



## Ekrandan Alana: Filmin Turizm ve Rekreasyon Üzerindeki Etkisi\*

*From the Screen to the Field: The Influence of Film on Tourism and Recreation*

**Sue BEETON**

Doç. Dr., La Trobe University, Faculty of Law and Management, Victoria, 3086 Australia.

Çev. Işıl Arıkan SALTİK

\* Araş. Gör., Muğla Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, 48170, Muğla.

E-posta: isilarikan@gmail.com

### ANAHTAR SÖZCÜKLER:

Film-kaynaklı turizm

Rekreasyon

Sinema

Televizyon

Otoetnografi

### ÖZ

Seyahat yazıları, öyküler, şiir ve sanat, insanların boş zaman, rekreasyon ve turizm aktivitesi seçiminde etkili olmuştur. Eski İngiliz Turizm Otoritesi'nin Burns Country ve Bronte Country promosyonundan, Avustralya'nın Crocodile Dundee'den faydalanmasına kadar açık hava rekreasyonu, yalnızca 'seyreden' olmaktan, aktif olarak yer almaya doğru gelişim göstermiştir. 21. yüzyılda, bölgelerle güçlü duygusal bağlar kuran ve ziyaretçilerin ve rekreatif turistlerin deneyimlemek veya taklit etmek isteyecekleri birtakım faaliyetleri gözler önüne seren kurgu filmler (sinema ve televizyon dizileri), popüler medyanın en etkileyici biçimi olarak edebiyatın yerini aldı. Örneğin, 1988 Avustralya yapımı bir sinema filmi olan The Man from Snowy River, ticari safari etkinliklerini, rekreasyonel kırsal at biniciliğinde bir artışı, filmde gösterilen becerilerin ortaya konulduğu yarı profesyonel kırsal yarış pistlerini ve Dağ Çobanları Derneği'ne ilk kez kentli üyelerin katılımını da kapsamak üzere maceraperest bir at biniciliği sektörünün oluşmasına yol açtı. Bu denli güçlü örneklerle karşın gerek sinema gerekse televizyon filmi henüz yeterince incelenmemiş bir olgudur. Ancak film, ekonomik, sosyal ve doğal çevremiz üzerinde olumlu etkilerin yanısıra olumsuz etkilere de yol açabilecek pek çok boş zaman aktivitesi açısından son derece önemli bir güdüleyicidir. Bu unsurların birçoğunu ele alan bu çalışmada, dönüşlü, otoetnografik ve katılımcı-gözlem materyallerinden ve örnek incelemelerinden faydalanılmaktadır.

### GİRİŞ

Bağımsız olarak veya kulüp ve dernek gibi gruplarla gerçekleştirilen etkinlikler her ne kadar yerel halk tarafından açık hava rekreasyon aktiviteleri olarak görülse de, turizm ve rekreasyon; özellikle ziyaretçilerin organize turlar aracılığıyla veya bağımsız olarak katılabilecekleri macera-odaklı açık hava aktiviteleri olarak birbiriyle yakından bağlantılıdır. Turizm ile rekreasyon arasındaki bu yakınsama, Stankey (1971), Stankey ve Shreyer (1985) ve Roggenbuck ve Lucas (1985)'in da içinde bulunduğu çok sayıda Kuzey Amerikalı araştırmacının öncülüğünde rekreasyonel alan ve yönetim yazınında yeterince örneklendirilmiştir.

Hendee ve diğerleri (1990), Amerika Birleşik Devletleri'ndeki rekreasyonel alan yönetimi araştırmalarındaki zenginliğin, bölgenin finansman sağlayıcılarının bölge üzerinde yeterince çalışma yapıldığı inancı yüzünden 1980'li yıllarda kesintiye uğradı-

ğını açıkladılar (Beeton 2006a). Bununla birlikte, rekreasyon ve turizm arasındaki bağlantılı ilişki devam etmektedir. Beeton (1999, 2001a), bu ilk rekreasyon araştırmalarının çoğunu, özellikle Stankey'nin (1971) tezini de ele alarak, (The Man from Snowy River filminden de etkilenilerek) at biniciliği turlarına katılanlar ve rekreatif amaçlı yürüyüş yapan gruplar arasındaki çatışmaları turizm ve rekreasyon alanına uygulamış ve gruplar arasındaki çatışmaları çalışmıştır.

Turizm ve rekreasyon arasındaki ilişki üzerine çalışma bahsi geçen fonlama uygulamalarına karşın devam ediyorken (ayrıntılı bilgi için bakınız: Newsome vd. 2002), ve bu durum bu çalışmanın konusu olmamakla birlikte, çalışmanın kapsamlılığı adına bazı yorumların yapılmasına gerek duyulmuştur.

Açıkçası, rekreatif amaçlı zaman harcayanlar ve turistler arasındaki çizgiler genellikle belli belirsizdir; özellikle de insanların bir aktivite ile turizm aracılığıyla tanıştıkları ve sonrasında bunu rekreasyonel bir hobi olarak geliştirmek istedikleri, ya da evlerinde veya turizm deneyimlerini yaşadık-

\* Beeton, S. (2008) tarafından yazılan "From the Screen to the Field: The Influence of Film on Tourism and Recreation, *Tourism Recreation Research*, 30 (1): 39-47" künyesini taşıyan makaleden dergi yayıncısının izni alınarak çevrilmiştir.

ları yerde uğraşlarını sürdürmek istediklerinde bu belirsizlik karşımıza çıkmaktadır. Film izlemenin kendisi de, bu aktiviteyi evde ya da sinemada sürdüren izleyicilerle, başlangıçta pasif olmakla birlikte, rekreasyonun farklı bir biçimi iken, rekreasyon ve turizm arasındaki en belirgin bağlantı açık havada ve film örneğinde ise, genellikle film bölgesinde gerçekleşir. Bu çalışmada, biz aktif açık hava rekreasyonu, organize turlarla bunlara katılım sağlayan turist aktiviteleri ve bunlardan daha bağımsız biçimde gerçekleştirilen rekreasyon ile ilgilendik; her ne kadar keyfi olsa da bu, süreci tartışmaya izin veren tek ayrımdır.

