

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ PROGRAMI
DOKTORA TEZİ

TURİZMİN HAYVANLARA DAİR AHLAKİ
SORUMLULUĞUNUN META ELEŞTİRİ BAĞLAMINDA
DEĞERLENDİRİLMESİ

Sebahattin Emre DİLEK

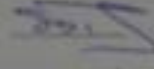
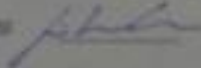
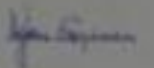
Danışman
Doç.Dr. Ebru GÜNLÜ

İZMİR – 2016

DOKTORA
TEZ İNAT BAYRAK

Üniversite : Düzce Eyalet Üniversitesi
Evetli : Enayel Mimar Enayel
Adı ve Soyadı : Sebahattin Enayel DİLEK
Tez Başlığı : Türkiye Halklarına Dair Anlatı Sorumluluğunun Meta Eleştiri Bağlamında Değerlendirilmesi
Savunma Tarihi : 06.01.2016
Savunma : Doç. Dr. Ebru GÜLLÜ

JURİ ÖZETİ

Üniversite Adı, Soyadı	Üniversite	İmza
Doç. Dr. Ebru GÜLLÜ	DÜZCE EYLÜL ÜNİVERSİTESİ	
Doç. Dr. Durhan AKTAŞ	DÜZCE EYLÜL ÜNİVERSİTESİ	
Prof. Dr. Dilek GÜÇMEN	DÜZCE EYLÜL ÜNİVERSİTESİ	
Prof. Dr. Mustafa GÜNGÖR	BATMAN ÜNİVERSİTESİ	
Doç. Dr. Şuayb AYDIN TOKELTÜRK	BATMAN ÜNİVERSİTESİ	

Oybirliği ☒
Oy Çokluğu ()

Sebahattin Enayel DİLEK tarafından hazırlanan ve sunulmuş "Türkiye Halklarına Dair Anlatı Sorumluluğunun Meta Eleştiri Bağlamında Değerlendirilmesi" başlıklı tezi kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Mustafa Yasar TUNAR
Enayel Müdürü

YEMİN METNİ

Doktora Tezi olarak sunduğum “Turizmin Hayvanlara Dair Ahlaki Sorumluluğunun Meta Eleştiri Bağlamında Değerlendirilmesi” adlı çalışmanın, tarafımdan, akademik kurallara ve etik değerlere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden olduğuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğuğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih

..../01/2016

Adı SOYADI

Sebahattin Emre DİLEK

İmza

ÖZET

Doktora Tezi

Tez Başlığı

**Turizmin Hayvanlara Dair Ahlaki Sorumluluğunun Meta Eleştiri Bağlamında
Değerlendirilmesi
Sebahattin Emre DİLEK**

Dokuz Eylül Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Turizm İşletmeciliği Programı

Çalışma, turizm sektöründe hayvanların metalaştırıldığı alanları ortaya koyarak, eleştirel bir tahlil yapmaktadır. Çalışmanın amacı, turizm sektöründe hayvanların metalaştırılmasına karşı çıkarak mevcut durumun bir eleştirisini yapmak ve turizmin ahlaki sorumluluğunu tartışmaya açarak, öneriler geliştirmektir. Bu tür bir çalışma, Türkiye’de turizm yazınında bulunmamakta olup, bu yönüyle ilk olma özelliğini taşımaktadır.

Sözleşmeci etik, deontolojik etik, teleolojik etik ve erdem etiği olmak üzere dört temel felsefi kuram üzerinde şekillenen çalışmanın ana çerçevesini ise Marx’ın Meta üretiminin eleştirel tahlili oluşturmaktadır. Güncel hayvan etiği tartışmaları içerisinde önemli bir yer tutan Peter Singer, Tom Regan ve Gary Francione’nin kuramları irdelenerek, karşılaştırmalı bir değerlendirme de yapılmaktadır. Buradan hareketle, turizmin hem arz hem de talep boyutunda hayvanlara yönelik nasıl bir ahlaki sorumluluğa sahip olması gerektiği üzerinde durulmaktadır.

Çalışmanın araştırma kısmında ise, Türkiye’de yer alan hayvan odaklı turizm işletmelerinin yöneticileri ile yapılan görüşmelerin ve söz konusu işletmelere gelen ziyaretçilere uygulanan anketlerin sonuçlarına yer verilmektedir. Toplam 17 işletme yöneticisi ile yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla veri elde edilmiş, ziyaretçilerden de toplam 388 geçerli anket formu elde edilmiştir.

Elde edilen veriler neticesinde hayvan odaklı turizm işletmelerini ziyaret edenlerin genellikle evli, 18 yaşından küçük bir ya da birden fazla çocuğu olan, eğitim ve gelir seviyesi yüksek kişiler olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte ziyaretçiler kendilerini daha çok ekosentrik olarak ifade etseler de, hayvan odaklı çekiciliklere katılım amaçlarını “doğa turizmine bir alternatif”, “eğitim aracı” ve “aile odaklı deneyim” şeklinde belirterek antroposentrik bir duruş ortaya koymaktadırlar. Hayvan odaklı turizm işletmesi yöneticileri ile yapılan görüşmelerden elde edilen verilerde de, işletmelerin genel olarak hayvanlara yönelik ahlaki sorumluluktan uzak oldukları sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Metalaştırılmış Hayvanlar, Hayvan Etiği, Turizm – Hayvan İlişkisi

ABSTRACT
Doctoral Thesis
Doctor of Philosophy(PhD)
Evaluation of Moral Responsibility of Tourism Regarding Animals in the Context
of Meta-Criticism
Sebahattin Emre DİLEK

Dokuz Eylül University
Graduate School of Social Sciences
Department of Tourism Management
Tourism Management Program

This Study is to make critical analysis by introducing areas that animals are commodified in the tourism industry. The aim of the study is to make Critique by opposing that animals ara commodified in the tourism industry and ethical responsibility of the tourism come up for discussion and bring forward proposals. This kind of study is not present in tourism literature in Turkey. Therefore, it is the first study about that in Turkey.

It includes four philosophical theories which are on the point of being contracting ethic, deontological ethic, teleological ethic and virtue ethic. In addition to this, the main frame of the study is Marx’s critical analysis of commodity production. Theroies of Peter Singer, Tom Regan and Gary Francione which occupy an important place in current discussion of animal ethics, are comparatively examined and evaluated. From this point of view, the study focuses on both the supply and demand dimensions of tourism industry and tries to reveal how the tourism should have ethical responsibility towards animals.

In the research part of the study are given the results of questionnaires which are applied the visitors came in animal-based tourism attractions and interviews with managers of the businesses having these attractions in Turkey.

Data acquired from 17 managers through semi-structured interview form and collected 388 valid questionnaires from visitors.

As a result, the study shows that the visitor profiles are generally married, have one or more child under 18 years, have high educational and income levels. On the other hand, even though visitors mostly express as an ecocentric, they said that their participated aims in animal-based tourism attractions are “an alternative to nature tourism”, “educational tool”, “family-oriented experience” and revealed antropocentric position. As to animal-based tourism businesses, it has been reached that the businesses are away from ethic responsibility towards animals.

Keywords; Tourism, Commoditised Animals, Animal Ethics, Tourism-Animal Relationships

TURİZMİN HAYVANLARA DAİR AHLAKİ SORUMLULUĞUNUN META ELEŞTİRİ BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI	ii
YEMİN METNİ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	viii
KISALTMALAR	xii
TABLolar LİSTESİ	xiv
ŞEKİLLER LİSTESİ	xvi
GÖRSELLER LİSTESİ	xx
EKLER LİSTESİ	xxi

GİRİŞ	1
-------	---

BİRİNCİ BÖLÜM

TEZİN SORUNSAI VE KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

1.1. DİNİ, FELSEFİ VE KÜLTÜREL BAĞLAMDA HAYVAN SEVGİSİ VE HAYVAN NEFRETİ	5
1.2. PROBLEMİN TANIMI	9
1.3. TURİZMDE HAYVANLARIN KULLANIM ALANLARI	12
1.3.1. Esaret Altındakiler	17
1.3.2. Fiziki ve Duygusal İşçiler	19
1.3.3. Rekabete Maruz Bırakılanlar	21
1.3.4. Spor Adı Altında Katledilenler	23
1.3.5. Doğal Yaşamı Gözlemlenenler	25
1.4. TURİZM – HAYVAN İLİŞKİSİ MODELİ	29

