



**TURİSTİK DESTİNASYON TERCİHLERİNDE FİMLERİN VE TV DİZİLERİNİN ETKİSİ: DOĞU
KARADENİZ BÖLGESİ ÖRNEĞİ**
**EFFECTS OF MOVIES AND TV SERIES ON THE CHOOSE OF TOURISTIC DESTINATIONS: A CASE OF
EAST BLACK SEA REGION**

Sedat TAŞ*
Kürşat BAŞKAN**
Songül Seda KAMBER TAŞ***

Öz

Televizyon, etkinliği ve sıklığı dikkate alındığında şüphesiz ki günümüz kitle iletişim araçlarının ilk sıralarında yer almaktadır. Gelişen teknolojiyle birlikte üretimi artan televizyon hemen her evde başköseyi alarak, hazırlanan TV yapımlarının da günbegün sayılarının artmasına zemin hazırlanmıştır. Bireylerin bilgi, duygu, görüş, tutum ve davranışlarını etkileyen televizyon yayıncılığı, film ve diziler aracılığıyla turizm alanında da birer tanıtım aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu gibi yapımlar izleyenlerin zihninde turizm faaliyetinde bulunabilecekleri yerlerle ilgili belirli semboller inşa ederek, destinasyon tercihlerindeki karar verme sürecinde etkili olabilmektedirler. Bu araştırmanın amacı; Doğu Karadeniz Bölgesi'nde çekilen film ve televizyon dizilerinin, bölgeyi ziyaret eden yerli turistlerin bölgeyi tercih etmeleri üzerinde bir etkisinin olup olmadığını incelemektir. Araştırmanın verileri, bölgeyi ziyarete gelen yerli turistlere uygulanan anketler aracılığıyla elde edilmiştir. Araştırma alanı olarak, film ve televizyon dizilerinin çekimlerinde sıklıkla kullanılan ve bölgenin başlıca turistik çekim merkezlerinden olan Trabzon ve Rize illeri tercih edilmiştir. Çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre, ziyaretçiler tarafından Doğu Karadeniz Bölgesi'nin tercih edilmesi konusunda, çekimleri bu bölgede yapılan filmlerin ve televizyon dizilerinin etkisinin olduğu ve ziyaretçilerin destinasyon seçimlerinde önemli bir rol oynadığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Film ve Dizi Turizmi, Doğu Karadeniz Bölgesi, Turistik Destinasyon, Trabzon, Rize.

Abstract

Television is in the first place among mass media with its effectiveness and frequency. The increase in the production of television with the developing technology has given rise to the numbers of television in the houses of people. This has triggered an increase in the TV production. Television publishing which affects the knowledge, emotions, attitudes, opinions, behaviours of people has been used as a promotion tool in tourism by the means of films and series. These kinds of productions help to create some symbols for the audiences about the places that can be visited and this can be effective in the decision process of destination choice. This study aims to reveal whether the films and series shot in Eastern Black Sea region affect destination choice of visitors that come to this region. Data was collected through the survey conducted with the local tourists who visited this region. The research areas are Rize and Trabzon provinces which are frequently used for films and series. According to the findings gained from the result of the study, the films and series shot of East Blacksea region effect the destination choice of visitors and this has a big role of destination choice of visitors.

Keywords: Film and TV Tourism, Eastern Black Sea Region, Touristic Destination, Trabzon, Rize.

1. Giriş

Günümüzde haberleşme ve sosyalleşmeyi sağlamak için kitle iletişim araçlarına ihtiyaç duyulmaktadır (Soydan ve Alpaslan, 2014:54). Hızla değişen teknoloji, kitle iletişim araçlarını da değiştirip geliştirirken, yaşamın vazgeçilmez bir unsuru kılmıştır (Dilber, 2014:60). İnternet teknolojisinin gelişimi, medya olarak adlandırılan; televizyon, sinema, gazete, radyo, dergi vb. iletişim araçlarının etkisini de farklılaştırmıştır (Kırık ve Domaç, 2014:415; Soydan ve Alpaslan, 2014:54). Kitle iletişim araçları vasıtasıyla varlığını sürdüren medyanın, bu araçlar içerisinde en çok alıcıya ulaşma kapasitesine sahip türü ise televizyondur (Çevik, 2015:36).

Televizyonun, görsel ve işitsel duylara hitap eden bir kitle iletişim aracı olması (Demir, 2008:131), onu evlerde baş tacı yapmakla birlikte, pek çoğumuzun evinde yaşayan sayısına bağlı olarak birden fazla da bulunabilmektedir (Çevik, 2015:36). 1990'lardan sonra Türkiye'de özel televizyon kanallarının yayın hayatına girmesiyle birlikte (Öneren, 2013:75; Şahin vd., 2003:4) kültürel alanda değişiklikler meydana

* Öğr. Gör., Gümüşhane Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü.

** Öğr. Gör., Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü.

*** Arş. Gör., Gümüşhane Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü.



gelmiş ve popüler kültür oluşumu hızlanmıştır. Bu kültürün ürünü olarak öncelikle yabancı diziler televizyon ekranlarında yerini almaya başlamış ardından yerli dizilere de yer verilmiştir. Zaman içinde popüler kültür ürünlerine olan ilginin artış göstermesi, hem bu dizilerin sayılarında, hem de izlenme oranlarındaki artışı da beraberinde getirmiştir (Şahin vd., 2003:4). Yine bu kültürün önemli aktörlerinden biri olarak gösterilen sinema filmlerinin televizyonda gösterilmesi, televizyon ile sinema arasında işbirliği oluşturmuştur (Yılmaz ve Yolal, 2008:177; Kınay, 2014:26).

Görsel iletişim araçları bireylerin algılarını etkileyebilmekte; kişilerde merak, beğeni, ilgi oluşturarak seyahat edilecek turizm destinasyonları açısından bir çekim unsuru oluşturabilmektedir (Şahbaz ve Kılıçlar, 2009:32). Bu anlamda televizyon da, tüketicilerin karar verme sürecinde etkili olmaktadır (Yalçın, 2015:490). Bazen bir film, bir destinasyonun tanıtımı için hiçbir pazarlama aracının yapamayacağı etkiyi oluşturabilmektedir. Bunun en güzel örneği Yüzüklerin Efendisi film üçlemesinin Yeni Zelanda'da yarattığı turizm hareketliliğidir. Daha önce uzak ve tanınmayan bir ülkeyken filmin etkisiyle turist akınına uğrayan Yeni Zelanda; filmi izleyenler tarafından filmle özdeşleştirilmiştir (Yanmaz, 2006:114). Özetle sinema filmleri destinasyonların pazarlama iletişimi kampanyaları için geniş bir alan sunmaktadır (Yılmaz ve Yüksel, 2015:1413).

Bu araştırmanın amacı Doğu Karadeniz Bölgesi'nde çekilen film ve televizyon dizilerinin, bölgeyi ziyaret eden yerli turistlerin bölgeyi tercih etmeleri üzerinde herhangi bir etkisinin olup olmadığını, bölgede film ve televizyon dizilerinde gösterilen hangi destinasyonların ziyaretçilerin tercihlerinde etkili olduğu ve bölgenin hangi unsurların daha çok ön plana çıkabilmesi gerekliliğini araştırmaktır.