Seyahat yazını, öyküler ve şiirler insanların boş zaman, rekreasyonel ve turizm aktiviteleri seçimlerini etkilemiştir (de Botton 2002). Alain de Botton (2002) Seyahat Sanatı'nda (The Art of Travel), yerleri hayalimizde nasıl canlandırdığımızı ve zihnimizde nasıl anımsadığımızı göstermek için kendi kişisel seyahat deneyimi ile sanat ve edebiyat aracılığıyla seyahatin rolünü inceler. Eski İngiliz Turist Otoritesi'nin (British Tourist Authority's -BTA) edebiyata dayalı Bronte Country tanıtımından Crocodile Dundee filmi aracılığıyla orta Avustralya'ya kurulan turizm bağlantısına kadar (Crofts 1989); aktiviteler, sadece 'seyretmekten' ibaret olanlardan, macera öykülerinden esinlenen açık hava etkinliklerinde yer almaya doğru gelişim gösterdi (Beeton 2001b, 2005a). Günümüzde popüler medyanın baskın şekli, edebiyattan uyarlanan kurgusal filmlerdir (sinemalar ve TV dizileri). Film, ziyaretçi ve rekreasyonistlerin taklit etmeyi veya denemeyi isteyebileceği belirgin aktiviteler sunmanın yanı sıra, yerlere karşı güçlü duygusal bağlar yaratma gücüne sahiptir. Örneğin, doğal bir çiftçi toplumu içerisinde geçen Deliverance, filme çekildiği yer olan California'daki Ratburn County'de maceraperest kano sektörünün oluşmasında hızlandırıcı bir etken oldu (Riley vd. 1998). Yüzüklerin Efendisi (The Lord of the Rings) filmindeki Bilbo Baggins'in ayak izlerini takip ederek Yeni Zelanda civarında gezinmek, 1939'da John Wayne'nin Stagecoach filminin çekildiği Monument Valley'de ata binmek, ya da en basitinden Geleceğe Dönüş (Back to Future) filminde olduğu üzere, eve kaykayla gitmek mümkündür (Beeton 2005a).

## YAZIN TARAMASI

Her ne kadar filmin, insanların filmde gösterilen aktiviteleri gerçekleştirme ve film setleri ya da film bölgesini ziyaret etme isteğini etkileyebileceği ge-

nel kabul görse de, bu etkiler fazlasıyla değişkendir ve genellikle öngörülmeleri zordur. Sinema veya TV dizisi nedeniyle turizmde artışın beklendiği ama bu beklentinin gerçekleşmediği pek çok örneğin yanı sıra beklentileri fazlasıyla aşan örnekler de bulunmaktadır. Bununla birlikte, filmler sadece aksiyona fon olarak ekranda 'hoş' yerler ve sahneler göstermezler, aynı zamanda duygusal bağlılık düzeyi ilave edebilirler. Özellikle de yerin kendisinin öykünün ayrılmaz bir parçası olduğu durumlarda aslında yer, başlı başına bir karakter haline gelmektedir (Beeton 2004; 2005a). Düşman bir çevrenin aktif rol oynadığı Amerikan kovboy filmlerinin pek çoğu bu kategoriye girer. Hatta kimi zaman yer, filmin baş karakteri veya yıldızıdır ve yerli Kızılderililer de bu düşman çevrenin bir parçasıdır. Kentli çevre de benzer roller alabilir. Tablo 1, sıkça alıntı yapılmakla beraber nadiren eleştirilen Riley ve Van Doren'in (1992) çalışmasında olduğu gibi diğer yazında yanlışlıkla 'ikon' olarak bahsedilmiş olan ve turizm ve rekreasyonu etkileyen, yerin merkezi bir karakter olduğu ikonik sinema ve TV dizisi örneklerinden bazılarını göstermektedir.

Bir karakter olarak yere bağlılık düzeyi, daha önce adı geçen Deliverance ve The Man from Snowy River örneklerinde olduğu gibi ekranda görülen ve pek çoğu rekreasyonel olan aktiviteleri tekrarlama veya canlandırma isteği açısından bakıldığında en açık biçimde görülmektedir. Tablo 2, filmin özellikle turizmin yaygın olduğu rekreasyonel aktiviteler üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerini özetlemektedir. Bu hususlar, tablodaki filmsel örnekler ve takip eden örnek olay incelemeleri ile desteklenmektedir.

Film-kaynaklı turizm hakkında yayınlanmış boy-lamsal çalışma, eğer varsa bile, henüz çok azdır ve filmin etkisi genellikle uzun yıllar keşfedilmeksizin atıl kalabilir. Bu boy-lamsal çalışma eksikliğinin bir nedeni, bu alandaki ilk araştırmacıların diğer ilgi alanlarına yönelmeleriyken; başka bir nedeni ise diğerlerinin, Cousins and Andereck (1993) ve Busby ve Klug (2001) gibi film-kaynaklı turizme geçici mesleki ilgi duyan lisansüstü öğrencilerle çalışmış olmalarından dolayıdır. Film-kaynaklı turistikten akademiye olan kişisel yolculuğum (sonraki bölümde açıklanmıştır) sayesinde, bu alanda çalışmayı sürdürerek ve katılımcı-gözlem tekniklerini uygulayarak, ihtiyaç duyulan içeriği sağlayıp yaklaşık 20 yıl boyunca film-kaynaklı turizme boy-lamsal bir yaklaşım geliştirebildim. Bununla birlikte, bilginin daha ileriye taşınması için, diğerlerinin

Tablo 1. Filmde Bir Karakter olarak "Yer"

Sinema	Mekan / Yer	'Yer'in rolü	Hitap/ Nitelik
Stagecoach 1939	Monument Valley, ABD	Sert, affetmeyen, kontrol edilemez bir başkahraman	İnsanlar (suçlular, yerliler) gibi ülkenin de kahraman tarafından üstesinden geldiği yerde, iyi kötüye karşı; Turistlerin deneyim yaşaması ve hediyelik eşya gibi alıp evine götürmesi için güçlü görsel imajlar.
Man from Snowy River (I & II) 1982 & 1988 Nihai sınır macerası;	Alpine Milli Parkı, Avustralya	Avustralya kırsal kültürü-besleyen ve başkahraman olarak ülke; Adam ve at değişken çevreye karşı birlikte mücadele ediyor.	Hayal edilen kırsal mirasın güçlendirilmesi; 'Güvenilir' bir ziyaretçi destinasyonunda nihai sınırın uluslararası çekiciliği.
Crocodile Dundee 1986	Kakadu Milli Parkı, Avustralya	Avustralya kırsal kültürü- mizah; Ülke, - ancak anlayanların hayatta kalabileceği- agnostik bir biçimde sunulur.	Ancak birkaç Avustralyalı tarafından tecrübe edilmiş, hayal edilen taşra kültürünün desteklenmesi; Amerikalıların güvenli bir biçimde seyahat edebileceği nihai sınırın uluslararası çekiciliği.
The Lord of the Rings 2001, 2002, 2003	Yeni Zelanda	Fantastik bir dünya betimlenirken akılda kalıcı yerler kullanılır.	Ülkenin savaş tutsaklığının 'fantastik' karakterleri güçlendirdiği yerde, iyinin kötüye karşı olduğu dindar alegori.
Mad Max (I& II) 1979, 1981	Silverton, New South Wales	Gelecekte nükleer savaş sonrası bir dünya; Düşman olarak ülke; Yabancı, kırıç topraklar.	Topraklar, ne yerel halk ne de yabancılar tarafından Avustralyalı olarak algılanmamıştır.
Trainspotting 1996	Glasgow, İskoçya	Uyuşturucu kültüründe yer alan endüstriyel, sert topraklar.	Karakterlerin akılda kalıcı insanoğlu ve yerler olduğu 'Sosyal Gerçekçilik' üslubu hayranlarına çekicilik
Once Were Warriors 1994	Yeni Zelanda	Şiddet dolu kentli ailevi çevre, geleneksel değerler tarafından kurtarılır.	Karakterler ve yerlerin akılda kalıcı olduğu 'Sosyal Gerçekçilik' üslubu hayranlarına çekicilik.
Three Coins in a Fountain 1954	İtalya	Hayat kurtarmak için çeşmenin havuzuna bozuk para atma geleneğini destekler şekilde öykünün merkezinde Trevi Çeşmesi yer almaktadır.	Uluslararası anlamda tanınır hale gelen bu yer, özellikle de Amerikalı seyirci için romantik ve egzotik bir yerdir.

de daha önce yapılanları basitçe tekrar etmektense, film-kaynaklı turizmi ciddiye almaları ve uzun dönemli bir araştırma alanı olarak görmeleri önemlidir (Beeton 2006b).