İKİNCİ BÖLÜM

KAVRAMLAR VE KURAMSAL TARTIŞMALAR

2.1. HAYVAN ETİĞİ KAPSAMINDA YER ALAN KAVRAMLAR	32
2.1.1. Türcülük	32
2.1.2. Antroposentrizm ve Ekosentrizm	34
2.1.3. Antropomorfizm	36
2.1.4. Hayvan Etiği Tartışmalarında Sık Kullanılan Kavramlar	37
2.2. HAYVAN HAKLARI VE REFAHI KAPSAMINDAKİ ETİK KURAMLAR	40
2.2.1. Sözleşmeci Etik	40
2.2.2. Faydacı Etik	41
2.2.3. Deontolojik Etik	42
2.2.4. Erdem Etiği	43
2.3. HAYVAN HAKLARI VE REFAHI TEORİSYENLERİ VE TEMEL DAYANAKLARI	44
2.3.1. Peter Singer ve Ahlaki Önem Görüşü	47
2.3.2. Tom Regan ve Yaşamın Öznesi Olma Görüşü	49
2.3.3. Gary L. Francione ve Eşit Ahlaki Statü Görüşü	51
2.3.4. Karşılaştırmalı Değerlendirme	52

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

HAYVAN ODAKLI TURİZM FAALİYETLERİNE

META ELEŞTİREL BAKIŞ

3.1. HAYVAN ODAKLI TURİZM FAALİYETLERİNE META ELEŞTİREL BAKIŞ	58
3.1.1. Kapitalizm-Turizm ve Metalaştırdıkları	58
3.1.2. Turizm Sektöründe Hayvanların Ahlaki Statüsü	62
3.1.3. Turizmin Hayvanlara Dair Ahlaki Sorumluluğu	66
3.2. TURİZMDE HAYVANLARIN METALAŞTIRILMASINA İLİŞKİN DÜNYADAN VE TÜRKİYE'DEN ÖRNEKLER	71

3.2.1. Dünyadan Hayvan Odaklı Turizm Çekicilikleri Örnekleri	71
3.2.2. Türkiye’den Hayvan Odaklı Turizm Çekicilikleri Örnekleri	81
3.3. KARŞILAŞTIRMALI DEĞERLENDİRME	90
3.4. TURİZMDE HAYVAN HAKLARI VE REFAHI KAPSAMINDAKİ ULUSLARARASI BİRLİKLER	92
3.4.1. Uluslararası Hayvanat Bahçeleri ve Akvaryumlar Birliği	93
3.4.2. Uluslararası Hayvan Refahı Fonu	94
3.4.3. Dünya Hayvanları Koruma Örgütü	94
3.4.4. İngiliz Seyahat Acentaları Birliği	95
3.4.5. Avustralasya Hayvan Araştırmaları Birliği	95
3.4.6. Avustralya Yaban Hayatı Turizmi Birliği	96
3.4.7. Sorumlu Seyahat Merkezi	96
3.4.8. Sürdürülebilir Turizm İşbirliği Merkezi	96
3.4.9. Dünya Doğayı Koruma Vakfı	97

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA VE BULGULAR

4.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ	99
4.2. ARAŞTIRMANIN MODELİ	99
4.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	101
4.4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI	102
4.4.1. Nitel Araştırma Sonuçları	102
4.4.2. Nicel Araştırma Sonuçları	123
4.4.2.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular	123
4.4.2.2. Katılımcıların Pet Sahipliği ve Hayvan Haklarına Yönelik Faaliyetlerine İlişkin Bulgular	125
4.4.2.3. Katılımcıların Hayvan Odaklı Turizm Çekiciliklerine Katılımına İlişkin Bulgular	126

4.4.2.4. Katılımcıların Ekosentrik ve Antroposentrik Durumlarına İlişkin Bulgular	127
4.4.2.5. Katılımcıların Hayvanların Kullanımına İlişkin Ölçeğe Verdikleri Yanıtların Betimleyici	128
4.4.2.6. Katılımcıların Hayvan Odaklı Turizm Çekiciliklerine İlişkin Ölçeğe Düşüncelerini Belirlemeye Dönük Ölçeğin Betimleyici İstatistikleri	129
4.4.2.7. Hayvan Odaklı Çekim Merkezlerinin Katılımcılarca Kabul Edilebilirliğini Belirlemeye Dönük Ölçeğin Betimleyici İstatistikleri	132
4.4.2.8. Katılımcıların Hayvan Odaklı Çekim Merkezlerini Ziyaret Etme Eğilimlerini Belirlemeye Dönük Ölçeğin Betimleyici İstatistikleri	133
4.4.2.9. Çalışmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenirlik Analizi Sonuçları	134
4.5. TURİZMDE ZİYARETÇİ – HAYVAN İLİŞKİSİNE YÖNELİK META ELEŞTİREL BİR MODEL (YEM)	138
4.5.1. YEM Modelleri Güvenirlik Analizi Sonuçları	140
4.5.2. Hayvan Çıkarları – Hayvan Odaklı Turizm Çekiciliği Ölçeği Boyutları – Kabul Edilebilirlik ve Ziyaret Niyeti Algılamaları Arasındaki İlişkilere Yönelik Geliştirilen Modeller	142
4.5.3. Hayvan Çıkarları – Hayvan Odaklı Turizm Çekiciliği Ölçeği Boyutları – Kabul Edilebilirlik ve Ziyaret Niyeti Algılamaları Arasındaki İlişkilere Yönelik Geliştirilen Modeller	178
SONUÇ	216
KAYNAKÇA	224
EKLER	

KISALTMALAR

AASA	Avustralasya Hayvan Araştırmaları Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
ABTA	İngiliz Seyahat Acentaları Birliği
ADI	Uluslararası Hayvan Savunucuları
AFP	Hayvan Vakfı Platformu
AGFI	Adjusted Goodness of Fit Index (Düzeltilmiş İyilik Uyum İndeksi)
AMOS	Analysis of Moment Structures
bkz.	Bakınız
CFI	Comparative Fit Index (Karşılaştırmalı Uyum İndeksi)
CREST	Sorumlu Seyahat Merkezi
DFA	Doğrulayıcı Faktör Analizi
Dr.	Doktor
EPA	Çevre Koruma Ajansı
ESTC	Uluslararası Ekoturizm Cemiyeti
GFI	Goodness of Fit Index (İyilik Uyum İndeksi)
HAYTAP	Hayvan Hakları Federasyonu
IFAW	Uluslararası Hayvan Refahı Fonu
IFI	Incremental Fit Index (Artırmalı Uyum İndeksi)
LISREL	Linear Structural Relations
NFI	Normed Fit Index (Normlaştırılmış Uyum İndeksi)
NNFI	Nonnormed Fit Index (Normlaştırılmamış Uyum İndeksi)
RFI	Relative Fit Index (Görelî Uyum İndeksi)
RMSEA	Root Mean Square Error of Approximation (Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü)
s.	Sayfa No
SRMR	Standardized Root Mean Square Residual (Standartlaştırılmış Ortalama Hataların Karekökü)
ss.	Sayfadan Sayfaya

STCRC	Sürdürülebilir Turizm İşbirliği Araştırma Merkezi
TRAKUS	Türkiye'nin Anonim Kuşları Derneği
TVD	Türkiye Vegan ve Vejetaryen Derneği
UNEP	Birleşmiş Milletler Çevre Programı
vb.	Ve Benzeri
WAZA	Uluslararası Hayvanat Bahçeleri ve Akvaryumlar Birliği
WSPA	Dünya Hayvanları Koruma Örgütü
WTA	Avustralya Yaban Hayatı Turizm Birliği
WWF	Dünya Doğayı Koruma Vakfı
YEM	Yapısal Eşitlik Modeli
yy	Yüzyıl