2. Literatür Taraması

Televizyon, mesaj ve sembollerin üretimini kendine özgü anlatım biçimlerini sergileyebildiği değişik program türlerinden yararlanarak yapar (Oğuz, 2005:170). Bir yandan filmler, diziler, komediler, dramlar, eğlence ve show programlarıyla genel izleyici kitlesinin tümüne hitap ederken, diğer yandan belli kültürel ilgiye sahip, sınırlı sayıda izleyici kitlesini de yakalamayı hedefleyen yapımlar yayınlamaktadırlar (Şeker, 2016:36). Kitle iletişim araçlarının ve özellikle de televizyonun ülkemizde de son derece etkili olduğu önemli program türlerinden biri de televizyon dizileridir (Savaş, 2004:4). Türk izleyicisinin televizyon dizileriyle tanışması öncelikle Brezilya yapımlı pembe dizilerle, daha sonra da Amerikan yapımlı pembe dizilerle olmuştur (Öneren, 2013:78). Dizilerin formatları televizyonun yapısal özelliklerine çok uygundur ve izleyici televizyonda dizileri izlerken algılama, bağlantı kurma gibi durumları diğerlerine göre daha kolay yapmaktadır. Bu dizilerdeki karakterler de izleyici üstünde belli bir etkiye sahiptir. Bu karakterler ve yaşanan olaylarla izleyici, değişik insan ilişkileriyle, sorunlarıyla, tanımlamalarıyla karşılaşarak kendi içinde bulunduğu dünya hakkında bilgi sahibi olmaktadır (Oğuz, 2005:170). İzleyiciler, televizyon dizilerinden o kadar çok etkilenmektedirler ki, yaşadıkları gerçek dünyadan daha çok, dizilerdeki yapay dünyada olup bitenlerle ilgilenmektedirler (Savaş, 2004:4). Sinema da, televizyonda olduğu gibi, göze ve kulağa hitap eden hareketli ve renkli görüntülerle yazılı basın yayın araçlarına göre daha etkili ve kalıcı bir etkiye sahiptir (Yanmaz, 2006:40). Video, televizyon ve sinema ekranlarında bölgelerin ve şehirlerin özelliklerinin tanıtımıyla ziyaretçi çekmesi olarak tanımlanan film turizmi, eğlence sektörü ve uluslararası seyahatin büyümesiyle dünya çapında giderek yükselen bir değer olmuştur (Hudson ve Ritchie, 2006' dan aktaran Torlak, 2015:73). Kitaplarda okunan fakat sadece hayal edilebilen yerlerin, ülkelerin ve kültürlerin neye benzedikleri tam olarak gerçekleri yansıtmaya bile filmler ve televizyon dizileri aracılığıyla görülebilir ve bu görüntüler seyahat tercihi üzerinde etkili olabilir (Frost, 2006'dan aktaran Şahbaz ve Kılıçlar, 2009:36). İnsanlar film ve dizilerden izlemiş oldukları yerleri, kahramanları yerel olguları kendilerine yakın görerek bir hayal dünyası oluşturmakta ve bu dünyada yolculuk etmekle de turizm hareketliliğine katılmaktadır (Akdu ve Akın, 2016:1045).

Turistlerin bölgeleri veya şehirleri televizyon ve sinemada gördükleri görüntülerden etkilenecek ziyaret etmesi, filmlerin bu anlamda da pazarlanmasının gerekliliğini göstermektedir. Filmlerde gösterilen destinasyonları ziyaret eden izleyiciler genelde ekranda gördüklerini tekrar ele geçirmek ve filmi izlerken yaşadıklarını tekrar yaşamak istedikleri için seyahate çıkmaktadırlar (Kuliyeva, 2012: 20). Bu ziyaretler sayesinde film turizmi adına şehirler çekici kılınmakta, böylece bölge büyük gelirler elde etmektedir (Özdel, 2014:31). Filmler ve televizyon dizileri, turistlerin tarihe, kültüre, insanlara, ülkelere bakış açılarını olumlu veya olumsuz olarak şekillendirip değiştirebilmektedir Şahbaz ve Kılıçlar, 2009:36). Hudson ve Ritchie (2006), filmlerin gösterildikleri veya çekimlerinin yapıldığı bölgelere yönelik turizm talebini olumlu yönde etkilediği sonucuna vardıkları bir çalışma yapmışlardır. Bu çalışmalarında Cesur Yürek (Braveheart) filminin İskoçya'daki Wallace anıtına yapılan ziyaretler %300 artış olduğunu, Truva filminden sonra



Çanakkale' ye ziyaretler %73, Er Ryan'ı kurtarmak filminden sonra Normandiya, Fransa bölgesine giden Amerikalı turist sayısında %40, Yüzüklerin efendisi filminden sonra Yeni Zelanda'da turist sayısında filminden sonra kayda değer bir artış olduğunu belirtmişlerdir (Hudson ve Ritchie, 2006:389). Ertürk (2009) dizi ve film çekim yeri olarak Bursa'da Zeytinbağı'nın tercih edilmesinin, bölgenin ülke genelinde tanınmasına ve dizilerin gösterimde bulunduğu dönem ve sonrasında, bu bölgeyi merak eden ve görmek isteyen ziyaretçilerin gününbirlik ya da hafta sonu için bölgeye gelmeye başladıklarına dikkat çekmiştir (Demirbulat vd., 2015:258). Şahin ve arkadaşlarının (2003), Asmalı Konak dizisi üzerine yapmış oldukları çalışma sonucunda dizinin yöreye gelen turist sayısını en az iki kat arttırdığı sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca özellikle yerli turistler tarafından kış turizmi için tercih edilmeyen yöre ve çevresinin dizi çekildikten sonra, yaz turizmi kadar canlandığı da araştırma bulguları içerisinde belirtilmiştir. Çetin (2010), Cumalıkızık köyünün turizm açısından tanınmasında, yerli ve yabancı turistlerin ziyaretlerinin artmasında yörede çekilen filmlerin ve televizyon dizilerinin rolünün etkili olduğunu belirterek, yerel halk üzerine yapmış olduğu çalışmada araştırmaya katılanların üçte ikisi, yörede turizmin gelişmesinde köyde çekilen film ve dizilerin etkisinin olduğunu ifade etmiştir. Önemli bir kültürel miras olan Cumalıkızık'ta çok sayıda film ve dizi çekimi yapılmıştır. Uzakta Bir Köy Var, Yeniden Doğmak, Osmancık, Ateşten Günler ve Nasrettin Hoca filmleri ile Kınalı Kar ve Yeşeren Düşler dizileri Cumalıkızık'ın tanıtımında oldukça etkili olmuştur (Çetin, 2010:188). Nuroğlu (2013), Ortadoğu ve Balkanlardan gelen turistler üzerinde yapmış olduğu çalışmada; turistlere Türkiye'ye gelme kararınızda etkili olan faktörler üzerine sormuş olduğu soruya, araştırmaya katılanları %31'inin izlemiş oldukları Türk dizilerinden sonra Türkiye'ye karşı bir merak uyandığını ve izlemiş oldukları Türk dizilerinin Türkiye'ye gelme kararlarında etkili olduğunu belirtmiştir. Yine çalışma alanı içerisinde çekimleri yapılmış olan Sevdaluk dizisi üzerine Demirbulat ve arkadaşlarının (2015) yapmış oldukları çalışmanın sonucunda yerel halkın dizi çekimlerinin yörelerinde olumlu bir turizm hareketliliği beraberinde getirdiğini ifade ederek ve bu olumlu sonuçların olumsuz sonuçlar doğurmaması için gerekli tedbirlerin alınması gerekliliğini vurgulamışlardır. Şahbaz ve Kılıçlar (2009), yerli turistler üzerine yaptıkları anket çalışması sonucunda çekimleri Mardin ilinde gerçekleştirilen filmlerin ve televizyon dizilerinin, Mardin ilini ziyaret etme kararı vermelerinde etkisinin olduğu sonucuna varmışlardır. Kuliyeve (2012), yapmış olduğu çalışmada turistlerin İzmir ve ilçelerinde çekilen film veya televizyon dizilerinden etkilendikleri, film ve televizyon dizilerinde görmüş oldukları coğrafi güzellikler, tarihi yapılar olayların geçtiği yerler vb. gibi nedenlere ilgi duydukları ortaya koymuştur. Özdemir Güzel ve Aktaş (2016) Yunanistan'ın başkenti Atina'da yapmış oldukları çalışmada araştırmaya katılanlar tarafından Türk dizilerinin ilgi ile izlendiği ve oldukça beğenildiği saptanırken, Yunanistan'da oynayan Türk dizilerinin Türkiye'nin imajını olumlu yönde etkilediği ve Türkiye'ye seyahat etme arzusunu güçlendirdiği sonucuna varmışlardır. Ayrıca katılımcıların seyahat etme kararlarının olumlu yönde değişmesinde, sadece destinasyonların görüntüsü değil, aynı zamanda dizilerin konusu, oyuncular, yapımı gibi motive edici faktörlerin de etkili olduğu yapılan bu çalışmanın sonuçları arasında yer almaktadır. Akdu ve Akın (2016) film ve dizilerin destinasyon tercihine etkisi üzerine yapmış oldukları çalışmada, ziyaretçilerin film destinasyonlarını sırasıyla kültürel değerleri, doğal güzellikleri ve tarihi değerleri görmek amacıyla ziyaret ettikleri sonucuna ulaşmış, dizi veya film turizmi için destinasyonların bu özelliklerinin vurgulanmasının gerekliliğini ve bu kapsamda destinasyonların bilinmeyen yönlerinin de tanıtılmasının bu turizm türünden elde edilecek olan başarıyı arttıracaklarını belirtmişlerdir.

