derecedeki Gürültüler	140 üzeri	Ciddi beyin tahribatı, kulak zarının patlaması

Gürültünün birçok fizyolojik ve psikolojik olumsuz sonuçları vardır. Sosyolojik olarak bireyin yaşam kalitesini etkiler. Gürültü uykuyu bozar, stresi artırır, dikkat dağınıklığına neden olur ve iç huzuru bozar. Genel olarak topluma saygısızlık göstergesi olarak kabul edilmektedir. Gürültüye uzun süre maruz kalmak, işitme kaybına neden olabilir. Yüksek gürültü seviyeleri kan basıncını arttırarak kardiyovasküler etkilere neden olabilir (Wawa ve Mulaku, 2015, s. 487). Gürültü nedeniyle uykunun kesilmesi,

insanların gürültünün nedenine karşı sinirlenmelerine neden olabilir. Sesin maskelenmesi ile konuşma ile iletişimde güçlük yaşanabilir. Yapılan birkaç deneysel çalışmada, üretkenlik ve verimliliğin yüksek gürültü seviyelerinden ciddi şekilde etkilenebileceği ve gürültü seviyeleri azaldığında daha az hata yapılacağı ortaya konulmuştur. Ancak bu durumun her zaman geçerli olmadığı tespit edilmiştir. Gürültü bireyi zihinsel olarak da zayıflatmaktadır. Buradan hareketle gürültünün işitme kaybına, akıl hastalıklarına, üretkenliğin azalmasına ve hatta yaşam kaybına nedeni olabileceği söylenebilir (Sound Research Laboratories, 1991, s. 30).

Gürültüye verilen tepkinin genel olarak, insanlarda çevresel gürültüye maruz kalma ile ilişkili öznel rahatsızlık olduğu kabul edilir. Bireysel gürültü algıları, günlük aktivitelere rahatsızlık veya çevredeki akustik ortam hakkında genel olarak olumsuz bir duygu ile tetiklenebilir. Bireyin bir sesi gürültü olarak algılamasını etkileyen temel özelliklerden biri, ses yüksekliği veya algılanan yoğunluktur (Stansfeld ve Matheson, 2003). İnsan kulağı desibel seviyelerindeki değişiklikleri tespit edebilmektedir. Genel olarak sağlıklı bir kulak, gürültü seviyesinde meydana gelen yaklaşık 3 dB'lik bir değişikliği algılayabilir. Tam sessizlik insanlar tarafından nadiren deneyimlenebilen bir olaydır. Yankısız odalar gibi amaca yönelik olarak inşa edilmiş odalar akustik testler yapmak için kullanılır ve bu odalarda son derece düşük gürültü seviyeleri elde edilebilmektedir. Bazen bu tür odalarda çalışmak, insanlar üzerinde kafa karıştırıcı bir etkiye sahip olabilmektedir. Çünkü insanların bu denli düşük ses seviyelerine ilişkin pek fazla deneyimleri yoktur. Çok sessiz bir ortamda, kulak zarına yakın damarlardaki kan akışı, rahatsız edici bir suskun ses olarak bile duyulabilmektedir (Murphy ve King, 2014, s. 22-23).

Gürültünün en saf biçimine beyaz gürültü denir. Aslında, saf beyaz gürültü var olamaz çünkü tanımı, sonsuz bir frekans aralığında eşit güce sahip bir sestir. Bu, elbette imkânsız olan sonsuz miktarda güç gerektirmektedir. Beyaz gürültüyü anlamamanın en iyi yolu, onu sonsuz boyutlu bir alanda genelleştirilmiş bir işlev olarak görmektir (Kuo, 2018, s. 2). Pratikte beyaz gürültü, tüm duyulabilir frekanslarda eşit güçte olan sestir. Beyaz gürültü kusursuz bir gürültüdür, her yerde aynıdır. Bu nedenle sinyalinin olmadığı veya bütün sinyallerinin eşit derecede olduğu kabul edilir. Bu gürültü ağırlıklı olarak tıslama olarak algılanır. Bunun nedeni işitme duyusunun daha yüksek frekanslara daha açık olması yani dengesiz duyarlılığıdır (Treasure, 2011, s. 102-103).

2.3. Ses Atmosferi Kavramı

Kavramın uluslararası alanyazındaki İngilizce orijinali “Soundscape”dir. Türkiye’de ise şehir ve bölge planlama, mimarlık, çevre mühendisliği ve akustik araştırmacıları tarafından bu kavram; işitsel peyzaj (Özçevik ve Can, 2011; Kaymaz, Belkayalı, ve Akpınar, 2013; Özçevik vd., 2014; Çakır Aydın, Uysal ve Özbudak Akça, 2017; Pouya, 2017; Öner, 2020), ses peyzajı (Erkal ve Yürekli, 2007; Çakır ve İlal, 2017; Karahan, 2018), mekân sesi (Helvacıoğlu, 2011), ses manzarası (Cansaran, 2019), işitsel manzara (Esen, 2016; Güner, 2016) gibi farklı şekillerde Türkçeleştirilerek kullanılmıştır. Ulusal turizm alanyazını incelendiğinde herhangi bir ‘soundscape’ çalışmasına rastlanılmamıştır. Sesin atmosferdeki hava içerisinde yayılabilmesi, tüm varlıkları çevreliyor olması ve atmosferin tanımında “yerküreyi çevreleyen hava” (Kotler, 1973, s. 50) ifadesinin bulunmasından dolayı ‘soundscape’ kavramını Türkçe olarak ifade etmek için bu çalışmada ‘ses atmosferi’ terimi kullanılacaktır. Ayrıca, ‘atmosfer’ teriminin turizmde turist memnuniyetini etkileyen; ortam faktörleri (aydınlatma, ses, koku, ısı vb.), sosyal faktörler (çevrenin insan bileşeni) ve tasarım faktörlerini (mimari, stil ve düzen gibi işlevsel ve estetik unsurlar) (Heide ve Grønhaug, 2006) kapsayan bir terim olarak kullanılıyor olmasından dolayı ‘soundscape’ kavramının ulusal turizm alanyazında ‘ses atmosferi’ şeklinde kullanılmasının daha doğru olacağı düşünülmüştür.

Akustik ortam her zaman ses yoğunluğu ve spektrumu açısından tanımlanamamaktadır. Farklı ses olaylarını oluşturan ve üreten ses kaynağı, bazen bir ses atmosferini belirten bir gösterge olarak görülür. Akustiğin belirli alanlarında ses kaynağı tanımlaması yapılmıştır (Lin, 2011, s. 16). Ses atmosferi ilk olarak Granö (1929) tarafından ileri sürülmüştür. Granö, peyzajın çok duyulu bir deneyim olduğunu vurgulamıştır (Qiu vd., 2018, s. 1). Ancak, Granö ses atmosferi terimini kullanmamıştır. Bunun yerine bir kişiyi direkt olarak çevreleyen alanı temsil eden ‘yakınlık kavramı’ını kullanmıştır (McGregor, 2010, s. 13).

Ses atmosferi kavramının halen evrensel bir tanımı mevcut değildir (Liu vd., 2014, s. 30). Çoğu yazara göre, bir yerin ses atmosferi o ortamda bulunan bir kişi için o yerin akustik ortamının algısal yapısıdır (Truax 1984; Porteous ve Mastin 1985; Gage vd., 2004; Yang ve Kang 2005a; Dubois, Guastavino ve Raimbault, 2006; Kang 2007). Ses atmosferi, algılanabilir seslerin toplamı, bulundukları ortam, konumları, birbirleriyle ve dinleyici ile olan etkileşimleri ve dinleyicinin koşullarını ifade eden ses ortamıdır. Genel olarak belirli bir yeri temsil eden ses alanını açıklamak için kullanılsa da ses atmosferi

teriminin farklı tanımlamaları mevcuttur. Bu yer, halihazırda insan yapımı veya doğal ortamın bir parçası olarak belirli görsel ve diğer fiziksel özelliklere sahiptir. Bu yer aynı zamanda insanların yaşadıkları veya zaman zaman vakit geçirebilecekleri, aktif veya pasif katılımlı olarak faaliyetlerde bulundukları, çevresi ve başkalarıyla etkileşime girebildikleri ortamdır. Bu yerde bazı faaliyetlerde bulunan kişi, akustik ortamdan işitsel uyarımlar almakta ve bu uyarandan kaynaklanan işitsel hisleri yorumlamaktadır (Brown, Gjestland ve Dubois, 2016, s. 5). Axelsson vd. (2010, s. 2839) soundscape in algısal bileşenlerinin, soundscape i oluşturan seslerin türü ile yakından ilişkili olduğunu vurgulamış ve bu bileşenleri “Pleasantness, Eventfulness and Familiarity” olarak belirlemiştir. Pleasantness, seslerin hoşla gitme veya rahatsızlık verme durumunu; eventfulness, seslerin coşkulu, hayat dolu veya sakin olma durumunu; familiarity ise seslerin sıradan, aşina veya nadir olma durumunu ifade etmektedir. Ses atmosferi teriminin asıl kapsamı, bireyin veya toplumun akustik çevreyi algılaması ve anlamasıdır. İnsan algısının fark ettiği bir ses atmosferi vardır, ancak bunun bağlamı önemlidir. Buradan hareketle genel olarak kabul edilebilir bir ses atmosferi tanımı ise şöyledir; belirli bir bağlam içinde insanlar tarafından algılanan ve anlaşılan akustik ortamdır (Brown, 2012, s. 73).

Tablo 2.2’de farklı araştırmacılar tarafından yapılan ses atmosferi tanımlamaları yer almaktadır. Araştırmacılar tarafından tanımlamalarda kullanılan terimlerde de farklılıklar görülmektedir. Yapılan çalışmalar incelendiğinde; akustik ortam, sonik ortam, ses ortamı, işitsel alan, doğal akustik ortam ve çevresel sesler, sesi çevreleyen ortamlar, ortam koşulları, sessiz alanlar; çevresel gürültü kalitesinin iyi olduğu alanlar, yüksek akustik kalitedeki alanlar, şehir ses atmosferi, toplam akustik ortam, toplam ses atmosferi ve akustik ses atmosferi şeklinde farklı terimlerin kullanıldığı görülmektedir (Brown, Kang ve Gjestland, 2011, s. 388).

Tablo 2.2. *Ses atmosferi tanımlamaları*

Tanımlama	Kaynak
“Ses atmosferi, herhangi bir akustik çalışma alanıdır.”	Schafer, 1977
“Ses atmosferi, bireyin ve toplumun bir bütün olarak dinleme yoluyla akustik ortamı nasıl anladığını ifade eder.”	Truax, 1984
“Ses atmosferi, bir odadan bir bölgeye kadar bir alanın genel ses ortamıdır.”	Porteous ve Mastin, 1985
“Ses atmosferi, eş zamanlı olarak fiziksel bir çevre ve bu çevreyi algılamamanın bir yolu; hem bir dünya hem de o dünyayı anlamlandırmak için inşa edilmiş bir kültür.”	Thompson, 2002
“Ses atmosferi, bir dinleyicinin içine daldığı işitsel ortamdır.”	Turner vd., 2003
“Ses atmosferi; kulak, insanlar, ses ortamları ve toplum arasındaki ilişkilerle ilgilidir.”	Zhang ve Kang, 2007
“Ses atmosferi, bir peyzaj tarafından üretilen tüm ses enerjisi olarak tanımlanır ve üç farklı ses kaynağının (jeofoni, biofoni ve antropofoni) örtüşmesinin sonucudur.”	Farina, 2014
“Ses atmosferi her zaman var olan, ancak genellikle fark edilmeyen bir şeydir ve bu nedenle bir film müziği gibi, görsel anlatıyı hem destekler hem de geliştirir.”	Bruce ve Davies, 2014

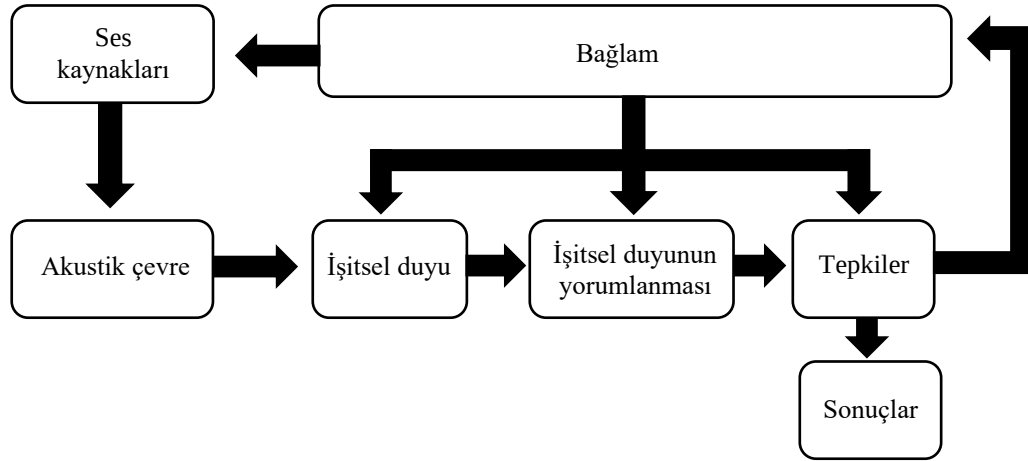
Farina’nın (2014) çalışmasında bahsetmiş olduğu jeofoni, biofoni ve antropofoni kavramları ise şu sesleri ifade etmektedir.

Jeofoni; iklim ve jeolojik olaylar gibi kaynaklardan doğan sesler.

Biofoni; bitki ve hayvanlardan kaynaklanan sesler.

Antropofoni; insanlar veya insan yapımı nesneler tarafından üretilen sesler.

Schafer (1977), ses atmosferini bir çalışma alanı olarak kabul edilen ses ortamının herhangi bir parçası olarak tanımlamıştır. Truax (1984) ses atmosferini sonik ortamdan farklı olarak tanımlayan daha spesifik bir tanım kullanmıştır: “Spesifik olarak, bir sonik ortam belirli bir yerde bulunan tüm akustik enerjiyi tanımlayabilirken, o sonik ortamın, içinde yaşayanlar tarafından nasıl anlaşıldığını ise ses atmosferi ifade eder”. Bu ses atmosferi tanımı ile terim, yalnızca açık alanlar için değil aynı zamanda hoparlörler gibi elektro-akustik kaynaklardan gelen seslerden sağlanan deneyimler için de kullanılmaktadır. Porteous ve Mastin (1985) ise çalışmasında ses atmosferinin mekânsal farklılaşmasına odaklanmıştır. Bir ses atmosferinin algılanması ve yorumlanmasına yönelik süreç çerçevesi Şekil 2.2’de gösterilmektedir.



Şekil 2.2. Akustik bir ortamda bireyin algısal ses atmosferi inşası süreci (Brown, Gjestland ve Dubois, 2016, s. 5-6).

Schafer (1977) üç ses atmosferi özelliğini vurgulamıştır. İnsanların bunları algılama şeklini ise “anahtar (temel-arka plan) sesler”, “ses sinyalleri (ön plan sesleri)” ve “ses imleri (simgesel sesler)” şeklinde kategorize etmiştir. Temel sesler rüzgâr, su, hayvanlar, bitki örtüsü ve jeolojik özellikler dahil olmak üzere coğrafya ve iklimten doğrudan etkilenen bir ortamın arka plan tonlarıdır. Bu sesler bilinçli olarak dinlenmeyen ancak kişinin yer duygusunu derinden etkileyebilen seslerdir. Ses sinyalleri temel seslerin aksine tipik olarak bilgi veya uyarıları (örneğin; araba kornaları veya ambulans sirenleri) ilettikleri için bilinçli olarak dinlenebilmektedir. Yer işaretleri gibi ses işaretleri de belirli konumlara özgü seslerdir. Eşsiz ses atmosferleri, daha sonra mekanların farklılaştırılmasına izin veren ses atmosfer desenleri olarak tanımlanabilir (Yang ve Kang, 2005a, s. 62; Pijanowski vd., 2011, s. 1216).

Kentsel, kırsal, doğal veya vahşi alanlar gibi dış mekânlarda yaşanan akustik ortamın algılanmasına olan ilgi giderek artmaktadır. Geçtiğimiz on yılda, ses atmosferi alanındaki çalışmalar, insanlar ve onların akustik çevreleri arasındaki ilişkiyi anlamak, onların değer verdiği sesleri, belirli yer ve faaliyet bağlamında oluşan tepkilerini incelemek üzerine olduğu görülmektedir (Kamp vd., 2016, s. 44). Ses atmosferi yaklaşımı, akustik tasarım veya dış mekânın yönetimi yoluyla tıpkı peyzaj tasarımının görsel algıyı iyileştirmek için uygulandığı gibi insanlar için yüksek kalitede ve değerli olan akustik ortam unsurlarının yönetimini içermektedir. Ses atmosferi ekolojisi, bir peyzaj içindeki sesin ve organizmalar üzerindeki etkisinin incelenmesidir. Ses, kentsel çevrenin ayrılmaz bir parçasını oluşturur. Kentsel planlama ve tasarım sürecinde görsel

estetikle aynı önem seviyesinde değerlendirilmesi gerektiğine dair artan bir farkındalık oluşmuştur. Doğal bir ses atmosferi, yaşanabilirliğin ve yaşam kalitesinin önemli bir yönüdür (Pouya, 2017, s. 184). Bütün bu bilgiler ışığında ses atmosferini, “fiziksel çevreyi anlamlandıran seslerin oluşturduğu işitsel ortamdır” şeklinde tanımlamak mümkündür.

2.3.1. Ses atmosferi çalışmalarının gelişimi

Ses atmosferi çalışmaları akustik, estetik, antropoloji, mimari, ekoloji, etnoloji, iletişim, tasarım, insan coğrafyası, bilgi, peyzaj, hukuk, dilbilim, edebiyat, medya sanatları, tıp, müzikoloji, gürültü kontrol mühendisliği, felsefe, pedagoji, psikoloji, siyaset bilimi, dini araştırmalar, sosyoloji, teknoloji ve şehir planlama (Kang, 2007, s. 44) dahil olmak üzere birçok farklı disiplinle doğrudan veya dolaylı olarak ilişkilidir. Her bir disiplinde önemli bulgular elde edilmiştir. Ancak bu bulgular nadiren ilgili disiplin sınırlarının ötesine yayılmaktadır. Yakın ilişkili disiplinler arasında bile metodoloji ve teori, zaman zaman uyumlu olmamaktadır (Karlsson, 2000, s. 12).

Ses atmosferi çalışmalarının ilk odak noktası insan, ses ve toplum arasındaki ilişki olmuştur. Ses atmosferinin öncü araştırması, 1960'larda Schafer tarafından yapılmıştır. Bir müzisyen ve besteci olan Schafer'in ilk ses atmosferi çalışmaları her zaman kulak, insanlar, ses ortamları ve toplum arasındaki ilişkiyle ilgili olmuştur. 1960'ların sonunda ve 1970'lerin başında, Dünya Ses Atmosferi Projesi (World Soundscape Project-WSP) gerçekleştirilmiştir. Schafer'in ses kirliliği süreci yoluyla sonik ortama dikkat çekmeye yönelik ilk girişimi, Vancouver'ın (Kanada) hızla değişen ses atmosferinin daha gürültülü yönlerine duyduğu kişisel hoşnutsuzluğundan kaynaklanmaktaydı. İnsanların çevrelerini bilinçli olarak algılama biçimleri ve küresel ses atmosferi düzenini değiştirme şansı projenin odak noktasıydı (Truax, 1984). Schafer 1975'te İsveç, Almanya, İtalya, Fransa ve İskoçya'daki beş köyün ses atmosferinin ayrıntılı incelemelerini yapan bir araştırma projesini içeren bir Avrupa turuna liderlik etmişti (Kang, 2007, s. 43-44).

Tur süresince bu beş köyün ses atmosferlerinin kapsamlı incelemelerini yürüten konferanslar, çalıştaylar ve bir araştırma projesi Avrupa'daki büyük şehirlerde gerçekleştirildi. Bu yolla, bir Dünya Ses Atmosferi Projesi'nin analog teyp kütüphanesi oluşturuldu. "European Sound Diary (Avrupa Ses Günlüğü)" ve "Five Village Soundscapes (Beş Köy Ses Atmosferi)" adlı derinlemesine ses atmosferi analizi içeren iki makale yayınlandı (Zhang ve Kang, 2007, s. 69). Ses atmosferi üzerine yoğunlaşmış

bir metin olan Schafer'in "The Tuning of the World (Dünyanın Akortu)" adlı kitabı 1977 yılında; Barry Truax'ın akustik ve ses atmosferi terminolojisi için bir referans kabul edilen "Handbook for Acoustic Ecology (Akustik Ekoloji El Kitabı)" adlı çalışması da 1978 yılında yayınlanmıştır.

Ekolojik açıdan dengeli bir varlık olarak dünyanın ses atmosferine yönelik ortak kaygıları paylaşan üyelerle Akustik Ekoloji İçin Dünya Forumu (World Forum for Acoustic Ecology-WFAE) 1993 yılında kuruldu. 1996 yılında Japonya Çevre Ajansı, "Japonya'nın Yüz Ses Atmosferi" adlı bir proje gerçekleştirdi (Zhang ve Kang, 2007, s. 68). Corbin (1998) Village Bells (Köy Çanları) kitabında 19. Yüzyıl Fransa'sının ses atmosferini duysal deneyimler ve tutkular çerçevesinde ifade etmeye çalışmıştır. Bu kitapta ses atmosferi sosyolojik açıdan incelenmiştir. Corbin'e göre kilise çanları o dönemde sosyal, politik ve dini mücadeleleri ifade etmekteydi ve toplumda duysal bir etki oluşturmaktaydı (Corbin, 1998).

Ses atmosferi çalışmalarında hızlı gelişmeler yaşanmaktadır. Tasarlanan büyük ölçekli gürültü haritalama yazılım paketleri dünya çapında yaygınlaşmış durumdadır. Buna uygun olarak, mikro ve makro ölçekli alanlarda ses yayılımı için çeşitli tahmin yöntemleri oluşturulmuştur. Bunlar yeni gürültü kontrol önlemleri ile tasarım yöntemleri için kullanılmaktadır. Öznel değerlendirme açısından, kullanıcıların ses atmosferi hakkındaki görüşlerini bütünsel bir bakış açısıyla genelleştirmek için multidisipliner bir yaklaşımla birçok yeni değerlendirme yöntemi önerilmiştir. Genel anket araştırması da bu açıdan önemli ve faydalı bir yöntem olmaya devam etmektedir. Aynı zamanda, ses atmosferi tasarımının önemi zamanla aşamalı olarak kabul edilmiştir ve bu durum basit bir şekilde "gürültü seviyesini düşürme" çabasından "pozitif bir ses atmosferi tasarımına" doğru büyük bir ilerleme şeklinde olmuştur. Bu nedenle, politika ve düzenlemelerde bir dizi önemli eylem yol açan çeşitli düzeylerde gürültü sorunlarına büyük önem verilmiştir (Kang, 2007, s. 27).

2.3.2. Seslerin sınıflandırılması

Çevresel sesleri tanımlamak ve analiz etmek için araştırmacılar tarafından farklı sınıflandırmalar oluşturulmuştur. Sesleri tanımlamak için kullanılan en yaygın terimler "doğal", "insan" ve "mekanik"tir (Payne, 2009, s. 57-58). Schafer (1977) seslerin; fiziksel özelliklerine (akustik), algılanma şekillerine göre (psikoakustik), işlevlerine ve anlamlarına göre (göstergebilim ve anlambilim) ya da duysal veya duysal

niteliklerine (estetik) göre sınıflandırılabilceğini belirtmiştir. Bu sınıflandırmaların her biri aynı zamanda alt sınıflandırmaları da içermektedir. Bu tür sınıflandırmalar, ses kaynağının doğru tanımlanmasına bağlıdır. Bu durum bağlamsal ve görsel bilginin de gerekli olabileceği anlamına gelmektedir. Çünkü şelale sesi ve kalabalık bir karayolu trafiği sesi gibi bazı sesler aynı şekilde algılanabilir ve çok benzer akustik özelliklere sahip olabilir (Payne, 2009, s. 57-58). Buradan hareketle ses olgusunun bir bireyin onu algılamasına göre, faydalı-anlamlı ses ve rahatsız edici-anlamsız ses olarak da sınıflandırılabilceğini söylemek mümkündür (Yang, 2005, s. 10).

Schafer (1977) “The Soundscape: Our Sonic Environment and the Tuning of the World” adlı kitabında sesleri “fiziksel karaktere” ve “referansiyel özelliklerine” göre sınıflandırmıştır. Fiziksel sınıflama seslerin fiziksel özelliklerine göre (atak, gövde, düşüş, süre, frekans, dinamik) yapılmış bir sınıflamadır. Referansiyel sınıflandırma ise Tablo 2.3’te görüldüğü üzere seslerin fonksiyonlarına ve anlamlarına göre (doğal sesler, insan sesleri, toplum sesleri, mekanik sesler, sükûnet ve sessizlik, gösterge sesler) yapılan sınıflandırmadır. Belirlenen her bir başlık ayrıca alt başlıklara ayrılmaktadır. Bu sınıflandırmalara ek olarak Schafer; mitolojik sesler, ütöpik sesler, rüya ve halüsinasyonların psikojenik seslerini de eklemiştir (Schafer, 1977, s. 144).

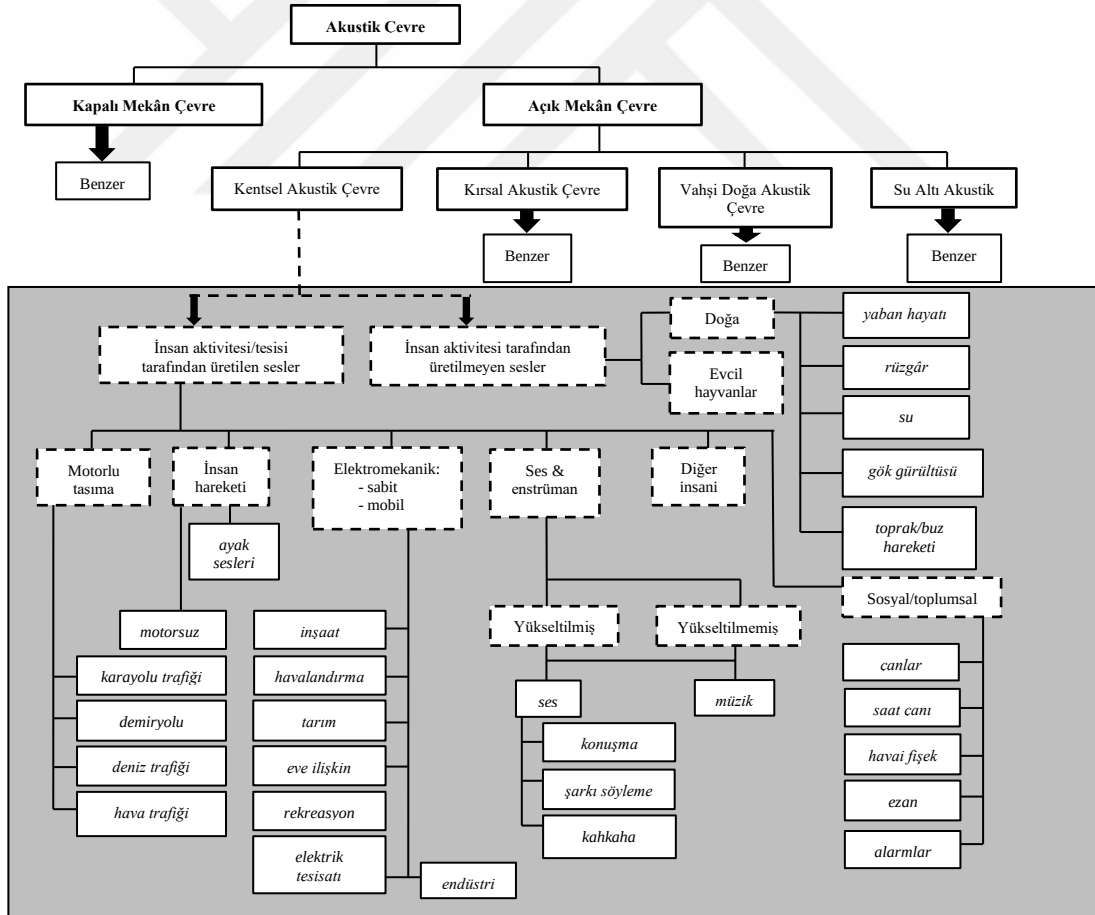
Tablo 2.3. Schafer’in referans yönlerine göre sesi sınıflandırması

I. Doğal Sesler	II. İnsan Sesleri	III. Toplum Sesleri
- Oluşma - Sonlanma - Su - Hava - Dünya - Ateş - Kuşlar - Hayvanlar - Böcekler - Balık & Deniz canlıları - Mevsimler	- İnsan sesi - Vücut - Giyim	- Kırsal ses atmosferi - Kasaba ses atmosferi - Şehir ses atmosferi - Deniz kıyısı ses atmosferi - Eve ait ses atmosferi - Ticaret, meslekler ve geçim kaynakları - Fabrikalar & İş yerleri - Eğlence - Müzik - Seremoniler & Festivaller - Parklar & Bahçeler - Dini bayramlar
IV. Mekanik Sesler	V. Sükûnet & Sessizlik	VI. Gösterge Sesler
- Makineler - Endüstriyel & Fabrika ekipmanları - Taşımacılık makineleri - Savaş makinası - Trenler & Tramvaylar - İçten yanmalı motor		- Ziller & Çanlar - Kornalar & Islıklar - Saat sesi - Telefon - (Diğer) Uyarı sistemleri

Tablo 2.3. (Devam) Schafer'in referans yönlerine göre sesi sınıflandırması

- Uçak - İnşaat ve yıkım ekipmanları - Mekanik aletler - Vantilatör & Klimalar - Savaş ve yıkım aletleri - Tarım makinesi		- (Diğer) Memnuniyet göstergeleri - Gelecekteki olayların göstergeleri
--	--	---

Brown, Kang ve Gjestland (2011) yaptıkları çalışmada bir akustik ortamdaki tüm ses kaynaklarını sınıflandırarak araştırmacılar için ses kaynağı tanımlamasında ortak bir çerçeve veya kontrol listesi oluşturmayı amaçlamışlardır. Bu, ses kaynaklarını mekânlar arasında karşılaştırmayı ve farklı çalışmalarda oluşabilecek farklı sınıflandırmaları, değer yargılarını ve tanımlamaları azaltmayı sağlamaktadır. Brown, Kang ve Gjestland, (2011) tarafından oluşturulan Şekil 2.3 akustik çevrenin sınıflandırılması açısından olası ses kaynaklarını göstermektedir.



Şekil 2.3. Akustik çevrenin sınıflandırılması (Brown, Kang ve Gjestland, 2011)

Sesler, kapalı mekân (indoor) ve açık mekân (outdoor) sesler olarak iki bölümden oluşmaktadır. Açık mekân sesler de kentsel, kırsal, vahşi doğa ve su altı şeklinde alt başlıklara ayrılmıştır. Sınıflandırma, çoğunlukla kentsel ses atmosferi çalışmalarından yararlanılarak yapılmış olsa da uygulamada geniş kapsamlı olacak şekilde tasarlanmıştır.

2.4. Turizmde Ses Atmosferi

Peyzajlar; deneyimleri, eylemleri, sağlığı ve refahı etkilemektedir (Cerwén, Wingren ve Qviström, 2017, s. 1253). Yerler ve bu yerlere ait coğrafi peyzajlar turistik deneyimler içerisinde temel rol oynamaktadır. Seyahat ve turizm, turistlerin deneyim arayışlarıyla ilişkilidir. Zihindeki coğrafi görünüm algısı, bireylerin sahip olduğu bilgi veya beklentiler ile şekillenir ve turistlerin yerleri etkili bir şekilde deneyimlemelerine yardımcı olmaktadır (Günay Aktaş, Yayla ve Ekincek, 2018). Turizm ve rekreasyon faaliyetleri genellikle olumlu algılanan, güzel ve kaliteli olduğu düşünülen peyzajlar temelinde gelişmektedir. Bu yüzden turizm ve rekreasyon faaliyetleri peyzaj deneyiminden etkilenmektedir. Peyzaj algısı farklı algıları içermektedir. Ancak bu algılar arasında görsel algı en baskın olanıdır (Bernat, 2014, s. 109; Francomano vd., 2022). Fakat görme duyusu, benliğin dünyayı algılamasında tek başına yeterli değildir (A. Liu vd., 2018, s. 164).

Post-modernist dönemde turistler sadece güzel, sıra dışı veya ilginç yerleri değil, aynı zamanda bir seyahati deneyimlemenin yeni yollarını da aramaktadırlar. Eskiden çok sayıda kitle turizmi teşebbüsünün güvendiği görsel unsurlar, günümüz tatilcilerini cezbetmek için artık yeterli görülmemektedir (Bernat, 2014, s. 108-109). Turist deneyimlerinin sadece görsel değil, aynı zamanda çok algılı olduğunu ve turizmin çeşitli duysal alanları kapsamı gerektiği son dönemde kabul gören bir gerçektir (A. Liu vd., 2018, s. 164). Turistler tatmak, koklamak, dinlemek ve hissetmek için farklı yerlere gitmek ve buralarda farklı faaliyetlere katılmak isterler (Franklin, 2003). Son yıllarda turizm alanında çalışma yapan araştırmacılar, turist deneyimlerini anlamak için somutlaştırılmış faaliyetleri vurgulayarak, turistlerin diğer duyularının önemli yönlerini işaret etmişlerdir (Kang ve Gretzel, 2012, s. 441).

Turizm deneyimi, turizm pazarlama ve yönetimi literatüründe kapsamlı bir şekilde araştırılmış bir konudur. Bir destinasyonun çevresel niteliklerinin, estetik açıdan değerlendirmesine katkıda bulunabileceği ve genel turist deneyimini etkileyebileceği kanıtlanmıştır. Bu nedenle, bir yerin peyzajı ve akustik çevresi gibi estetik nitelikleri, turistik memnuniyetin temel bileşenleri olarak görülmelidir (Aletta vd., 2017, s. 2). Turist

deneyiminin önemli bir kısmı çevrelerindeki seslerle ilişkilidir (Qiu, Zhang ve Zheng, 2018, s. 1). Ses çoğunlukla duygusal, değişken, akıcı ve bedenine içine ve dışına doğru hareket eden bir bilgi biçimini harekete geçiren ilişkisel bir coğrafya oluşturmaktadır (LaBelle, 2010, s. xvii). Buradan hareketle, görülmeyen sadece duyulan olaylardan oluşan ses atmosferi kavramının turizm açısından da önem arz ettiği söylenebilir (Ay ve Günay Aktaş, 2019, s. 67). Turistlerin görsel deneyimlerinin diğer deneyimlerden daha fazla vurgulandığı görülse de ses atmosferi, görsel uyaranlarla deneyimlenemeyen bazı özel algıları tetikleyebilmekte ve insanların çevrelerini daha kapsamlı bir şekilde anlayarak daha rasyonel davranmalarına yardımcı olabilmektedir (Qiu, Zhang ve Zheng, 2018, s. 1-2). Ses, bir kültüre ait derin bilgiler içerebilir. Tek bir seste koca bir tarih veya kültür bulunabilir (LaBelle, 2010).

Ses atmosferi, peyzaj kompozisyonunun önemli bir parçası olduğundan, bu alandaki araştırmacılar ses atmosferinin üç unsuru içeren işitsel özelliklerine odaklanmıştır. Bunlar; sesler, dinleyiciler ve çevredir. Bu unsurlar arasında dinleyici, ses atmosferi araştırmalarının ana amacı ve ses atmosferini doğrudan algılayandır. Bir ses atmosferi hakkındaki görüşler kişisel deneyimlerden, kültürel geçmişten, çevreden ve diğer faktörlerden etkilenecek algısal farklılıklara neden olmaktadır. Ses atmosferi, "uzamsal-zamansal" iki boyutlu bir özelliğe sahip olan belirli bir "uzay-zamansal" ortamda üretilen hem zamansal hem de uzaysal bir fenomendir. Turistik destinasyon peyzajlarının da özel bir bileşenidir (Zuo vd., 2020, s. 2). Dubois ve diğerleri (2006) ses atmosferini değerlendirirken bağlamının basınç seviyesinden daha önemli olduğunu savunmuştur. Bağlam, "bir olay, ifade veya fikrin tam olarak anlaşılabilirliği ve değerlendirilebileceği durumlar" olarak tanımlanabilir (Bruce ve Davies, 2014). Dubois ve diğerlerinin (2006) vurguladığı bağlam; gürültü türü, kaynak türü ve ona yüklenen anlamı ifade etmektedir.

İşitsel deneyimler turizm deneyiminin bir parçasıdır. Turistlerin sesleri dinleme şekli, rekreasyon alanlarıyla ilgili duygusal deneyimlerini etkileyen önemli bir faktördür (Watt ve Duffy, 2010). Bu nedenle, bir ses atmosferini dinlemek aynı anda fizyolojik, psikolojik ve kültürel olarak işleyen bir süreçtir ve sadece görsel manzaraya bakmaktan güçlü bir şekilde farklılaşmaktadır (Qiu vd., 2018, s. 1). Ses atmosferi algısı son derece özeldir ve bu nedenle genel kabulden yoksundur. Görsel peyzaja kıyasla daha doğrudan ve daha hızlı algılanabilmektedir (Schafer, 1977). Bu nedenle turistlerin duygularını daha kolay harekete geçirebilmektedir. Bakmanın ve dinlemenin farklı etkileri, turist deneyiminin çeşitli duyularla tetiklenebileceğini de göstermiştir. Ses atmosferi, görsel peyzajdan farklı

belirli bir deneyim türü sağlayarak, ortamdaki çeşitli duyguları geliştirmeye ve etkilerini arttırmaya yardımcı olmaktadır. Böylece beyin, birden fazla duyu organından gelen deneyim bilgilerini entegre edebilmektedir. Ses atmosferi ve görsel peyzajın uyumlu olduğu destinasyonlarda, turistlerin genel memnuniyeti bundan olumlu yönde etkilenmektedir (Qiu vd., 2018, s. 10).

2.5. Rekreasyon Kavramı

Son yüzyılda dünyada önemi giderek artan faaliyetlerden biri haline gelen turizm, birçok faktörün karşılıklı etkileşimi sonucu ortaya çıkmıştır. Turizmin temelinde yer alan “seyahat” olgusu, geniş kapsamlı faaliyetlerden oluşan rekreasyonun da bir yönünü oluşturmaktadır (Özgü, 2020, s. 9). Serbest zaman olgusu ise boş zamanı, boş zaman olgusu da rekreasyonu içinde barındırmaktadır. Rekreasyon boş zaman süresince yer alır ancak boş zamanın tümü rekreasyon olarak ifade edilmemektedir (Taştan, 2020, s. 2).

Rekreasyon bir ihtiyaç sonucunda ortaya çıkmaktadır. İhtiyaç ise bir şeyin eksikliğini hissetmektir. Buradan hareketle günümüz insanının günlük hayattaki sorumluluklarının artması ve yaşamının daha karmaşık bir yapıya bürünmesi ile bu sıkıntılardan sıyrılacak ve yenilenme sağlayacak bir unsura ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Bu unsur da rekreasyondur (Karaküçük, 2019, s. 101; Taştan, 2020, s. 2). Rekreasyon, zevk ve tatmin amaçlı yapılan veya boş zamanlarında insanların yaşamlarını zenginleştiren bir faaliyettir (Bammel ve Burrus-Bammel, 1982).

Rekreasyon kavramı genellikle boş zaman ile karıştırılmaktadır. Kelime anlamı olarak Latince “recreatio” kelimesinden türetilen rekreasyon, “yenilenmek”, “tazelenmek” ve “sağlığı tekrar kazanma” anlamlarına gelmektedir (McLean ve Hurd, 2011, s. 24). Rekreasyon çok kısaca, insanların “var olmak (uyuma, yeme-içme vb.) ve geçim (çalışma, işe gidiş-geliş, çocuklar için okul, kadınlar için ev işleri vb.) için gerekli olanın dışında kalan zamanlar” olarak tanımlanan boş zamanlarında yaptıkları faaliyetleri ifade eden bir kavramdır. Türkçede bazen “dinlenme” bazen de “dinlence” faaliyetleri olarak da anılmaktadır (Özgü, 2020, s. 9). Rekreasyon, bireyin boş zamanında bireysel ya da grup olarak, bağımsız bir şekilde ve isteyerek, karşılığında maddi bir çıkar ya da karşılık beklemeden eyleme dönüşerek gerçekleştirdiği aktiviteler olarak da açıklanabilmektedir. Başka bir tanıma göre ise rekreasyon, davranışın nedeni olmaktan çok duyguların nedenidir; kişisel ve psikolojik bir reaksiyon, bir tutum, bir yaklaşım, bir yaşam tarzı ve mutlu olma hissi ile ilgili bir kavramdır (Munusturlar, 2016, s.11).

Rekreasyon tanımlanırken genellikle “yenilenme” ve “etkinlik” ifadelerinin kullanıldığı görülmektedir. Ancak bazı tanımlamalarda etkinliğin zorunluğu olmadığı da belirtilmiştir. Rekreasyon geleneksel olarak bireyi tazeleyen bir süreç olarak düşünülmektedir. Bireyi iş yaşamı için yenileyen etkinlikler olarak görülmektedir. Rekreasyon aynı zamanda oyun ve serbest zaman arasındaki kaynaşmayı ifade etmektedir (Tekin, Tekin ve Çalışır, 2017, s. 5). Rekreasyon, nasıl olursa olsun, insan yaşamını canlandırmaktadır. Ayrıca, insanın biyotik ve fiziksel çevresindeki yaşamın da iyileştirilmesini ifade etmektedir. Buna göre, yalnızca insanın değil, insanla birlikte çevresinin de (yani coğrafi mekânın) canlandırılması ya da yeniden yaratılması gerekliliği üzerinde durulmaktadır (Özgü, 2020, s.9-10).