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Turizmde Hayvanların Kullanım Alanları	s. 13
Tablo 2: İnsan – Hayvan İlişkisinde Cohen’in Kavramsal Çerçevesi	s. 15
Tablo 3: Kan Sporlarının Biçimleri	s. 22
Tablo 4: Hayvan Türleri – Turizm Aktivitesi – Örnek Bölgeler	s. 27
Tablo 5: 1970 – 2015 yılları Arasında Yayımlanan Hayvan Etiği Kapsamındaki Kitaplar	s. 45
Tablo 6: Turist – Hayvan Etkileşiminde Etik Konular	s. 55
Tablo 7: Uluslararası Turizm Yazınında Turizm ve Hayvan Etiği Tartışmaları	s. 68
Tablo 8: Görüşme Yapılan Hayvan Odaklı Turizm İşletmeleri ve İşletme Yöneticileri	s. 104
Tablo 9: Görüşme Yapılan Hayvan Odaklı Turizm İşletmelerinin Mevcut Durumu	s. 107
Tablo 10: Dünyada Hayvanların Yasal Kazanımlar Elde Ettiği Bazı Ülkeler	s. 118
Tablo 11: Katılımcıların Demografik Özellikleri	s. 124
Tablo 12: Katılımcıların Pet Sahipliği ve Hayvanlara Yönelik Faaliyetlere İlişkin Özellikleri	s. 125
Tablo 13: Katılımcıların Hayvan Odaklı Turizm Çekiciliklerine İlişkin Özellikleri	s. 126
Tablo 14: Katılımcıların Kendilerini Doğanın Parçası Olarak Görmelerine İlişkin Puanlamaları	s. 127
Tablo 15: Katılımcıların Hayvanların Kullanımına İlişkin Ölçeğe Verdikleri Yanıtların Betimleyici İstatistikleri	s. 128
Tablo 16: Katılımcıların Hayvan Odaklı Turizm Çekiciliklerine İlişkin Düşüncelerini Belirlemeye Dönük Ölçeğin Betimleyici İstatistikleri	s. 129
Tablo 17: Hayvan Odaklı Çekim Merkezlerinin Katılımcılarca Kabul Edilebilirliğini Belirlemeye Dönük Ölçeğin Betimleyici İstatistikleri	s. 132

Tablo 18: Katılımcıların Hayvan Odaklı Çekim Merkezlerini Ziyaret Etme Eğilimlerini Belirlemeye Dönük Ölçeğin Betimleyici İstatistikleri	s. 133
Tablo 19: Hayvanların Kullanımına İlişkin Ölçeğin Güvenirlik Analizi Sonuçları	s. 134
Tablo 20: Hayvanlar Odaklı Turizm Çekilimleri Ölçeğinin Güvenirlik Analizi Sonuçları	s. 135
Tablo 21: Hayvan Odaklı Çekim Merkezlerinin Kabul Edilebilirliği Ölçeğinin Güvenirlik Analizi Sonuçları	s. 137
Tablo 22: Hayvan Odaklı Çekim Merkezlerini Ziyaret Etme Eğilimi Ölçeğinin Güvenirlik Analizi Sonuçları	s. 138
Tablo 23: YEM Uyum Ölçütleri	s. 140
Tablo 24: Ölçek Boyutlarının Güvenilirlikleri Analizi Sonuçları ve Bazı Betimleyici İstatistikler	s.142

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Problemin Tanımlanmasında Kullanılan Kavramsal Çerçeve	s. 11
Şekil 2: Esaret Altında Metalaştırılan Hayvanlar	s. 17
Şekil 3: Turizm – Hayvan İlişkisi Modeli	s. 30
Şekil 4: Araştırmanın Modeli	s. 100
Şekil 5: Görüşmelerden Elde Edilen Veriler Sonucu Ortaya Çıkan Boyutlar	s. 106
Şekil 6: Hayvan Çıkarları – Koruma – Kabul Edilebilirlik (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 143
Şekil 7: Hayvan Çıkarları – Koruma – Ziyaret Niyeti (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 145
Şekil 8: Hayvan Çıkarları – Koruma – Kabul Edilebilirlik (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 146
Şekil 9: Hayvan Çıkarları – Koruma – Ziyaret Niyeti (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 148
Şekil 10: Hayvan Çıkarları – Aile Odaklı Deneyim – Kabul Edilebilirlik (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 149
Şekil 11: Hayvan Çıkarları – Aile Odaklı Deneyim – Ziyaret Niyeti (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 151
Şekil 12: Hayvan Çıkarları – Aile Odaklı Deneyim – Kabul Edilebilirlik (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 152
Şekil 13: Hayvan Çıkarları – Aile Odaklı Deneyim – Ziyaret Niyeti (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 154
Şekil 14: Hayvan Çıkarları – Eğitim – Kabul Edilebilirlik (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 155
Şekil 15: Hayvan Çıkarları – Eğitim – Ziyaret Niyeti (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 157
Şekil 16: Hayvan Çıkarları – Eğitim – Kabul Edilebilirlik (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 158
Şekil 17: Hayvan Çıkarları – Eğitim – Ziyaret Niyeti (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 159

Şekil 18: Hayvan Çıkarları – Doğa Turizmine Alternatif – Kabul Edilebilirlik (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 161
Şekil 19: Hayvan Çıkarları – Doğa Turizmine Alternatif – Ziyaret Niyeti (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 162
Şekil 20: Hayvan Çıkarları – Doğa Turizmine Alternatif – Kabul Edilebilirlik (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 164
Şekil 21: Hayvan Çıkarları – Doğa Turizmine Alternatif – Ziyaret Niyeti (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 165
Şekil 22: Hayvan Çıkarları – Bilimsel Araştırma – Kabul Edilebilirlik (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 167
Şekil 23: Hayvan Çıkarları – Bilimsel Araştırma – Ziyaret Niyeti (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 168
Şekil 24: Hayvan Çıkarları – Bilimsel Araştırma – Kabul Edilebilirlik (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 170
Şekil 25: Hayvan Çıkarları – Bilimsel Araştırma – Ziyaret Niyeti (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 171
Şekil 26: Hayvan Çıkarları – Eğlence – Kabul Edilebilirlik (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 173
Şekil 27: Hayvan Çıkarları – Eğlence – Ziyaret Niyeti (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 174
Şekil 28: Hayvan Çıkarları – Eğlence – Kabul Edilebilirlik (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 175
Şekil 29: Hayvan Çıkarları – Eğlence – Ziyaret Niyeti (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 177
Şekil 30: Hayvanların Ortamı – Koruma – Kabul Edilebilirlik (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 179
Şekil 31: Hayvanların Ortamı – Koruma – Ziyaret Niyeti (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 180
Şekil 32: Hayvanların Ortamı – Koruma – Kabul Edilebilirlik (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 182
Şekil 33: Hayvanların Ortamı – Koruma – Ziyaret Niyeti (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 183

Şekil 34: Hayvanların Ortamı – Aile Odaklı Deneyim – Kabul Edilebilirlik (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 185
Şekil 35: Hayvanların Ortamı – Aile Odaklı Deneyim – Ziyaret Niyeti (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 186
Şekil 36: Hayvanların Ortamı – Aile Odaklı Deneyim – Kabul Edilebilirlik (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 188
Şekil 37: Hayvanların Ortamı – Aile Odaklı Deneyim – Ziyaret Niyeti (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 189
Şekil 38: Hayvanların Ortamı – Eğitim – Kabul Edilebilirlik (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 191
Şekil 39: Hayvanların Ortamı – Eğitim – Ziyaret Niyeti (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 192
Şekil 40: Hayvanların Ortamı – Eğitim – Kabul Edilebilirlik (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 194
Şekil 41: Hayvanların Ortamı – Eğitim – Ziyaret Niyeti (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 195
Şekil 42: Hayvanların Ortamı – Doğa Turizmine Alternatif – Kabul Edilebilirlik (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 197
Şekil 43: Hayvanların Ortamı – Doğa Turizmine Alternatif – Ziyaret Niyeti (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 198
Şekil 44: Hayvanların Ortamı – Doğa Turizmine Alternatif – Kabul Edilebilirlik (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 200
Şekil 45: Hayvanların Ortamı – Doğa Turizmine Alternatif – Ziyaret Niyeti (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 201
Şekil 46: Hayvanların Ortamı – Bilimsel Araştırma – Kabul Edilebilirlik (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 203
Şekil 47: Hayvanların Ortamı – Bilimsel Araştırma – Ziyaret Niyeti (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 204
Şekil 48: Hayvanların Ortamı – Bilimsel Araştırma – Kabul Edilebilirlik (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 206
Şekil 49: Hayvanların Ortamı – Bilimsel Araştırma – Ziyaret Niyeti (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 207

Şekil 50: Hayvanların Ortamı – Eğlence – Kabul Edilebilirlik (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 209
Şekil 51: Hayvanların Ortamı – Eğlence – Ziyaret Niyeti (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 210
Şekil 52: Hayvanların Ortamı – Eğlence – Kabul Edilebilirlik (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 212
Şekil 53: Hayvanların Ortamı – Eğlence – Ziyaret Niyeti (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki	s. 213

