



## Turizm Motivasyonu Olarak Fotoğraf Çekme: Fotoğraf Amaçlı Seyahat Eden Bireyler Üzerine Bir İnceleme\*\* (Photography as Tourism Motivation: An Investigation on Persons Traveling for Photography)

\* Çağkan GÜNER<sup>a</sup>, Oğuz TÜRKAY<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Sakarya University of Applied Sciences, Graduate Education Institute, Department of Tourism Management, Sakarya/Turkey

<sup>b</sup> Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Sakarya/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim

Tarihi:01.05.2019

Kabul Tarihi:19.06.2019

### Anahtar Kelimeler

Turizm

Turist

Rekreasyonel motivasyon

Fotoğraf çekme

### Öz

Fotoğrafçılık, 21. yüzyılın başlarından itibaren, teknoloji ile beraber önemini arttırmış ve insanların odak noktası haline gelmiştir. Boş zamanını değerlendirmek isteyen geniş kitleler, teknoloji ile birlikte önemli bir alternatif faaliyet alanına kavuşurken, fotoğraf çekmek önemli bir seyahat motivasyonu haline gelmiştir. Bu çalışmanın amacı, fotoğraf çekme motivasyonu ile seyahat etme olgusunu, fotoğraf çekme amacıyla seyahate çıkan kişiler üzerinden analiz etmektir. Çalışmada, fotoğrafçılıkla uğraşan, fotoğraf amaçlı seyahatlere katılan ve fotoğrafçılıkla ilgili etkinliklere katılan 93 bireyden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile veri elde edilmiş, betimsel analiz ile bulgular ortaya koyulmuştur. Elde edilen bulgular incelendiğinde, turizm motivasyonu olarak, fotoğrafçıların/katılımcıların bireysel veya gruplar halinde rekreasyonel motivasyonları için fotoğraf çektikleri, bu fotoğrafları da çevreleriyle yoğun olarak paylaştıkları ve sadece fotoğraf çekebilmek için de seyahat edebildikleri görülmüştür. Seyahat destinasyonu seçimlerinde etkili olan esas unsur fotoğraf çekmeye uygun alanların bulunmasıdır. Fotoğraf çekmek için bir yerden bir yere seyahat eden bireylerin, yöresel yemek ve içecekleri deneyimlemek, yöresel ürünleri satın almak gibi çeşitli turizm etkinliklerinde de bulunduğu gözlemlenmiştir. Çalışmaya katılan bireylerin demografik özellikleri ile etkinliğe katılım oranları arasında etkileşimler tespit edilmiştir.

### Keywords

Tourism

Tourist

Recreational motivation

Taking photo

### Abstract

Since the beginning of the 21st century, photography has increased its importance with the development of technology and has become the focus of people. While a large number of people who want to spend their free time have an important alternative activity with technology, taking photographs has become an important travel motivation. The aim of this study is to analyze the motivation to travel with the motivation of taking photographs through the people who travel for the purpose of taking photographs. Data were obtained by using semi-structured interview technique from 93 individuals who were engaged in photography, who participated in photographic travels and who participated in photography-related activities, and the findings were revealed through descriptive analysis. When the findings were examined, it was seen that the photographers / participants took photographs for their recreational motivations individually or in groups, they shared these photographs intensively with their surroundings and they could travel only to take photographs. The main factor influencing the selection of travel destinations is the availability of areas suitable for photographing. It has been observed that individuals traveling from place to place to take photographs are also involved in various tourism activities such as experiencing local food and drinks, purchasing local products. Interactions between the participants' demographic characteristics and participation levels were determined.

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

\* Sorumlu Yazar.

E-posta: [cagkanguner@gmail.com](mailto:cagkanguner@gmail.com) (Ç. Güner)

**Makale Künyesi:** Güner, Ç. & Türkay, O. (2019). Turizm Motivasyonu Olarak Fotoğraf Çekme: Fotoğraf Amaçlı Seyahat Eden Bireyler Üzerine Bir İnceleme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (2), 1177-1192.

DOI: 10.21325/jotags.2019.415

\*\*Bu çalışma Prof. Dr. Oğuz Türkay tarafından yönetilen Çağkan Güner'in "Fotoğrafçılık Etkinliğine Katılan Bireylerin Rekreasyonel Motivasyonlarının İncelenmesi" isimli yüksek lisans tez çalışmasından türetilmiştir.

## **GİRİŞ**

Turizm endüstrisi, dünyanın en büyük ve en hızlı büyüyen endüstrilerinden biri olarak kabul edilmektedir (Ninemeier & Perdue, 2005). Turizmin hızlı gelişimi birçok sosyal nedene bağlıdır ve birçok olguyu da tetiklemiştir. Fotoğrafçılığın gelişimi de bu olgulardan biri olarak ele alınabilir. Turizmin büyümesi ve fotoğrafa yönelik kitlesel ilginin artışı tarihsel süreç içinde bir birliktelik göstermektedir. Turizm gelişiminin fotoğrafa ve fotoğraf teknolojisine olan ilgiyi artırdığı düşünülebilir. Tam tersi olarak kameranın icadı, her yerde bulunan kutu kameranın imalatı, günışığı yüklemeli filminin geliştirilmesi ve resim kartpostallarının seri üretimi gibi gelişmelerin de seyahatin ve turizmin yaygınlaşmasında önemli aşamalar olarak kabul edildiği görülmektedir. 1841 yılında Thomas Cook ilk organize seyahati gerçekleştirirken 1839 yılında Fransa'da Louis Daguerre, fotoğrafçılığın tarihi adımlarından biri olarak görülen "daguerreotype" fotoğraf tekniğini bulmuştur. Aynı yıllarda İngiltere'de Fox Talbot, negatif ve kağıt temelli bir görüntü içeren fotoğrafik süreci kullanmaya başlamıştır (Crawshaw ve Urry 1997:180). Bu ilk örnek tekniklerden bu yana farklı teknolojik aşamaların kat edilmesi, fotoğraf çekme eylemini kitlelere taşımıştır. Belli olanak ve cihazlara sahip olan kişiler fotoğraf çekip bunu işlemek suretiyle belli anları kaydedebilmişlerdir. Yüksek çözünürlüklü fotoğraf çekebilme kabiliyetleri olan cep telefonları ile gelişen ve küçülen profesyonel fotoğraf makinaları her yaşta insana fotoğraf çekme tutkusunu aşılamıştır. Taşınabilirliği artan cihazlar sayesinde bireyler artık daha estetik fotoğraflar çekmeye başlamışlardır.

Fotoğrafın turizmle olan ilişkisi, turist gözüyle görülenin somut nesnelere mal edilmesi ve bu sayede turizm, bölge, mekân ve ürünlerinin imajına fotoğrafın katkısı boyutuyla değerlendirilmiştir (Lippard, 1999). Fotoğraf çekmek, turist olmanın gereği olarak algılanmaya başlamıştır (Robinson ve Picard, 2016). Gerek tatil deneyiminde fark edilen görsel unsurlar, gerekse bu görsel unsurların turist gözünde varoluşu ve sonrasında turist gözüyle görmeyenlere/ziyaret etmeyenlere aktarılması, turizm endüstrisinin gerçeği ve yol açtığı imaj oluşumunu yansıtmaktadır. Özellikle Batı düşüncesinde bu görsel kültürün ve yayılmanın yol açtığı önemli etkileşimlere dikkat çekilmektedir (Crawshaw ve Urry, 1997).