Film-kaynaklı turizm literatürü neredeyse günden güne artış gösterirken, pek çoğu daha önceden yapılanları tekrar eden örnek olay incelemeleri olan bu çalışmalarda ayrıntılara derinlemesine inme eksikliği söz konusudur (Beeton 2006b). Diğer çalışmalar, alandaki bilgimizin kapsamını geliştir-

mekte (bakınız Connell 2005; Hudson ve Ritchie 2006), ama kişisel, bireysel tepki ve ihtiyaçlarıyla film gibi medyanın indirdiği (gerektirdiği) kişisel derinliğe inmemektedir. Hiçbirisi film, turizm ve rekreasyon arasındaki bağlantıyı kurmamıştır.

Motivasyon, basitçe sahneye bakmanın ötesinde fayda sağlayan fazlasıyla derinlik ve kişiselliktedir. Kısmen keşfedilmemiş duygusal bir bağ vardır. Benim burada üzerinde durduğum konu bu tür "bağlar" ve film, turizm ve rekreasyonun duygular

Tablo 1. Filmde Bir Karakter olarak "Yer" (Devam)

TV Programı	Mekan / Yer	'Yer'in rolü	Çekicilik / Nitelik
Sea Change (Köklü Değişim) 1998-2000	Barwon Heads, Victoria, Avustralya	Hayat tarzlarının değişimi (rekabetçi kentliye karşı yardımsever taşralı). Küçük, şefkatli toplum.	Kendi 'Köklü Değişim'ine özlem duyan Avustralyalı "Baby Boomer Kuşağı"na (İkinci Dünya Savaşı ve Soğuk Savaş arasında doğmuş kişilere) hitap etmektedir. Dost ve ilgi çekici bir Avustralya imgesinin uluslararası anlamda güçlendirilmesi.
The Andy Griffith Show 1960-1968	Mt Airy, ABD	Küçük, sıcak kanlı, şefkatli bir toplumla 1950'lerin ABD değerleri.	Akıllardaki "daha iyi" geçmişe özlem duyanlara hitap etmektedir
Neighbours 1985-günümüze	Melbourne, Victoria, Avustralya	Avustralya varoş kültürü	'Yerel' bağlamda özellikle de kent tabanlı Avustralyalılara hitap etmektedir. Temiz, güvenli bir Avustralya imgesi uluslararası anlamda güçlendirilmektedir.
Home and Away 1988-günümüze	New South Wales , Avustralya	Avustralya'nın sahil yaşam tarzı (güneş, kum, sörf ve seks); Genç karakterler; Küçük, sempatik bir toplum	'Yerel' bağlamda özellikle de kıyı kesimindeki Avustralyalılara hitap etmekte; uluslararası anlamda ise güneş, kum, sörf ve seks imgesi güçlendirilmektedir.

aracılığıyla nasıl ayrılmaz biçimde birbirine bağlanabileceğidir. Böylesine derin bir duygusal araştırmayı başlatmanın bir yolu, konuyu, bir sonraki metodoloji bölümünde ana hatlarıyla verilen kişisel, otoetnografik bir tarzla ele almaktır.

### METODOLOJİK YAKLAŞIM

Son zamanlarda artan ilgiye rağmen, hem televizyon hem de sinemada film, birçok boş zaman aktivitesi açısından yeterince çalışılmamış fakat önemli bir motivasyon aracı olarak kalmaktadır, ki bu durum ekonomik, sosyal ve doğal çevremiz üzerinde geniş bir etki alanı oluşturmaktadır. Bu çalışma, örnek olay incelemesi olarak sunulan konuyla ilgili nicel araştırmaların yanı sıra; film, rekreasyon ve turizmle ilintili bu unsurlardan pek çoğunu, 20 yılı aşkın otoetnografik katılımcı-gözlemcilik materyallerini uygulayarak dikkate almaktadır. Örnek olay incelemeleri bir yandan tekil olmakla ve daha geniş popülasyonlar için genellenememekle eleştirilirken (Dixon ve Bouma 1984), diğer yandan durumun tam olarak böyle olmadığı (Platt 1992; Yin 1994), hatta aksine bunların turizm ve rekreasyon gibi, insanoğlunun dahil olduğu karmaşık fenomenlerin daha bütünsel ve derinlemesine analizine fırsat sağladığı öne sürülmektedir (Beeton 2005b).

Etnograflar ve diğer sosyal bilimciler, öz dönüşüm-selliğin önemi hakkında tartışarak, araştırmanın içinde araştırmacının yerinin uzun zamandır farkındadırlar (Elliot 2005). Ellis (1997: 117) tarafından 'sosyal içeriğin içindeki kişiye odaklanan öyküler' olarak tanımlanan otoetnografi, bu fikri araştırmacının özeline, kişisel dünyasına uzatır. Benim pasif film izleyicisinden aktif rekreasyonistliğe olan kişisel yolculuğum, bu tarz çalışmaları "ardışık olayları bütünsellik içinde organize ederek, her bir olayın bütünü ilişkisi üzerinden anlamının anlaşılabilirdiği" bir anlatı biçiminde sunarak (Elliot 2005: 3) incelenebilir. Turizm araştırmalarında otoetnografi kullanımı gittikçe yaygınlaşmakla birlikte (bakınız Chi 1997; Ellis ve Bochner 2000; Alsop 2002; Feighery 2006; Noy 2007), kişisel nitelikli olması ve öyküsel tarzı nedeniyle bu metod hala tartışılmaktadır. Bununla birlikte, eğer biz turizmin, özellikle film-kaynaklı turizmin, turistler için kişisel anlamını inceleyecek isek, bu metodu ciddi bir biçimde dikkate almak durumundayız. Bu çalışmanın şekli, arzu edildiği üzere üçüncü tekil şahıstan birinci tekil şahsa kaymaktadır. Ryan (2005), araştırmacının aynı zamanda araştırılan olduğu durumlarda, bu tür bir dil karışımını desteklemektedir.