3.Yöntem

Bu araştırmanın amacı Doğu Karadeniz Bölgesi'nde çekilen film ve televizyon dizilerin, bölgeyi ziyaret eden yerli turistlerin bölgeyi tercih etmeleri üzerinde herhangi bir etkisinin olup olmadığını, bölgede film ve televizyon dizilerinde gösterilen hangi destinasyonların ziyaretçilerin tercihlerinde etkili olduğu ve bölgenin hangi unsurların daha çok ön plana çıkarılabileceğini araştırmaktır.

Bu araştırma, 2016 yılı Şubat- Mart-Nisan aylarında Doğu Karadeniz Bölgesi'nde film ve televizyon dizileri çekimlerinin genel olarak tercih edildiği, Trabzon ilinde Maçka/ Sümela (Meryemana) Manastırı, Çaykara/ Uzungöl ve Rize ilinde Çamlıhemşin ve Ayder Yaylasını ziyaret eden yerli turistlerden, anketi yanıtlamayı kabul edenlere yapılmıştır. Araştırmada kullanılan anket 2 sayfa ve 22 sorudan oluşmaktadır. Bu soruların ilk altısı turistlerin demografik özelliklerini ölçmeye yöneliktir. Daha sonra yerli turistlerin Doğu Karadeniz Bölgesi'nde film ve televizyon dizileri izlemeleriyle ilgili görüş ve düşüncelerini ortaya çıkarmayı amaçlayan sorular yer almaktadır. Anketin son kısmında da Doğu Karadeniz Bölgesi'nde çekilen herhangi bir film ya da televizyon dizisinde gösterilen destinasyonu tercih etme nedenleriyle ilgili görüşlerini öğrenmeye yönelik 5'li likert ölçeği türünde 10 soru bulunmaktadır. Ölçek olarak (Kuliyeve, 2012) yüksek lisans çalışmasında kullanmış olduğu ölçek kullanılmıştır. Ölçeğin güvenilirlik analizi



sonucunda Cronbach Alfa Katsayısı 0,889 olarak bulunmuştur. Bu sonuç ölçeğinin yüksek derecede güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir (Ural ve Kılıç, 2005: 258).

Araştırmada, hatalı ya da geri dönmeyen anket sayısı da göz önüne alınarak ziyaretçilere araştırmanın amacı açıklanarak elden 500 anket formu dağıtılmış olup, bu 500 anket formunun 429'i geri dönmüştür. Geri dönüş alınan anketlerden 71'i değişik sebeplerden dolayı değerlendirilmeye alınamamış (%50'sinden fazlası boş bırakıldığı ve karalandığı için), toplam 429 anket değerlendirilmiştir. Elde edilen veriler SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) programında T- testi, Anova ve Varyans analizi testleri kullanılarak analiz edilmiştir.

4. Bulgular ve Tartışma

4.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Doğu Karadeniz Bölgesi'nde Trabzon ve Rize illerini ziyaret edip, ankete katılanların sosyo-demografik özelliklerini belirlemeye yönelik olarak cinsiyeti, yaşı, medeni durumu, eğitim durumu, mesleği sorulmuştur. Ankete katılanların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1: Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

	Demografik Özellikler	Sayı	Yüzde (%)
Cinsiyeti	Erkek	266	62
	Kadın	163	38
	Toplam	429	100
Yaşı	24 yaş ve altı	29	6,8
	25-34 yaş arası	108	25,2
	35-44 yaş arası	104	24,2
	45-54 yaş arası	129	30,1
	55-64 yaş arası	30	7
	65 yaş ve üstü	29	6,8
	Toplam	429	100
Medeni Durumu	Bekar	228	53,1
	Evli	201	46,9
	Toplam	429	100
Eğitim Durumu	İlköğretim ve Ortaöğretim	52	12,1
	Lise	52	12,1
	Önlisans	119	27,7
	Lisans	183	42,7
	Lisansüstü	23	5,4
	Toplam	409	100
Mesleği	Ev hanımı	49	11,4
	Memur	139	32,4
	Kendi işi	87	20,3
	Emekli	76	17,7
	Öğrenci	26	6,1
	İşçi	36	8,4
	Çalışmıyorum	16	3,7
	Toplam	429	100

Araştırmaya katılanların cinsiyetlerine göre dağılımına bakıldığında, katılımcıların %62'sini (266 kişi) erkekler, %38'ini de (163 kişi) bayanların oluşturduğu görülmektedir. Yaş gruplarına göre dağılımlara bakıldığında ziyaretçilerden %30,1'i (129 kişi) 45-54 yaş grubunda, % 25,2'si (108 kişi) 25-34 yaş grubunda, %24,2'si (104 kişi) 35-44 yaş grubunda, %7'si (30 kişi) 55-64 yaş grubunda, %6,8'i (29 kişi) 24 ve altı yaş grubunda ve %6,8'i de (29 kişi) 65 üzeri yaş grubunda yer almaktadır. Trabzon ve Rize illerini ziyaret eden yerli turistlerin yaş grubunun, özellikle %79,5'lik ortalama ile genel olarak 25-54 yaş grubundaki, yani orta yaş üzerindeki kişiler tarafından yapıldığı söylenebilir. Ankete cevaplayanların 228'i bekâr, 201'inin de evli oldukları anlaşılmıştır.

Ankete katılanların eğitim durumlarına bakıldığında; %42,7'si (183 kişi) lisans mezunu, %27,7'si (119 kişi) önlisans mezunu, % 12,1'i (52 kişi) lise mezunu, %12,1'i (52 kişi), % 5,4'ü (23 kişi) ilk ve ortaöğretim



mezunu olduğunu anlaşılmıştır. Bu veriler sonucunda, ankete katılan ziyaretçilerin yarısından fazlasının 302 kişinin (% 70,4)'ünün üniversite mezunlarından oluştuğu, buna ilave olarak lisansüstü eğitim alanlarla birlikte bu oran % 75,8' e (325 kişi) ulaşmaktadır. Bu da gösteriyor ki, Trabzon ve Rize illerini, eğitim düzeyleri yüksek ziyaretçilerin tercih etmekte olduğu görülmektedir.

Meslek dağılımına bakıldığında; ankete katılan ziyaretçilerin %32,4'ü memur, %20,3'ü kendi işi, %17,7'si emekli, %11,4'ü ev hanımı, %8,4'ü işçi, %6,1'i öğrenci, %4,2'sinde çalışmıyor olduğu anlaşılmaktadır. Bölgeyi ziyaret eden kişilerin sahip oldukları mesleklere göre ilk sırayı 139 kişiyle memurlar, ikinci sırayı 87 kişiyle kendi işine sahip olan ziyaretçilerin oluşturduğu görülmektedir.

4.2 Araştırmaya Katılanların Film ve Televizyon Dizilerine Yönelik Cevaplarına İlişkin Bulgular

Tablo 2: Araştırmaya Katılanların Film ve Televizyon Dizilerine Yönelik Cevaplarına İlişkin Bulgular

Doğu Karadeniz Bölgesi'nde çekilen herhangi bir film ya da televizyon dizisini izlediniz mi?			Doğu Karadeniz Bölgesi'ne gelmemin tek nedeni izlediğim film ya da televizyon dizilerinde gördüğüm destinasyonlardan etkilenmemdir.		
	Sayı	Yüzde (%)		Sayı	Yüzde (%)
Evet	381	88,8	Evet	158	36,8
Hayır	48	11,2	Hayır	271	63,2
Toplam	429	100	Toplam	429	100

İzlediğiniz bu film veya televizyon dizilerinde gösterilen herhangi bir destinasyon, Doğu Karadeniz Bölgesi'ni ziyaret etme isteğinizde etkili oldu mu?			Film ve televizyon dizilerinde yer alan oyuncular, filmin konusu, filmin türü gibi etmenler film veya televizyon dizilerinde gösterilen destinasyon seçiminizde etkili oldu mu?		
	Sayı	Yüzde (%)		Sayı	Yüzde (%)
Evet	374	87,2	Evet	120	28
Hayır	55	12,8	Hayır	309	72
Toplam	429	100	Toplam	429	100

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin Doğu Karadeniz Bölgesi'nde çekilen bir film yada televizyon dizisini izledikleri (381 kişi, %88,8), izlemiş oldukları bu film yada televizyon dizilerinde gösterilen destinasyonların araştırmaya katılanların çoğunluğunun Doğu Karadeniz Bölgesi'ni seçmelerinin tek nedeni olmadığı (271 kişi, %63,2) ancak bu filmlerde ve televizyon dizilerinde gösterilen destinasyonların bölgeyi ziyaret etme isteklerinde etkili olduğu (374 kişi, % 87,2) ve film ve televizyon dizilerinde yer alan oyuncular, filmin konusu yada filmin türü gibi etmenlerin araştırmaya katılanların yarısından fazlasının vermiş oldukları cevaplara göre (309 kişi, %72) destinasyon seçimlerinde etkisinin az olduğu verilen cevaplar sonucunda Tablo 2 incelendiğinde anlaşılmaktadır.