Fotoğraf çeken bireylerin çoğalması ve sosyal medyanın aktif olarak fotoğraf paylaşım platformu haline dönüşmesi, bireylerin fotoğraf seyahatlerine çıkmalarını beraberinde getirmiştir. İnsanlar sosyal medya aracılığıyla gördükleri destinasyonlarda fotoğraf çekebilmek için seyahatler düzenlemişlerdir. Seyahatlerini sıklaştıran bireyler, gittikleri yerlerde yeni yöresel pazarların kurulması, hediyelik eşya sektörü, turizm-seyahat acentalarının fotoğraf turları organize etmesi, kurulan otel ve yeni kamp alanları vb. gibi turizm aktivitelerinin sıklaşmasına neden olmuşlardır. Bu etkileşimler fotoğraf çekme motivasyonunu bir turizm nedeni olarak ortaya çıkarmaktadır. Çekilen fotoğraflar, fotoğrafçının turizm ve turiste olan bakışını, turizm mekanları ve olaylarının doğası hakkındaki algılarını yansıtmaktadır (Crawshaw ve Urry, 1997).

Fotoğraf çekmenin gelişen teknoloji yanında sosyal medya kullanımının yaygınlaşmasıyla yakından ilişkisi bulunmaktadır. We Are Social ekibinin 2017 yılında yapmış olduğu araştırmaya göre, Türkiye'de de sosyal medya kullanımı geçmiş yıllara kıyasla artmıştır. Rapora göre Türkiye nüfusunun yüzde 60'ı oranında aktif hesap (yaklaşık 48 milyon) aracılığıyla sosyal medyayı kullanmakta, Türk insanı her gün ortalama 3 saat 1 dakikasını sosyal medya kullanarak geçirmektedir. Türkiye'de sosyal medya kullanan kişi sayısı yılda %14 artış sergilemektedir ([We Are Social, 2017](#)). Sosyal medya kullanımı özellikle fotoğraf çekme eyleminin önemini artırmaktadır. Fotoğraf paylaşım

platformlarına, dünya genelinde günde yüz milyona yakın fotoğraf yüklenmektedirler (Kıvırcık, 2018). Dolayısıyla fotoğraf çeken ve bunu özellikle sosyal medya aracılığıyla paylaşan kişi sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Bu durum gerek sosyal medyada imaj oluşturma ve dikkat çekme amaçlı olarak fotoğraf çekmenin inceliklerine olan ilgiyi artırmakta gerekse de fotoğraf çekme, mesaj iletmenin, dikkat çekmenin, yargısını ve fikrini ortaya koymanın önemli yollarından biri halini almaktadır. Fotoğrafın önemi kaliteli/anlamalı fotoğraf için yer değiştirme, seyahat etme motivasyonunu da beraberinde getirmektedir.

Tabii ki bir sanat alanı olarak fotoğrafın seyahate yol açan etkileri sadece sosyal medya ile açıklanamaz. Fotoğrafın sanatsal ifade aracı olması, fotoğraf için geçirilen zaman ve ayrılan kaynaklar, insanların bu faaliyeti bir rekresyonel faaliyet olarak algılamasına, fotoğraf için seyahati göze almasına yol açmaktadır. Türkiye’de fotoğraf sanatı ile uğraşan geniş bir kitle olduğu düşünülmektedir. Türkiye Fotoğraf Sanatı Federasyonu’na göre, Türkiye’de federasyona kayıtlı 61, federasyona kayıtlı olmayan 83, toplamda 144 fotoğraf derneği bulunmaktadır (Türkiye Fotoğraf Sanatı Federasyonu, 2019). Seyahate dönük bir motivasyon oluşturması yanında fotoğraf etkinliğinin geniş bir kitle tarafından benimsenmesi, fotoğraf çekme amaçlı turizm etkinliklerini bir sektör haline getirmektedir.

Yeni ve hızla gelişen bir dünyanın ürünü olan fotoğrafçılığın turizmle etkileşimi yeterince incelenmemiştir. Fotoğraf çekmenin bir alternatif seyahat motivasyonu olarak ele alınıp alınamayacağı, fotoğraf çekme amaçlı seyahatlerin motivasyonel ve eylemsel özellikleri ve muhtemel sonuçlarını incelemek turizm literatürüne katkı anlamına gelecektir. Bu bağlamda bu çalışmada, fotoğraf amaçlı seyahat eden kişilerin motivasyonları, seyahat süreçleri ve davranışları analiz edilmektedir.

### **Literatür Taraması**

Serbest zaman, kişinin toplumsal, mesleki, ailevi, sosyal görevleri dışında kendini şımartmak adına gönüllü katılımı gerçekleştirebileceği, geliştirebileceği, eğlenebileceği, dinlenebileceği, becerisini artabileceği özgürlük alanıdır (Tavazar, 2016). Serbest zamanının etkin kullanımı önemli bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmakta ve bireyin verimliliğinin de anahtarı olarak kabul edilmektedir. Bu önemine bağlı olarak da rekreasyon kelimesi etrafında şekillenen ve serbest zamanı değerlendirme biçimlerini de kapsayacak birçok araştırmanın yapıldığı görülmektedir. Rekreasyon kelimesi literatüre Fransızcadan geçmiş olup; “*bireylerin serbest zamanlarında, eğlence ve spor amacıyla gönüllü olarak katıldıkları etkinlikler*” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2016). Rekreasyonu tanımlama adına öncü araştırmacılarından biri olan İnan’a (1973) göre rekreasyon; toplumda bireylerin rutin sorumlulukları dışında kalan serbest olan zamanlarında gönüllü olarak katıldıkları, zihinsel, sosyal, veya duygusal faaliyetlerdir (Tavazar, 2016).

Rekreasyon, bireyin bedensel ve ruhsal yenilenmesindeki rolünden dolayı insan hayatında önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle toplumu gelecek nesillere ulaştıracak olan gençlerin, bedensel ve ruhsal olarak sağlıklı kişiler olabilmeleri için, hali hazırda rekreasyonel faaliyet ve eğilimlerinin tespit edilmesi önemli bir husustur (Müderrişoğlu ve Uzun, 2004, s.108). Rekreasyonun genel özellikleri incelendiğinde, rekreasyonel etkinlikler kapsamında gönüllü olmak gerekir. Çevresel zorunluluklar bulunmamalıdır. Öncelikli olarak birey, etkinlik için kendini özgür hissetmelidir. Etkinliklerde bireyler kendini yenileme isteğini giderir. Etkinlikler serbest zamanlarda gerçekleştirilir. İş saatleri ve sorumluluğun bulunduğu zamanlar dışında yapılır. Rekreasyon, birey için yaşamın rutininin değişmesini

sağlar ve standardın dışına çıkmak bireyin motivasyonunu yükseltir. Bireysel ve toplumsal bir fayda sağlar, çünkü bireylerin gelişim göstermesi, bazı toplumsal kaynaklı sorunların önüne geçebilir. Rekreasyonun anlamı, gerçekleştiren kişiye göre, bireyin ilgi ve ihtiyaçlarına göre değişimler gösterebilir. Bireyseldir, birey başkası için yapamaz ve kişisel tatmin sağlar (Karaküçük, 2008). Dolayısıyla, rekreasyonun genel özellikleri bireyin bu tür etkinliklere yönelmesini sağlarken katılım sonucunda bireye ruhsal doyum kazandırmaktadır.