Tablo 2. Filmin Turizm ve Rekreasyon Üzerindeki Etkileri

Etki		Filmsel Örnek
<i>Olumlu</i>		
Ekonomik	Turistlerin ve aktivitelerin mevsimselliğini genişletir.	<i>The Man from Snowy River Heartbeat</i>
	Yerel gelir ve fırsatları çeşitlendirir.	<i>The Man from Snowy River Heartbeat</i>
Sosyal	Halk sağlığını geliştirir.	<i>Heartbeat</i>
	İnsanları (turizm aracılığıyla) güvenli bir çevrede "yeni" aktivitelerle tanıştır.	<i>The Man from Snowy River</i>
	Film şirketlerinin yerel projelere katkısını sağlar.	<i>Heartbeat</i>
	Toplumsal gurur ve kaynaşmayı artırır.	<i>Heartbeat</i> <i>Sea Change*</i>
Çevresel	Turistlerdeki çevresel farkındalığı artırır.	<i>The Man from Snowy River</i>
	Yerel halktaki çevresel farkındalığı artırır.	<i>The Man from Snowy River</i>
<i>Olumsuz</i>		
Ekonomik	Kamu fonlarının, temel sağlık ve eğitim dışında, yeniden dağıtımı	<i>Heartbeat</i>
	Toplumun belirli bölümleri ile sınırlandırılmış finansal kazanım	<i>The Man from Snowy River</i> <i>Sea Change*</i>
Sosyal	Mevcut rekreasyonist ziyaretçilerle çatışma	<i>The Man from Snowy River Heartbeat</i>
	Yerin ambiyansının değişimi (gürültü, kalabalık, kirlilik vb.)	<i>Heartbeat</i>
	Toplumsal ayrışma – finansal kazanç sağlayanlara karşı kıskançlık	<i>Sea Change*</i> <i>Heartbeat</i>
	Arkadaş canlısı yerlilerin filmdeki gibi davranmalarını bekleyen turistler	<i>Heartbeat</i> <i>Take the High Road#</i>
	Kendini film kahramanı zanneden tecrübesiz insanların sebep olduğu güvenlik sorunları	<i>The Man from Snowy River</i>
	Uygunsuz roller sergileyen turistler	<i>The Man from Snowy River</i> <i>Trainspotting</i>
Çevresel	Kalabalığın ve uygunsuz rekreasyon aktivitelerinin çevre üzerindeki etkileri	<i>The Man from Snowy River Heartbeat</i>
	Film setine benzetmek için yerin değişimi	<i>Heartbeat</i>

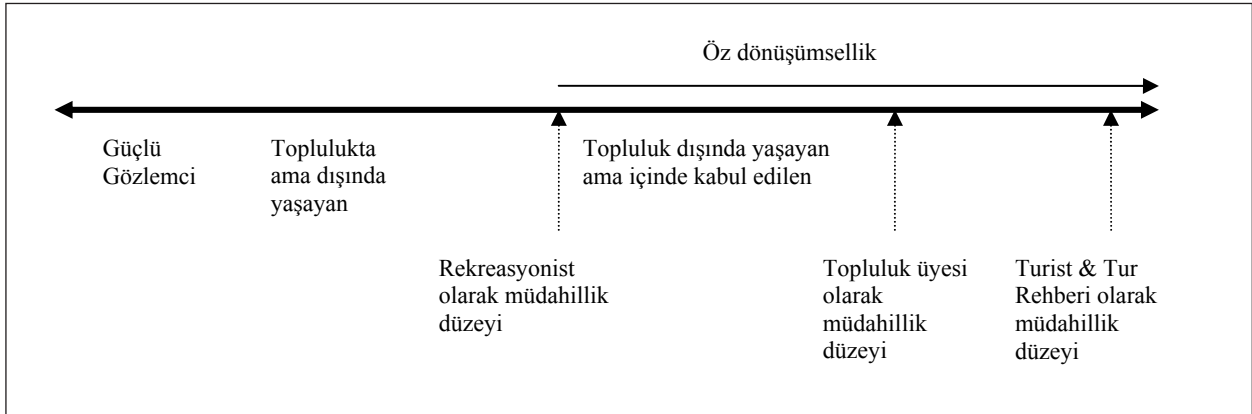
\* Sea Change - Barwon Heads, Victoria'da çekilen Avustralya yapımı popüler bir TV dizisi

# Take the High Road - Luss, İskoçya'da çekilen popüler bir Birleşik Krallık TV dizisi

Beeton 2005a'dan uyarlanmıştır.

Bu çalışma, araştırmacı ve araştırılanı bir öz-anlatıda bir araya getirmek suretiyle, 'bulguları' analiz eden bir "özne" nosyonunu, kişisel deneyimleri yansıtan anlatımlara dayalı çoğu araştırmanın ötesine taşımaktadır. Holt'un akademik dergi eleştirmenleri tarafından kendi otoetnografik çalışmasının kabulü (ya da eksikliği) ile ilgili yaptığı açıklamalarında, otoetnografikler 'kendilerini, kendi çalışmalarının ana karakteri olarak yazmak suretiyle, araştırmacıların sesinin bulguların sunumuna dahil edilmediği sessiz yazarlığa ilişkin kabul gören bakışlara meydan okudular (Holt 2003: 1). Böyle

bir yaklaşım, kendine düşkün öykü anlatıcılığı olarak eleştirilme ve şiddetle tartışılma riski taşıırken (Coffey 1999; Sparkes 2000), Reed-Danahay'ın da (1997) içinde bulunduğu araştırmacılar tarafından anahatları çizilmek suretiyle, zorlu anlatı araştırma metodolojisinin uygulanması gibi öz-dönüşümsel araçlar zengin bir serveti ortaya çıkarabilmektedir. Bu tarz raporlama, araştırmacının genellikle çalışmada taraf olduğu sosyolojik ve antropolojik çalışmalarda yaygındır ve alanın basitçe sayısal verileri raporlamanın ötesine daha derin, kişisel inceleme-ye taşınmasıyla turizm çalışmalarında daha geçerli hale gelmektedir (Ryan 2005).



Şekil 1. Otoetnografik Örnek Olay İncelemelerinde Araştırmacının Taraf Olma Düzeyi

İzleyen olaylardaki araçların çoğunun turist, rekreasyonist ve tur rehberi olarak düşünme ve kişisel taraf olmadan dolayı Şekil 1'deki çizelgede sunulduğu üzere araştırmacının taraf olma düzeyi son derece yüksektir. Bu düşüncelerin çoğu, yıllar boyunca kişisel günlükler ve fotoğraflarla kayıt altına alınmış ve böylece bu denli samimi bir yaklaşımı olası kılmıştır.

Katılımcı-gözlemci yöntemlerin kullanımı, araştırmacının gözlemcilikten katılımcılığa geçebilmek amacıyla bir süreliğine kendini kaybettiği etnografik araştırmalardan gelmektedir. Bununla birlikte, turist deneyimini çalışırken, yerleri turist olarak ziyaret etmenin kendisi katılımcı-gözlemciliğin taraf bir şekli, araştırmacının düşüncelerini açıklamayı araştırmacının anlamlı bir şeklidir. Tabi ki, müdahil bir film turisti olmak için, filmin kendisine kişisel bağlılık duyan birisi olmalıdır. Bu çalışmada tartışılan örnek olaylarda, her bir olayda kısaca değinildiği üzere benim böyle bir ilişkim bulunmaktadır.

## ÖRNEK OLAYLAR

Turizm yazınında ve benim kişisel deneyimlerimde bahsedilen hususları yeterli derecede açıklamak için Tablo 1'de gösterilen sinema ve TV dizilerinin bir kaç aydınlatıcı olaylar olarak sunulmaktadır (bakınız Yin 1994). Daha önce de değinildiği üzere, seçilen bu örnekler benim kişisel olarak filmin kendisi üzerinden duygusal bağa sahip olduğum, Amerikalı kovboy filmi ve TV dizisi The Man from Snowy River ile ve Birleşik Krallık TV dizisi Heartbeat üzerinedir.