Doğu Karadeniz Bölgesi'nde çekilen hangi filmi izlediniz? sorusuna araştırmaya katılan ziyaretçilerin Tablo 3'te verdikleri cevaplar incelendiğinde; çoğunlukla Trabzon / Maçka İlçesi / Sümela manastırı çevresinde sahneleri çekilen "Sümela'nın Şifresi: Temel" isimli filmi (152 kişi, %35,2) ve ikinci olarak çekimleri Rize / Çamlıhemşin / Şenyuva çevresinde sahneleri çekilen "Yüreğine Sor" filmi (89 kişi, %20,7) izledikleri görülmektedir.

Tablo 3: Doğu Karadeniz Bölgesi'nde Çekilen Hangi Film İzlediniz? İfadesi Bulgularının Dağılımları

Film Adı	Sayı	Yüzde (%)
Sümela'nın Şifresi: Temel	152	35,4
Yüreğine Sor	89	20,7
Moskova'nın Şifresi: Temel	69	16,1
Amerikalılar Karadeniz'de	68	15,9
Bulutları Beklerken	24	5,6
Bal	13	3
Yangın Var	11	2,6
Hiç izlemedim	3	0,7
Toplam	429	100



Doğu Karadeniz Bölgesi'nde çekilen televizyon dizisi izlediniz mi? sorusuna araştırmaya katılan ziyaretçilerin Tablo 4'te verdikleri cevaplar incelendiğinde; çekimleri genellikle Artvin /Hopa ve Kars illerinde gerçekleştirilen "Benim İçin Üzülme" dizisini (259 kişi, %60,4) ve çekimleri Rize / Çamlıhemşin / Şenyuva çevresinde gerçekleştirilen "Sevdaluk" dizisini (122 kişi, %28,4) izledikleri anlaşılmaktadır. Ayrıca bulunan diğer bir sonuçta araştırmaya katılan ziyaretçilerin % 10'u (43 kişi) 5-10 yıl öncesinde çekilmiş, üzerinden çokça zaman geçmiş ve daha sonra final yapmış olan "Fırtına ve Gülbeyaz" dizilerinin de ankete katılan ziyaretçiler üzerinde bir etki bıraktığı, bu diziler aracılığıyla ziyaretçilerin bölgeyi hatırladıkları sonucu ortaya çıkmıştır.

Tablo 4: Doğu Karadeniz Bölgesi'nde çekilen televizyon dizisi izlediniz mi ? İfadesi Bulgularının Dağılımları

Dizi Adı	Sayı	Yüzde (%)
Benim İçin Üzülme	259	60,4
Sevdaluk	122	28,4
Fırtına	28	6,5
Gülbeyaz	15	3,5
Hiç izlemedim	5	1,2
Toplam	429	100

Doğu Karadeniz Bölgesi'yle ilgili film yada televizyon dizisini izledikten sonra gittiğiniz bir destinasyon var mı? sorusuna araştırmaya katılan ziyaretçilerin Tablo 5'te verdikleri cevaplar incelendiğinde; film yada televizyon dizisini izledikten sonra araştırmaya katılanların %27,7'si Sümela Manastırını, %20,5'i Uzungöl' ü ve %19,3'ü de Şenyuva'yı ziyaret etmişlerdir.

Tablo 5: Doğu Karadeniz Bölgesi'yle İlgili Film İzledikten Sonra Gittiğiniz Bir Destinasyon Var mı? İfadesi Bulgularının Dağılımları

Destinasyon	Sayı	Yüzde (%)
Sümela Manastırı	119	27,7
Uzungöl	88	20,5
Şenyuva	83	19,3
Çamlıhemşin	72	16,8
Ayder Yaylası	22	5,1
Trabzon Ayasofya Müzesi	11	2,6
Sera Gölü	5	1,2
GİTMEDİM	29	6,8
Toplam	429	100

Açık uçlu olarak sorulmuş olan bu sorumuzun cevapları (Tablo 5) incelendiğinde araştırmaya katılan ziyaretçilerin Doğu Karadeniz Bölgesi'yle ilgili film izledikten sonra ilk sırada %27,7'sinin Sümela Manastırına, %20,5'inin de Uzungöl'e, yani araştırmaya katılanların yaklaşık olarak yarısı bölgeye ait izledikleri film yada televizyon dizileri sonucunda Trabzon bölgesini destinasyon olarak daha çok tercih ettiğini söyleyebiliriz.

Tablo 6: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre "Doğu Karadeniz Bölgesi'ne Gelmemin Tek Nedeni İzlediğim Film ya da Televizyon Dizilerinde Gördüğüm Destinasyonlardan Etkilenmemdir" İfadesine Verilen Cevapların Çapraz Tablo Analizi Sonuçlarına İlişkin Bulgular

Değişken		Evet	Hayır	Toplam	Değişken		Evet	Hayır	Toplam
Cinsiyet	Erkek	93	173	266	Medeni durum	Bekar	54	174	228
		35%	65%	100%			23,7%	76,3%	100,0%
Cinsiyet	Kadın	65	98	163	Medeni durum	Evli	104	97	201
		39,9%	60,1%	100%			51,7%	48,3%	100,0%
Yaş	24 yaş ve altı	22	7	29	Eğitim durumu	İlk ve ortaöğretim	27	25	52
		75,9%	24,1%	100,0%			51,9%	48,1%	100,0%
	25-34 yaş	13	95	108		Lise	20	32	52
		12,0%	88,0%	100,0%			38,5%	61,5%	100,0%
35-44 yaş	41	63	104	Önlisans	34	85	119		
	39,4%	60,6%	100,0%		28,6%	71,4%	100,0%		



45-54 yaş	52	77	129	Lisans	67	116	183
	40,3%	59,7%	100,0%		36,6%	63,4%	100,0%
55-64 yaş	19	11	30	Lisansüstü	10	13	23
	63,3%	36,7%	100,0%		43,5%	56,5%	100,0%
65 yaş ve üstü	11	18	29	Toplam	158	271	429
	37,9%	62,1%	100,0%		36,8%	63,2%	100,0%
Toplam	158	271	429				
	36,8%	63,2%	100,0%				

Tablo 6’da katılımcıların demografik özelliklerine (cinsiyete, yaş aralıklarına, medeni duruma ve eğitim durumuna) göre “Doğu Karadeniz Bölgesi’ne gelmemin tek nedeni izlediğim film ya da televizyon dizilerinde gördüğüm destinasyonlardan etkilenmemdir” ifadesinin tanımlayıcı oranlarını göstermektedir. Tablodaki toplam orana bakıldığında katılımcıların %63,2’si (271 kişi) Doğu Karadeniz Bölgesi’ne gelmelerinin tek nedenin izlemiş oldukları film ya da televizyon dizilerinde görmüş destinasyonların olmadığını söyleyebiliriz. Bu ifadeye verilen cevaplar incelendiğinde, bekâr olan erkek veya kadın ziyaretçilerin çoğunluğunun, 25-54 yaş arası ve 65 yaş ve üstü yaş grubunun ve ayrıca da lise ve üstü eğitim düzeyine sahip katılımcıların bu ifadeye verilen cevaplar incelendiğinde, ifadeyi tek neden olarak görmediklerini sonucuna varılabilir.