Bireylerin boş zamanlarının çoğalması, sağlık imkanlarının iyileşmesi, emeklilik koşullarının iyileşmesi, teknolojiye yaşanan gelişmeler, kadın çalışan sayısının artması, toplumdaki eğitim düzeyinin yükselmesi, refah düzeyi, aktivitelerin ve bunların alternatiflerindeki artış, içsel-dışsal birçok motivasyon unsurunun oluşması ve daha birçok olumlu faktör rekreasyon katılımını olumlu etkileyen nedenlerdir (Taştan, 2020, s. 2). İnsanlar, iş yaşam alanlarının ve zamanlarının dışındaki ortam ve zamanda gerçekleşen, gönüllü olarak katıldıkları etkinliklerin kazandırdığı davranışlarla yenilenmektedir. Rekreasyona duyulan ihtiyacın nedenleri kişisel, toplumsal, ekonomik, çevresel ve sosyal sınıflar bakımından incelenebilir. Kişisel yönden rekreasyona duyulan ihtiyacın nedenleri olarak şunlar söylenebilir (Karaküçük, 2019, s. 100-103):

- Fiziksel sağlığı geliştirir.
- Ruh sağlığını iyileştirir.
- İnsanı sosyalleştirir.
- Kişisel beceri ve yeteneğin gelişmesini sağlar.
- Heyecan ve macera ihtiyacını giderir.
- Eğitimsel açıdan yarar sağlar.
- Yaratıcı hayal gücünü geliştirir.
- Çalışma başarısı ve iş verimini artırır.
- İnsanı mutlu eder.
- Duygusal gereksinimi giderir.
- Yaşam kalitesini artırır.

Demokratik toplumsal ortamının oluşturulması ve bireyler arasındaki dayanışmanın artırılması gibi amaçlar rekreasyona duyulan toplumsal ve sosyal ihtiyaçları tanımlamaktadır. Rekreasyon faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi için belirli yatırım ve işletmeciliğe ihtiyaç vardır. Bu kapsamda ele alındığında rekreasyon önemli bir ekonomik potansiyele sahiptir. Bu ekonomik potansiyel rekreasyona duyulan ekonomik ihtiyaçları ifade etmektedir. Rekreasyon aktivitelerinin belirli bir kısmı doğayla iç içe gerçekleşmektedir. Bu yüzden doğanın korunmasına ve bireylerde doğa bilincinin oluşturulmasına önemli katkı sağlamaktadır. Bunlar da rekreasyona duyulan çevresel ihtiyacı ifade etmektedir. Sosyal sınıflar açısından rekreasyon ihtiyacına bakıldığında; kişilerin sosyal statüsünü sürdürme ve fiziksel-ruhsal yararlar elde etme arzularının ön plana çıktığı görülmektedir (Karaküçük, 2019, s. 103-104).

Rekreasyonun tanımlanmasında kullanılan temel kavramlar; zaman, seçim, gönüllü katılım ve faydadır. Zaman, etkinliğin serbest zaman içinde gerçekleşmesini; seçim, bireyin katılacağı etkinliği kendisinin belirlemesini; gönüllülük, isteyerek ve zorlama olmaksızın etkinliğe katılmayı; fayda ise bireyde fiziksel, zihinsel, psikolojik ve sosyal açıdan bir gelişim sağlanmasını ifade etmektedir (Tekin, Tekin ve Çalışır, 2017, s. 5). Pek çok insan için dans etmek, şarkı söylemek, enstrüman çalmak, doğada vakit geçirmek, balık tutmak, fotoğraf çekmek veya spor yapmak bir rekreasyonel etkinliktir. Ancak, bazıları için de bu etkinlikler “iş” ya da “görev” olabilmektedir. Buradan hareketle rekreasyonda önemli olan noktanın, yapılan bu etkinliğin birey tarafından dış etkenlere bağlı kalmaksızın özgürce seçilmesi, bireyin zevk alması ve onun için fayda getirici olması gerektiği söylenebilmektedir (Taştan, 2020, s. 3). Boş zamanda yapılan fakat rekreasyon ile bağlantılı olmayan bazı aktiviteler vardır. Örneğin; ibadetler, ders çalışmak veya zorunlu ebeveyn ziyaretleri gibi etkinlikler ile suç unsuru olan hırsızlık, uyuşturucu ve aşırı alkol kullanımı, kumar gibi durumlar rekreasyon kapsamı dışındadır (Karaküçük, 2019, s. 99).

2.5.1. Rekreasyon faaliyetlerinin sınıflandırılması

Rekreasyon faaliyetleri çeşitli açılardan değerlendirilip sınıflandırılabilir. Leitner ve Leitner (2004) çalışmalarında, rekreasyon faaliyetlerini geniş bir yelpazede on üç kategoride sınıflandırmayı amaçlamıştır. Bu sınıflama şu şekildedir (Leitner ve Leitner 2004, s. 15):

Basit eğlence: Bu kategori seyirci sporlarını, filmleri, televizyonu ve katılımcıya çok fazla fiziksel, zihinsel veya sosyal gereksinim yüklemeyen zevk sağlayan her türlü etkinliği içermektedir.

Zihinsel aktivite, düşünme ve öz farkındalık: Bu kategorideki rekreasyonel aktivitenin en iyi örneği meditasyondur. Bu başlık altında sıralanabilecek diğer yaygın faaliyetler okuma ve yazmadır (zevk için).

Spor ve egzersiz: Bu kategori basketbol, aerobik, rüzgâr sörfü ve ağırlık kaldırma gibi aktiviteleri içermektedir.

Müzik: Müzik kategorisi, bestelemek de dahil olmak üzere geniş bir dinleme ve katılım faaliyetlerini kapsamaktadır.

Sanat: Bu kategori yağlı boya, heykel ve vitray gibi etkinliklerin yanı sıra sanat değerlendirme etkinliğini de kapsamaktadır.

Dans: Dans kategorisi hem seyirci hem de katılımcı aktivitelerini içermektedir. Müzik, sanat ve dans kategorileri, genellikle “kültürel/estetik etkinlikler” olarak adlandırılan bir kümeyi oluşturmaktadır.

Hobiler: Hobiler kategorisi de çok geniştir. Pul koleksiyonculuğu, model yapımı, el sanatları gibi koleksiyon faaliyetlerini içermektedir.

Oyun oynamak: Çok sayıdaki çocuk oyunu ve masa oyunları ile "yeni" veya rekabetçi olmayan oyunlar ve spontane oyun aktiviteleri bu kategoriye dahil edilmiştir.

Rahatlama: Spa masajı ve sıcak banyo, rahatlama kategorisindeki faaliyetlerin başlıca örnekleridir.

Sosyal aktivite: Aile toplantıları, partiler ve kulüplere katılım gibi aktiviteler bu kategoridedir.

İnsani yardım hizmetleri: Bu kategorideki etkinlikler birçok türden gönüllü çalışmayı ve insani yardım hizmetleri sağlayan kuruluşlara katılımı kapsamaktadır.

Doğa aktiviteleri/açık hava rekreasyonu: Bu kategori doğa yürüyüşü ve balık tutma gibi dış mekânın (outdoor) veya doğal bir kaynağın odak noktada olduğu etkinlikleri kapsamaktadır.

Gezi ve Turizm: Bu kategori, boş zaman hizmetleri endüstrisinin belki de en büyük bölümünü ve rekreasyonel faaliyetlere yapılan harcamaları kapsamaktadır. Bir anlamda, diğer on iki kategoriyi de kapsayan kategoridir. Çünkü seyahat ederken veya bir

turdayken, diğer on iki kategorideki etkinliklerin herhangi birine veya tümüne katılım mümkün olabilmektedir.

Rekreasyonel aktivitelerin bu şekilde sınıflandırılmasının amacı, her bir rekreasyonel aktiviteyi kendi yapısına uygun bir kategoriye yerleştirmek değil, rekreasyon kavramı altında yer alan aktivitelerin geniş kapsamlı olduğunu ortaya koymaktır (Leitner ve Leitner, 2004, s. 15). Yapılan diğer sınıflamalar, etkinlikleri gerçekleştiren kişiye, etkinliğin yapıldığı yere göre farklılık göstermektedir. Aslında bireyin etkinliğe katılım amacı rekreasyonun çeşidini ortaya koymaktadır. Geçen zaman içerisinde bireylerin ihtiyaç ve istekleri sürekli değişim gösterdiğinden, rekreasyon faaliyetlerinde de çeşitlilikler ortaya çıkmıştır. Bu zamana kadar tercih edilen ve gerçekleştirilen rekreasyonel faaliyetler ele alındığında rekreasyonun amaçlarına ve çeşitlerine göre sınıflandırıldığını söylemek mümkündür (Taştan, 2020, s. 5).

➤ Amaçlarına göre rekreasyonun sınıflandırılması şöyledir (Akoğlan Kozak, 2017; Taştan, 2020):

- *Sportif açıdan rekreasyon etkinlikleri:* Yüzme, futbol oynama vb.
- *Kültürel açıdan rekreasyon etkinlikleri:* Nakış işleme, müze ziyaretleri vb.
- *Sanatsal rekreasyon etkinlikleri:* Dans etmek, enstrüman çalmak vb.
- *Sosyal rekreasyon etkinlikleri:* Eğlence partileri, düğüne katılmak vb.
- *Turistik rekreasyon etkinlikleri:* Turistik turlara katılmak vb.

Bütün bu etkinlikler ayrı ayrı sınıflandırılmış olsalar da birbirlerinin içinde yer aldıkları aşikârdır. Örneğin, kültürel amaçlı bir rekreasyon etkinliği sosyal ve sanatsal rekreasyon etkinliğine de dahil olabilmektedir (Taştan, 2020, s. 7).

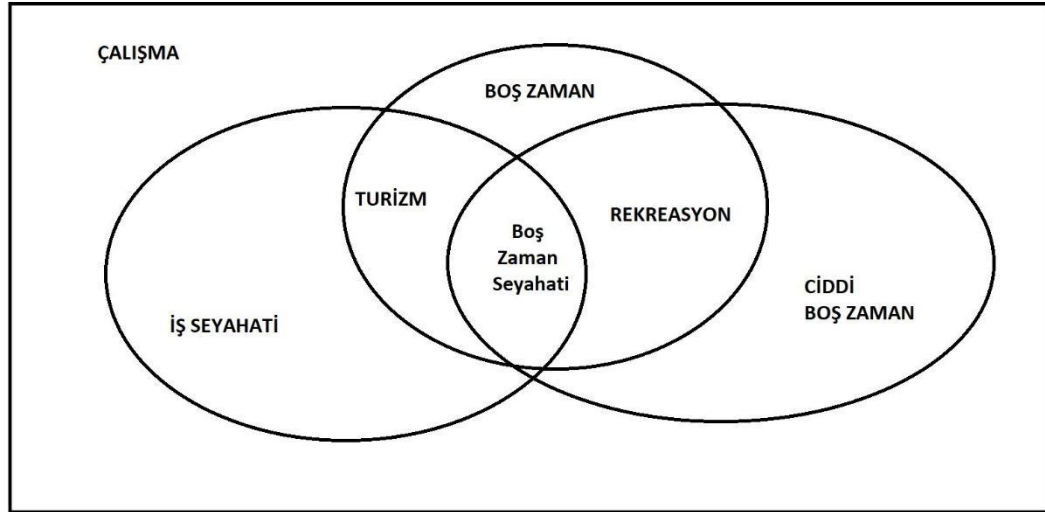
➤ Çeşitlerine göre rekreasyonun sınıflandırılması şöyledir (Akoğlan Kozak, 2017; Taştan, 2020):

- *Katılımcının yaşına göre:* Çocuk rekreasyonları, üçüncü kuşak rekreasyonları vb.
- *Katılımcının cinsiyete göre:* Erkek, kadın.
- *Kullanılan mekâna göre:* Açık alan, kapalı alan.
- *Gerçekleştiği zamana göre:* Hafta sonu, yaz, kış vb.
- *Katılımcıların sayısına göre:* Bireysel, grup.
- *Katılımcının katılım şekline göre:* Aktif ve pasif.

2.5.2. Rekreasyon ve turizm ilişkisi

Günümüzde rekreasyon sosyal yaşamın en önemli yapı taşlarından birisi halini almıştır. Turizm ise rekreasyonun en önemli ve en kapsamlı faaliyet alanı olarak değerlendirilebilmektedir. İnsanların sosyal yaşamlarında rekreasyonel bir tercih olarak turizme yönelmesi, mevcut boş zamanlarını seyahat etme, tatile çıkma doğrultusunda kullanması rekreasyon ve turizm arasındaki ilişkinin varlığına işaret etmektedir (Özdemir, 2017, s. 421). Rekreasyon faaliyetlerinin boş zamanlarda gerçekleşmesi ve turizmin de bir çeşit rekreasyon olması boş zaman, rekreasyon ve turizm arasındaki ilişkinin iç içe geçmiş olduğunu ortaya koymaktadır (Akoğlan Kozak, 2017). Rekreasyon ve turizm arasında anlamlı bir örtüşmeden söz edilebilir. Turizmin en önemli parçalarından birisi rekreasyonel turizmdir. Ancak, turistik faaliyetler içerisinde rekreasyon olarak nitelendirilmeyen ve turizmden tamamen ayrılan rekreasyonel öğelere de rastlanılmaktadır (Özdemir, Göçer ve Karaküçük, 2016, s. 371).

Şekil 2.4 rekreasyon ve turizm arasındaki örtüşmeyi göstermektedir. Geleneksel olarak turizm, özel ilgi alanında yer etmiş ticari bir ekonomik olgu olarak görülmüştür. Buna karşılık, rekreasyon, kamusal alanda yer etmiş sosyal bir ilgi olarak görülmüştür (Hall ve Page, 2006, s. 6-7).



Şekil 2.4. Boş zaman, rekreasyon ve turizm arasındaki ilişki (Hall ve Page, 2006)

Şekil 2.4'e göre boş zaman, rekreasyon ve turizmin kesiştiği noktada “boş zaman seyahatleri” yer almaktadır. Ayrıca “iş seyahatleri” çalışma yaşamının içinde ve boş zamanın dışında değerlendirilmiştir.

Turizm, ziyaretçi harcamaları yoluyla iş fırsatlarını ve vergi gelirlerini artıran, toplumun genel ekonomik temelini geliştiren birincil bir endüstri olarak görülebilir. Öte yandan, rekreasyon genellikle bir bölgenin sakinleri tarafından gerçekleştirilen boş zaman etkinliklerini ifade ederken, harcama kalıpları “günlük, bir gecelik ve uzun süreli” rekreasyon gezileriyle ilişkili bölge halkı içinde paranın dönüşümünü içermektedir (Hall ve Page, 2006, s. 7). Rekreasyon alanlarının turizm amaçlı, turizm alanlarının da rekreasyon amaçlı kullanımı rekreasyon ve turizmin iç içe olmasından kaynaklanmaktadır (Hazar, 2014, s. 52). Turizm, boş zamanın özel olarak değerlendirilmesi ve rekreasyonun özel bir formunu ifade etmektedir. İyi olma, kendini iyi hissetme, hoşça vakit geçirme, boş zaman gibi kavramların hem turizmi hem de rekreasyonu ifade ederken kullanılıyor olması, rekreasyon ve turizmin yakın anlamda olduğu düşüncesini geliştirmiştir. Turizm faaliyetleri genel manada para ve zaman gerektiren büyük satın alma olayıdır. Turizmin gerçekleşmesi için tüketici olan turistin sürekli yaşadığı yerden ayrılıp en az bir gece konaklaması gerekmektedir. Ancak rekreasyon faaliyetlerinde böyle bir zorunluluktan söz edilemez. Rekreasyon hiç para harcamadan evde veya yakın çevrede gerçekleşebilmektedir (Paslı ve Çelikkanat Paslı, 2019, s. 13).

Genel olarak turizm ve rekreasyon karşılaştırıldığında benzer ve ayrıştıkları noktalar şu şekilde özetlenebilir (Akoğlu Kozak, 2017; Özdemir, 2017):

- Hem rekreasyonda hem de turizmde zorla katılım yoktur, gönüllülük esasına dayanırlar.
- Rekreasyon amaçlı seyahatler turizm amaçlı seyahatlere nazaran daha dar kapsamlıdır. Mesafe, mekân ve içerik olarak ayrışmaktadırlar.
- Rekreasyondan söz edebilmek için gerçekleştirilen faaliyette bir süreklilik ve düzen olması beklenmektedir. Ancak turizme ayrılan zaman tek seferlik olabilmektedir.
- Her ikisi de bireysel veya topluluk halinde gerçekleştirilebilmektedir.
- Rekreasyon evde veya yakın çevrede gerçekleşebiliyorken, turizmin gerçekleşmesi için sürekli yaşanılan yerden uzaklaşılması gerekmektedir.
- Turizmde ekonomik değer ön plandayken rekreasyonda önemli olan katılımcının mutluluğudur.

2.6. Seyahat Motivasyonu

Motivasyon kelimesi Latince “hareket” anlamında kullanılan “movere” kelimesinden gelmektedir (Koç, 2012, s. 243). İngilizce ve Fransızca kökenli “motive” kelimesinden türetilmiştir. “Motive” sözcüğü Türkçede “neden, sebep, dürtü” gibi anlamlara karşılık gelmektedir¹. Motivasyon Türk Dil Kurumu (TDK) Güncel Türkçe Sözlüğüne göre; “isteklendirme, güdüleme” anlamlarında kullanılmaktadır². Kavram tüketici davranışları bakımından ele alındığında; tüketicilerin belirli bir ürün veya hizmeti satın almak istemesini sağlayan faktörler şeklinde tanımlanmaktadır (Swarbrooke ve Horner, 2007, s. 413). Teorik olarak, motivasyon güdüden ayırt edilir; güdü, davranış için genel enerji vericiyi ifade ederken, motivasyon aslında güdü ve durum arasındaki etkileşimi içermektedir ve doğası gereği bilişseldir (Huang ve Hsu, 2009a, s. 30). Motivasyonu yüksek olan tüketicilerin amaçlarına ulaşmak için daha istekli oldukları gözlemlenmiştir. Motivasyon insanları amaçla ilgili davranışlar yapmaya yönlendirmenin yanı sıra, onlarda da davranışla ilgili enerji ve zaman harcama istediğini de ortaya çıkarmaktadır (Engin Öztürk, 2015, s. 20).

Belki de en iyi bilinen motivasyon teorisi, ihtiyaçları bir önem hiyerarşisine yerleştiren Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi'dir. Maslow insanların bu ihtiyaçları karşılamak için motive olduklarını vurgulamaktadır. Maslow'a göre kişi, alt düzey ihtiyaçları karşıladıkça, üst düzey ihtiyaçlar da önem kazanmaktadır. Bu şekilde dürtüler hiyerarşi içinde, kişinin kendisiyle barışık olduğu “kendini gerçekleştirme noktası”na ulaşana kadar kişiyi hareket ettirmektedir. Kendini gerçekleştirmiş insanlar “insan doğasını, olmasını tercih ettikleri şey için değil, olduğu gibi görme” yetisine sahiptirler. Maslow, “motivasyonun sabit, asla bitmeyen, dalgalı ve karmaşık” olduğunu varsaymaktadır. Motivasyonun, dürtülerin değil ihtiyaçların veya hedeflerin sonucu olduğuna inanmaktadır. Başka bir deyişle, insanların istenmeyen bir durumdan uzaklaşmak yerine hedefe doğru çekildiğini iddia etmektedir. Ayrıca motivasyonun durumlardan etkilendiğine inanmakta ve insanların “gizemli olana, bilinmeyene doğru çekildiğini” kabul etmektedir (Li, 2007). Psikanaliz kuramını ortaya atan Sigmund Freud, motivasyon konusundaki ilk çalışmaları gerçekleştiren bilim insanıdır. Freud'a göre bilinçaltında bulunan gizli ihtiyaçlar ve dürtüler insan kişiliğini ve motivasyonunu

¹<http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-turkish/motivation> (Erişim Tarihi: 22.01.2021)

²<http://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 22.01.2021)

oluşturan temel unsurlardır (Koç, 2012, s. 245). Seyahat motivasyonu konusunda da çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Alanyazın incelendiğinde “seyahat motivasyonu” kavramının, turistlerin seyahat nedenlerini ve onları seyahate yönlendiren ruh halini ifade ettiği görülmektedir (Dann, 1981; Iso-Ahola, 1982; Manfredo, Driver ve Tarrant, 1996; Huang ve Hsu, 2009a). Motivasyon, turist davranışının arkasındaki itici güç olarak kabul edilmektedir. Turist davranışının kritik bir açıklayıcı faktörü olarak, motivasyon turizm araştırmalarında önemli bir konu olarak görülmüştür. Ancak turist motivasyonunu incelemek kolay değildir. Turizm çalışmalarında “kim”, “ne zaman”, “nerede” ve “nasıl” sorularını açıklamak mümkün olsa da “neden” sorusuna cevap vermek kolay değildir (Crompton, 1979, s. 410). Seyahat motivasyonu insanların neden seyahat ettiğiyle ilgilidir; sonuç olarak, turizm araştırması için nispeten zor bir araştırma alanı olduğu söylenebilir (Hsu ve Huang, 2008, s. 14). Motivasyon kavramının tanımından yola çıkarak seyahat motivasyonunu, “seyahat etme potansiyeline sahip kişileri bu doğrultuda harekete geçiren içsel güç olarak” tanımlamak mümkündür.

Seyahat ve turizmde motivasyon, bir bireyin davranışını ve aktivitesini uyandıran, yönlendiren ve bütünleştiren psikolojik/biyolojik bir ihtiyaç olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle motivasyon faktörleri, insanların seyahat deneyimiyle psikolojik dengesizlik durumlarını düzeltmede rol oynayan içsel güçler olarak da açıklanabilir. Bununla birlikte, bireylerin açıklanamayan davranışları ve karmaşık yapıları nedeniyle, insanların neden seyahat ettiğini ve nelerden zevk alabileceklerini açıklamak oldukça güçtür (Khan, Chelliah ve Ahmed, 2017. s. 2). Mansfeld (1992, s. 226), seyahat motivasyonu teorisi ve ölçümü geliştirilirse hem seyahat seçimi hem de seyahat davranışının daha iyi anlaşılacağını öne sürmüştür. Seyahat motivasyonu, belirli bir turizm davranışını ortaya çıkaran psikolojik bir ateşleyici olarak bilindiğinden, turizm araştırmalarında popüler bir şekilde kullanılmıştır. Motivasyon, sosyo-demografik alt gruplara göre farklılık göstermekte, turistlerin turizm davranışını ve turistik deneyimlerini etkilemektedir (Song ve Bae, 2018, s. 134).

Geçmişte ilk seyahat eden insanların kaçış, rahatlama, statü, eğitim ve sağlık gibi amaçlarla seyahat ettikleri görülmektedir. Dinamik psikoloji alanında yapılan çalışmalar 20. yüzyılın başlarında insanların seyahat amaçlarında hazcılığın ön plana çıktığını, zevk ve tatmin amacıyla seyahatlerin yapıldığını vurgulamaktadır. İlerleyen dönemlerde yapılan çalışmalarda da bireyin biyolojik ve sosyo-kültürel ihtiyaçlarına odaklanması, yani “ihtiyaç” kavramı üzerinde durulmasıyla seyahat motivasyonları daha kapsamlı ve

daha farklı boyutta ele alınmaya başlanmıştır (Pearce, 2011, s. 41). Bir turist olarak seyahat etmenin potansiyel memnuniyetinin farkında olmak, bir kişiye seyahat için hedef belirleme ve plan yapma enerjisi sağlamaktadır. Seyahat etmenin potansiyel tatminin farkındalığı geliştikten sonra, günlük ortamı geride bırakma arzusu ve farklı bir ortamda seyahat ederek psikolojik (içsel) ödüller kazanma arzusu gibi motivasyonlar turizm davranışının kritik belirleyicileri haline gelmekte ve aynı anda bireyi etkilemektedir (Iso-Ahola, 1982, s. 259). Iso-Ahola (1982) turist motivasyonunun kaçış ve arayıştan ibaret olduğunu ileri sürmektedir. Ancak bu motivasyonlar aynı anda gerçekleşmektedir. Turistler, normal ortamlarında yapamayacakları ego ve statülerini büyütme niyetinde oldukları için seyahate motive olurlar. Tanınmış psikolog Crompton (1979, s. 409), motivasyonların tüm eylemlerin arkasındaki itici güç olarak kabul edildiğini ifade etmektedir.

Yukarıda da bahsedildiği üzere belirli zorluklarından dolayı, birçok bilim insanı motivasyonun multidisipliner perspektiflerden ele alınmasıyla anlaşılabilir seyahat motivasyonunu keşfetmek için disiplinler arası yaklaşımların benimsenmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

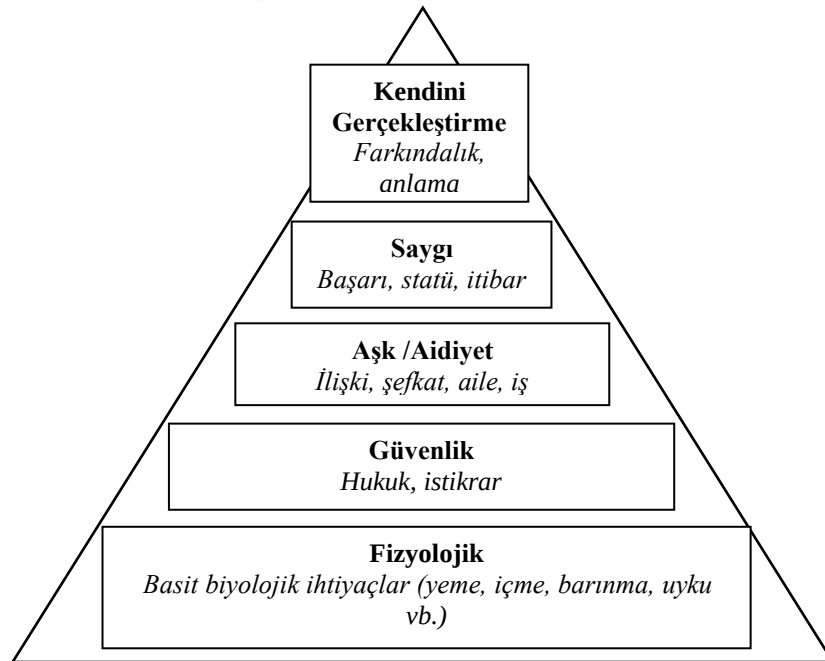
2.6.1. Seyahat motivasyonuna ilişkin teori ve modeller

Turistlerin bir destinasyonu tercih etmesinde ve belirli rekreasyon aktivitelerine katılmasında etkili olan itici faktör seyahat motivasyonudur (Hsu ve Huang, 2008. s. 14). Motivasyon araştırması, davranışsal ve bilişsel yaklaşım olmak üzere iki kategoriye ayrılabilir. Turizm davranışı araştırmasının tarihi, içinde motivasyon oluşumu da dahil olmak üzere çoğunlukla bilişsel süreci takip etmiştir. Davranışçılar karar vermenin duygusal parametresine odaklanırken, bilişsel yaklaşım, amacının turistleri belirli faaliyetlere yönlendiren şeyin daha derin bir şekilde anlaşılması olan durumsal parametreleri vurgulamaktadır (Gnoth, 1997). Motivasyon faktörlerinin kategorize edilmesinde çok farklı uygulamalar mevcuttur. Geniş çevrelerce kabul edilmiş kesin bir formatı bulunmamaktadır. Motivasyon teorilerinde de aynı şekilde çok farklı teoriler ortaya atılmıştır. Bunun nedeni, insanları seyahat etmeye yönelten motivasyon faktörlerinin farklılık göstermesi ve bunların net olarak tespit edilememesidir.

2.6.1.1. İhtiyaç hiyerarşisi teorisi ve turizme uyarlanması

Seyahat motivasyonu çalışmalarının teorik çerçeveleri öncelikle sosyoloji ve sosyal psikolojiye dayanmaktadır. Birçok turizm araştırmacısı teorik analizlerini, akademik

dünyada ve kamusal alanda en etkili motivasyon teorilerinden biri olan Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisine dayandırmaktadır (Jang ve Cai, 2002, s. 113). Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisini ortaya koyduğu “Motivation and Personality” kitabının 1954'te yayınlanmasından bu yana teori psikoloji, eğitim, işletme ve diğer sosyal bilimler alanlarında önemli dergilerde yayın yapan yazarların ilgisini arttırmıştır (Hsu ve Huang, 2008, s. 15). Maslow'a (1970) göre, tüm insan ihtiyaçları, açlık, susuzluk ve seks gibi fizyolojik ihtiyaçlardan başlayarak güvenlik, aidiyet, sevgi, saygı ve kendini gerçekleştirme ihtiyaçlarına adım adım yükselen beş kategoriden oluşan bir hiyerarşi içinde düzenlenebilir (Şekil 2.5). Bir birey normalde önce temel ihtiyaçları karşılamaya çalışır. Alt düzey ihtiyaçlar çoğunlukla doyurulduktan sonra, hiyerarşideki üst düzey ihtiyaçlar dikkat çekici ve acil olarak ortaya çıkmaktadır. İnsan ihtiyaçları genellikle bu hiyerarşik düzeni izlemektedir. Bununla birlikte, daha düşük seviyeli ihtiyaçlar karşılanmadığında bile bireyin zihninde daha yüksek seviyeli ihtiyaçların baskın olabileceği istisnalar mevcuttur. Karşılama derecesi açısından, bir sonraki ihtiyaç seviyesi ortaya çıkmadan önce her bir ihtiyacın yüzde yüz karşılanmasına gerek yoktur (Maslow, 1970, s. 54).

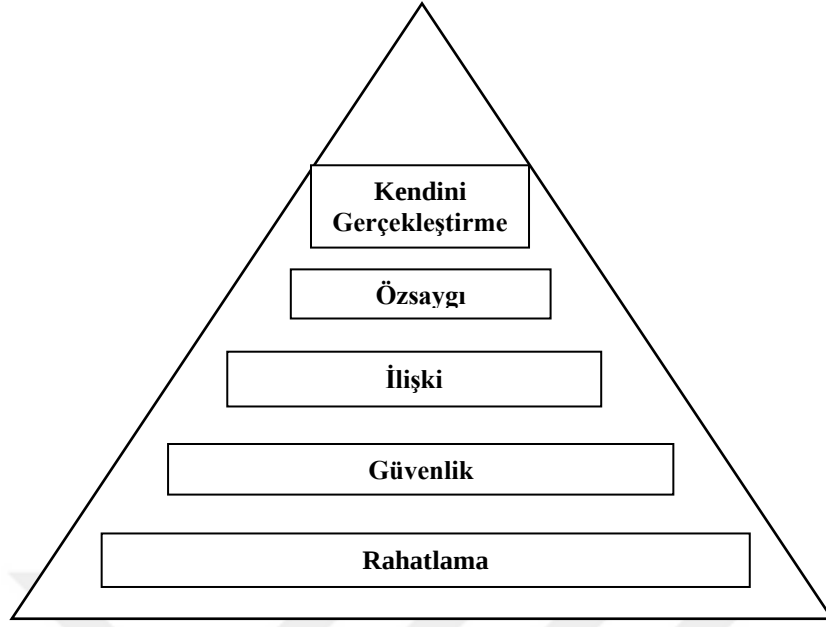


Şekil 2.5. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi (Zalenski ve Raspa, 2006, s. 1121)

Maslow'un teorisi başlangıçta klinik psikoloji için geliştirilmiş olsa da endüstriyel ve organizasyonel psikoloji, danışmanlık, pazarlama ve turizm gibi diğer alanlara da uygulanabilir (Hsu ve Huang, 2008, s. 15-16). Pearce (1982) yaptığı araştırmada, Maslow'un hiyerarşisini turist motivasyonuna ve davranışına uygulamıştır. ABD, Avrupa, Kanada ve Avustralya'da yaklaşık 200 turistten elde ettiği 400 seyahat deneyimi vakasını analiz etmiştir. Pearce, her bir katılımcıdan bir olumlu bir de olumsuz seyahat deneyimi yazmasını istemiş ve bu verileri analiz ederek Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisine göre beş ihtiyaç kategorisinde kodlamıştır. Bu kategoriler; fizyolojik, güvenlik, aşk, benlik saygısı ve kendini gerçekleştirmedir. Pearce, önem sırasına göre turistlerin; kendini gerçekleştirme, sevgi, aidiyet ve fizyolojik ihtiyaçlarını tatmin etme olasılığı nedeniyle turizm destinasyonlarına çekildiğini savunmaktadır. Bu bilgilere dayanarak Pearce, seyahat motivasyonunun bir yaklaşma-kaçınma paradigmasının özelliklerine sahip olduğunu öne sürmüştür (Pearce, 1982, s. 129-130).

2.6.1.2. Seyahat kariyer basamağı modeli ve seyahat kariyer modeli

Yazılarından ve notlarından, 50'li yıllarda Maslow'un psikolojik iyilik ve kötülük meseleleri hakkında çok endişeli olduğu, kendini gerçekleştirme fikrinin onu sadece psikolojik bir kavram olarak değil aynı zamanda ahlaki bir kavram olarak da heyecanlandığı anlaşılmaktadır. Pearce 1988'de "The Ulysses Factor" adlı kitabında tam olarak tanımlamasından bu yana "Seyahat Kariyeri Basamağı (Travel Career Ladder)" kavramına çokça atıfta bulunulmuştur. Aslında, model Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisine ve psikolojik olgunluk veya "iyi sağlık" olarak yorumlanabilecek kendini gerçekleştirme hedefine yönelik psikolojik olgunlaşma kavramsallaştırmasına dayanmaktadır. (Ryan, 1998, s. 937). Pearce (1988), motivasyonun durağan olmadığını, seyahatin Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisine dayandığını iddia etmiştir. Seyahat motivasyonunu sınıflandıran seyahat kariyeri basamağı modeli teorisini geliştirmiştir (Pearce, 1988). Modele göre, seyahat ihtiyaçları veya motivasyonları bir hiyerarşi veya merdiven şeklinde düzenlenmiştir. Rahatlama ihtiyaçları en düşük seviyededir. Bunu sırasıyla güvenlik ihtiyaçları, ilişki ihtiyaçları, özsaygısı ve gelişim ihtiyaçları takip eder ve son olarak en üst düzeyde "gerçekleştirme ihtiyaçları" yer almaktadır (Şekil 2.6) (Hsu ve Huang, 2008, s. 16).



Şekil 2.6. Seyahat Kariyer Basamağı (Ryan, 1998, s. 938)

Modele göre seyahat motivasyonu, iş yaşamındaki kariyere benzer şekildedir. Birey, seyahatlerinde daha fazla deneyim kazandıkça seyahat motivasyonu merdivenin alt basamaklarındaki bir noktadan yukarıya doğru çıkmaktadır (Pearce ve Caltabiano, 1983; Jang ve Cai, 2002, s. 114). Bir birey daha fazla seyahat deneyimi biriktirdiğinde, muhtemelen bir bağımsızlık duygusu, genişletilmiş bir dünya görüşü geliştirecek ve üst motivasyon seviyesine ilerlemeye yol açan iletişim becerilerini geliştirecektir (Pearce, 1988).

Turistlerin psikografik profillerini anlamadaki yararlılığına rağmen araştırmacılar seyahat kariyeri basamağı modelini öncelikle doğrusallığı nedeniyle eleştirmişlerdir. Model, merdivendeki motivasyonun tek yönlü (yukarı doğru) adım adım hareketine odaklanırken bireysel farklılıkları dikkate almamaktadır. Ayrıca, anlaşılabilirliğini ortadan kaldırmak için her bir motivasyon aşamasının daha fazla ayrıntılı belirlenmesi gerektiği vurgulanmıştır (Ryan, 1998). Bu bağlamda, Pearce ve arkadaşları, turistlerin psikolojik karmaşıklığını dikkate alan seyahat motivasyon basamağının geliştirilmiş bir versiyonu olan ve kariyer düzeyini yansıtan motivasyon örüntülerinin değişmesine hiyerarşik düzeylerden daha fazla vurgu yapan “Seyahat Kariyer Modelini” geliştirmişlerdir (Song ve Bae, 2018, s. 134-135). Lee ve Pearce (2002), hem Batı (Avustralya, İngiltere ve diğer Batı ülkeleri) hem de Doğu (Kore) kültürel bağlamlarında anketler yaparak Seyahat Kariyer Modeli’nin çerçevesini deneysel olarak test etmiştir. Bu çalışmalarda birbirlerine

çok benzer motivasyon faktörleri üretilmiştir. Spesifik olarak, her iki çalışmada da 74 motivasyonel maddeden 14 motivasyon faktörü seçilmiştir. Kore’de yapılan çalışma sonuçları bağlamında, ortalama değere göre sıralandığında, motivasyon faktörleri şunlardır: (1) yenilik, (2) kaçış/rahatlama, (3) kendini gerçekleştirme, (4) doğa, (5) akrabalık/yakınlık, (6) kendini geliştirme, (7) romantizm, (8) akrabalık-aidiyet, (9) özerklik, (10) kendini geliştirme, (11) nostalji, (12) uyarma/harekete geçirme, (13) izolasyon ve (14) tanıma. Çeşitli seyahat kariyeri (deneyim) grupları arasında motivasyon faktörü puanları karşılaştırırken, oldukça yakınsak sonuçlar ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte, önemlerine göre bu faktörler iki gruba da ayrılabilir. Bir küme, tüm seyahat edenler için; yenilik, kaçış/rahatlama, akrabalık veya ilişki gibi en önemli ve ortak motivasyon faktörlerini içerirken diğer küme; nostalji, uyarma/harekete geçirme, izolasyon ve sosyal statü gibi tüm katılımcılar için daha az önemli olan motivasyon faktörlerini içermektedir (Hsu ve Huang, 2008, s. 17-18).

2.6.1.3. İtme ve çekme faktörleri

Turizm motivasyon literatürü incelendiğinde, turizmde iten ve çeken faktörler arasındaki ayrımın genel olarak kabul edildiği görülmektedir (Dann, 1977; Crompton, 1979; Pearce ve Caltabiano, 1983). Dann’ın (1977) itme ve çekme motivasyon teorisi, seyahat motivasyonunu inceleyen birçok çalışmada yaygın olarak benimsenen teori olarak görülmektedir (Wijaya vd., 2018, s. 188). Dann (1977), turist motivasyonunda sosyolojik bir yaklaşım benimsemiş, anomi ve ego geliştirmeyi iki önemli seyahat nedeni olarak tanımlamıştır. Ayrıca, her iki güdünün de "itici" faktörler olduğunu savunmuştur. Dann’ın sosyolojik geçmişi "anomi" teriminin kullanımında etkin olmuştur. Anomi, turistlerin sadece "her şeyden uzaklaşmak" istediği, günlük yaşamda elde edilen yalnızlık hissini aşma arzusunu temsil etmektedir. Öte yandan “ego geliştirme”, kişisel ihtiyaçların seviyesinden kaynaklanmaktadır. Tıpkı sosyal etkileşim ihtiyacında olduğu gibi, insanlar tanınmak ister. Kişinin egosunu güçlendirmesi ihtiyacı, "bütünsel ayarlama" arzusuna benzemektedir. Dann, turistlerin Barbados’a seyahat motivasyonlarının anomi ve ego-güçlendirme kavramlarında yattığı hipotezini deneysel olarak test ederek, anomik turistlerin ve ego artırıcı turistlerin özelliklerini ortaya koymuştur. Anomik turistler tipik olarak genç, evli, erkek, ortalamanın üzerinde sosyo-ekonomik statüde, küçük kasabalardan ve kırsal alanlardan ve tekrar gelen turistlerden oluşmaktadır. Ego geliştiren turistlerin ise daha düşük sosyoekonomik katmanlardan gelen ve anomik turistlerden daha

yaşlı olan kadın ve ilk kez gelen turistlerden oluştuğunu ortaya koymuştur (Hsu ve Huang, 2008, s. 19).

İtici faktörler, “bir kişiyi seyahat etmeye yatkın hale getiren sosyo-psikolojik ihtiyaçlar olarak tanımlanırken çekme faktörleri ise itme motivasyonu başlatıldıktan sonra kişiyi belirli bir varış noktasına çeken faktörler olarak tanımlanmaktadır (Wijaya vd., 2018, s. 188). İtici faktörler bireylerde seyahat etme isteği uyandıran içsel güçlerdir. Çekme faktörleri ilk seyahat etme arzusu göz önüne alındığında, insanların nerede, ne zaman ve nasıl seyahat ettiklerini etkilemektedir. Dolayısıyla insanlar, içsel güçleri tarafından itildikleri ve varış noktaları gibi dışsal güçler tarafından çekildikleri için seyahat etmektedirler. Çekme faktörlerinin etkili olabilmesinden önce itici faktörlerin mevcut olması gerektiği genellikle kabul edilmektedir. İtme faktörleri tatile çıkma arzusunu açıklamaya yardımcı olurken, çekme faktörleri varış yeri seçimini açıklamaktadır (Jang ve Cai, 2002, s. 114). Çekme faktörleri, turistlerin bir destinasyonu ziyaret edip etmeme nedenini güçlendiren itici faktörlerin uyarıcıları olarak görülebileceğinden, itme ve çekme faktörlerinin birbiriyle derinlemesine ilişkili olduğunu söylemek mümkündür. Başka bir deyişle, itme faktörleri turistlere belirli bir destinasyonu ziyaret etmeleri için bir neden sunarken, çekme faktörleri ise turistlerin bir destinasyona ait belirli niteliklere göre destinasyon seçimlerini açıklamaktadır (Wijaya vd., 2018, s. 189).