### Amerikalı Kovboy Filmleri

Bir çocuk olarak atlara olan sevgim, zorlu çevre koşullarında hayatta kalma mücadelesinde geçen pek

çok olayda, atların kahraman (zaman zaman da kurban) olduğu Amerikan kovboy filmleri ve TV dizilerinin çekiciliğine kapılmama başladı. Kırklı yaşlarımda Amerikan 'çorak arazilerini' ziyaret etme fırsatım doğduğunda, baştan başa bu büyüleyici manzarada seyahat ederken kendimi hayal dünyamdaki bu mücadeleleri yeniden ziyaret ederken buldum.

Bir keresinde Monument Valley'de (benzersiz John Wayne'nin başrolünü oynadığı 1939 filmi Stagecoach'un da dahil olduğu diyarsız kovboy filmlerin seti), hafızanın ve işbirliğinin gücü neredeyse hissedilebilirdi. Bu gücün bir belirtisi olarak, atlardan fazlasıyla korkan ama kovboy filmlerini seven yol arkadaşım, onlara alan boyunca binmemizi önerdi. Kendimi kısa bir sürede John Wayne olmuşçasına Monument Valley boyunca dört nala giderken buldum. Bu rekreasyonun post-modern tuhaflığı üzerimden kaybolmadı, Amerikalı bir kadının bir kovboy filmi kahramanını canlandıran Amerikalı bir aktör gibi 'hissetmesi'...Yol arkadaşım ve ben sık sık tatilimize ışık tutan bir deneyim olarak ve aynı zamanda orta-batıdan bu filmin romantik versiyonu olan Thelma ve Louise filmine olan yolculuğumuzla (son sahneyi oynamadık!) ilişkilendirerek bu deneyime başvururuz. Bu güçlü ve o an için beklenmedik olan reaksiyon, birkaç yıl sonra bu fenomeni resmen çalışmak üzere cesaretlendirerek, benimle birlikte kaldı. Bu deneyimlerim esnasındaki tepkilerimi ve duygularımı teyid etmek için fotoğraflarım gibi zamanında yazılan kişisel notlarımı bakabilmekteyim ve bu benim şimdi bir araştırmacı olarak, geçmişe gitmeme fırsat vermektedir.

Kovboy tarzına olan sevgim, rekreasyonel at binışı deneyimimi ve hatta kamp yapma biçimimi – boyanmış at sevgim, genellikle üstün atlılar ola-

rak tasvir edilen ve pek çok filmde yer alan yerlilere olan desteğimden kaynaklanırken, ateşin üstündeki cezve kovboyların dostluğunun anımsatıcısıydı. Hatta güzel bir tay -Batı Amerika'da yetiştirilen özel bir cins- sahibi olmayı dahi sonlandırdım. Davranışımız sosyal öğrenme sürecinin karmaşık bir setinin parçasıyken, bu bağlantı bu çalışmalar-daki tepkilerim ve anlayışım için bir eksen haline geldi. Bu filmler, kovboyların kamp ateşi arkadaşlığı ve Amerikan yerlileri ile onların atlarına dair bir nevi romantik bakış ile ilk karşılaşmamdı.

### The Man from Snowy River

1988 yapımı Avustralyalı film, The Man from Snowy River (ve ardılları), genellikle Amerikan kovboy filmlerinin Avustralyalı versiyonu olarak görülür, ticari safari etkinliklerini de içeren maceraperest bir at biniciliği sektörü türetirken, rekreasyonel kırsal at biniciliğinde bir artışı, filmde beğenilen yetenekli hareketlerin gösterildiği yarı profesyonel kırsal yarış pistleri oluşturulmasını ve Dağ Çobanları Derneği'ne ilk defa kentli bir üye olmasını sağladı (Beeton 1999, 2000). Bununla birlikte, tüm bunların en belirginini ise 'yeni' bir turizm sektörünün -dağda at biniciliği- gelişimi oldu. Filminden önce bu şekilde faaliyet gösteren üç turizm operatörü varken, filmin gösterime girmesini takip eden yıllarda sayıları 30'u aşmıştı (Beeton 2005a). Yaklaşık 20 yıl kadar, bu at biniciliği turizm operatörleri, turlarını tanıtmak ve turlarına ek olarak, neredeyse kültüvri bir element katmak için filmin duygusunu ve imgesini kullanmaya devam etmişlerdir. Filmin çekimine doğrudan dahil olanlar, ilgi duyan ziyaretçileri filmin kahramanları (atlar ve çevre de buna dahil) ve çekimi ilgili anekdotlarla eğlendirmeye devam etmişlerdir. Bu durum, planlanmamış kişisel bir olanak sunmuştu ve beni turizm ve rekreasyonda bir hayli dikkate değer olan kişisel yolculuğuma başlatarak nihayetinde akademiye götürdü.

Bir çocuk olarak, The Man from Snowy River şiiri, Amerikan kovboy filmlerinden daha kişisel biçimde bende yankısını bırakmıştır - Avustralyalı öncülerin öyküleri ve atlarının rolü sadece topraklara açılmayı değil aynı zamanda güçlü Avustralyalı imajının bir parçası olarak, kolonici eğilimine rağmen bugün bile bende bir iz bırakmıştır. Film, ticari maceraperest at binicisi turları aracılığıyla bir kadına, erkek-baskın bir fanteziyi deneme fırsatı sağladığında, ben, Monument Valley'deki Amerikan kovboy filmiyle yaşadığım sonraki deneyimimden farksız davranmayarak bu fırsata atladım.

High Country'de sığır sürüsünü toplamayı da içeren (film ve şiirin bir özelliği) turlarda misafir olarak geçen birkaç yıldan sonra, 1988'de bazı operatörlere turlarında yardımcı olmaya başladım. Bu durum, beni profesyonel tur rehberi olarak çalıştırdım ve sektörü temsil ettiğim turizm sektöründe, at biniciliği operatörlerini temsilen alan yönetimi acentelerine danışmanlık ve lobi yaptığım profesyonel bir ilişki kurma kararına götürdü. Ayrıca, gururla bahsettiğim, Beeton'un Maceraperest At Biniciliği Rehberi (1994) adındaki rehberi yazarak, daha da derinlemesine katılımcı- gözlemcilik, dönüşümsel deneyimler ile sinemanın turizm ve rekreasyon üzerindeki etkilerinin kayıtlarını sağlayarak 20'yi aşkın tur operatörü ile tur yaptım.

Operatörlere daha iyi servis vermek ve Avustralya'da 1990'ların ortalarında başlayan danışmanlık araştırma fırsatlarını finanse etmek için araştırmaya geri döndüm. Bu çalışmalar beni, akademiye ve bugün içinde olduğum film-kaynaklı turizm alanında araştırma yapmaya sevk etti. Filmler ve doğrudan bundan açığa çıkan rekreasyonel deneyimlerin, işimde ve çalışma yaşamımdaki bu belirgin değişimde çok emeği oldu. Ve de, böyle kişisel bir yolculuk, daha öncesinden basitçe hazırlanan turist sayısındaki artış unsuru dışında, film-kaynaklı turizmin tekil potansiyelini sergilemeye hizmet etmektedir.