GÖRSELLER LİSTESİ

Görsel 1: Tayland’da Gösteri Amaçlı Fil Eğitimi	s. 72
Görsel 2: Pata Hayvanat Bahçesi’nden Bir Şempanze – Bangkok/Tayland	s. 73
Görsel 3: The Lehe Ledu Doğal Yaşam Parkı – Chongqing/ Çin	s. 74
Görsel 4: Pargue Safari Hayvanat Bahçesi – Rancagua/ Şili	s. 75
Görsel 5: Afrika’dan Bir Av Turizmi Turu	s. 76
Görsel 6: Orangutanların Boks Şovu - Safari World/ Bangkok	s. 77
Görsel 7: Seks İşçisi Pony	s. 78
Görsel 8: Santorini Adası’nda Turistleri Taşıyan Hayvanlar	s. 79
Görsel 9: Balina Gözlemciliği/ Victoria: Vancouver Island, British Columbia	s. 80
Görsel 10: Türkiye’den Bir Yunus Gösteri Merkezi	s. 81
Görsel 11: Türkiye’de Faaliyet Gösteren Bir Akvaryum	s. 83
Görsel 12: Çankırı’da Bir Domuz Avı Turu	s. 84
Görsel 13: Deve Güreşi Etkinliği – Milas/ Muğla	s. 86
Görsel 14: Antalya’da Çekim Unsuru Olarak Kullanılan Develer	s. 87
Görsel 15: İstanbul Büyükkada’da Kullanılan Faytonlar Ve Kullanılması Gereken Fayton	s. 88
Görsel 16: Türkiye’de Kuş Gözlemciliği Yapan Bir Grup	s. 90
Görsel 17: İstanbul’da Hayvan Temalı Park	s. 91

EKLER LİSTESİ

EK 1: Araştırmada Kullanılan Anket Formu	ek.s. 1
EK 2: Araştırmada Kullanılan Soru Formu	ek.s. 5
EK 3: Nitel Araştırma Analizi	ek s. 6
EK 4: Araştırma Sonucu Ortaya Çıkan Model	ek s. 12

GİRİŞ

İnsan – doğa ilişkisi, insanın varoluşundan bugüne dek çeşitli değişim ve dönüşümler ile birlikte uzun bir süreci geride bırakmıştır. Söz konusu bu süreç, antik çağda insanın doğanın bir parçası olduğu bilinci ile şekillenirken, orta çağda insanın ve doğanın birlikte Tanrı'nın yarattığı varlıklar olduğu inancına dönüşmüş ve doğal kaynakların kullanımını doğa lehine sınırlamıştır. Ancak, modern çağla birlikte doğanın canlılığı ve kutsallığı kavrayışı, yerini makine – doğa kavrayışına bırakmış ve insanın doğa ile ilişkisindeki kullanım hakkı genişletilmiştir. Endüstri devrimi ve kapitalizmin yükselişi ile birlikte, kendini 'doğanın efendisi' ilan eden insan, doğayla ilişkisinde radikal bir dönüşüme uğramıştır. Artık söz konusu insan – doğa ilişkisi değil, insanın merkezde doğanın ise periferide yani arka planda yer aldığı, 'insan – çevre' ilişkisidir.

Bu ilişki aynı zamanda doğanın birer parçası olan insanların ve insan olmayan hayvanların ilişkisini de kapsamakta ve bu yönüyle gerek türçülük gerekse yaşamın öznesi olma ve eşit gözetilme ilkesi gibi diğer etik tartışmaları gündeme taşımaktadır. Bu tartışmalar özellikle kapitalizmin yükselişine paralel olarak hayvanların metalaştırılması, farklı alanlarda farklı amaçlarla kullanılması noktasında hem etik kuramları hem de kapitalizmin bir eleştirisini gerekli kılmaktadır. Öyle ki Hall ve Brown da insan-hayvan ilişkisi bağlamında yapılan etik tartışmaların, hayvanların insanların amaçlarına yönelik beş farklı kullanım alanı ile ilgili olduğunu ifade etmektedir¹. Bu beş farklı kullanım alanı aşağıdaki gibi belirtilmektedir:

- Besin için hayvanların öldürülmesi,
- Tıp deneylerinde hayvanların kullanılması,
- Medikal olmayan ürün (kozmetik, deterjan vb.) testlerinde hayvanların kullanılması,
- Kürkleri, dişleri veya derileri için hayvanların öldürülmesi,

¹ Derek R. Hall, Frances Brown, **Tourism and Welfare: Ethics, Responsibility and Sustained Well-being**, CABI, UK and USA, 2006, s.135.

- Rekreatif faaliyetlerde (av turizmi, hayvan gösterileri vb.) hayvanların kullanılması.

Söz konusu bu beş alan metalaştırılan hayvanların hem kapitalizmin eleştirel bir tahlili hem de etik kuramların hayvan etiği bağlamında ele alınması gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda tezin amacı, kapitalizmin hükümlerliği altında olan turizm endüstrisinin hayvanları metalaştırma süreçleri, yöntemleri ve alanları ile ilgili olarak bir eleştiri yapmak ve bu eleştiriye etik kuramlar çerçevesinde meşru bir zemine oturtabilmektir. Diğer bir ifade ile turizm endüstrisinde metalaştırılan hayvanların ahlaki bir statüye sahip olup olamayacaklarını tartışmak, turizm endüstrisini hayvan etiği bağlamında sorgulamak ve bir takım cevaplar ortaya koyabilmektir. Tezin önemi de bu noktada ortaya çıkmaktadır. Öyle ki, bu tür çalışmanın Türkiye’de daha önce yapılmamış olması, alan yazındaki önemli bir boşluğun doldurulacağını göstermektedir. Ayrıca turizmin yalnızca ekonomik yönden ele alınıp, araçsallaştırılması değil aynı zamanda eleştirilmesi ve bunu yaparken felsefeden yararlanılması da turizm yazınına derinlik kazandırması noktasında öne çıkmaktadır.

Felsefeden yararlanılarak bu tezin oluşturulması adına atılan en önemli adım tezin temel sorunsalı ya da temel sorusunun ortaya koyulmasıdır. “*Turizm faaliyetine katılmanın ya da turizm faaliyetleri içerisindeki zevk ve tercihlerin ahlaki yükü, hayvanların metalaştırılması karşısındaki ahlaki yüke ağır mı basıyor?*” sorusu bu minvalde ortaya çıkan ve farklı düşünceleri gerekli kılan, bu yönüyle turizm endüstrisinin pek de hoşuna gitmeyecek türde bir değerlendirmeyi içermektedir. Nitekim turizm, dünyada bir milyardan fazla insanın katıldığı, bir trilyon dolardan fazla paranın harcandığı, ülke ekonomilerine ciddi katkılar sağlayan ve bunu yaparken de dokunduğu her şeyi metaya çevirmeyi başarabilen bir hizmet sektörüdür. Akademik çalışmalarda da ekonomik yönü ağır basan, pratiğin ve niceliğin önemli olduğu bir alandır. Ancak uluslararası alanda pek çok yazar, hayvan etiğinin turizm alan yazınında çalışılması ve önemsenmesi gereken bir konu olduğunu ifade etmektedir².

²Erik Cohen, “The Wild and The Humanized: Animals in Thai Tourism”, **Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research**, Cilt:1, Sayı:20, 2009; David A. Fennell, **Tourism**

Hayvanlar, turizm endüstrisinin ve turistlerin ihtiyaçlarının/isteklerinin karşılanması amacıyla çok farklı alanlarda kullanılmaktadırlar³. Bu alanlar; işçiler, göstericiler, yarışçılar, doğal yaşamı gözlemlenenler ve spor adı altında tüketime meta olanlar şeklinde sınıflandırılmaktadır⁴. Bu sınıflandırma doğrudan turizme katılanların hayvan odaklı turizm faaliyetlerini tüketim açısından ele almaktadır. Diğer yandan insan – hayvan ilişkisi bağlamında ilişkinin nasıl ve nerede oluştuğuna yönelik yapılan sınıflandırmalar da bulunmaktadır. Sınıflandırmalardan biri ilişkinin türü, ilişkide bulunulan ortam, hayvanların durumu ve ilişkinin aracıları başlıkları altında yapılmaktadır⁵. Diğer bir sınıflandırmada ise otantik, yarı-otantik ve sahnelenen alanlar olmak üzere üç başlık altında bir sınıflandırmaya yer verilmektedir⁶. Söz konusu sınıflandırmalar insan – hayvan ilişkisinin turizm endüstrisi içerisinde nasıl ortaya çıktığını göstermesi ve bu anlamda tezin kavramsal çerçevesini belirleyebilmek adına önemlidir.