Bireyleri rekreasyon faaliyetlerine yönlendiren motivasyonların ele alınması önemlidir. Öztürk ve Dündar (2003)'in hazırladığı çalışmaya göre motivasyon; insanı harekete geçiren ve hareketlerin yönlerini belirleyen, onların düşünceleri, umutları, inançları, kısaca arzu ihtiyaç ve korkularıdır. Carroll ve Alexandris (1997)'e göre ise motivasyon, içsel ve dışsal uyarıcılardan oluşmakta ve birey uyarıcılar veya güdülerle birlikte, belirli bir motivasyon düzeyine ulaşmaktadır. Bu durum ise bireyin boş zaman aktivitesine katılmasında önemli rol oynamaktadır. Kement (2015)'e göre bireyi rekreasyonel etkinliklere yönlendiren bazı motivasyonel unsurlar; doğadan haz alma (doğaya yakın olma vb.), kendi başına olma, ruhsal sağlık, öğrenme ve yenilik (farklı ve yeni şeyler keşfetme vb.) şeklinde ayrılmaktadır. Tinsley ve Eldredge (1995) ise rekreasyonel motivasyon unsurlarını daha geniş bir çerçevede şu şekilde ele sıralamaktadır: Yenilikçilik, hizmet, güvende olma isteği, duygusal eğlence, bilişsel dürtü, kendini ifade edebilme, yaratıcılık, rekabet, dolaylı rekabet, rahatlama.

Fotoğraf etkinliğine katılımın yukarıda sıralanan motivasyon unsurlarına yanıt verebilecek nitelikte deneyim oluşturabileceği, bu nedenle bireylerin serbest zaman aktiviteleri kapsamında değerlendirilebileceği ve bir rekreasyonel etkinlik olarak adlandırılabilmesi anlaşılmaktadır. Bireyler, ruhsal ve bedensel olarak kendilerini özgür hissetmek için turizm aktivitelerinde bulunmaktadır. Yaptıkları serbest zaman etkinliklerinde, anı ölümsüzleştirmek adına fotoğraflar çekmektedirler. Çekilen fotoğraflara belli bir zaman sonra bakıldığında, bireylerin yaşadıkları motivasyon ve hazzı tekrardan çağrıştıran fotoğrafın önemini görmek mümkündür. Hillman (2007) ve Chalfen (1979)'a göre; fotoğraf çekme bireyin hayatına farklı açılardan temas etmekte ve çok farklı roller oynamaktadır. Çekilen fotoğraf, bir kişinin fiziksel olarak bir yeri ziyaret ettiğini daha belirgin bir düzeyde doğrulamakta (Hillman, 2007) ve bireyin otantik, egzotik, başka bir yaşam biçimi yaşadığına dair kanıtlar sunmaktadır (Chalfen, 1979). Fotoğraflar, seyahat hatıralarının oluşturulmasına yardımcı olabilmek için, daha derin bir sembolik rol oynamaktadırlar (Bærenholdt vd., 2004). Bireyler çeşitli sebeplerden dolayı, fotoğraf çekerek duygusal açıdan doyum süreçlerini zenginleştirmektedirler. Bu sebepten, rekreasyonel bir motivasyonla fotoğraf çekme ile turizm birbirini destekler niteliktedir. Ancak bu desteğin veya etkileşimin boyutu konusunda yeterli çalışmaya rastlanmamıştır. Fotoğraf çekmenin turizm motivasyonu olarak destekleyici, zenginleştirici bu etkisi turistik seyahat kararında hangi dereceye kadar rol oynamaktadır? sorusuna yanıt vermek zordur. Konuyu, fotoğraf çekme başlı başına bir turizm ve seyahat motivasyonu olarak rol oynayabilir mi? sorusu çerçevesinde ele almak mümkündür. Bu sorunun yanıtı aşağıda alan araştırmasının bulguları eşliğinde verilmektedir.

## **Yöntem**

Bu araştırmanın amacı, fotoğraf çekmenin bir seyahat motivasyonu üreterek bireyi turizme yönlendirmesi olgusunu detaylı olarak incelemektir. Bu sayede fotoğraf çekmenin bir turizm motivasyonu olarak oynadığı rol analiz edilmeye, detaylı şekilde açıklanmaya çalışılmaktadır. Bu amaçla, fotoğraf çekme etkinliği ile amatör düzeyde

ilgilenen, fotoğraf amaçlı seyahatlere çıkan bireylerden veri elde edilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği yardımıyla elde edilen veri betimsel bir bakışla analiz edilmiştir. Çalışmanın örnekleme, nitel araştırmalarda sıklıkla kullanılan amaçlı örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Bu bağlamda çalışma örneklemini, 2018 yılının Aralık ve 2019 yılının Ocak, Şubat aylarında görüşülen 93 kişi oluşturmaktadır. Bu örnekleme ulaşmak adına araştırmacı hem kendi çevresinden fotoğraf çekmeye ilgisi olanlara hem bazı fotoğraf derneklerine üyelikleri de söz konusu olan fotoğrafçılara ulaşmış hem de ulusal ölçekli bir fotoğrafçılık etkinliği olan Bingöl Foto-safari 2019'a katılmak suretiyle, bu etkinliğe katılmış olanlarla görüşmüştür. Görüşmeler esnasında ses kaydı alınmıştır. Çalışmada demografik veriler birinci kısımda sorulurken, rekreasyonel motivasyonlara ilişkin sorulara ikinci kısımda yer verilmiştir. Bu bağlamda, katılımcıların fotoğrafçılık etkinliğine katıldıkları esnadaki motivasyonlarının etkin bir şekilde tespit edilmesi hedeflenmiştir.

Görüşme esnasında katılımcılara toplamda 20 soru sorulmuştur. Sorular iki bölüm olarak oluşturulmuştur. İlk bölüm 7 sorudan oluşan demografik verileri kapsamaktadır. İkinci bölümde 13 sorudan oluşan, katılımcıların rekreasyonel motivasyonları hakkında sorular yer almaktadır. Rekreasyonel motivasyon kapsamındaki sorular ve sıralaması şu şekildedir:

- Seyahat etmeyi sever misiniz? Ne sıklıkla seyahat edersiniz?
- En son nereye seyahat ettiniz?
- Seyahat etmek için sizi güdüleyen en önemli faktör/faktörler nelerdir?
- Gittiniz yerlerde fotoğraf çeker misiniz?
- Gittiniz yerlerde ne tür fotoğraflar çekmeyi seversiniz?
- Fotoğraf çekmek için seyahat eder misiniz? Yılda kaç kere bu amaçla seyahate çıkarsınız? (Yaşadığınız il dışına)
  - Sadece seyahat etmek için gittiğiniz yere, sonrasında fotoğraf çekmek için tekrar gidiyor musunuz?
  - Neden bulunduğunuz ortam değil de, bir başka yere fotoğraf çekmek için gidiyorsunuz?
  - Fotoğraf çekmek için seyahat ettiğiniz yerlerde turizm etkinliklerinde bulunuyor musunuz (otel kullanımı, yöresel alışveriş, kültür turları, müze/ören yeri ziyaretleri, rehber ihtiyacı vb.)?
  - Fotoğraf için gittiğiniz destinasyonlarda neler sizi çekiyor?
  - Nereye kaç para harcıyorsunuz? (Son gittiğiniz seyahati düşünerek yanıtlayınız).
  - Gittiğiniz bölgede çektiğiniz fotoğrafları paylaşıyor musunuz? Hangi kanallardan? Ne tür tepkiler alıyorsunuz?
  - Sizce bir fotoğraf meraklısını çekmek için turizm bölgeleri neler yapmalıdır?

## **Bulgular**

### **Katılımcıların Demografik Özellikleri**

Araştırmaya katılanların; cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durum, meslek, yaşadığı yer ve aylık ortalama gelirlerine ait bilgiler Tablo 1'de sunulmaktadır.

