

Kırsal destinasyon bölgelerinde yerel halkın turizm farkındalığı: Divriği örneği

Tourism awareness of local people in rural destination regions: The example of Divriği

Figen Arslan Koçkaya¹ 

Öz

Türkiye’de turizm endüstrisinin sosyal, kültürel, politik ve ekonomik faktörler üzerinde birçok etkisi bulunmaktadır. Bu etkiler, özellikle kırsal destinasyon bölgelerinde yaşayan yerel halkın turizm farkındalığı ve turizm bilincine göre şekillenmektedir. Destinasyon bölgelerinde bulunan yerel halkın turizm sektöründen ekonomik kazanç elde etmesi, yaşadığı destinasyon alanının önemini kavraması ve koruma bilincini geliştirmesi halkın turizm farkındalığına sahip olması ile yakından ilgilidir. Bu çalışmada, Sivas’ın Divriği ilçesinde yaşayan yerel halkın turizm farkındalığının belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada yöntem olarak nitel araştırma yöntemlerinden görüşme yaklaşımı kullanılmıştır. Çalışma, Sivas ili Divriği ilçesinde ikamet eden kişilerle yürütülmüştür. Yerel halkın “turizm” in tanımına ve turizm algısına yönelik ifadeleri incelendiğinde katılımcıların “turizm” kelimesinin tanımına ve “turizm algısına” dair düşüncelerini kapsayan bulgulara rastlanmıştır. Yerel halkın Divriği özelinde sahip olduğu turizm algısı ve turizm bilincine yönelik bulgular farklı kategorilerde sınıflandırılmıştır. Bu kategoriler sayesinde yerel halk için Divriği’deki turizmin önemi, Divriği’deki turistik konaklama imkanlarına yönelik görüşleri ve yerel halkın turizm aracılığı ile gelir elde edebileceği ürünlere yönelik görüş ve önerileri olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda katılımcıların Divriği’ye ait yöresel ürünlere, önemli tarihi değerlere ve Divriği’nin Sivas’ın diğer ilçelerinden farklı özellikleri olduğuna dair görüşlerini içeren bulgulara da rastlanmıştır. Bu kategoriler kullanılarak yerel halk için turizmin önemi ve turistik konaklama tesislerinin sorunlarına ilişkin görüş ve tavsiyelere, ayrıca yerel halka ekonomik değer yaratacak turistik ürün ve hizmetlere yönelik fikir ve önerilere de yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Kırsal Turizm, Turizm Farkındalığı, Turizm Pazarlaması

Jel Kodları: L83, R11, Z3, Z33

Abstract

The tourism industry in Turkey has many social, cultural, political, and economic effects. These effects are shaped by the local people’s tourism awareness and consciousness, especially in rural destination regions. The financial gain of the local people in the destination regions from the tourism sector, their understanding of the importance of the destination area they live in and the development of conservation awareness are closely related to the people having tourism awareness. This study aimed to determine the tourism awareness of the local people living in the Divriği district of Sivas. The interview approach, one of the qualitative research methods, was used. The study was conducted with people residing in the Divriği district of Sivas province. When the local people’s statements regarding the definition of "tourism" and their perception of tourism were examined, findings covering the participants’ thoughts on the meaning of the words "tourism" and "perception of tourism" were encountered. The findings regarding the tourism perception and awareness of the local people in Divriği were classified into different categories. With these categories, it was determined that the importance of tourism in Divriği for the local people, the views on tourist accommodation opportunities in Divriği, and the views and suggestions of the local people on products that can generate income through tourism were found. At the same time, findings included the participants’ views on the local products of Divriği, important historical values, and the different characteristics of Divriği from other districts of Sivas. These categories included opinions and suggestions on the importance of tourism for the local people and the problems of tourist accommodation facilities, as well as ideas and suggestions on tourist products and services that will create economic value for the local people.

Keywords: Tourism, Rural Tourism, Tourism Awareness, Tourism Marketing

Jel Codes: L83, R11, Z3, Z33

¹ Dr. Öğretim Üyesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sivas, Türkiye,
figenarslankockaya@cumhuriyet.edu.tr

ORCID: 0000-0002-7207-3247

Başvuru/Submitted: 1/01/2025

Revizyon/ Revised: 5/02/2025

Kabul/Accepted: 15/02/2025

Yayın/Online Published: 25/03/2025

Atıf/Citation: Arslan Koçkaya, F., Kırsal destinasyon bölgelerinde yerel halkın turizm farkındalığı: Divriği örneği, tujom (2025) 10 (1): 1-26 doi: <https://doi.org/10.30685/tujom.v10i1.208>

Extended Abstract

Tourism awareness of local people in rural destination regions: The example of Divriği

Literature

Research subject

There is a significant coordination and communication gap within the decision-making institutions' organisations in local communities. This communication and coordination gap not only increases the information gap between local people and decision-making institutions but also accelerates the isolation of local people from the tourism development process (Butler and Hinch, 2007). In addition, scientific studies confirm that recreational opportunities and the revitalisation of tourist facilities in local destination areas contribute positively to the balance of payments and are seen as a way to eliminate development inequalities between regions (Mathieson and Wall, 1982).

Research purpose and importance

This research aims to determine the tourism awareness levels of the local people in the Divriği district of Sivas and to reveal the benefits it will provide to regional development. In addition, by including local people in the education, research, and strategy development processes related to tourism, they are given the opportunity to be informed about the benefits and positive outcomes of tourism activities. In this way, local people are believed to be better equipped to determine regional tourism strategies.

Contribution of the article to the literature

This research also aims to reveal that the increasing dependence and support for rural tourism in Divriği district is based on several perceived benefits and that developing rural tourism can be a potential solution to many problems faced by rural areas of Divriği, including economic growth, socio-cultural development, protection of the natural and historical environment, and development of infrastructure.

Design and method

Research type

In this research, which aims to investigate the impact of tourism awareness on local tourism activities, the interview form approach, a qualitative research method, was employed. This type of research is a data collection method based on one-to-one interviews (Yıldırım and Şimşek, (1999). In simple random sampling, each element that forms the universe has an equal chance of entering the sample. Therefore, the weight ratio given to each component of the calculations is the same (Arıkan, 2005). For this reason, it is seen that the research is suitable for the sampling method. This study was conducted among individuals residing in the Divriği district of Sivas Province. The research universe comprises district residents, business owners, local administrators and non-governmental organisation managers residing in Divriği. A simple random sampling method was employed in the research, and face-to-face interviews were conducted with 25 individuals deemed suitable for the sample using a semi-structured interview form.

Research problems

Data collection method

The study's dataset consists of participant statements collected through face-to-face interviews conducted using semi-structured interview forms. The semi-structured interview technique allows participants to express their thoughts, feelings and experiences on a specific topic in depth (Patton, 2002). This method allows the researcher to proceed within a particular framework. It enables the creation of a rich and in-depth dataset based on the spontaneous statements of participants (Creswell, 2013). The raw data obtained from the interviews conducted within the scope of the study were carefully deciphered without being separated from their context and turned into the final dataset. During the deciphering process, efforts were made to preserve the integrity of the meaning in the participant statements and to reflect the nature of the data obtained.

Quantitative/qualitative analysis

In this research, which aims to investigate the impact of tourism awareness on local tourism activities, the interview form approach, a qualitative research method, was employed. This type of research is a data collection method based on one-to-one interviews (Yıldırım and Şimşek, (1999). The deciphered data set was transferred to MaxQDA Analytics PRO 2024 software, a tool frequently used in qualitative data analysis processes, and the analysis was carried out systematically through this software. Qualitative analysis software comprehensively supports researchers in coding, organising and visualising data in the research process (Kuckartz and Rädiker, 2019). It is especially suitable for managing and analysing large-scale datasets and stands out as a tool that enhances the reliability and validity of the research.

Research model

Research hypotheses

Findings and discussion

A total of 4 themes were identified during the research analysis process. These themes are "Local People's Perception and Definitions of Tourism", "Local People's Tourism Awareness Specific to Divriği", "Local People's Perceptions towards Tourism Promotion of Divriği", and "Suggestions for Tourism Development in Divriği". Of these themes, there are a total of six categories under the theme of "Local People's Tourism Awareness Specific to Divriği." These categories are "Importance of Tourism for Divriği", "Important Tourism Values of Divriği", "Local Products of Divriği", "Different Characteristics of Divriği from Other Districts", "Accommodation Adequacy of Divriği" and "Products that Can Generate Income for Local People". There are two

categories under the theme of "Local People's Perceptions towards Tourism Promotion in Divriği." These categories are "Recommendations for Tourism Promotion" and "Local People's Perceptions of Competence for Tourism Promotion".

Findings as a result of the analysis

In the research analysis process, findings were obtained regarding the awareness levels of the local people towards tourism, their views on tourism, their knowledge of regional tourism elements, and their suggestions for the development of tourism in the region. When the findings regarding the perceptions of tourism and the definitions of local people were examined, various views of the participants were obtained. Findings were determined regarding what tourism means to the participants and their perceptions of tourism.

Hypothesis test results

Discussing the findings with the literature

Conclusion, recommendation and limitations

Results of the article

When the participants' statements regarding the adequacy of tourism promotion activities in Divriği were examined, it was seen that they found these activities insufficient. At the same time, the participants stated that the tourists who came by already researching and knowing the region. When the participants' statements regarding the national and international promotion of Divriği were examined, it was seen that they made suggestions for promotion channels such as social media, advertisements, posters and brochures, traditional media and conferences. In addition, the participants also had views on receiving support for the promotion of Divriği from state institutions, businesspeople from Divriği or their fellow citizens outside the district. The participants' suggestions regarding tourism development in Divriği were classified, and various findings were obtained. When the statements were examined, the participants expressed their views on the development of accommodation and food and beverage services for tourists. Suggestions regarding the transportation problems and infrastructure of Divriği were encountered in the statements. There were also views on the awareness of the local people and tradespeople about tourism and the need to use the tourism opportunities they have. Participants also suggested developing tourist guide services, cooperating with tourism agencies, establishing an association for tourism, and establishing tourism offices. Suggestions such as increasing advertising activities and promotions for tourism development are also among the findings.

Suggestions based on results

Today, it is possible for destinations to make their tourism activities more efficient with sustainable tourism. However, the concept of sustainability also includes the concepts of education and awareness. The awareness of the people of the district of the tourism values they have and the preservation and passing of these values on to future generations will only be possible with widespread tourism education.

Within the scope of tourism marketing, it is seen that some destination regions have developed "tourism brand", "brand city", and "tourism village" strategies. Thus, they are trying to exist in the international tourism market. Branding their products or services is an important marketing strategy for companies in national and international commercial markets. In this respect, Divriği can also be included in becoming a "brand city" with the activities to be carried out jointly by public institutions and private enterprises. For the branding activities to reach a conclusion and be established on solid ground, the authorities must supervise the process, and the negativities must be discussed and concluded.

Divriği's destination neighbours are Kemaliye and Arapkir regions. Divriği is the main centre, and Kemaliye-Divriği-Arapkir destinations should be evaluated in terms of tourism and create a destination corridor. Extending the tourism route within the destination and increasing travel destinations can be an advantage for tourism consumers.

The region's architectural culture should be considered when constructing or restoring accommodation facilities in the area. It should not be forgotten that for tourism consumers, the extraordinary rather than the routine attracts more attention.

Geographically, Divriği is located far from both Sivas, to which it is affiliated, and its close neighbours Erzincan and Malatya. Transportation is of vital importance in the tourism sector. Activities to be carried out to ensure that transportation is carried out in healthy conditions will directly affect the development of the district's tourism.

Çaltı water is an essential value of Divriği. The flow rate of Çaltı water increases according to the season, making it suitable for sports activities of adrenaline enthusiasts. Various sports activities, especially rafting, can be carried out by establishing appropriate infrastructure facilities.

Divriği honey and Divriği dry clotted cream should be registered within the scope of geographical indication. The sale of these food products with geographical indication can contribute to the local economy.

Limitations of the article

There are also limitations to the research. The fact that the sample only included the local people of Divriği, difficulties in obtaining interview permission, hesitations in expressing opinions and time constraints are among the most critical limitations of the research.