Dann'ın çalışmasına dayanarak, Crompton (1979), tatilciler arasında sosyo-psikolojik faktörler ve kültürel faktörler olmak üzere iki motivasyon kümesini kavramsallaştırmıştır. Çalışmada 39 katılımcıyla yapılandırılmamış görüşme gerçekleştirilmiş ve yapılan analizlere dayalı olarak dokuz güdü tanımlanmıştır (Hsu ve Huang, 2008, s. 18). Yedisi sosyo-psikolojik veya itici güdüler, diğer ikisi kültürel veya çekici güdülerdir. İtme güdüleri; algılanan sıradan bir çevreden kaçış, kendini keşfetme ve değerlendirme, rahatlama, prestij, gerileme, akrabalık ilişkilerini geliştirme, sosyal etkileşimin kolaylaştırılması olarak; çekme motifleri ise yenilik ve eğitim olarak belirlenmiştir (Jang ve Cai, 2002, s. 114). Hem Dann (1977) hem de Crompton (1979), bireyleri destinasyonlara doğru yönelten içsel güçleri vurgulayan motivasyonel yaklaşımlar ile bu destinasyonların gerçek özellikleri arasında bir fark olduğunu tespit etmişlerdir. Bu fark, itme-çekme ayrımı olarak bilinmektedir. İtme faktörleri gerçek motivasyonel güçlerdir ve bireyin psikolojik ihtiyaçlarından ve sosyal bağlamından

kaynaklanmaktadır. Çekme faktörleri ise aksine destinasyonların insanları çekmesi muhtemel özelliklerini ifade etmektedir (Pearce, 2011, s. 44).

Klenosky'nin (2002) çalışması, itme ve çekme ilişkisini araştırmak için nitel bir neden-sonuç yaklaşımını kullanmıştır (Klenosky, 2002). Bu çalışma, itme ve çekme faktörlerini belirlemek için kullanılan yaklaşımda farklılık göstermektedir (Bogari, Crowther ve Marr, 2003, s. 53). Çekme faktörlerinin (destinasyon nitelikleri), daha yüksek seviyeli kişisel değerleri veya motivasyon güçlerini (itici faktörler olarak kabul edilebilecek) tatmin etmek için seyahat davranışını açıklamanın bir aracı olarak hizmet ettiği varsayımına dayanarak 53 üniversite öğrencisi ile görüşmeler gerçekleştirmiştir. Öğrencilerin bir sonraki bahar tatilleri hakkındaki düşünceleri alınarak nitel verilerden hiyerarşik bir değer haritası oluşturulmuştur. Araştırma bağlamında belirlenen en dikkat çekici çekme faktörleri plajlar, tarihi/kültürel cazibe merkezleri, manzaralı/doğal kaynaklar, yeni/benzersiz konum, parti atmosferi ve kayak yapmaktır. Bu çekme faktörlerinden tasarlanan üst düzey itme faktörleri ise haz almak, heyecan, başarı, özgüven ve eğlencedir. İlginç bir şekilde, Klenosky, tek bir çekme faktörünün turistler için farklı ve muhtemelen birden çok amaca hizmet edebileceğini belirlemiştir. Örneğin, bir destinasyon niteliği olarak sahillerin, üç farklı neden-sonuç ilişkisi kümesine yol açtığı bulunmuştur. İlk set, sosyalleşmenin ve insanlarla tanışmanın, başkalarıyla dışarı çıkmanın sonuçlarına bir plajın yön verdiğini ve nihayetinde eğlence ve keyif arama kişisel değerine neden olduğunu vurgulamıştır. İkinci set, plajlardan bronzlaşmaya kadar olan ilişkisel bir bağlantıyı ve karşılığında çekici ve sağlıklı görünme arzusunu ortaya çıkarmıştır. Bağlantı nihayetinde öz saygı değerinde sona ermektedir. Üçüncü set, doğanın ve dış ortamın tadını çıkarmak, kaçmak, rahatlamak, dinlenmek ve başarmak arasındaki bağlantıyı vurgulamıştır. Kanıtlar, bir çeken destinasyon özelliğinin birden çok motivasyon gücü tarafından yönlendirilebileceğini göstermektedir. Klenosky'nin çalışması, alternatif bir araştırma yöntemi kullanarak itme ve çekme ilişkileri anlayışını zenginleştirmiş ve tamamlamıştır (Snepenger vd., 2006, s. 141; Hsu ve Huang, 2008, s. 21).

2.6.1.4. Iso-Ahola'nın kaçış ve arayış teorisi

İlk olarak Iso-Ahola (1982) tarafından geliştirilen bu yaklaşım, “asıl optimal uyarılma perspektifi” olarak adlandırıldı ve seyahat edenler için “istenilen bir uyarılma durumuna” dayanmaktaydı. Iso-Ahola, turist ve boş zaman davranışlarının, bireylerin aşırı uyarılma ve yetersiz uyarılma arasında rahat bir süreci yönetmelerine izin veren bir

bağlamda gerçekleştiğini savunmaktadır (Pearce, 2011, s. 45). Iso-Ahola'nın kaçış arayışı teorisi ve itme-çekme faktörleri kavramları birbiriyle ilişkilidir. Iso-Ahola'nın turizm motivasyonu modeli, arayış ve kaçış olmak üzere iki motivasyon kuvvetinden oluşmaktadır. Kaçış, "günlük ortamı geride bırakma arzusu" iken, aramak "zıt (yeni veya eski) bir ortamda seyahat ederek psikolojik (içsel) ödüller elde etme arzusudur". Bu boyutlar, Dann (1977) ve Crompton (1979) tarafından ortaya konulan itme (kaçma) ve çekme (arama) kuvvetlerine benzer genel kategorilerdir. Iso-Ahola'nın ortaya koyduğu fark, çekme kuvvetini içsel faydalar açısından yorumlamasıdır. Halbuki daha önceki "çekme" kavramsallaştırmaları, sosyo-psikolojik ihtiyaçlardan ziyade destinasyon nitelikleri ilgili gerçekleştirilmişti (Crompton ve McKay, 1997, s. 428).

Iso-Ahola'ya göre, bir bireyin aynı anda her iki güdüyle de (arayış-kaçış) meşgul olması çoğu zaman mümkündür. Ayrıca, her iki güdünün de psikolojik ve sosyal bir bileşeni vardır (Snepenger vd., 2006, s. 141). Iso-Ahola, turizmin benzersiz özellikleri nedeniyle, çoğu koşulda çoğu insan için yaklaşım odaklı faaliyetten çok kaçış odaklı bir faaliyet olduğunu belirtmiştir. Daha sonra, Mannell ile (1987) yaptıkları çalışmada iki ana tür itme ve çekme faktörü tanımlamışlardır. Bunlar; kişisel ve kişilerarası faktörlerdir. İnsanların hem günlük yaşamın kişisel veya kişilerarası sorunlarını geride bırakmak hem de boş zaman etkinliklerine katılımda kişisel veya kişilerarası ödüller elde etmek için seyahat aktivitelerini aramaya motive olduklarını ortaya koymuşlardır (Jang ve Cai, 2002, s. 115). Yani bu çalışmada seyahat motivasyonunu açıklarken, rutinlerden ve stresli ortamlardan "kaçma arzusu" ve eğlence fırsatları ve kişisel ödüller "arama arzusu"nın itici gücüne değinilmiştir (Pearce, 2011, s. 45). Kişisel ödüller esas olarak; kendi kaderini tayin etme, yeterlilik veya ustalık duygusu, meydan okuma, öğrenme, keşfetme ve rahatlama oluşmaktadır. Kişilerarası ödüller ise sosyal etkileşimden kaynaklanan ödüllerdir. Mannell ve Iso-Ahola (1987), turizmin çoğu durumda çoğu insan için arayışa yönelik bir faaliyetten ziyade, daha çok kaçış odaklı bir faaliyet göstermesi gerektiği teorisini daha da ileri götürmektedir. Kaçış amaçlı tatiller, insanların aşırı uyarıcı veya yetersiz uyarıcı yaşam durumlarından kaçınmak için tatile çıkmaları anlamına gelmektedir. Aşırı uyarılmadan kaçanlar bir tatil sırasında daha az boş zaman faaliyetine katılırlar ve yetersiz uyarılmadan kaçanlara göre içsel ödüller aramaya daha az önem vermektedirler. Bu argümanın altında yatan psikolojik kavram optimal uyarılmadır. Optimal uyarılma, seyahat ve turizm motivasyonunu anlamada oldukça önemli bir faktördür (Hsu ve Huang, 2008, s. 22).

2.6.1.5. Plog'un allosentrizm ve psikosentrizm modeli

Stanley Plog'un geliştirdiği model seyahat motivasyon değerlendirmelerinde bir başlangıç noktasını temsil etmektedir. Plog'un bu modeli genellikle ders kitaplarında başlıca turizm motivasyon teorisi olarak sunulmaktadır (Pearce, 2011, s. 43). 1960'ların sonlarında, 16 havayolu/seyahat acentesi Plog'dan o sırada Amerikan nüfusunun büyük bir yüzdesinin neden uçağı tercih etmediğini ve bunların uçağı tercih etmeleri konusunda neler yapılabileceğini belirlemesini istemiştir. Uçağı tercih etmeyen kişilerle derinlemesine, bire bir görüşmeler yaptıktan sonra, Plog bu kişilerin ortak kişilik eğilimlerini paylaştığını tespit etmiştir (Huang ve Hsu, 2009b, s. 290).

Plog (1974) kişilik özellikleri ile turist davranışları arasında doğrudan bağlantı kurmaya çalışmıştır ve insanları psikosentrik ve allosentrik olarak ikiye ayırmıştır. Psikosentriklerin daha az maceracı, içe dönük insanlar olduğunu, tanıdık olanları tercih etme eğiliminde olduklarını ve zaten popüler olan tatil destinasyonlarını tercih ettiklerini savunmuştur. Allosentriklerin ise risk almayı seven ve daha maceralı tatiller arayan dışa dönük insanlar olduğunu savunmuştur. Plog, bu tür insanların egzotik yerleri ve bireysel seyahatleri tercih edeceğine inanıyordu. Plog, bu iki uç nokta arasında, yakın psikosentrik, mod-merkezci ve allo-merkeze yakın gibi bir dizi ara kategori önermiştir. Örneğin, psikosentrik Amerikalı turistlerin Amerika'daki Coney Adası ve Miami gibi popüler tatil yerlerine odaklanırken, allosentrikler Afrika gibi macera ve yenilik duygularına hitap eden risk almaya elverişli yerlerde tatil yapabilmektedirler (McGuiggan, 2004, s. 170; Swarbrooke ve Horner, 2007, s. 85).

Yaklaşımın 1991 versiyonunda, psikosentrik-allosentrik boyuta ikinci bir boyut olan enerjiye karşı uyumsuzluk boyutunu ekleyen Plog, böylece dört bölümlü bir kategorizasyon şeması geliştirmiştir (Goeldner ve Ritchie, 2007, s. 204). Bu modele dayanarak, Plog (2001) çoğu varış yerinin doğumdan olgunluğa ve oradan da yaşlılığa ve düşüşe kadar tahmin edilebilir ancak kontrolsüz bir gelişimsel örüntü izlediğini savunmaktadır (Plog, 2001). Her aşamada, bir destinasyon, destinasyonun karakterini ve başarısını belirleyen farklı bir psikografik turist grubuna hitap etmektedir. Bir destinasyonda turizm endüstrisi ilk geliştiğinde oteller, restoranlar ve organize gezi aktiviteleri gibi çok az destek hizmeti bulunmaktadır. Erken aşamada, kitlesel turistler bu noktaya gelmemektedir; sadece birkaç girişimcinin (risk alan) ziyaret ettiği bir yerdir. Girişimciler eve döndüklerinde, keşfettikleri en iyi yeni yerler hakkında arkadaşları ve akrabalarıyla konuşmaktadırlar. Bu arkadaşlar ve akrabalar arasında, kişilik özelliklerine göre belirlenen yakın

girişimciler, duydukları ilgi çekici bu yeri ziyaret ederler. Bu destinasyona talep arttığında, yerel halk turizmin geleceği konusunda iyimser hale gelmekte ve oteller, restoranlar, yerel ürünler satan dükkanlar ve diğer hizmet alanları gelişmektedir (Gnoth, 1997, s. 293; Hsu ve Huang, 2008, s. 22-23; Pearce, 2011, s. 43).

2.6.1.6. Gray'in wanderlust ve sunlust kuramı

Bu kuramda H. Peter Gray seyahat için iki ana motivasyon önermektedir. Bunlardan biri bilinen bir yerden bilinmeyen bir yere gitme, yeni manzaralar keşfetme arzusudur (Wanderlust). Diğer motivasyon ise Gray'in "sunlust" dediği motivasyondur. "Sunlust", turistin kendi ikamet yerinde bulunmayan belirli tesisleri (örneğin, tüplü dalğıçları çeken mercan resifleri veya kayakçıları çeken karla kaplı yüksek rakımlı yamaçlar gibi) sağlayabilecek bir yere gitme isteğidir (Crompton, 1979, s. 410-411; Mansfeld, 1992, s. 405). Farklı ve yeni şeyler görme isteği, turistin yapı olarak bildik olan şeylerden uzaklaşarak farklı kültürleri ve yerleri görmeye ihtiyaç duyan bir yapıya sahip olduğu fikrini temel almaktadır (Aydın ve Aydın, 2016, s. 66-67). Gray, yeni ve farklı şeyler görme isteğini, bireyde aynı merak duygusu gibi var olan bir arzu olarak ifade etmiştir. Bu tipolojideki turistler, seyahatlerinde çok sayıda ülkeyi gezmeye, çeşitli kültürleri öğrenmeye ve bu seyahatlerin yabancı ülkelerde gerçekleşmesine daha fazla ilgi göstermektedir (Özel, 2010, s. 66).

2.7. Gestalt Kuramı ve Ses Algısı İlişkisi

Max Wertheimer tarafından 1900'lerin başında oluşturulan Gestalt psikoloji okulu, görsel unsurların bütün olarak algılanmasında bu unsurların nasıl organize edildiğine dair basit kanıtlar sunmaktadır (Suler ve Zakia, 2018, s. 30). Gestalt Kuramı, birey zihninin benzer görüntüleri nasıl organize ettiğini ve görme, işitme ve koklama duyularını içeren duysal girdileri birleştirerek görüntülerin nasıl algılandığını açıklamaktadır. Gestalt kuramcıları insanların her zaman, belirli bir zamanda ve yerde kendi ihtiyaçları veya ilgileri ile ilgili algıları tarafından düzenlenen bir alanda var olduklarını öne sürmektedir (Lin, 2009, s. 23). Wertheimer, fiziksel alanların görsel alanlarda karşılığının olduğuna inanmaktaydı. Fiziğe benzer olarak Gestalt psikolojisinin ana ilkesi, bir nesnenin var olduğu toplam bağlama göre algılandığıdır. Bir görsel alan dahilindeki unsurlar, birbirini ya çeker (gruplanır) ya da iter (gruplanmaz). Bir görsel alan dahilindeki ilişkileri göz önünde bulundurduğunda, Gestalt algı yasaları unsurları "iyi şekil" olarak görmek için nasıl gruplandırıldıklarını ifade eder. Gestalt Kuramı'nın ileri sürdüğü temel ilkeler;

şekil-zemin ilişkisi, yakınlık, benzerlik, süreklilik ve kapanmadır (Suler ve Zakia, 2018, s. 30).

Schafer, Gestalt Kuramı'na göre görsel algıyı açıklarken kullanılan “şekil” ve “zemin” terimlerinin işitsel algı için de kullanılabileceğini savunmuştur. Şekil ya da zemin olarak algılanan şey çoğunlukla “alan” ve öznenin bu alan ile olan ilişkisi tarafından belirlenmektedir. Bu nedenle “alan” da görsel algıyı açıklayan üçüncü terim olarak kullanılmaktadır. Ses atmosferi çerçevesinde “şekil” sinyale veya ses işaretine, “zemin” etraftaki seslere ve “alan” tüm seslerin duyulduğu mekâna karşılık gelmektedir. Bir sesin şekil mi yoksa zemin mi olduğu kısmen kültürleşmeyle (alışkanlıklar), kısmen bireyin ruhsal durumuyla (duygu durumu, ilgi) ve kısmen de bireyin mekanla olan ilişkisiyle (yerli, yabancı) ilgilidir (Schafer, 1977, s. 152). Buradan hareketle Gestalt Kuramı çerçevesinde ele alınan “algıda seçicilik” kavramına da değinmek gerekir. Algıda seçiciliğe göre birden fazla uyarının olduğu bir ortamda birey bunlardan birkaçını algılamaktadır. Çünkü birey bu uyarılar arasında farkında olmadan bir seçime gitmektedir. Bunun nedeni de bireyin geçmiş yaşantıları, kültürü, motivasyonu, beklentileri gibi faktörlerdeki farklılıklardır. Algıda seçicilik turizm bağlamında değerlendirildiğinde, turistlerin destinasyonlardaki tüm uyarılara tepki verememesi yalnızca bazı uyarıları ön planda bazılarını da arka planda belirsiz olarak algılaması (Wu vd., 2013) olarak açıklanabilir.

2.8. Duygu Durumu Kavramı

Duygu durumu, psikoloji sözlüğünde “bireyin devamlı olarak veya geçici süreliğine sergilediği, ruh halini etkileyen his ya da uzatmalı duygu hali; belirli bir anda var olan ve devam eden öznel durum ve bununla ilişkili deneyimler (örneğin; öfke, sevinç veya depresyon)” şeklinde tanımlanmaktadır. Bu kavram, ruh hali olarak da ifade edilebilmektedir³. "Duygu durumu" teriminin geniş bir kullanım alanı ve anlamı vardır. Bu terim, bir bireyin öznel olarak algılanan duygusal durumunun fenomenolojik bir özelliğini tanımlamak için kullanılabilir. Örneğin, birey neşeli veya düşmanca bir ruh hali içinde olabilir. Duygu durumu, geçici olan ruh halini ifade etmektedir. Bu tür durumlar, belirli zamanlara ve durumlara özgü olarak ortaya çıkabilmektedir. Farklı tipte olumlu duygu durumları (neşe, huzur ve heyecan) ve olumsuz duygu durumları (örneğin, anksiyete, suçluluk ve depresyon) kolaylıkla tespit edilebilir (Gardner, 1985, s. 282).

³ <https://www.psikolojisoszlugu.com/mood-duygudurum> (Erişim Tarihi: 02.04.2021)

Teorik olarak kişilikle ilgili olan duygu durumu, bir bireyin belirli bir ortamdaki öznel olarak algılanan geçici içsel durumunu ifade etmektedir. İçinde bulunulan duygu durumunun, benzer şekilde değerlendirilmiş düşünceleri otomatik olarak ürettiğine ve bunun da davranışları etkileyebileceğine inanılmaktadır (Kacen, 1994, s. 8).

Duygu durumu, insanın dünyadaki varlığının anlaşılması için çok önemli bir kavramdır (Kenaan ve Ferber, 2011, s. 5) ve günlük yaşamın ayrılmaz bir bileşenidir. Genel psikolojik halin bir barometresi olarak hizmet eden duygu durumu kavramı, genel davranış kalıplarını değiştirerek fiziksel sağlığı etkilemektedir. Duygu durumu, kişinin genel zevk düzeyi, benlik kavramı ve öznel iyi oluşunu kapsar ve bireysel psikolojik iyi oluş ile ilgilidir. Ayrıca, başkalarına yardım etme gibi çeşitli davranışları etkileyerek insan hayatına da etki etmektedir (Berger ve Motl, 2000, s. 70). Duygu durumları, iyimser veya kötümser kişilik eğilimleri gibi nispeten istikrarlı ve kalıcı özelliklerle karşılaştırılabilir. Duygu durumları geçici durumlardır, oysaki kişilik özellikleri genellikle değişmeyen mizaçlardır (Kacen, 1994, s. 9).

Duygular; hoş olan veya hoş olmayan duygular, insan ilişkileri, eylem süreci ve sonuçları gibi birçok insani durumu yansıtan önemli psikolojik durumlardır. Tüm zihinsel süreçlerde yer alırlar. Herhangi bir insan faaliyetine duygusal deneyimler eşlik etmektedir. Birçok araştırma, duygusal etkinliğin bilişten daha öncelikli olabileceğini göstermektedir. Bireyin duygusal durumundaki değişiklikler, başkalarına genellikle yüz, ses ve jestlerle yansıtılabilmektedir. Bu tür değişiklikler, kültürler arasında genelleştirilebilmektedir (Valenza ve Scilingo, 2014, s. 3). Negatif ve pozitif duygu durumları insanların çevrelerini nasıl değerlendirdiklerinin bir göstergesidir. Ayrıca, bu değerlendirme bir bilgi işleme sonucu ortaya çıkmaktadır. Olumlu duygu durumları kişiye güvenli bir ortamı hissettirmektedir ve basit bilgi işlemeyi işaret etmektedir. Öte yandan olumsuz duygu durumları, dikkat ve sistematik bilgi işlemeyi gerektiren olası tehlikeli bir ortamın varlığına işaret etmektedir (Schwarz, 1990, s. 529).

Yumuşak duygular günlük hayatın temelini oluşturmaktadır. Belirli şartlarda ve durumlarda birdenbire ortaya çıkan ve aniden ortadan kaybolan tepkiler olarak tanımlanmaktadır (Kaya vd., 2015, s. 488). Duygu durumu, birbirinden bağımsız iki temel faktörden meydana gelmektedir. Bunlar pozitif ve negatif duygu durumu faktörleridir. Hayattan alınan aktif doyum, keyif, hoş giden bir duygu pozitif duygu durumunu ifade etmektedir. Pozitif duygu faktörü içerisinde sayılabilecek duygular; şükran, ilham, huzur, aşk, ilgi, coşku, sevinç, mutluluk ve hoşnut olma gibi duygulardır

(Mürtezaoglu ve Yüksel-Şahin, 2018, s. 49). Pozitif duygu seviyesi düşüklüğü uyuşukluk hali ve halsizlik ile ilişkiliyken, yüksek olması durumu ise ilgi, coşku, uyanıklık ve neşeyle ilişkilidir (Şirvanlı-Özen ve Temizsu, 2010, s. 7). Negatif duygular, kişideki korku, stres, kaygı, kin duyma ve kırgınlık gibi duygulardır. Negatif duygu seviyesinin yüksek olması kişinin öfkeli, gergin veya endişeli olduğunu ya da kendini suçlu hissettiğini ifade etmektedir (Mürtezaoglu ve Yüksel-Şahin, 2018, s. 49).

2.9. İlgili Araştırmalar

Bu bölümde konuyla ilgili yapılmış çalışmalar ele alınmıştır. İlgili alanyazın incelendiğinde çalışmaların turizmde ses atmosferi beklentisi, turizmde ses atmosferinden memnuniyet, turizmde ses atmosferi algısı, rekreasyon alanlarında gürültü, rekreasyon alanlarında ses atmosferi gibi konularda gerçekleştirildiği görülmektedir. Alanyazındaki önemli çalışmalar ve bu çalışmalara ait sonuçlar aşağıda ana hatlarıyla belirtilmiştir.

Kang ve Gretzel (2012) çalışmalarında, podcast turlarının turist deneyimleri üzerindeki etkisini incelemişlerdir. İnsan sesinin turistik ses atmosferinin önemli bir bileşeni olduğunu vurgulayan bu araştırma sonuçlarına göre, sadece sesli bir medya aracılığıyla iletilmesine rağmen insan sesi turist deneyimlerini ve tur yönetimini etkileyen olumlu bir sosyal bağlam oluşturmaktadır.

Liu ve diğerleri (2013) yaptıkları çalışmada ses atmosferi kavramını tanıtarak, kavramın daha iyi anlaşılması için turizm coğrafyası araştırmacılarına yeni bir bakış açısı kazandırmayı amaçlamışlardır. Diğer disiplinlerdeki ses atmosferi ile ilgili önceki önemli çalışmaları gözden geçirerek, “turizm ses atmosferi (tourism soundscape)” kavramını ileri sürmüşlerdir.

Merchan, Diaz-Balteiro ve Soliño'nun (2014), İspanya'da bulunan Penalara Doğa Parkı'nın ses atmosferini tanımladıkları çalışmada, ses atmosferi ile gürültünün park ziyaretçilerinin algısı üzerindeki etkisi ekonomik açıdan karşılaştırılmıştır. Araştırma sonucuna göre, park ziyaretçilerinin deneyimleri esnasında ses atmosferinde belirgin bir bozulma tespit edilmiştir. Yapılan ses basıncı ölçümleriyle, ziyaretçilerin çıkardıkları seslerin kendileri için rahatsızlık verici olabileceği belirlenmiştir. Koşullu değerlendirme yöntemi kullanılarak, parkta gürültüyü azaltmayı amaçlayan bir programın finansmanı için ödeme yapma istekliliği tahmin edilmeye çalışılmıştır. Sonuçlar, bu gürültü azaltma

programının parkta uygulanması halinde ziyaretçilerin giriş ücretine yaklaşık 1 avro fark ödemeye istekli olacağını göstermiştir.

Liu ve diğerlerinin (2014) yaptıkları çalışmada, Çin'deki beş şehir parkında özel olarak tasarlanmış bir ses yürüyüşü yöntemi kullanılarak toplanan bilgilere dayanarak, coğrafi görünümün fiziksel özelliklerinin şehir parklarındaki ses atmosferi algısı üzerindeki etkileri analiz edilmiştir. Araştırma sonuçları, panoramik coğrafi görünümdeki binaların, bitki örtüsünün ve gökyüzünün ses atmosferi algısını etkileyen etkili coğrafi görünüm öğeleri olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, bölgesel coğrafi görünüm mekânsal modellerinin ses atmosferi algısı üzerinde çalışma sahasındaki coğrafi görünüm bileşiminden daha etkili olabileceğini belirlenmiştir.

Fang ve diğerlerinin (2014) ziyaretçilerin tema parkların ses atmosferi konforu hakkındaki algılarını inceledikleri çalışmada, Çin'in Changzhou şehrinde bulunan Çin Dinozor Park ziyaretçilerinden anket aracılığıyla veri toplamışlardır. Araştırma sonucuna göre, akustik konforun objektif ses parametrelerinden ve ziyaretçilerin öznel algısından etkilendiği, ses atmosferi hacmi belirli bir eşik değerinde kaldığı sürece ziyaretçilerin akustik konfordan memnun oldukları ve ziyaretçilerin en çok duyarlı oldukları seslerin tema parkların kültürel çağrışımlarını aktaran sesler olduğu belirlenmiştir.

Choy ve diğerleri (2014) yaptıkları çalışmada, Hong Kong'taki rekreasyon alanlarının ses atmosferini incelemişlerdir. Yapılan analizler sonucunda, işitsel çevrenin rekreasyonel parkların öncelikli kullanımını etkileyen faktör olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, insanların çoğunun rekreasyon alanlarında kuş seslerini, su sesini, müzik ve insan konuşma sesini duymayı umdukları, ancak trafik gürültüsünden ve uçak sesinden hoşlanmadıkları ortaya konulmuştur.

Bernat (2014) yaptığı ses atmosferi ile turizm arasındaki ilişkiyi ele alan çalışmasında, turizmin ses atmosferi üzerindeki etkisini analiz ederek sürdürülebilir turizmin gelişimi için ses atmosferlerinin sunduğu fırsatları ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu çalışmada turizmin yeni bir formu olan, benzersiz akustik özelliklere veya ses atmosferine sahip yerlere seyahat etmeye dayanan “ses turizmi (sound tourism)” ile ilgili bilgiler sunulmuştur. Bu çalışmada ses turizminin sürdürülebilir kalkınma fikriyle uyduğu, ayrıca turizm, rekreasyon ve sürdürülebilir kalkınma için sundukları fırsatlar göz önüne alındığında sakin alanların korunmasının gerekliliği vurgulanmıştır.

Romero ve diğerleri (2015) yaptıkları çalışmayla ses atmosferinin turistlerin çevre kalitesi algısına etkisini belirlemeye çalışmışlardır. Çalışma alanı olarak İtalya'nın Napoli şehrinin tercih edildiği bu çalışmanın sonuçlarına göre, yerel halk ile turistlerin ses atmosferinin etkisi ile çevre kalitesi algılamalarında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir.

Soares ve Coelho (2016), Brezilya'nın Belém ve Portekiz'in Lizbon şehirlerindeki parkların ses atmosferini inceledikleri çalışmada aktivitelerin ve davranışların belirleyicisi olarak coğrafyanın ve iklimin etkisini, şehir parklarının ses atmosferini karakterize eden doğal ve insan kaynaklı seslerin yayılmasını ve park kullanıcılarının ses atmosferlerinin kalitesini değerlendirme biçimlerini analiz etmişlerdir. Araştırma kapsamında ses basıncı ölçümleri yapılmış, tanımlanabilir ses kaynaklarının işitilebilirliği analiz edilmiş, ses yürüyüşleri ve görüşmeler yoluyla park kullanımı ve etkinlikler incelenmiş ve ziyaretçilere sorulan sorulara verilen yanıtların değerlendirilmesi yapılmıştır. Yapılan analizlerin sonuçları park ses atmosferinin coğrafya, iklim, kentsel mimari, park altyapısı, ses kaynakları gibi farklı özelliklere ve en önemlisi ziyaretçilerin planlanan etkinliklerden beklentilerine ve diğer duyuşsal tepkilerine bağlı olduğunu ortaya koymuştur.

Liu ve diğerlerinin (2017) görsel beklenti, görsel algı, işitsel beklenti, işitsel algı ve turist memnuniyeti arasındaki ilişkileri analiz etmek amacıyla yaptıkları çalışmada, Temmuz 2016'da Çin'in Anhui Eyaletindeki Hongcun antik köyünü ziyaret eden 357 turistten anket aracılığıyla veriler toplanmıştır. Veriler Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) ile analiz edilmiştir. Yapılan analizlerin sonuçlarına göre; turistlerin hem görsel beklentisi hem de ses atmosferi beklentisinin memnuniyetini olumlu yönde etkilediği, görsel algı ve memnuniyet katsayısının işitsel algı ve turist memnuniyetinden çok daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, görsel tatminin turist memnuniyeti üzerindeki etkisinin işitsel algıdan daha fazla olduğu ortaya konulmuştur. Çalışma sonunda, daha fazla turist çekmek ve memnuniyeti arttırmak için destinasyonların coğrafi görünümünün ve ses atmosferlerinin iyileştirilmesi doğrultusunda öneriler sunulmuştur.

Jiang ve diğerlerinin (2018) yaptıkları çalışmada, doğa temelli bir turizm destinasyonunda doğal ses atmosferinin turist davranışları üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Destinasyonun ses atmosferi, turistlerin doğal ses atmosferine karşı tutumları, turist memnuniyeti ve sadakat arasındaki ilişkiyi gösteren davranış modelini Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) ve yeniden örnekleme analizi kullanarak inceledikleri

çalışmanın sonuçlarına göre; turist tutumları doğal ses atmosferi imajını etkilemekte, turistik memnuniyeti ve sadakati etkilememektedir. Doğal ses atmosferi imajı, turist memnuniyetini doğrudan etkilemektedir. Ayrıca, turist memnuniyeti aracılığıyla dolaylı olarak da turist sadakatini etkilemektedir.

Deng ve diğerleri (2017) yaptıkları araştırmada, Çin'in Anhui Eyaletine bağlı tarihi ve etnik bir turizm destinasyonu olan Huangshan şehrindeki Tunxi Old Sokak'ın 2008'den 2016'ya kadarki ses atmosferi değişimi üzerinde bir vaka çalışması gerçekleştirmişlerdir. Yapılan analizler sonucunda ses atmosferinin turist hareketleri ve turist davranışları ile ilişkili olduğu belirlenmiştir. Etnik turizmde etnik müziğin sunulmasına yönelik uygun bir fonksiyonel alanın geliştirilmesi amacıyla bir ses planlaması da öne sürülmüştür.

Aletta ve diğerleri (2017) yaptıkları çalışmada, çevrenin akustik boyutunu dikkate alarak turistlerin bir yerle ilgili deneyimlerini iyileştirmek amacıyla, bir ses atmosferi yaklaşımının turizm yönetimine uygun bir araç olabileceğini ileri sürmektedirler. Çalışma kapsamında, İtalya Sorrento'daki bir turist yürüyüş rotasına ait ses atmosferinin karakterizasyonunu yapmak amacıyla bir grup akustik uzmanı, mimar ve planlamacıyla birlikte bu rotaya ait ses kayıtları ve algısal veriler toplanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, turistlerin algısal yapısı hem görsel hem de işitsel unsurlar tarafından desteklenmektedir ve bu durum da ses atmosferinin değerlendirilmesine katkıda bulunmaktadır.

Ren ve diğerleri (2018) Çinli ve İngiliz potansiyel turistler arasında ses atmosferi beklentilerini incelemek için karşılaştırmalı bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre; her iki grubun da en çok doğal sesleri tercih ettiği, İngilizlere kıyasla Çinlilerin doğal olan, çiftlik hayvanı sesleri ve melodik sesleri daha çok, trafik ve endüstriyel sesleri ise daha az duymayı umdukları belirlenmiştir.

Qiu, Zhang ve Zheng (2018), turistlerin ses atmosferi kaynaklı duygularının etkilerini ortaya koydukları çalışmalarında, turistlerin çevre yanlısı davranışlarının bazı belirleyicilerini incelemişlerdir. 2017 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne giren Çin'deki önemli bir turizm destinasyonu olan Kulangsu çalışma alanı olarak seçilmiştir. Kulangsu, Chiu-lung Nehri'nin ağzında Xiamen şehrine bakan oldukça fazla ses atmosferi kaynağına sahip küçük bir adadır. Araştırma sonuçları, insan-çevre ilişkilerinin çevre yanlısı davranışlarla açık bağlantılarını ortaya çıkarmıştır. Sonuçlar ayrıca, turistik

destinasyonlarda sürdürülebilir kalkınmayı desteklemede ses atmosferinin önemini ortaya koymuştur.

Qiu ve diğerleri (2018), biliş-duygu modeli merceğinden ses atmosferi ve görsel peyzajın turistlerin bütünsel deneyimindeki işlevini karşılaştırmayı amaçladıkları araştırmalarında, Çin'in, Jiuzhai Vadisi Ulusal Parkı'nı ziyaret eden 563 yerli turistten anket aracılığıyla veri toplamışlardır. Araştırma sonuçları, ses atmosferinin ve görsel peyzajın turist bilişi ve duygusu üzerinde farklı etkilere sahip olduğunu göstermektedir. Turist genel memnuniyetinin dinleme-bakma uyumuna dayandığı, sektör yöneticilerinin turist deneyimini tasarlarken ses atmosferini iyi kullanması ve görsel peyzaj ile uyumunu göz önünde bulundurması gerektiği öne sürülmüştür.

J. Liu ve diğerleri (2018) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, şehir parklarında ses ve ses atmosferi algısı ile halkın ziyaret deneyimi arasındaki ilişkilerin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu amaçla Çin'in Fuzhou kentindeki West Lake parkında 146 katılımcıdan anket aracılığıyla veri toplanmıştır. Araştırma sonuçları, üç ziyaret deneyimi göstergesinin (ses atmosferi huzur derecesi, coğrafi görünüm estetik derecesi ve ziyaret memnuniyeti derecesi) birbirleriyle pozitif yönde ilişkili olduğunu göstermiştir. Belirli bireysel seslerin algılanmasının bu üç gösterge ile yakın ilişkili olduğu belirlenmiştir. Ses atmosferi huzur derecesinde trafik seslerinin olumsuz, su sesinin ve müzikle ilgili seslerin olumlu etki gösterdiği; coğrafi görünüm estetik derecesinde trafik sesleri ve müzikle ilgili seslerin yine en önemli etkiyi gösterdiği; ziyaret memnuniyet derecesinde mekanik sesler ve köpek havlaması sesi olumsuz, yine müzikle ilgili sesler olumlu etkiyi gösterdiği tespit edilmiştir.

A. Liu ve diğerlerinin (2018) yaptıkları çalışmada, ses atmosferi ve turist memnuniyeti arasındaki ilişkiyi turistin duysal deneyimi perspektifinden incelemeyi amaçlamışlardır. Çin'in Anhui Eyaletinde bulunan kültür ve miras turizmi açısından popüler bir turizm merkezi olan ve 2000 yılında UNESCO dünya mirası alanı olarak kabul edilen eski bir Çin köyü Hongcun'da turistlere anket uygulanarak veriler toplanmıştır. Çalışma sonuçları ses tercihi, ses atmosferi beklentisi ve ses atmosferi algısı gibi faktörlerin ses atmosferi memnuniyeti ve turist memnuniyeti üzerinde farklı etkilere sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Ses tercihi, ses atmosferi memnuniyeti ve turist memnuniyeti arasında belirgin bir korelasyon bulunamamıştır. Ayrıca, turistlerin çoğunun ses atmosferinin önemini fark etmesine rağmen, bir destinasyon seçerken ses ve ses atmosferini nadiren dikkate aldığı ortaya koyulmuştur.

Li ve diğerkleri (2018) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, bireylerin parklardaki ve korunan alanlardaki ses atmosferi tercihlerinin, bu seslere yönelik duygusal algılarının ve bu seslerden en çok etkileneceğine inandıkları rekreasyon aktivitesinin belirlemesi amaçlanmıştır. Çalışma sonuçlarına göre, alandaki biofoni ve jeofoni ziyaretçiler tarafından hoş karşılanırken antropofoniye karşı hoşnutsuzluklarının olduğu belirlenmiştir. Ayrıca katılımcılara sorulan “Beğendiğiniz sesler herhangi bir rekreasyon aktivitesinin etkisini arttırır mı? sorusuna verilen yanıtlara göre, seslerin daha çok karada gerçekleştirilen rekreasyon aktivitelerinde ön plana çıktığı belirlenmiştir. Çalışma sonunda park ve korunan alan yöneticilerine, ziyaretçi deneyimlerini iyileştirmesi amacıyla biofonik ve jeofonik seslerin korunmasına yönelik bir yönetim anlayışının benimsenmesi doğrultusunda önerilerde bulunulmuştur.

He ve diğerklerinin (2018) yaptıkları çalışmayla, ses atmosferinin ve coğrafi görünümün Büyük Leshan Budası’nın bulunduğu Çin’deki Emei Dağı’ndaki turizm deneyimini nasıl etkilediğini araştırmışlardır. Katılımcıların ses atmosferi algısı, coğrafi görünüm algısı, turizm deneyimleri, demografik özelliklerini ve ses atmosferiyle coğrafi görünüm arasındaki uyumu belirlemeye yönelik beş bölümden oluşan bir anket ile araştırma verilerini toplamışlardır. Yapılan analizler sonucunda; ses atmosferi algısı ile coğrafi görünüm algısı arasında pozitif bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Ses atmosferi algısının turist deneyimini “ses atmosferi ve coğrafi görünüm uyumu” yoluyla dolaylı olarak etkilediği ve yalnızca coğrafi görünümün yzeyssel deneyimi doğrudan etkileyebileceği ortaya konulmuştur.

To ve Chung (2019) yaptıkları çalışmada, akıllı turizmde ses atmosferinin rolünü keşfetmeyi amaçlamışlardır. Ayrıca, yeni bir teknik şartname olan ISO / TS 12913-2: 2018’e dayalı ses atmosferini uygulayarak Çin’in Makao bölgesini ziyaret eden turistlerin deneyimini geliştirmeye yönelik öneriler sunmayı da amaçlamışlardır. Macao’da bulunan UNESCO listesine girmiş dört dünya mirasının (St. Lawrence Kilisesi, Mandarin Evi, Lilau Meydanı ve Mağribi Kışlası) bulunduğu alanda ses yürüyüşü gerçekleştirerek temel ses unsurlarını belirlemişlerdir. Ses yürüyüşüyle birlikte katılımcılara anket de uygulanmıştır. Anketlerle elde edilen verilerin analizi sonucunda, katılımcıların Lilau Meydanı’ndaki ses atmosferinden oldukça hoşnut oldukları ve burayı dört nokta arasında en yüksek konfor ve sessizliğe sahip yer olarak algıladıkları belirlenmiştir. Ayrıca, katılımcılar Mandarin’s House ve St. Lawrence Kilisesi’ndeki ses atmosferini biraz hoş bulurken, Mağribi Kışlası’ndaki ses atmosferinden hoşlanmadıkları tespit edilmiştir.

Montazerolhodjah, Sharifnejad ve Montazerolhodjah, (2019) yaptıkları çalışmada, İran'da bulunan Yazd Şehri'nin tarihi ve turistik kentsel mekânları olan Han Meydanı ve Fahadan Meydanı'nda akustik konforu etkileyen ses atmosferi bileşenlerinin rolünü belirlemek ve değerlendirmek amacıyla bölgeye gelen 632 yabancı turistten veri toplamışlardır. Çalışma sonuçlarına göre; bu turistik meydanlardaki trafik gürültüsünün akustik konforu bozan en önemli etken olduğu ve akustik konforu artıran en önemli faktörlerin çocuk sesleri, su sesi, konuşma sesi ve ticari hareketliliğin neden olduğu sesler olduğu belirlenmiştir.

Zuo ve diğerleri (2020), yerel halkın algıları perspektifinden turistik destinasyonlardaki ses atmosferi değişimini ele aldıkları çalışmada, Çin'de ünlü bir turistik cazibe merkezi olan Lugu Gölü çevresinin ses atmosferi değişimine yönelik bölgedeki altı köyde yaşayanlardan anket aracılığıyla veri toplamışlardır. Lugu Gölü, Çin'in güneybatısındaki, Sichuan Eyaleti ve Yunnan Eyaletinin ortak yetkisi altında olan, dağlık ve kısıtlı ulaşım imkanları bulunan bir noktadır. Araştırma sonuçlarına göre; bölge jeofonisinin, turizmin etkisi ile önemli ölçüde değişime uğramadığı, biofoninin ise giderek etkisini yitirdiği, antroponinin önemli ölçüde arttı ve bölge sakinleri arasında endişe kaynağı olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, köylerde yaşayan yerel halkın farklı ses atmosferi değişimi algısına sahip oldukları tespit edilmiştir. Bölgede turizm kaynaklı ses atmosferi değişiminin yaşandığı belirlenmiş ve bu doğrultuda destinasyonların sürdürülebilirliği açısından yerel ses atmosferlerinin korunmasına yönelik öneriler sunulmuştur.