**Tablo 1.** Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişkenler		f	%	Değişkenler		f	%
Cinsiyet	Kadın	32	34,4	Yaşanan Yer	Ankara	39	41,9
	Erkek	61	65,5		İstanbul	14	15
Yaş	18-26	21	22,5		Bolu	10	10,7
	27-35	42	45,1		Van	4	4,3
	36-43	18	19,3		Kocaeli	3	3,2
	44-51	4	4,3		Antalya	2	2,1
	51 ve üstü	8	8,6		Bingöl	2	2,1
Eğitim Düzeyi	Ortaokul	1	1,1		Kars	2	2,1
	Lise	10	10,7		Denizli	2	2,1
	Ön Lisans	10	10,7		Muğla	1	1,1
	Lisans	50	53,7		Hatay	1	1,1
	Yüksek Lisans	20	21,5		Zonguldak	1	1,1
	Doktora	2	2,1		Adana	1	1,1
Medeni Durum	Bekâr	52	55,9		Eskişehir	1	1,1
	Evlî	41	44,1		Düzce	1	1,1
Aylık Gelir	0-1500	8	8,6		Mardin	1	1,1
	1501-3000	13	13,9		Balıkesir	1	1,1
	3001-4500	39	41,9	Ordu	1	1,1	
	4501-6000	17	18,2	Gaziantep	1	1,1	
	6001 ve üstü	16	17,2	Adıyaman	1	1,1	
Meslek Grupları	Özel Sektör	31	33,3	Samsun	1	1,1	
	Öğrenci	10	10,7	Diyarbakır	1	1,1	
	Akademisyen	9	9,6	Konya	1	1,1	
	Fotoğrafçı	7	7,5	Bursa	1	1,1	
	Öğretmen	13	14				
	Kamu Çalışanı	17	18,2				
	Diğer	6	6,5				

Katılımcıların yüzde %65,5'i erkek, %34,4'ü kadınlardan oluşmaktadır. Yaş grupları incelendiğinde, %45,1'lik büyük kısmı 27-35 yaş arasını işaret etmektedir. Bu verileri, %22,5 ile 18-26 yaş, %19,3 ile 36-43 yaş, %8,6 ile 52 yaş ve üstü, %4,3 ile 44-51 yaş grupları izlemektedir. Fotoğrafçılık etkinliği ve daha özelden fotoğraf amaçlı seyahat hem zaman kullanımı hem fiziksel aktivite gerektirmesi vb. konular nedeniyle erkeklerin daha yoğun katıldığı etkinlikler olabilmektedir. Aynı sebeple daha genç yaştakilerin bu etkinliklere katılım şansı daha yüksektir. Bu açıdan, ulaşılan örneklemin fotoğraf çekme amaçlı seyahat eden kişilerden oluşan evreni temsil edebilecek özelliklere sahip olduğu düşünülmektedir.

Araştırmaya katılan katılımcıların eğitim durumları itibariyle, %53,7'lik büyük çoğunluk lisans mezunu, %21,5 ile yüksek lisans mezunu, %10,7 eşit paydalarda lise ve önlisans mezunu, %2,1 ile doktora mezunu, %1,1 ile ortaokul mezunu kişileri kapsadığı görülmektedir. Verileri incelediğimizde, fotoğrafçılık etkinliğine katılan bireylerde, lisans eğitimi almış çoğunluk dikkat çekmektedir. Eğitim durumunun fotoğrafçılığa yönelim konusunda önemli bir belirleyici olabileceği gözlenmektedir.

Araştırmaya katılan katılımcıların medeni durumları incelendiğinde, %55,9 ile bekar katılımcılar çoğunluktadır. Evli katılımcıların oranı %44,1'dir. Bekar katılımcıların fotoğrafçılık etkinliğine katılım eğilimlerinin evli olan katılımcılara göre daha fazla olduğu, bekar katılımcıların fotoğrafçılık etkinliklerine daha sık katıldıkları söylenebilir.

Araştırmaya katılan katılımcıların meslek grupları incelendiğinde, %33,3 ile özel sektör, %18,2 ile kamuda çalışanlar, %14 ile öğretmenler, %10,7 ile öğrenciler, %9,6 ile akademisyenler, %7,5 ile fotoğrafçılar ve %6,5 ile

diğer meslek grupları şeklinde bir sıralama ortaya çıkmaktadır. Özel sektör çalışanlarının fotoğrafçılık etkinliğine katılım konusunda daha istekli oldukları anlaşılmaktadır. Bunun yanında, boş zamanını esnek bir şekilde organize edebilme imkânının fotoğraf amaçlı seyahatler için önemli olduğu anlaşılmaktadır. Zira, özellikle kendi işinin patronu olan kimselerin örneklem içinde ağırlığı bu tür faaliyetler için zamanını organize etme imkanlarının önemini ortaya koymaktadır.

Araştırmaya katılan katılımcıların yaşadığı yerler incelendiğinde, %41,9'u Ankara, %15'i İstanbul, %10,7'si Bolu, %4,3'ü Van, %3,2'si Kocaeli, %2,1'i de eşit paylarla Antalya, Kars, Bingöl ve Denizli illeriyle, %1,1'lik eşit paylarla da Muğla, Hatay, Adana, Eskişehir, Zonguldak, Düzce, Mardin, Balıkesir, Ordu, Gaziantep, Adıyaman, Samsun, Diyarbakır, Konya ve Bursa illerindedir.

Araştırmaya katılan katılımcıların aylık ortalama gelir dağılımı incelendiğinde, %41,9 ile 3001-4500TL, %18,2 ile 4501-6000TL, %17,2 ile 6001TL ve üstü, %13,9 ile 1501-3000TL ve %8,6 ile 0-1500TL arasında dağılımlar gözlenmiştir. Maddi durumları 3000TL'nin üzerindeki katılımcıların, seyahat ve fotoğraf aktivitelerine daha fazla kaynak ayırabildiği görülmüştür. Fotoğrafçılık etkinliği, yapısı gereği maddi kaynaklara ihtiyaç duymasından dolayı, fotoğrafçılık etkinliklerine katılımın gelir durumu ile ilişkili olduğu görülmüştür.

## **Katılımcıların Rekreatif Motivasyonlarına İlişkin Bulgular**

### **Fotoğraf Amaçlı Seyahat**

Katılımcıların seyahat konusundaki isteklilikleri tespit edilmiştir. Hemen hepsi seyahat etmeyi sevdiğini ve belli periyotlarda yaşadıkları çevrenin dışına yönelik seyahatlere katıldıklarını aktarmışlardır. Bunun yanında çoğu katılımcı ayda ortalama 2 kez seyahat ettiklerini belirtmiştir. Bu konuda, evli ve küçük çocuğu olan katılımcılar için bir sınırlılık söz konusu olduğu anlaşılmaktadır. Bu grupta yer alanlar, eskiden seyahat etmeye daha fazla vakit ayırabildiklerini, ancak çocukları nedeniyle seyahat sıklığını azaltmak durumunda kaldıklarını vurgulamaktadırlar. Örneğin, bir katılımcı durumunu şu şekilde ifade etmektedir: "*Eskiden daha fazla seviyordum. Şimdilerde o kadar değil. Çocuk olduğundan dolayı sorumluluklar çoğaldı. Zaman ayırdığım şeylerin farklılık göstermesi diyebilirim.*"

Seyahatle ilgili ifadelerden, fotoğrafa ilgi duyanların aynı zamanda seyahate de yüksek düzeyde ilgi duydukları anlaşılmaktadır. Bu durum seyahat ve fotoğrafçılık ve hatta turizm ve fotoğrafçılık arasındaki ilişkiyi vurgulayan ve bu iki alanın gelişiminin birbirini desteklediğine dikkat çeken Crawshaw ve Urry (1997) gibi daha önceki çalışmalarla örtüşmektedir.