Giriş

Son birkaç yıldır kırsal turizm, kırsal alanların ekonomik faydalarını artırmaya yönelik bir ilaç olarak düşünülmektedir. Kırsal turizmi geliştirmenin ana odak noktalarından biri yerel toplulukların turizm faaliyetlerine katılımlarını teşvik etmektir. Turizmin gelişiminde toplum katılımının rolü, özellikle Murphy'nin 1985 yılında "toplum katılımı" kavramını ilk kez ortaya koymasından bu yana araştırmacılar ve planlamacılar tarafından geniş çapta incelenmiştir (Lekota, 2014). Bu incelemelerle, turizmin gelişmesinde toplum katılımının etkinliğinin, toplumun turizm konusuna ilişkin algılanan farkındalığı da dahil olmak üzere bir dizi faaliyete bağlı olduğu ortaya çıkmaktadır (Michael, 2009). Turizmin büyüme aşamasında olduğu bazı bölgelerde yürütülen araştırmalarda yerel toplulukların turizm konusunda bilinçli oldukları görülmüştür. De Katd'a (1979) göre, turizm ve toplum bağlamında ev sahibi ve misafir karşılaşmaları üç noktada gerçekleşir. Bunlar:

1. Turistlerin ev sahibinden mal ve hizmet satın aldığı yerler ve durumlar,
2. Turistlerin ve ev sahiplerinin aynı anda kullandıkları veya işgal ettikleri yerler ve durumlar,
3. Bir araya gelip bilgi, görüş ve fikirlerini paylaştıkları durumlardır.

Ratz'ın (2002) belirttiği gibi son bağlam ilk ikisinden daha az yaygındır ve turizm literatüründe ev sahibi ve misafir ilişkileri genellikle ev sahibi bölgenin ihtiyaçlarından, algılarından ve değerlerinden ziyade turistlerin ve turizm endüstrisinin ihtiyaçlarının belirlediği eşitsiz durumlar olarak gerçekleşir. Turizm ev sahibi topluluklara sosyal ve kültürel açıdan fayda sağlasa da güç ilişkileri, genellikle turizm-toplum bağlamında konukların ve endüstrinin lehinedir (Britton, 1991). Dolayısıyla, topluluk perspektifinden bakıldığında turizmin gelişimi değer yapılarında, geleneklerde ve davranış kalıplarında kabul edilemez değişimlere yol açabilmektedir (Milne ve Ateljevic, 2001).

Genel olarak toplum temelli turizm, yerel topluluk üyelerinin, turizmin gelişmesinde kullanılan turizm faaliyetleri, uygulamaları, sosyal-kültürel ve doğal kaynaklar üzerinde mülkiyet sahibi olmasını veya en azından bunlar üzerinde yüksek derecede kontrol sahibi olmasını amaçlamaktadır (Scheyvens, 2002).

Telfer ve Sharpley (2007)'e göre "toplum temelli" turizmin iki temel amacı vardır. Birincisi, yerel kültürler, kimliklere, geleneklere ve mirasa saygı duymaktır. Bu doğrultuda turizmin üretim ve arz yönüne vurgu yapılırken dolaylı olarak da pazar bölümlendirmesi ve turizm işletmecisi tarafından belirlenen tüketim ve talep konularına da atıfta bulunur. İkincisi, turizm faaliyetleri sosyal olarak sürdürülebilir olmalıdır. Turizm faaliyetlerine katılım, sosyal ve ekonomik faydalarının yanı sıra kalkınmanın yerel kontrolünü de ele alma anlamına gelmektedir (Telfer ve Sharpley, 2007). Yerel kontrolü ele almak ise, yerel halkın turizmle ilgili planlama faaliyetlerine katılım oranına, işbirlikçi bir yerel yönetimi tercih etmelerine, turizm iletişimini güçlendirme isteklerine, arazi ve diğer turizm kaynaklarını kiralama sistemine ortak olmaya ya da mülkiyetini satın almaya veya bunların tamamından oluşan kombinasyona dahil olmaya yol açmaktadır (Jamal ve Stronza, 2009). Karar alma ve mülkiyet üzerinde oluşan bu kontrol sistemi yerel halkın turizm faaliyetlerine katılımına dayanmaktadır. Bu doğrultuda planlanan bir turizm faaliyetinden istenilen sonuç, yerel halkın doğrudan faydalanacağı, gelir ve istihdam ile iyileştirilmiş bir kamu altyapısı, artırılmış sosyal ve teknik hizmetler, çevresel ve kentsel gelişmişlik düzeyi gibi turizmin ekonomik faydalarından önemli derecede pay almasının sağlanmasıdır (Stronza, 2007). Ancak "yerel kontrol" de amaç sadece maddi kazanımlar, kaynak kullanımı veya doğrudan elde edilen faydalar değil, aynı zamanda yerel halkın turizm faaliyetlerinde nasıl kullanıldığı, turizm açısından toplumun nasıl bilinçlendirildiği ve yerel halkın "turistik çekicilik" olgusuna ne derece katkı sağladığının ortaya konulmasıdır (Dann, 1996).

Turizm faaliyetlerinde kullanılan farkındalık programlarında, yapılması planlanan turizm tipinin özellikleri, sağladığı faydalar, kalkınma perspektifleri, yeni projeler, iş ve istihdam fırsatları gibi konular üzerinde durulmaktadır (Dowell, 2009). Herhangi bir yerel topluluk için farkındalık geliştirme programında dört temel soru üzerinde durur:

1. Yerel turizm faaliyetlerinde kullanılabilir olumlu turizm destinasyonları nelerdir?
2. Turizm faaliyetleri planlamasında hangi konularda yerel halka danışılmalıdır?

3. Turizm faaliyetleri kapsamında hangi tür yardımlar yapılmalı ve bu yardımlar kimlere sunulmalıdır?

4. Bölgeyi ziyaret eden turistlerin profilleri nasıldır?

Toplum temelli turizm, genellikle yoksul kırsal toplulukların geleneksel yollardan elde ettikleri gelirlerini yükselten ve yoksulluğu azaltan bir yol olarak düşünülmektedir. Ancak yerel halkın toplum temelli turizmden yararlanabilmesi için turizm konusunda yeterince bilinçli ve bilgili olması da gerekmektedir.

Yerel toplumlarda, karar verici kurumların kendi organizasyonları içinde koordinasyon ve iletişim boşluğu bulunmaktadır. Bu iletişim ve koordinasyon boşluğu, sadece yerel halk ile karar verici kurumlar arasındaki bilgi kopukluğunu derinleştirmekle kalmayıp, aynı zamanda yerel halkın turizmi geliştirme sürecinden izole edilmesini de hızlandırmaktadır (Butler ve Hinch, 2007). Ayrıca, yapılan bilimsel çalışmalar, yerel destinasyonlardaki rekreasyon fırsatlarını kullanarak turistik tesislerin canlandırılmasının ödemeler dengesine olumlu katkılar sağladığını göstermektedir. Bu durum, bölgeler arasındaki kalkınma eşitsizliklerini gidermenin bir yolu olarak da düşünülmüştür (Mahtieson ve Wall, 1982).

Literatür taraması

Timothy 2000 yılında yaptığı “Gelişmekte Olan Bir Ülke Destinasyonunda Turizme İlişkin Topluluk Farkındalığı Oluşturma” isimli çalışmasında destinasyon topluluğu için farkındalık eğitiminin önemini ele almıştır. Çalışmada mesleki, girişimcilik ve genel topluluk farkındalığı eğitiminin, gelişmekte olan turizm destinasyonunda nasıl sonuç verdiğini araştırmıştır. Çalışma, yerel halkı eğitmek adına mesleki eğitime ek olarak, girişimcilik eğitiminin de yaygın halde kullanıldığını göstermiştir. Ayrıca, girişimci çabaları ve kamu farkındalığı arttıkça, yerel halkın turizmin gelişimine katkı sağlamada daha faydalı olacağını ileri sürmüştür (Timothy, 2000).

Saarinen ve Niskala (2009) yaptığı “Yerel turizm farkındalığı: Namibya'daki Katutura ve King Nehale Koruma Alanı'ndaki topluluk görüşleri” isimli çalışmasında Namibya'daki Windhoek'teki Katutura ve King Nehale Koruma alanında yaşayan yerel toplulukların turizmle ilgili görüşlerini ve yerel turizm farkındalığını ele almıştır. Güney Afrika'da çevresel ve marjinal kırsal ve kentsel topluluklarda turizm bilinçlendirme faaliyetlerinin, turizmin gelişiminin bir sonucu olmasından ziyade, turizmin bir aracı olabileceği sonucuna varmıştır (Saarinen, 2010).

Trajkov ve Kostoski (2011) yaptıkları “Yerel Sakinlerin Ohrid'in Kültürel Turizm Potansiyeli Hakkındaki Farkındalığı” isimli çalışmalarında yerel halkın Ohri'nin kültürel mirasının farkında olup olmadıklarını ve Ohri'nin kültürel potansiyelini “turistik bir marka” olarak tanıyıp tanımadıklarını incelemişlerdir (Trajkov ve Kostoski, 2011)

Sihombing, Gunawijaya ve Akbar'ın (2017) “Yerel Turizm Farkındalığı ve Bilgisi: Wanayasa'daki Topluluk Görüşleri” başlıklı çalışmalarında yerel toplulukların turizmdeki rolüne ilişkin algılanan farkındalığın sürdürülebilir turizm ilkelerini etkilediğini tespit etmişlerdir (Sihombing, 2017).

Sihombing ve arkadaşları (2019) “Toplum Turizmi Farkındalığının Endonezya'nın Kuzey Tapanuli Bölgesindeki Turizm Gelişimi ve Bölgesel Gelişime Karşı Etkisi” üzerine bir çalışma yapmışlar ve bu çalışma ile yerel toplumun turizm farkındalığının Kuzey Tapanuli Regency'deki turizm gelişimi üzerinde olumlu ve önemli bir etkisi olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca hükümetin, Lake Toba Turizm Alanının Gelişimi için uygulanan turizm projelerini desteklemek adına, toplumun turizm farkındalığını artıracak programlar yürütmesi gerektiği sonucuna varmışlardır (Sihombing vd., 2019).

Bal ve Dilek (2024) “Yerel Halkın Kültürel Mirasa Yönelik Farkındalık Düzeyi: Diyarbakır İli Örneği” isimli bir araştırma yapmışlar ve bu araştırma sonucunda Diyarbakır da yaşayan yerel halkın kültürel miras öğelerine ilişkin farkındalık düzeylerinin düşük olduğunu ayrıca, farklı demografik özelliklere sahip topluluklar arasında da ayırım bulunduğunu ortaya koymuşlardır (Bal ve Dilek, 2021).

Ghaderi ve arkadaşları (2022) “Turizm yoluyla toplumsal çevre bilincinin artırılması, korumaya katılım ve geçim kaynaklarının iyileştirilmesi” konulu bir araştırma yapmışlardır. Bu araştırma ile yerel topluluk üyelerinin, yerel yetkililerin ve sivil toplum kuruluşlarının derinlemesine analizi sağlanmıştır. Yapılan analiz ile toplumun sosyo-kültürel yapısındaki değişimin, onların turizm değerlerini koruma

bilincini önemli ölçüde yükselttiği ve doğal ve kültürel mirasın korunmasına aktif katılımlarını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Ghaderi vd., 2022).

Husin ve Sari (2023) "Burai Turizm Köyü Topluluğunun Ekonomik Kalkınmasında Turizm Farkındalığı Grubunun Rolü" çalışmalarında Burai Köyü'ndeki turizm farkındalık grubunun, turizm gelişiminde hükümetin bir ortağı haline geldiğini, turizm farkındalık grubunun toplum için iş fırsatları ve istihdam fırsatları sağlayabildiğini göstermişlerdir (Husin ve Sari, 2023).

Dilek ve Koyun 2024 yılında gerçekleştirdikleri "Yerel Halkın Kültürel Miras Unsurlarının Turizme Kazandırılmasına İlişkin Bakış Açısı: Savur-Dereiçi Örneği" isimli çalışmalarında koruma altındaki Mardin ili Savur ilçesi Dereiçi Köyünde yaşayan yerel halkın turizm sektörüne yönelik düşüncelerini ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel faktörlere göre değerlendirilmişlerdir. Analiz sonucunda gerek incelenen boyutlar açısından gerekse demografik değişkenler açısından istatistiki yönden anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Ayrıca her üç faktörün ortalamaları üzerinden yapılan incelemelerde ise yerel halkın turizmin gelişmesine yönelik olumlu düşüncelere sahip olduğu görülmüştür (Dilek ve Koyun, 2024).