Yang ve diğerleri (2020), 1997 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne alınmış olan Dayan Antik Kenti'ndeki turistlerin ses tercihlerini belirleyerek, antik kentlerin ses atmosferinin öznel değerlendirmesindeki farklılıkları araştırmışlardır. Araştırma sonuçlarına göre, antik kentte turistlerin en sevdiği seslerin su sesi olduğu, kafelerde ve barlarda ise dinlendirici müzikleri ve halk müziğini dinlemek istedikleri ortaya konulmuştur. Turistlerin tercih ettikleri sese göre, doğal sesleri tercih edenler ve antroponiyi tercih edenler olarak ikiye ayrıldıkları belirlenmiştir.

Krzywicka ve Byrka (2020) yaptıkları çalışmada, ses atmosferine canlılık kazandırılmasının ve ortamların çerçevelenmesinin, rekreasyon katılımcılarının etraflarını değerlendirmesini ve tahmin edilen rekreasyon sürelerini etkileyip etkilemediğini araştırmışlardır. Yapılan analizler sonucunda canlı, neşeli ses atmosferine sahip mekanların daha kentsel koşullarda tercih edildiği; daha yavaş, daha cansız ses

atmosferine sahip ortamların ise doğal alanlarda tercih edildiği belirlenmiştir. Aynı zamanda doğal seslerden oluşan ses atmosferlerinin kentsel seslerden oluşan ses atmosferlerine nazaran daha çok tercih edildiği ve hem canlı hem de cansız, sakin seslerden oluşan ses atmosferlerinin katılımcıların rekreasyon süresi üzerinde dolaylı etkiye sahip olduğu ortaya konulmuştur.

Jiang ve diğerleri (2020) yaptıkları çalışmada, turist katılımı perspektifinden doğal ses atmosferlerinin turist memnuniyetine katkısını belirlemeyi ve boş zaman engelleri modelini kullanarak turist katılımını etkileyen kısıtlayıcı faktörleri ortaya koymayı amaçlamışlardır. Sonuçlar, turistlerin doğal ses atmosferi deneyiminin turistik memnuniyeti önemli ölçüde artırdığını göstermektedir. Ayrıca, katılım engellerinin beş boyutu bulunmuş ve bunlardan “bireysel faaliyetler” boyutunun katılımcıları katılımcı olmayanlardan ayıran en önemli kısıtlama olduğu ortaya konulmuştur.

Grguric (2020) çalışmasında, Hırvatistan'ın en büyük adası Krk'nın ana yerleşim yeri olan Krk Kasabası sahil şeridinin akustik kalitesini incelemiştir. Krk Kasabası iyi bilinen bir turizm merkezidir. Çalışma sonuçlarına göre, sahil şeridinde turizm işletmelerinde çalınan yüksek sesli müziğin, bölgenin ses atmosferinin yapısını bozduğu belirlenmiş, akustik ekoloji ilkelerine dayalı ses ve müzik yayını yönetiminin paydaşlarca sağlanması gerektiği vurgulanmıştır.

Gale ve diğerleri (2020) yaptıkları çalışmada, Şili'nin Coyhaique Ulusal Koruma Alanı'nda altı farklı ses atmosferi ve özel sesler perspektifinde ziyaretçi algılarını ölçmüşlerdir. Çalışma sonuçlarına göre, daha kentsel odaklı olumlu ses atmosferi ile koruma alanı bağlamındaki ses algıları arasında paralellikler olduğu tespit edilmiştir.

Chen ve diğerleri (2020) kırsal turizm destinasyonlarında sürdürülebilir çevre gelişimi için, akustik çevre yönetimine ve kırsal ses atmosferi planlamasına dikkat çekmek amacıyla yaptıkları çalışmada, Çin'in kırsal bir turizm destinasyonu olan Zhuquan Köyü'nü ziyaret eden 452 turistten veri toplanmıştır. Veri toplama aracı olarak, köydeki kırsal ses atmosferinin psiko-akustik özelliklerini, turistlerin ses atmosferi beklentilerini ve ses atmosferi duyarlılıklarını belirlemede kullanılan kırsal ses atmosferleri anketi kullanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, kırsal turistlerin ses atmosferi tercihinin jeofoni ve biofonideki doğal sesler olduğu, kırsal turistlerin ses atmosferi beklentilerinin ise kaynak suyu ve akarsu sesleri, kuş sesleri ve su değirmeni

çarkının sesi olduğunu belirlenmiştir. Ayrıca çalışma sonunda, kırsal ses atmosferinin planlanması ve yönetimi için paydaşlara yönelik birtakım öneriler de sıralanmıştır.

Lu ve diğerleri (2021) ses atmosferi algısının ses atmosferi akış deneyimi üzerindeki etkisini inceledikleri çalışmada, ses atmosferi algısının tercih, rahatlık ve zenginlik boyutlarından oluşan yapısı ortaya konulmuştur. Ses atmosferi akış deneyiminin de zaman bozulması, kontrol, keyif ve konsantrasyon boyutlarından oluştuğu belirlenmiştir. Aynı zamanda tercih ve zenginlik boyutlarının akış deneyimini olumlu yönde etkilediği, akış deneyiminin davranışsal niyete katkıda bulunduğu ve konfor boyutunun akış deneyiminde önemli bir etkiye sahip olmadığı ortaya konulmuştur.

Kankhuni ve Ngwira (2021) yaptıkları çalışmada turist bağlılığını, turistlerin ses atmosferi algılarını, unutulmaz turizm deneyimlerini, memnuniyet ve elektronik ağızdan ağıza iletişimi araştırmışlardır. Çalışma kapsamında veriler, Afrika genelinde motorlu taşıt kullanan turistlere Instagram isimli sosyal medya uygulamasındaki paylaşımları üzerinden direkt mesaj yoluyla çalışmanın anketi iletilerek toplanmıştır. Yapılan analizler sonucunda turistik bağlılığın turistlerin doğal ses atmosferi algılarını olumlu etkilediği ve bunun da unutulmaz turizm deneyimlerini, memnuniyeti ve elektronik ağızdan ağıza iletişimi olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Gale ve Ednie'nin (2021) Şili'deki bir ulusal koruma alanını mevcut ses atmosferi çekicilik ve kabul edilebilirlik ölçütlerinin yanı sıra, ses atmosferinin ziyaretçi deneyimlerini nasıl etkilediğine ve daha fazla ziyaret etme isteğine ilişkin bilgiye ulaşmayı amaçladıkları çalışmada, 899 ziyaretçiden veri toplamışlardır. Çalışmada yapılan analizlerle, doğal ve antropojenik (insan kaynaklı) seslerin baskınlığı ile genel ses atmosferi derecelendirmeleri arasındaki ilişkileri tanımlamışlardır.

Chen ve diğerlerinin (2021) çalışmalarında, Çin'de bulunan Meiling Milli Orman Parkı'nın ses atmosferini incelemiş ve ziyaretçilerin ses atmosferi tercihlerini belirlemeye çalışmışlardır. Yapılan anket çalışmasının sonuçlarına göre; ziyaretçilerin farklı mevsimlerde farklı ses kaynakları için farklı derecelerde tercihlerinin olduğunu göstermiştir. Ziyaretçilerin ses atmosferi içindeki seslerden en çok doğal sesleri tercih ettikleri, daha sonra sırasıyla tarihi ve kültürel sesleri, yapay sesleri ve mekanik sesleri tercih ettikleri belirlenmiştir. Turistlerin Meiling Orman Parkı'nın ses atmosferinden genel olarak memnun oldukları vurgulanmıştır.

Jiang (2022) yaptığı çalışmayla işitsel duyusal deneyim perspektifinden çok algılı bir turizm araştırması gerçekleştirmiştir. Doğal ses atmosferi ile turistlerin duyguları ve davranışları arasındaki ilişkiyi genişletilmiş uyarıcı-organizma-tepki modeli ile ele almıştır. Aralarındaki muhtemel yapısal ilişkileri Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) ile doğrulamıştır. Araştırmanın verileri, Çin’de bulunan ve UNESCO Dünya Mirası Listesi’nde yer alan Gu-Lang-Yu Adasını ziyaret eden 563 Çinli turistten anket aracılığıyla elde edilmiştir. Araştırma sonuçları, doğal ses atmosferi gibi işitsel faktörlerin turistlerin doğa temelli turizmdeki duygu ve davranışlarını önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir. Doğal ses atmosferinin neden olduğu duygunun, turistlerin doğa temelli turizmde gerçek davranışını ve davranış niyetini önemli ölçüde iyileştirebileceği, farklı duygusal boyutların farklı davranış türlerini ortaya çıkarabileceği ve doğal ses atmosferindeki gerçek yaklaşım davranışının turistlerin davranış niyetini önemli ölçüde artırabileceği ortaya koyulmuştur.

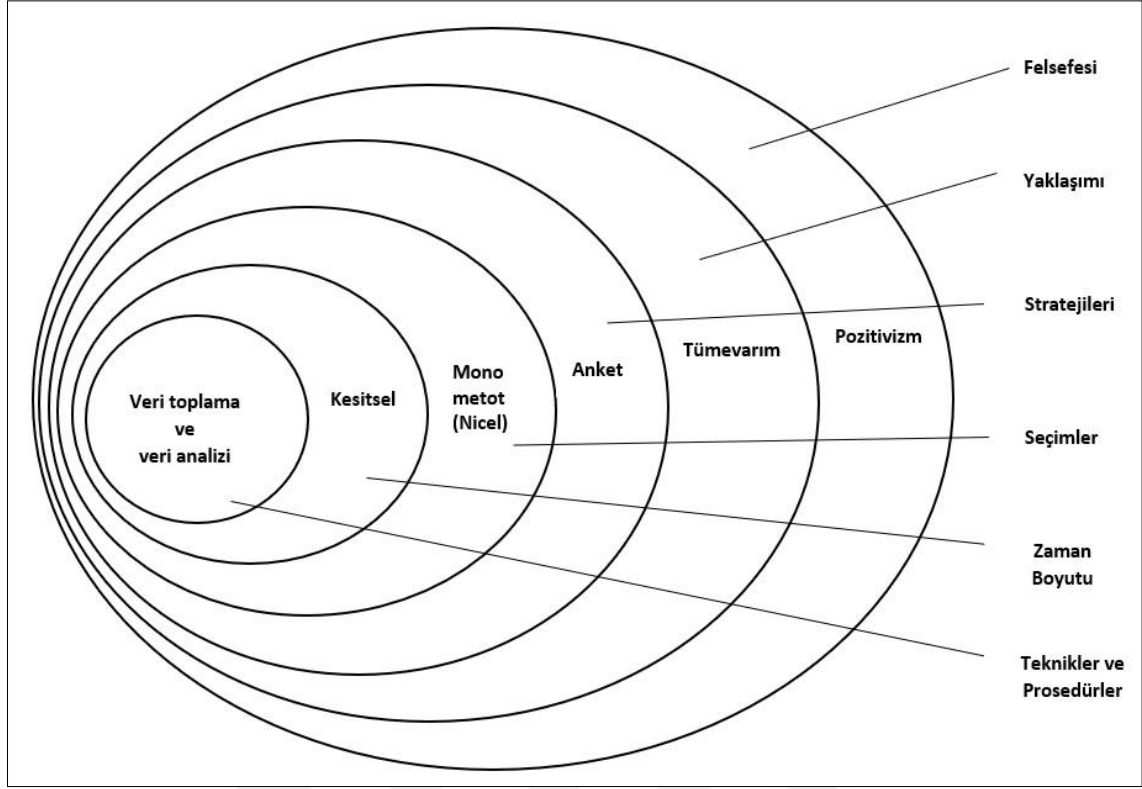
3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeline, evren ve örneklemine, verilerin toplanmasına ve analiz aşamasında kullanılacak tekniklere ilişkin bilgiler sunulmuştur.

3.1. Araştırma Yaklaşımı

Bu çalışma, rekreasyon alanlarındaki ses atmosferinin turistlerin duygu durumları üzerindeki etkilerini araştırmaktadır. Ayrıca, bu etkiyi turistlerin seyahat motivasyonları ve demografik özellikleri bağlamında inceleyerek literatüre katkıda bulunulması amaçlanmaktadır. Buna ek olarak bu çalışma, rekreasyon alanı akustik çevresi için genel bir ses atmosferi çerçevesi oluşturmak amacıyla çalışma alanındaki iki farklı noktayı karşılaştırmaktadır.

Yapılmış birçok çalışma, ses atmosferi kavramının ne kadar karmaşık olursa olsun yalnızca kelimeler, sayılar veya diğer ölçülebilir parametrelerle ifade edilemeyeceğini savunmaktadır (Liu vd., 2013; Liu vd., 2014; Liu vd., 2017; A. Liu vd., 2018; J. Liu vd., 2018; He vd., 2018; Qiu vd., 2018; Qiu, Zhang ve Zheng, 2018; To ve Chung, 2019; Chen vd., 2020; Jiang vd., 2020; Krzywicka ve Byrka, 2020; Yang vd., 2020; Chen vd., 2021; Jiang, 2022). Bu çalışmada benimsenen ses atmosferi yaklaşımı, Eskişehir'in iki önemli rekreasyon alanındaki turist-ses atmosferi etkileşimini kapsamlı bir şekilde incelemek için; alanlardaki ses atmosferi basıncının ölçülmesi, ses kaydının yapılması ve turistlerin ses atmosferi kaynaklı duygu durumunun anket aracılığıyla anlaşılması yöntemlerini birleştirmektedir. Buradan hareketle bu tez çalışması araştırma soğanı çerçevesinde tasarlanmıştır. Saunders, Lewis ve Tharnhill (2007) tarafından geliştirilen araştırma soğanı altı katmanı içermektedir. Bu katmanlar; araştırmanın felsefesi (örneğin, pragmatizm), yaklaşımı (tümevarım veya tümdengelim), stratejileri veya metodolojileri (örneğin, gömülü kuram), seçimler veya kullanılan yöntemlerin türleri (örneğin, karma yöntem), zaman boyutu (örneğin, kesitsel), teknikler ve prosedürlerdir (veri toplama ve veri analizi teknikleri). Bu çalışmada araştırmacılar olgudan bağımsız olduğu ve yüksek düzeyde yapılandırılmış ölçüme uygun veriler toplandığı için pozitivism felsefesi benimsenmiştir. Örneklem üzerinde çalışarak elde edilen sonucun genellenmesi amaçlandığı için araştırma yaklaşımı olarak tümevarım, verilerin toplanmasındaki strateji anket olarak belirlenmiştir. Elde edilen verilerin analizi ve yorumlanmasında seçilen yöntem türü mono metot (nicel), zaman boyutu ise kesitseldir. Tasarlanan araştırma soğanı Şekil 3.1'de gösterilmiştir.



Şekil 3.1. Araştırma soğanı çerçevesi

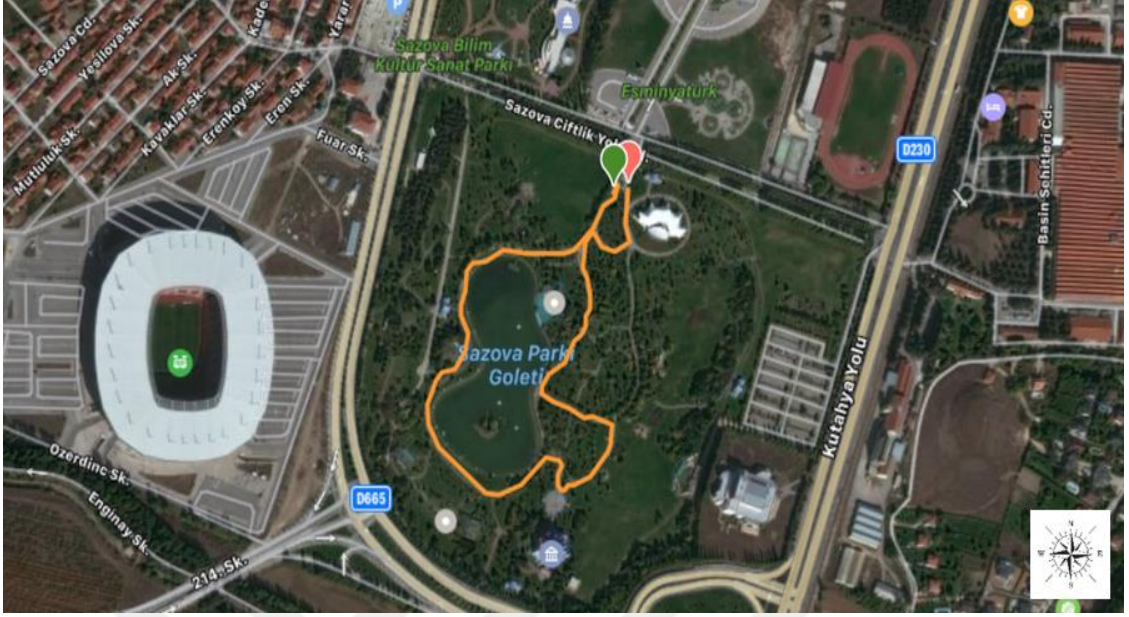
3.2. Çalışma Alanı

Bursa Bilecik Eskişehir Kalkınma Ajansı'nın (BEBKA) 2020 yılında yayımlanmış olduğu "Eskişehir İlinin Turizm Kaynaklarının Mekânsal Analizi ve Pazarlama Stratejisi" adlı rapora göre, Eskişehir çok sayıda şehir turizmi kaynağına sahiptir. Ayrıca Eskişehir'e gelen yerli turistlerin en çok şehir merkezinde dolaşmayı tercih ettiği, daha çok alışveriş, eğlence, kültürel/tarihi alanları ve rekreasyon alanlarını ziyaret aktivitelerini gerçekleştirdikleri belirlenmiştir. Yabancı turistlerin ise daha çok kongreye katılmak, iş veya arkadaş ziyareti, dinlenmek ve gezmek faaliyetlerinde bulundukları belirlenmiştir. Bütün bu bilgiler doğrultusunda Eskişehir'in Türkiye'nin önemli bir şehir turizmi destinasyonu olduğunu söylemek mümkündür.

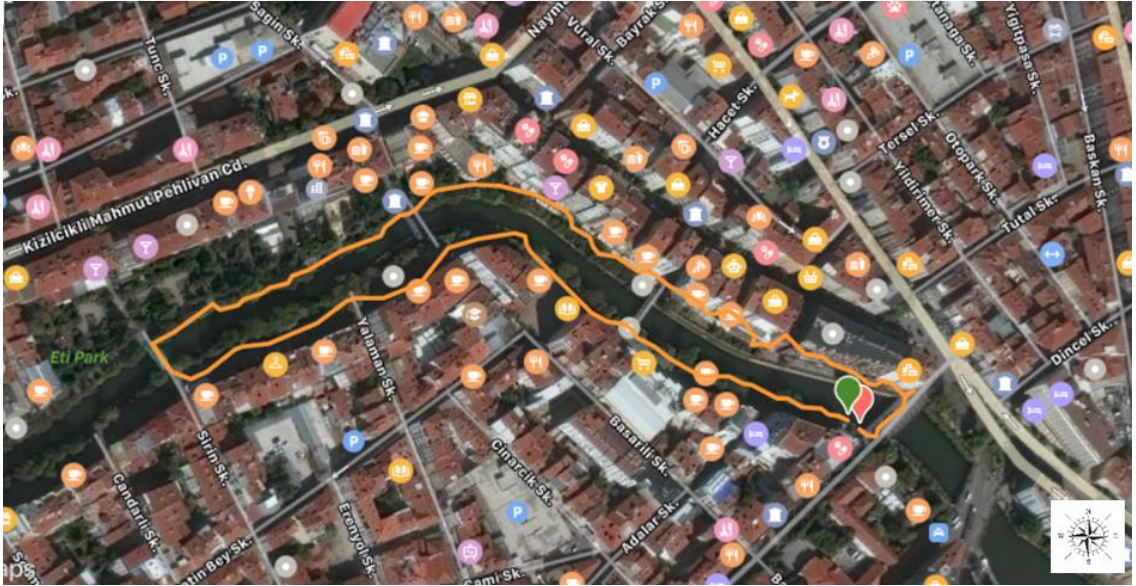
Şehirlerdeki parklar ve akarsular insanlar için rekreasyon imkânı sunan önemli alanlardır (Chiesura, 2004; Brown, Schebella ve Weber, 2014; Hong vd., 2019; Shan, Xiu ve Ji, 2020). Bu araştırmada da çalışma alanı olarak Eskişehir ilinde bulunan ve turistler tarafından mutlaka ziyaret edilen iki rekreasyon alanı olan Sazova Bilim, Kültür ve Sanat Parkı ile Porsuk Çayı'nın kıyısında yer alan Adalar mevki seçilmiştir. Kentin iki farklı noktasında bulunan rekreasyon alanları seçilerek buralardan elde edilen verilerin

karşılaştırılması da hedeflenmektedir. Kentsel yeşil alan olan Sazova Bilim, Kültür ve Sanat Parkı bir tema parktır. 2008 yılında 400 bin metrekarelik bir alanda hizmete açılmıştır ve şehrin en büyük rekreasyon alanıdır. Şehir merkezine 10 dakikalık mesafededir. Park içinde büyük bir gölet, bir masal şatosu, korsan gemisi, 1200 kişilik açık hava konser alanı, çocuk oyun alanları, engelli çocuk parkı, kafe ve restoranlar bulunmaktadır. Ayrıca hemen yanında hayvanat bahçesi, Türk Dünyası Bilim Kültür ve Sanat Merkezi, Esminyatürk (Türk Dünyası Şaheserleri Parkı), Türkiye'nin en büyük Bilim Deney Merkezi ve içerisinde interaktif sunumlar ve gösterimler yapılan son teknolojinin kullanıldığı Türkiye'nin en büyük Sabancı Uzay Evi bulunmaktadır. Adalar mevki ise Köprübaşı Göksu Köprüsü ile İstasyon Köprüsü arasında kalan Porsuk Çayı'nın iki kenarı boyunca uzanan kentin merkezi iş alanında yer alan bir bölgedir. Porsuk Çayı'nın sağ ve sol kıyısı boyunca kafe, restoran, pastane ve çay bahçelerinin bulunduğu, nüfus yoğunluğunun oldukça fazla olduğu bir rekreasyon alanıdır. Gondol ve bot turlarının biniş noktaları da bu alanda yer almaktadır. Bu turlarda turistler Porsuk Çayı üzerinde seyahat ederek Adalar bölgesini gezme imkânı bulmaktadırlar. Her iki çalışma alanında da yetkililer tarafından düzenli ses basıncı ölçümleri yapılmamaktadır. Adalar mevkiinde yalnızca gürültü şikâyetleri üzerine Eskişehir Büyükşehir Belediyesi tarafından ölçüm yapılmaktadır. Özellikle bu alanlara özgü olan ses atmosferinin belirlenmesi ve korunmasına yönelik herhangi bir faaliyet gerçekleştirilmemektedir. Araştırmanın bundan sonraki bölümlerinde kentsel yeşil alanda yer alan ve tema park olan Sazova Bilim, Kültür ve Sanat Parkı "Çalışma Alanı-1", merkezi iş alanında bulunan Adalar mevki "Çalışma Alanı-2" olarak ifade edilecektir.

Her iki çalışma alanında 15'er dakikalık yürüyüş rotaları oluşturulmuştur. Ses kayıtları ve ses basıncı ölçümleri bu rotalarda yapılan ses yürüyüşleriyle gerçekleştirilmiştir. Çalışma Alanı-1'de oluşturulan rota, turistlerin en çok tercih ettikleri ve yoğun olarak bulundukları gölet etrafında yoğunlaşan ziyaret noktaları (korsan gemisi, çocuk oyun alanları, kafeler, restoranlar, masal şatosu, konser alanı) dikkate alınarak oluşturulmuştur. Çalışma Alanı-2'deki rota ise Köprübaşı Göksu Köprüsü'nden başlayarak kafe, restoran ve çay bahçesi gibi işletmelerin ve insan yoğunluğunun oldukça az olduğu noktadaki küçük köprüden karşıya geçilerek tekrar Köprübaşı Göksu Köprüsü'ne ulaşılacak şekilde oluşturulmuştur. Oluşturulan bu yürüyüş rotaları Şekil 3.2 ve Şekil 3.3'te gösterilmiştir. Ayrıca, bu ses yürüyüşlerinde yapılan ses atmosferi kaydı örneklerine ait dinleme bağlantıları Şekil 3.4'te sunulmuştur.



Şekil 3.2. Çalışma Alanı-1 (Sazova Bilim, Kültür ve Sanat Parkı) yürüyüş rotası



Şekil 3.3. Çalışma Alanı-2 (Adalar mevkii) yürüyüş rotası

**Sazova Bilim, Kültür ve Sanat Parkı ses atmosferi
dinleme bağlantıları**



URL: <https://soundcloud.com/e-ref-ay/sazova-ses-atmosferiwav>

**Adalar mevkii ses atmosferi
dinleme bağlantıları**



URL: <https://soundcloud.com/e-ref-ay/adalar-ses-atmosferiwav>

Şekil 3.4. Çalışma alanlarına ait ses atmosferi örneği dinleme bağlantıları

3.3. Araştırma Evreni ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini Eskişehir’de bulunun Çalışma Alanı-1’i ve Çalışma Alanı-2’yi ziyaret eden on sekiz yaşından büyük yerli ve yabancı turistler oluşturmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Değerlendirme Daire Başkanlığı ile yapılan yazışmalar sonucu elde edilen verilere göre 2020 yılında Eskişehir Hasan Polatkan Havalimanı’ndan 18.458 yabancı turist Türkiye’ye giriş yapmıştır. Ayrıca konaklama tesislerine (Bakanlık işletme belgeli ve belediye belgeli) giriş sayısı 385.290, geceleme sayısı ise 545.645’tir. Gnbirlikçilere yönelik herhangi bir resmi istatistiki veri bulunmamaktadır. Gnbirlik turlarla Eskişehir’e yoğun bir ziyaretçi girişinin olduğu ve tesisler dışında da konaklamaların olabileceği göz önüne alındığında toplam turist/ziyaretçi sayısının 500.000’ini aştığı varsayılmaktadır.

Araştırma evreni belirlendikten sonra evreni temsil edecek örnekleme almak için bir örneklem listesine ihtiyaç vardır. Bu listeye örneklem çerçevesi adı verilmektedir (Christensen, Johnson ve Turner, 2015, s. 162). Ancak Eskişehir’de bulunun bu iki rekreasyon alanını ziyaret eden yerli ve yabancı turistlere ilişkin bir örneklem çerçevesi mevcut olmadığından, araştırmanın örneklem çerçevesi veri toplama aşamasında karşılaşılan yerli ve yabancı turistler olarak belirlenmiştir. 0,05 örnekleme hatası ile örneklem sayısı Sazova Bilim, Kültür ve Sanat Parkı için 384, Adalar mevki için 384 olacak şekilde toplam 768 olarak hesaplanmıştır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004). Örnekleme yöntemi olarak zaman ve maddi kaynak kısıtlamaları da dikkate alınarak tesadüfi olmayan örnekleme tekniklerinden amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme yöntemi iradi, kasti veya tipik örnek seçme isimleri ile de bilinmektedir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s. 44). Bu yöntemde öğeler, örnek için çalışma evreninden rastgele değil, belli özelliklerinden dolayı veya araştırmacının kararına göre seçilmektedir (Böke, 2014, s. 125).

Bu tez kapsamında, bireysel veya grup olarak Eskişehir’e gelen turistlerden anket aracılığıyla veri toplanmıştır. Çalışma Alanı-1’i ziyaret eden 397, Çalışma Alanı-2’yi ziyaret eden 397 olmak üzere toplam 794 turiste yüz yüze anket uygulaması yapılmıştır. Anketler birebir yüz yüze uygulandığı için değerlendirme dışı kalan herhangi bir anket olmamıştır. Bu örneklem sayısı evreni temsil etme gücüne sahiptir (Christensen, Johnson ve Turner, 2015, s. 175).

3.4. Verilerin Toplanması ve Analizi

Bu araştırmada, ses atmosferinin turistlerin duygu durumuna olan etkisini belirlemeye yönelik verileri elde etmek için veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Bu çalışmada kullanılan anket formu; turistlerin duygu durumunu ölçmeğe yönelik kullanılan Pozitif ve Negatif Duygu Ölçeği’nden (PNDÖ), yine turistlerin seyahat motivasyonunu tespit etmek amacıyla kullanılan Seyahat Motivasyonu Ölçeği’nden ve demografik özelliklerinin belirlenmesi amacıyla hazırlanmış sorulardan oluşmaktadır.

Watson, Clark ve Tellegen (1988) tarafından geliştirilen PNDÖ insanların ruh halini ölçmek için yaygın olarak tercih edilmektedir. Ölçeğin Türkçe versiyonu geçerlik ve güvenilirlik analizinin yapıldığı Gençöz’ün (2000) çalışmasından uyarlanmıştır. Ölçek 10’u pozitif 10’u negatif duygu olmak üzere 20 duyguyu içermektedir. PNDÖ uygulanan kişiler 20 duygudan her birini içinde bulundukları anda ne düzeyde hissettiklerini 5’li

likert tipi ölçüm (1 = çok az veya hiç, 5 = çok fazla) aracılığı ile belirtirler. Negatif duygu düzeyinin yüksek çıkması öznel hoşnutsuzluğu ifade ederken; pozitif duygu düzeyinin yüksek çıkması içinde bulunulan ortam ile kurulan ilişkiden hoşnut olunduğu anlamına gelmektedir. Bu çalışmada, PNDÖ ile turistlere içinde bulundukları ses atmosferini dikkate alarak kendilerini nasıl hissettiklerini düşünmeleri ve 20 duygu ifadesinden her birini derecelendirmeleri istenmiştir.

“Şu an ki (moment)” duygu durumunun sorulduğu durumda Watson, Clerk ve Tellegen (1988) ölçeğin iç geçerlilik kat sayılarını pozitif ve negatif duygu durumları için sırasıyla 0,89 ve 0,85 olarak belirlemiştir. Söz konusu ölçeğin Türkiye’deki geçerlilik ve güvenilirlik çalışmasını ise Gençöz (2000) gerçekleştirmiştir. 199 üniversite öğrencisinin katılımıyla gerçekleştirilen çalışmada iç geçerlilik Cronbach alfa kat sayısı pozitif ve negatif duygular için sırasıyla 0,83 ve 0,86 olarak tespit edilmiştir. Test-tekrar test güvenirliliğinin elde edilmesi amacıyla ilk uygulamadan üç hafta sonra ölçek 165 kişiye ikinci kez uygulanmış ve test-tekrar test güvenilirlik kat sayısı 0,40 ve 0,54 olarak belirlenmiştir.

Bu araştırmada turistlerin seyahat motivasyonları ile ses atmosferi kaynaklı oluşan duygu durumları arasındaki ilişkiye de bakılacağı için turistlerin seyahat motivasyonlarına yönelik verileri elde etmek amacıyla seyahat motivasyonu ölçeği de kullanılmıştır. Kullanılan ölçek, Hollanda’ya gelen turistlerin seyahat motivasyonlarını belirlemek amacıyla Lin ve Nawijn (2020) tarafından geliştirilen seyahat motivasyonu ölçeğidir. Ölçek dört faktör ve dokuz maddeden oluşmaktadır. Katılımcılardan bu dokuz motivasyon maddesinin her birini 5’li likert tipi ölçeğinde derecelendirmeleri istenmiştir. Ölçek faktörleri Lin ve Nawijn (2020) tarafından; “escape (kaçış)”, “novelty (yenilik)”, “relationship (ilişki/bağ)” ve “self-development (kendini geliştirme)” olarak isimlendirilmiş ve Cronbach alfa kat sayısını her bir faktör için sırasıyla .733, .593, .836 ve .629 olarak belirlemiştir.

Çalışma kapsamında A-Ağırlıklı Eşdeğer Sürekli Ses Basınç Seviyesinin (LAeq) belirlenmesi için, Çevresel Gürültünün Ölçümü ve Değerlendirilmesi Kılavuzu’nda (ÇŞİDB, 2011) belirtildiği şekilde, ses basıncını A ve C ağırlıklı ölçebilen PCE marka PCE-432 model Tip 1 Sonometre (ses ölçer) cihazı (Görsel 3.1) kullanılarak ses basıncı ölçümleri yapılmıştır. Birleşmiş Milletler Çevre Koruma Bölümü LAeq göstergesini çevresel gürültünün ölçüm ve değerlendirmesinde temel olarak kullanmaktadır. Bunun gerekçeleri şunlardır;

- Gürültünün insan üzerindeki etkileri ile mükemmel uyuşmakta olması,
- Kesin, basit ve pratik olması,
- Hem planlamada hem uygulamada kullanılabilir olması,
- Halen kullanılan metotlarla çok benzerlik göstermekte olması,
- Kullanılan ölçüm cihazlarının standartlara uygun ve piyasada kolay bulunabilmesidir.



Görsel 3.1. PCE-432 Tip 1 Sonometre

Ses atmosferleri, çoğunlukla akustikçiler ve çevre sağlığı çalışanları tarafından sesin nesnel olarak ölçülebilen fiziksel özellikleri bakımından tanımlanmaktadır (Payne, 2009, s. 55). Ortalama sağlıklı bir insan kulağı, yaklaşık 20 ila 20.000 Hz. arasındaki sesleri algılayabilmektedir (Murphy ve King, 2014, s. 12). Ses seviyesi ölçerler, havadaki ses basıncı değişikliklerini karşılık gelen elektrik sinyallerine dönüştüren mikrofonlar içerir. Sinyaller daha sonra dahili olarak güçlendirilir ve seçilen frekans bandının dışındaki tüm sinyalleri reddeden elektronik filtrelerle veya elektronik ağırlıklandırma ağırları tarafından ölçülür, sonuçlar dijital bir okuma veya aralık göstergesinde desibel olarak görüntülenir. Bu cihazlar insan işitme duyusunun frekans özelliklerini filtreler vasıtasıyla temsil etmektedir (Egan, 2007, s. 30). En basit ifadeyle, bu filtreler insan tepkisine karşılık gelecek ses basınç seviyesini cihaza vermektedir (Everest, 1987a, s. 21). Ses seviyesi ölçerin, insan tepkisini temsil eden ölçüm vermesini sağlamak için ve ölçüm cihazının insan kulağı ile kıyaslanabilir bir şekilde hareket etmesi için cihaza ölçüm okumasını yönlendiren bir ağırlıklandırma ağırları sistemi dahil edilmiştir. A, B ve C şeklinde üç temel ağırlıklandırma ağı vardır. Önceleri A-ağırlığının 55 dB'e kadar ses

basıncı seviyeleri için kullanılması, 55 ile 85 arasındaki ses basıncı seviyeleri için B-ağırlığının, daha yüksek ses basıncı seviyeleri için ise C ağırlığının kullanılması amaçlanmıştır. Ancak, günümüzde, seviyeden bağımsız olarak tüm sesler için A-ağırlıklandırması kullanılmaktadır. Çünkü genel olarak benzer gürültü kaynakları için seviyeden bağımsız olarak öznel reaksiyon ile A-ağırlıklı ses seviyesi arasında iyi bir uyum olduğu bulunmuştur (Sound Research Laboratories, 1991, s. 9; Özçevik ve Can, 2011, s.53; Schnupp, Nelken ve King, 2011, s. 49).

İnsan kulağı farklı frekanslardaki seslere eşit tepki vermez; İnsan, daha düşük frekanstaki sesleri daha düşük yoğunluklu olarak algılama eğilimindedir. Fletcher ve Munson (1933), kulağın farklı frekanslarda sese nasıl tepki verdiğini açıklayan bir dizi eşit ses şiddeti eğrisi yayınlamıştır. Fletcher ve Munson, insanların aynı yoğunlukta farklı frekanslardaki seslere nasıl tepki verdiklerini araştırmıştır. Çevresel gürültü çalışmalarında yaygın olarak kullanılan A-ağırlıklandırma bu çalışma sonucunda geliştirilmiştir (Fletcher ve Munson, 1933'ten aktaran, Murphy ve King, 2014, s. 25). A-ağırlıklandırmanın kullanımı, çevresel gürültü için fiilen kabul edilen tanımlayıcı haline gelmiştir ve çok sayıda çalışma, A-ağırlıklı ses seviyelerinin, farklı gürültü kaynaklarına insan tepkisi ile kabul edilebilir bir korelasyon sağladığını göstermiştir (Murphy ve King, 2014, s. 26). Bütün bu bilgilerden hareketle bu araştırmada, çalışma alanlarındaki ses basıncı düzeyi değerine ulaşmak için çevresel seslerin ölçümü ve değerlendirilmesinde kullanılan A-ağırlıklı seviye tercih edilmiştir.

Eskişehir Büyükşehir Belediyesi'nden gerekli izinler alındıktan sonra çalışma alanlarındaki turistlere anket uygulanmıştır. Anketler, 2021 yılı haziran ve temmuz aylarında Çalışma Alanı-1 ve Çalışma Alanı-2'yi ziyaret eden gününbirlik ve tek gece konaklamalı tur katılımcıları tarafından doldurulmuştur. Ses kayıtları ve ses basıncı ölçümleri esnasında ve sonrasındaki iki saat içerisinde anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı tarafından hazırlanan Çevresel Gürültü Ölçüm ve Değerlendirme Kılavuzu'nda normal koşullar için önerilen minimum ses basıncı ölçüm süresi 5 dakikadır. Bu süreden daha az yapılan ölçümlerin sağlıklı sonuç oluşturmayacağı belirtilmektedir. Genel uygulamalarda (yurtdışında yapılan uygulamalar dâhil), tavsiye edilen süre 5-15 dakika arasında değişmekle birlikte tercihen 10 dakikadır (ÇŞİDB, 2011, s. 40). Bu araştırmadaki ölçümler 15 dakika süresince gerçekleştirilmiştir. Gürültü Kontrol Yönetmeliği'ne göre mevcut arka plan gürültü düzeyinin 5 dBA'dan fazla aşılması rahatsızlık verici olarak

kabul edilmektedir (Resmî Gazete, 2010). Bu amaçla, çalışma alanlarında insan yoğunluğunun olmadığı hafta içi sabah erken saatlerde ses basıncı ölçümleri yapılmış ve çalışma alanlarına ait arka plan gürültü düzeyleri belirlenmiştir.

Ses atmosferi içerisindeki seslerin desibel düzeyinin, baskın ses türlerinin ve seyahat motivasyonunun turistlerin duygu durumu üzerine etkisini test etmek amacıyla çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Ancak, bu değişkenlerin regresyon analizine tabi tutulabilmesi için buradaki ses türü değişkeni grupları arasındaki farkın matematiksel olarak eşit olmamasından dolayı yeniden kodlama yapılarak kukla değişken oluşturulmuştur. Ses türleri; doğal sesler, insan sesleri, toplum sesleri, mekanik sesler, sükûnet ve sessizlik ve gösterge sesler olarak altı grupta sınıflanmaktadır. Çalışmanın veri toplama aşamasında bu ses türlerinden “sükûnet ve sessizlik” grubunda olan herhangi bir veri elde edilememiştir.

Çalışma Alanı-1 için uygulanacak çoklu regresyon analizinde mekanik sesler grubu referans değişken olarak alınmıştır ve dört adet (K1, K2, K3, K4) kukla değişken oluşturulmuştur (Bkz. Tablo 3.1). Çalışma Alanı-2 için referans değişken olarak gösterge sesler alınmıştır ve yine dört adet (K1, K2, K3, K4) kukla değişken oluşturulmuştur (Bkz. Tablo 3.2).

Tablo 3.1. Mekanik sesler referans olarak oluşturulan kukla değişkenler

	K1	K2	K3	K4
Doğal sesler	1	0	0	0
İnsan sesleri	0	1	0	0
Toplum sesleri	0	0	1	0
Gösterge sesler	0	0	0	1

Tablo 3.2. Gösterge sesler referans olarak oluşturulan kukla değişkenler

	K1	K2	K3	K4
Doğal sesler	1	0	0	0
İnsan sesleri	0	1	0	0
Toplum sesleri	0	0	1	0
Mekanik sesler	0	0	0	1

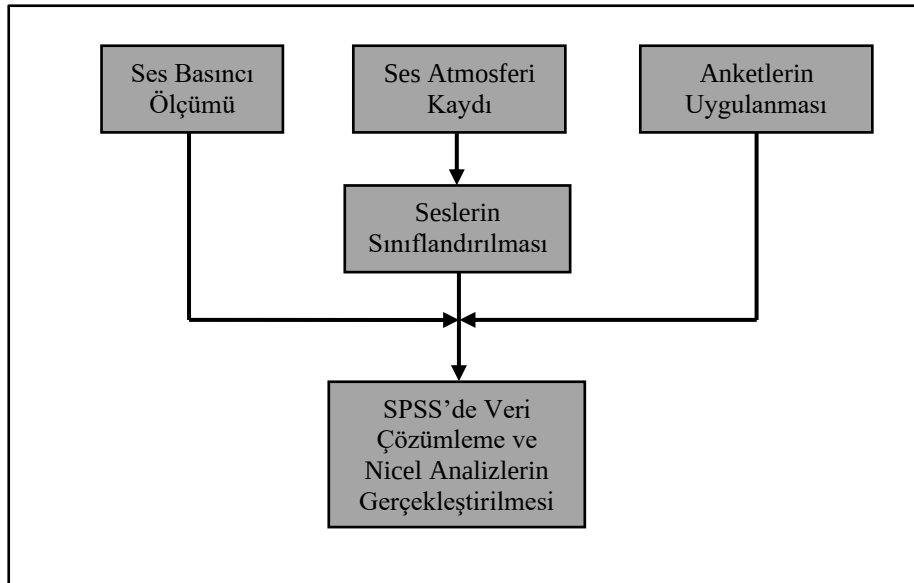
Açık alan ses atmosferindeki seslerin sınıflandırılması amacıyla yapılan ses kayıtları ses basıncı ölçümleriyle eş zamanlı olarak, oluşturulan yürüyüş rotaları boyunca 15 dakika süresince yürüyerek Zoom H6 Ses kayıt cihazı (Görsel 3.2) ile gerçekleştirilmiştir. Ölçümler ve ses atmosferi kayıtları 2021 haziran ve temmuz ayları içerisinde, Eskişehir ziyaretçi yoğunluğunun fazla olduğu hafta sonu günlerinde yapılmıştır. COVID-19 pandemisi kısıtlamaları nedeniyle haziran ayı süresince pazar

günleri sokağa çıkma kısıtlaması uygulanmış olmasından dolayı, bu ayda yalnızca cumartesi günleri veri toplanabilmektedir.