Katılımcılar, seyahat eğilimleri ile ilgili sorulara cevap verirken çoğunlukla yaşadıkları yerlerin dışında fotoğraf aktivitelerini gerçekleştirdiklerini belirtmişlerdir. Gidilen yerler Bingöl (görüşmelerin bir kısmının gerçekleştirildiği aktivite merkezi) gibi Türkiye'nin metropollerinin dışında kalan otantik, doğal çekiciliklerle bezeli alanlardır. Bunun yanında İstanbul gibi bir merkez de fotoğraf amaçlı seyahatlerin hedef bölgesi olabilmektedir. Bu durum fotoğrafa ilginin seyahate ilgiyle bütünleştiğini, seyahat ve fotoğrafın özdeş, deneyimin ayrılmaz iki boyutu olarak rol oynayan etkenler olduğunu kanıtlamaktadır. Fotoğraf amaçlı seyahatler mümkün müdür? sorusunun yanıtı olarak da fotoğraf bizatihi seyahatle iç içe geçmiş bir deneyim aracı olduğundan, kesinlikle bir seyahat ve turizm motivasyonu olarak rol oynayabileceği anlaşılmıştır. Katılımcıların seyahate yönelmede kendilerini motive eden unsurlar olarak; yeni yerleri görmek, keşfetmek ve diğer bölgeleri merak etmek cevaplarını vermiş olmaları da bu durumu

desteklemektedir. Yeni yerleri görmek ve gördüğünü fotoğraflamak üzerine kurgulu bir motivasyonel eğilim söz konudur denebilir. Zaten katılımcılar; seyahat aktivitesinden önce araştırmalar yaparken, fotoğraf hobilerini gerçekleştirmek için farklı ve yeni rotaları tercih ettiklerini de vurgulamaktadırlar. Bingöl Foto-safari'ye katılan bir katılımcının "Bingöl etkinliğini ilk duyduğumda heyecanlandım ve şimdi orada ne güzel kar manzaraları, sümküklü çocuklar, yöresel hayvancılık fotoğrafları çekerim diye düşünerek geldim" demesi bu durumu iyi bir şekilde yansıtmaktadır. Yani seyahat edilen yerler aslında, fotoğraf çekme açısından anlamlı, önemli, eşsiz ve uygun görülen destinasyonlardır.

Katılımcılar, "Neden bulunduğunuz ortam değil de, bir başka yere fotoğraf çekmek için gidiyorsunuz" sorusuna, çoğunlukla buldukları bölgeden sıkıldıkları, her gün aynı şeyleri görme ve yaşamının vermiş olduğu sıradanlıkla birlikte, keşfetme isteklerinin baskın geldiği şeklinde yanıtlar vermişlerdir. Bir katılımcının cevabı, bu kapsamda elde edilen fikri özetler niteliktedir: "Gittiğim destinasyonlarda insana dair bir şeyleri fotoğraflamak istiyorum, insanların geçmişten bugüne getirdiği ve hala daha yaşatmak için çaba harcadığı gelenekleri ilgimi çekiyor ve fotoğraflamaya gayret ediyorum" demiştir. Katılımcıların vurguları buldukları yer dışına çıkma isteği doğrudan bir turizm motivasyonuna işaret etmektedir. Fotoğraf, bulunduğu yer dışına çıkmanın bir aracına dönüşmekte, sıkılmanın, aynışmanın, sıradanlığın aşılmasına neden olacak bir bahane olarak görülmekte ve değerlendirilmektedir. Fotoğraf, turizme yönlendiren bir araç olarak işlev görmektedir. Bu durumu bir başka katılımcının şu beyanı oldukça açık şekilde ortaya koymaktadır: "İnsanlara sürekli gördüğü şeyler sıradan gibi geliyor. Olduğumuz yeri çok fazla göremiyorum. Başka bir yere gittiğimizde sanki bir uzaylı gibi en ufak detayları bile farkeder oluyorsunuz. Yaşadığım yer İstanbul, metropol bir şehir. Kırsala çıktığımız zaman oradaki insanların, çocukların yaşantısı çok farklı geliyor ve bunları fotoğraflamak istiyorum".

### **Fotoğraf Amaçlı Seyahat Eden Kitlenin Davranışsal Özellikleri**

Katılımcıların seyahatlerinde fotoğraf makinesini yanlarından ayırmadıkları anlaşılmaktadır. Ya da cep telefonları ile fotoğraf çekebilmektedirler. Hepsi seyahat ettikleri yerlerde mutlaka fotoğraf çekmekte, çekilen fotoğrafların da daha çok doğa ve portre fotoğrafları olduğu ifade edilmektedir. "Fotoğraf çekmek için seyahat eder misiniz?" sorusuna ise katılımcıların hepsi "evet" yanıtını vermişlerdir. Fotoğraf çekmek amaçlı olarak çıkılan seyahatlerin sayısı haftada 4 seferden ayda 3 sefere, bir yılda 4 seferden 20 sefere kadar değişik şekillerde ifade edilmektedir. Seyahat, çoğu kez yalnız başına değil, birkaç arkadaşla birlikte gerçekleşmektedir. Dolayısıyla, bu kitle ortak hareket eden ve belki belli bir sayıda/küçük gruplar halinde hareket etmeyi seven bir kitle olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sadece seyahate gidilen yerlere fotoğraf çekmek için tekrar gidildiği, fotoğraf aktivitesinin seyahatlerin temel motivasyonlarından birisi olduğu, bu nedenle de belli yerlerin yeniden yeniden ziyaret edildiği belirtilmiştir. Yaz manzarası çekilen bir alan daha sonra kış manzarası için de yeniden seyahate konu olmaktadır. Bu anlamda fotoğrafçıların yöneldiği destinasyonlar için bu tür etkinliklere dayalı turizm gelişiminin mevsimsellik sorununun olmayacağı da öngörülebilir.

Katılımcıların fotoğraf amaçlı seyahat ettikleri yerlerde, görsel malzeme dışında en fazla ilgi duydukları turizm çekicilikleri ise yöresel yiyecekler ve içeceklerdir. Fotoğraf etkinliğine katılan bireyler sık sık, seyahatlerini planlamadan önce yöresel tatlar hakkında araştırmalar yaptıklarını belirtmişlerdir. Önemli bir kısmı yöresel yiyecek



ve içecekleri seyahat sırasında tüketme yanında satın alarak eve de getirdiklerine vurgu yapmaktadır. Bu ürünlerin hediye olarak da satın alınması söz konusudur. Bazı katılımcılar gıda ürünleri yanında tekstil ürünleri (Şile bezi vb.) de satın aldığını beyan etmektedir. Bu durum fotoğraf amaçlı seyahatlerin turizmin diğer kolları ve yöre ekonomileri için kapsamlı bir potansiyel oluşturduğunu da ortaya koymaktadır.

Katılımcıların büyük çoğunluğu uygun otelleri ya da öğretmenevi yapısına sahip, ucuz kamu tesislerinde konaklamayı tercih ettiklerini söylemişlerdir. Katılımcıların esas talebinin lüks otel konforu değil, yörede en fazla ve en verimli zamanı geçirebilmek olduğu anlaşılmakta ve bu durum birçok katılımcı tarafından da ifade edilmektedir. Bazı katılımcılar ise, bölgedeki müzeleri mutlaka gördüklerinden, müzeleri ziyaret etmenin bölgeyi tanımada tamamlayıcı rol oynadığından bahsetmişlerdir. Bu özellikler fotoğraf amaçlı seyahat edenlerin turizm bölgesinin değerlerine duyarlı, bölgesel otantik unsurlara saygılı ve deneyime önem veren, dolayısıyla bölgede turizmin sürdürülebilir gelişimi için istenen kitleler olduğunu ortaya koymaktadır.