Çınar ve arkadaşları 2024 yılında "Kültür Turizminin Gelişiminde Kültürel Etkinliklerin Önemi: Yerel Halkın Kültürel Etkinlik Farkındalığı Üzerine Bir Araştırma" isimli çalışmalarında Konya'da düzenlenen turizm etkinliklerin sosyal bağı güçlendirme konusunda olumlu katkıları olduğunu tespit etmişlerdir. Buna karşın etkinliklerin, aşırı kalabalık ve etkinlik sonunda trafik sorunu şeklinde olumsuz sonuçlar doğurduğu da görülmüştür. Ayrıca, çalışma ile yerel halkın ve turistlerin kültürel etkinliklere katılımını artırma, farkındalığı geliştirme ve sürdürülebilir turizmi destekleme konusunda önerilerde buldukları da belirtilmiştir (Çınar, Bal ve Kavacık, 2024).

Araştırmanın amacı

Bu araştırmanın amacı, Sivas'ın Divriği ilçesinde bulunan yerel halkın turizm farkındalık düzeylerinin belirlenerek bölgesel kalkınmaya sağlayacağı faydaların ortaya konulmasıdır. Ayrıca, turizmle ilgili eğitim, araştırma ve strateji geliştirme süreçlerine yerel halkın da dahil edilerek, onların da turizm faaliyetlerinin yararları ve olumlu sonuçları hakkında bilgilenmelerine fırsat tanınmasıdır. Bu sayede yerel halkın bölgesel turizm stratejilerinin belirlenmesi aşamasına hazırlıklı olacakları düşünülmektedir. Bununla birlikte, sosyal bir olgu olan turizmi, daha geniş bir bağlamda ve eleştirel bir bakış açısıyla ele alan yerel turizm farkındalığı ile Divriği halkına, turizm konusunda, kendi kaderlerini tayin etme becerisinin de kazandırılması hedeflenmektedir. Yerel halkın turizm farkındalık düzeyi başarılı yerli turizm faaliyetlerinin bir unsuru olarak kabul edilmektedir. Ne yazık ki, çoğu yerel turizm programı yerli halkın inançlarına, kültürlerine ve yaşayış biçimlerine dair çok az bilgi içermektedir. Araştırmanın amaçlarından biri de Divriği halkının turizm farkındalığı kapsamında gündelik hayatın rutinlerinden olan geleneksel el sanatları, kültürel seremoniler ve yöresel yemek kültürünün ortaya konulmasıdır.

Yine bu araştırma ile, Divriği ilçesinde kırsal turizm faaliyetlerine duyulan ihtiyacın ve desteğin bir dizi algılanan faydaya dayandığı düşünülmektedir. Ayrıca, kırsal turizmi geliştirme faaliyetlerinin, ekonomik büyüme de dahil olmak üzere Divriği'nin sosyal-kültürel kalkınma, doğal ve tarihi çevrenin korunması ve altyapısının geliştirilmesi gibi, bu tür bölgelerin karşılaştığı birçok soruna potansiyel çözüm olabileceğinin ortaya konulması da çalışmanın amaçları arasında yer almaktadır.

Araştırmanın yöntemi

Kırsal destinasyon bölgelerinde yerel halkın turizm farkındalığını incelemeyi amaçlayan bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden "görüşme yaklaşımı" kullanılmıştır. Bu araştırma türü birebir görüşmelere dayanan bir veri toplama şeklidir (Yıldırım ve Şimşek, 1999). Basit tesadüfi örneklemede evreni oluşturan her elemanın örneğe girme şansı eşittir. Dolayısı ile hesaplamalarda her elemana verilecek ağırlık oranı aynıdır (Arıkan, 2005). Bu sebeple araştırmanın örneklem yöntemine uygun olduğu görülmektedir. Bu çalışma, Sivas ili Divriği ilçesinde ikamet eden kişilerle yürütülmüştür. Araştırma evrenini Divriği'de ikamet eden ilçe sakinleri, işletme sahipleri, yerel yöneticiler ve sivil toplum kuruluşu yöneticileri oluşturmaktadır. Araştırmada basit tesadüfi örneklem yöntemi seçilmiş ve örneklem için uygun bulunan 25 kişi ile yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Literatürde var olan varsayımlar görüşmede kullanılacak sorulara dönüştürülmüştür. Sorular hazırlanırken araştırma konusuna uygunluk da dikkate alınmış ve bu konuda uzman kişilerin görüşlerine danışılmıştır. Görüşme boyunca sorulacak sorular bu alanda uzman araştırmacıların görüşleri doğrultusunda hazırlanmıştır. Sorular araştırmacı tarafından katılımcılara yöneltilmiş ve görüşmeler yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Görüşmede, katılımcıların düşünce ve beklentilerine ışık tutacak açık uçlu sorular sorulmuştur. Katılımcılardan alınan görüş ve beklentiler ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmış, katılımcılara mülakat öncesinde bu kayıtların gizliliği ile ilgili gerekli açıklamalar yapılmış ve seslerinin kaydedilmesine dair katılımcılardan izin alınmıştır.

Görüşmeler sonucunda katılımcılardan toplanan verilerin analizinde “betimsel analiz tekniği” kullanılmıştır. Bu analiz tekniğinde farklı görüşmecilerin aynı soruya dair farklı düşünceleri müdahale edilmeden aktarılır. İçerik analizine kıyasla betimsel analiz tekniği daha yüzeyseldir ve toplanan veriler katılımcıların aktardığı haliyle alıntılanır. Betimsel analiz tekniğinin dört aşaması bulunmaktadır (Altunışık vd., 2010). Bunlar:

1. Betimsel analiz çerçevesi oluşturma,
2. Tematik çerçeveye göre verilerin işlenmesi,
3. Bulguların tanımlanması,
4. Bulguların yorumu.

Görüşmede toplanan ses kayıtlarının uzman denetimi altında deşifreleri yapılmış ve deşifreler ile analiz için kod ve temalar geliştirilmiştir. Ayrıca verilerin güvenilirliği ve geçerliliğinin kontrolü adına, elde edilen deşifreler detaylı bir incelemeden geçmiş, görüşmecilerin cevapları ile teyit edilmiştir. Araştırmanın güvenilirliği açısından görüşmecilerden elde edilen görüş ve düşünceler aynen aktarılmıştır. Araştırmada kullanılan dokümanlar ve ses kayıtları güven altında saklı bulunmaktadır.

Verilerin analizi

Araştırmanın veri setini yarı yapılandırılmış görüşme formları aracılığıyla gerçekleştirilen yüz yüze görüşmelerden elde edilen katılımcı ifadeleri oluşturmaktadır. Yarı yapılandırılmış görüşme formu ile katılımcıların belirli bir konuya ilişkin düşüncelerini, duygularını ve deneyimlerini derinlemesine ifade etmelerine olanak tanımaktadır (Patton, 2002). Bu yöntem hem araştırmacıya belirli bir rehber çerçevesinde ilerleme fırsatı sunmakta, hem de katılımcıların spontane ifadeleriyle zengin ve derinlemesine bir veri seti oluşturulmasını sağlamaktadır (Creswell, 2013). Araştırma kapsamında yürütülen görüşmelerden elde edilen ham veriler bağlamlarından koparılmadan özenle deşifre edilmiş ve nihai veri seti haline getirilmiştir. Deşifre işlemi sırasında katılımcı ifadelerindeki anlam bütünlüğünü korumaya ve elde edilen verinin doğasını yansıtmaya çalışılmıştır.

Deşifre edilen veri seti nitel veri analiz süreçlerinde sıklıkla kullanılan MaxQDA Analytics PRO 2024 yazılımına aktarılmış ve analiz süreci bu yazılım üzerinden sistematik bir şekilde gerçekleştirilmiştir. Nitel analiz yazılımları, araştırma sürecinde verilerin kodlanması, düzenlenmesi ve görselleştirilmesi aşamalarında araştırmacılara kapsamlı bir destek sunmaktadır (Kuckartz ve Rädiker, 2019). Özellikle büyük ölçekli veri setlerinin yönetimi ve analizi için bu yazılımlar tercih edilmekte ve araştırmanın güvenilirliğini ve geçerliliğini artıran bir araç olarak öne çıkmaktadır.

Analiz sürecinde betimsel analiz tekniği kullanılmış ve bu tekniğin aşamaları doğrultusunda veri seti sistematik olarak işlenmiştir. Betimsel analiz, araştırmacının verileri tematik bir çerçeveye oturtarak yorumlamasına ve bulguları belirli bir düzen içinde sunmasına olanak tanımaktadır (Elo ve Kyngäs, 2008). İlk aşamada araştırmanın amacı ve araştırma problemleri doğrultusunda görüşme formlarında yer alan sorular temel alınarak bir çerçeve oluşturulmuştur. Bu çerçeve kapsamında belirlenen temalar ve kategoriler araştırmanın amaçlarını yansıtan bir düzen içinde yapılandırılmıştır.

Verilerin işlenmesi aşamasında tümevarımsal bir yaklaşım benimsenmiş ve katılımcı ifadelerinden keşfedilen kodlar, temalar ve kategoriler doğrultusunda organize edilmiştir. Tümevarımsal yaklaşım verinin doğal akışından yola çıkarak yeni kavramların ve temaların geliştirilmesine olanak tanıyan bir yöntemdir (Thomas, 2006). Bu süreçte hem açık hem de örtük anlamlar dikkatle analiz edilmiş ve katılımcıların ifadelerindeki derinlik ve zenginlik açığa çıkarılmıştır. Keşfedilen kodlar önceden belirlenmiş betimsel analiz çerçevesi doğrultusunda sınıflandırılmış ve düzenlenmiştir. Elde edilen

bulgular hem görsel hem de metinsel olarak betimlenmiş ve tablo ve diyagramlar kullanılarak veriler daha anlaşılır ve yorumlanabilir bir hale getirilmiştir.

Bulgular

Belirlenen temalar ve kategorilere yönelik bulgular

Araştırmanın analiz sürecinde toplam 4 adet tema belirlenmiştir. Bu temalar “Yerel Halkın Turizm Algısı ve Tanımları”, “Yerel Halkın Divriği Özelinde Turizm Bilinci”, “Yerel Halkın Divriği'nin Turizm Tanıtımına Yönelik Algıları” ve “Divriği'de Turizm Gelişimine Yönelik Öneriler” dir. Bunlardan “Yerel Halkın Divriği Özelinde Turizm Bilinci” teması altında toplam 6 adet alt kategori bulunmaktadır. Bunlar, “Divriği İçin Turizmin Önemi”, “Divriği'nin Önemli Turizm Değerleri”, “Divriği'nin Yöresel Ürünleri”, “Divriği'nin Diğer İlçelerden Farklı Özellikleri”, “Divriği'nin Konaklama Yeterliliği” ve “Yerel Halka Gelir Getirebilecek Ürünler” alt kategorileridir. “Yerel Halkın Divriği'nin Turizm Tanıtımına Yönelik Algıları” teması altında da 2 adet alt kategori bulunmaktadır. Bunlar, “Turizm Tanıtımına Yönelik Öneriler” ve “Yerel Halkın Turizm Tanıtımına Dair Yeterlilik Algıları” alt kategorileridir.

Belirlenen temalar ve kategorilerine dair tablo aşağıda verilmiştir.

Tablo 1: Temalar ve Kategorilere Yönelik Tablo

Tema	Kategori
Yerel Halkın Turizm Algısı ve Tanımları	
Yerel Halkın Divriği Özelinde Turizm Bilinci	Divriği İçin Turizmin Önemi
	Divriği'nin Önemli Turizm Değerleri
	Divriği'nin Yöresel Ürünleri
	Divriği'nin Diğer İlçelerden Farklı Özellikleri
	Divriği'nin Konaklama Yeterliliği
	Yerel Halka Gelir Getirebilecek Ürünler
Yerel Halkın Divriği'nin Turizm Tanıtımına Yönelik Algıları	Turizm Tanıtımına Yönelik Öneriler
	Yerel Halkın Turizm Tanıtımına Dair Yeterlilik Algıları
Divriği'de Turizm Gelişimine Yönelik Öneriler	

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

Belirlenen temalara yönelik diyagram aşağıda verilmiştir.