Görsel 3.2. Zoom H6 Ses Kayıt Cihazı

Elde edilen veri seti anket formundaki sorular kodlanarak oluşturulmuştur. Verilerin analizinde IBM SPSS 23.0 istatistik yazılımından yararlanılmıştır. Analiz sonucu elde edilen bulguların yorumlanabilir hale gelmesi için frekans analizi, t-testi, ANOVA ve regresyon testlerinden yararlanılmıştır. Veri toplama ve analiz sürecine ilişkin aşamalar Şekil 3.5'te gösterilmiştir.



Şekil 3.5. Veri toplama ve analiz şeması

3.5. Araştırma Hipotezleri

Turistlerin kişilik yapılarına bağlı olarak seyahat etme eğilimleri ve seyahat türleri üzerine çalışmalar yapan Stanley C. Plog'un "Turistlerin Psikografik Profil (Kişilik Boyutu) Yaklaşımı"na göre kişisel özellikler -bireyi seyahate yönlendiren teşvik edici unsurlar- ile turist davranışları arasında doğrudan ilişki bulunmaktadır. Plog (1974), geliştirdiği bu psikografik kuramda, kişilik ve güdüler arasındaki ilişkiyi araştırmış ve bireyin karakterinin ve kişiliğinin, tercih edeceği turizm deneyimi üzerinde etkili olduğunu ifade etmiştir. Turistlerin ses atmosferi kaynaklı duygu durumlarını daha iyi karakterize etmede yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi gibi demografik özelliklerinin belirlenmesi önem arz etmektedir. Bunun yanında turistlerin ikamet yerlerinin de bilinmesi önemlidir. Çünkü turistin çevresel olgulara karşı olan algısı ikamet yerine göre de farklılıklar gösterebilmektedir (Petrosillo vd., 2007; Jutla, 2016). Yapılan çalışmalardan anlaşılmaktadır ki bireylerin sesten etkilenme düzeylerinde bireysel farklılıklar söz konusudur (Raw ve Griffiths, 1988; Kageyama, 1993; Güler, Çobanoğlu ve Baskı 1994; Leather, Bale ve Sullivan, 2003; Yost, Fay ve Popper, 2007). Yukarıda bahsedilen turistlerin bireysel farklılıklarına dikkat çeken yaklaşımların turizm destinasyonlarının ses atmosferinden turistlerin etkilenme düzeylerinin açıklanmasına dayanak oluşturduğu düşünülmektedir. Ortaya koyulan bu düşünceler doğrultusunda oluşturulmuş olan araştırma hipotezleri şunlardır:

H₁: Turistlerin ses atmosferi kaynaklı pozitif duygu durumu cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.

H₂: Turistlerin ses atmosferi kaynaklı negatif duygu durumu cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.

H₃: Turistlerin ses atmosferi kaynaklı pozitif duygu durumu yaş gruplarına göre farklılaşmaktadır.

H₄: Turistlerin ses atmosferi kaynaklı negatif duygu durumu yaş gruplarına göre farklılaşmaktadır.

H₅: Turistlerin ses atmosferi kaynaklı pozitif duygu durumu eğitim durumlarına göre farklılaşmaktadır.

H₆: Turistlerin ses atmosferi kaynaklı negatif duygu durumu eğitim durumlarına göre farklılaşmaktadır.

H₇: Turistlerin ses atmosferi kaynaklı pozitif duygu durumu ikamet yerine göre farklılaşmaktadır.

H₈: Turistlerin ses atmosferi kaynaklı negatif duygu durumu ikamet yerine göre farklılaşmaktadır.

Turistler seyahatleri esnasında birden fazla ihtiyacı tatmin amacındadırlar ve gittikleri destinasyonda çok fazla şeyi deneyimlemek istemektedirler (Baloğlu ve Uysal, 1996, s. 33). Bu davranışlarının arkasında yer alan fizyolojik ve psikolojik güçler motivasyon ile ifade edilebilmektedir (Fodness, 1994). Seyahat motivasyonları da turistlerin ihtiyaçları ve arzularını etkileyen seyahat eğilimi olarak tanımlanmaktadır (Mlozi ve Pesämaa, 2013). Toplum sağlığı üzerine çalışmalar yapan Seppo E. Iso-Ahola'nın "Sosyal Psikoloji Modeli"ne göre, rutin ortamdan uzaklaşmaya neden olan unsurlar aynı zamanda başka bir yeri ziyaret etme arzusunu ortaya çıkaran ve varış destinasyonunu çekici kılan unsurlardır. Örneğin, modern bir şehirde yaşayan ve modernitenin sebep olduğu karmaşadan kurtulma isteği duyan birey, daha kırsal yerleri görme isteğiyle seyahat edebilir. Iso-Ahola (1983), güdülenme kuramlarına psikolojik bir bakış açısıyla yaklaşarak, seyahatin diğer tüm belirleyicilerinden daha önemli olan belirleyicisinin güdülenme olduğunu ifade etmiştir. Turistin hangi güdüyle seyahat ettiği, hangi psikolojik duygu durumunda olduğu tatildeki algı durumunu etkileyen önemli unsurlardır. Edwin A. Locke ve Gary P. Latham tarafından ileri sürülen Amaç Kuramı'na göre de bireylerin belirlediği amaçlar, onların güdülenme derecelerini etkilemektedir (Koçel, 2003). Turistlerin öznel deneyimlerinin derinlemesine anlaşılmasında, turist davranışlarının ve tatmininin belirlenmesi oldukça önemlidir. Szeremeta ve Zannin (2009) park turistleri için sesin basınç seviyesinin akustik konforu etkilediğini belirlemiştir. Yang ve Kang (2005b) de şehir parklarıyla ilgili olarak aynı sonuca ulaşmıştır. Calleja ve diğerleri (2017) çalışmalarında kentsel yeşil alanlardaki gürültü olarak kabul edilen ses basıncının turistler üzerindeki olumsuz etkilerini vurgulamıştır. J. Liu ve diğerleri (2018) şehir parkları üzerine yaptığı çalışmada benzer sonuçlara ulaşmıştır. Harold (2007), Sharma ve Bhattacharya (2014) boş zaman deneyiminin gürültüden etkilendiğini belirtmişlerdir. Amerika Birleşik Devletleri Çevre Koruma Ajansı'nın (EPA, 1974) genel halk sağlığını ve refahını etkileyen ses düzeylerini belirlediği dokümana göre ses basıncının insan üzerindeki etkileri ortaya koyulmuştur. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ, 1999) tarafından hazırlanan Toplum Gürültü Kılavuzu'nda (Guidelines for Community Noise) da açık alanlardaki ses basıncının bireylerdeki etkisi

vurgulanmış ve basınç seviyelerine göre sesin etkileri ortaya koyulmuştur. Yang ve Kang (2005a) insanların kentsel ses atmosferi ve ses tercihleri hakkındaki genel algılarını araştırmak amacıyla yaptıkları araştırmanın sonucuna göre, genellikle kentteki doğal seslerin yapay seslere oranla daha memnuniyet verici olduğunu; Çankaya ve Yılmaz (2016) müzik ve doğal ses kaynaklarının elektronik-mekanik ses kaynaklarına göre çoğunlukla tercih edildiğini; Pheasant ve diğerleri (2010) insanın içinde bulunduğu çevreden memnun kalması için doğal sessizliğin önemli olduğunu; Axelsson, Nilsson ve Berglund (2010) doğal seslerin olduğu bir ortamda insanların rahatladığı, elektronik seslerin olduğu bir ortamda ise kendilerini rahat hissetmediklerini belirlemişlerdir. Guastavino (2006); Jeon ve diğerleri (2010); Jeon ve diğerleri (2011); Jeon, Hong ve Lee (2013) yaptıkları çalışmalarda doğal seslerin insanlar için memnuniyet verici olduğunu ortaya koyan sonuçlara ulaşmışlardır. Sesin kaynağına göre insan algısının ölçüldüğü tüm bu çalışmalardan hareketle bu çalışmada sesin basıncının bu algıdaki etkisinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmanın veri toplama aşamasında katılımcılara anketi doldurdukları esnada hangi sesin onlar için ön planda olduğu sorulmuştur. Ayrıca, katılımcılardan çevrelerindeki seslere dikkat ettiklerinde kendilerini nasıl hissettiklerini ifade etmeleri istenmiştir. Buradan hareketle belirlenen pozitif veya negatif duygu durumunun “ses atmosferi kaynaklı” olduğunu ifade etmenin doğru olacağı düşünülmektedir. Ortaya koyulan düşüncelerden ve ilgili alanyazından elde edilen veriler doğrultusunda oluşturulmuş olan araştırma hipotezleri şunlardır:

H₉: Ses atmosferi içerisindeki seslerin desibel düzeyinin ziyaretçilerin pozitif duygu durumu üzerine etkisi vardır.

H₁₀: Ses atmosferi içerisinde ziyaretçiler için ön planda olan baskın ses türünün ziyaretçilerin pozitif duygu durumu üzerine etkisi vardır.

H_{10a}: Doğal seslerin ziyaretçilerin pozitif duygu durumu üzerine etkisi vardır.

H_{10b}: İnsan seslerinin ziyaretçilerin pozitif duygu durumu üzerine etkisi vardır.

H_{10c}: Toplum seslerinin ziyaretçilerin pozitif duygu durumu üzerine etkisi vardır.

H_{10d}: Gösterge seslerin ziyaretçilerin pozitif duygu durumu üzerine etkisi vardır.

H_{10e}: Mekanik seslerin ziyaretçilerin pozitif duygu durumu üzerine etkisi vardır.

H₁₁: Seyahat motivasyonunun ziyaretçilerin pozitif duygu durumu üzerine etkisi vardır.

H_{11a}: Kaçış seyahat motivasyonunun ziyaretçilerin pozitif duygu durumu üzerine etkisi vardır.

H_{11b}: Aile bağı seyahat motivasyonunun ziyaretçilerin pozitif duygu durumu üzerine etkisi vardır.

H_{11c}: Yenilik ve gelişim seyahat motivasyonunun ziyaretçilerin pozitif duygu durumu üzerine etkisi vardır.

H₁₂: Ses atmosferi içerisindeki seslerin desibel düzeyinin ziyaretçilerin negatif duygu durumu üzerine etkisi vardır.

H₁₃: Ses atmosferi içerisinde ziyaretçiler için ön planda olan baskın ses türünün ziyaretçilerin negatif duygu durumu üzerine etkisi vardır.

H_{13a}: Doğal seslerin ziyaretçilerin negatif duygu durumu üzerine etkisi vardır.

H_{13b}: İnsan seslerinin ziyaretçilerin negatif duygu durumu üzerine etkisi vardır.

H_{13c}: Toplum seslerinin ziyaretçilerin negatif duygu durumu üzerine etkisi vardır.

H_{13d}: Gösterge seslerin ziyaretçilerin negatif duygu durumu üzerine etkisi vardır.

H_{13e}: Mekanik seslerin ziyaretçilerin negatif duygu durumu üzerine etkisi vardır.

H₁₄: Seyahat motivasyonunun ziyaretçilerin negatif duygu durumu üzerine etkisi vardır.

H_{14a}: Kaçış seyahat motivasyonunun ziyaretçilerin negatif duygu durumu üzerine etkisi vardır.

H_{14b}: Aile bağı seyahat motivasyonunun ziyaretçilerin negatif duygu durumu üzerine etkisi vardır.

H_{14c}: Yenilik ve gelişim seyahat motivasyonunun ziyaretçilerin negatif duygu durumu üzerine etkisi vardır.

3.6. Pilot Uygulama

Araştırma kapsamında turistlerin seyahat motivasyonlarına yönelik veri toplamak amacıyla kullanılacak olan Lin ve Nawijn (2020) tarafından geliştirilen seyahat motivasyonu ölçeği, veri toplama süreci öncesinde pilot çalışmaya tabi tutulmuştur. Öncelikli olarak İngilizce dilinde hazırlanmış olan ölçek maddeleri uzman bir çevirmen tarafından Türkçeye çevrilmiştir. Daha sonra ölçek Eskişehir'i ziyaret eden 150 turiste uygulanmıştır. Anketler bire bir yüz yüze uygulandığı için herhangi bir eksik ya da hatalı

doldurulmuş anket olmamıştır. Dokuz maddeden oluşan ölçeğin yapısal geçerliliğini tespit etmek amacıyla Keşfedici Faktör Analizi (KFA) yapılmıştır. KFA analizine başlamadan önce değişkenler arası korelasyonların faktör analizine uygunluğunu test etmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterliliği testi ve değişkenler arasındaki ilişkinin tespiti için de Barlett Küresellik testi yapılmıştır. Örneklem yeterlilik değeri (KMO) 0,70 olarak tespit edilmiş ve örneklem büyüklüklerinin faktör analizi için yeterli olduğu anlaşılmıştır (Hair vd., 2019). KMO 0,5'in altındaki değerler faktör analizinin söz konusu veri seti için uygun olmadığının göstergesidir (Altunışık vd., 2010, s. 266). Ölçeğin güvenilirlik analizi Cronbach α katsayısı hesaplanarak yapılmıştır. Ölçeğin güvenilirlik katsayısı 0,72 olarak belirlenmiştir. Bu değer en az 0,7 olması arzu edilmektedir. Ancak, inceleme türü çalışmalarda ve ölçek geliştirme çalışmalarında bu değer 0,6 ya da 0,5'e kadar makul kabul edilebilmektedir (Altunışık vd., 2010, s. 124; Gürbüz ve Şahin, 2015, s. 317; Hair vd., 2019). Bartlett Küresellik testi sonucunda her iki çalışma alanı için $p < 0,001$ olarak belirlenmiştir. Böylece elde edilen verilerin anlamlı farklılık gösterdiği ve faktör analizi yapmaya uygun olduğu anlaşılmıştır (Altunışık vd., 2010, s. 270) (Bkz. Tablo 3.3).

Tablo 3.3. *Seyahat motivasyonu ölçeğinin KMO ve Barlett testi sonucu*

Kaiser-Meyer-Olkin Testi- Örneklem Yeterliliği		,701
Bartlett Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare Değeri	506,146
	Serbestlik Derecesi	36
	p<	,001

Ortak varyans tablosu maddelerin ortak varyansları veya paydaşlık değerleri görülmektedir. Bir maddenin ortak varyans değerine karşılık gelen çıkartma (extraction) değeri, o maddenin açıkladığı toplam varyansı gösterir (Gürbüz ve Şahin, 2015, s. 311). Tablo.3.4'teki veriler incelendiğinde en yüksek değer ise 0,873 olduğu görülmektedir.

Tablo 3.4. Ortak varyanslar tablosu

Madde	Çıkartma Değeri
Motivasyon-1	,769
Motivasyon-2	,754
Motivasyon-3	,254
Motivasyon-4	,731
Motivasyon-5	,685
Motivasyon-6	,873
Motivasyon-7	,861
Motivasyon-8	,713
Motivasyon-9	,618

Katılımcıların seyahat motivasyonlarına ilişkin ifadeler arasındaki ilişkiyi en iyi yansıtan faktörlerin belirlenmesi için temel bileşenler analizi yapılmıştır. Varimax döndürmesi kullanılarak sonlandırılan analiz sonucunda dokuz maddeden oluşan seyahat motivasyonu ölçeğinin 3 faktörlü bir yapıdan oluştuğu tespit edilmiştir. Maddelerin, ortak varyansın %69,52'sini açıkladığı belirlenmiştir. Seyahat motivasyonu ölçeğinde yer alan maddelerin faktör yük değerleri ve faktörlerin toplam varyansı açıklamadaki katkı oranları Tablo 3.5'te sunulmuştur.

Tablo 3.5. Seyahat motivasyonu ölçeğinin pilot uygulama KFA sonuçlarına ilişkin bulgular

Motivasyon Maddesi	Faktörler		
	1. Faktör	2. Faktör	3. Faktör
Turistik yerleri görmek	,835		
Turistik destinasyonu (çekim merkezini) deneyimlemek	,815		
Yeni şeyler öğrenmek	,730		
Farklı kültürleri deneyimlemek	,638		
Dinlenmek		,873	
Yenilenmek		,839	
Günlük uğraşlardan uzaklaşmak		,415	
Aileyle vakit geçirmek			,933
Bu deneyimi aileyle paylaşmak			,916
Açıklanan Varyans (%)	27,273	22,627	19,624
Toplam Açıklanan Varyans (%)		69,525	
N=150			

Lin ve Nawijn (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışmada 4 faktörlü bir yapıda olan seyahat motivasyonu ölçeğini oluşturan dokuz maddenin bu araştırmada 3 faktöre

ayrıldığı görülmüştür. Lin ve Nawijn'in (2020) çalışmasında “turistik yerleri görmek” ve “turistik destinasyonu (çekim merkezini) deneyimlemek” maddeleri bir boyutu oluştururken, “yeni şeyler öğrenmek” ve “farklı kültürleri deneyimlemek” maddeleri bir diğer boyutu oluşturmaktadır. Bu araştırmada ise bu dört madde tek boyut altında toplanmaktadır. Tablo 3.3'te görüldüğü üzere toplam varyansın %27,27'sini birinci, %22,62'sini ikinci ve %19,62'sini ise üçüncü bileşen açıklamaktadır. Faktörler yönünden ölçümün güvenilirliğini belirlemek için her bir boyutun Cronbach α katsayısı hesaplanmıştır. Bu değer 1. faktör için 0,80, 2. faktör için 0,65 ve 3. faktör için de 0,84 olduğu belirlenmiştir. Ölçümün güvenilirliğinin kabul edilebilir düzeyde olduğu anlaşılmış (Gürbüz ve Şahin, 2015, s. 317) ve verilerin toplanılmasına devam edilmiştir.

3.7. Pozitif ve Negatif Duygu Ölçeği (PNDÖ) Güvenirlik ve Keşfedici Faktör Analizi

PNDÖ'nün yapı geçerliğini belirlemek amacıyla keşfedici faktör analizi (KFA) uygulanmıştır. KFA öncesinde ölçeğin güvenilirlik analizi için Cronbach α katsayı hesaplanmış ve bu değer anlamlı olduğu görülmüştür [Cronbach α =0,77] (Gürbüz ve Şahin, 2015, s. 317). Tablo 3.6'da görüldüğü üzere, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem değerinin 0,87 olduğu ve örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğu anlaşılmıştır (Hair vd., 2019). Bartlett Küresellik testi sonucunun PNDÖ'deki 20 duygu durumu ifadesi için anlamlı olduğu ($p<0,001$) görülmüştür. Bu sonuca göre ölçek maddeleri arasındaki korelasyon ilişkilerinin faktör analizi için uygun olduğu tespit edilmiştir (Altunışık vd., 2010, s. 270).

Tablo 3.6. PNDÖ'nün KMO ve Bartlett testi sonucu

Kaiser-Meyer-Olkin Testi- Örneklem Yeterliliği		,876
Bartlett Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare Değeri	5227,503
	Serbestlik Derecesi	190
p<		,001

PNDÖ, pozitif ve negatif duygu durumunun belirlenmesine yönelik hazırlanmış bir ölçek olduğu için orijinal şeklinde olduğu gibi 2 sabit faktörlü (PD ve ND) olarak faktör analizine tabi tutulmuştur. Ben-Porath (1990, s. 30-32) faktör analizinin, diğer istatistiksel yöntemler gibi körü körüne kullanıldığı takdirde yararlı olmayacağını ve hatta yanıltıcı olabileceğini vurgulamıştır. Bazı ölçeklerin yapılarını kültürler arasında sürdüremeyeceğini, bu yüzden faktör sayısının orijinal kültürde bulunan sayı ile sınırlandırılmasının doğru olacağını savunmuştur. Buna göre yapılan faktör analiz sonucu

ortaya çıkan iki faktörlü yapıdaki ölçeğin birinci bileşeninin toplam varyansın %23,76'sını, ikinci bileşeninin de %19,34'ünü, bileşenlerin böylece toplam varyansın %43,11'ini açıkladığı anlaşılmıştır. Tablo 3.5'te görüldüğü gibi 20 maddenin 10'u "Pozitif Duygu (PD)", 10'u "Negatif Duygu (ND)" olarak isimlendirilen iki faktörün altında örüntülenmiştir. PNDÖ'de yer alan ve duygu durumlarını ifade eden 20 maddenin faktör yük değerleri ve faktörlerin toplam varyansı açıklamadaki katkı oranları Tablo 3.7'de gösterilmiştir.

Tablo 3.7. PNDÖ'nün KFA sonuçlarına ilişkin bulgular

Duygu Durumu İfadesi	Faktörler	
	Pozitif Duygu (PD)	Negatif Duygu (ND)
Gururlu	,754	
Kararlı	,725	
Dikkatli	,719	
Hevesli	,718	
Aktif	,701	
Güçlü	,686	
İlhamlı	,651	
İlgili	,650	
Heyecanlı	,650	
Uyanık	,558	
Korkmuş		,692
Ürkmüş		,688
Tedirgin		,672
Sinirli		,668
Asabi		,657
Düşmanca		,624
Mutsuz		,619
Suçlu		,530
*Ütanmış		,483
*Sıkıntılı		,482
Açıklanan Varyans (%)	23,768	19,348
Toplam Açıklanan Varyans (%)	43,116	
N=794		

*Bu maddelere ait faktör yüklerinin 0,5'e yakın olmasından dolayı yeterli büyüklükte olduğu anlaşılmış ve maddeler ölçekten çıkarılmamıştır.

Ayrıca PNDÖ'yü oluşturan iki faktöre ait Cronbach α değerleri sırasıyla 0,87 ve 0,80 olarak hesaplanmış ve bu değerlerin kabul edilebilir düzeyde olduğu anlaşılmıştır (Gürbüz ve Şahin, 2015, s. 317).

3.8. Seyahat Motivasyonu Ölçeğinin Güvenirlik ve Keşfedici Faktör Analizi

Öncelikle ölçek keşfedici faktör analizine (KFA) tabi tutulmuştur. Yapılan analiz sonucunda Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem değeri 0,71 olarak bulunmuş ve veri setinin ölçeğin faktör analizine uygun olduğu anlaşılmıştır. Bartlett Küresellik testi sonucunun anlamlı olması ile ($p < 0,05$) seyahat motivasyonu ölçeği ile elde edilen verilerin anlamlı farklılık gösterdiği ve faktör analizine uygun olduğu belirlenmiştir (Altunışık vd., 2010, s. 270). (Bkz Tablo 3.8)

Tablo 3.8. Seyahat motivasyonu ölçeğinin KMO ve Bartlett kesti sonucu

Kaiser-Meyer-Olkin Testi- Örneklem Yeterliliği		,712
Bartlett Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare Değeri	2404,807
	Serbestlik Derecesi	36
	p<	,001

Daha sonra temel bileşenler (Principal Components) analizi gerçekleştirilmiş ve Varimax yöntemiyle de döndürme işlemi uygulanmıştır. Bu işlemler sonrası özdeğerleri (eigenvalue) 1'den büyük olan 3 boyutlu bir yapı ortaya çıkmıştır. Bu aşamada ölçeğin 2. maddesinin faktör yükünün hem 1. hem de 2. faktöre yüklendiği görülmüştür. Bu maddenin, her iki faktördeki faktör yük değerleri arasındaki farkın 0,100'den büyük olmasından dolayı çapraz yüklenme emaresi göstermediği (Gürbüz ve Şahin, 2015, s. 312) ve ölçekte çapraz yüklemenin olmadığı anlaşılmıştır. KFA sonucuna göre ortaya çıkan 3 faktörlü yapının birinci bileşeninin toplam varyansın %28,41'ini, ikinci bileşeninin %21,66'sını, üçüncü bileşeninin de %19,13'ünü açıkladığı, toplamda varyansın da %69,21'ini açıkladığı görülmüştür. Sonuç olarak ölçeğin dokuz madde ve üç faktörden oluştuğu görülmüştür. Belirlenen üç faktör kendilerini oluşturan madde içerikleri ve ilgili alanyazın (Fodness, 1994; Crompton ve McKay, 1997; Pearce ve Lee, 2005; Plangmarn, Mujtaba ve Pirani, 2012; Lin ve Nawijn, 2020; Su, Johnson ve O'Mahony, 2020) dikkate alınarak; “Yenilik ve Gelişim (1. faktör)”, “Kaçış (2. faktör)” ve “Aile Bağı (3. faktör)” şeklinde isimlendirilmişlerdir. Daha sonra ölçeğin güvenilirliğinin tespiti için Cronbach α katsayı hesaplanmış ve bu değer 0,74 olarak belirlenmiştir. Seyahat motivasyonu ölçeğinin üç faktörünü oluşturan maddelerin faktör

yüklerini ve faktörlerin toplam varyansı açıklamadaki katkı oranları Tablo 3.9’da sunulmuştur.

Tablo 3.9. *Seyahat motivasyonu ölçeğinin KFA sonuçlarına ilişkin bulgular*

Motivasyon Maddesi	Faktörler		
	Yenilik ve Gelişim	Kaçış	Aile Bağı
Yeni şeyler öğrenmek	,819		
Turistik yerleri görmek	,810		
Farklı kültürleri deneyimlemek	,788		
Turistik destinasyonu (çekim merkezini) deneyimlemek	,715		
Yenilenmek		,823	
Dinlenmek		,797	
Günlük uğraşlardan uzaklaşmak		,756	
Aileyle vakit geçirmek			,919
Bu deneyimi aileyle paylaşmak			,912
Açıklanan Varyans (%)	28,417	21,665	19,133
Toplam Açıklanan Varyans (%)		69,216	
N=794			

Daha sonra seyahat motivasyonu ölçeğini oluşturan üç faktöre ait Cronbach α değerleri hesaplanmıştır. Bu değerler sırasıyla 0,79, 0,72 ve 0,83 olarak hesaplanmış ve bu değerlerin kabul edilebilir düzeyde olduğu anlaşılmıştır (Gürbüz ve Şahin, 2015, s. 317).

4. BULGULAR

Bu bölümde, araştırmadan elde edilen bulgular sunulmuştur. İlk olarak turistlerin demografik ve tanıtıcı bilgileri, daha sonra da çalışma alanlarındaki ses atmosferini oluşturan seslerin desibel düzeylerine ve sınıflandırılmasına ilişkin bilgiler verilmiştir. Üçüncü olarak ses atmosferinin duygu durumuna etkisine ilişkin bulgular, son olarak da hipotezlere ilişkin bulgular sunulmuştur.

4.1. Demografik ve Tanıtıcı Bilgilere İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan turistlerin demografik ve tanıtıcı özelliklerini belirlemeye yönelik sorular hazırlanmıştır. Bu sorulara verilen yanıtlar sonucunda elde edilen bulgulara ait frekans ve yüzde değerleri çalışma alanları özelinde Tablo 4.1’de sunulmuştur.

Tablo 4.1. Araştırmaya katılan turistlerin demografik özellikleri

Değişkenler		n	%
Cinsiyet	Kadın	530	66,8
	Erkek	264	33,2
Toplam		794	100
Yaş		n	%
	18-24	263	33,2
	25-34	228	28,7
	35-44	165	20,8
	45-54	74	9,3
	55-64	48	6,0
	65 yaş ve üstü	16	2,0
Toplam		794	100
Eğitim Durumu		n	%
	Lisans	346	43,6
	Lise	205	25,8
	Ön Lisans	101	12,7
	Lisansüstü	69	8,7
	İlkokul	39	4,9
	Ortaokul	34	4,3
Toplam		794	100
İkamet Yeri		n	%
	İl	575	72,4
	İlçe	196	24,7
	Kasaba	12	1,5
	Köy	11	1,4
Toplam		794	100

Tablo 4.1’den de anlaşıldığı üzere araştırmaya katılanların 530’u kadın, 264’ü erkektir. Katılımcıların %33,2’si 18-24, %28,7’si 25-34, %20,8’i 35-44, %9,3’ü 45-54, %6’si 55-64 ve %2’si 65 ve üzeri yaştadır. Eğitim durumlarına bakıldığında

katılımcılarının büyük bir çoğunluğunun %43,6 ile lisans eğitimi aldığı görülmektedir. Diğer katılımcıların %25,8 ile lise, %12,7 ile ön lisans, %8,7 ile lisansüstü, %4,9 ile ilkokul ve %4,3 ile de ortaokul eğitimini tamamladıkları anlaşılmıştır. Turistlerin ikamet yerleri incelendiğinde yarısından fazlasının %72,4 ile il merkezinde, %24,7'sinin ilçede, %1,5'inin kasabada ve %1,4'ünün de köyde yaşadığı belirlenmiştir.

4.2. Ses Atmosferine İlişkin Betimleyici Bulgular

Araştırma kapsamında yapılan ses basıncı ölçümleri ve ses kayıtlarının analizi ile çalışma alanlarının ses atmosferi tanımlanmaya çalışılmıştır. Çalışma alanlarının verilerin toplandığı tarihlere ait ses basınç düzeylerine ilişkin bulgular Tablo 4.2'de sunulmuştur.

Tablo 4.2. Çalışma alanları ses basınç düzeyleri

	Tarih	LAeq (dBA)		Tarih	LAeq (dBA)
Çalışma Alanı-1	05.06.2021	58,3	Çalışma Alanı-2	12.06.2021	68,3
	12.06.2021	54,7		19.06.2021	64,3
	19.06.2021	56,1		26.06.2021	66,0
	26.06.2021	64,9		03.07.2021	59,6
	03.07.2021	60,5		04.07.2021	60,5
	04.07.2021	55,2		10.07.2021	61,6
	11.07.2021	56,6		11.07.2021	62,8
	15.07.2021	55,2		15.07.2021	60,7
Ortalama		57,6			62,9

Tabloya göre Çalışma Alanı-1 için en yüksek LAeq seviyesi 64,9 dBA ile 26 Haziran 2021 tarihinde ölçülmüştür. En düşük LAeq seviyesi ise 54,7 dBA ile 12 Haziran 2021 tarihinde ölçülmüştür. Çalışma Alanı-2 için ölçülen en yüksek LAeq seviyesi 12 Haziran 2021 tarihinde 68,3 dBA, en düşük LAeq seviyesi 03 Temmuz 2021 tarihinde 59,6 dBA olarak belirlenmiştir. Çalışma Alanı-1'in sekiz gün sonundaki ortalama LAeq seviyesi 57,6 dBA, Çalışma Alanı-2'nin ise 62,9 dBA olarak hesaplanmıştır. Gürültü Kontrol Yönetmeliği'ne göre mevcut arka plan gürültü düzeyinin 5 dBA'dan fazla aşılmasının rahatsızlık verici olarak kabul edildiği daha önceki bölümde belirtilmişti. Yapılan ölçümlerde Çalışma Alanı-1 arka plan gürültü düzeyinin 49,7 dBA, Çalışma Alanı-2 arka plan gürültü düzeyinin 48,9 dBA olduğu belirlenmiştir.

Çalışma alanlarında ölçüm yapılan günlerde eş zamanlı olarak ses kayıt cihazı ile ses atmosferindeki sesler de kayıt altına alınmıştır. Bu kayıtlar araştırmacı tarafından gün gün dinlenmiş ve sesler Schafer'in (1977) sınıflandırması dikkate alınarak

sınıflandırılmıştır. Her iki çalışma alanındaki ses atmosferi içerisinde, Schafer’in sınıflamasındaki 5. grup sınıflama olan “sükûnet ve sessizlik” grubuna giren herhangi bir ses tespit edilememiştir. Ancak ölçüm yapılan her gün için Schafer’in sınıflamasında yer alan 1. (doğal sesler), 2. (insan sesleri), 3. (toplum sesleri), 4. (mekanik sesler) ve 6. (gösterge sesler) gruba ilişkin ses türlerinin olduğu tespit edilmiştir.

Araştırma kapsamında katılımcılara onlar için o an ön planda olan sesin ne olduğu sorulmuş ve elde edilen veriler Schafer’in (1977) ses sınıflandırması kapsamında gruplandırılmıştır. Yapılan bu gruplandırmaya ilişkin bulgular Tablo 4.3’te sunulmuştur.

Tablo 4.3. Katılımcılar için ön planda olan seslere ilişkin frekanslar

Ses Türü	Çalışma Alanı-1		Çalışma Alanı-2	
	n	%	n	%
Doğal Sesler	172	43,3	79	19,9
İnsan Sesleri	152	38,3	123	31,0
Toplum Sesleri	37	9,3	161	40,6
Mekanik Sesler	4	1,0	32	8,0
Gösterge Sesler	32	8,1	2	,5
Toplam	397	100,0	397	100,0

Elde edilen bulgulara göre Çalışma Alanı-1’deki turistler için en çok ön planda olan ses türünün “doğal sesler” (n=172) olduğu, diğerlerinin sırasıyla “insan sesleri” (n=152), “toplum sesleri” (n=37), “gösterge sesler” (n=32) ve “mekanik sesler” (n=4) olduğu belirlenmiştir. Doldurulmuş ölçek formları incelendiğinde kuş seslerinin, rüzgâr sesinin, su sesinin ve ağaç yapraklarının rüzgârın etkisiyle sallanmasıyla oluşan sesin, çocuk seslerinin ve insan konuşması kaynaklı oluşan sesin turistler tarafından ön planda işitilen sesler olduğu anlaşılmaktadır.

Tabloya bakıldığında araştırmaya Çalışma Alanı-2’de katılım gösteren turistler için en çok ön planda olan ses türünün “toplum sesleri” (n=161) olduğu görülmektedir. İkinci olarak “insan sesleri” (n=123), üçüncü olarak “doğal sesler” (n=79), dördüncü olarak “mekanik sesler” (n=32) ve son olarak da “gösterge sesler” (n=2) ön planda olan ses türü olarak ortaya konulmuştur. Yine bu alanda doldurulmuş ölçek formları incelendiğinde insan konuşması kaynaklı oluşan sesin, sokak müzisyenleri ile bölgedeki kafe ve restoranlar kaynaklı müzik sesinin, insan topluluklarının ve taşıtların oluşturduğu şehre özgü çevresel seslerin, rüzgâr sesinin ve bisiklet ile motosiklet gibi araçlardan

kaynaklanan mekanik seslerin turistler tarafından en çok işitilen sesler olduğu anlaşılmaktadır.

Araştırmanın hipotez analizlerine geçmeden önce test edilecek değişkenlere ilişkin verilerin ortalamaları, standart sapmaları ve aralarındaki korelasyonlara bakılmıştır. Yapılan betimleyici analiz bulguları Tablo 4.4'te sunulmuştur.

Tablo 4.4. *Değişkenlere ait ortalama, standart sapma ve korelasyon katsayıları*

Değişkenler	Ort.	S.S.	1	2	3	4	5	6	7
1.Desibel Düzeyi	8,98	4,40	1						
2.Baskın Ses	2,20	1,18	,17**	1					
3.PD	3,48	,92	-,19**	-,17**	1				
4.ND	1,36	,51	,00	,14**	-,17**	1			
5.Kaçış	4,14	,92	,02	-,12**	,18**	-,15**	1		
6.Aile Bağı	3,73	1,35	,03	-,01	,10**	,00	,17**	1	
7.Yenilik ve Gelişim	4,42	,74	-,10**	,00	,24**	-,07*	,30**	,23**	1

** 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlı

* 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı

Tablo 4.4'e göre aralarında 0,01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde ilişki olan değişkenler şunlardır;

- Katılımcılar için baskın olan ses türü ile ses atmosferinin desibel düzeyi.
- Negatif Duygu (ND) ile katılımcılar için baskın olan ses türü.
- Seyahat motivasyonunun kaçış boyutu ile Pozitif Duygu (PD).
- Seyahat motivasyonunun aile bağı boyutu PD ve seyahat motivasyonunun kaçış boyutu.
- Seyahat motivasyonunun yenilik ve gelişim boyutu ile PD, seyahat motivasyonunun kaçış boyutu ve aile bağı boyutu.

Aralarında 0,01 anlamlılık düzeyinde negatif yönde ilişkisi olan değişkenler şunlardır;

- PD ile ses atmosferinin desibel düzeyi ve katılımcılar için baskın olan ses türü.
- ND ile PD.
- Seyahat motivasyonunun kaçış boyutu ile katılımcılar için baskın olan ses türü ve ND.

- Seyahat motivasyonunun yenilik ve gelişim boyutu ile ses atmosferinin desibel düzeyi.

Aralarında 0,05 anlamlılık düzeyinde negatif yönde ilişkisi olan değişkenler şunlardır;

- Seyahat motivasyonunun yenilik ve gelişim boyutu ile ND.

4.3. Ölçek İfadelerinin Değişim Aralığı, Aritmetik Ortalamaların Aralık Değerleri, Standart Sapma ve Katılım Düzeyi Sonuçları

Bu bölümde öncelikle PNDÖ’de yer alan duygu ifadelerinin ve seyahat motivasyonu ölçeğindeki ifadelerin 5’li likert tipi ölçek bazındaki değişim aralıkları (range değeri) hesaplanmıştır. Daha sonra ölçeklerin aritmetik ortalamalarının karşılık geldiği katılım ifadelerinin aralık değerleri belirlenmiştir. Sonrasında ise her iki ölçeğe ilişkin betimleyici istatistikler sunulmuştur.

Öncelikli olarak verilerin aritmetik ortalamalarının değişim aralığı aşağıdaki şekilde hesaplanmıştır;

$$\text{Değişim Aralığı (Range)} = \text{Ölçeğin katılım düzeyi sayısı (likert tipi)} - 1 = \text{Sonuç}$$

$$\text{Sonuç} / \text{Ölçeğin katılım düzeyi sayısı} = \text{Değişim Aralığı (range)}$$

$$\text{Değişim Aralığı (Range)} = 5 - 1 = 4$$

$$= 4 / 5 = \mathbf{0,80}$$

Değişim aralığı değerinin hesaplanmasından sonra, yapılan analizlerde ortaya çıkan aritmetik ortalamaların aralık değerlerinin belirlenen katılım ifadelerinden hangisine karşılık geleceği PNDÖ için Tablo 4.5’te, seyahat motivasyonu ölçeği için ise Tablo 4.6’da sunulmuştur.

Tablo 4.5. PNDÖ aritmetik ortalamalarının karşılık geldiği katılım ifadelerinin aralık değerlerine göre dağılımı

Ağırlık	Katılım Düzeyi	Aritmetik Ortalamaların Aralık Değerleri
1	Çok az veya hiç	1,00-1,79
2	Biraz	1,80-2,59
3	Kısmen	2,60-3,39
4	Oldukça	3,40-4,19
5	Çok fazla	4,20-5,00

Tablo 4.6. Seyahat motivasyonu ölçeği aritmetik ortalamalarının karşılık geldiği katılım ifadelerinin aralık değerlerine göre dağılımı

Ağırlık	Katılım Düzeyi	Aritmetik Ortalamaların Aralık Değerleri
1	Hiç katılmıyorum	1,00-1,79
2	Katılmıyorum	1,80-2,59
3	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	2,60-3,39
4	Katılıyorum	3,40-4,19
5	Kesinlikle katılıyorum	4,20-5,00

Analizlerin sağlıklı, güvenilir ve faydalı olabilmesi için sadece kullanılan verinin kaliteli olması yeterli olmayıp uygun bir analiz tekniğinin seçimi de son derece önemlidir. Verinin ölçüm seviyesi ve benimsenen araştırma dizaynının yanı sıra verinin sayısı, toplama şekli ve analiz sonuçlarının önem derecesi de analiz tekniğinin seçiminde etkilidir (Altunışık vd., 2010, s. 168). Araştırmanın bu bölümüne ilişkin yapılacak analiz tekniklerine karar vermek için merkezi limit teoreminin varsayımı dikkate alınmıştır. Teoreme göre; parametrik testlerin uygulanabilmesi için örneklem sayısının en az 30 olması (Chang vd, 2008; Altunışık vd., 2010, s. 168) gerekmektedir. Bu sayının kimi kaynaklarda $n>100$ olması gerektiği de kabul edilmektedir (Akbulut, 2010, s. 19). Bu çalışmada örneklem sayısı 100'den büyük olduğu için ($n=794$) normallik varsayımı kabul edilmiş ve parametrik testlerin yapılmasına karar verilmiştir.

İlk olarak araştırmaya katılan turistlerin ses atmosferi kaynaklı duygu durumlarına ilişkin PNDÖ'ye verdikleri cevapların aritmetik ortalamaları, standart sapmaları ve sonuçları tespit edilmiştir. Bu analize yönelik bulgular Çalışma Alanı-1 için Tablo 4.7'de sunulmuştur.