Bu bağlamda ilk bölüm, tezin sorunsalını ayrıntılı bir şekilde ortaya koymaktadır. Tarihsel süreç içerisinde hayvanların ahlaki statülerinin felsefi, dini ve bilimsel açıdan kültürel kodlar üzerinde nasıl bir etki yarattığı özetlenmektedir. Daha sonra tezin teorik ve uygulama alanlarından hareketle kavramsal bir çerçeve sunularak, turizmde hayvanların kullanım alanları detaylandırılmaktadır. İkinci bölümde hayvan etiği konusundaki kavramların ve bu kavramlara ilişkin etik kuramların neler olduğu anlatılmaktadır. Bununla birlikte, hayvan refahı ve hayvan hakları teorisyenlerinin tartışmaları ve temel dayanak noktalarının neler olduğu irdelenmektedir. Üçüncü bölümde ise turizm sektöründe metalaştırılan hayvanlara dair dünyadan ve Türkiye’den örnekler ele alınarak, turizmin hayvanlara dair nasıl

and Animal Ethics. Routledge, New York, 2012; Kevin Markwell (Ed.) **Animals and Tourism: Understanding Diverse Relationships**, Channel View Publications, UK, 2015.

³ Fennell, A. David, “The Status of Animal Ethics Research in Tourism: A Review of Theory”, *Animals and Tourism: Understanding Diverse Relationships* (Ed. Kevin Markwell), Channel View Publications, UK, s.29.

⁴ David A. Fennell, **Tourism and Animal Ethics**. Routledge, New York, (TAE) 2012, s.71.

⁵ Erik Cohen, “The Wild and The Humanized: Animals in Thai Tourism”, **Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research**, Cilt:1, Sayı:20, 2009, s. 102.

⁶ Chilla Bulbeck, “The Nature Dispositions of Visitors to Animal Encounter Sites in Australia and New Zealand”, **The Journal of Sociology**, Cilt:2, Sayı:35, s.132.

bir ahlaki sorumluluğa sahip olması gerektiği tartışılmaktadır. Dördüncü ve son bölümde ise, Türkiye’de yer alan hayvan odaklı turizm işletmelerinin yöneticileri ile yapılan derinlemesine görüşmeler, söz konusu işletmelerde gerçekleştirilen gözlemler ve bu işletmelere giden ziyaretçilere uygulanan anket sonuçları değerlendirilmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

TEZİN SORUNSAI VE KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

Bu bölümde, ortaya konulan kavramsal çerçeve tarihsel bir arka plana ihtiyaç duymaktadır. Buradan hareketle insan – hayvan ilişkisinin tarihsel süreci, hayvan sevgisi (theriophily) ve hayvan nefreti (misothery) kavramları açısından felsefi, dini ve bilimsel bir zeminde ele alınmaktadır. Bu zemin üzerine ise kavramsal çerçeve oturtularak, hayvanların turizmde kullanım alanları ortaya konulmaktadır.

1.1. DİNİ, FELSEFİ VE KÜLTÜREL BAĞLAMDA HAYVAN SEVGİSİ (THERİOPHİLY) VE HAYVAN NEFRETİ (MİSOTHERY)

Tüm dünyada hayvanların ahlaki statüsüne yönelik geleneksel düşüncenin temel kaynakları din ve felsefe olmuş ve bunların her ikisi de, hayvanların ne tür varlıklar olduklarına yönelik kültürel algılamaların şekillenmesinde bilimle etkileşime geçmiştir⁷. Söz konusu etkileşim temelinde, günümüze kadar süregelen hayvan etiği tartışmalarında hayvan sevgisi (Theriophily) ve hayvan nefreti (Misothery) kavramları ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda, bu iki kavramın tarihsel süreç içerisindeki epistemolojik sorgulaması, dini ve felsefi zeminde hayvanlara bakışın ne yönde olduğunu, hayvanların ahlaki statülerinin nasıl algılandığını ve bu temelde yapılan etik tartışmaların gidişatını kavramak adına son derece önemlidir. Aynı zamanda diğer bölümlerde derinlemesine irdelenecek olan türçülük, antroposentrizm, ekosentrizm ve antropomorfizm gibi hayvan etiği tartışmalarında geçen kavramların içselleştirilebilmesi açısından bir gerekliliktir.

“*Misothery*” (hayvan nefreti) kavramı 2005 yılında Jim Mason tarafından iki yunanca kelimenin birleşimiyle oluşturulmuştur⁸. Buna göre “*misos*” nefret anlamına gelirken, “*ther*” sözcüğü ise hayvan anlamına gelmekte ve bu iki kelimenin birleşimi “*misothery*” yani hayvan nefreti olarak kavramsallaşmıştır⁹. Diğer bir deyişle

⁷ David Degrazia, **Hayvan Hakları**, çev. Hakan Gür, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara, 2006, s.13.

⁸ Fennell, TAE, s.13.

⁹ Claudette Vaughan, “Rituals of Dominionism - The Jim Mason Interview”, **Animal Liberation**, <http://www.animalliberationfront.com/ALFront/Interviews/RITUALS%20OF%20DOMINIONISM%20-%20The%20Jim%20Mason%20Interview.htm> (15.10.2015).

“*misothery*”, hayvanlara karşı negatif duyguları tanımlayan ve hayvanların yalnızca insan amaçları için kaynak olduğunu belirten bir kavram olarak kullanılmaktadır.

“*Theriophily*” (hayvan sevgisi) kavramı ise, yazında aynı anlamda kullanılan “*animalitarianism*” kavramı ile eş anlamlıdır. “*Theriophily*” kavramı da iki yunanca kelimenin birleşiminden oluşmuş ve George Boas tarafından ortaya atılmıştır¹⁰. Buna göre “*ther/therion*” hayvan anlamına gelirken; “*philos*” ise sevgi ya da aşk anlamına gelmektedir. Bu iki sözcüğün birleşmesinden meydana gelen “*theriophily*” kelimesi de hayvan sevgisi anlamında kullanılmaktadır. Theriophily kavramı ile eş anlamlılığı olan “*Animalitarianism*” kavramı, Arthur O. Lovejoy ve George Boas tarafından “*A Documentary History of Primitivism and Related Ideas*” adlı çalışmada ilk kez kullanılmıştır¹¹. Her iki kavram da hayvanların insanlardan bazı noktalarda (sezgisel ya da bilişsel) üstün olduğunu anlatmak için kullanılmış ve yazına bu şekilde geçmiştir¹².

Hayvan nefreti (*misothery*) ve hayvan sevgisi (*theriophily*) kavramları, tarihsel süreç içerisinde hem felsefi hem de dini olarak ele alınmış ve bu kavramlara ilişkin farklı kültürel yargılar ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkan kültürel yargılar felsefi açıdan değerlendirildiğinde akla ilk gelen isim antik çağ düşünürlerinden Aristoteles’tir. Aristoteles hayvanların akıl yürütme yetisinden yoksun olmalarını gerekçe göstererek hiyerarşik yapı içerisinde hayvanların insanlardan daha aşağıda olduklarını ve insanların amaçları için uygun bir kaynak olduklarını savunmaktadır¹³. Bu yönüyle Aristoteles, özünde *misoterik*¹⁴ anlayışı benimseyen bir düşünür olarak ifade edilebilir. Aristoteles’in hayvanlara yönelik misoterik anlayışının temelinde iki unsur yatmaktadır. Birincisi, erkeklerin kadınlara oranla akıl yürütme kabiliyetlerinin

¹⁰ Gill, James E. , "Theriophily In Antiquity: A Supplementary Account". **Journal of the History of Ideas**, Cilt:3, Sayı:30, 1969, s. 401.

¹¹ Marian Scholtmeijer, **Animal Sanctity and Animal Sacrifice: How Post Darwinian Fiction Treats Animal Victims**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Simon Fraser University Philosophy Department, Kanada, 1989, s.27.

¹² Fennell, TAE, s.22.

¹³ Ahmet Cevizci, *Felsefe Tarihi*, Say Yayınları, İstanbul, 2009, s.135.

¹⁴ “Misothery” kavramından hareketle ilk defa Türkçe olarak kullanılan “misoterik (misotheric)” kavramı bundan sonra hayvanlara yönelik olan türcü, üstenci bakışı ya da anlayışı betimlemek adına tez içerisinde kullanılacaktır.

daha fazla olduğu ve bu nedenle erkeklerin kadınlardan daha üstün olduklarıdır. İkincisi ise, bedenleri zihinlerinden daha güçlü olan insanların köleliğe uygun olduklarıdır¹⁵. Kadın – erkek eşitliğine ve köleliğe ilişkin bu iki sav, Aristoteles’in insan – hayvan ilişkisine yönelik düşündükleri ile anoloji kurularak onun misoterik anlayışının meşru zeminini oluşturduğu söylenebilir.