Katılımcıların fotoğraf amaçlı olarak gününbirlik seyahatlere çıkmaları yanında bir destinasyonda ortalama iki gün kaldıkları anlaşılmaktadır. Fotoğraf amaçlı seyahatlerde önemli miktarlarda kişisel harcama da gerçekleştirilmektedir. Katılımcılar, en son katıldıkları seyahati baz alarak cevaplamaları istendiğinde, kişisel harcamalarının ortalama 1000 TL civarında olduğunu, bunun içinde ulaşım, yemek, konaklama ve müze girişleri ile alışveriş harcamalarının da bulunduğunu aktarmışlardır.

### **Fotoğraf Amaçlı Seyahat Deneyimi**

Katılımcılar, “Fotoğraf için gittiğiniz destinasyonlarda sizi neler çekiyor” sorusuna farklı unsurları öne çıkararak yanıt vermişlerdir. Cevapların bir kısmı, fotoğraf etkinliğini gerçekleştirirken mutluluk duyulan her ne var ise, yine seçtikleri destinasyonlarda onların arandığını ortaya koymaktadır. Bu durum fotoğrafın seyahatte temel güdüleyici olduğunu ortaya koymaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğu, yeni yerleri görmek, keşfetmek ve bölgenin kültürünü tanımak istediklerini söylemişlerdir. Önemli bir kısmı seyahat öncesinde gitmeyi planladıkları yerle ilgili araştırma yaptıklarını beyan etmektedir. Bir katılımcı konuyla ilgili şunları aktarmaktadır: “*Gittiğim yerde genel yaşam şartlarına bakarım, özel şeyler var mı onları araştırırım. Bingöl’e gelmeden öncede bir ay kadar araştırdım. Gidip görüp yaşamak isterim.*”

Fotoğraf amaçlı seyahat deneyiminin önemli bir parçası ise çekilen fotoğrafların paylaşılmasıdır. “Gittiğiniz bölge çektiğiniz fotoğrafları paylaşıyor musunuz?” sorusuna, büyük çoğunluk sosyal medyada paylaştıklarını belirterek cevap verirken, özellikle son yıllarda en fazla kullanılan fotoğraf paylaşım platformu olan “instagram”ın adının zikredildiğine şahit olunmuştur. Katılımcıların kalan kısmı, fotoğraflarını karma fotoğraf sergilerine gönderdiklerinden ve sergilendiğinden bahsetmişlerdir. Fotoğraf ve turizm etkileşimi kapsamında son yıllarda en belirleyici etkenlerden biri olarak sosyal medyanın önem kazandığına şahit olunmaktadır. Katılımcıların seyahat deneyiminin önemli bir bileşeni olarak fotoğraf paylaşımına ve bunun için kullanılan sosyal medya mecralarına dikkat çekmeleri önemli görülmektedir.

Katılımcılara son olarak “Sizce bir fotoğraf meraklısını çekmek için turizm bölgeleri neler yapmalıdır?” sorusu sorulmuştur. Cevap olarak çok çeşitli öneriler ve tavsiyelerde bulunulmuştur. Ancak katılımcıların bulunduğu ortak payda sosyal medyadır. Sosyal medyadan yapılabilecek reklamların fotoğrafçıları bölgeye çekebileceğinden söz

edilmiştir. Katılımcılar, bölgelerde düzenlenecek fotoğraf aktivitelerin bulunmasının öneminden, fotoğraf maratonları/safarileri tarzında etkinliklerin bölgeye çokça fotoğrafçı çekeceğinden bahsetmişlerdir. Bir katılımcı, Bingöl ilinde 2019 Ocak ayında gerçekleştirilen kış foto safari etkinliğine gönderme yaparak şunları aktarmıştır: “*Bir farkındalık yaratabilmek önemli olan. Mesela şu an Bingöl’e 500 tane fotoğrafçı gelmiş. Bunlar yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşlarının ortak paydasıyla yapılan büyük organizasyonlar. Buraya gelen insanlar fotoğraf çekmeyi bir gelir kapısı olarak görmüyorlar. İnsanların hobisidir fotoğraf. Burada kış turizmi gelişti. Buraya gelen insanların sosyal medyalarında binlerce kişi var. Her paylaştıkları fotoğraf, diğer şehirlerde ki binlerce insanın bu coğrafyayı görmesine olanak sağlıyor. Bingöl’ün dokusunda tarihi bir doku veya mimari bir güzellik yok. Diğer illerde en azından tarihi bir doku, gelenek görenekler var. İnsanlar oralara giderler. Ama Bingöl gibi şehirler bu tarz organizasyonlar yaparak, fotoğrafçılar sayesinde, görünmeyen noktaları ve açuları izleyici ile buluşturacaklar. Bingöl bu aktivite ile bir farkındalık yarattı. Bu farkındalık 500 kişiyi buraya getirdi. Bu 500 kişi yarın 5000 kişi olacak. Doğal yaşamlar, çocukların yaşamları... Mesela İstanbul veya İzmir’den bir aile çocuğuna gösteriyor. İşte, bak kızım, Bingöl’de bir çocuk var senin yaşında. Özel okullara gitmiyor. Tatilini hayvancılık yaparak geçiriyor.”* Konuyla alakalı olarak diğer bir katılımcı da şunları paylaşmıştır: “*Mutlaka bölgenin fotoğrafik haritası çıkarılmalı. Maalesef ülkenin birçok yerinde turizm bürolarının etkisiz olduğunu gördüm. Hala eski tanıtım fotoğrafları kullanılıyor. Yenilik şart, bilgilendirme ve yeni fotoğraflar şart. Bunu gerekli imkânları sağlayıp, bölgeye fotoğrafçıları getirerek yapabilirler. İyi fotoğrafçıların hatırı sayılır takipçi sayıları var. İnsanlar artık buralardan seyahat planlarını yapıyor. Mesela; Salda Gölü’nün son yıllardaki popülerliği tamamıyla gezgin fotoğrafçıların eseri. En güzel reklam doğal olandır.”* Benzer aktarımlar kapsamında fotoğraf amaçlı seyahat edenlerin etkileneceği en önemli mecranın yine fotoğraf paylaşımı platformları ve sosyal medya olduğu anlaşılmaktadır.

## **Sonuç ve Öneriler**

Elde edilen bulgularla birlikte, fotoğraf etkinliğine katılan bireylerin rekresyonel motivasyonlarını etkileyen çeşitli değişkenler tespit edilmiştir. Sonuçlar içerisinde, fotoğraf aktivitesine katılım için öncelikle boş zaman olması gerekmektedir. Çeşitli işlerde çalışan katılımcılarda görülen, büyük çoğunlukta esnek çalışma zamanlarının olması büyük önem arz etmektedir. Katılımcılar için yaş faktörü de önemlidir. Belli olgunluk seviyesine ulaşmış, belli bir maddi güce erişildiğinde fotoğraf etkinliklerine katılma oranları yükselmektedir. Katılımcıların eğitim seviyelerinin de aktiviteye katılım yoğunluğuyla doğru orantılı olması, katılımcıların daha bilinçli ve çevrelerine ilgili bireyler olduklarını göstermiştir.