Şekil 1: Belirlenen Temalara Yönelik Diyagram

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

“Yerel Halkın Turizm Algısı ve Tanımları” temasına yönelik bulgular

“Yerel Halkın Turizm Algısı ve Tanımları” teması altında toplam 8 adet kod keşfedilmiştir. Bunlar, “Bir Gelir Kaynağı Olması”, “Yerleşim Yerinin Sahip Olduğu Değerler”, “Turizm Geliri”, “Yeni Yerler Görmek ve Deneyim Edinimi”, “İnsanları Misafir Etme ile Gelir Kazanma”, “Farklı Kişilerin Bölgeyi Ziyaret Etmesi”, “Kültürel Zenginliğin Tanıtımı” ve “Ziyaret Sonucu Bölgesel ve Kültürel Gelişim” kodlarıdır. Keşfedilen kodlara dair frekans dağılım tablosu aşağıda verilmiştir.

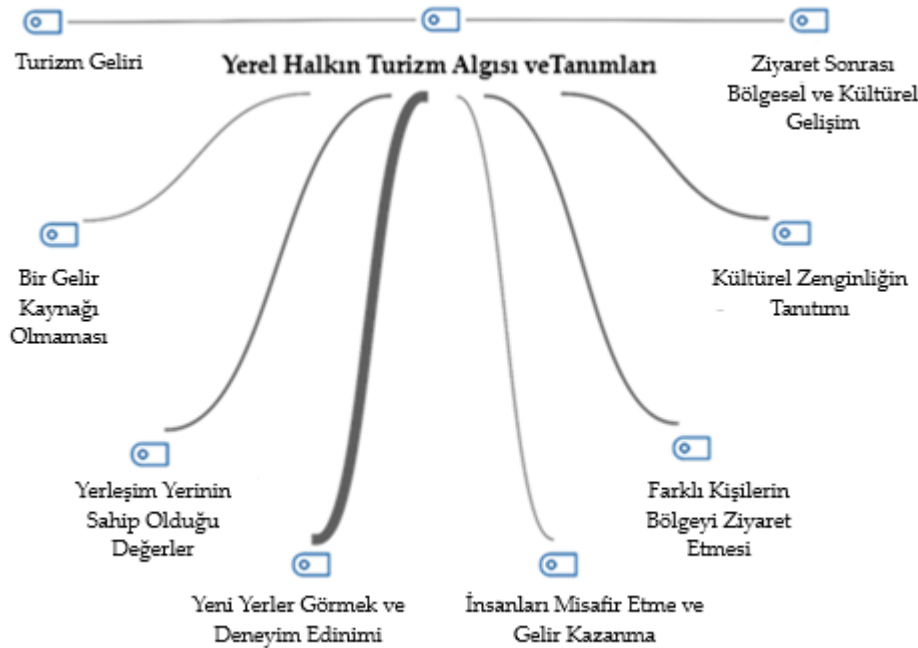
Tablo 2: “Yerel Halkın Turizm Algısı ve Tanımları” Temasına Ait Kodların Frekans Dağılım Tablosu

Kod	f
Yeni Yerler Görmek ve Deneyim Edinimi	9
Yerleşim Yerinin Sahip Olduğu Değerler	3
Farklı Kişilerin Bölgeyi Ziyaret Etmesi	3
Kültürel Zenginliğin Tanıtımı	3
Ziyaret Sonucu Bölgesel ve Kültürel Gelişim	2
Bir Gelir Kaynağı Olması	1
Turizm Geliri	1
İnsanları Misafir Etme ile Gelir Kazanma	1

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

“Yerel Halkın Turizm Algısı ve Tanımları” teması altında “Yeni Yerler Görmek ve Deneyim Edinimi” 9 defa, “Yerleşim Yerinin Sahip Olduğu Değerler”, “Farklı Kişilerin Bölgeyi Ziyaret Etmesi” ve “Kültürel Zenginliğin Tanıtımı” 3 defa, “Ziyaret Sonucu Bölgesel ve Kültürel Gelişim” 2 defa, “Bir Gelir Kaynağı Olması”, “Turizm Geliri” ve “İnsanları Misafir Etme ile Gelir Kazanma” 1 defa kodlanmıştır.

“Yerel Halkın Turizm Algısı ve Tanımları” teması altında keşfedilen kodlara yönelik diyagram aşağıda verilmiştir.



Şekil 2: “Yerel Halkın Turizm Algısı ve Tanımları” Temasına Yönelik Diyagram

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

“Yerel Halkın Turizm Algısı ve Tanımları” teması altında keşfedilen kodlara yönelik kodlu bölümler tablosu aşağıda verilmiştir.

Tablo 3: “Yerel Halkın Turizm Algısı ve Tanımları” Temasına Yönelik Kodlu Bölümler Tablosu

Kod	Kodlu Bölümler
Bir Gelir Kaynağı Olması	Turizm bir memleket için bir gelir kaynağı. Bu şekilde değerlendiriyorum. K24
Yerleşim Yerinin Sahip Olduğu Değerler	Turizm denilince... Turizm... Tarihi yerler... İşte ünlü olan bir Ulu Camii'miz var biliyorsunuz, konaklarımız var, kalemiz var. Tabi. Anladım. Yerleşim yerinin olduğu yerlere turizm denir. K20 Hayır, tarih eserleri. Ondan sonra bir şehrin dokusu. K21 Hocam, bence turizm kavramı bir ilin, ilçenin gezilecek, görülecek yerlerine denir diyorum. K23
Turizm Geliri	Turizm kavramı şu, üretmeden kazanmak demek. Üretmeden kazanmak demek. Yaptıkları ibadet için, yaşam için yaptıklarından faydalanmak demek. K11
Yeni Yerler Görmek ve Deneyim Edinimi	Turizm kavramı yerli veya yabancı ziyaretçilerin yerine gelip o yerdeki doğal, kültürel güzellikleri görebileceği, o şehrin havasını alabileceği ve zaman geçirebilecekleri bir kavramdır. K7 Turizm kavramı bence insanların görüp lezzet olarak, yer olarak, konum olarak dinlendirecek, yeni kayıtları görebilecek bir şehirdir. Bir amaçtır, gayedir. K8 Görmek için. Ulu Camii. Ulu Cami'yi görmek ister. (...) K9 (...) turizm kavramı gezmeyi seven, hayattan zevk alan insanların ilgi alanlarına göre farklı konumları ziyaret etmesi ve oralarda oraların imkanlarından istifade etmesi geçici bir süre için budur. K12 Turizmin tanımı görmek, dinlenmek, tanımaktır aslında ama Divriği için çok farklı bir tanımım var tabi. K13 Turizm kavramı, bir ülkenin ya da bir yerin doğal güzelliklerini, tarihi eserlerini gezip görmek için yapılan bir faaliyet. K17 Bana göre turizm kavramı, insanların belli dönemlerde gezmek, görmek ya da dinlenmek amacıyla konakladıkları yerlerdir, dönemlerdir. K18 Turizm kavramı, gezip, görmek, bilmediğin yerleri görmek, anlamak, dinlemek, turizm. Turizm demek. Turizme turizm demek.

K19

Turizm kavramı insanların gelip gzmeleri, görmeleri ve tarihi eseri olan yerleri, güzel manzaralı kaleleri, ne bileyim Divriği'nin Ulu Cami'sini, kalesini, Kesdoğanlı'yı, Seyirtepe'sini görmeye gelirler. Turist, biz bunlara turist deriz.

K22

İnsanları Misafir Etme ile Gelir Turizm kavramı aslında bir nevi insanları misafir etmek. Misafirperverlik. Tabii Kazanma bunun yanında gelir elde etmek.

K4

Farklı Kişilerin Bölgeyi Ziyaret Etmesi Turizm kavramı, yabancı insanların tarihi ve doğal güzellikleri ziyaret etmesine verilen isim.

K3

Turizm, turistlerin aslında günübirlik olarak ya da bir gelir kazanma amacı olmadan bir şehirden başka bir şehre ziyaret etmesi diyebiliriz.

K6

Turizm, ülke içinde veya ülke dışında tarihi, kültürel mekanların ziyaret edilmesi, turlanması.

K15

Kültürel Zenginliğin Tanıtımı Turizm kavramı, bir ilçenin kültürel zenginliklerini diğer bölgelere tanıtılması şeklinde düşünebiliriz.

K2

Turizm bulunan şehrin ya da yerin kültürel mirasını aktaran oluşumdur. Yani Divriği için dediğiniz gibi az önce de konaklar olsun, cami olsun, geçmişten kalan miras, kültür birikimidir. Turizm budur.

K16

Turizm, tarihi eserlerin geçmişte olan şeylerin millete, halka sunulması, sağlanması, yani maddi manevi her türlü...

K25

Ziyaret Sonucu Bölgesel ve Kültürel Turizm nedir? İnsanların bir yerden bir yere gitmesidir. Böylece bölgesel kültürel Gelişim anlamında kendisine gelişim sağlamasıdır.

K1

Turizm, insanların gezmek, görmek, eğlenmek, anlamak, kültür tanımak için yaptıkları gezilerin, seyahatlerin genel adıdır.

K10

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

“Yerel Halkın Divriği Özelinde Turizm Bilinci” temasına yönelik bulgular

“Yerel Halkın Divriği Özelinde Turizm Bilinci” teması ile 6 adet alt kategori belirlenmiştir. “Yerel Halkın Divriği Özelinde Turizm Bilinci” teması ve alt kategorilerine dair diyagram aşağıda verilmiştir.



Şekil 3: “Yerel Halkın Divriği Özelinde Turizm Bilinci” Temasının Kategorilerine Yönelik Diyagram

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

“Divriği İçin Turizmin Önemi” kategorisine yönelik bulgular

“Divriği İçin Turizmin Önemi” kategorisi altında toplamda 8 adet kod keşfedilmiştir. Bunlar, "Divriği İçin Turizmin Önemli Olmaması", "İlçenin Turizme İhtiyaç Duyacak Olması", "Ulu Camii'nin Divriği'de Bulunması", "Divriği'nin Nüfus Sorununun Engellenmesi", "Kültürel ve Tarihi Gelişim", "Turizm İmkanlarının Çok Olması", "Tarih Bilinci Edinimi" ve "Bölgesel Kalkınma" kodlarıdır. Keşfedilen kodlara dair frekans dağılım tablosu aşağıda verilmiştir.

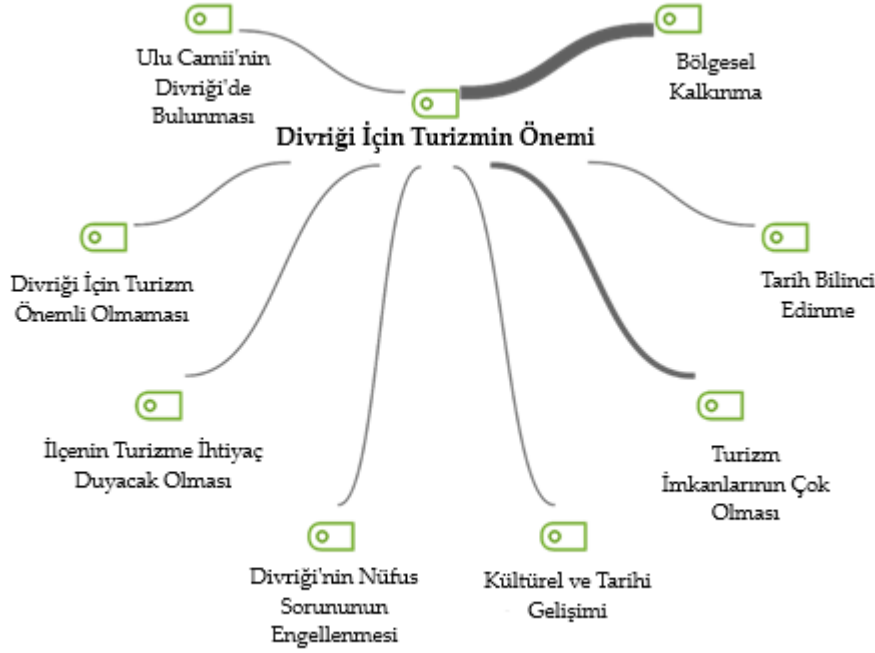
Tablo 4: “Divriği İçin Turizmin Önemi” Kategorisine Ait Kodların Frekans Dağılım Tablosu

Kod	<i>f</i>
Bölgesel Kalkınma	13
Turizm İmkanlarının Çok Olması	6
Divriği'nin Nüfus Sorununun Engellenmesi	3
Tarih Bilinci Edinimi	2
Divriği İçin Turizmin Önemli Olmaması	1
İlçenin Turizme İhtiyaç Duyacak Olması	1
Ulu Camii'nin Divriği'de Bulunması	1
Kültürel ve Tarihi Gelişim	1

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

“Divriği İçin Turizmin Önemi” kategorisi altında keşfedilen "Bölgesel Kalkınma" kodu 13 defa, "Turizm İmkanlarının Çok Olması" kodu 6 defa, "Divriği'nin Nüfus Sorununun Engellenmesi" kodu 3 defa, "Tarih Bilinci Edinimi" kodu 2 defa, "Divriği İçin Turizmin Önemli Olmaması", "İlçenin Turizme İhtiyaç Duyacak Olması", "Ulu Camii'nin Divriği'de Bulunması" ve "Kültürel ve Tarihi Gelişim" kodları 1 defa kodlanmıştır.