Tablo 7: Doğu Karadeniz Bölgesi’nde Çekilen Herhangi Bir Film ya da Televizyon Dizilerinde Gösterilen Herhangi Bir Destinasyon Doğu Karadeniz Bölgesi’ni Ziyaret Etme İsteğinizde Etkili Oldu Mu? İfadesine Verilen Cevapların Çapraz Tablo Analizi Sonuçlarına İlişkin Bulgular

Değişken		Evet	Hayır	Toplam	Değişken		Evet	Hayır	Toplam
Cinsiyet	Erkek	240	26	266	Medeni durum	Bekar	205	23	228
		90,2%	9,8%	100,0%			89,9%	10,1%	100,0%
	Kadın	134	29	163		Evli	169	32	201
		82,2%	17,8%	100,0%			84,1%	15,9%	100,0%
Yaş	24 yaş ve altı	29	0	29	Eğitim durumu	İlk ve ortaöğretim	45	7	52
		100,0%	,0%	100,0%			86,5%	13,5%	100,0%
	25-34 yaş	89	19	108		Lise	42	10	52
		82,4%	17,6%	100,0%			80,8%	19,2%	100,0%
	35-44 yaş	97	7	104		Önlisans	113	6	119
		93,3%	6,7%	100,0%			95,0%	5,0%	100,0%
	45-54 yaş	112	17	129		Lisans	151	32	183
		86,8%	13,2%	100,0%			82,5%	17,5%	100,0%
55-64 yaş	30	0	30	Lisansüstü	23	0	23		
	100,0%	,0%	100,0%		100,0%	,0%	100,0%		
65 yaş ve üstü	17	12	29	Toplam	374	55	429		
	58,6%	41,4%	100,0%		87,2%	12,8%	100,0%		
Toplam	374	55	429						
	87,2%	12,8%	100,0%						

Tablo 7’de katılımcıların demografik özelliklerine göre Doğu Karadeniz Bölgesi’nde çekilen herhangi bir film ya da televizyon dizilerinde gösterilen herhangi bir destinasyon Doğu Karadeniz Bölgesi’ni ziyaret etme isteğinizde etkili oldu mu? ifadesinin tanımlayıcı oranlarını göstermektedir. Tablodaki toplam orana bakıldığında katılımcıların %87,2’si (374 kişi) Doğu Karadeniz Bölgesi’nde çekilen herhangi bir film ya da televizyon dizilerinde gösterilen herhangi bir destinasyonun bölgeyi ziyaret etmelerinde yüksek oranda etkili olduğunu söyleyebiliriz. Erkeklerin, kadınların, bekârların, evlilerin, tüm yaş gruplarının ve bütün eğitim düzeyine sahip katılımcıların izlemiş oldukları film ya da televizyon dizisinde gördükleri destinasyonlardan etkilendikleri ve bölgeyi ziyaret etme isteklerinin arttığı bu ifadeye verilen cevaplar



incelendiğinde görülmektedir. Erkeklerin, bekârların, 24 yaş altı ve 55-64 yaş grubunun ve lisansüstü eğitim düzeyine sahip katılımcılarda bu etkinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 8: Film ve Televizyon Dizilerinde Yer Alan Oyuncular, Filmin Konusu, Filmin Türü Gibi Etmenler Film veya Televizyon Dizilerinde Gösterilen Destinasyon Seçiminde Etkili Oldu Mu? İfadesine Verilen Cevapların Çapraz Tablo Analizi Sonuçlarına İlişkin Bulgular

		Evet	Hayır	Toplam			Evet	Hayır	Toplam
Cinsiyet	Erkek	88	178	266	Medeni durum	Bekar	43	185	228
		33,1%	66,9%	100,0%			18,9%	81,1%	100,0%
	Kadın	32	131	163		Evli	77	124	201
		19,6%	80,4%	100,0%			38,3%	61,7%	100,0%
Yaş	24 yaş ve altı	0	29	29	Eğitim durumu	İlk ve ortaöğretim	45	7	52
		,0%	100,0%	100,0%			86,5%	13,5%	100,0%
	25-34 yaş	41	67	108		Lise	3	49	52
		38,0%	62,0%	100,0%			5,8%	94,2%	100,0%
	35-44 yaş	17	87	104		Önlisans	14	105	119
		16,3%	83,7%	100,0%			11,8%	88,2%	100,0%
	45-54 yaş	26	103	129		Lisans	35	148	183
		20,2%	79,8%	100,0%			19,1%	80,9%	100,0%
	55-64 yaş	19	11	30		Lisansüstü	23	0	23
		63,3%	36,7%	100,0%			100,0%	,0%	100,0%
65 yaş ve üstü	17	12	29	Toplam	120	309	429		
	58,6%	41,4%	100,0%		28,0%	72,0%	100,0%		
Toplam		120	309	429					
		28,0%	72,0%	100,0%					

Tablo 8’de katılımcıların demografik özelliklerine göre Doğu Karadeniz Bölgesi’nde çekilen film ve televizyon dizilerinde yer alan oyuncular, filmin konusu, filmin türü gibi etmenler film veya televizyon dizilerinde gösterilen destinasyon seçiminde etkili oldu mu? ifadesinin tanımlayıcı oralarını göstermektedir. Tablodaki toplam orana bakıldığında katılımcıların %72’si (309 kişi) Doğu Karadeniz Bölgesi’nde film ve televizyon dizilerinde yer alan oyuncular, filmin konusu, filmin türü gibi etmenlerin destinasyon seçimlerinde etkili olmadığını söyleyebiliriz. Genel olarak erkeklerin ve kadınların, bekârların ve evlilerin çoğunluğunun bu etmenlerden etkilenmediğini söyleyebiliriz. 24 yaş altı ve lisansüstü eğitim düzeyine sahip olan katılımcıların tamamının film ve televizyon dizilerinde yer alan oyuncular, filmin konusu, filmin türü gibi etmenlerin destinasyon seçimlerinde herhangi bir etkisinin olmadığını bu ifadeye verilen cevaplar incelendiğinde görülmektedir.

4.3. Örneklem T Testi ve Tek Faktörlü (Yönlü) Varyans (Anova) Analizlerine İlişkin Bulgular

Varyans (Anova), ana kütle ortalamaları arasında farkın olup olmasını sınamaktadır. Bağımsız örneklem için tek faktörlü (yönlü) varyans analizi tek bir bağımsız değişkene ilişkin iki veya daha fazla grubun bağımlı bir değişkene göre ortalamalarını karşılaştırarak, ortalamalar arasındaki farkın belirli bir anlamlılık düzeyinde (%95, %99 gibi) önemli olup olmadığını test etmek için kullanılan istatistiksel bir tekniktir (Ural ve Kılıç, 2005:185). T Testi sadece iki grup arasındaki farklılıkların incelenmesi için uygun bir test iken ikiden fazla değişkenin karşılaştırılması gereken durumlarda uygulanan test ise varyans analizidir (Altunışık, vd., 2007:182). Çalışmanın bu kısmında araştırmaya katılan kişilerin demografik özellikleri likert ölçeğindeki ifadelerle verilen cevaplar arasındaki farklılıkları incelenmiştir.

Araştırmaya katılan ziyaretçilere “Doğu Karadeniz Bölgesi’nde çekilen herhangi bir film ya da televizyon dizisinde gösterilen destinasyonu tercih etme nedenlerinizle” ilgili olarak sorulan ifadeler tek tek ele alınıp yapılan Bağımsız Örneklem T testi ve Tek Faktörlü (Yönlü) Varyans (Anova) Analizleri sonucunda elde edilen bulgulardan araştırmaya katılan kişilerin sayıları, aritmetik ortalamaları ve sig. (p) değerleri birlikte Tablo 9’ da yer almaktadır.



Tablo 9: Demografik Özelliklere Göre Aritmetik Ortalamalar, Bağımsız Örneklem T Testi ve Tek Faktörlü (Yönlü) Varyans (Anova) Analizi Sonuçlarına İlişkin Bulgular