Maceraperest at biniciliği turu rehberi olarak kendi zamanıma dönünce, Avustralyalı kırsal fantezi dışında yaşayanın bir tek ben olmadığını gördüm. Kendi tanıklık ettiğim (ya da güvenlik nedeniyle tespit etmeye çalıştığım) sinema ve şiirdeki ünlü yokuş aşağı dört nala gidişi taklit etmek isteyen insanların sayısını sayamaz oldum. Ayrıca, öncelikle yönetim acenteleri ve tur katılımcılarının kulaktan dolma eğitimleri ile alan-kullanımı haklarının pazarlığı aracılığıyla, rekreasyonel yürüyüşçülerin iz sürme karmaşası ile de baş etmek zorundaydık (Beeton 1999, 2001a). Aynı zamanda, kendi atına sahip olan (sonradan Avustralyalı başka bir ünlü şiir ikonu Clancy of the Overflow ismini alan), atını, turlara ve özel gezilere götüren, profesyonel aktivitelere 'yönlendirme' ile turistten rekreasyoniste olan döngüyü tamamladığım rekreasyonel bir at binicisi olmuştum.

Pek çok rekreasyonel yürüyüşçününün at biniciliği turlarına karşı gösterdiği olumsuz tutuma karşın (Stankey 1971; Beeton 1999, 2000), bu deneyimi yürüyüş aktivitelerini tamamlayıcı bulan daha da fazla yürüyüşçü at biniciliği turlarına katıldı. Bu-

nun yanı sıra, bitkin yürüyüşçülerin, geçen bir at binicisi grubu tarafından kurtarıldığı sayısız durumlar da yaşandı. Bir keresinde, bir yürüyüş grubu, yönünü kaybetmiş ve susuz bir haldeyken at biniciliği tur grubu tarafından bulundu ve eğer at biniciliği turu oraya uğramasaydı, sonuç ciddi olabilirdi.

### Heartbeat

Dağlardan aşağı dörtlü gitmek ya da Avustralya ıssızlığında kamp yapmak gibi aktif bir macera ya da rekreasyonel aktivite gibi değilse de, Birleşik Krallık TV dizisi, Heartbeat'in, izleyicileri 17 yılı aşkın bir süredir Kuzey Yorkshire'daki Goathland köyüne toplanmaktadır. Çoğu gününbirlikçi olarak (ya da belirli bir saatliğine) köyde bulunsa da, köyün Kuzey Yorkshire Bozkırları Ulusal Parkı'nda (NYMUP) olduğu gerçeği, oraya ulaşmanın eğlenceli, rekreasyonel bir yolu olarak tarihi buharlı tren vasıtasıyla gelme konusunda birçok kişiye ilham vermektedir. North Yorkshire Moors Railway tarafından işletilen bu tren, pek çok aile ve gününbirlikçi için pasif bir rekreasyonel deneyim sağlamaktadır.

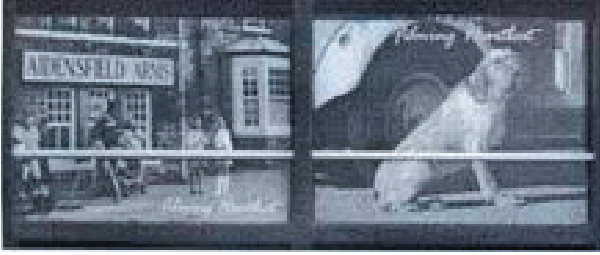
Ek olarak, diğerleri bozkır\* yürüyerek keşfetmek için daha uzun süre kalmakta ya da daha geç geri dönmektedir. Bu durum, parkı 'herkes için ulaşılabilir' yapma görevindeki NYMUP yönetimi tarafından hoşça karşılanmaktadır ve geleneksel, orta sınıf ziyaretçiden farklı bir rekreasyonist tip kazandırmak için Heartbeat'i kullanarak bunu bashediklerine inanmaktadırlar (Breakell 2003, 2007).

Sadece film-kaynaklı turizmi araştırmak için değil, aynı zamanda TV dizisinin de bir hayranı olarak, 2003 yılındaki ilk ziyaretimden sonra, 15 yıllık bu fenomenin daha boyamsal bir değer bilirliliğine nail olmak ve Heartbeat'in hala etkili olup olmadığını görmek için, 2007'de Goathland'a döndüm. Kısa zamanda farkına vardım ki; dikkatli, bağımsız bir gözlemci (şu anda Heartbeat filmi sadece ara sıra izliyorum) olmayı umduğum yerde, dört yıl önceki ziyaretimden edindiklerimden kalanları koruyan ve güçlendiren TV dizisi aracılığıyla çok yakından 'bildiğim' bir yere hevesle dönerek, bu aktiviteye son derece müdahil olmuşum. Hafızamın kuvvetliliğine (kişisel günlük notlarım ve fotoğraflarımla desteklenmiş olmasına karşın) şaşırmıştım, bununla birlikte, dizi aracılığıyla ortaya çıkan duygusal bağlar ile kendi araştırmalarımın, köyün ve civardaki bozkırların böylesine güçlü ve kalıcı görüntülerine sahip olmamda payı olduğuna inanıyorum.

Bölgenin önceki Transfer ve Turizm Ofisi'ne (Transport and Tourism Office) göre, Bill Brakel (2007), yerleşik yaşayanlar ile mevcut turistler ve rekreasyonistler arasındaki önemli sayıda çatışma mevzularından sonra, 2003 yılında gözlenen (Beeton 2005a) ve literatürde desteklenen (Mordue 1999, 2001) durumun aksine, toplum artık film-kaynaklı turizmi ve onunla birlikte çalışmayı kabullendi. 2007'deki ziyaretlerim esnasında, yerel halkın ve rekreasyonel yürüyüşçülerin, yerel halkın bu 'yeni' ziyaretçilere karşı ileri derecede memnuniyetsizlik ifade ettiklerini belirtmiş olan Mordue (1999, 2001) tarafından daha önceden bulunandan biraz daha farklı bir tavır içinde, hayatlarını film turistlerinin durdurulamaz hale gelen akınına uydurduklarını gördüm. Günün ilk turistleri sabah saat 10 civarında gelme eğilimindeyken, sonuncular Common'daki köy merkezi yakınında pikniğin ardından öğleden sonra dört gibi ayrılıyorlar. Yerel halk sabah saat 10'dan önce alışverişe çıkıyor ve yürüyüşçüler erkenden yola çıkıp geç saatlerde, köy ve etrafı sakin, huzurlu bir haldeyken geri dönüyorlar. 2003 yılındaki son ziyaretimden bu yana kasabada Heartbeat filminin bilinirliğindeki artışın bir kanıtı olarak, köydeki tüm dükkanlar, Heartbeat hediyelik eşyaları ile zamanın araba modelleri gibi 1960'lı yılların hatıralık eşyalarını satmayı sürdürmektedirler. Benzersiz mutfak havluları (kuru-lama bezi), çıkartmalar, kaşıklar ve takvimlerden şarap ve bira, üzerinde Heartbeat fotoğrafları bulunan şekerleme kutuları, çanak-çömlek ve hatta saate kadar, şaşırtıcı genişlikte bir hediyelik eşya yelpazeleri bulunmaktadır. En ilgi çekici (ve güncel) olanların arasında, Şekil 2'de gösterildiği gibi, genellikle karede kameranın bulunduğu yaklaşık 30 'Heartbeat'i çekmek, kartları serisinin olduğu düzinelerce posta kartı ile birlikte bobby'nin şapkaları ve kelepçeleri gibi polisle ilgili hatıralıkların ön planda gelmesidir.