“Divriği İçin Turizmin Önemi” kategorisi altında keşfedilen alt kodlara yönelik diyagram aşağıda verilmiştir.



Şekil 4: “Divriği İçin Turizmin Önemi” Kategorisine Yönelik Diyagram

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

“Divriği İçin Turizmin Önemi” kategorisi altında keşfedilen kodlara yönelik kodlu bölümler tablosu aşağıda verilmiştir:

Tablo 5: “Divriği İçin Turizmin Önemi” Kategorisine Yönelik Kodlu Bölümler Tablosu

Kod	Kodlu Bölümler
Divriği İçin Turizmin Önemli Olmaması	Divriği için aslında turizm önemli değil. Yani siyasi liderlerimiz öyle düşündükleri için diyorlar ama bence önemli değil çünkü üretim yok. K11
İlçenin Turizme İhtiyaç Duyacak Olması	Şöyle, Divriği şu an geçimini madenle geçindiren bir şehir. Ama ilerleyen süreçte madenlerimiz illa bir gün tükenecektir. Turizm ise bacasız bir sanayiye hizmeti sunar bize. Ayrıca bununla ilgili bizim altyapımız oldukça kuvvetli. Turizmi Divriği'ye kazandırmamak, Divriği'ye için yaptığımız büyük kötülüklerden biri olacaktır diye düşünüyorum. Çünkü bu şehrin yaşaması için turizme, turiste ve bundan elde edecek gelir kaynağına ihtiyacı olacaktır. K10
Ulu Camii'nin Divriği'de Bulunması	(...) ama bunun vücut bulmuş en büyük hali, bacasız fabrikanın vücut bulmuş en güzel hali, en somut hali Ulu Camii'nin Divriği'mizde bulunması. Aynı zamanda tabii ki bunu da herkesin bildiği üzere 1985 yılında Türkiye'de Dünya Koruma Miras'ına alınan UNESCO tarafından alınan ilk eserin olmuş olması Divriği'yi turizm açısından çok önemli kılıyor. K7
Divriği'nin Nüfus Sorununun Engellenmesi	Divriği'yi göç veren bir yer, göç vermemek için turizme sarılmamız gerekiyor. K4 İl olmaya adayken bunun için uğraşmış zamanında şu an böyle olması. Dediğimiz gibi madenide çıkarttığımızda Divriği belki 2.000'e düşecek bir nüfusa sahip. K13 (...) işte nüfus anlamında olsun bence Divriği için önemli turizm diyorum. K23

Kültürel ve Tarihi Gelişim	Hem kültürel hem de tarihi gelişimi için. K3
Turizm İmkanlarının Çok Olması	Yani tarihi ve geçmişine bakarsanız birçok alanda gezilecek, görülecek ve tarihi yansıtacak olan eserlerin bulunmasından dolayı diyelim. K2 Divriği'nin altyapısında çok güzel tarihi yerler, tarihi kesimler artı yemek kültürü artı kendine özgü eski analarımızın, babaannelerimizin, ebelerimizin hüneriyle gelişen bir gıda çok yatkın bir şehir olduğu için. K8 Çünkü tarihi eserler var. Ulucami gibi bir yıllık bir eserimiz var. Artı Divriği'nin yerleşim dokusu, konakların yapısı ın geçmişe dair güzel izler barındırıyor. Bu potansiyel değerlendirilebilir bu açıdan bir önemi var. K12 Divriği de önemli olan yani şöyle. Tarih dokuları olduğu için tarihi kümbetleri, konakları, kalesi, Ulu Camisi, onun ötesinde Türkiye'nin %40 demir rezervine çıkartan yeri olan bir ilçe olduğu için, anlıyor musun? Önemli olan konular bunlar yani. K20 Divriği için turizm tabii ki önemli. Her şeyden önce Divriği'nin elinde kullanabileceği en büyük ulu camimiz var. Bunu çok iyi değerlendirmesi lazım. Konakları var, kalesi var. Bunların hepsi Divriği turizm açısından popüler bir yeri haline götürüyor. K21 Divriği de çok harika eserlere sahip. K24
Tarih Bilinci Edinimi	Geçmişimizi görebilmemiz açısından, tarihi kıymetimizi bilebilmemiz açısından çok önemli. K1 (...) hem de kültürel değerlerinin yaşatılabilmesi, sürdürülebilirlik açısından, diğer gelecek nesillere aktarılması açısından önemli diyebiliriz. Bu anlamda birçok kültürel unsur olduğunu söyleyebiliriz. Bunların gerek yurt içinde gerek yurt dışında tanıtılması, dünyaya yayılması, birçok kültürel açıdan bu değerlerin korunması önemlidir. K6
Bölgesel Kalkınma	(...) bölgesel kalkınmamız açısından çok çok önemli. K1 Divriği için nedir önemli? Divriği'nin gelişimi ve büyümesi, tanıtılması. K5 Divriği'nin aslında hem ekonomik olarak kalkınması açısından (...) K6 Kalkınması için. Gelişmesi için. K9

Divriği gibi bir kentin artık şu anki 2024'te kalkınması için tek çıkar yolu. Çünkü Ulucami'yi çıkardığınız zaman, madeni çıkardığınız zaman Divriği viran bir kent olur. Ki olmuş da önceki nüfusuna bakarsak, şu anki nüfusa nazara.

K13

Tabii önemli. Tanıtım için, yani esnaf için, Çocukların gelişimi için, hizmetin gelmesi için. Öyle mi de?

K14

Turizm sadece değil, aslında her yer için, her ilçe için, hatta köy için de önemli. Çünkü tanıtım esas. O bölgenin tanıtılması, kalkınması, değerlerin yaşatılması açısından önemli.

K15

Bence Divriği için turizm önemlidir. Çünkü burada çok güzel bir dünya mirası olan Ulu Camiimiz var. Bunun da turizme açılması, insanların gelip görmesi Divriği'nin ekonomisine katkı sağlayabilir.

K17

Turizm tabii ki de çok önemli bir şeydir. Çünkü geçmişte Turgut Özal'ın bir söylemi var, bacasız sanayi diye. Burada bahsedilmek istenen şey, turizmin ülke ekonomisine çok büyük katkıların olduğu ve ülkeyi kalkındırabilecek alanlardan biri olduğu. O yüzden tabii ki de Divriği için turizm önemlidir.

K18

Gelir için, Her zaman turizm önemli. Divriği'mize katkı olur, gelecek olur. Gençlerimizin bilecek şeyleri olur. Her zaman turizm önemli bir şeydir.

K19

Bizim için Divriği için turizm çok önemli. Çünkü Divriği'nin fazla bir gelir kaynağı yok. Turistlerin Divriği'ye çok gelmesi, Divriği'ye tanıtılması ve dışarlarda bu tanıtım diğer kişiler tarafından yönlendirilmesiyle Divriği'nin coğrafya bakımından gelişim bakımından, gelişmesi yönünden.

K22

Ekonomik katkısı anlamında olsun, (...)

K23

Ekonomik olarak (...) Gelir, aynen.

K25

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

“Divriği'nin Önemli Turizm Değerleri” kategorisine yönelik bulgular

“Divriği'nin Önemli Turizm Değerleri” kategorisi altında toplamda 30 adet kod keşfedilmiştir. Bunlar, "Kıyafetler", "Kesdoğan Kalesi", "Cam Teras", "Manevi İnanç Değerlerinin Öneminin Azalması", "Alevi Bektaşî Kültürü", "Yemekler", "Tarihi Hamamlar", "Tarihi Sokaklar", "Konaklar", "Kanyonlar", "Mağaralar", "Halk Müziği", "Oyunlar", "Manevi İnanç Değerlerinin Değişken Oluşu", "Farklı İnanç ve Kültürlerin Bir Arada Bulunması", "Kümbetler", "Kaleler", "Divriği'nin Köyleri", "Dağ Keçisi", "Şeytan Kayalıkları", "Kaynak Suları", "Madenler", "Divriği Kalesi", "Kiliseler", "Divriği Ulu Camii", "Bütün Değerlerin Önemli Bulunması", "Doğal Değerlerin Önemli Bulunması", "Kültürel Değerlerin Önemli Bulunması", "Tarihi Değerlerin Önemli Bulunması" ve "Manevi İnanç Değerlerinin Önemli Bulunması" kodlarıdır. Keşfedilen kodlara dair frekans dağılım tablosu aşağıda verilmiştir.

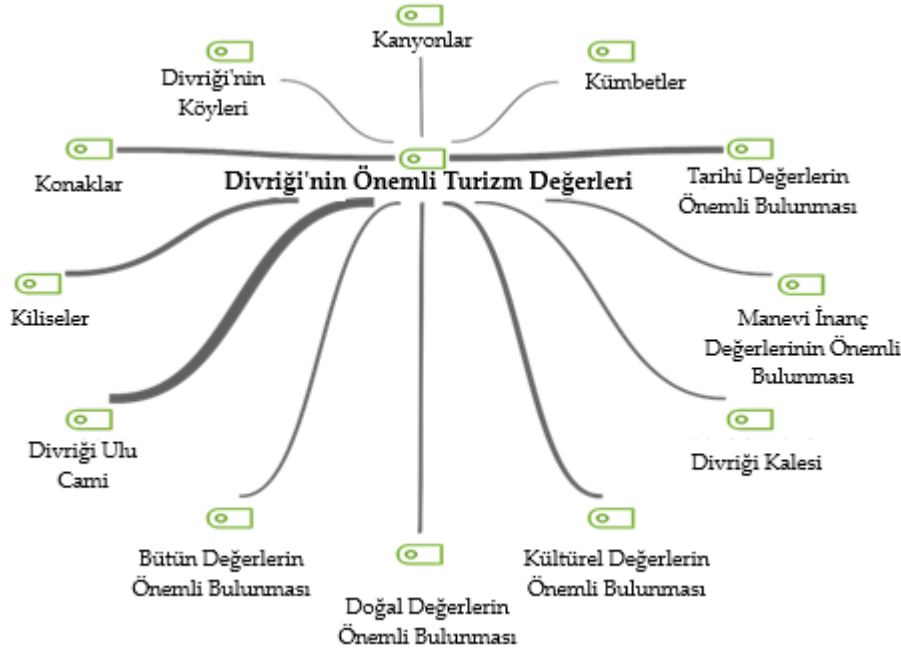
Tablo 6: "Divriği'nin Önemli Turizm Değerleri" Kategorisine Ait Kodların Frekans Dağılım Tablosu

Kod	f
Divriği Ulu Camii	14
Tarihi Değerlerin Önemli Bulunması	10
Konaklar	8
Kiliseler	8
Kültürel Değerlerin Önemli Bulunması	7
Divriği Kalesi	5
Bütün Değerlerin Önemli Bulunması	5
Doğal Değerlerin Önemli Bulunması	4
Manevi İnanç Değerlerinin Önemli Bulunması	4
Kanyonlar	3
Kümbetler	3
Divriği'nin Köyleri	3
Cam Teras	2
Yemekler	2
Halk Müziği	2
Manevi İnanç Değerlerinin Değişken Oluşu	2
Farklı İnanç ve Kültürlerin Bir Arada Bulunması	2
Şeytan Kayalıkları	2
Kaynak Suları	2
Madenler	2
Kıyafetler	1
Kesdoğan Kalesi	1
Manevi İnanç Değerlerinin Öneminin Azalması	1
Alevi Bektaşî Kültürü	1
Tarihi Hamamlar	1
Tarihi Sokaklar	1
Mağaralar	1
Oyunlar	1
Kaleler	1
Dağ Keçisi	1

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

"Divriği'nin Önemli Turizm Değerleri" kategorisi altındaki "Divriği Ulu Camii" kodu 14 defa, "Tarihi Değerlerin Önemli Bulunması" kodu 10 defa, "Konaklar" ve "Kiliseler" kodları 8 defa, "Kültürel Değerlerin Önemli Bulunması" kodu 7 defa, "Divriği Kalesi" ve "Bütün Değerlerin Önemli Bulunması" kodları 5 defa, "Doğal Değerlerin Önemli Bulunması" ve "Manevi İnanç Değerlerinin Önemli Bulunması" kodları 4 defa, "Kanyonlar", "Kümbetler" ve "Divriği'nin Köyleri" kodları 3 defa, "Cam Teras", "Yemekler", "Halk Müziği", "Manevi İnanç Değerlerinin Değişken Oluşu", "Farklı İnanç ve Kültürlerin Bir Arada Bulunması", "Şeytan Kayalıkları", "Kaynak Suları" ve "Madenler" kodları 2 defa, "Kıyafetler", "Kesdoğan Kalesi", "Manevi İnanç Değerlerinin Öneminin Azalması", "Alevi Bektaşî Kültürü", "Tarihi Hamamlar", "Tarihi Sokaklar", "Mağaralar", "Oyunlar", "Kaleler" ve "Dağ Keçisi" 1 defa kodlanmıştır.