Antik Yunan’da her ne kadar Aristoteles’in görüşüne katılmayan Pythagoras (hayvanlar insanların reinkarnasyonudur) ve Theophrastos (hayvanlar da belli ölçüde akıl yürütmektedir) gibi “*teryofilist (theriophilist)*”¹⁶ anlayışı benimseyen düşünürler olsa da, sonraki dönemlerde özellikle batılı felsefeciler Aristoteles’in “*tek rasyonel varlık insandır ve hayvanlar insanların kullanımı için vardır*” yönündeki misoterik bakışını örnek almışlardır.

Hayvanların ahlaki statülerini reddeden söz konusu felsefi zemine paralel olarak, dini kitaplarda yer alan ifadeler de bu reddedişi kuvvetlendirerek, Aristoteles’in yaygın görüşünün dini anlamda da meşru olarak kabul görülmesine neden olmuştur. Örneğin İncil, Tanrı’nın insanları kendi suretinden yarattığını ve insanların hayvanlar da dahil olmak üzere tüm doğal kaynakları kendi amaçları için kullanmakta özgür olduğunu vurgulayarak, Hristiyan toplumlarının kültürel kodlarında “*hayvan, insan için vardır*” tezini desteklemiştir. Öyle ki orta çağ’da da Augustinus, Tomasso gibi Hristiyan batılı felsefeciler de hem dini hem de felsefi zemindeki bu görüşü destekleyerek Hristiyan toplumlarında genel olarak kabul edilen tezin yaygınlaşmasına aracılık etmişlerdir.

Diğer yandan İslam dini de hayvanların insanlar için var oldukları konusunda Hristiyanlık dini ile benzer bir tezi savunmaktadır. Ancak Kuran’da geçen bazı ayetlerde hayvanlara eziyet edilmesinin yasak olduğu da belirtilmektedir. Yahudilikte ise “*Tanrı’nın bütün yarattıkları merhameti hak eder*” düşüncesi hakim olmakla birlikte, yine diğer dinlerle olan benzer yönleri de bulunmaktadır¹⁷.

¹⁵ Degrazia, 2006, s.14.

¹⁶ “Theriophily” kavramından hareketle ilk defa Türkçe olarak kullanılan “teryofilist” kavramı bundan sonra hayvanlara yönelik üstenci, türcü bakışı reddeden anlayışı ifade etmek için tez içerisinde kullanılacaktır.

¹⁷ WAN, “A Brief Summary of Major Religions and Their Attitudes Towards Animals”, **WAN Document About Religion and Animals**, http://worldanimal.net/documents/4_Religion.pdf (06.10.2015).

Tüm bu dini bakış açılarının yanı sıra, 17.yy'da Descartes ile başlayıp 19.yy. sonuna kadar uzanan modern batı felsefesi, düşünürleri arasında farklılıklar olsa da yine Hristiyanlık dininin etkisi altında kalarak "*insanın hayvanlardan üstün olduğu*" görüşünü yansıtmaktadır. Bu dönemde modern bilimin etkisi ve modern bilimin din ve felsefe ile etkileşimiyle birlikte, hayvanlara yönelik misoterik anlayış daha da kuvvetlenmiştir. Hayvanların akıl yürütme yetisinden yoksun olmalarının yanında algılama ve duygu yetilerinden yoksun oldukları fikri de yaygınlaşmaya başlamıştır. Böylece yaygın misoterik görüşe ek olarak, tıpkı erkek egemen anlayışın kadınları ahlaki olarak yok sayması gibi, hayvanların da insan nezdinde ahlaki açıdan hiçbir statüye konulmaması sonucunu doğurmuştur.

Tam da bu noktada, "*faydacılık*" görüşünü savunan Jeremy Bentham ve John Stuart Mill gibi düşünürler, zevk ve acı arasındaki dengenin zevk lehine ağır basmasının doğru davranış olduğunu ve bu durumun sezgi sahibi hayvanlar için de geçerli olduğunu söyleyerek, hayvanların ahlaki olarak yok sayılamayacağını ifade etmişlerdir. Başka bir deyişle en az insanlar kadar hayvanların da çıkarları olduğu ve hayvanlara yönelik kabul gören geleneksel misoterik düşüncenin reddedilmesi ve bir anlamda teryofilist bakış açısının kabul görmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Bu dönemde, Hinduizm ve Budizm'den etkilenen Schopenhauer de akıl yürütme, benlik ve gücün hayvanların ahlaki statüsü açısından belirleyici olamayacağını ve acı çekme yetisine sahip tüm varlıkların ahlaksal ve ontolojik açıdan bir statüye sahip olması gerektiğini dile getirmektedir.

Modern bilimin etki alanının genişlemesi ve toplum tarafından daha çok kabul görmeye başlamasıyla birlikte, Schopenhauer'in görüşünden daha radikal paradigmlar da ortaya çıkmıştır. Nitekim 19.yy'da Charles Darwin'in insanların diğer hayvan türlerinden türedikleri yönündeki radikal düşünümü (evrim kuramı), hayvanların da bir tür akıl yürütme yeteneğine ve karmaşık duygulara sahip olduklarını ortaya koymuştur. Bu durum her ne kadar bilim insanları tarafından görmezden gelinse de, insan-hayvan arasındaki genel kabul görmüş bilişsel uçurumun savunulmasını güçleştirmiştir. Böylece insanların hayvanların ahlaki statüsüne dair misoterik anlayışlarının dönüşmesinde önemli bir kırılma noktası yaşanabilmiştir.

Batının tarihsel süreç içerisinde hem dini hem felsefi hem de bilimsel zeminde kabul ettiği tüm bu misoterik anlayışın hükümlerliği, doğu toplumlarının kültürel kodlarında bulunmamaktaydı. Hem Jainizm, Budizm, Hinduizm dinlerinde, hem de günümüzde hala canlılığını koruyan Konfüçyüs geleneğinde “*ahimsa*” doktrini¹⁸ kabul görmekteydi. Dolayısıyla günümüze kadar gelen tarihsel süreç içerisinde bu doktrini kabul eden doğu toplumları batıya oranla hayvanlar da dahil olmak üzere yaşamı daha kutsal saymaktaydı. Degrezia da doğu ve batı toplumları arasındaki bu farkı; “*bir batılı ile bir doğulu yaşamın kutsal olduğunu söyleyebilirler; ama muhtemelen yalnızca doğulu yaşamın tümünü kastedecektir*” cümlesiyle özetlemektedir¹⁹.

Sonuç olarak hayvanların ahlaki statüleri ve ontolojik açıdan kabul edilirlilikleri, doğu ve batı toplumlarının dini, felsefi ve bilimsel alandaki etkilenimleri ile doğru orantılıdır. Dolayısıyla dini ve felsefi söylemlerde batı toplumları daha çok misoterik bir anlayışın etkisindeyken, doğu toplumları ise teryofilist bir anlayışı benimsemektedirler.

1.2. PROBLEMİN TANIMI

Bu tez çalışmasının ana çerçevesini, Marx’ın da “*Das Kapital*” de kapitalist toplumsal yapının çözülmesi adına öncelikli olarak ele aldığı meta kavramı ve meta üretimi oluşturmaktadır. Marx da kapitalist toplumsal yapının analizinin, meta üretiminin eleştirel bir tahlilinin yapılması ile mümkün olabileceğini söylemektedir²⁰. Bu bağlamda, turizm de kapitalizmin bir metaforu olarak ele alındığında, turizmde hayvanların kullanımını da metalaştırma ve meta üretiminden soyutlamak mümkün olamamaktadır. Öyle ki, hayvan odaklı turizm faaliyetlerine katılanlar ve bunu talep edenler de yine kapitalist toplumun kendisidir. Dolayısıyla ortaya konulan tezin ana problemi, hayvanların turizm sektörü içerisinde metalaştırılması ve bunun farklı şekillerde üretimidir. Bu noktada söz konusu meta üretiminin eleştirel bir tahlilini

¹⁸ “Ahimsa” doktrini tüm yaşam formlarının kutsallık taşıdığını savunan ve bu yönüyle Gaianizm felsefesi ile benzerlik taşıyan görüştür.

¹⁹ Degrezia, s.18.

²⁰ Karl Marx, **Kapital**, çev. Alaattin Bilgi, Sol Yayınları, Ankara, 2011.