Son ziyaretimde, Heartbeat işaretlerinin bir parçası olan binalardan iki tanesi, dizi ile olan yakın ilişkilerinin kalıcı, somut bir hatırlatıcısı olarak alı-koyulmuştu: Goathland Garajı (dizideki Aidensfield Garajı ve Scripps Cenaze Hizmetleri) ve Goathland Oteli (Ainsfields Cephaneliği). Otel şu anda sık sorulan soruların broşürünü basarken, 1960'lı yılların arabaları ve eski belgeleri görünümünü sunan garajı ile her ikisi de, kasabaya gelen Heartbeat ziyaretçilerini karşılamaktadır. Bu işlere ek olarak, Goathland Postanesi şu anda, Aidansfield Postanesi'nin kalıcı 'alternatif' işaretine sahiptir. Şekil 3'te





Şekil 2. 'Goathland'de ('Heartbeat' i çekmek) Heartbeat'in çekim kartpostalları

gösterildiği üzere, hemen yanındaki mağaza Aidsensfield Mağazası'dır.

Bununla birlikte, Heartbeat kasabada çekilen tek film değildir. Tarihi tren istasyonu Harry Potter sinemalarında Hogwarts İstasyonu olarak kullanılmıştır. Ancak, film şirketi Warner Brothers tarafından uygulanan telif hakları kısıtlamaları nedeniyle, Harry Potter markalı hiçbir hediyelik eşya veya referans bulunmamaktadır. İlgili tek olay, her yıl gerçekleştirilen ve Harry Potter'da bulunan büyücülük unsurlarının kutlandığı 'Büyücüler Günü'dür fakat toplum yine de Harry Potter ismini doğrudan kullanamamakta veya filmi doğrudan ima edememektedir (Beeton 2005a). Ancak haftasonu son derece popüler bir rekreasyonel olay olmaya devam etmektedir. Köy tren istasyonunu Harry Potter üzerinden tanıtmaya izinli olmasa da, VisitBritain web sitesi aynı kısıtlamalara maruz değilmiş gibi görünmekte, istasyonu ve filmdeki rolünü dile getirmekte, hayranlarının yeri tespit etmelerini sağlamaktadır (VisitBritain 2007).

Heartbeat nedeniyle Goathland'e ilgi duyan bir ziyaretçi ve araştırmacı olarak, bana The Man from Snowy River filmindeki Viktorya dönemine ait yüksek düzlük manzaralarını anımsatan Kuzey Yorkshire bozkırı ile tanıştırdım ve kendimi bozkırın tepelerine kadar bölgenin etrafında yürüyüşler yaparken buldum. Avustralya'da çoğu kırsal deneyimim at üstünde iken İngiltere'de kırsal boyunca yürüyüş yapmanın eğlencesini keşfetmeye



Şekil 3. Goathland Postanesi ve mağazadaki Heartbeat işaretleri

başladım ve filmler olmaksızın her iki deneyimi de yaşamayacaktım.

## SONUÇ

Birincil olmasa bile, ikincil güdüleyici olarak (NFO New Zealand 2003; Beeton 2005a), insanların film bölgelerini ziyaret etmekte olduğu belgelere dayanmaktadır (Crofts 1989; Butler 1990; Riley vd. 1998; Grihault 2003; Hall vd. 2003). Bununla birlikte, bugüne kadar, film, turizm ve rekreasyon (eğer yapıldıysa da) nadiren birlikte incelenmiştir, gerçi birbirleri ile karmaşık bir bağları bulunmaktadır. Hatta film, çevre ve yer için bir çeşit 'açıklama' ve duygusal bağlılık sağlamaktadır. Refleksif, katılımcı-gözlemci bir yaklaşım sergileyerek ve bunu otoetnografik analiz aracılığıyla ilişkilendirerek, bu bağlantılar açıkça görülebilir ve bu tüm TV dizisi ya da sinema izleyicisi için aynı olmayacak iken, bu bağlantıları tanımak, belirli yerlerin yönetiminde hatta tanıtımında önemli bir adımdır. Bu çalışmada gösterilen, turizm aracılığıyla pasif film izleyicisinden aktif rekreasyonistliğe olan ilerleme olanağıdır. Film ve turizm kullanımıyla, açık hava aktivitelerine yeni katılımcılar sağlama potansiyeli, aşırı kalabalıklaşma ve uygunsuz aktivitelerin olası olumsuz etkilerini dikkate almayı ihmal etmezsiniz, küçümsenmemesi gereken bir şeydir.

## TEŞEKKÜR

*Makalenin yayına hazırlanmasında katkılarını esirgemeyen Nuray Şimşek, Zeynep Tülin Memiş ve Derya Çölkesen'e teşekkür ederiz.*

## KAYNAKÇA

- Alsop, C.K. (2002). Home and Away: Self-reflexive Auto/Etnography. Forum, Qualitative Social Research [1438-5627] 3(3). (<http://www.qualitative-research.net/fqs/fqs-eng.htm> ET: 20 Ekim 2007).
- Beeton, S. (1994). *Beeton's Guide to Adventure Horse Riding*. Melbourne: On-track Tourism Consultants.
- Beeton, S. (1999). Visitors to National Parks: Attitudes of Walkers Toward Commercial Horseback Tours, *Pasific Tourism Review*, 3(1): 49-60.
- Beeton, S. (2000). Hoofing it- on Four or Two Feet? Managing Multi-use Trails and Sites, *Current Issues in Tourism*, 2(2/3): 211-225.
- Beeton, S. (2001a). Horseback Tourism in Victoria: Cooperative, Proactive Crisis Management, *Current Issues in Tourism*, 4(5): 403-421.
- Beeton, S. (2001b). Lights, Camera, Re-action: How Does Film-Induced Tourism Affect a Country Town? İçinde M.F. Rogers ve Y.M.J. Collins (Editörler), *The Future of Australia's Country Towns* (ss. 172-183). Bendigo: Centre for Sustainable Regional Communities, La Troupe University.