"Divriği'nin Önemli Turizm Değerleri" kategorisi altında keşfedilen alt kodlara yönelik diyagram aşağıda verilmiştir. Diyagrama 1 ve 2 frekans değerlerine sahip kodlar dahil edilmemiştir.



Şekil 5: "Divriği'nin Önemli Turizm Değerleri" Kategorisine Yönelik Diyagram

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir

"Divriği'nin Yöresel Ürünleri" kategorisine yönelik bulgular

"Divriği'nin Yöresel Ürünleri" kategorisi altında toplamda 41 adet kod keşfedilmiştir. Bunlar, "Kuşburnu Marmelatı", "Hayvancılık Ürünleri", "Kömbe", "Katmer", "Sütlaç", "Helva", "Yufka", "Elma", "Erişte Çorbası", "Haşlı Çorbası", "Hasirde Tatlısı", "Çir Kavurması", "Sütlü Yufka", "Gözleme", "Cevizli Köme", "Helli Aşı", "Düğürcek Aşı", "Tekke Pilavı", "Bakır İşleme", "Halı", "Tarhana", "Et İçerikli Yemekler", "Kuzu Kulağı", "Yöresel Giyim Ürünleri", "Sirke", "Doğal Bitki ve Meyveler", "Bulgur", "Kırmızı Mercimek", "Hoşaf", "Mercimek", "Ceviz", "Peynir", "Kaymak", "Bal", "Sarma", "İç", "Siyah Mercimek", "Kuru Kaymak", "Kısır", "Madımak" ve "Divriği Pilavı" kodlarıdır. Keşfedilen kodlara dair frekans dağılım tablosu aşağıda verilmiştir.

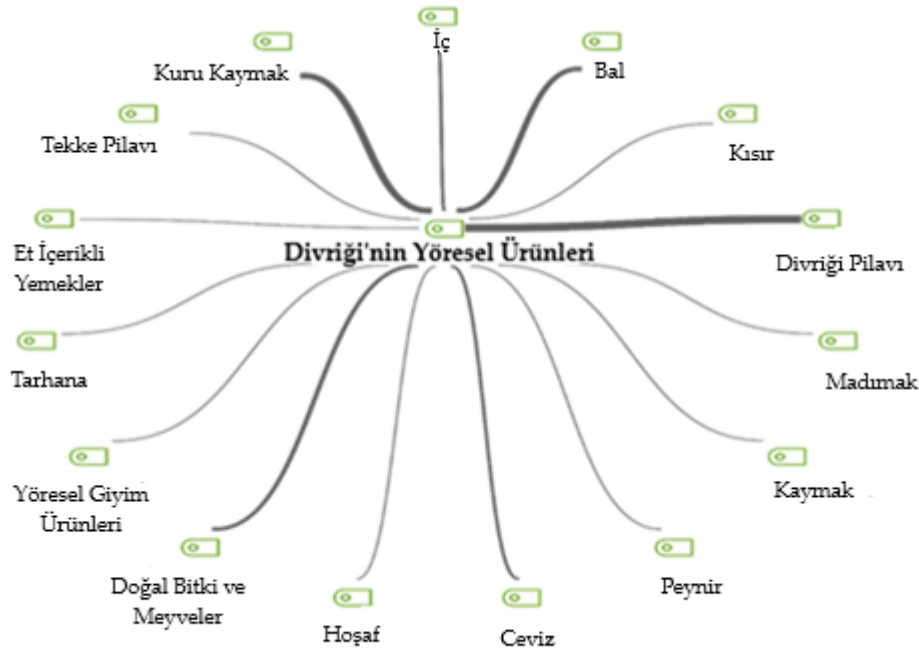
Tablo 7: "Divriği'nin Yöresel Ürünleri" Kategorisine Ait Kodların Frekans Dağılım Tablosu

Kod	<i>f</i>
Divriği Pilavı	18
Kuru Kaymak	13
Bal	10
Doğal Bitki ve Meyveler	8
Ceviz	7
İç (Yöresel Yemek)	5
Yöresel Giyim Ürünleri	4
Madımak	4
Tekke Pilavı	3
Tarhana	3
Et İçerikli Yemekler	3
Hoşaf	3
Peynir	3
Kaymak	3
Kısır	3
Yufka	2
Sütlü Yufka	2

Kuzu Kulağı	2
Sirke	2
Bulgur	2
Sarma	2
Siyah Mercimek	2
Kuşburnu Marmeladı	1
Hayvancılık Ürünleri	1
Kömbe	1
Katmer	1
Sütlaç	1
Helva	1
Elma	1
Erişte Çorbası	1
Haşlı Çorbası	1
Hasirde Tatlısı	1
Çir Kavurması	1
Gözleme	1
Cevizli Köme	1
Helli Aşı	1
Düğürcek Aşı	1
Bakır İşleme	1
Halı	1
Kırmızı Mercimek	1
Mercimek	1

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

“Divriği'nin Yöresel Ürünleri” kategorisi altında keşfedilen kodlara yönelik diyagram aşağıda verilmiştir. Frekans değerleri 1 ve 2 olan kodlar diyagrama dahil edilmemiştir.



Şekil 6: “Divriği'nin Yöresel Ürünleri” Kategorisine Yönelik Diyagram

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

“Divriği'nin Yöresel Ürünleri” kategorisi altındaki "Divriği Pilavı" kodu 18 defa, "Kuru Kaymak" kodu 13 defa, "Bal" kodu 10 defa, "Doğal Bitki ve Meyveler" kodu 8 defa, "Ceviz" kodu 7 defa, "İç" kodu 5 defa, "Yöresel Giyim Ürünleri" ve "Madımak" kodları 4 defa, "Tekke Pilavı", "Tarhana", "Et İçerikli Yemekler", "Hoşaf", "Peynir", "Kaymak" ve "Kısır" kodları 3 defa, "Yufka", "Sütlü Yufka", "Kuzu Kulağı", "Sirke", "Bulgur", "Sarma" ve "Siyah Mercimek" kodları 2 defa, "Kuşburnu Marmeladı", "Hayvancılık Ürünleri", "Kömbe", "Katmer", "Sütlaç", "Helva", "Elma", "Erişte Çorbası", "Haşlı Çorbası", "Hasirde Tatlısı", "Çir Kavurması", "Gözleme", "Cevizli Köme", "Helli Aşı", "Düğürcek Aşı", "Bakır İşleme", "Halı", "Kırmızı Mercimek" ve "Mercimek" 1 defa kodlanmıştır.

“Divriği'nin Diğer İlçelerden Farklı Özellikleri” kategorisine yönelik bulgular

“Divriği'nin Diğer İlçelerden Farklı Özellikleri” kategorisi altında toplamda 13 adet kod keşfedilmiştir. Bunlar, "Eski Saray Kültürünün Devam Etmesi", "Diğer İlçelerden Büyük Oluşu", "Farklı Medeniyetlere Ev Sahipliği Yapması", "Doğal Güzellikleri", "Yerel Halkın Yapısı", "Geçmişinin Köklü Olması", "Farklı Kültürlerin Bir Arada Yaşaması", "İpek Yolu Üzerinde Bulunması", "Tarihi Dokusu", "Tarım Faaliyetleri", "Maden Yataklarına Sahip Olması", "Önceden Başkent Olması" ve "Mesafe Uzaklığı" kodlarıdır. Keşfedilen kodlara dair frekans dağılım tablosu aşağıda verilmiştir.

Tablo 8: “Divriği'nin Diğer İlçelerden Farklı Özellikleri” Kategorisine Ait Kodların Frekans Dağılım Tablosu

Kod	f
Tarihi Dokusu	11
Yerel Halkın Yapısı	8
Mesafe Uzaklığı	8
Maden Yataklarına Sahip Olması	7
Doğal Güzellikleri	6
Geçmişte Farklı Medeniyetlere Ev Sahipliği Yapması	3
Tarihinin Köklü Olması	3
Önceden Başkent Olması	3
Farklı Kültürlerin Bir Arada Yaşaması	2
Eski Saray Kültürünün Devam Etmesi	1
Diğer İlçelerden Büyük Oluşu	1
İpek Yolu Üzerinde Bulunması	1
Tarım Faaliyetleri	1

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

“Divriği'nin Diğer İlçelerden Farklı Özellikleri” kategorisi altındaki "Tarihi Dokusu" kodu 11 defa, "Yerel Halkın Yapısı" ve "Mesafe Uzaklığı" kodları 8 defa, "Maden Yataklarına Sahip Olması" kodu 7 defa, "Doğal Güzellikleri" kodu 6 defa, "Farklı Medeniyetlere Ev Sahipliği Yapması", "Geçmişinin Köklü Olması" ve "Önceden Başkent Olması" kodları 3 defa, "Farklı Kültürlerin Bir Arada Yaşaması" kodu 2 defa, "Eski Saray Kültürünün Devam Etmesi", "Diğer İlçelerden Büyük Oluşu", "İpek Yolu Üzerinde Bulunması" ve "Tarım Faaliyetleri" 1 defa kodlanmıştır.

“Divriği'nin Konaklama Yeterliliği” kategorisine yönelik bulgular

“Divriği'nin Konaklama Yeterliliği” kategorisi altında toplamda 9 adet kod keşfedilmiştir. Bunlar, “Özel Sektör Konaklama Yatırımlarının Yapılması”, "Devlet Destekli Konaklama Çözümleri Geliştirilmesi", "Otel Etkinliklerinin Yetersizliği", "Konaklamada Kalite Standardı Yakalayamama", "Bürokratik Engeller Sebep Konaklama Yetersizliği", "Kamuya Bağlı Konaklama Tesisi Bulunmaması", "Mevcut Turist Durumuna Göre Yeterli Bulunması", "Konaklama İmkanlarının Geliştirilmesi" ve "Konaklama Tesislerinin Yetersiz Bulunması" kodlarıdır. Keşfedilen kodlara dair frekans dağılım tablosu aşağıda verilmiştir.

Tablo 9: "Divriği'nin Konaklama Yeterliliği" Kategorisine Ait Kodların Frekans Dağılım Tablosu

Kod	f
Konaklama Tesislerinin Yetersiz Bulunması	13
Konaklama İmkanlarının Geliştirilmesi	6
Konaklamada Kalite Standardı Yakalayamama	3
Mevcut Turist Durumuna Göre Yeterli Bulunması	2
Özel Sektör Konaklama Yatırımlarının Yapılması	1
Devlet Destekli Konaklama Çözümleri Geliştirilmesi	1
Otel Etkinliklerinin Yetersizliği	1
Bürokratik Engeller Sebepi Konaklama Yetersizliği	1
Kamuya Bağlı Konaklama Tesisi Bulunmaması	1

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

"Divriği'nin Konaklama Yeterliliği" kategorisi altındaki "Konaklama Tesislerinin Yetersiz Bulunması" kodu 13 defa, "Konaklama İmkanlarının Geliştirilmesi" kodu 6 defa, "Konaklamada Kalite Standardı Yakalayamama" kodu 3 defa, "Mevcut Turist Durumuna Göre Yeterli Bulunması" kodu 2 defa, "Özel Sektör Konaklama Yatırımlarının Yapılması", "Devlet Destekli Konaklama Çözümleri Geliştirilmesi", "Otel Etkinliklerinin Yetersizliği", "Bürokratik Engeller Sebepiyle Konaklama Yetersizliği" ve "Kamuya Bağlı Konaklama Tesisi Bulunmaması" kodları 1 defa kodlanmıştır.