Tablo 4.7. Çalışma Alanı-1 için PNDÖ betimleyici istatistikleri

Duygu İfadesi	n	Ortalama	Standart Sapma	Katılım Düzeyi Sonucu
İlgili	397	3,59	1,32	Oldukça
Sıkıntılı	397	1,53	,96	Çok az veya hiç
Heyecanlı	397	3,29	1,33	Kısmen
Mutsuz	397	1,38	,90	Çok az veya hiç
Güçlü	397	3,25	1,32	Kısmen
Suçlu	397	1,15	,57	Çok az veya hiç
Ürkmüş	397	1,22	,65	Çok az veya hiç
Düşmanca	397	1,10	,46	Çok az veya hiç
Hevesli	397	3,77	1,29	Oldukça
Gururlu	397	3,43	1,41	Oldukça
Asabi	397	1,31	,80	Çok az veya hiç
Uyanık	397	3,44	1,29	Oldukça
Utanmış	397	1,32	,79	Çok az veya hiç
İlhamlı	397	3,48	1,38	Oldukça
Sinirli	397	1,28	,76	Çok az veya hiç
Kararlı	397	3,17	1,41	Kısmen
Dikkatli	397	3,61	1,24	Oldukça
Tedirgin	397	1,49	,96	Çok az veya hiç
Aktif	397	3,95	1,22	Oldukça
Korkmuş	397	1,23	,66	Çok az veya hiç

Buna göre araştırma katılımcılarının işaretledikleri ifadelerle ortaya çıkan aritmetik ortalamaların aralık değerinin “Oldukça” seçeneğine karşılık gelen duygu durumları; ilgili ($\bar{x}=3,59$), hevesli ($\bar{x}=3,77$), gururlu ($\bar{x}=3,43$), uyanık ($\bar{x}=3,44$), ilhamlı ($\bar{x}=3,48$), dikkatli ($\bar{x}=3,61$) ve aktif ($\bar{x}=3,95$) olarak sıralanmıştır. Aralık değeri “Kısmen” seçeneğine karşılık gelen duygu durumu ifadeleri ise; heyecanlı ($\bar{x}=3,29$), güçlü ($\bar{x}=3,25$) ve kararlı ($\bar{x}=3,17$) ifadeleridir. Aralık değeri “Çok az veya hiç” seçeneğine karşılık gelen duygu durumu ifadeleri; sıkıntılı ($\bar{x}=1,53$), mutsuz ($\bar{x}=1,38$), suçlu ($\bar{x}=1,15$), ürkmüş ($\bar{x}=1,22$), düşmanca ($\bar{x}=1,10$), asabi ($\bar{x}=1,31$), utanmış ($\bar{x}=1,32$), sinirli ($\bar{x}=1,28$), tedirgin ($\bar{x}=1,49$) ve korkmuş ($\bar{x}=1,23$) olarak belirlenmiştir.

Çalışma Alanı-2 için PNDÖ’ye verilen cevapların aritmetik ortalamaları, standart sapmaları ve sonuçları ise Tablo 4.8’de sunulmuştur.

Tablo 4.8. Çalışma Alanı-2 için PNDÖ betimleyici istatistikleri

Duygu İfadesi	n	Ortalama	Standart Sapma	Katılım Düzeyi Sonucu
İlgili	397	3,64	1,26	Oldukça
Sıkıntılı	397	1,75	1,12	Çok az veya hiç
Heyecanlı	397	3,25	1,40	Kısmen
Mutsuz	397	1,45	,92	Çok az veya hiç
Güçlü	397	3,30	1,38	Kısmen
Suçlu	397	1,17	,63	Çok az veya hiç
Ürkmüş	397	1,27	,77	Çok az veya hiç
Düşmanca	397	1,16	,59	Çok az veya hiç
Hevesli	397	3,67	1,38	Oldukça
Gururlu	397	3,33	1,50	Kısmen
Asabi	397	1,52	1,00	Çok az veya hiç
Uyanık	397	3,47	1,33	Oldukça
Utanmış	397	1,47	,92	Çok az veya hiç
İlhamlı	397	3,31	1,39	Kısmen
Sinirli	397	1,56	1,07	Çok az veya hiç
Kararlı	397	3,28	1,38	Kısmen
Dikkatli	397	3,57	1,30	Oldukça
Tedirgin	397	1,64	1,09	Çok az veya hiç
Aktif	397	3,85	1,30	Oldukça
Korkmuş	397	1,37	,92	Çok az veya hiç

Tabloya göre araştırma katılımcılarının işaretledikleri ifadelerle ortaya çıkan aritmetik ortalamaların aralık değerinin “Oldukça” seçeneğine karşılık gelen duygu durumları; ilgili ($\bar{x}=3,64$), hevesli ($\bar{x}=3,67$), uyanık ($\bar{x}=3,47$), dikkatli ($\bar{x}=3,57$) ve aktif ($\bar{x}=3,85$) olarak belirlenmiştir. Aralık değeri “Kısmen” seçeneğine karşılık gelen duygu durumu ifadeleri ise; heyecanlı ($\bar{x}=3,25$), güçlü ($\bar{x}=3,30$), gururlu ($\bar{x}=3,33$), ilhamlı ($\bar{x}=3,31$) ve kararlı ($\bar{x}=3,28$) ifadeleridir. Aralık değeri “Çok az veya hiç” seçeneğine karşılık gelen duygu durumu ifadeleri; sıkıntılı ($\bar{x}=1,75$), mutsuz ($\bar{x}=1,45$), suçlu ($\bar{x}=1,17$), ürkmüş ($\bar{x}=1,27$), düşmanca ($\bar{x}=1,16$), asabi ($\bar{x}=1,52$), utanmış ($\bar{x}=1,47$), sinirli ($\bar{x}=1,56$), tedirgin ($\bar{x}=1,64$) ve korkmuş ($\bar{x}=1,37$) olarak sıralanmıştır.

Katılımcıların ses atmosferi kaynaklı duygu durumlarının belirlenebilmesi için PNDÖ’nün iki boyutu olan PD ve ND ortalamalarının ağırlıkları incelenmiştir. Çalışma Alanı-1 için elde edilen sonuçlar Tablo 4.9’da Çalışma Alanı-2 için elde edilen sonuçlar da Tablo 4.10’da sunulmuştur.

Tablo 4.9. Çalışma Alanı-1 için PNDÖ boyutlarına ait betimleyici istatistikler

Boyutlar	Ortalama	Standart Sapma
PD	3,49	,91
ND	1,30	,48
n=397		

Tablo 4.10. Çalışma Alanı-2 için PNDÖ boyutlarına ait betimleyici istatistikler

Boyutlar	Ortalama	Standart Sapma
PD	3,46	,92
ND	1,43	,54
n=397		

Bu veriler doğrultusunda Çalışma Alanı-1'deki ses atmosferinin turistlerde daha çok pozitif duyguları ($\bar{x}=3,49$) ortaya çıkardığını, bunun aksine negatif duyguları daha az ($\bar{x}=1,30$) hissettirdiği görülmektedir. Yine aynı şekilde Çalışma Alanı-2'nin ses atmosferinde de pozitif duyguların daha çok ($\bar{x}=3,46$), negatif duyguların daha az ($\bar{x}=1,43$) hissedildiği belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan turistlerin onları seyahat etmeye yönelten nedenlere ilişkin seyahat motivasyonu ölçeğine verdikleri cevapların aritmetik ortalamaları, standart sapmaları ve sonuçlarına yönelik bulgular Çalışma Alanı-1 için Tablo 4.11'de, Çalışma Alanı-2 için de Tablo 4.12'de sunulmuştur.

Tablo 4.11. Çalışma Alanı-1 için seyahat motivasyonu ölçeği betimleyici istatistikleri

İfadeler	n	Ortalama	Standart Sapma	Katılım Düzeyi Sonucu
Dinlenmek	397	3,99	1,18	Katılıyorum
Yenilenmek	397	4,32	,97	Kesinlikle katılıyorum
Günlük uğraşlardan uzaklaşmak	397	4,50	,84	Kesinlikle katılıyorum
Turistik yerleri görmek	397	4,55	,76	Kesinlikle katılıyorum
Turistik destinasyonu (çekim merkezini) deneyimlemek	397	4,21	1,02	Kesinlikle katılıyorum
Aileyle vakit geçirmek	397	3,73	1,46	Katılıyorum
Bu deneyimi aileyle paylaşmak	397	3,93	1,33	Katılıyorum
Yeni şeyler öğrenmek	397	4,57	,75	Kesinlikle katılıyorum
Farklı kültürleri deneyimlemek	397	4,60	,74	Kesinlikle katılıyorum

Buna göre katılımcılarının işaretledikleri ifadelerle ortaya çıkan aritmetik ortalamaların aralık değerinin “Kesinlikle katılıyorum” seçeneğine karşılık gelen ifadeler; yenilenmek ($\bar{x}=4,32$), günlük uğraşlardan uzaklaşmak ($\bar{x}=4,50$), turistik yerleri görmek ($\bar{x}=4,55$), turistik destinasyonu (çekim merkezini) deneyimlemek ($\bar{x}=4,21$), yeni şeyler öğrenmek ($\bar{x}=4,57$), farklı kültürleri deneyimlemek ($\bar{x}=4,60$) ifadeleri olarak sıralanmıştır. Aritmetik ortalamaların aralık değeri “Katılıyorum” seçeneğine karşılık gelen ifadeler ise; dinlenmek ($\bar{x}=3,99$), aileyle vakit geçirmek ($\bar{x}=3,73$), bu deneyimi aileyle paylaşmak ($\bar{x}=3,93$) olarak belirlenmiştir. Katılımcıların işaretledikleri ifadelerle ortaya çıkan aritmetik ortalamaların aralık değerleri incelendiğinde “Hiç katılmıyorum”, “Katılmıyorum” ve “Ne katılıyorum ne katılmıyorum” düzeylerine karşılık gelen bir değer tespit edilememiştir.

Tablo 4.12. Çalışma Alanı-2 için seyahat motivasyonu ölçeği betimleyici istatistikleri

İfadeler	n	Ortalama	Standart Sapma	Katılım Düzeyi Sonucu
Dinlenmek	397	3,69	1,40	Katılıyorum
Yenilenmek	397	4,14	1,18	Katılıyorum
Günlük uğraşlardan uzaklaşmak	397	4,23	1,18	Kesinlikle Katılıyorum
Turistik yerleri görmek	397	4,43	1,04	Kesinlikle Katılıyorum
Turistik destinasyonu (çekim merkezini) deneyimlemek	397	4,06	1,22	Katılıyorum
Aileyle vakit geçirmek	397	3,55	1,54	Katılıyorum
Bu deneyimi aileyle paylaşmak	397	3,72	1,50	Katılıyorum
Yeni şeyler öğrenmek	397	4,51	,91	Kesinlikle Katılıyorum
Farklı kültürleri deneyimlemek	397	4,49	,93	Kesinlikle Katılıyorum

Çalışma Alanı-2’deki katılımcıların işaretledikleri ifadelerle ortaya çıkan aritmetik ortalamaların aralık değerinin “Kesinlikle katılıyorum” seçeneğine karşılık gelen ifadeler ise; günlük uğraşlardan uzaklaşmak ($\bar{x}=4,23$), turistik yerleri görmek ($\bar{x}=4,43$), yeni şeyler öğrenmek ($\bar{x}=4,51$), farklı kültürleri deneyimlemek ($\bar{x}=4,49$) olarak sıralanmaktadır. Aritmetik ortalamaların aralık değeri “Katılıyorum” seçeneğine karşılık gelen ifadeler; dinlenmek ($\bar{x}=3,69$), yenilenmek ($\bar{x}=4,14$), turistik destinasyonu (çekim merkezini) deneyimlemek ($\bar{x}=4,06$), aileyle vakit geçirmek ($\bar{x}=3,55$), bu deneyimi aileyle paylaşmak ($\bar{x}=3,72$) olarak belirlenmiştir. Yine Çalışma Alanı-2 için de katılımcıların işaretledikleri ifadelerle ortaya çıkan aritmetik ortalamaların aralık değerleri

içerisinde “Hiç katılmıyorum”, “Katılmıyorum” ve “Ne katılıyorum ne katılmıyorum” düzeylerine karşılık gelen bir değer tespit edilememiştir.

Katılımcıların seyahat motivasyonlarının belirlenebilmesi için seyahat motivasyonu ölçeğinin boyutlarına ait ortalamaların ağırlıkları incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 4.13’te sunulmuştur.

Tablo 4.13. Çalışma Alanları için seyahat motivasyonu ölçeği boyutlarına ait betimleyici istatistikler

	Boyutlar	Ortalama	Standart Sapma
Çalışma Alanı-1	Kaçış	4,27	,79
	Aile bağı	3,83	1,26
	Yenilik ve gelişim	4,48	,64
	n=397		
	Boyutlar	Ortalama	Standart Sapma
Çalışma Alanı-2	Kaçış	4,01	1,01
	Aile bağı	3,63	1,43
	Yenilik ve gelişim	4,37	,82
	n=397		

İlgili tablolara göre her iki çalışma alanı için de “Yenilik ve gelişim” boyutunun en yüksek ortalamalara sahip olduğu ($\bar{x}=4,48$ ve $\bar{x}=4,37$), ikinci olarak “Kaçış” boyutu ortalamalarının ($\bar{x}=4,27$ ve $\bar{x}=4,01$) ve son olarak da “Aile bağı” boyutu ortalamalarının ($\bar{x}=3,83$ ve $\bar{x}=3,63$) sıralandığı belirlenmiştir.

4.4. Hipotezlere İlişkin Bulgular

Bu bölümde araştırma hipotezlerinin test edilmesine ilişkin yapılan analizler ve bu analizler sonucunda elde edilen bulgular sunulmuştur.

Araştırmaya katılan turistlerin duygu durumlarının bazı demografik değişkenlere göre farklılaşp farklılaşmadığının belirlenmesi amacıyla t-testi ve tek yönlü ANOVA analizleri uygulanmıştır. Cinsiyet değişkeni açısından turistlerin pozitif ve negatif duygu durumlarının farklılaşp farklılaşmadığının test edilmesine yönelik yapılan t-testi sonuçları Tablo 4.14’te sunulmuştur.

Tablo 4.14. *Turistlerin duygu durumlarının cinsiyet değişkenine göre farklılaşma durumu*

Pozitif Duygu Durumu							
	Cinsiyet	n	Ort.	St. Sapma	St. Hata	t	p
Çalışma Alanı-1	Kadın	264	3,54	,90	395	1,32	,18
	Erkek	133	3,41	,94			
Çalışma Alanı-2	Kadın	266	3,52	,95	395	1,60	,10
	Erkek	131	3,36	,85			
Negatif Duygu Durumu							
	Cinsiyet	n	Ort.	St. Sapma	St. Hata	t	p
Çalışma Alanı-1	Kadın	264	1,26	,44	395	-2,11	,03*
	Erkek	133	1,37	,54			
Çalışma Alanı-2	Kadın	266	1,41	,55	395	-1,11	,26
	Erkek	131	1,48	,52			

*p<0,05

Yapılan t testi sonucunda Çalışma Alanı-2'deki turistlerin cinsiyetleri ile hem pozitif duygu durumları hem de negatif duygu durumları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ($p>0,05$). Çalışma Alanı-1 için ise turistlerin cinsiyetleri ile negatif duygu durumları arasında anlamlı bir farklılık varken ($p<0,05$) pozitif duygu durumları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ($p>0,05$).

Araştırmaya katılan turistlerin yaş değişkenleri açısından pozitif duygu durumlarının farklılaşıp farklılaşmadığının test edilmesine yönelik yapılan tek yönlü ANOVA testi sonuçları Tablo 4.15'te sunulmuştur.

Tablo 4.15. Turistlerin Pozitif Duygu Durumunun Yaş Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu

	Yaş Aralığı	n	Ort.	St. Sapma	St. Hata	F	p
Çalışma Alanı-1	18-24	125	3,38	,86	,07	2,25	,04*
	25-34	113	3,43	,97	,09		
	35-44	95	3,51	,85	,08		
	45-54	35	3,72	1,00	,16		
	55-64	22	3,98	,82	,17		
	65 ve üstü	7	3,68	1,09	,41		
	Yaş Aralığı	n	Ort.	St. Sapma	St. Hata	F	p
Çalışma Alanı-2	18-24	138	3,40	,85	,07	1,46	,19
	25-34	115	3,50	,96	,08		
	35-44	70	3,46	,96	,11		
	45-54	39	3,64	,84	,13		
	55-64	26	3,63	,94	,18		
	65 ve üstü	9	2,84	1,28	,42		

*p<0,05

Yapılan tek yönlü ANOVA testinin sonucuna göre yaş değişkeni açısından Çalışma Alanı-1'deki katılımcıların pozitif duygu durumlarında anlamlı bir farklılaşma tespit edilmiştir ($p<0,05$). Pozitif duygu durumu ortalamasının en yüksek olduğu yaş aralığı 55-64 yaş ($\bar{x}=3,98$), en düşük olduğu yaş aralığı ise 18-24 yaştır ($\bar{x}=3,38$). Çalışma Alanı-2 katılımcılarının pozitif duygu durumlarında yaş değişkeni açısından anlamlı bir farklılaşma olmadığı görülmüştür ($p>0,05$). Buradaki katılımcıların pozitif duygu durumu ortalamasının en yüksek olduğu yaş aralığı 45-54 yaş ($\bar{x}=3,64$), en düşük olduğu yaş aralığı ise 65 ve üstü yaştır ($\bar{x}=2,84$).

Tablo 4.16'da araştırmaya katılan turistlerin yaş değişkenleri açısından negatif duygu durumlarının farklılaşp farklılaşmadığının belirlenmesine yönelik yapılan tek yönlü ANOVA testi sonuçları sunulmuştur.

Tablo 4.16. Turistlerin Negatif Duygu Durumunun Yaş Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu

	Yaş Aralığı	n	Ort.	St. Sapma	St. Hata	F	p
Çalışma Alanı-1	18-24	125	1,36	,53	,04	,92	,46
	25-34	113	1,25	,44	,04		
	35-44	95	1,25	,43	,04		
	45-54	35	1,30	,52	,08		
	55-64	22	1,36	,47	,10		
	65 ve üstü	7	1,28	,51	,19		
	Yaş Aralığı	n	Ort.	St. Sapma	St. Hata	F	p
Çalışma Alanı-2	18-24	138	1,44	,54	,04	1,59	,16
	25-34	115	1,35	,47	,04		
	35-44	70	1,41	,48	,05		
	45-54	39	1,59	,69	,11		
	55-64	26	1,53	,63	,12		
	65 ve üstü	9	1,58	,72	,24		

Tablodaki bulgulara göre yaş değişkeni açısından Çalışma Alanı-1 ve Çalışma Alanı-2'deki katılımcıların negatif duygu durumlarında anlamlı bir farklılaşma tespit edilememiştir ($p>0,05$). Çalışma Alanı-1'deki katılımcıların negatif duygu durumu ortalamasının en yüksek olduğu yaş aralığı 18-24 yaş ($\bar{x}=1,36$), en düşük olduğu yaş aralığı ise 25-34 yaştır ($\bar{x}=1,25$). Çalışma Alanı-2'deki katılımcıların negatif duygu durumu ortalamasının en yüksek olduğu yaş aralığı 45-54 yaş ($\bar{x}=1,59$) iken en düşük olduğu yaş aralığı ise 25-34 yaştır ($\bar{x}=1,35$).

Katılımcıların eğitim durumlarına göre pozitif duygu durumlarında farklılaşma olup olmadığının belirlenmesine yönelik yapılan tek yönlü ANOVA testi sonuçları Tablo 4.17'de sunulmuştur.

Tablo 4.17. Turistlerin Pozitif Duygu Durumunun Eğitim Durumu Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu

	Eğitim Durumu	n	Ort.	St. Sapma	St. Hata	F	p
Çalışma Alanı-1	İlkokul	16	4,10	,76	,19	3,14	,00*
	Ortaokul	14	3,65	,84	,22		
	Lise	85	3,63	,84	,09		
	Ön Lisans	57	3,60	,86	,11		
	Lisans	177	3,39	,96	,07		
	Lisansüstü	48	3,26	,92	,13		
	Eğitim Durumu	n	Ort.	St. Sapma	St. Hata	F	p
Çalışma Alanı-2	İlkokul	23	3,87	,90	,18	2,77	,01*
	Ortaokul	20	3,65	,93	,20		
	Lise	120	3,55	,85	,07		
	Ön Lisans	44	3,62	,99	,15		
	Lisans	169	3,31	,94	,07		
	Lisansüstü	21	3,23	,85	,18		

*p<0,05

Yapılan analiz sonucunda her iki çalışma alanı için pozitif duygu durumu ortalaması en yüksek olan eğitim durumu grubundakilerin ilkokul mezunları olduğu (Çalışma Alanı-1 için $\bar{x}=4,10$ ve Çalışma Alanı-2 için $\bar{x}=3,87$), en düşük olduğu eğitim durumu grubu ise lisansüstü eğitim durumundakiler olduğu (Çalışma Alanı-1 için $\bar{x}=3,26$ ve Çalışma Alanı-2 için $\bar{x}=3,23$) görülmüştür. Ayrıca her iki çalışma alanındaki turistlerin pozitif duygu durumlarının eğitim durumlarına göre anlamlı olarak farklılaştığı belirlenmiştir ($p<0,05$).

Tablo 4.1’de araştırmaya katılan turistlerin eğitim durumu değişkenleri açısından negatif duygu durumlarının farklılaşıp farklılaşmadığının belirlenmesine yönelik yapılan tek yönlü ANOVA testi sonuçları sunulmuştur.

Tablo 4.18. *Turistlerin Negatif Duygu Durumunun Eğitim Durumu Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu*

	Eğitim Durumu	n	Ort.	St. Sapma	St. Hata	F	p
Çalışma Alanı-1	İlkokul	16	1,56	,69	,17	2,21	,05
	Ortaokul	14	1,17	,18	,04		
	Lise	85	1,36	,56	,06		
	Ön Lisans	57	1,26	,41	,05		
	Lisans	177	1,30	,45	,03		
	Lisansüstü	48	1,16	,44	,06		
	Eğitim Durumu	n	Ort.	St. Sapma	St. Hata	F	p
Çalışma Alanı-2	İlkokul	23	1,5	,63	,13	2,26	,04*
	Ortaokul	20	1,55	,82	,18		
	Lise	120	1,53	,57	,05		
	Ön Lisans	44	1,26	,33	,05		
	Lisans	169	1,38	,50	,03		
	Lisansüstü	23	1,43	,48	,10		

*p<0,05

Tek yönlü ANOVA testi sonuçlarına göre eğitim durumu değişkeni açısından Çalışma Alanı-1'deki katılımcıların negatif duygu durumlarında anlamlı bir farklılaşma tespit edilememiştir ($p>0,05$). Çalışma Alanı-1'deki katılımcıların negatif duygu durumu ortalamasının en yüksek olduğu eğitim durumu grubundakilerin ilkokul mezunları olduğu ($\bar{x}=1,56$), en düşük olduğu grubun ise lisansüstü mezunlar olduğu ($\bar{x}=1,16$) görülmüştür. Çalışma Alanı-2'deki katılımcıların negatif duygu durumlarında ise eğitim durumlarına göre anlamlı bir farklılaşma tespit edilmiştir ($p<0,05$). Çalışma Alanı-2'deki katılımcıların negatif duygu durumu ortalamasının en yüksek olduğu eğitim durumu grubundakiler ortaokul mezunları ($\bar{x}=1,55$) iken en düşük olduğu eğitim durumu grubu ise ön lisans mezunlarıdır ($\bar{x}=1,26$).

Tablo 4.19'da araştırmaya katılan turistlerin ikamet yerine göre pozitif duygu durumlarının farklılaşıp farklılaşmadığının belirlenmesine yönelik yapılan tek yönlü ANOVA testi sonuçları sunulmuştur.

Tablo 4.19. Turistlerin Pozitif Duygu Durumunun İkamet Yerine Göre Farklılaşma Durumu

	İkamet Yeri	n	Ort.	St. Sapma	St. Hata	F	p
Çalışma Alanı-1	Köy	9	3,95	1,19	,39	3,05	,02*
	Kasaba	4	4,35	,55	,27		
	İlçe Merkezi	107	3,61	,90	,08		
	İl Merkezi	277	3,42	,90	,05		
	İkamet Yeri	n	Ort.	St. Sapma	St. Hata	F	p
Çalışma Alanı-2	Köy	2	4,10	,14	,10	,50	,68
	Kasaba	8	3,41	1,14	,40		
	İlçe Merkezi	89	3,53	,84	,08		
	İl Merkezi	298	3,44	,94	,05		

*p<0,05

Yapılan tek yönlü ANOVA analizi sonucunda ikamet yerine göre Çalışma Alanı-1'deki katılımcıların pozitif duygu durumlarında anlamlı bir farklılaşma tespit edilmiştir (p<0,05). Çalışma Alanı-1'deki katılımcıların pozitif duygu durumu ortalamasının en yüksek olduğu grup kasabada yaşayan turistlerdir ($\bar{x}=4,35$). En düşük olduğu grup ise il merkezinde yaşayan turistlerdir ($\bar{x}=3,42$). Analiz sonuçları Çalışma Alanı-2 için incelendiğinde araştırmaya katılanların pozitif duygu durumlarında ikamet yerine göre anlamlı bir farklılaşma görülmemiştir (p>0,05). Buradaki katılımcılardan pozitif duygu durumu ortalaması en yüksek olan grubun köyde yaşayan olduğu ($\bar{x}=4,10$), en düşük olan grubun ise kasabada yaşayanlar olduğu ($\bar{x}=3,41$) belirlenmiştir.

Turistlerin ikamet yeri ile negatif duygu durumları arasındaki ilişkinin analizi için yapılan tek yönlü ANOVA testi sonuçları Tablo 4.20'de sunulmuştur.

Tablo 4.20. Turistlerin Negatif Duygu Durumunun İkamet Yerine Göre Farklılaşma Durumu

	İkamet Yeri	n	Ort.	St. Sapma	St. Hata	F	p
Çalışma Alanı-1	Köy	9	1,58	,96	,32	2,59	,05
	Kasaba	4	1,52	,42	,21		
	İlçe Merkezi	107	1,21	,34	,03		
	İl Merkezi	277	1,32	,50	,03		
	İkamet Yeri	n	Ort.	St. Sapma	St. Hata	F	p
Çalışma Alanı-2	Köy	2	1,90	,00	,00	1,80	,14
	Kasaba	8	1,77	,42	,14		
	İlçe Merkezi	89	1,38	,54	,05		
	İl Merkezi	298	1,44	,54	,03		

Tabloya göre Çalışma Alanı-1 için turistlerin ikamet yerine göre negatif duygu durumlarında anlamlı bir farklılaşma belirlenememiştir ($p>0,05$). Buradaki katılımcılarından köyde ikamet edenler negatif duygu durumu ortalaması en yüksek olan grup olarak tespit edilmiştir ($\bar{x}=1,58$). Negatif duygu durumu ortalaması en düşük olan grup ise ilçe merkezinde yaşayan turistlerdir ($\bar{x}=1,21$). Çalışma Alanı-2'deki turistlerin ikamet yeri ile negatif duygu durumları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ($p>0,05$). Bu alandaki turistlerden negatif duygu durumu ortalaması en yüksek olan grup köyde ikamet edenler ($\bar{x}=1,90$), en düşük olan grup ise ilçe merkezinde ikamet edenlerdir ($\bar{x}=1,38$).

Belirlenen seyahat motivasyonu boyutlarının, ses desibel düzeyinin ve ses türlerinin çalışma alanlarını ziyaret edenlerin pozitif duygu durumları üzerine etkisinin olup olmadığının test edilmesi amacıyla çoklu regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Yapılan analiz sonucunda elde edilen bulgular Tablo 4.21'de sunulmuştur.

Tablo 4.21. Bağımsız değişkenlerin Pozitif Duygu Durumu üzerindeki etkisi

	Değişkenler	Ort.	St. Sapma	St. Hata	B	β	p
Çalışma Alanı-1	Sabit	-	-	,96	,10	-	,91
	LAeq	57,42	3,24	,01	,03	,10	,02*
	Doğal sesler	,43	,49	,43	-,16	-,08	,71
	İnsan sesleri	,38	,48	,43	-,30	-,16	,48
	Toplum sesleri	,09	,29	,45	-,40	-,12	,37
	Gösterge sesler	,08	,27	,46	-,98	-,29	,03*
	Kaçış	4,27	,79	,05	,07	,06	,18
	Aile Bağı	3,83	1,26	,03	,05	,06	,15
	Yenilik ve Gelişim	4,48	,64	,07	,32	,22	,00*
	Bağımlı Değişken: PD Referans Değişken: Mekanik sesler $R^2 = ,15$; $F(8,38) = 8,79$, $p < 0,05$ * $p < 0,05$						
	Değişkenler	Ort.	St. Sapma	St. Hata	B	β	p
Çalışma Alanı-2	Sabit	-	-	1,54	-,07	-	,95
	LAeq	62,49	2,05	,02	,01	,04	,38
	Doğal sesler	,19	,39	,65	,95	,41	,14
	İnsan sesleri	,30	,46	,64	,86	,43	,18
	Toplum sesleri	,40	,49	,64	,84	,44	,19
	Mekanik sesler	,08	,27	,66	,74	,22	,25
	Kaçış	4,01	1,01	,04	,12	,13	,00*
	Aile Bağı	3,63	1,43	,03	,01	,01	,73
	Yenilik ve Gelişim	4,37	,82	,05	,21	,19	,00*
	Bağımlı Değişken: PD Referans Değişken: Gösterge sesler $R^2 = ,08$; $F(8,38) = 4,60$, $p < 0,05$						

Çalışma Alanı-1 için analiz sonuçlarına göre pozitif duygu durumunun (Y) yordanmasına ilişkin regresyon eşitliği şöyledir:

$$Y = 100 + 0,030 \text{ LAeq} - 0,16 \text{ (Doğal sesler)} - 0,30 \text{ (İnsan sesleri)} - 0,40 \text{ (Toplum sesleri)} - 0,98 \text{ (Gösterge sesler)} + 0,07 \text{ (Kaçış)} + 0,05 \text{ (Aile bağı)} + 0,32 \text{ (Yenilik ve gelişim)}$$

Çalışma Alanı-2 için analiz sonuçlarına göre pozitif duygu durumunun (Y) yordanmasına ilişkin regresyon eşitliği şöyledir:

$$Y = -0,07 + 0,01 \text{ (LAeq)} + 0,95 \text{ (Doğal sesler)} + 0,86 \text{ (İnsan sesleri)} + 0,84 \text{ (Toplum sesleri)} + 0,74 \text{ (Gösterge sesler)} + 0,12 \text{ (Kaçış)} + 0,01 \text{ (Aile bağı)} + 0,21 \text{ (Yenilik ve gelişim)}$$

Yapılan çoklu regresyon sonuçları her iki çalışma alanı için istatistiki açıdan anlamlıdır [(F(8,38)=8,79, $p<0,05$) ve (F(8,38)=4,60, $p<0,05$)]. Çalışma Alanı-1 için düzeltilmiş R^2 değeri 0,136'tür. Buradan PD'deki %13'lük varyansın değişkenler tarafından açıklandığı anlaşılmaktadır. Değişkenlerin β katsayıları incelendiğinde değişkenlerden PD'yi açıklamada sesin desibel düzeyinin ($\beta=0,10$, $p<0,05$), gösterge seslerin ($\beta=-0,29$, $p<0,05$) ve yenilik ve gelişim motivasyon boyutunun ($\beta=0,22$, $p<0,05$) anlamlı katkısının olduğu görülmektedir. Gösterge seslerin PD ile arasında negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Sesin desibel düzeyinin ve yenilik ve gelişim motivasyon boyutunun PD ile aralarındaki ilişki pozitif yönlüdür.

Çalışma Alanı-2 için düzeltilmiş R^2 değeri 0,06'dır. Buradan PD'deki %6'lık varyansın değişkenler tarafından açıklandığı anlaşılmaktadır. Değişkenlerin β katsayıları incelendiğinde değişkenlerden PD'yi açıklamada yalnızca kaçış ($\beta=0,13$, $p<0,05$) ile yenilik ve gelişim ($\beta=0,19$, $p<0,05$) motivasyon boyutlarının anlamlı katkısının olduğu görülmektedir ve PD ile aralarındaki ilişki pozitif yönlüdür.

Belirlenen seyahat motivasyonu boyutlarının, ses desibel düzeyinin ve ses türlerinin çalışma alanlarını ziyaret edenlerin negatif duygu durumları üzerine etkisinin olup olmadığının test edilmesi amacıyla gerçekleştirilen çoklu regresyon analizi bulguları Tablo 4.22'de sunulmuştur.

Tablo 4.22. Bağımsız değişkenlerin Negatif Duygu Durumu üzerindeki etkisi

	Değişkenler	Ort.	St. Sapma	St. Hata	B	β	p
Çalışma Alanı-1	Sabit	-	-	,53	2,27	-	,00
	LAeq	57,42	3,24	,00	,00	,00	,91
	Doğal sesler	,43	,49	,24	-,84	-,86	,00*
	İnsan sesleri	,38	,48	,24	-,73	-,74	,00*
	Toplum sesleri	,09	,29	,25	-,68	-,40	,00*
	Gösterge sesler	,08	,27	,25	-,58	-,33	,02*
	Kaçış	4,27	,79	,03	-,00	-,01	,79
	Aile Bağı	3,83	1,26	,01	,00	,00	,90
	Yenilik ve Gelişim	4,48	,64	,04	-,05	-,07	,18
	Bağımlı değişken: ND Referans Değişken: Mekanik sesler $R^2 = ,05$; $F(8,38) = 2,91$, $p < 0,05$ * $p < 0,05$						
	Değişkenler	Ort.	St. Sapma	St. Hata	B	β	p
Çalışma Alanı-2	Sabit	-	-	,90	3,02	-	,00
	LAeq	62,49	2,05	,01	,00	,00	,96
	Doğal sesler	,19	,39	,38	-1,37	-1,01	,00*
	İnsan sesleri	,30	,46	,38	-1,19	-1,01	,00*
	Toplum sesleri	,40	,49	,37	-1,31	-1,18	,00*
	Mekanik sesler	,08	,27	,38	-1,23	-,62	,00*
	Kaçış	4,01	1,01	,02	-,08	-,15	,00*
	Aile Bağı	3,63	1,43	,01	,02	,06	,24
	Yenilik ve Gelişim	4,37	,82	,03	-,02	-,03	,48
	Bağımlı Değişken: ND Referans Değişken: Gösterge sesler $R^2 = ,081$; $F(8,388) = 4,298$, $p < 0,05$						

Çalışma Alanı-1 için analiz sonuçlarına göre negatif duygu durumunun (Y) yordanmasına ilişkin regresyon eşitliği şöyledir:

$$Y = 2,27 + 0,00 (\text{LAeq}) - 0,84 (\text{Doğal sesler}) - 0,73 (\text{Doğal sesler}) - 0,68 (\text{Toplum sesleri}) - 0,58 (\text{Gösterge sesler}) - 0,00 (\text{Kaçış}) + 0,00 (\text{Aile bağı}) - 0,05 (\text{Yenilik ve gelişim})$$

Çalışma Alanı-2 için analiz sonuçlarına göre pozitif duygu durumunun (Y) yordanmasına ilişkin regresyon eşitliği şöyledir:

$$Y = 3,02 + 0,00 (\text{LAeq}) - 1,37 (\text{Doğal sesler}) - 1,19 (\text{Doğal sesler}) - 1,31 (\text{Toplum sesleri}) - 1,23 (\text{Mekanik sesler}) - 0,08 (\text{Kaçış}) + 0,02 (\text{Aile bağı}) - 0,02 (\text{Yenilik ve gelişim})$$

Yapılan çoklu regresyon analizi sonuçları her iki çalışma alanı için de istatistiksel olarak anlamlıdır [(F(8,38)=2,91, $p<0,05$) ve (F(8,38)=4,29, $p<0,05$)]. Çalışma Alanı-1 için düzeltilmiş R^2 değerinin 0,037 olduğu görülmüştür. Buna göre ND'deki varyansın %3'ü değişkenler tarafından açıklanmaktadır. Tablodaki katsayılar incelendiğinde değişkenlerden baskın ses türlerinin tamamının ND'yi açıklamada anlamlı katkıya sahip olduğu ve ND ile aralarında negatif yönlü bir ilişkinin bulunduğu görülmektedir. Sesin desibel düzeyinin ve motivasyon boyutlarının anlamlı bir katkısı bulunmamaktadır.

Analizin Çalışma Alanı-2 ile ilgili bölümüne bakıldığında düzeltilmiş R^2 değerinin 0,062 olduğu görülmektedir. Buradan ND'deki %6'lık varyansın değişkenler tarafından açıklandığı anlaşılmaktadır. Tablodaki verilere göre baskın ses türlerinin tamamının ve kaçış seyahat motivasyonunun β katsayıları ND'yi açıklamada anlamlı katkıya sahiptir ve ND ile aralarındaki ilişki ters yönlüdür. Sesin desibel düzeyinin ve diğer motivasyon boyutlarının ND'nin açıklanmasında anlamlı bir katkısı bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Yapılan bütün analizler sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda araştırma hipotezlerinin kabul veya reddedilme durumları Tablo 4.23'te gösterilmiştir.

Tablo 4.23. Hipotezlerin kabul/ret durumu

HİPOTEZLER	Çalışma Alanı-1	Çalışma Alanı-2
H ₁ : Ziyaretçilerin ses atmosferi kaynaklı pozitif duygu durumu cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.	RET	RET
H ₂ : Ziyaretçilerin ses atmosferi kaynaklı negatif duygu durumu cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.	KABUL	RET
H ₃ : Ziyaretçilerin ses atmosferi kaynaklı pozitif duygu durumu yaş gruplarına göre farklılaşmaktadır.	KABUL	RET
H ₄ : Ziyaretçilerin ses atmosferi kaynaklı negatif duygu durumu yaş gruplarına göre farklılaşmaktadır.	RET	RET
H ₅ : Ziyaretçilerin ses atmosferi kaynaklı pozitif duygu durumu eğitim durumlarına göre farklılaşmaktadır.	KABUL	KABUL
H ₆ : Ziyaretçilerin ses atmosferi kaynaklı negatif duygu durumu eğitim durumlarına göre farklılaşmaktadır.	RET	KABUL
H ₇ : Ziyaretçilerin ses atmosferi kaynaklı pozitif duygu durumu ikamet yerine göre farklılaşmaktadır.	KABUL	RET
H ₈ : Ziyaretçilerin ses atmosferi kaynaklı negatif duygu durumu ikamet yerine göre farklılaşmaktadır.	RET	RET
H ₉ : Ses atmosferi içerisindeki seslerin desibel düzeyinin ziyaretçilerin pozitif duygu durumu üzerine etkisi vardır.	KABUL	RET
H ₁₀ : Ses atmosferi içerisinde ziyaretçiler için ön planda olan baskın ses türünün ziyaretçilerin pozitif duygu durumu üzerine etkisi vardır.		

Tablo 4.23 (Devam) *Hipotezlerin kabul/ret durumu*

HİPOTEZLER	Çalışma Alanı-1	Çalışma Alanı-2
H _{10a} : Doğal seslerin ziyaretçilerin pozitif duygu durumu üzerine etkisi vardır.	RET	RET
H _{10b} : İnsan seslerinin ziyaretçilerin pozitif duygu durumu üzerine etkisi vardır.	RET	RET
H _{10c} : Toplum seslerinin ziyaretçilerin pozitif duygu durumu üzerine etkisi vardır.	RET	RET
H _{10d} : Gösterge seslerin ziyaretçilerin pozitif duygu durumu üzerine etkisi vardır.	KABUL	-
H _{10e} : Mekanik seslerin ziyaretçilerin pozitif duygu durumu üzerine etkisi vardır.	-	RET
H ₁₁ : Seyahat motivasyonunun ziyaretçilerin pozitif duygu durumu üzerine etkisi vardır.		
H _{11a} : Kaçış seyahat motivasyonunun ziyaretçilerin pozitif duygu durumu üzerine etkisi vardır.	RET	KABUL
H _{11b} : Aile bağı seyahat motivasyonunun ziyaretçilerin pozitif duygu durumu üzerine etkisi vardır.	RET	RET
H _{11c} : Yenilik ve gelişim seyahat motivasyonunun ziyaretçilerin pozitif duygu durumu üzerine etkisi vardır.	KABUL	KABUL
H ₁₂ : Ses atmosferi içerisindeki seslerin desibel düzeyinin ziyaretçilerin negatif duygu durumu üzerine etkisi vardır.	RET	RET
H ₁₃ : Ses atmosferi içerisinde ziyaretçiler için ön planda olan baskın ses türünün ziyaretçilerin negatif duygu durumu üzerine etkisi vardır.		
H _{13a} : Doğal seslerin ziyaretçilerin negatif duygu durumu üzerine etkisi vardır.	KABUL	KABUL
H _{13b} : İnsan seslerinin ziyaretçilerin negatif duygu durumu üzerine etkisi vardır.	KABUL	KABUL
H _{13c} : Toplum seslerinin ziyaretçilerin negatif duygu durumu üzerine etkisi vardır.	KABUL	KABUL
H _{13d} : Gösterge seslerin ziyaretçilerin negatif duygu durumu üzerine etkisi vardır.	KABUL	-
H _{13e} : Mekanik seslerin ziyaretçilerin negatif duygu durumu üzerine etkisi vardır.	-	KABUL
H ₁₄ : Seyahat motivasyonunun ziyaretçilerin negatif duygu durumu üzerine etkisi vardır.		
H _{14a} : Kaçış seyahat motivasyonunun ziyaretçilerin negatif duygu durumu üzerine etkisi vardır.	RET	KABUL
H _{14b} : Aile bağı seyahat motivasyonunun ziyaretçilerin negatif duygu durumu üzerine etkisi vardır.	RET	RET
H _{14c} : Yenilik ve gelişim seyahat motivasyonunun ziyaretçilerin negatif duygu durumu üzerine etkisi vardır.	RET	RET

5. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu bölümde araştırmadan elde edilen bulgular doğrultusunda ulaşılan sonuçlar ve bu sonuçların tartışıldığı bölüme yer verilmiştir. Daha sonra elde edilen sonuçlar doğrultusunda uygulayıcılara ve bu konuda çalışacak araştırmacılara yönelik öneriler sunulmuştur.