Rekresyonel motivasyona yönelik sorulara cevaben, katılımcıların çoğu ortak bazı unsurlara vurgu yapmak suretiyle benzer görüşler ortaya koymuşlardır. Bu bulgu, fotoğrafçılıkla ilgilenen ve bu amaçla seyahate yönelen bireylerin ortak duygulara ve davranış eğilimlerine sahip olduğunu ve dolayısıyla homojen bir kitleyi ifade ettiğini göstermektedir. Bu çalışmaları sahada gerçekleştirdiğimiz esnada, aktivitelere katılan bireylerin genellikle birkaç arkadaşı ile katıldığı da gözlemlenmiştir. Bu sonuç fotoğrafçılık etkinliğine katılan bireylerin seyahat kararı ve davranışı üzerinde çevresinin de etkili olabileceğini göstermektedir.

Çalışmada fotoğraf ve seyahat kavramlarının da birbirleriyle bağdaştığı görülmüştür. Katılımcılar verdikleri cevapların genelinde, fotoğraf çekebilecekleri seyahat rotaları düzenlediklerinden bahsetmişlerdir. Bu sayede, fotoğrafçılık etkinliğine katılan bireylerin sürekli olarak turizm aktivitelerinde bulunduğunu söylemek mümkündür.

Fotoğrafçıların sık gittiği bölgelerde sayıca artan yöresel pazarlar mevcudiyeti, katılımcıların yöresel ürünleri satın aldıklarına dair verdikleri cevaplarla örtüşmektedir.

Katılımcıların çoğu, yerel bazda yapılabilecek fotoğraf aktivitelerinin sayısının artması gerektiği söylemiştir. Çalışma kapsamında, katılımcıların verdiği bilgiler ışığında, yerel bazda yapılacak foto safari/maraton gibi etkinliklerin sıklaştırılması ve gelecek katılımcılara kolaylık sağlanarak teşvik edilmesi gerekmektedir. Bu gibi etkinlikler her zaman ayrı olarak değil, şehirlerde yapılan festivaller kapsamalarında da değerlendirilebilir. Yerel yönetimler, fotoğraf amaçlı turizm aktivitesinde bulunacak bireyler için konaklama ve ulaşım imkânları sunarsa, fotoğraf etkinliğine katılan bireylerin motivasyonları da maksimum seviyede olacak ve etkinliğe katılan kişi sayısı artacaktır. Bu sayede gelen katılımcılar da kendi çevreleriyle yöreyi daha detaylı paylaşarak, daha çok bireyin bölgeyi görmesini sağlayabilirler. Bunun gerçekleşmesi için de yerel yönetimler, İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri ve fotoğraf dernekleri ortak çalışmalar yapmalıdırlar. Fotoğraf aktivitesine katılan bireylerin birçoğu tanıtım eksikliğinden bahsetmişlerdir. Kültür ve Turizm Bakanlığı ile birlikte, İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri yardımıyla, turizm büroları ve fotoğrafçılar ortak bir çalışma ile yeni tanıtım ilanları, bilgilendirici kitapçıklar veya el ilanları hazırlamalıdırlar. Bununla birlikte bölgelerin fotoğraflık lokasyon haritaları oluşturulmalıdır. Oluşturulacak bu fotoğraflık haritalar ile seyahat amaçlı fotoğraf çeken bireyler bölgeyi daha etkili gezebilecekleri için, daha fazla fotoğraf amaçlı seyahat eden birey bölgeye gelecektir.

Bu çalışma fotoğraf etkinliğine katılan sınırlı sayıda katılımcının görüşlerini kapsamaktadır. Türkiye'nin farklı şehirlerinde araştırmaya yönelik benzer çalışmaların yapılması, turizm destinasyonlarının bölgesel bazda detaylı incelenmesi, fotoğraf, seyahat ve rekreasyonel motivasyonların değerlendirilmesi ve ilişkilendirilmesiyle ilgili konuların daha anlaşılır hale gelmesine yardımcı olması açısından araştırmacılara tavsiye edilmektedir.

## **KAYNAKÇA**

- Bærenholdt, J.O., Framke, W., Haldrup, M., Larsen, J., & Urry, J. (2004). *Performing tourist places*. UK: Ashgate Publishing.
- Carroll, B. ve Alexandris, K. (1997), Perception of Constraints and Strength of Motivation: Their Relationship to Recreational Sport Participation in Greece, *Journal of Leisure Research*, 29(3), 279-299.
- Chalfen, R.M. (1979). Photograph's role in tourism: Some unexplored relationships. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 435-447.
- Crawshaw, Carol ve Urry, John (1997), *Tourism and The Photographic Eye*, İçinde: Rojek, Chris ve Urry, John (editörler), *Touring Cultures*, Routledge Yayınları, New York, USA.
- Hillman, W. (2007). Travel authenticated: postcards, tourist brochures, and travel photography. *Tourism Analysis*, 12(2), 135-148.
- Karaküçük, S. (2008). *Rekreasyon (Boş Zamanları Değerlendirme)*, Gazi Kitabevi, Ankara.

- Kement, Ü. (2015), Doğaya Yönelik Gerçekleştirilen Rekreatif Etkinliklerde Tüketicilerin Çevre Dostu Rekreasyon Davranışlarının İncelenmesi: Kamping Örneği, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Rekreasyon Yönetimi Anabilim Dalı, Rekreasyon Yönetimi Bilim Dalı.
- Kıvırcık, Cem (2018), Instagram fotoğrafçılarına 15 tüyo, <https://digitalage.com.tr/instagram-fotografcilarina-15-tuyo/> erişim:15.04.2019.
- Lippard, L.R. (1999), *On the beaten track: tourism, art, and place*, The New Press.
- Müderrişoğlu, H., Uzun, S., (2004). Abant İzzet Baysal Üniversitesi Orman Fakültesi Öğrencilerinin Rekreasyonel Eğilimleri. Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, A(2), 108-121.
- Ninemeier, J.D. ve Perdue, J. (2008), *Discovering Hospitality and Tourism: The World's Greatest Industry*, 2nd ed, New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Öztürk, Z. ve Dündar, H. (2003), Örgütsel Motivasyon ve Kamu Çalışanlarını Motive Eden Faktörler, C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 4(2), 57-67.
- Robinson, M. ve Picard, D. (2016), *Moments, Magic and Memories: Photographing Tourist, Tourist Photographs and Making Worlds*, İçinde: M. Robinson ve D. Picard (editörler), *The Framed World: Tourism, Tourists and Photography*, Routledge.
- Tavazar, H. (2016), Sürdürülebilir Etkinlik Yönetim Anlayışı Kapsamında Özel Sektör Rekreasyonel Faaliyetlerinin İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Rekreasyon Anabilim Dalı.
- Tinsley, H. E. ve Eldredge, B. D. (1995). Psychological benefits of leisure participation: A taxonomy of leisure activities based on their need-gratifying properties, *Journal of Counseling Psychology*, 42(2), 123.
- Türkiye Fotoğraf Sanatı Federasyonu (2019), TFSF'ye Üye Fotoğraf Sanatı Dernekleri, [https://www.tfsf.org.tr/uye\\_fotograf\\_dernekleri.asp](https://www.tfsf.org.tr/uye_fotograf_dernekleri.asp), erişim 06.04.2019
- We Are Social (2017), *Digital In 2017: Global Overview*, <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>, erişim:16.04.2019.