"Yerel Halka Gelir Getirebilecek Ürünler" kategorisine yönelik bulgular

"Yerel Halka Gelir Getirebilecek Ürünler" kategorisi altında toplamda 3 adet kod keşfedilmiştir. Bunlar, "Gıda Ürünleri", "Hediyelik Eşya" ve "El İşçiliği Ürünleri" kodlarıdır. Keşfedilen kodlara dair frekans dağılım tablosu aşağıda verilmiştir.

Tablo 10: "Yerel Halka Gelir Getirebilecek Ürünler" Kategorisine Ait Kodların Frekans Dağılım Tablosu

Kod	f
Gıda Ürünleri	18
El İşçiliği Ürünleri	13
Hediyelik Eşya	8

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

"Yerel Halka Gelir Getirebilecek Ürünler" kategorisi altındaki "Gıda Ürünleri" kodu 18 defa, "El İşçiliği Ürünleri" kodu 13 defa ve "Hediyelik Eşya" kodu 8 defa kodlanmıştır.

"Yerel Halkın Divriği'nin Turizm Tanıtımına Yönelik Algıları" temasına yönelik bulgular

"Yerel Halkın Divriği'nin Turizm Tanıtımına Yönelik Algıları" temasına dair 2 adet kategori belirlenmiştir.

"Turizm Tanıtımına Yönelik Öneriler" kategorisine yönelik bulgular

"Turizm Tanıtımına Yönelik Öneriler" kategorisi altında toplamda 14 adet kod keşfedilmiştir. Bunlar, "Ekonomik Destek Alınması", "Uluslararası Ulaşımın Kolaylaştırılması", "Tur Şirketleri ile İş Birliği", "Tanıtım Günleri Etkinlikleri", "Devlet Yardımı ile Tanıtım Yapılması", "Başarılı Örneklerden Yaralanma", "Kurumlar ve Kişilerce Desteklenme", "İlçe Dışındaki Divriğililerin Tanıtım Yapması", "Afiş ve Broşür Tanıtımları", "Reklam Çalışmaları Yapılması", "Geleneksel Medya Tanıtımları", "Konferans Tanıtımları", "Kamu Spotu Tanıtımları" ve "Sosyal Medya Tanıtımları" kodlarıdır. Keşfedilen kodlara dair frekans dağılım tablosu aşağıda verilmiştir.

Tablo 11: “Turizm Tanıtımına Yönelik Öneriler” Kategorisine Ait Kodların Frekans Dağılım Tablosu

Kod	f
Sosyal Medya Tanıtımları	7
Reklam Çalışmaları Yapılması	6
Afiş ve Broşür Tanıtımları	5
Devlet Yardımı ile Tanıtım Yapılması	3
Kurumlar ve Kişilerce Desteklenme	3
Başarılı Örneklerden Yaralanma	2
İlçe Dışındaki Divriğililerin Tanıtım Yapması	2
Geleneksel Medya Tanıtımları	2
Konferans Tanıtımları	2
Ekonomik Destek Alınması	1
Uluslararası Ulaşımın Kolaylaştırılması	1
Tur Şirketleri ile İş Birliği	1
Tanıtım Günleri Etkinlikleri	1
Kamu Spotu Tanıtımları	1

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

“Turizm Tanıtımına Yönelik Öneriler” kategorisi altındaki “Sosyal Medya Tanıtımları” kodu 7 defa, “Reklam Çalışmaları Yapılması” kodu 6 defa, “Afiş ve Broşür Tanıtımları” kodu 5 defa, “Devlet Yardımı ile Tanıtım Yapılması”, “Kurumlar ve Kişilerce Desteklenme” kodları 3 defa, “Başarılı Örneklerden Yaralanma”, “İlçe Dışındaki Divriğililerin Tanıtım Yapması”, “Geleneksel Medya Tanıtımları”, “Konferans Tanıtımları” kodları 2 defa, “Ekonomik Destek Alınması”, “Uluslararası Ulaşımın Kolaylaştırılması”, “Tur Şirketleri ile İş Birliği”, “Tanıtım Günleri Etkinlikleri” ve “Kamu Spotu Tanıtımları” ise 1 defa kodlanmıştır.

“Yerel Halkın Turizm Tanıtımına Dair Yeterlilik Algıları” kategorisine yönelik bulgular

“Yerel Halkın Turizm Tanıtımına Dair Yeterlilik Algıları” kategorisi altında toplamda 3 adet kod keşfedilmiştir. Bu kodlar “Tanıtımların Yeterli Bulunması”, “Gelen Turistlerin Bölgeyi Öğrenerek Gelmesi” ve “Turizm Tanıtımlarının Yetersiz Bulunması” kodlarıdır. Keşfedilen kodlara dair frekans dağılım tablosu aşağıda verilmiştir.

Tablo 12: “Yerel Halkın Turizm Tanıtımına Dair Yeterlilik Algıları” Kategorisine Ait Kodların Frekans Dağılım Tablosu

Kod	f
Turizm Tanıtımlarının Yetersiz Bulunması	22
Gelen Turistlerin Bölgeyi Öğrenerek Gelmesi	4
Tanıtımların Yeterli Bulunması	1

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

“Yerel Halkın Turizm Tanıtımına Dair Yeterlilik Algıları” kategorisi altında bulunan “Turizm Tanıtımlarının Yetersiz Bulunması” kodu 22 defa, “Gelen Turistlerin Bölgeyi Öğrenerek Gelmesi” kodu 4 defa ve “Tanıtımların Yeterli Bulunması” kodu 1 defa kodlanmıştır.

“Divriği’de Turizm Gelişimine Yönelik Öneriler” temasına yönelik bulgular

“Divriği’de Turizm Gelişimine Yönelik Öneriler” teması altında toplamda 29 adet kod keşfedilmiştir. Bunlar, “Yatırımların Arttırılması”, “Bilinmedik Turizm Alanlarının Tanıtılması”, “Turizme Yönelik Bir Dernek Oluşturulması”, “Resmi Kurumların Müdahalesi”, “Yerel Halkın Kaynaklarını Kullanması”, “Yeni Doğa Turizmi Alanları Açılması”, “Su Kaynaklarının Turizme Uygunlaştırılması”, “Esnafın Bilinçlendirilmesi”, “Çarşı Etkinlikleri”, “Yerel Halkın Bilinçlendirilmesi”, “Yerel Halk Ürünlerinde Sürekliliğin Sağlanması”, “Yol Haritası Planı Yapılması”, “Turistlere Yönelik Yemek Hizmeti Tesisleri Açılması”, “Yerel Halk Ürünlerinin Sunumunun Geliştirilmesi”, “Acenteler ile Çalışmalar Yapılması”,

"Turist İhtiyaçlarının Analiz Edilmesi", "İlçe Altyapısının Geliştirilmesi", "Sivil Toplum Kuruluşlarının Çalışmaları", "Reklam Çalışmaları Yapılması", "Divriğililerin Tanıtım Çalışmaları Yapması", "Festival Organizasyonları", "Rehberlik Hizmetlerinin Geliştirilmesi", "Ulaşımaya Yönelik Düzenlemeler Yapılması", "Konaklama İmkanlarının Geliştirilmesi", "Turizm Ofisleri Kurulması", "Yerel Halk İçin Pazar Yeri Oluşturulması", "Restorasyonlar ile Yeni Tesisleri Açılması", "İş Birliği Organizasyonları Yapılması" ve "Tanıtımların Arttırılması Gerekliliği" kodlarıdır. Keşfedilen kodlara dair frekans dağılım tablosu aşağıda verilmiştir.

Tablo 13: "Divriği'de Turizm Gelişimine Yönelik Öneriler" Temasına Ait Kodların Frekans Dağılımı

Kod	f
Konaklama İmkanlarının Geliştirilmesi	12
Turistlere Yönelik Yemek Hizmeti Tesisleri Açılması	9
Ulaşımaya Yönelik Düzenlemeler Yapılması	7
Reklam Çalışmaları Yapılması	6
Yerel Halkın Kaynaklarını Kullanması	5
Yerel Halkın Bilinçlendirilmesi	5
Esnafın Bilinçlendirilmesi	3
Yerel Halk Ürünlerinin Sunumunun Geliştirilmesi	3
Acenteler ile Çalışmalar Yapılması	3
İlçe Altyapısının Geliştirilmesi	3
Rehberlik Hizmetlerinin Geliştirilmesi	3
Restorasyonlar ile Yeni Tesisleri Açılması	3
Tanıtımların Arttırılması Gerekliliği	3
Yeni Doğa Turizmi Alanları Açılması	2
Çarşı Etkinlikleri	2
Turizm Ofisleri Kurulması	2
Yatırımların Arttırılması	1
Bilinmedik Turizm Alanlarının Tanıtılması	1
Turizme Yönelik Bir Dernek Oluşturulması	1
Resmî Kurumların Müdahalesi	1
Su Kaynaklarının Turizme Uygunlaştırılması	1
Yerel Halk Ürünlerinde Sürekliliğin Sağlanması	1
Yol Haritası Planı Yapılması	1
Turist İhtiyaçlarının Analiz Edilmesi	1
Sivil Toplum Kuruluşlarının Çalışmaları	1
Divriğililerin Tanıtım Çalışmaları Yapması	1
Festival Organizasyonları	1
Yerel Halk İçin Pazar Yeri Oluşturulması	1
İş Birliği Organizasyonları Yapılması	1

Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

"Divriği'de Turizm Gelişimine Yönelik Öneriler" teması altında bulunan "Konaklama İmkanlarının Geliştirilmesi" kodu 12 defa, "Turistlere Yönelik Yemek Hizmeti Tesisleri Açılması" kodu 9 defa, "Ulaşımaya Yönelik Düzenlemeler Yapılması" kodu 7 defa, "Reklam Çalışmaları Yapılması" kodu 6 defa, "Yerel Halkın Kaynaklarını Kullanması" ve "Yerel Halkın Bilinçlendirilmesi" kodları 5 defa, "Esnafın Bilinçlendirilmesi", "Yerel Halk Ürünlerinin Sunumunun Geliştirilmesi", "Acenteler ile Çalışmalar Yapılması", "İlçe Altyapısının Geliştirilmesi", "Rehberlik Hizmetlerinin Geliştirilmesi", "Restorasyonlar ile Yeni Tesisleri Açılması" ve "Tanıtımların Arttırılması Gerekliliği" kodları 3 defa, "Yeni Doğa Turizmi Alanları Açılması", "Çarşı Etkinlikleri" ve "Turizm Ofisleri Kurulması" kodları 2 defa, "Yatırımların

Arttırılması", "Bilinmedik Turizm Alanlarının Tanıtılması", "Turizme Yönelik Bir Dernek Oluşturulması", "Resmi Kurumların Müdahalesi", "Su Kaynaklarının Turizme Uygunlaştırılması", "Yerel Halk Ürünlerinde Sürekliliğin Sağlanması", "Yol Haritası Planı Yapılması", "Turist İhtiyaçlarının Analiz Edilmesi", "Sivil Toplum Kuruluşlarının Çalışmaları", "Divriğililerin Tanıtım Çalışmaları Yapması", "Festival Organizasyonları", "Yerel Halk İçin Pazar Yeri Oluşturulması" ve "İş Birliği Organizasyonları Yapılması" ise 1 defa kodlanmıştır.

Kelime bulutu

Katılımcılardan elde edilen görüşlerin deşifre edilmesiyle oluşturulan veri seti, kelime bulutu yöntemi kullanılarak da analiz edilmiştir. Bu yöntem ile verilerin görselleştirilmiş şekilde sunulması hedeflenmiştir. Analize en yüksek frekansa sahip 50 kelime dahil edilmiştir. Anlamli bir bağlam oluşturmayan, dilbilgisel işlev taşıyan (bağlaç ve edat gibi) ya da yalnızca bir harften oluşan ifadeler kelime bulutu kapsamı dışında bırakılmıştır. Kelime bulutuna ilişkin görsel aşağıda verilmiştir.