- Beeton, S. (2004). Rural Tourism in Australia – Has the Gaze Altered? Tracking Rural Images Through Film and Tourism Promotion. *International Journal of Tourism Research* 6: 125-135.
- Beeton, S. (2005a). *Film-Induced Tourism*. Clevedon: Channel View Publications.
- Beeton, S. (2005b). The Case Study in Tourism Research: A Multi-Method Case Study Approach. İçinde B. Ritchie, P. Burns ve C. Palmer (Editörler), *Tourism Research Methods: Integrating Theory and Practice* (ss. 37-48) Oxford: CABI.
- Beeton, S. (2006a). Sustainable Tourism In Practice: Trails and Tourism – Critical Management Issues of Multi-use Trails, *Tourism and Hospitality Planning and Development*, 3(1): 47-64.
- Beeton, S. (2006b). Understanding Film-Induced Tourism, *Tourism Analysis*, 11(3): 181-188.
- Breakell, B. (2007). *Presentation at Sustainable Tourism and the Audiovisual Industry*. Cinque Tere, İtalya (basılmamış).
- Busby, G. ve Klug, J. (2001). Movie-induced Tourism: The Challenge of Measurement and Other Issues, *Journal of Vacation Marketing*, 7(4): 316-332.
- Butler, R.W. (1990). The Influence of the Media in Shaping International Tourist Patterns, *Tourism Recreation Research*, 15(2): 46-53.
- Chi, R. (1997). Toward a New Tourism: Albert Wendt and Becoming Attractions, *Cultural Critique*, 37(fall)
- Coffey, P. (1999). *The Ethnographic Self*. London: Sage.
- Connell, J. (2005). Toddlers, Tourism and Tobermory: Destination Marketing Issues and Television-induced Tourism, *Tourism Management*, 26(5): 763-776.
- Cousins, A. ve Andreck, K. (1993). Movie Generated Tourism in North Carolina: Two Case Studies. İçinde *Proceedings of the Travel and Tourism Research Association Conference on Expanding Responsibilities: A Blueprint for the Travel Industry*: 81-88.
- Crofts, S. (1989). Re-imaging Australia: Crocodile Dundee Overseas, *Continuum: The Australian Journal of Media and Culture*, 2(2): 129-142.
- De Botton, A. (2002). *The Art of Travel*. London: Hamish Hamilton.
- Dixon, B. ve Bouma, G. (1984). *The Research Process*. Melbourne: Oxford University Press.
- Elliot, J. (2005). *Using Narrative in Social Research, Qualitative and Quantitative Approaches*. London: Sage Publications.
- Ellis, C. (1997). Evocative Autoethnography: Writing Emotionally about our Lives. İçinde W. Tierney ve Y. Lincoln (Editörler), *Representation and the Text- Re-Framing the Narrative Voice* (ss. 115-141). New York: University of New York Pres.
- Ellis, C. ve Bochner, A. (2000). Autethnography, Personal Narrative, Reflexivity: Researcher as Subject: İçinde N.K. Denzin ve Y.S. Lincoln (Editörler), *Handbook of Qualitative Research* (ss. 733-768). London: Sage.
- Feighery, W. (2006). Reflexivity and Tourism Research: Telling an (Other) Story, *Current Issues in Tourism*, 9(3): 269-282.
- Grinhault, N. (2003). Film Tourism: The Global Picture, *Travel and Tourism Analyst*, 5: 1-22.
- Hall, C.M., Croy, W.G. ve Walker, R.D. (2003). Imaging and Branding the Destination. İçinde C.M. Hall (Editör), *Introduction to Tourism: Dimensions and Issues* (ss. 105-125). French Forest: Pearson Education Australia.
- Hendee, J.C., Stankey, G.H. ve Lucas, R.C. (1990). *Wilderness Management*. Golden Colorado: North American Pres.
- Holt, N. (2003). Representation, Legitimation and Autoethnography: An Autoethnographic Writing-Story. *International Journal of Qualitative methods* 2(1). ([http://www.ualberta.ca/~iiqm/backissues/2\\_1final.htm.holt.html](http://www.ualberta.ca/~iiqm/backissues/2_1final.htm.holt.html) ET: 27 Temmuz 2007)
- Hudson, S. ve Ritchie, J.R.B. (2006). Promoting Destinations via Film Tourism: An Empirical Identification of Supporting Marketing Initiatives, *Journal of Travel Research*, 44: 387-396.
- Junker, B.H. (1960). *Fieldwork: An Introduction to the Social Sciences*. Chicago: University of Chicago Press.
- Mordue, T. (1999). Heartbeat Country: Conflicting Values, Coinciding Visions, *Environment and Planning*, 31: 629-646.
- Mordue, T. (2001). Performing and Directing Resident/ Tourist Cultures in Heartbeat Country, *Tourist Studies*, 1(3): 233-252.
- Newsome, D., Moore, S.A. ve Dowling, R. (2002). *Natural Area Tourism: Ecology, Impacts and Management*. Clevedon: Channel View Publications.
- NFO New Zealand (2003). *Lord of the Rings Market Research Summary Report (Prepared for Tourism New Zealand)*. New Zealand: NFO World Group.
- Noy, C. (2007). The Language(s) of the Tourist Experience: An Autoethnography of the Poetic Tourist. İçinde I. Atelijevic, A. Pritchard ve N. Morgan (Editörler), *The Critical Turn in Tourism Studies: Innovated Research Methodologies*. New York: Elsevier.
- Platt, J. (1992). Case Study in American Methodological Thought, *Current Sociology*, 40: 21-35.
- Reed-Danahay, L. (1997). Writing stories: Co-authoring 'The Sea Monster', a Writing Story, *Qualitative Inquiry*, 1: 189-203.
- Riley, R., Baker, D. ve Van Doren, C.S. (1998). Movie Induced Tourism, *Annals of Tourism Research*, 25(4): 919-935.
- Riley, R. ve Van Doren, C.S. (1992) Movies as Tourism Promotion: A 'Pull' factor in a 'Push' Location', *Tourism Management*, 13(3): 267-274.
- Roggenbuck, J.W. ve Lucas, R.C. (1985). Wilderness Use and User Characteristics: A State-of-Knowledge Review. İçinde R.C. Lucas, R.C (compiled). *Proceedings of National Research Conference on Issues, State-of-Knowledge, Future Directions* (ss. 204-245). Ogden: Intermountain Research Station.
- Ryan, C. (2005). Ethics in Tourism Research: Objectives and Personal Perspectives. İçinde B. Ritchie, P. Burns ve C. Palmer (Editörler), *Tourism Research Methods: Integrating Theory and Practice*.(ss. 9-20). Oxford: CABI.
- Sparkes, A. C. (2000). The Fatal Flaw: A Narrative of the Fragile Body-self, *Qualitative Inquiry*, 2: 463-294.
- Stankey, G. H. (1971). The Perception of Wilderness Recreation Carrying Capacity: A Geographic Study in Natural Resources Management (*Doktora Tezi*). Michigan: Michigan State University, University Microfilms.
- Stankey, G. H. ve Schreyer, K. (1985). Attitudes Towards Wilderness and Factors Affecting Visitor Behaviour. İçinde R.C. Lucas (compiled), *Proceedings of National Research Conference on Issues, State-of-Knowledge, Future Directions*. Ogden: Intermountain Research Station.
- Visitbritain (2007). Locations. <http://www.visitbritain.com.au/things-to-see-and-do/interests/films/top-film-titles/harrypotter> ET: 26 Ağustos 2007.
- Yin, R. K. (1994). *Case Study Research: Designs and Methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.