5.1. Sonuç ve Tartışma

Uluslararası turizm alanyazınında İngilizce “soundscape” olarak ifade edilen terim bu tez çalışmasında “ses atmosferi” olarak Türkçeleştirilerek kullanılmıştır. Ulusal turizm alanyazınında herhangi bir ‘soundscape’ çalışması bulunmamaktadır. Bu kavramın Türkçe karşılığında ‘atmosfer’ teriminin kullanılmasının nedeni, turizmde turist memnuniyetini etkileyen; ortam faktörleri (aydınlatma, ses, koku, ısı vb.), sosyal faktörler (çevrenin insan bileşeni) ve tasarım faktörlerini (mimari, stil ve düzen gibi işlevsel ve estetik unsurlar) (Heide ve Grønhaug, 2006) ifade etmek için de ‘atmosfer’ teriminin kullanılmasıdır. Ayrıca, sesin atmosferdeki hava içerisinde yayılabilmesi, tüm varlıkları çevreliyor olması ve atmosferin tanımında “yerküreyi çevreleyen hava” (Kotler, 1973, s. 50) ifadesinin bulunmasından dolayı ulusal turizm alanyazını için “soundscape” Türkçe karşılığı olarak “ses atmosferi” ifadesinin kullanılmasının daha doğru olacağı düşünülmektedir.

Ses, kişi ve toplum hafızanın şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Van Dijk, 2006). Agapito ve diğerleri (2017), turizm bağlamında duyuşal deneyimlerin çeşitlendirilmesinin turist hafızası üzerinde uzun vadeli bir etkiye sahip olduğunu vurgulamıştır. Bu çalışmanın temel amacı, ses atmosferinin turizm faaliyetleri açısından önemini vurgulayarak rekreasyon alanlarındaki ses atmosferinin ve turistlerin seyahat motivasyonlarının onların duygu durumuna etkisini ortaya koymaktır. Bu amaçla Eskişehir turizmi için önem arz eden iki rekreasyon alanını ziyaret eden toplam 794 turiste anket uygulaması yapılmıştır. Ayrıca, anket uygulamalarıyla eş zamanlı olarak yapılan ses yürüyüşleriyle desibel ölçümleri ve çevresel ses kayıtları gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler istatistiki analizlere tabi tutularak bulgulara ulaşılmıştır.

Turistlerin yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve ikamet yeri gibi bireysel özellikleri açısından ses atmosferi kaynaklı oluşan duygu durumlarının farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Cinsiyet değişkeni açısından merkezi iş alanında yer alan Çalışma Alanı-2’deki turistlerin duygu durumları açısından anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Tema

park olan Çalışma Alanı-1 için ise cinsiyete göre negatif duygu durumunun farklılaştığı ancak pozitif duygu durumunun farklılaşmadığı belirlenmiştir. Turistlerin yaşları ile ses atmosferi kaynaklı duygu durumları arasındaki ilişki incelendiğinde tema park için pozitif duygu durumu açısından anlamlı bir ilişkiden söz etmek mümkündür. 65 yaş ve üstü grubuna kadar pozitif duygu durumu ortalamalarında sürekli bir artış olduğu belirlenmiştir. Tema parka ait ses atmosferini oluşturan seslerin yoğunluğuna bakıldığında doğa kaynaklı seslerin daha çok olduğu görülmektedir. Buradan hareketle turistlerin 65 yaşına kadar yaşları arttıkça doğal seslerin onlardaki hissiyatları olumludur şeklinde bir sonuç ortaya koymak mümkündür. 65 yaş ve üstü grupta ise ses atmosferi kaynaklı olumlu duygu durumunda düşüş belirlenmiştir. Ayrıca, buradaki 65 yaş altı katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde yaklaşık %57'sinin lisans ve lisansüstü eğitim almış kişiler olduğu ve bunların da yaklaşık %96'sının il ve ilçe merkezinde ikamet ettiği görülmektedir. Buna göre, il veya ilçe merkezinde yaşayan ve en az lisans mezunu olan 65 yaş altı katılımcılarda doğal seslerin olumlu duygu durumu oluşturduğunu söylemek mümkün olacaktır. Negatif duygu durumu ile yaş değişkeni açısından tema park için anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Merkezi iş alanı için de bu değişken açısından anlamlı bir ilişkiden söz edilememektedir. Turistlerin eğitim durumları ile pozitif duygu durumları arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Her iki rekreasyon alanındaki turistlerden ilkokul, ortaokul, lise ve ön lisans öğrenim durumuna sahip turistlerin ses atmosferi kaynaklı pozitif duygu durumu ortalamaları lisans ve lisansüstü öğrenim durumuna sahip olanlara göre yüksektir. Tema park için turistlerin öğrenim durumu ile negatif duygu durumları arasında anlamlı bir ilişki yoktur. Ancak, yapılan analiz sonucunda hesaplanan değer anlamlı olarak kabul edilen sınır değere çok yakındır. Merkezi iş alanında ise bu değişkenler arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu veriler doğrultusunda eğitim durumu değişkeninin ses atmosferi kaynaklı duygu durumu ile ilişkili olduğu ortaya koyulmuştur. Turistlerin ikamet yerine göre duygu durumlarındaki farklılaşmaya bakıldığında tema park için kasabada ikamet edenler ile köyde ikamet eden turistlerin pozitif duygu durumu ortalamalarının diğer ikamet türlerine göre yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu alana ait ses atmosferini daha çok doğal sesler oluşturmaktadır. Kasabada ve köyde yaşayan katılımcıların il merkezlerinde yaşayanlara nazaran daha çok doğal seslere alışkın olmalarının bu sonucun ortaya çıkmasında etkili olduğu düşünülmektedir. Çünkü kasaba ve köyler il merkezlerine göre daha küçük yerleşim yerleridir ve il merkezinde var olan rahatsızlık vermesi muhtemel ses türleri buralarda

daha azdır. Merkezi iş alanı için ise bu değişkenler arasında herhangi bir anlamlı farklılık yoktur. İkamet yeri ile negatif duygu durumu ortalaması arasındaki ilişkiye bakıldığında her iki çalışma alanı için herhangi bir farklılıktan söz edilememektedir.

Bruce ve Davies (2014), bireylerin bir mekânın nasıl bir ses atmosferine sahip olması gerektiğini deneyim yoluyla öğrendiğini ve bunun da o mekâna ilişkin algılarını etkilediğini savunmaktadır. Gestalt Kuramı görsel algılamadaki farklılığın nedenlerini ortaya koyan bir teoridir. Schafer (1977) da ses atmosferinin algılanmasındaki bireysel farklılıkların nedenlerinin Gestalt Kuramı çerçevesinde açıklanabileceğini ileri sürmüştür. Bu tezde katılımcılardan elde edilen anketlerdeki veriler incelendiğinde aynı mekânda bulunan ve farklı motivasyonlarla seyahat eden turistlerin farklı türden sesleri ön planda algıladığı belirlenmiştir. Böylece bu tez çalışmasıyla algıda seçiciliğe atıfta bulunarak Schafer'ın düşünceleri desteklenmektedir. Ayrıca bu çalışma, ses atmosferinin rekreasyon alanlarını ziyaret edenlerin duygu durumuna etkisini ortaya koyarak hem peyzaj hem de turist deneyimine ilişkin var olan çok duyulu araştırma alanına katkıda bulunmaktadır.

Bu tez çalışması daha önce yapılan turizmde ses atmosferi çalışmalarından farklı olarak ses atmosferini oluşturan ses türlerinin, bu seslerin basınç seviyelerinin ve turistlerin seyahat motivasyonunun onların duygu durumuna etkisi incelenmiştir. Çünkü, ses atmosferinin turist deneyimi üzerindeki etkisi doğrulanmıştır (He vd., 2018) ve daha iyi bir turist deneyiminin sağlanması amacıyla çok yönlü olarak ele alınması gerektiği düşünülmektedir. Bu çalışmada mekânlara ait ses atmosferinin kendine özgü sesleri barındırıyor olmasından dolayı turistler tarafından olumlu olarak algılandığı belirlenmiştir. Ayrıca, rekreasyon alanları rahatsızlık vermesi muhtemel ses basınç seviyesine veya ses türlerine sahip olsa dahi buralardaki ses atmosferinin turistler tarafından olumlu olarak algılanması durumu değişmediği görülmüştür. Bu sonuç doğrultusunda bu tez çalışması, uygulayıcı pozisyonundaki hem yerel hem de ulusal bazdaki paydaşların turistik memnuniyeti belirleyici diğer unsurların yanı sıra ses atmosferi konusuna da önem vermelerini sağlamada bir araç niteliği taşımaktadır. Sürdürülebilirliğin sağlanamaması ve destinasyonların bilinçsizce harap edilerek tüketilmesi turizmin başlıca sorunlarından biridir. Bu tez çalışmasıyla destinasyonların sürdürülebilirliği açısından sahip oldukları ses atmosferinin önemine vurgu yapılmaktadır.

Turizm, bir destinasyonun veya spesifik olarak bir mekânın ses atmosferini tehdit edebilir (Bernat, 2014, s. 114). Ses atmosferi de turist hareketleri ve turist davranışları ile ilişkilidir (Deng vd., 2017). Turistlerin algısal yapısı hem görsel hem de işitsel unsurlardan etkilenmektedir (Aletta vd., 2017). Bu araştırmada da işitsel unsurlar değerlendirilmiş ve genel olarak her iki çalışma alanının turistlerde pozitif duyguları daha çok hissettirdiği, negatif duyguları ise daha az hissettirdiği belirlenmiştir. Buna göre bu rekreasyon alanlarındaki ses atmosferinin turistler açısından genel olarak memnuniyet verici olduğunu söylemek mümkündür. Gale ve diğerleri (2020) daha kentsel odaklı pozitif ses atmosferi ile ses algısı arasında paralellikler olduğunu öne sürmüştür. A. Liu ve diğerleri (2018), ses atmosferi algısı ile turist memnuniyeti arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki kurmuştur. Çalışma ayrıca, ses atmosferi memnuniyetinin turist memnuniyetini de etkilediğini ortaya koymuştur. Qiu ve diğerleri (2018) de turist deneyiminde sesli ve görsel peyzajların önemine vurgu yaparak ses atmosferinin genel memnuniyeti etkilediğini belirtmiştir. Jiang ve diğerleri (2020) de yaptıkları çalışmada benzer sonuçlara ulaşmıştır. Choy ve diğerleri (2014) çalışmasında ses atmosferinin rekreasyon alanlarının kullanımını etkileyen önemli bir faktör olduğu sonucuna ulaşmıştır. Payne (2009) şehir parklarındaki ses atmosferi ile psikolojik restorasyon arasındaki ilişkiyi vurgulamıştır. Bütün bu çalışmaların sonuçlarıyla da bağlantılı olarak bu tezdeki her iki çalışma alanı ses atmosferi için olumlu bir değerlendirme yapılabilmektedir.

Raw ve Griffiths (1988) ses düzeyinin algılanmasında veya kişiyi etkileme düzeyinde bireysel farklılıkların önemine dikkat çekmiştir. Bu çalışmada ortaya konulan bulgular doğrultusunda turistlerin bireysel farklılıkları bazı demografik özellikleri ile ele alınmış ve bunlarla ses atmosferi kaynaklı oluşan duygu durumları arasındaki ilişki incelenmiştir. Tema park olan çalışma alanında cinsiyet değişkeni açısından negatif duygu durumunun, yaş ve ikamet değişkenleri açısından da pozitif duygu durumunun farklılaştığı, pozitif duygu durumunun eğitim değişkeni açısından her iki çalışma alanında, negatif duygu durumunun ise yalnızca merkezi iş alanında farklılaştığı görülmüştür.

Kankhuni ve Ngwira'ya (2021) göre doğal ses atmosferinden memnun olan turistler genel turistik deneyimlerinden de memnun kalmaktadırlar. Araştırmanın veri toplama sürecinde turistlere anket uygulamasının yapıldığı esnada onlar için ön planda olan baskın ses sorulmuş ve kentsel yeşil alanda yer alan tema park için en çok doğal seslerin ön

planda olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Krzywicka ve Byrka'ya (2020) göre doğal seslerden oluşan ses atmosferleri kentsel seslerden oluşan ses atmosferlerine göre daha fazla tercih edilmektedir. Yang ve diğerleri (2020) de çalışmalarında benzer sonuca ulaşmıştır. Gale ve Ednie (2021) turistler tarafından doğal ve insan kaynaklı seslerin daha uzun süre işitilmesi ile genel ses atmosferi değerlendirmesi arasında bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Gale ve Ednie'ye göre, doğal seslerin süresi ses atmosferi düzeyindeki derecelendirmelerle pozitif olarak ilişkiliyken, antropik seslerin süresi bu derecelendirmelerle negatif yönde ilişkilidir. Li ve diğerleri (2018) de doğal sesler grubunu oluşturan biofonik ve jeofonik seslerin rekreasyon alanı ziyaretçileri tarafından hoş karşılandığını, insan kaynaklı olan antropik seslerin ise hoşnutsuzluk yarattığını ortaya koymuştur. Jiang ve diğerleri (2018) doğal seslerden oluşan ses atmosferinin turistler üzerinde olumlu etki bıraktığını ve bunun da turist memnuniyetini olumlu yönde etkilediğini ileri sürmüştür. Yine, Huang ve Gross (2010) yaptıkları çalışmayla deniz dalgası ve kuş sesi gibi doğal seslerin turist hafızasında daha kalıcı olduğunu ortaya koymuştur. Jiang (2022) da özellikle doğal ses atmosferinin turistlerin duygu durumunu önemli derecede etkileyebileceğini söylemiştir. Elde edilen sonuç yapılmış bu çalışmaların sonuçlarıyla paralellik göstermektedir.

Akgün ve Akgün (2017) insan kulağının işittiği ses düzeyinin 40-50 dBA'yı aştığında duygusal reaksiyonlara neden olabileceğini bildirmiştir. Yapılan ölçümlere göre tema park arka plan gürültü düzeyi 49.7 dBA (Tema park arka plan gürültüsü örnek ses kaydını dinlemek için: <https://soundcloud.com/e-ref-ay/sazova-background-noisewav>), merkezi iş alanı arka plan gürültü düzeyi de 48.9 dBA'dır (Merkezi iş alanı arka plan gürültüsü örnek ses kaydını dinlemek için: <https://soundcloud.com/e-ref-ay/adalar-background-noisewav>). Buna göre her iki çalışma alanı arka plan gürültü düzeyi ile gün içinde ölçülen dBA düzeyi arasındaki farkın 5 dBA'dan fazla olduğu görülmektedir. Çevresel Gürültü Ölçüm ve Değerlendirme Kılavuzu'ndaki (ÇŞİDB, 2011) bilgilere göre böyle bir farkın olduğu alanlarda gürültünün var olduğu kabul edilmektedir. Yine bu kılavuzda sesler desibel düzeyleri ve rahatsızlık verme seviyelerine göre sınıflandırılmıştır. Buna sınıflandırmaya göre çalışma alanlarındaki ses basınç seviyesinin konforsuz ve rahatsız edici düzeyde olduğu söylenebilir (Bkz. Tablo 2.1). Dünya Sağlık Örgütü'nün yayımlamış olduğu Toplumsal Gürültü Kılavuzu'na göre tema park olan Çalışma Alanı-1 gibi kentsel yeşil alanlarda arka plan ses seviyesinin aşılmamasının gerektiği, bu seviyenin az da olsa aşılmasının kişilere huzursuzluk

verebileceği belirtilmiştir. Yine aynı kılavuzda Çalışma Alanı-2 gibi ticari iş merkezlerinin ve trafiğin bulunduğu alanlarda çevresel sesin 70 dBA'yı aşması halinde işitme bozukluklarının yaşanabileceği vurgulanmıştır (Dünya Sağlık Örgütü [DSÖ], 1999). Çalışma alanları ses basınç düzeylerini gösteren Tablo 4.2 incelendiğinde merkezi iş merkezi ses basınç seviyesinin en fazla 68,3 dBA olduğu, ölçüm yapılan günlerin ortalamasının ise 62,9 dBA olduğu görülmektedir. Bu verilere göre bu alandaki ses atmosferi desibel düzeyinin işitme bozukluklarına neden olabilecek düzeyde olmadığı anlaşılmaktadır.

Araştırma sonuçlarına göre, tema parkı ziyaret edenlerin bu alanlarda doğal sesleri ve insan seslerini duymaktan memnun oldukları ve bu seslerin basıncının yükselmesinin onları olumsuz yönde etkilemediğini söylemek mümkündür. Çünkü, tema parkın ses atmosferi desibel düzeyi yükseldikçe turistlerin PD ortalamasının da yükseldiği belirlenmiştir. Bu sonuç, Nilsson, Botteldooren ve De Coensel'in (2007) "kent parklar ve yeşil açık alanlardaki ses türleri, ses atmosferini belirleyici tüm unsurlar içerisinde ses basıncından daha önemlidir" şeklinde ortaya koyduğu sonucu desteklemektedir. Bu sonucun ortaya çıkmasında tema parktaki ses basıncının EPA'nın genel halk sağlığını ve refahını etkileyen ses düzeylerini belirlediği dokümana göre işitme kaybına neden olabilecek çok rahatsız edici seviyelerde olmamasının da etkisi olabileceği düşünülmektedir. EPA'ya göre açık alanlarda bir gün boyunca 55 dBA ses maruz kalmanın rahatsızlık verici olduğu belirtilmiştir. Ancak bunun insanlar arasındaki iletişimi ve diğer aktivitelerini (uyku, çalışma, rekreasyon gibi) engelleyecek bir düzey olmadığı vurgulanmıştır. Yine aynı dokümanda 70 dBA sese maruz kalmanın ise işitme kaybına neden olabileceği belirtilmiştir. Filipan ve diğerleri (2017) yaptıkları çalışmada bu gibi rekreasyon alanlarında bireylerin kendilerini huzurlu hissetmelerinin ses atmosferinin desibel düzeyi ile ilişkili olduğunu ve düşük desibeldeki seslerin daha huzur verdiğini belirtmiştir. Buradaki baskın ses türlerinin ortalamasının artması ND ortalamasını da düşürmektedir. Bu sonuç tema parklarda doğal sesler ve insan sesleri çoğaldıkça turistlerdeki olumsuz duyguları azalmaktadır şeklinde yorumlanabilir. Ayrıca, tema parkta gösterge sesler arttıkça da PD ortalaması düşmektedir. Buna göre turistlerin bu mekânda zil, korna, telefon sesi gibi sesleri işitmekten hoşnut olmadığı anlaşılmaktadır. Ancak daha önceden de belirtildiği üzere, sesin algılanmasında ve sestem etkilenmede bireysel farklılıklar önemli belirleyici unsurdur. Yine bu doğrultuda seyahate, gezip görmeye ve mekânları deneyimlemeye olan motivasyonlarından dolayı

turistlerin bu alanların ses atmosferinden olumsuz yönde etkilenmedikleri sonucuna ulaşılmaktadır.

Merkezi iş alanı için sesin desibel düzeyinin ve baskın seslerin turistlerin ses atmosferi kaynaklı pozitif duygu durumlarıyla ilişkisi tespit edilememiştir. Ayrıca merkezi iş alanındaki pozitif duygu ortalamasının tema parka göre daha düşük olduğu görülmektedir (Bkz. 4.10). Bunun nedeninin Çalışma Alanı-2'nin merkezi iş alanı içerisinde yer alması ve bu yüzden bu bölgede mekanik seslerin daha çok işitilmesi olduğu düşünülmektedir. Bu sonuç, To ve Chung'un (2019) klima/havalandırma sesi ve trafik sesi gibi seslerden oluşan mekanik seslerin turistlerin akustik konforunu olumsuz etkilediği sonucu ile paralellik göstermektedir. Aynı zamanda J. Liu ve diğerleri (2018) de Çin'in Fuzhou kentindeki şehir parkları üzerine yaptıkları çalışmada ziyaret deneyimi üzerinde mekanik seslerin olumsuz, doğal ve toplum seslerinin olumlu etki ettiğini vurgulamıştır. Katılımcıların bu alan için belirttikleri toplum seslerini oluşturan ses türleri incelendiğinde müzik sesi ön plana çıkmaktadır. Grguric (2020) özellikle turizm bölgelerindeki müzik yayınının şehrin ses atmosferi yapısını bozduğuna vurgu yapmış ve kamusal alanlardaki müzik yayınının kontrol altında tutulması gerektiğini savunmuştur. Turistler için baskın olan ses türüne bakıldığında her iki çalışma alanı için de ikinci sırada insan seslerinin olduğu görülmektedir. Montazerolhodjah, Sharifnejad ve Montazerolhodjah (2019) yaptıkları çalışmada akustik konforu artıran ses türünün çocuk sesi ve konuşma sesleri gibi seslerden oluşan insan sesleri olduğunu belirlemiştir. Bu sonuç turistlerin her iki çalışma alanı ses atmosferinden genel olarak memnun olmalarının nedenini açıklayıcı niteliktedir.

Merkezi iş alanındaki baskın ses türleri olan toplum sesleri ve insan seslerinin turistlerin ses atmosferi kaynaklı negatif duygu durumlarıyla ters yönde ilişkili olduğu belirlenmiştir. Yani baskın seslerin ortalaması arttıkça ND ortalaması düşmektedir. Bu veriye göre özellikle toplum seslerinin ve insan seslerinin artmasının turistlerin ND ortalamasını düşürdüğü söylenebilir. Bu alanın merkezi iş alanı içerisinde yer almasından dolayı insan seslerinin ve toplum seslerinin buraya özgü sesler olduğu, turistlerin de bunun bilincinde olduğu söylenebilir. Hangi türde olursa olsun bu alana özgü sesleri duymanın turistlerdeki negatif duyguları azalttığı görülmüştür. Bu bulguyla, Hong ve Jeon'un (2015) bireylerin, insan faaliyetleriyle oluşturulan canlı akustik ortamların kentsel rekreasyon alanlarının işlevine uygun olabileceğini düşünme eğiliminde oldukları sonucunu desteklemektedir. Ayrıca Hong ve Jeon, görsel olarak hoş giden kentsel

mekânlara ait ses atmosferinin insanlar tarafından hoş olarak algılandığını da ortaya koymuştur. Bu tezdeki çalışma alanlarının da görsel olarak hoş giden unsurlara sahip mekanlar olduğunu söylemek mümkündür. Araştırma sonuçları algıda seçicilik bağlamında değerlendirildiğinde tema parkı yeni şeyler öğrenmek ve kendini geliştirmek motivasyonlarıyla ziyaret edenler için doğal sesler türünden seslerin; merkezi iş alanını ziyaret edenler için de rutin yaşamdan kaçış, yeni şeyler öğrenmek ve kendini geliştirmek motivasyonu ile toplum sesleri türünden seslerin ön planda işitildiği anlaşılmaktadır.

Fang ve diğerleri (2014) akustik konforun turistlerin öznel algısından etkilendiğini vurgulamıştır. Turistlerin öznel algısını etkileyen faktörlerden birisi de motivasyonlarıdır. Seyahat motivasyonu boyutları açısından değerlendirildiğinde tema parkta bulunan yeni şeyler öğrenmek ve kendini geliştirmek amacıyla seyahat edenlerin PD ortalamasının yüksek olduğu görülmektedir. Buna göre yeni şeyler öğrenmek ve kendini geliştirmek amacıyla seyahat eden turistlerin buradaki ses atmosferinden hoşnut oldukları anlaşılmaktadır. Merkezi iş alanındaki rutin ortamdan ve günlük hayat koşturmacasından uzaklaşmak, yeni şeyler öğrenmek ve kendini geliştirmek amaçlarıyla seyahat edenlerin PD ortalamalarının yüksek olduğu görülmektedir. Buradan bu seyahat motivasyonuna sahip turistlerin merkezi iş alanındaki sesleri işitmekten hoşnut olduğu anlaşılmaktadır. Yine bu alana rutin ortamdan ve günlük hayat koşturmacasından kaçıp uzaklaşma amacıyla gelen turistlerin ND ortalamalarının da düşük olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre bu alandaki seslerin turistlerin duygu durumunu olumsuz yönde etkilemediğini söylemek mümkündür. Kankhuni ve Ngwira'nın (2021) çalışma sonucuna göre, turistik bağlılık turistlerin ses atmosferi algılarını olumlu etkilemektedir. Turistik bağlılığın sağlanmasında gerçekleştirilen turistik aktivite ile turistin bütünleşmesi, gerçekleştirilen aktiviteyi veya varılan destinasyonu içselleştirmesi önem arz etmektedir. Bu doğrultuda motivasyonun önemi ön plana çıkmaktadır.

Kentsel ses atmosferi, bir şehrin işitsel kimliğinin önemli bir parçasıdır. Çünkü sesler bir “yer duygusu” yaratmada temel olan unsurdur (Pouya, 2017, s. 191). Buna göre sonuç olarak, tema park ve merkezi iş alanının ses atmosferinin Eskişehir’e özgü kentsel bir kimlik oluşturduğu ve bunun da turistlerde ağırlıklı olarak olumlu duyguları ortaya çıkardığını söylemek mümkündür.

5.2. Öneriler

Yapılan analizlerden elde edilen sonuçlara göre uygulamaya ve yapılacak araştırmalara yönelik öneriler bu bölümde sunulmuştur.

5.2.1.Uygulamaya yönelik öneriler

Turizmde tüketici kavramı yerine kullanılan turistin deneyimi ve memnuniyeti çok farklı unsurlardan etkilenmektedir. Hizmet sunulan yerlerin fiziki unsurları ve personel özellikleri gibi etmenlerin yanı sıra artık turist memnuniyetinde duygulara hitap etmenin de ön plana çıktığı görülmektedir. İnsana kendisini iyi hissettirmek turizmin başlıca amaçları arasına girmiştir. Çünkü iyi duygular içerisinde olan turistler deneyimledikleri mekândan memnun kalmaktadırlar. Bu durum da doğal olarak destinasyonlar açısından ekonomik faydaya ve kalkınmaya dönüşmektedir. Bu çalışmada rekreasyonel alanlarda ve buradan hareketle turistik destinasyonlarda işitsel deneyimin önemi vurgulanmıştır. Ses atmosferi genel turist memnuniyetini etkilemektedir (A. Liu vd. 2018, s. 175). Ayrıca ses, içinde bulunduğu kültüre ait özellikler içerir. Yerlerin ses atmosferi o yerin zihinde canlanmasını sağlar. Bu yüzden ses atmosferinin o yere özgü seslerle oluşturulması yönünde planlamaların yapılması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Buna göre öncelikle yerel yönetimlere önemli görevler düşmektedir. Eskişehir Büyükşehir Belediyesi 2020-2024 Stratejik Planı (EBB, 2019) incelendiğinde çevresel gürültü yönetimi üzerine faaliyet planlanmasının yapıldığı, bunun da genel olarak çevreye duyarlı yol projeleri kapsamında olduğu, şehrin genel ses atmosferinin korunması veya düzenlenmesine ilişkin herhangi bir planlamanın olmadığı görülmektedir. Yapılan araştırma sonucunda kentte düzenli bir ses basıncı ölçümünün de yapılmadığı, yalnızca çevresel gürültü kapsamında şikâyetle konu olan durumlarda ses basıncı ölçümlerinin yapıldığı görülmüştür. Turist memnuniyetinin sağlanması için rekreasyon alanları ses atmosferinin kontrol altında tutulması gerektiği düşünülmektedir. İnsan hareketliliği kaynaklı olarak mekânlardaki ses atmosferinde değişimler yaşanabilmektedir. Bu doğrultuda bu alanların sürdürülebilirliği açısından özgün ses atmosferinin korunmasına yönelik kuralların belirlenmesi, ses basıncı ölçümüyle gürültü denetimlerinin yapılması, buna ilişkin yaptırımların uygulanması ve mekân peyzajlarının yüksek düzey sesleri baskılayacak şekilde planlanması gibi önlemlerin alınması doğru olacaktır. Akgün ve Akgün (2017) ruh sağlığı kliniklerinde ses düzeyi kontrolünün hastanın tedavisi için oldukça önemli olduğunu vurgulamaktadır. Buna göre insanın özellikle mental sağlığı için sesin öneminin anlaşılması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Rekreasyon faaliyetleri de insan odaklı olduğu

için rekreasyon alanlarında ses atmosferinin ön planda tutulması ve kontrol altına alınması gerektiği düşünülmektedir.

Genel olarak rekreasyon alanlarının fiziki şartlarının planlanması ve şekillendirilmesi yönünde faaliyetlerin gerçekleştirildiği görülmektedir. Mekânların ses atmosferlerine ilişkin planlama ve düzenleme uygulamalarında eksiklikler olduğu bilinmektedir. Yapılan bu çalışmayla uygulayıcıların dikkatinin rekreasyon alanlarının ses atmosferine doğru çekilmesi ve bu konuda düzenlemeler yapmalarının sağlanmasına katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

5.2.2. Yapılacak araştırmalara yönelik öneriler

Bu çalışmada, özellikle günübirlik turlarla ziyaretçi yoğunluğu yaşayan Eskişehir'deki iki önemli rekreasyon alanının ses atmosferi ele alınmıştır. Bu konuda yapılacak sonraki çalışmaların daha büyük ölçekli şehirlerdeki rekreasyon alanlarına odaklanması ve hatta Türkiye genelinde bir çalışmanın yapılması önerilmektedir.

Turist memnuniyetinde duyguların önemli olmasından dolayı rekreasyon alanlarında koku ve tat gibi duyuların ölçüleceği ve bu konuda analizlerin uygulanacağı çalışmaların yapılmasının alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu araştırmada duyguların ölçülmesi amacıyla nicel yöntem olan anket uygulaması tercih edilmiştir. Gözlem ve görüşme gibi nitel yöntemlerle yapılacak olan farklı çalışmaların sonuçlarının da alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bundan dolayı bu konuda çalışacak araştırmacıların farklı araştırma yöntemleri kullanarak çalışmalarını gerçekleştirmeleri sunulabilecek öneriler arasındadır.

KAYNAKÇA

- Agapito, D., Pinto, P. , and Mendes, J. (2017). Tourists' memories, sensory impressions and loyalty: In loco and post-visit study in Southwest Portugal. *Tourism Management*, 58, 108–118.
- Akbulut, Y. (2010). *Sosyal Bilimlerde SPSS Uygulamaları*. İstanbul: İdeal Kültür Yayıncılık.
- Akgün, B. M. ve Akgün, M. (2017). Terapötik ortamda gürültü kontrolü. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 9(4), 431-440.
- Akoğlan Kozak, M. (2017). *Rekreasyonel liderlik ve turist rehberliği kavram ve kurumlar üzerinden bir analiz*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aletta, F., Brambilla, G., Maffei, L., and Masullo, M. (2017). Urban soundscapes: Characterization of a pedestrian tourist route in Sorrento (Italy). *Urban Science*, 1(1), 4.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. İstanbul: Sakarya Yayıncılık.
- Amerika Birleşik Devletleri Çevre Koruma Ajansı (EPA). (1974). *Information on levels of environmental noise requisite to protect public health and welfare with an adequate margin of safety*. U.S. Environmental Protection Agency.
- Axelsson, Ö., Nilsson, M. E., and Berglund, B. (2010). A principal components model of soundscape perception. *The Journal of the Acoustical Society of America*, 128(5), 2836-2846.
- Ay, E., and Günay Aktaş, S. (2019). Sound pollution and tourism in the urban area. C. Çobanoğlu, M. Çavuşoğlu ve A. Çorbacı (Ed). *Advances in Global Business and Economics: Volume 2* içinde (s. 67-75). USA: ANAHEI.
- Aydın, Ç. ve Aydın, C. (2016). Turizmde güdülenme kuramları kapsamında seyahat acentalarının reklam görsellerinin analizi. *Turar Turizm ve Araştırma Dergisi*, 5(2), 65-78.

- Baloğlu, S., and Uysal, M. (1996). Market segments of push and pull motivations: a canonical correlation approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 8 (3), 32-38.
- Bammel, G., and Burrus-Bammel, L. L. (1982). *Leisure and human behavior*. Dubuque, Iowa: Wm. C. Brown Company Publishers.
- Ben-Porath, Y. S. (1990). Cross-cultural assessment of personality: The case for replicatory factor analysis. J. N. Butcher & C. D. Spielberger (Eds.), *Advances in personality assessment* içinde (p. 27-48).
- Berger, B. G., and Motl, R. W. (2000). Exercise and mood: A selective review and synthesis of research employing the profile of mood states. *Journal of applied sport psychology*, 12(1), 69-92.
- Bernat, S. (2014). Soundscapes and tourism—towards sustainable tourism. *Problemy Ekorozwoju—Problems of Sustainable Development*, 9(1), 107-117.
- Bogari, N. B., Crowther, G., and Marr, N. (2003). Motivation for domestic tourism: A case study of the Kingdom of Saudi Arabia., G. I. Crouch vd. (Ed.), *Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure (Volume 3)* içinde (51-63). CABI Publishing.
- Böke, K. (2014). Örnekleme. K. Böke (Ed.) *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri* içinde (s. 105-149). İstanbul: Alfa Yayınları.
- Brown, A. L. (2012). A review of progress in soundscapes and an approach to soundscape planning. *Int. J. Acoust. Vib*, 17(2), 73-81.
- Brown, A. L., Gjestland, T., and Dubois, D. (2016). Acoustic environments and soundscapes, J. Kang and B. Schulte-Fortkamp (Eds.) *Soundscape and the built environment* içinde, (p. 1-15), Boca Raton: CRC Press, Taylor & Francis Group.
- Brown, A. L., Kang, J., and Gjestland, T. (2011). Towards standardization in soundscape preference assessment. *Applied acoustics*, 72(6), 387-392.
- Brown, G., Schebella, M. F., and Weber, D. (2014). Using participatory GIS to measure physical activity and urban park benefits. *Landscape and Urban Planning*, 121, 34–44.

- Bruce, N. S., and Davies, W. J. (2014). The effects of expectation on the perception of soundscapes. *Applied acoustics*, 85, 1-11.
- Bursa Bilecik Eskişehir (BEBKA) Kalkınma Ajansı, (2020). *Eskişehir ilinin turizm kaynaklarının mekânsal analizi ve pazarlama stratejisi*. Bursa. (<https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/dokuman/eskisehir-ilinin-turizm-kaynaklarinin-mekansal-analizi-ve-turizm-pazarlama-stratejisi/1915>)
- Calleja, A., Díaz-Balteiro, L., Iglesias-Merchan, C., and Soliño, M. (2017). Acoustic and economic valuation of soundscape: An application to the ‘Retiro’ Urban Forest Park. *Urban forestry & urban greening*, 27, 272-278.
- Cansaran, D. (2019). Gürültü kirliliği düzeyini belirlemeye yönelik bir çalışma: Amasya ili örneği. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 74(1), 89-108.
- Cerwén, G., Wingren, C., and Qviström, M. (2017). Evaluating soundscape intentions in landscape architecture: A study of competition entries for a new cemetery in Järva, Stockholm. *Journal of Environmental Planning and Management*, 60(7), 1253-1275.
- Chang, H. J., Wu, C. H., Ho, J. F., & Chen, P. Y. (2008). On sample size in using central limit theorem for gamma distribution. *Information and Management Sciences*, 19(1), 153-174.
- Chen, F., Wang, Y., Zhao, Y., and Li, H. (2021). Evaluation of Four Seasons Soundscape in Meiling National Forest Park. *Journal of Landscape Research*, 13(4).
- Chen, M., Yu, P., Zhang, Y., Wu, K., and Yang, Y. (2020). Acoustic environment management in the countryside: A case study of tourist sentiment for rural soundscapes in China. *Journal of Environmental Planning and Management*, 1-23.
- Chiesura, A. (2004). The role of urban parks for the sustainable city. *Landscape and Urban Planning*, 68(1), 129–138.
- Choy, Y. S., Chau, C. K., Tsui, W. K., and Tang, S. K. (2014). Urban soundscape of recreational area in high population area. *Acta Acustica united with Acustica*, 100(6), 1044-1055.

- Christensen, L. B., Johnson, B. ve Turner, L. A. (2015). *Araştırma yöntemleri: Desen ve analiz*. (Çev: A. Aypay). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Corbin, A. (1998). *Village bells: sound and meaning in the 19th-century French countryside*. Columbia University Press.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of tourism research*, 6(4), 408-424.
- Crompton, J. L., and McKay, S. L. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of tourism research*, 24(2), 425-439.
- Çakır Aydın, D., Uysal, E. ve Özbudak Akça, Y. B. (2017). Diyarbakır tarihi Suriçi bölgesi akustik mirasının değerlendirilmesi. *Dicle Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Mühendislik Dergisi*, 8(2), 255-266.
- Çakır, O. ve İlal, M. E. (2017). *Yemekhane ses peyzajının psikoakustik parametreler açısından değerlendirilmesi*. 13. Ulusal Tesisat Mühendisliği Kongresi, 19-22 Nisan/İzmir, 2070-2081.
- Çankaya, S., and Yılmaz, S. (2016). *The effect of soundscape on the students' perception in the high school environment*. In INTER-NOISE and NOISE-CON Congress and Conference Proceedings (Vol. 253, No. 8, pp. 139-146). Institute of Noise Control Engineering.
- Dann, G. M. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of tourism research*, 4(4), 184-194.
- Dann, G. M. (1981). Tourist motivation an appraisal. *Annals of tourism research*, 8(2), 187-219.
- Deng, Z., Liu, A., Gao, S., and Wang, D. (2017). *A soundscape analysis to the historical and ethnomusicology area of ethnic tourism*. In INTER-NOISE and NOISE-CON Congress and Conference Proceedings (Vol. 255, No. 7, pp. 123-128). Institute of Noise Control Engineering.
- Dodd, G. (2001). *Noise, noise sensitivity and attention*. In Inter-noise 2001-Abstracts from international congress and exhibition on noise control engineering.

- Doğan, H. A. (2019). *Kentlerin ses kimliğinin işitselpeyzaj yaklaşımı ile belgelenmesinde alan seçim modeli önerisi: Eskişehir örneği*. Yayınlanmamış doktora tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Dubois, D., Guastavino, C., and Raimbault, M. (2006). A cognitive approach to urban soundscapes: Using verbal data to access everyday life auditory categories. *Acta acustica united with acustica*, 92(6), 865-874.
- Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ). (1999). *Guidelines For Community Noise*. (Edited by Birgitta Berglund, Thomas Lindvall, Dietrich H Schwela). Mevcut adres: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/66217/a68672.pdf?sequence=1&i=Allo> (Erişim Tarihi: 31.12.2021)
- Egan, M. D. (2007). *Architectural acoustics*. J. Ross Publishing.
- Engin Öztürk, M. B. (2015). *Tüketici davranışları*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Erdoğan, E. ve Yazgan, M. E. (2007). Kentlerde trafik gürültüsü sorununu azaltmada peyzaj mimarlığı çalışmaları: Ankara örneği. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 4(2), 201-210.
- Erkal, F. E. ve Yürekli, F. (2007). Müziksel ses-mekân ilişkisinde dokunsal bir beden-mekân matrisinin doğuşu. *İtüdergisi/a*, 6(1), 43-54.
- Esen, E. (2016). Zamanda değil mekânda olmak: ses sanatı bağlamında ses ve mekân ilişkisi. *Tykhe Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(1), 33-51.
- Eskişehir Büyükşehir Belediyesi [EBB]. (2019). *Stratejik plan 2020-2024*. https://www.eskisehir.bel.tr/dosyalar/stratejik_plan/2020.pdf (Erişim Tarihi: 26.12.2021)
- Eşbah, H., Demir, S. ve Yıldırım, Y. (2022). Akarsu Koridorlarında Akustik Konforun Değerlendirilmesinde İşitsel Peyzajın Rolü, Ayvalı Dere Örneği. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences*, 5(1), 27-43.
- Everest, F. A. (1987a). Fundamentals of sound. Glen Ballou (Ed). *Handbook for sound engineers* içinde (s. 3-22). Indiana: Howard W. Sams&Company.
- Everest, F. A. (1987b). Psychoacoustics. Glen Ballou (Ed). *Handbook for sound engineers* içinde (s. 23-40). Indiana: Howard W. Sams&Company.

- Fang, W., Mengyuan, Q., Run, S., and Jingwen, Q. (2014). Optimization of soundscape in theme park based on soundscape comfortable degree—A Case Study of China Dinosaur Land in Changzhou. *Journal of Landscape Research*, 6(3-4), 34-38.
- Farina, A. (2014). *Soundscape ecology: principles, patterns, methods and applications*. Springer Science & Business Media.
- Filipan, K., Boes, M., De Coensel, B., Lavandier, C., Delaitre, P., Domitrović, H., and Botteldooren, D. (2017). The personal viewpoint on the meaning of tranquility affects the appraisal of the urban park soundscape. *Applied Sciences*, 7(1), 91.
- Fink, D. (2019). Ambient noise is “the new secondhand smoke”. *The Journal of the Acoustical Society of America*, 146(4).
- Fletcher, H., and Munson, W. (1933). *Loudness, its definition, measurement and calculation*. J. Acoust. Soc. Am. V, 82–108.
- ’den aktaran Murphy, E. ve King, E. (2014). *Environmental noise pollution: Noise mapping, public health, and policy*. Newnes.
- Fodness, D. (1994). Measuring tourist motivation. *Annals of tourism research*, 21(3), 555-581.
- Francomano, D., González, M. I. R., Valenzuela, A. E., Ma, Z., Rey, A. N. R., Anderson, C. B., and Pijanowski, B. C. (2022). Human-nature connection and soundscape perception: Insights from Tierra del Fuego, Argentina. *Journal for Nature Conservation*, 65, 126110.
- Franklin, A. (2003). *Tourism: an introduction*. Sage: London
- Gage, S., Ummadi, P., Shortridge, A., Qi, J., and Jella, P. (2004). *Using GIS to develop a network of acoustic environmental sensors*. In ESRI international user conference (pp. 9-13).
- Gale, T., and Ednie, A. (2021). Toward crowd-sourced soundscape monitoring in protected areas: Integrating sound dominance and triggers to facilitate proactive management. *Journal of Park and Recreation Administration*, 39(1).