Kaynak: Yazar tarafından üretilmiştir.

Sonuç

Araştırmanın analiz sürecinde yerel halkın turizme yönelik farkındalık düzeylerine, turizme yönelik görüşlerine, bölgesel turizm öğelerine yönelik bilgilerine ve bölgede turizmin gelişimine yönelik önerilerine dair bulgular elde edilmiştir.

Yerel halkın "turizm" in tanımına ve turizm algılarına yönelik ifadeleri incelendiğinde katılımcıların "turizm" kelimesinin tanımına ve "turizm algılarına" dair düşüncelerini kapsayan bulgulara rastlanmıştır. Yerel halkın Divriği özelinde sahip oldukları turizm algıları ve turizm bilinçlerine yönelik bulgular farklı kategorilerde sınıflandırılmıştır. Bu kategoriler sayesinde yerel halk için Divriği'deki turizmin önemi, Divriği'deki turistik konaklama imkanlarına yönelik görüşleri ve yerel halkın turizm aracılığı ile gelir elde edebileceği ürünlere yönelik bulgular elde edilmiştir. Aynı zamanda katılımcıların Divriği'ye ait yöresel ürünler, önemli tarihi değerler ve Divriği'nin Sivas'ın diğer ilçelerinden farklı özellikleri hakkında görüşleri alınmış olup turizm bilincine yönelik bulgulara da rastlanmıştır.

Divriği ilçesi sadece bağlı bulunduğu Sivas ilinin değil İç Anadolu Bölgesinin de en önemli destinasyon merkezlerinden biridir. UNESCO Dünya Mirası Listesinde yer alan ve kültürel miras müzesi olan Divriği Ulucami ve Darüşşifasına sahip olan ilçe, turizm açısından da ayrıcalıklı bir konumdadır. Buna karşın Divriği'nin, kültürel miras müzeleri içinde en az ziyaret edilen olması üzüntü verici bir durumdur. Divriği Ulucami ve Darüşşifası, ziyaretçi sayısının azlığı, yerel turizm organizasyon kuruluşlarının bulunmaması, ulaşım şartlarının zorluğu, uzman bir turist rehberinin olmayışı ve konaklama problemleri gibi ana sorunlar sebebiyle ilçenin turizm potansiyeline yeterli katkıyı sunamamaktadır.

Tarihi ve kültürel dokusu, doğal ve kırsal güzellikleri göz önüne alındığında, ilçenin birçok farklı türde turizm faaliyetini gerçekleştirmek için yeterli potansiyele sahip olduğu görülmektedir. Divriği kırsal bölge tanımında yer alan şartlara sahip olan bir ilçedir. Bununla birlikte ilçe, kırsal kalkınma projelerinin gerçekleştirilmesine imkân tanıyan bir uygulama sahası olma şansına da sahiptir. Zaman

içinde kamu kesimince ilçenin sahip olduğu turizm potansiyelini ortaya çıkarmaya yönelik çeşitli projeler yapılmıştır. Ancak bu projelerin de ilçenin sosyal ve ekonomik kalkınmasına dair yeterli katkıyı sunamadıkları görülmüştür.

Günümüzde sürdürülebilir turizm ile destinasyonların turizm faaliyetlerini daha verimli hale getirmeleri mümkündür. Bununla birlikte sürdürülebilirlik kavramı, eğitim ve farkındalık kavramlarını da bünyesinde barındırmaktadır. İlçe halkının, sahip oldukları turizm değerlerinin farkında olması ve bu değerlerin korunarak gelecek kuşaklara aktarması bilinci, ancak yaygın bir turizm eğitimi ile mümkün olabilecektir.

Turizm pazarlaması kapsamında, bazı destinasyon yörelerinin “turizm markası”, “marka kent” ve “turizm köyü” stratejisi geliştirdikleri ve bu sayede uluslararası turizm pazarında da var olmaya çalıştıkları görülmektedir. Zira gerek ulusal gerekse uluslararası ticari pazarda, firmalar için, sahip oldukları ürün ya da hizmeti markalaştırmak, önemli bir pazarlama stratejisidir. Bu açıdan, kamu kuruluşları ve özel girişimlerin ortaklaşa yürüteceği faaliyetlerle Divriği de “marka kent” olma sürecine dahil olabilir. Yapılan markalaşma faaliyetlerinin bir sonuca ulaşması ve sağlam bir zemine oturtulması açısından yol alınan süreç, yetkililerce mutlaka denetlenmeli ve olumsuzluklar tartışılıp sonuca bağlanmalıdır.

Divriği'nin destinasyon komşuları Kemaliye ve Arapkir bölgeleridir. Divriği ana merkez olmak üzere Kemaliye-Divriği-Arapkir destinasyonları turizm açısından mutlaka değerlendirilmeli ve bir destinasyon koridoru oluşturulmalıdır. Destinasyon içindeki turizm rotasının uzaması ve gezi yerlerinin sayısının artması turizm tüketicileri açısından avantaja dönüştürülebilir.

Bölgedeki konaklama tesislerinin yapımında ya da restorasyonunda yörenin mimari kültürü mutlaka dikkate alınmalıdır. Unutulmamalıdır ki turizm tüketicileri için rutinden ziyada sıra dışı olanlar daha fazla dikkat çekmektedir.

Coğrafi açıdan Divriği gerek bağlı bulunduğu Sivas'a gerekse yakın komşuları Erzincan ve Malatya iline uzak mesafede konumlanmıştır. Turizm sektöründe ulaşım hayati önem taşımaktadır. Ulaşımın sağlıklı koşullarda yapılması için yürütülecek faaliyetler ilçe turizminin gelişimini doğrudan etkileyecektir.

Çaltı suyu Divriği'nin önemli bir değeridir. Mevsimine göre Çaltı suyunun debisi artmakta, adrenalin tutkunlarının spor aktiviteleri için uygun hale gelmektedir. Başta rafting olmak üzere çeşitli spor aktiviteleri, uygun altyapı tesislerinin kurulması ile gerçekleştirilebilir.

Coğrafi işaretleme kapsamında Divriği balı ve Divriği kuru kaymağı tescillenmelidir. Coğrafi işaretleme ile bu gıda ürünlerinin satışı yerel ekonomiye katkı sağlayabilir.

Araştırmanın kısıtları da mevcuttur. Örneklemin yalnızca Divriği yerel halkını kapsamaması, görüşme izni alma sıkıntıları, görüş belirtme çekinceleri ve zaman darlığı araştırmanın en önemli kısıtları arasında yer almaktadır.

Hakem Değerlendirmesi / Peer-review:

Dış bağımsız

Externally peer-reviewed

Çıkar Çatışması / Conflict of interests:

Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

The author has no conflict of interest to declare.

Finansal Destek / Grant Support:

Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

The author declared that this study has received no financial support.

Etik Kurul Onayı / Ethics Committee Approval:

Bu çalışma için etik kurul onayı, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Bilimsel Araştırma Önerisi Etik Değerlendirme Etik Kurulu/Komitesinden 11/07/2024 tarihli 2024/1-8 sayılı karar ile alınmıştır.

Ethics committee approval was received for this study from the Sivas Cumhuriyet University Social Sciences Scientific Research Proposal Ethical Evaluation Ethics Committee on 11 July 2024, document number 2024/1-8.

Kaynakça / References

- Altunışık, R., Çoşkun, R., Yıldırım, E. & Bayraktaroğlu, S. (2010) *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Kitapevi
- Arıkan, R. (2005). *Araştırma teknikleri ve rapor hazırlama*. Asil Yayın Dağıtım.
- DİLEK, S. E., & Fatime, B. A. L. (2024). Yerel halkın kültürel mirasa yönelik farkındalık düzeyi: Diyarbakır ili örneği. *Mezopotamya Disiplinlerarası Çalışmalar Dergisi*, 1(1), 45-67.
- Butler, R., & Hinch, T. (Eds.). (2007). *Tourism and indigenous peoples: Issues and implications*. Routledge.
- Britton, S. (1991). Tourism, capital, and place: Towards a critical geography of tourism. *Environment and planning D: society and space*, 9(4), 451-478.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (3rd ed.). SAGE Publications
- ÇINAR, K., Ebru, B. A. L., & KAVACIK, S. Z. (2024). Kültür turizminin gelişiminde kültürel etkinliklerin önemi: yerel halkın kültürel etkinlik farkındalığı üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 12(4), 3036-3057.
- Dann, G. (1996). *The people of tourist brochures*. DALE, C. TR2003..
- De Kadt, E. (1979). *Tourisme passport to development*-Oxford University Press. New York.
- Doswell, R. (2009). *Tourism: How effective management makes the difference*. Routledge.
- Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of advanced nursing*, 62(1), 107-115. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2007.04569.x>
- Ghaderi, Z., Shahabi, E., Fennell, D., & Khoshkam, M. (2022). Increasing community environmental awareness, participation in conservation, and livelihood enhancement through tourism. *Local Environment*, 27(5), 605-621.
- Husin, A., & Sari, M. P. (2023). The role of the tourism aware group in the economic development of the community of burai tourism village. *Lembaran Ilmu Kependidikan*, 52(1), 82-89.
- Jamal, T., & Stronza, A. (2009). Collaboration theory and tourism practice in protected areas: Stakeholders, structuring and sustainability. *Journal of Sustainable tourism*, 17(2), 169-189.
- Koyun, S. S., & Dilek, S. E. (2024). Kültürel miras unsurlarının turizme kazandırılmasına ilişkin yerel halkın bakışı: Savur-Dereiçi örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 379-398.
- Kuckartz, U., Rädiker, S. (2019). Introduction: analyzing qualitative data with software. *Analyzing qualitative data with MAXQDA: Text, audio, and video*, 1-11.
- Lekaota, L. (2014). *Perceptions on local communities' role and awareness in rural tourism development: a case study from Lesotho*. University of Pretoria (South Africa).
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economics, Physical and Social Impacts*. New York: Longruan, Inc. 20 p.[fecha de consulta: 03 de marzo 2012].
- Michael, M. (2009). *Community involvement and participation in tourism development in Tanzania: a case study of local communities in Barabarani village, MTO WA MBU, Arusha-Tanzania* (Doctoral dissertation, Open Access Te Herenga Waka-Victoria University of Wellington).

- Milne, S., & Ateljevic, I. (2001). Tourism, economic development and the global-local nexus: Theory embracing complexity. *Tourism geographies*, 3(4), 369-393.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods*. Thousand Oaks, Cal.: Sage Publications, 4.
- Rátz, T. (2002). Residents' perceptions of the socio-cultural impacts of tourism at Lake Balaton, Hungary. In *Tourism and sustainable community development* (pp. 54-65). Routledge.
- Saarinen, J., & Niskala, M. (2009). Local culture and regional development: The role of OvaHimba in Namibian tourism. *Tourism strategies and local responses in southern Africa*, 61-72.
- Saarinen, J. (2010). Local tourism awareness: community views in Katutura and King Nehale conservancy, Namibia. *Development Southern Africa*, 27(5), 713-724.
- Scheyvens, R. (2002). *Tourism for development: Empowering communities*. Pearson Education.
- Sihombing, D., Sihombing, M., Lubis, S., & Tarmizi, H. B. (2019). Community tourism awareness influence against tourism development and regional development in north tapanuli regency, indonesia. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 10(3).
- Sihombing, A., Gunawijaya, J., & Akbar, P. N. G. (2017). Local tourism awareness and knowledge: Community views in Wanayasa. *E-Review of Tourism Research*, 14(5/6).
- Stronza, A. (2007). The economic promise of ecotourism for conservation. *Journal of ecotourism*, 6(3), 210-230.
- Telfer, D. J., & Sharpley, R. (2015). *Tourism and development in the developing world*. Routledge.
- Thomas, D. R. (2006). A general inductive approach for analysing qualitative evaluation data. *American journal of evaluation*, 27(2), 237-246. <https://doi.org/10.1177/1098214005283748>
- Timothy, D. J. (2000). Building community awareness of tourism in a developing country destination. *Tourism Recreation Research*, 25(2), 111-116.
- Trajkov, A., Biljan, J., & Kostoski, S. (2011). Destination brandin of ohrid As. *Economic*, 661.
- Yıldırım, A., & Simsek, H. (1999). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (11 baski: 1999-2018).