İFADELER	DEĞERLER	CİNSİYET		YAŞ						M.DURUM		EĞİTİM				
		Erkek	Kadın	24 yaş ve altı	25-34 yaş arası	35-44 yaş arası	45-54 yaş arası	55-64 yaş arası	64 yaş ve üstü	Bekar	Evli	İlk ve Ortaöğretim	Lise	Önlisans	Lisans	Lisansüstü Öğretim
COĞRAFI GÜZELLİKLER	Kişi Sayısı	266	163	29	108	104	129	30	29	228	201	52	52	119	183	23
	Aritmetik Ort.	4,64	3,88	4,34	4,56	4,11	4,09	4,40	3,72	4,19	4,28	3,57	4,51	4,12	4,42	4,04
	Sig (p) Değeri	,000		,000						,000		,003				
FİLM YA DA DİZİNİN HİKAYESİ	Kişi Sayısı	266	163	29	108	104	129	30	29	228	201	52	52	119	183	23
	Aritmetik Ort.	1,91	1,86	1,52	2,08	2,93	1,41	2,86	2,62	1,90	1,89	4,17	1,78	1,52	1,59	1,34
	Sig (p) Değeri	,716		,000						,678		,000				
FİLM YA DA DİZİDE GÖSTERİLEN TARİHİ YAPILAR	Kişi Sayısı	266	163	29	108	104	129	30	29	228	201	52	52	119	183	23
	Aritmetik Ort.	4,38	4,11	4,43	4,06	4,16	4,17	4,24	4,03	2,48	2,28	2,26	2,75	1,91	3,96	1,56
	Sig (p) Değeri	,006		,042						,004		,326				
FİLM YA DA DİZİNDEKİ OYUNCULARIN ÜNLÜ OLMALARI	Kişi Sayısı	266	163	29	108	104	129	30	29	228	201	52	52	119	183	23
	Aritmetik Ort.	1,59	1,27	1,96	1,40	1,57	1,34	1,46	1,37	1,55	1,38	1,26	1,19	1,28	1,68	1,78
	Sig (p) Değeri	,000		,005						,072		,054				
FİLM YA DA DİZİNİN MÜZİĞİ	Kişi Sayısı	266	163	29	108	104	129	30	29	228	201	52	52	119	183	23
	Aritmetik Ort.	1,40	1,73	2,01	1,76	1,18	1,19	2,40	2,03	1,49	1,58	2,69	1,30	1,43	1,34	1,34
	Sig (p) Değeri	,000		,019						,122		,000				
FİLM YA DA DİZİNDEKİ KARAKTER	Kişi Sayısı	266	163	29	108	104	129	30	29	228	201	52	52	119	183	23
	Aritmetik Ort.	1,83	1,68	2,11	2,03	1,65	1,43	2,56	1,79	1,87	1,68	2,01	1,67	1,43	1,71	1,56
	Sig (p) Değeri	,061		,076						,096		,000				
FİLM YA DA DİZİNDEKİ OLAYLARIN GEÇTİĞİ YERLERİN MERAK DİZİNDEKİ İLGİ ÇEKİCİ DEKOR VE EFEKTLER	Kişi Sayısı	266	163	29	108	104	129	30	29	228	201	52	52	119	183	23
	Aritmetik Ort.	1,65	1,96	4,82	4,42	4,43	4,14	3,10	4,75	1,63	1,94	1,55	2,32	1,75	1,75	1,21
	Sig (p) Değeri	,066		,000						,041		,231				
FİLM YA DA DİZİNİN NASIL ÇEKİLDİĞİNİ MERAK ETME	Kişi Sayısı	266	163	29	108	104	129	30	29	228	201	52	52	119	183	23
	Aritmetik Ort.	1,57	1,41	1,48	1,42	1,63	1,92	3,10	1,79	1,56	1,46	1,86	1,19	1,38	1,62	1,21
	Sig (p) Değeri	,048		,009						,090		,170				
FİLM YA DA DİZİNDEKİ OYUNCULAR HAKKINDA BİLGİ TOPLAMA	Kişi Sayısı	266	163	29	108	104	129	30	29	228	201	52	52	119	183	23
	Aritmetik Ort.	1,30	1,38	2	1,63	1,35	1,37	1,63	1,62	1,32	1,35	1,28	1,40	1,31	1,37	1
	Sig (p) Değeri	,120		,224						,122		,059				

Kişi Sayısı: Araştırmaya katılan ziyaretçilerin sayısı

Sig (p) Değeri: Tek Faktörlü (Yönlü) Varyans (Anova) analizi sonucunda ifadelerin için çıkan anlamlılık değeri

Aritmetik Ort: Bağımsız Örneklem T Testi ve Tek Faktörlü (Yönlü) Varyans (Anova) Analizi sonuçlarında ziyaretçilerin demografik özelliklerine göre vermiş oldukları sonuçların aritmetik ortalaması.

Yapılan analizler sonucunda Doğu Karadeniz Bölgesi'nde çekilen film ya da televizyon dizilerinde gösterilen destinasyonu tercih etme nedenleri ile cinsiyet, yaş, medeni durum ve eğitim durumu gibi sosyo-demografik özelliklerle ilişkileri arasında $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğunu söyleyebiliriz.

Erkek ziyaretçilerin kadın ziyaretçilere göre film ya da televizyon dizilerinde gösterilen coğrafi güzelliklerden ve tarihi yapılardan daha fazla etkilendiklerini söyleyebiliriz. Yine aynı tablo incelendiğinde kadınlara ziyaretçilerinde olayların geçtiği yerlerin erkek ziyaretçilere oranla daha fazla ilgilerini çektiğini söyleyebiliriz. Kadın ve erkek ziyaretçiler için $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olan diğer ifadelerin erkek ve kadın ziyaretçilerin tercihlerinde etkilerinin daha az olduğu söylenebilir.

Yaş değişkeniyle Doğu Karadeniz Bölgesi'nde çekilen film ya da televizyon dizilerinde gösterilen destinasyonu tercih etme nedenleri arasında ilişkinin $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu



söyleyebiliriz. Tercih nedenlerinin yaş grupları arasında oluşturduğu farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirleyebilmek için uygulanan Benferroni testi sonuçları incelendiğinde bu farkların şu şekilde ortaya çıktığı görülmektedir. 24 yaş ve altı grubun diğer yaş gruplarına göre Doğu Karadeniz Bölgeleri'nde çekilen film ya da televizyon dizilerinde gösterilen tarihi yapılardan (*anlamli fark = 24 yaş ve altı grup > 25-34 yaş grubu arasında*) ve kullanılan dekor ve efektleri (*anlamli fark = 24 yaş ve altı grup > 55-64 yaş grubu arasında*) fazlaca ilgi çekici buldukları; 25-34 yaş grubundaki kişilerin diğer yaş gruplarına göre (*anlamli fark = 25-34 yaş grubu > 65 yaş ve üstü arasında*) izledikleri film ya da televizyon dizilerinde bölgenin coğrafi güzelliklerinden daha fazla bir oranda etkilendikleri; 45-54 yaş grubunun diğer yaş gruplarına göre (*anlamli fark = 45-54 yaş grubu > 65 yaş ve üstü arasında*) film ya da televizyon dizilerdeki olayların geçtiği yerleri merak ettikleri için daha çok Doğu Karadeniz Bölgesi'ni tercih ettiklerini söyleyebiliriz. Bütün yaş grupları için $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olan diğer ifadelerin ziyaretçilerin tercihlerinde etkilerinin düşük olduğu söylenebilir.

Bekâr ziyaretçilerin Doğu Karadeniz Bölgesi'nde çekilen film ya da televizyon dizilerindeki olayların geçtiği yerleri merak etmeleri sebebiyle evli ziyaretçilere göre daha yüksek oranda etkilendikleri; evli ziyaretçilerinde film ya da televizyon dizilerindeki gösterilen coğrafi güzelliklerden bekâr ziyaretçilere oranla daha yüksek etkilenecek bölgeyi tercih ettikleri söyleyebiliriz. Bekâr ve evli ziyaretçiler için $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olan diğer ifadelerin bekâr ve evli ziyaretçilerin tercihlerindeki etkisinin daha düşük olduğu söylenebilir.

Eğitim durumu değişkeniyle Doğu Karadeniz Bölgesi'nde çekilen film ya da televizyon dizilerinde gösterilen destinasyonu tercih etme nedenleri arasında ilişkinin $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu söyleyebiliriz. Tercih nedenlerinin yaş grupları arasında oluşturduğu farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirleyebilmek için uygulanan Benferroni testi sonuçları incelendiğinde bu farkların şu şekilde ortaya çıktığı görülmektedir. Eğitim düzeyi lise olan ziyaretçilerin diğer eğitim düzeyine sahip ziyaretçilere göre bölgeyi coğrafi güzelliklerinden (*anlamli fark = lise > ilk ve ortaöğretim arasında*) dolayı tercih ettikleri; eğitim düzeyi üniversite olan ziyaretçilerin diğer eğitim düzeyine sahip ziyaretçilere göre bölgede çekilen film yada televizyon dizilerinde gösterilen tarihi yapılardan (*anlamli fark = üniversite > ilk ve ortaöğretim arasında*) ve çekimlerin yapıldıkları alanları merak etmelerinden (*anlamli fark = üniversite > lise arasında*) dolayı Doğu Karadeniz Bölgesi'ni tercih ettiklerini söyleyebiliriz. Ayrıca bütün eğitim düzeyleri için $p < 0,05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olan diğer ifadelerin ziyaretçilerin tercihlerinde etkilerinin düşük olduğu söylenebilir.