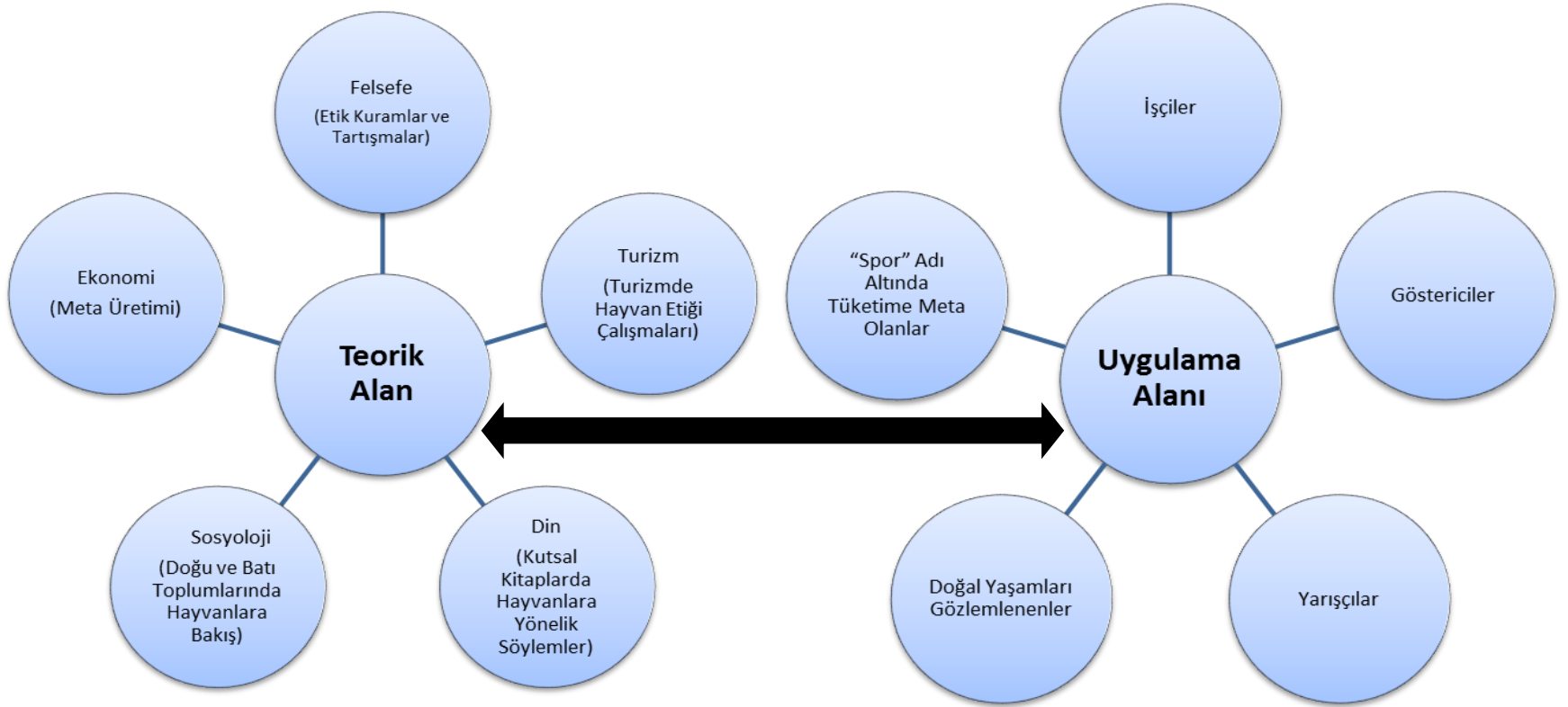
yapmak, tam da Marx'ın Kapital'de yapmış olduğu analiz ile benzerlik göstermektedir.

Turizm sektöründe hayvanların meta olarak kullanılması ve farklı şekillerde “*turistik ürün*” olarak sunulması hem tarihsel süreçte özellikle batı toplumlarının hayvanların ahlaki statülerini yok sayması ile hem de kapitalizmin yükselişiyile zaten geçmişten bu yana ahlaki statüye sahip olmayan hayvanların kolayca metalaştırılması ile açıklanabilir. Bu nedenle içerisinde din, felsefe, sosyoloji gibi farklı alanları kapsayan bir yapının meta eleştirisi çerçevesinde çözümlenmesi problemin ortaya konulabilmesi açısından önemlidir. Bu çözümleme problemin teorik alanı olarak ifade edilmekte ve Şekil 1’de gösterilmektedir.

Söz konusu teorik alana bağlı olarak, bu durumun turizm sektöründe yansıması olarak kabul edilebilecek bir de pratik alan (uygulama alanı) bulunmaktadır. Turizmin pragmatist tavrını ve bu bağlamda hayvanlara yönelik meta üretimini açıklayabilmek adına, söz konusu uygulama alanları da yine Şekil 1’de verilmektedir. Şekil 1 problemin tanımlanması ve tezin kavramsal çerçevesini de oluşturması bakımından önemlidir²¹.

²¹Şekil 1, Fennell, TAE, s.10’den esinlenilerek yapılmıştır.

Şekil 1: Problemin Tanımlanması



Şekil 1’de görüldüğü gibi, meta üretiminin turizmde hayvanlar üzerinden nasıl gerçekleştiği, hayvanların ahlaki statüleri hakkında ne tür etik kuramların ve tartışmaların olduğu, bu tartışmaların dini ve sosyolojik referansları ile turizm çalışmaları açısından hayvan etiği konusunun hangi aşamada olduğu teorik alan içerisinde tartışılmaktadır. Bu tartışma ile birlikte, turizmde hayvanların farklı şekillerde metalaştırıldığı alanlar, hem arz hem de talep açısından irdelenmekte ve bir meta analizi yapılmaktadır. Bu doğrultuda kavramsal çerçeveyi netleştirmek adına turizmde hayvanların kullanım alanlarını ve bu alanların insan-hayvan etkileşimi açısından ne ifade ettiği bilinmelidir.

1.3. TURİZMDE HAYVANLARIN KULLANIM ALANLARI

Yazında, turizmde hayvanların kullanım alanlarına yönelik farklı sınıflandırmalar yapılmaktadır. Yapılan sınıflandırmalar, insan-hayvan etkileşiminin biçimlerine göre değişiklik göstermektedir. Örneğin Bulbeck otantik, yarı-otantik ve sahnelenmiş alanlar olmak üzere üçlü bir sınıflandırmadan söz etmektedir²². Yazarın otantik olarak adlandırdığı alanlar, turistlerin yaban hayatını yerinde gördükleri yerlerken; yarı-otantik şeklinde ifade edilen alanlar ise hayvanların belli bir alanda denetim altında oldukları doğal yaşam parkları ya da ulusal parklar gibi yerleri kapsamaktadır. Yazarın sahnelenmiş olarak sınıflandırdığı alanlar ise, kafes ardında bekleyen, sınırlı bir alan içerisinde gösteri yapan ya da sahnelenen hayvanların bulunduğu yerlerdir. Bu yerler hayvanat bahçeleri, yunus parkları ve akvaryumlar gibi daha çok insanların eğlencelerine meta olan hayvanların yer aldığı alanlar şeklinde tanımlanabilmektedir.

Diğer bir sınıflandırma ise Beardsworth ve Bryman tarafından yapılmaktadır. Yazarlar sınıflandırmalarını yine insan-hayvan etkileşimine göre yapmakta ve hayvanların turizmde kullanımlarına göre dört ayrı sınıflandırmadan söz etmektedir.

²² Bulbeck, ss.129-148.

Bunlar²³;

- *Rassal Yerler*: İnsanların doğrudan, hayvanların kendi doğaları içerisinde sergiledikleri davranışları gözlemleyebildikleri yerler (balina gözlemciliği vb.),
- *Sunulan Yerler*: İnsanların, esaret altındaki hayvanları görebildikleri yerler (hayvanat bahçeleri, akvaryumlar vb.),
- *Simgeler (Semboller)*: Edebi, sembolik ya da sanatsal olarak hayvanların temsili görüntüleri ya da resimleri (taş üzerine çizilen hayvan resimleri vb.),
- *Sunulan Sahte İmgeler (Quasification²⁴)*: Bu sınıflandırma hayvanların içlerinin doldurularak ürün şeklinde sunulduğu, içerisinde korku öğeleri de barındıran taxidermy (tahnit sanatı) şeklinde ifade edilmektedir.

Bir başka sınıflandırma Ballantyne vd. tarafından yapılmış ve diğerlerinden farklı olarak sınıflandırılan alanların olumlu ve olumsuz yönlerine de değinilmiştir. Bu sınıflandırma Tablo 1’de gösterilmektedir²⁵.