- Gale, T., Ednie, A., Beeftink, K., and Adiego, A. (2020). Beyond noise management: exploring visitors' perceptions of positive emotional soundscape dimensions. *Journal of Leisure Research*, 1-25.
- Gardner, M. P. (1985). Mood states and consumer behavior: A critical review. *Journal of Consumer research*, 12(3), 281-300.
- Gençöz, T. (2000). Pozitif ve negatif duygu ölçeği: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Türk Psikoloji Dergisi*, 15(46), 19-26.
- Gnoth, J. (1997). Tourism motivation and expectation formation. *Annals of Tourism research*, 24(2), 283-304.
- Goeldner, C. R., and Ritchie, J. B. (2007). *Tourism principles, practices, philosophies*. Twelfth edition, John Wiley & Sons.
- Grguric, D. (2020). Researching Muscscapes in urban tourism: Case of the Town of Krk. *Journal of Urban Culture Research*, 20, 10-25.
- Guastavino, C. (2006). The ideal urban soundscape: Investigating the sound quality of French cities. *Acta Acustica United with Acustica*, 92, 945–951.
- Güler, Ç., Çobanoğlu, Z. ve Baskı, B. (1994). *Gürültü*. Çevre Sağlığı Temel Kaynak Dizisi, 19.
- Günay Aktaş, Yayla, Ö., and Ekincek, S. (2018). *Cultural landscapes of aviation park in terms of visitors' viewpoint: case of Eskişehir aviation museum*. The 11th Tourism Outlook Conference, Heritage Tourism beyond Borders and Civilizations, Anadolu University, Eskişehir, Turkey.
- Güner, F. (2016). Makineler çağı sonrası işitsel manzara. *Tykhe Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(1), 151-176.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hair, J. F., Black, C. W., Babin, J. B., and Anderson, E. R. (2019). *Multivariate data analysis*. 8th Edition. Cengage Learning EMEA.

- Hall, C. M., and Page, S. J. (2006). *The geography of tourism and recreation: Environment, place and space*. Third Edition. Routledge.
- Harold, R. (2007). Motorized Water Sports. G. Jennings (Ed.). In *Water-based tourism, sport, leisure, and recreation experiences* içinde (p. 69-93). Routledge.
- Hazar, A. (2014). *Rekreasyon ve animasyon*, 4. Baskı, Ankara, Detay Yayıncılık.
- He, M., Li, J., Li, J., and Chen, H. (2018). A comparative study on the effect of soundscape and landscape on tourism experience. *International Journal of Tourism Research*, 1-12.
- Heide, M., and Grønhaug, K. (2006). Atmosphere: Conceptual issues and implications for hospitality management. *Scandinavian Journal of hospitality and Tourism*, 6(4), 271-286.
- Helvacıoğlu, E. (2011). *Soundscape composition analysis of current*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hong, J. Y., and Jeon, J. Y. (2015). Influence of urban contexts on soundscape perceptions: A structural equation modeling approach. *Landscape and Urban Planning*, 141, 78-87.
- Hong, X., Wang, G., Liu, J., and Lan, S. (2019). Cognitive persistence of soundscape in urban parks. *Sustainable Cities and Society*, 51, 101706.
- Hsu, C. H., and Huang, S. (2008). Travel motivation: A critical review of the concept's development. Woodside, D. Martin (Ed.), *A. Tourism management: Analysis, behaviour and strategy* içinde (p. 14-27).
- Huang, S., and Gross, M. J. (2010). Australia's destination image among mainland Chinese travelers: An exploratory study. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(1), 63-81.
- Huang, S., and Hsu, C. H. (2009a). Effects of travel motivation, past experience, perceived constraint, and attitude on revisit intention. *Journal of travel research*, 48(1), 29-44.
- Huang, S., and Hsu, C. H. (2009b). Travel motivation: linking theory to practice. *International journal of culture, tourism and hospitality research*, 3(4), 287-295.

- Hurtley, C. (2009). *Night noise guidelines for Europe*. WHO Regional Office Europe.
- Iso-Ahola, S. E. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of tourism research*, 9(2), 256-262.
- Iso-Ahola, S. E. (1983). Towards a social psychology of recreational travel. *Leisure Studies*, 2(1), 45-56.
- Jang, S., and Cai, L. A. (2002). Travel motivations and destination choice: A study of British outbound market. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 13(3), 111-133.
- Jeon, J. Y., Hong, J. Y., and Lee, P. J. (2013). Soundwalk approach to identify urban soundscapes individually. *The Journal of the Acoustical Society of America*, 134(1), 803–812.
- Jeon, J. Y., Lee, P. J., Hong, J. Y., and Cabrera, D. (2011). Non-auditory factors affecting urban soundscape evaluation. *The Journal of the Acoustical Society of America*, 130(6), 3761–3770.
- Jeon, J. Y., Lee, P. J., You, J., and Kang, J. (2010). Perceptual assessment of quality of urban soundscapes with combined noise sources and water sounds. *The Journal of the Acoustical Society of America*, 127(3), 1357–1366.
- Jiang, J. (2022). The role of natural soundscape in nature-based tourism experience: An extension of the stimulus–organism–response model. *Current Issues in Tourism*, 25(5), 707-726.
- Jiang, J., Zhang, J., Zhang, H., and Yan, B. (2018). Natural soundscapes and tourist loyalty to nature-based tourism destinations: The mediating effect of tourist satisfaction. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35 (2), 218–230.
- Jiang, J., Zhang, J., Zheng, C., Zhang, H., and Zhang, J. (2020). Natural soundscapes in nature-based tourism: Leisure participation and perceived constraints. *Current Issues in Tourism*, 23(4), 485-499.
- Jutla, R. S. (2016). Understanding the Himalayan Townscape of Shimla through resident and tourist perception. *Reframing Sustainable Tourism* içinde (s. 137-159). Springer, Dordrecht.

- Kacen, J. J. (1994). *Moods and motivations: An investigation of negative moods, consumer behaviors, and the process of mood-management*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. USA: University of Illinois at Urbana-Champaign.
- Kageyama, T. 1993. Individual Differences in Preference for Environmental Sounds. *Perceptual and Motor Skills*, 76(1), 279 - 284.
- Kamp, I. V., Klæboe, R., Brown, A. L., and Lercher, P. (2016). Soundscapes, human restoration, and quality of life, J. Kang and B. Schulte-Fortkamp (Eds.) *Soundscape and the built environment* içinde, (p. 44-68), Boca Raton: CRC Press, Taylor & Francis Group.
- Kang, J. (2007). *Urban sound environment*. Taylor & Francis.
- Kang, M., and Gretzel, U. (2012). Effects of podcast tours on tourist experiences in a national park. *Tourism Management*, 33(2), 440-455.
- Kankhuni, Z., and Ngwira, C. (2021). Overland tourists' natural soundscape perceptions: influences on experience, satisfaction, and electronic word-of-mouth. *Tourism Recreation Research*, 1-17.
- Karahan, S. (2018). Eşik mekân olarak göçebe ses peyzajları. *MSGSÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, (17), 192-211.
- Karaküçük, S. (2019). *Boş zaman rekreasyon ve İslamiyet*. Gazi kitabevi: Ankara.
- Karlsson, H. (2000). The acoustic environment as a public domain. *Soundscape: The Journal of Acoustic Ecology*, 1(2), 10-13.
- Kaya, Ç. (2018). *Kent mekanının ses kolajları ve ses kartpostalları üzerinden ses peyzajıyla temsili*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Kaya, Ö., Özok, A., Özçalık, F. ve Akalp, H. (2015). Pozitif ve negatif duygusallığın tasarım birimi çalışanları üzerindeki etkisi (Hazır giyim sektörü örneği). *Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi*, 3(3), 487-491.
- Kaymaz, I., Belkayalı, N. ve Akpınar, N. (2013). *Peyzaj Mimarlığı kapsamında işitsel peyzaj kavramı: Ankara kent parkları örneği*. Peyzaj Mimarlığı, 5. Kongresi, 14-17 Kasım, 182-194.

- Kenaan, H., and Ferber, I. (2011). Moods and philosophy. H. Kenaan and I. Ferber (Eds.) *Philosophy's moods: The affective grounds of thinking* (Vol. 63) içinde (p. 3-12). Springer Science & Business Media.
- Khan, M. J., Chelliah, S., and Ahmed, S. (2017). Factors influencing destination image and visit intention among young women travellers: role of travel motivation, perceived risks, and travel constraints. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(11).
- Kınacı, B., Albuz Pehlivan, N. ve Seyhan, G. (2011). *Turizm ve çevre*. Ankara: Pegem Akademi.
- Klenosky, D. B. (2002). The “pull” of tourism destinations: A means-end investigation. *Journal of travel research*, 40(4), 396-403.
- Koç, E. (2012). *Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri*. İstanbul: Seçkin Yayıncılık.
- Koçel, T. (2003). *İşletme yöneticiliği: Yönetim ve organizasyon, organizasyonlarda davranış klâsik-modern-çağdaş ve güncel yaklaşımlar*. Dokuzuncu Basım. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Kotler, P. (1973). Atmospherics as a marketing tool. *Journal of retailing*, 49(4), 48-64.
- Krzywicka, P., and Byrka, K. (2020). The effect of animate-inanimate soundscapes and framing on environments’ evaluation and predicted recreation time. *International journal of environmental research and public health*, 17(23), 9086.
- Kuo, H. H. (2018). *White noise distribution theory*. CRC press.
- LaBelle, B. (2010). *Acoustic territories: Sound culture and everyday life*. USA: Bloomsbury Publishing.
- Leather, P., Beale, D., and Sullivan, L. (2003). Noise, psychosocial stress and their interaction in the workplace. *Journal of Environmental Psychology*, 23(2), 213-222.
- Lee, U. I., and Pearce, P. L. (2002). *Travel motivation and travel career patterns*. In Proceedings of first Asia Pacific forum for graduate students research in tourism (Vol. 22, pp. 17-35).

- Leitner, M. J., and Leitner, S. F. (2004). *Leisure enhancement*. Haworth Press.
- Li, J., Burroughs, K., Halim, M. F., Penbrooke, T. L., Seekamp, E., and Smith, J. W. (2018). Assessing soundscape preferences and the impact of specific sounds on outdoor recreation activities using qualitative data analysis and immersive virtual environment technology. *Journal of outdoor recreation and tourism*, 24, 66-73.
- Li, M. (2007). *Modeling the travel motivation of mainland Chinese outbound tourists*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. ABD: Purdue University.
- Lin, H. (2011). *Soundscape of urban open spaces in Hong Kong*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Çin Halk Cumhuriyeti: The Chinese University of Hong Kong.
- Lin, I. Y. (2009). The combined effect of color and music on customer satisfaction in hotel bars. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(1), 22-37.
- Lin, Y. K., and Nawijn, J. (2020). The impact of travel motivation on emotions: A longitudinal study. *Journal of Destination Marketing & Management*, 16, 100363.
- Litwiller, F., White, C., Hamilton-Hinch, B., and Gilbert, R. (2021). The impacts of recreation programs on the mental health of postsecondary students in North America: An integrative review. *Leisure Sciences*, 1-25.
- Liu, A., Hu, C., Liu, M, Deng, Z., and Yao, C. (2013). Soundscape and its application in research of tourism geography: A new perspective. *Geographical Research*, 32(6), 1132–1142.
- Liu, A., Liu, F., Deng, Z., and Han, X. (2017). *Relationship between Visual-Soundscape Perception and Tourist Satisfaction*. In INTER-NOISE and NOISE-CON Congress and Conference Proceedings (Vol. 255, No. 7, pp. 129-135). Institute of Noise Control Engineering.
- Liu, A., Wang, X. L., Liu, F., Yao, C., and Deng, Z. (2018). Soundscape and its influence on tourist satisfaction. *The Service Industries Journal*, 38(3-4), 164-181.
- Liu, J., Kang, J., Behm, H., and Luo, T. (2014). Effects of landscape on soundscape perception: Soundwalks in city parks. *Landscape and urban planning*, 123, 30-40.

- Liu, J., Xiong, Y., Wang, Y., and Luo, T. (2018). Soundscape effects on visiting experience in city park: A case study in Fuzhou, China. *Urban Forestry & Urban Greening*, 31, 38-47.
- Lu, Y. H., Zhang, J., Zhang, H., Xiao, X., Liu, P., Zhuang, M., and Hu, M. (2021). Flow in soundscape: the conceptualization of soundscape flow experience and its relationship with soundscape perception and behaviour intention in tourism destinations. *Current Issues in Tourism*, 1-19.
- Manfredo, M. J., Driver, B. L., and Tarrant, M. A. (1996). Measuring leisure motivation: A meta-analysis of the recreation experience preference scales. *Journal of Leisure Research*, 28(3), 188-213.
- Mannell, R. C., and Iso-Ahola, S. E. (1987) Psychological nature of leisure and tourism experience. *Annals of tourism research*, 14(3), 314-331.
- Mansfeld, Y. (1992). From motivation to actual travel. *Annals of tourism research*, 19(3), 399-419.
- Maslow, A. (1970) *Motivation and personality*. Harper and Row, New York
- McGregor, I. (2010). *Soundscape mapping: comparing listening experiences*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İskoçya: Edinburgh Napier University.
- McGuiggan, R. L. (2004). A model of vacation choice: An integration of personality and vacation choice with leisure constraints theory. G. I. Crouch vd. (Ed.), *Consumer psychology of tourism, hospitality and leisure içinde*, 3, (p. 169-180), CABI Publishing.
- McLean, D., and Hurd, A. (2011). *Kraus' recreation and leisure in modern society*. 9th Edition, ABD: Jones & Bartlett Publishers.
- Merchan, C. I., Diaz-Balteiro, L., and Soliño, M. (2014). Noise pollution in national parks: Soundscape and economic valuation. *Landscape and Urban Planning*, 123, 1-9.
- Mlozi, S., and Pesämaa, O. (2013). Adventure tourist destination choice in Tanzania. *Current issues in tourism*, 16(1), 63-95.

- Montazerolhodjah, M., Sharifnejad, M., and Montazerolhodjah, M. (2019). Soundscape preferences of tourists in historical urban open spaces. *International Journal of Tourism Cities*. 5 (3), 465-481.
- Munusturlar, S. (2016). Boş zaman ve rekreasyon kavramı. M. Akyıldız Munusturlar (Ed.), *Rekreasyon Yönetimi* içinde (s. 2-27). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Murphy, E., and King, E. (2014). Environmental noise pollution: *Noise mapping, public health, and policy*. Newnes.
- Mürtezaoglu, S. ve Yüksel Şahin, F. (2018). Pozitif-Negatif duyguların, otomatik düşüncelerin ve bazı kişisel değişkenlerin okul yöneticilerinin yenilik yönetimi yeterlik inanç düzeyleri üzerindeki etkisi. *Örgütsel Davranış Araştırmaları Dergisi*, Sayı: 1, s.s.46-68.
- Nilsson, M. E., Botteldooren, D., and De Coensel, B. (2007). Acoustic indicators of soundscape quality and noise annoyance in outdoor urban areas. Proceedings of the 19th International Congress on Acoustics, Madrid, Spain.
- Öner, O. (2020). Ses yürüyüşleri ve mekânsal algı çalışmalarından kentsel planlamaya: Kadıköy_AKUSTİK Örneği. *Mimarlık ve Yaşam*, 5(2), 277-297.
- Özçevik, A. ve Can, Z. Y. (2011). İşitsel peyzaj kavramı ve kapalı mekanların akustik konfor değerlendirmesinde kullanılabilirliği. *Megaron/Yıldız Technical University, Faculty of Architecture E-Journal* 6(1), 52.
- Özçevik, A., Yüksel Can, Z., Gürbüz, H. ve Poyraz Acar, I. (2014). Kentsel akustik konforun irdelenmesinde uygulamalı bir işitsel peyzaj yaklaşımı-İstatistiksel çalışmalar. *Megaron/Yıldız Technical University, Faculty of Architecture E-Journal*, 9(1), 45-54.
- Özdemir, A. S. (2017). Rekreasyon uzmanlığı. S. Karaküçük vd. (Ed.), *Rekreasyon bilimi* 2 içinde (s. 379-462), Ankara: Gazi Kitabevi.
- Özdemir, A. S., Göçer, E. ve Karaküçük, S. (2016). Rekreasyon ve turizm. S. Karaküçük (Ed.), *Rekreasyon Bilimi* (Birinci Baskı) içinde (s. 317-392), Ankara: Gazi Kitabevi.

- Özel, Ç. H. (2010). *Güdümlere dayalı yerli turist tipolojisinin belirlenmesi: İç turizm pazarına yönelik bir uygulama*. Yayınlanmamış doktora tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özgü, N. (2020). *Turizm coğrafyası*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Paslı, M. M. ve Çelikkanat Paslı, N. (2019). Rekreasyon ve turizm. A. Öztürk vd. (Ed.), *Spor ve Rekreasyon Araştırmaları Kitabı 2* içinde (s. 6-14), Çizgi kitabevi: Ankara.
- Payne, S. R. (2009). *Soundscapes within urban parks: their restorative value*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İngiltere: The University of Manchester.
- Pearce, P. L. (1982). *The social psychology of tourist behaviour*. Oxford: Pergamon Press.
- Pearce, P. L. (1988). *The Ulysses factor: Evaluating visitors in tourist settings*. New York, NY: Springer-Verlag.
- Pearce, P. L. (2011). Travel Motivation, benefits and constraints to destinations. Wang, Y. ve Pizam, A. (Eds.), *Destination marketing and management: Theories and applications* içinde (p. 39-52), Cabi.
- Pearce, P. L., and Caltabiano, M. L. (1983). Inferring travel motivation from travelers' experiences. *Journal of travel research*, 22(2), 16-20.
- Pearce, P. L., and Lee, U. I. (2005). Developing the travel career approach to tourist motivation. *Journal of travel research*, 43(3), 226-237.
- Petrosillo, I., Zurlini, G., Corliano, M. E., Zaccarelli, N., and Dadamo, M. (2007). Tourist perception of recreational environment and management in a marine protected area. *Landscape and urban planning*, 79(1), 29-37.
- Pheasant, R. J., Fisher, M. N., Watts, G. R., Whitaker, D. J., and Horoshenkov, K. V. (2010). The importance of auditory-visual interaction in the construction of 'tranquil space'. *Journal of Environmental Psychology*, 30(4), 501-509.
- Pijanowski, B. C., Farina, A., Gage, S. H., Dumyahn, S. L., and Krause, B. L. (2011). What is soundscape ecology? An introduction and overview of an emerging new science. *Landscape ecology*, 26(9), 1213-1232.

- Plangmarn, A., Mujtaba, B. G., and Pirani, M. (2012). Cultural value and travel motivation of European tourists. *Journal of Applied Business Research (JABR)*, 28(6), 1295-1304.
- Plog, S. (1974). Why destination areas rise and fall in popularity,” Cornell hotel and restaurant. *Administration Quarterly*, Vol. 14, No. 4.
- Plog, S. C. (2001). Why destination areas rise and fall in popularity. *An update of a Cornell quarterly classic*, 13-24.
- Porteous, J. (1990). Landscapes of the mind: Worlds of sense and metaphor. Kanada: University of Toronto Press.
- Porteous, J. D., and Mastin, J. F. (1985). Soundscape. *Journal of Architectural and Planning Research*, 169-186.
- Pouya, S. (2017). The role of landscape architecture on soundscape experience. *Turkish Journal of Forest Science*, 1(2), 183-193.
- Qiu, M., Zhang, J., and Zheng, C. (2018). Exploring tourists’ soundscape emotion and its impact on sustainable tourism development. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(9), 862-879.
- Qiu, M., Zhang, J., Zhang, H., and Zheng, C. (2018). Is looking always more important than listening in tourist experience? *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(7), 869-881.
- Raw, G. J., and Griffiths, I. D. (1988). Individual differences in response to road traffic noise. *Journal of Sound and Vibration*, 121(3), 463-471.
- Rayleigh, J. W. S. B. (1945). *The theory of sound* (Vol. 1). [2nd Edition Revised and Enlarged]. New York: Dover Publications.
- Ren, X., Kang, J., Zhu, P., and Wang, S. (2018). Soundscape expectations of rural tourism: A comparison between Chinese and English potential tourists. *The Journal of the Acoustical Society of America*, 143(1), 373-377.
- Resmî Gazete, (2010). *Gürültü Kontrol Yönetmeliği*, 27601 Sayılı resmi gazete. Erişim adresi: [http:// https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2010/06/20100604-5.htm](http://https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2010/06/20100604-5.htm) (Erişim Tarihi: 10 Temmuz 2019).

- Romero, V. P., Brambilla, G., Di Gabriele, M., Gallo, V., and Maffei, L. (2015). The influence of the soundscape on the tourists' environmental quality perception. *In Proceedings of the Euronoise* (s. 1535-1540).
- Ryan, C. (1998). The travel career ladder an appraisal. *Annals of tourism research*, 25(4), 936-957.
- Saldanha, A. (2009). Soundscape. Kitchin & N. Thrift (Eds.), *International encyclopedia of human geography* içinde (p. 236–240). Oxford: Elsevier Ltd.
- Saunders, M., Lewis, P., and Thornhill, A. (2007). *Research methods for business students*. 4th Edition. Pearson education.
- Saxen, S. W. (2008). Park visitors and the natural soundscape: Winter experience dimensions in yellowstone national park. Yayımlanmamış Doktora Tezi. ABD: The University of Montana.
- Schafer, R. M. (1977). *The soundscape : our sonic environment and the tuning of the World*. Rochester, Vt. : Destiny Books.
- Schnupp, J., Nelken, I., and King, A. (2011). *Auditory neuroscience: Making sense of sound*. MIT press.
- Schwarz, N. (1990). Feelings as information: Informational and motivational functions of affective states. In E. T. Higgins & R. M. Sorrentino (Eds.), *Handbook of motivation and cognition: Foundations of social behavior* Vol. 2 içinde (p. 527–561), The Guilford Press.
- Shan, W., Xiu, C., and Ji, R. (2020). Creating a healthy environment for elderly people in urban public activity space. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(19), 7301.
- Sharma, R., and Bhattacharya, A. K. (2014). Mass tourism as a potential noise pollution threat-A case study of Bhojpur tourism destination in Madhya Pradesh. *India. International journal of environmental sciences*, 5(3), 515-521.
- Snepenger, D., King, J., Marshall, E., and Uysal, M. (2006). Modeling Iso-Ahola's motivation theory in the tourism context. *Journal of travel research*, 45(2), 140-149.

- Soares, A. C. L., and Coelho, J. L. B. (2016). Urban park soundscape in distinct sociocultural and geographical contexts. *Noise Mapping*, 3(1).
- Song, H., and Bae, S. Y. (2018). Understanding the travel motivation and patterns of international students in Korea: Using the theory of travel career pattern. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(2), 133-145.
- Sound Research Laboratories. (1991). *Noise control in industry*. Sound Research Laboratories Ltd. E. & F.N. Spon An imprint of Chapman and Hall.
- Stansfeld, S. A., and Matheson, M. P. (2003). Noise pollution: non-auditory effects on health. *British medical bulletin*, 68(1), 243-257.
- Su, D. N., Johnson, L. W., and O'Mahony, B. (2020). Analysis of push and pull factors in food travel motivation. *Current Issues in Tourism*, 23(5), 572-586.
- Suler, J. ve Zakia, R. D. (2018). *Görme biçimi olarak fotoğraf: algılama ve görüntüleme*. (Çev:T. Ayteş). İstanbul: The Kitap Yayınları.
- Swarbrooke, J., and Horner, S. (2007). *Consumer behaviour in tourism*. Second Edition. Routledge.
- Szeremeta, B., and Zannin, P. H. T. (2009). Analysis and evaluation of soundscapes in public parks through interviews and measurement of noise. *Science of the total environment*, 407(24), 6143-6149.
- Şirvanlı Özen, D. ve Temizsu, E. (2010). Anksiyete ve depresif bozukluklarda örtüşen ve ayrışan belirtiler. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 2(1), 1-14.
- T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı Çevre Yönetimi Genel Müdürlüğü [ÇŞİDB], (2011). *Çevresel gürültü ölçüm ve değerlendirme kılavuzu*. Erişim adresi: <https://webdosya.csb.gov.tr/db/cygm/icerikler/cevresel-gurultu-olcum-ve-degerlend-rme-klavuzu-20180209145104.pdf> (Erişim Tarihi: 11 Temmuz 2019).
- Taştan, N. (2020). Her açıdan rekreasyon. C. Taşkın (Ed.), *Rekreasyon paradigması* içinde (s. 1-32). Ankara: Gazi kitabevi.
- Taylor, E. (2009). *Zihin programlama*. (Çev: M. Duygun). İstanbul: Butik Yayıncılık.

- Tekin, A., Tekin, G. ve Çalışır, M. (2017). Rekreatyonel spor. S. Karaküçük vd. (Ed.), *Rekreasyon bilimi* içinde (s. 3-39). Ankara: Gazi kitabevi.
- Thompson, E. (2002). The soundscape of modernity: architectural acoustics and the culture of listening in America, 1900-1930. *American Quarterly*, 57, 249.
- To, W. M., and Chung, A. W. (2019). *Soundscape for smart tourism in Macao, China*. In 177th Meeting of the Acoustical Society of America (Vol. 36, No. 1, p. 040001). Acoustical Society of America.
- Treasure, J. (2011). *Sound business*. Management Books 2000 Limited.
- Truax, B. (1984). *Acoustic communication*. New Jersey: Ablex Publishing Corporation.
- Turner, P., McGregor, I., Turner, S., and Carroll, F. (2003). *Evaluating soundscapes as a means of creating a sense of place*. Georgia Institute of Technology.
- Valenza, G., and Scilingo, E. P. (2014). *Autonomic nervous system dynamics for mood and emotional-state recognition: Significant advances in data acquisition, signal processing and classification*. Switzerland: Springer International Publishing.
- Van Dijck, J. (2006). Record and hold: Popular music between personal and collective memory. *Critical Studies in Media Communication*, 23(5), 357–374.
- Waitt, G., and Duffy, M. (2010). Listening and tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 37(2), 457-477.
- Watson, D., Clark, L. A., and Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: the PANAS scales. *Journal of personality and social psychology*, 54(6), 1063.
- Wawa, E., and Mulaku, G. (2015). Noise pollution mapping using GIS in Nairobi, Kenya. *Journal of Geographic Information System*, 7, 486-493.
- Wijaya, S., Wahyudi, W., Kusuma, C. B., and Sugianto, E. (2018). Travel motivation of Indonesian seniors in choosing destination overseas. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*. 12- 2, (185-197).
- Wu, T. H., Chen, T., Fan, P. P., Yin, D., and Lin, F. F. (2013). Tourists' perception and attitude to grassland tourism landscape: A Case study of grassland in the central

- section of Inner Mongolia. *Advanced Materials Research* (Vol. 807) içinde 1856-1865. Trans Tech Publications Ltd.
- Yang, L., Zhang, J., Xu, Y., and Chen, X. (2020). Soundscape subjective evaluation based on tourists' preference: a case study of Dayan ancient town. *Journal of Applied Acoustics*, 39(4), 625-631.
- Yang, W. (2005). *An aesthetic approach to the soundscape of urban public open spaces*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İngiltere: University of Sheffield.
- Yang, W., and Kang, J. (2005a). Soundscape and sound preferences in urban squares: a case study in Sheffield. *Journal of urban design*, 10(1), 61-80.
- Yang, W., and Kang, J. (2005b). Acoustic comfort evaluation in urban open public spaces. *Applied acoustics*, 66(2), 211-229.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *Spss uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yost, W. A., Fay, R. R., and Popper, A. N. (2007). *Auditory perception of sound sources* (Vol. 29). Springer Science & Business Media.
- Zalenski, R. J., and Raspa, R. (2006). Maslow's hierarchy of needs: a framework for achieving human potential in hospice. *Journal of palliative medicine*, 9(5), 1120-1127.
- Zhang, M., and Kang, J. (2007). Towards the evaluation, description, and creation of soundscapes in urban open spaces. *Environment and Planning B: Planning and design*, 34(1), 68-86.
- Zuo, L., Zhang, J., Zhang, R. J., Zhang, Y., Hu, M., Zhuang, M., and Liu, W. (2020). The transition of soundscapes in tourist destinations from the perspective of residents' perceptions: A case study of the Lugu Lake scenic spot, Southwestern China. *Sustainability*, 12(3), 1073.

İnternet Kaynakları

<http://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 22.01.2021)

<http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-turkish/motivation> (Erişim Tarihi: 22.01.2021)

<https://www.psikolojisozlugu.com/mood-duygudurum> (Erişim Tarihi: 02.04.2021)



EKLER

EK-1. Ölçek Formu

Sayın katılımcı; bu ölçek formu, Eskişehir’de seyahat edenlere ilişkin bazı bilgilerin elde edilmesi amacıyla yürütülen bir araştırma kapsamında hazırlanmıştır. Vereceğiniz cevaplar bilimsel bir araştırmanın veri tabanını oluşturacaktır ve gizlilik esası göz önünde tutularak üçüncü şahıslarla paylaşılmayacaktır.

Prof. Dr. Semra GÜNAY AKTAŞ
Anadolu Üniversitesi
Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Eşref AY (Doktora Öğrencisi)
Anadolu Üniversitesi
Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Aşağıdaki ölçek farklı duyguları tanımlayan birtakım sözcükler içermektedir. **Şu an çevrenizdeki seslere dikkat ettiğinizde kendinizi nasıl hissettiğinizi düşününüz.** Aşağıda verilen duygu ifadelerini hissetme derecenizi her maddenin yanında ayrılan kutucuğa işaretleyiniz. Lütfen bütün duygu durumlarınızı işaretleyiniz. Cevabınızı verirken aşağıdaki puanlamayı dikkate alınız.

Duygu İfadesi Derecesi				
Çok az veya hiç - 1 -	Biraz - 2 -	Kısmen - 3 -	Oldukça - 4 -	Çok fazla - 5 -

İlgili	1	2	3	4	5	Asabi	1	2	3	4	5
Sıkıntılı	1	2	3	4	5	Uyanık (dikkati açık)	1	2	3	4	5
Heyecanlı	1	2	3	4	5	Utanmış	1	2	3	4	5
Mutsuz	1	2	3	4	5	İlhamlı (yaratıcı düşüncelerle dolu)	1	2	3	4	5
Güçlü	1	2	3	4	5	Sinirli	1	2	3	4	5
Suçlu	1	2	3	4	5	Kararlı	1	2	3	4	5
Ürkmüş	1	2	3	4	5	Dikkatli	1	2	3	4	5
Düşmanca	1	2	3	4	5	Tedirgin	1	2	3	4	5
Hevesli	1	2	3	4	5	Aktif	1	2	3	4	5
Gururlu	1	2	3	4	5	Korkmuş	1	2	3	4	5

Şu an işittiğiniz seslerden sizin için ön planda olan (en baskın) ses hangisidir?

.....

Seyahat motivasyonunuz nedir?
(Hangi amaçla seyahat edersiniz?)

Not: Lütfen hiçbir maddeyi boş bırakmayınız.

	Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılmıyorum Ne katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
1. Dinlenmek	1	2	3	4	5
2. Yenilenmek	1	2	3	4	5
3. Günlük uğraşlardan uzaklaşmak	1	2	3	4	5
4. Turistik yerleri görmek	1	2	3	4	5
5. Turistik destinasyonu (çekim merkezini) deneyimlemek	1	2	3	4	5
6. Aileyle vakit geçirmek	1	2	3	4	5
7. Bu deneyimi aileyle paylaşmak	1	2	3	4	5
8. Yeni şeyler öğrenmek	1	2	3	4	5
9. Farklı kültürleri deneyimlemek	1	2	3	4	5

1- Yaşınız:			
☐ 18-24	☐ 25-34	☐ 35-44	
☐ 45-54	☐ 55-64	☐ 65 yaş ve üstü	
2- Cinsiyetiniz: ☐ Kadın ☐ Erkek			
3- Eğitim durumunuz:			
☐ İlkokul	☐ Ortaokul	☐ Lise	☐ Ön Lisans
☐ Lisans	☐ Lisansüstü	☐ Diğer (Belirtiniz)	
4- Aylık geliriniz: (Lütfen para birimini de yazınız)			
5- Yaşadığınız yer (yani yaşadığınız çevre) türü:			
☐ Köy	☐ Kasaba	☐ Diğer (Belirtiniz)	
☐ İlçe Merkezi	☐ İl Merkezi		



EK-2. Yayın Etiği Kurulu Karar Belgesi

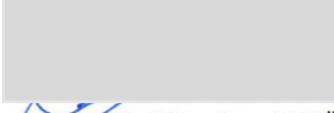
Evrak Kayıt Tarihi: 05.02.2020

Protokol No: 10723

Tarih: 27.02.2020



ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL VE BEŞERÎ BİLİMLER BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU KARAR BELGESİ

ÇALIŞMANIN TÜRÜ:	BAP Projesi-Doktora Tez Çalışması
KONU:	Sosyal Bilimler
BAŞLIK:	Turizmde Ses Atmosferi ve Turistlerin Duygu Durumlarına Etkisi
PROJE/TEZ YÜRÜTÜCÜSÜ:	Prof. Dr. Semra GÜNAY AKTAŞ
TEZ YAZARI:	Eşref AY
ALT KOMİSYON GÖRÜŞÜ:	-
KARAR:	Olumlu
 Prof.Dr. Emel ŞIKLAR (Başkan-İkt. ve İdari Bil. Fak.)	
 Prof.Dr. T. Volkan YÜZER (Başkan Yardımcısı-Açıköğretim Fak.)	 Prof.Dr. Esra CEYHAN (Eğitim Fak.)
 Prof. Dr. Hayri ESMER (Güzel Sanatlar Fak.)	 Prof.Dr. M. Erkan ÜYÜMEZ (İkt. ve İdari Bil. Fak.)
 Prof.Dr. Handan DEVECİ (Eğitim Fak.)	 Prof.Dr. Oktay Cem ADIGÜZEL (Eğitim Fak.)

ÖZ GEÇMİŞ

Adı Soyadı : Eşref AY
Yabancı Dil : İngilizce
Meslek : Profesyonel Turist Rehberi
Orcid No : 0000-0003-4092-6425

Eğitim Geçmişi:

- Yüksek Lisans 2017, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim dalı.
- Lisans 2004, Gazi Üniversitesi, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Öğretmenliği.
- Lise 2000, Fethiye Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi, Seyahat Acentacılığı.

Akademik Tecrübe:

2019, Anadolu Üniversitesi (Turizm Fakültesi), misafir öğretim elemanı

2017-2018, Uşak Üniversitesi (Ulubey Meslek Yüksekokulu), Turizm ve Seyahat Hizmetleri Bölümü, misafir öğretim elemanı.

Yayınlar:

Kitap Bölümü (Uluslararası)

- **Ay, E.** ve Günay Aktaş, S. (2019). Sound pollution and tourism in the urban area. In C. Cobanoğlu, M. Cavusoglu, A. Corbaci (Ed.), *Advances In Global Business And Economics*, Vol: 2 içinde, 67-75, ANAHEI Publishing.

Kitap Bölümü (Ulusal)

- Günay Aktaş, S., Can, B. ve **Ay, E.** (2021). Sağlıkta coğrafi bilgi sistemi uygulamaları. S. Günay Aktaş ve A. Ekincek (Ed.), *Coğrafi bilgi sistemlerinin kullanım alanları II* içinde (s. 3-31) Eskişehir: AÖF Yayınları.
- **Ay, E.** ve Yetgin, D. (2020). Dalış turizminde rehberlik uygulamaları. V. Altıntaş, Z. Türkmendağ (Ed.), *Alternatif turizmde rehberlik uygulamaları, güncel yaklaşımlar* içinde (s. 95-116) Ankara: Detay Yayıncılık.

Uluslararası Hakemli Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- Günay Aktaş, S., **Ay, E.**, Yavuz, N. ve Olgaç, S. (2021). Tourist satisfaction with American continent airports. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 6 (2), 89-98. DOI:10.31822/jomat.2021-6-2-89
- **Ay, E.** (2019). Halk dansları eğitmenlerinin halk danslarını turizm açısından değerlendirmelerine ilişkin nitel bir çalışma. *Uluslararası Folklor Akademi Dergisi*, Cilt:2, Sayı: 1, 103-120.
- Olcay, A. ve **Ay, E.** (2019). Turizm ve otelcilik meslek yüksekokullarında öğrenim gören öğrencilerin eğitim-öğretim hizmet kalitesine ilişkin görüşlerinin belirlenmesi (Türkiye örneği). *Kastamonu Education Journal*, 27(2), 453-466. DOI:10.24106/kefdergi.2549.
- Büyükkalvarcı, A., Balı, S. ve **Ay, E.** (2018). Kültürel amaçlı rekreasyon faaliyeti olarak Uşak'ta müze ziyaretleri. *Eurasian Academy of Sciences Eurasian Business & Economics Journal*, vol 16, s. 113-126.
- Çatır, O. ve **Ay, E.** (2018). Ulubey (Uşak) yöresel yemeklerinin gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies, special issue 3, vol 6, , p.211-224*. DOI: 10.21325/jotags.2018.249

Uluslararası Bilimsel Toplantılarda Sunulan ve Bildiri Kitabında (Proceedings) Basılan Bildiriler

- **Ay, E.** & Günay Aktaş, S. (2022). *Moods of tourists' according to the demographic features with soundscape in recreation areas*. VI. International West Asia Congress of Tourism Research (IWACT), 16-18 June, Tbilisi, Georgia.
- **Ay, E.** ve Günay Aktaş, S. (2019). *Sound pollution and tourism in the urban area*. Globe Conference, 30 Eylül-3 Ekim, İstanbul.
- **Ay, E.** (2018). *A qualitative study on folk dance trainers' evaluation of folk dance at the perspective of tourism*. The 11th Tourism Outlook Conference, Heritage Tourism Beyond Borders and Civilizations, 2-5 Ekim, Eskişehir.
- Çatır, O. ve **Ay, E.** (2018). Ulubey (Uşak) yöresel yemeklerinin gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi. *Gastronomi Kongresi 22-25 Mart, Özet Bildiri Kitabı, s.70, Ankara*.
- Olcay, A., **Ay, E.** ve Ertürk, M. (2018). *Polis memurlarının tatil alışkanlıkları: Gaziantep örneği*. II. Uluslararası Multidisipliner Çalışmalar Kongresi, 4-5 Mayıs, İktisadi ve İdari Bilimler Cilt 2, s. 419-436, Adana.
- Olcay, A. ve **Ay, E.** (2017). *Turizm ve otelcilik meslek yüksekokullarında eğitim gören öğrencilerin eğitim-öğretim hizmet kalitesine ilişkin görüşlerinin belirlenmesi (Türkiye örneği)*. Al-Farabi I. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi, 11-14 Mayıs, s. 68-87, Gaziantep.

Ulusal Bilimsel Toplantılarda Sunulan ve Bildiri Kitabında (Proceedings) Basılan Bildiriler

- Günay Aktaş, **Ay, E.**, Ateş, D. ve Can, B. (2020). *Beykoz İlçesi'nin doğa temelli alternatif turizm potansiyeli*. Beykoz Sempozyumu, 27-29 Kasım, Beykoz 2020 Sempozyumu Tebliğler Kitabı, s. 401-432, İstanbul: Beykoz Belediyesi Kültür Yayınları.

Ulusal Hakemli Dergilerde Yayınlanan Makaleler

- **Ay, E.** ve Güzel, M. O. (2021). Rekreatyonel bir faaliyet olarak bisiklet turizmi: Hatay bisiklet yolu ve çevresi üzerine bir değerlendirme. *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(10), 972–988. DOI:10.26677/TR1010.2021.856
- **Ay, E.** ve Akmeşe, H. (2019). Konaklama endüstrisinde dış kaynak kullanımına yönelik otel yöneticilerinin algıları: Fethiye'deki beş ve dört yıldızlı oteller üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22 (1), 257-271.

Projeler

- *Ses Atmosferinin ve Seyahat Motivasyonunun Turistlerin Duygu Durumuna Etkisi: Eskişehir Rekreatyon Alanlarında Bir Uygulama*, **Araştırmacı**, (ULUSAL), Yükseköğretim Kurumları tarafından destekli bilimsel araştırma projesi. (Eylül 2020-Devam ediyor).
- *Turist Motivasyonlarının Mekânsal Analizi*, **Bursiyer**, (ULUSAL), Yükseköğretim Kurumları tarafından destekli bilimsel araştırma projesi. (Haziran 2021-Devam ediyor).
- *Eskişehir İlinin Turizm Kaynaklarının/Temalarının Mekânsal Analizi ile Turizm Pazarlama Stratejisinin Hazırlanması*, **Araştırmacı**, (ULUSAL), BEBKA (Bursa, Eskişehir, Bilecik Kalkınma Ajansı) tarafından destekli proje. (Haziran 2019-Haziran 2020).

Ödüller

- 16-18 Haziran tarihleri arasında Gürcistan'ın başkenti Tiflis'te düzenlenen VI. International West Asia Congress of Tourism Research (IWACT) kongresinde en iyi bildiri ödülü (2022).