## **Photography as Tourism Motivation: An Investigation on Persons Traveling for Photography**

**Çağkan GÜNER**

Sakarya University of Applied Sciences, Graduate Education Institute, Sakarya/Turkey

**Oğuz TÜRKAY**

Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Sakarya/Turkey

### **Extensive Summary**

Tourism industry is accepted as one of the world's biggest and fastest growing industries (Ninemeier & Perdue, 2005). The growth of tourism is correlated to many social reasons. Advances in photography could be perceived as one of those reasons. Growth of tourism and the increase in interest to photography are parallel to each other throughout the history. It could be said that advances in tourism have increased the attention to photography and photography technology. As such, the invention of camera, mass production of widely available box cameras, development of sunlight upload films and postcards with pictures increase in production have also helped with tourism to become more proliferate. While in 1841, Thomas Cook were conducting the first organized traveling, in 1839, France; Louis Daguerre were making a historical step in photography by finding the technique of "daguerrotype". In England at the same year, Fox Talbot started using the negative and paper based picturing techniques (Crawshaw and Urry 1997:180). The relation between tourism and photography is about the tourists perception of the object being captured and reflected upon solid objects and thus bring value to the tourism, place, environment and products (Lippard, 1999). Taking pictures have become to be perceived as staple of being a tourist (Robinson and Picard, 2016). Both the visual elements noticed in the holiday experience and the transfer of these visual elements in the eyes of the tourists to someone who hasn't been there before reflect the reality and the image formation caused by the tourism industry. Particular attention is drawn to the important interactions caused by this visual culture and spread especially in Western thought (Crawshaw and Urry, 1997).

The development of photography and growth of tourism are closely correlated to each other. Invention of cameras, mass production of widely available box cameras, development of sunlight upload films and postcards with pictures' increase in production have helped traveling to be more democratic and helped tourism develop further (Rojek and Urry 1997:180). Thanks to the advancement of technology in latest years, individuals have equipment that helps them take pictures at any time. Despite the close relationship between photography and tourism, it is seen that the subject has not been sufficiently covered in the tourism literature. With very few works taking the subject within the context of alternative tourism, the lack of information on this subject, encouraged this study.

In order to understand photographic travel, it is important to understand the motivations that guide individuals to travel. Motivation is what makes an individual to act and makes one choose what to do, affect their way of thinking and hopes, fears and desires (Öztürk and Dündar, 2003). Motivation is triggered by inner and outer stimulants and

individual reaches a certain stage of motivation through those stimulants or instincts. This situation helps the individual to join an activity in their spare time. Individuals who wanted to feel liberated both spiritually and physically joined tourism activities (Carroll and Alexandris, 1997). Joining in photography activities could be named as a free time activity or a recreational event. People partake in touristic activities and take pictures to feel free spiritually and physically and take pictures to immortalize their memories. Looking back at the pictures taken, it could be observed that the individuals have felt the same pleasure and motivation again (Chalfen, 1979; Hillman, 2007). According to taking pictures touches one's life in different angles and has many other roles. The photograph that has been taken documents an individual's physically visiting a location in a certain way (Hillman, 2007) and shows proof that the person lives an authentic, exotic and unique life than others (Chalfen, 1979). Photographs have a deeper symbolic meaning for creating memories while traveling (Bærenholdt et al., 2004).

The aim of this study is to examine in detail the fact that photographing creates a travel motivation and directs individuals to tourism. In this way, the role played by photography as a tourism motivation is analyzed and explained in detail. For this purpose, data were obtained from individuals who were interested in photographing activity at amateur level and who were traveling for photographic purposes. The data obtained by semi-structured interview technique was analyzed with a descriptive perspective. The sample of the study was determined by purposeful sampling method which is frequently used in qualitative research. In this context, the study sample consisted of 93 people interviewed in December 2018 and January, February 2019. In order to reach this sample, the researcher reached out to those who are interested in taking photographs from their environment, the photographers who are also members of some photo associations, and also participated in the national photography photography event, Bingöl Photo-safari 2019. During the interviews, audio was recorded. Demographic data were asked in the first part of the study, while questions related to recreational motivations were included in the second part. In this context, it was aimed to determine the motivation of the participants effectively when they participated in the photography event.

According to the results; the willingness of photographers to travel was determined. The expressions of travel indicate that those who are interested in photography are also highly interested in traveling. Participants stated that they mostly took photographic activities outside their places of residence when answering questions about travel trends. They travel to areas with authentic, natural charm outside the metropolitan areas. In addition, a center like Istanbul can be the destination of photographic travel. This proves that interest in photography is integrated with interest in travel, and that travel and photography are the identical factors that play an integral part of experience. As an answer to the question of possible travels for photographic purposes, it is understood that it can certainly play a role as a travel and tourism motivation since photography is an experience tool intertwined with travel. As the motivating factors of the participants towards traveling; seeing new places, exploring and wondering about other regions also support this situation. There is a fictional motivational tendency to see new places and photograph what they see.

Almost all of them stated that they like to travel and that they participate in travels outside their environment in certain periods. In addition, most participants stated that they travel on average twice a month. It is understood

that the participants went on daily trips for photography purposes and stayed on average for two days in one destination. Significant personal expenses are also incurred for photographic travel. The majority of the participants said that they wanted to see, discover new places and get to know the culture of the region. A significant portion of them report that they have researched where they plan to go before traveling. There seems to be a limitation in this regard for the participants who are married and have small children. The participants in this group stress that they used to spend more time traveling but had to reduce the frequency of travel because of their children. Because, it needed of time to join photography activities, many of the participants state that their job does not allow them flexible hours for it. Age is also an important factor for the participation, once the participants have reached a certain age and financial stability; joining photography activities have become more common. Participants' level of education seems to also affect their partaking in the activities, showing that they are conscious and researching individuals.

It is understood that the participants did not leave the camera with them during their travels. Or they can take photos with their mobile phones. They all take photographs in places they travel, and it is stated that the photographs taken are mostly nature and portrait photographs. It was stated that only the places to travel were taken again to take photographs, that photography activity was one of the main motivations of the travels and that certain places were re-visited. An area where summer scenery is taken is then subject to travel again for winter scenery. In this sense, it can be foreseen that tourism development based on such activities will not have seasonal problems for the destinations preferred by photographers.

In the places where the participants travel for photographic purposes, other than visual materials, the most popular tourism attraction is the local foods and beverages. Individuals who participated in the photography event frequently stated that they did research on local tastes before planning their travels. An important part emphasizes that they buy local food and drinks in addition to consuming during travel and bring them home. These products can also be purchased as souvenirs.

The majority of the participants stated that they prefer to stay in cheap public facilities such as suitable hotels or teacher houses. It is understood that the main demand of the participants is not the luxury hotel comfort, but to spend the most and most efficient time in the region and this situation is expressed by many participants. Some participants mentioned that visiting the museums had a complementary role in recognizing the region because they had seen the museums in the region. These features reveal that photographic travelers are sensitive to the values of the tourism region, respecting regional authentic elements and attaching importance to experience and thus are desirable for sustainable development of tourism in the region

An important part of the photographic travel experience is sharing photos. The majority of the participants stated that they shared the photos they took during their travels on social media. The name of instagram, a photo sharing platform, has often been mentioned. Some of the participants mentioned that they sent their photos to group exhibitions and exhibited them. Social media has gained importance as one of the most decisive factors in recent years in the context of photography and tourism interaction

Social media is the common denominator in which participants meet on the subject of what needs to be done to attract individuals traveling for photographic purposes. It was mentioned that social media advertisements can attract photographers to the region. Participants talked about the importance of finding photo activities to be organized in the regions and that the activities such as photo marathons / safaris will attract many photographers to the region. For this to municipalities and photography associations can produce action together. Most of the participants stated the lack of advertisement for photography. For the locals, the tourism bureau and photographers should work together to make new publicity of photography, give booklets or should hand out fliers to bring more attention to photography and the destination. Also, photographic location maps should be made. Local municipalities should create housing and help with traveling for individuals who want to partake in photographic tourism activities.