Sonuç ve Öneriler

Bu araştırmanın amacı Doğu Karadeniz Bölgesi'nde çekilen film ve televizyon dizilerin, bölgeyi ziyaret eden yerli turistlerin bölgeyi tercih etmeleri üzerinde herhangi bir etkisinin olup olmadığını, bölgede film ve televizyon dizilerinde gösterilen hangi destinasyonların ziyaretçilerin tercihlerinde etkili olduğunu ve bölgenin hangi unsurların daha çok ön plana çıkması gerektiğini araştırıp ortaya koymaktır. Buna göre elde edilen sonuçlar ve öneriler şu şekilde özetlenebilir;

Araştırma sonuçları incelendiğinde; Doğu Karadeniz Bölgesi'ne gelen yerli ziyaretçilerin çoğunluğunun erkek ve bekâr olduğu görülmektedir. Genel olarak 25-54 yaş arasındaki ve üniversite eğitimini tamamlamış olan ziyaretçilerin bölgeyi ağırlıklı olarak tercih ettiği söylenebilir. Bu da gösteriyor ki, Trabzon ve Rize illerinde yapılan çalışma sonucunda, 25-54 yaş grubu aralığında, eğitim düzeyleri yüksek ziyaretçilerin Doğu Karadeniz Bölgesi'ni tercih edebilmektedir. Bölgeyi ziyaret eden kişilerin sahip oldukları mesleklere bakıldığında ilk sırayı memurlar, ikinci sırayı da kendi işine sahip olan ziyaretçilerin oluşturduğu görülmektedir.

Doğu Karadeniz Bölgesi'nde çekilen hangi film ya da televizyon dizisini izlediklerine dair araştırmaya katılan ziyaretçilerin verdikleri cevaplar incelendiğinde; çoğunluğun Trabzon / Maçka İlçesi / Sümela manastırı çevresinde sahneleri çekilen "Sümela'nın Şifresi: Temel" isimli filmi ve ikinci olarak da çekimleri Rize / Çamlıhemşin / Şenyuva çevresinde sahneleri çekilen "Yüreğine Sor" filmi izledikleri görülmektedir. Bölgede çekilen dizilerle ilgili olarak da çekimleri genellikle Artvin /Hopa ve Kars illerinde gerçekleştirilen "Benim İçin Üzülme" dizisini ve çekimleri Rize / Çamlıhemşin / Şenyuva çevresinde gerçekleştirilen "Sevdaluk" dizisini izledikleri anlaşılmaktadır. Bulunan diğer bir sonuç ise araştırmaya katılan ziyaretçilerin % 10'u (43 kişi) 5-10 yıl öncesinden çekilmiş, izleyiciyle buluşmuş ve daha sonra final yapmış, üzerinden çokça zaman geçmiş olan "Fırtına" ve "Gülbeyaz" dizilerinin de araştırmaya katılan ziyaretçiler tarafından Doğu Karadeniz Bölgesi'ni hatırlattığı ve ziyaretçilerin zihinlerinde bir yer oluşturduğu ifade edilmesidir.



Araştırmaya katılan ziyaretçilerin Doğu Karadeniz Bölgesi'nde çekilen herhangi bir film ya da televizyon dizisini izlemiş oldukları görülmektedir. İzlemiş oldukları bu film ya da televizyon dizilerinde gösterilen destinasyonların araştırmaya katılanların çoğunluğunun Doğu Karadeniz Bölgesi'ni seçmelerinin tek nedeni olmadığı ancak bu filmlerde ve televizyon dizilerinde gösterilen destinasyonların bölgeyi ziyaret etme isteklerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Doğu Karadeniz Bölgesi'nde çekilen film veya televizyon dizilerinde yer alan oyuncuların, filmin konusunun yada filmin türü gibi etmenlerin araştırmaya katılanların yarısından fazlasının vermiş oldukları cevaplara göre destinasyon seçimlerinde etkisinin az olduğu anlaşılmaktadır.

Doğu Karadeniz Bölgesi'yle ilgili film yada televizyon dizisini izledikten sonra Doğu Karadeniz Bölgesi'nde gittiğiniz herhangi bir destinasyon var mı? sorusuna araştırmaya katılan ziyaretçilerin verdikleri cevaplar incelendiğinde; Doğu Karadeniz Bölgesi'yle ilgili herhangi bir film yada televizyon dizisini izledikten sonra araştırmaya katılanların %27,7'si "Sümela Manastırını, %20,5'i, Uzungöl' ü, ve %19,3'ü de Şenyuva' yı ilk üç tercihleri olarak ziyaret etmişlerdir. Yani araştırma sonuçlarına bakıldığında Doğu Karadeniz Bölgesi'yle ilgili herhangi bir film ya da televizyon dizisini izledikten sonra araştırmaya katılanların yaklaşık %50'si gibi büyük bir çoğunluğunun Trabzon ilindeki turistik çekim yerlerini ziyaret ettikleri sonucu ortaya çıkmıştır.

Yapılan çapraz tablo analizi sonuçlarına göre ifadeler ayrı ayrı değerlendirildiğinde, katılımcıların %63,2'si (271 kişi) Doğu Karadeniz Bölgesi'ne gelmelerinin tek nedenin izlemiş oldukları film yada televizyon dizilerinde görmüş destinasyonların olmadığı (Tablo 6), %87,2'si (374 kişi) Doğu Karadeniz Bölgesi'nde çekilen herhangi bir film ya da televizyon dizilerinde gösterilen herhangi bir destinasyonun bölgeyi ziyaret etmelerinde yüksek oranda etkili olduğu (Tablo 7) ve %72'si (309 kişi), Doğu Karadeniz Bölgesi'nde çekilen film ve televizyon dizilerinde yer alan oyuncular, filmin konusu, filmin türü gibi etmenlerin destinasyon seçimlerinde, bölgeyi seçimlerinde etkili olmadığı (Tablo 8) sonucu ortaya çıkmıştır.

Erkek ziyaretçilerin kadın ziyaretçilere göre film ya da televizyon dizilerinde gösterilen coğrafi güzelliklerden ve tarihi yapılardan daha fazla etkilendikleri, kadın ziyaretçilerin de olayların geçtiği yerleri, erkek ziyaretçilere oranla daha fazla merak ettiklerinin araştırma sonucunda anlaşılmıştır. 24 yaş ve altı grubun diğer yaş gruplarına göre Doğu Karadeniz Bölgeleri'nde çekilen film ya da televizyon dizilerinde gösterilen tarihi yapıları ve kullanılan dekor ve efektleri diğer yaş gruplarına göre daha çok ilgi çekici buldukları; 25-34 yaş grubundaki kişilerin diğer yaş gruplarına göre izledikleri film ya da televizyon dizilerinde gösterilen bölgelerin coğrafi güzelliklerinden daha yüksek oranda etkilendikleri sonucu ortaya çıkmıştır. Ayrıca 45-54 yaş grubunun da film ya da televizyon dizilerindeki olayların geçtiği yerleri merak ettikleri için Doğu Karadeniz Bölgesi'ni tercih ettiklerini anlaşılmaktadır. Bekar ziyaretçilerin Doğu Karadeniz Bölgesi'nde çekilen film yada televizyon dizilerindeki olayların geçtiği yerleri merak ettikleri, evli ziyaretçilerinde film yada televizyon dizilerindeki gösterilen coğrafi güzelliklerden daha çok etkilenecek bölgeyi tercih ettikleri, ortaya çıkan bir diğer sonuçtur. Eğitim düzeyi lise olan ziyaretçilerin diğer eğitim düzeyine sahip ziyaretçilere göre bölgeyi coğrafi güzelliklerinden dolayı tercih ettikleri görülmektedir. Ayrıca eğitim düzeyi üniversite olan ziyaretçilerin de diğer eğitim düzeyine sahip ziyaretçilere göre bölgede çekilen film ya da televizyon dizilerinde gösterilen tarihi yapılardan ve çekimlerin yapıldıkları alanları merak etmeleri nedeniyle, Doğu Karadeniz Bölgesi'ni tercih ettiklerini sonucu ortaya çıkmıştır.

Doğu Karadeniz Bölgesi'nde turizmi canlandırmak ve etkinliğini artırmak için etkili bir tanıtım politikası izlenmelidir. Bölgenin sahip olduğu eşsiz güzelliklerin, yaylaların, tarihi mekânların içerisinde yer aldığı çalışmalarla tanıtım yapılmalı, imkânlar dâhilinde tüm kitle iletişim araçlarından yararlanılmalıdır. Bölgede yaz aylarında düzenlenen festival ve şenlikler yöre tanıtımında önemli bir unsur olarak değerlendirilmeli ve bu etkinliklerde yöreye özgü geleneksel kültürü temsil eden ürünlerin tanıtımı ve satışı için uygun ortam oluşturulmalıdır. Ülkenin tanıtımı açısından film veya televizyon dizileri çekmeleri konusunda yabancı yapımcıları teşvik etmelidir. Ayrıca Türk film ve dizilerinin sadece Türkiye'de izlenmediğini, geniş kitlelere ulaşmayı başaran ve ilgiyle takip edilen Türk yapımlarının yurtdışına da (birçok ülkeye) pazarlandığı bilinmektedir. Bu nedenle bu unsuru da dikkate alarak yapılan yapımlarda, bölgelerin turistik açıdan önem arz eden çekim yerleri film ya da televizyon dizilerinde dikkatlice işlenerek, hedef kitleye Türkiye'de ki turistik destinasyonlar hakkında mesajlar verilmelidir.

Gelecek çalışmalarda yabancı turistlerin Doğu Karadeniz Bölgesi'nde çekilen film ve ya televizyon dizilerinden etkilenip etkilenmedikleri, tatil karar verme sürecinde Doğu Karadeniz Bölgesini tercih etmelerinde film ve ya televizyon dizilerin rolünün olup olmadığı şeklinde bir çalışma yapıp irdelenebilir. Ayrıca film ve televizyon dizilerinin turizm hareketleri üzerindeki etkisi, yerel halk veya yabancı turistler



açısından başka bir çalışma olarak incelenebilir. Son olarak Doğu Karadeniz Bölgesi'nde çekilen film ve ya televizyon dizilerinden, filmin ya da dizinin çekildiği bölgelerde yaşayan yerel halk üzerinde olumlu ya da olumsuz nasıl etkilerinin olabileceği gibi çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- AKDU, Uğur ve AKIN, Mehmet Halit (2016). "Film ve Dizilerin Destinasyon Tercihine Etkileri", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt. 9, Sayı. 5, s: 1042-1052, ISSN: 1307-9581.
- ALTUNIŞIK, Remzi., COSKUN, Recai., BAYRAKTAROĞLU, Serkan., YILDIRIM, Engin (2004). *Sosyal Bilimlere Araştırma Yöntemleri*, Sakarya: Sakarya Kitapevi.
- ÇETİN, Turhan (2010). "Cumalıkızık Köyünde Kültürel Miras ve Turizm Algısı", *Millî Folklor*, Y:22, S:87, s: 181-190.
- ÇEVİK, Mehmet (2015). "Televizyon Dizileri Halk Hikâyelerinin Modern Şekli Midir?", *Millî Folklor*, Y:27, S: 106, s:34-46.
- DEMİRBULAT, Özge Gülü., OFLAZ, Musa., BUZLUKÇU, Cemali (2015). "Kırsal Yörelere Televizyon Dizilerinin Turizm Hareketleri Üzerindeki Etkisi (Sevdaluk Dizisi Örneği)", *I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends And Indicators*, Cilt. 1, s: 256-266.
- DİLBER, Fadime (2014). "Kitle İletişim Araçları ve Suç Olgusu", *Karamanoğlu Mehmetbey Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16 (Özel Sayı 1), s: 60-66, ISSN: 2147 - 7833.
- FROST, Warwick (2006). "From Backlot To Runaway Production: Exploring Location And Authenticity İn Film-Induced Tourism", *Working Paper*, s: 1-11. ISSN:1327-5216.
- HUDSON, Simon., RITCHIE, J.R.Brent (2006). "Film Tourism And Destination Marketing: The Case Of Captain Corelli's Mandolin", *Journal of Vacation Marketing*, Cilt. 12, Sayı. 3, s. 256-268.
- KINAY, Ömür. (2014). *Canlandırma Filmlerinde Engelli Karakter Kullanımı: V. Propp'a Göre 'Kayıp Balık Nemo' Filminin Çözümlemesi*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- KIRIK, Ali Murat ve Domaç, Abdullah (2014). "Sosyal Medya Üzerinden Televizyon Reyting Ölçümlerinin Analizi: Twitter Örneği", *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl. 2, Sayı. 5, s: 414-430.
- KULİYEVA, Vilena (2012). *Film Turizmi: Destinasyonların Pazarlanmasında Filmlerin Rolü*, Yüksek Lisans Tezi, İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- NUROĞLU, Elif (2013). "Dizi Turizmi: Orta Doğu Ve Balkanlar'dan Gelen Turistlerin Türkiye'yi Ziyaret Kararında Türk Dizileri Ne Kadar Etkili?", *5. Uluslararası İstanbul İktisatçılar Zirvesi, Küresel ve Bölgesel Değişim Sürecinde Yeni Türkiye'nin Ekonomik Vizyonu*, İstanbul / Türkiye. 31 Ekim-1 Kasım 2013, ss.1-13.
- OĞUZ, Gürsel Yaktıl (2005). "Tv Dizileri ve Kültürel İletilerin Yayılma Süreci Türk Televizyon Tarihinde Bir Fenomen: Bizimkiler Dizisi", *Kurgu Dergisi*, S. 21, s. 169-182.
- ÖNEREN, Melahat (2013). "İmaj Yönetimi ve Tv Dizi Seyircileri Üzerindeki Etkileri", *Karamanoğlu Mehmetbey Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (15) 24, s. 75-85, ISSN: 1309-9132.
- ÖZDEL, Gizem (2014). "Sinema Filmlerindeki Sanatsal Temalar Aracılığıyla Modern Kentlerin Pazarlanması", *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC*, Cilt. 4, Sayı. 3, s. 29-39.
- ÖZDEMİR GÜZEL Serap ve AKTAŞ Gürhan (2016). "Türk Televizyon Dizilerinin Destinasyon İmajına ve Seyahat Etme Eğilimine Etkisi: Atina Örneği", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt.27, s.111-124, ISSN: 1300-4220
- SAVAŞ, Gökhan (2004). "Kitle İletişim Araçlarına Eleştirel Bir Yaklaşım", *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, Cilt. 1, Sayı. 1, s. 1-5, ISSN: 1303-5134.
- SOYDAN, Ersoy ve ALPASLAN, Nuray (2014). "Medyanın Doğal Afetlerdeki İşlevi", *İstanbul Journal of Social Sciences*, S. 7, s. 53-64, ISSN: 2147-3390.
- ŞAHBAZ, Ramazan Pars ve KILIÇLAR, Arzu (2009). "Filmlerin ve Televizyon Dizilerinin Destinasyon İmajına Etkileri", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, Cilt.1, Sayı.1, s. 31-52.
- ŞAHİN, Birsen., POYRAZ Tuğça., ÖKTEM Pınar ve ŞİMŞEK Ayşe (2003). "Bir Popüler Kültür Ürünü Olarak Asmalı Konak Dizisinin Yöre Turizmine Etkisi", *Hacettepe Üniversitesi Sosyoloji Bölümü e-dergisi*, <http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/makaleler/asmalimakale.pdf>
- ŞEKER, N. Tülay (2016). "Türkiye'de Televizyon Yayıncılığında Eğlencenin Egemenliği", *Trt Akademi*, Cilt. 1, Sayı. 1, s. 32-49, ISSN 2149-9446.
- TORLAK, Melih (2015). "Marka Şehir Oluşturma ve Bursa Şehrinin Markalaşması İçin Yol Haritası", *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, Cilt. 7, Sayı. 2, s. 47-93.
- URAL, Ayhan ve KILIÇ, İbrahim (2005). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*, Ankara: Detay Yayıncılık, 1.Baskı.
- YALÇIN, Bilal (2015). "Film Şehri Nedir, Nasıl Olunur?", *16. Ulusal Turizm Kongresi*, 16. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, s. 489-500, ISBN : 978-605-9189-27-9.
- YANMAZ, Pınar (2006). *Turizm Tanıtımında Sinemanın Rolü*, Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- YILMAZ, Hakan ve YOLAL, Medet (2008). "Film Turizmi: Destinasyonların Pazarlanmasında Filmlerin Rolü", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt. 8, Sayı. 1, s.175-192.
- YILMAZ, Hakan ve YÜKSEL, Nesrin Aysun (2015). "Gastronomi Kültürünün Pazarlanmasında Filmlerin Rolü: Fransız ve İtalyan Mutfağına Yönelik Bir İnceleme", *16. Ulusal Turizm Kongresi*, 16. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, s. 1412-1427, ISBN: 978-605-9189-27-9.