Tablo 1: Turizmde Hayvanların Kullanım Alanları

Sınıflandırılan Alanlar	Fayda (olumlu yönler)	Maliyet (olumsuz yönler)
Birinci ve İkinci Nesil Sergiler	Kolay erişilebilirlik, Yakınlık	Hayvan refahı üzerinde olumsuz etki; Ziyaretçi deneyimi üzerinde olumsuz etki
Üçüncü Nesil Sergiler	Doğal görünüm	Hayvanlar görülemeyebilir
Hayvan Şovları ve Hayvan	Sahnelenen Hayvan	Doğal olmayan, öğretilmiş

²³ Alan Beardsworth and Alan Bryman, “The wild animal in Late Modernity: The case of the Disneyization of Zoos”, **Tourist Studies**, Cilt:1, Sayı:1, 2001, s.85.

²⁴ Beardsworth and Bryman (1999) tarafından Late Modernity and the Dynamics of Quasification: The Cased of Themed Restaurant adlı çalışmalarında ortaya attıkları bir kavramdır.

²⁵ Roy Ballantyne, Jan Packer, Karen Hughes and Lynn Dierking, “Conservation learning in Wildlife Tourism Settings: Lessons from Research in Zoos and Aquariums”, **Environmental Education Research**, Cilt:3, Sayı:13, 2007, s. 369.

Besleme Programları	Davranışları; Eğitsel boyut	hayvan davranışlarının farkına varılması
Etkileşimli Faaliyetler	Duygusal etkileşimin artması	Doğal olmayan hayvan davranışlarının desteklenmesi
Esaret Altında Tutulmayan Vahşi Yaşam Turizmi	Doğal çevre; Doğal davranışlar	Hayvanlar görülemeyebilir, ziyaretçilerin çevre üzerinde olumsuz etkileri

Tablo 1’ de ifade edilen birinci, ikinci ve üçüncü nesil sergiler hayvanat bahçelerine karşılık gelmekte ve geçmişten günümüze hayvanat bahçelerinin doğal olmayan konumlarının giderek daha doğal hale getirildiğine işaret etmektedir. Başka bir deyişle hayvanat bahçeleri birinci ve ikinci nesil sergiler içerisinde yer alırken, doğal yaşam parkları üçüncü nesil sergiler kapsamındadır. Hayvan şovları ve hayvan besleme programlarına ise hayvan sirkleri, yunus gösterileri ve köpekbahçesi besleme programları örnek gösterilebilir. Diğer yandan yunuslarla yüzme, yılan ile fotoğraf çekirme gibi bire bir hayvan ile insanın etkileşim içerisinde bulunduğu faaliyetler, etkileşimli faaliyetler başlığı altında değerlendirilebilir. Vahşi yaşam turizminde ise balina gözlemciliği, kuş gözlemciliği gibi hayvanların doğal yaşamının gözlemlenebildiği yerler kastedilmektedir. Ayrıca bu sınıflandırmada fayda ve maliyet şeklinde ifade edilenler ise tartışmaya açık olmakla birlikte, insan odaklı, türcü ve birazda misoterik bir bakış açısı yansıtmaları bakımından eleştirilebilir.

Diğer bir sınıflandırma da Cohen tarafından yapılmıştır. Cohen’in yapmış olduğu sınıflandırma diğerlerine göre daha bütünsel olması bakımından ayrılmaktadır. Bu sınıflandırma Tablo 2’de verilmektedir²⁶.

²⁶ Cohen, ss. 100-118.

Tablo 2: İnsan-Hayvan İlişkisinde Cohen’in Kavramsal Çerçevesi

Ortamlar	
Doğal	Mekan kavramı yok, hayvanlar tamamen özgür ve sınırlandırılmamış.
Yarı Doğal	İnsanlar tarafından yönetilen mekanlar var, hayvanlar sınırlandırılmamış (Ör. Parklar)
Yarı Yapay	Hayvanat bahçeleri, akvaryumlar, tematik parklar gibi vahşi yaşam görünümü tutsak altındaki hayvanlar.
Yapay	Evcilleştirilmiş, eğitilmiş ya da insanlaştırılmış hayvanlar ile yapılan hayvan gösterileri (Ör. Sirkler)
İlişkinin Türü	
Etkileşimsiz	Gözlem ya da fotoğraf çekimi (Ör. Balina gözlemciliği)
Etkileşimli	Hayvan ile insan arasında sembolik olmayan bir temas (Ör. Balık avlama)
İlişkisel	Hayvan ile insan arasında sembolik bir anlaşma, uyum, ilişki var.
Hayvanların Durumu	
Vahşi	İnsanların müdahil olmadığı
Evcil	İnsanlar ilişki halinde (Ör. Kediler, köpekler)
İş için eğitilmiş	İnsanlar için çalışan (Ör. Filler)
Performans için eğitilmiş	İnsanlar için eğlence değeri taşıyan (Ör. Yunuslar)
Aracılar	
Aracısız	Doğrudan hayvan-turist birlikteliği ya da ilişkisi
Rehberler	İlişki kurmaya yönlendirilen turistler
Göstericiler/Performansçılar	Turistlere sunulan hayvanlar

Cohen’in insan-hayvan ilişkisine yönelik oluşturduğu kavramsal çerçeve, söz konusu ilişkinin nasıl bir ortamda gerçekleştiğini, ne tür bir ilişkinin ortaya çıktığını, hayvanlarının nasıl bir durumda bulunduğunu ve ilişkiye kimin ya da neyin aracılık ettiğini bütünsel bir açıdan ortaya koymaktadır. Örneğin balina gözlemciliği ele alındığında, vahşi deniz canlılarının doğal ortamlarında etkileşimsiz bir şekilde insanlarla ilişki kurduğu söylenebilir. Balina gözlemciliğine yönelik bu tanımlama da, insan – hayvan ilişkisinin gerçekleştiği ortam “*doğal*”, kurulan ilişkinin türü

“etkileşimsiz” ve hayvanların durumu da “vahşi” şeklinde ele alınmaktadır. Bu ilişkideki aracı ise – bunun bir tur organizasyonu kapsamında olduğu bilindiğinde – “rehberler” dir.

Hall ve diğerleri ise, Cohen’in ortaya koymuş olduğu kavramsal çerçeveden farklı olarak turizm sektörü içerisinde insan – hayvan ilişkisini 7 kategori altında ele almaktadır²⁷:

- Vahşi hayvanların keşfedilmesi (balina gözlemciliği, kuş gözlemciliği vb.)
- Karşılıklı etkileşim için evcil hayvanlar (evde beslenen kediler, köpekler vb.)
- Gösteri için objeler (doğal yaşam parkları vb.)
- Av için hedefler (balık avlama, sürek avı vb.)
- Eğitim kaynağı (Hayvanat bahçelerindeki bilgilendirmeler vb.)
- Efsanevi ya da sembolik sunumlar (Müzelerdeki figürler, el yapımı turistik ürünler vb.)
- Yardımcı roller (turlarda katırların ya da eşeklerin kullanılması vb.)

Örnekleriyle birlikte sözü edilen tüm bu kategorilerin turizmde hayvanların pek çok farklı alanda metalaştırıldığını göstermesi bakımından önemlidir. Örneğin Cloke ve Perkins, Yeni Zelenda’nın Kaikoura kasabasını her yıl ortalama 1.5 milyon kişinin ziyaret ettiğini ve bunun yalnızca balinalar ile yunuslar sayesinde gerçekleştiğini ifade etmektedir. Yazarlar yaptıkları çalışmada, turistlerin balina gözlemciliğini “*özel, sihirli ve unutulmaz bir deneyim*” şeklinde ifade ettiklerini, yunuslarla yüzmeyi ise “*nefes kesici, mutluluk verici*” bir deneyim olarak adlandırdıklarını söylemektedir²⁸.

Söz konusu örnekte de olduğu gibi hayvanlar turizm sektörü için önemli bir kaynak olarak görülmektedir. Özetle hayvanların turizm sektöründe kullanım alanları; *Esaret altındakiler, Turizm faaliyetlerine hizmet edenler/Fiziki ve Duygusal*

²⁷ Derek Hall, Lesley Roberts, Françoise Wemelsfelder and Marianne Farish, “Animal Attractions, Welfare and the Rural Experience Economy”, **New Directions in Rural Tourism**, (Eds. Derek Hall and Morag Mitchell), Ashgate, London, 2004, s.94.

²⁸ Paul Cloke and Harvey C. Perkins, “Cetacean performance and tourism in Kaikoura, New Zealand”, **Environment and Planning D: Society and Space**, Cilt:6, Sayı:23, 2005, s.915.

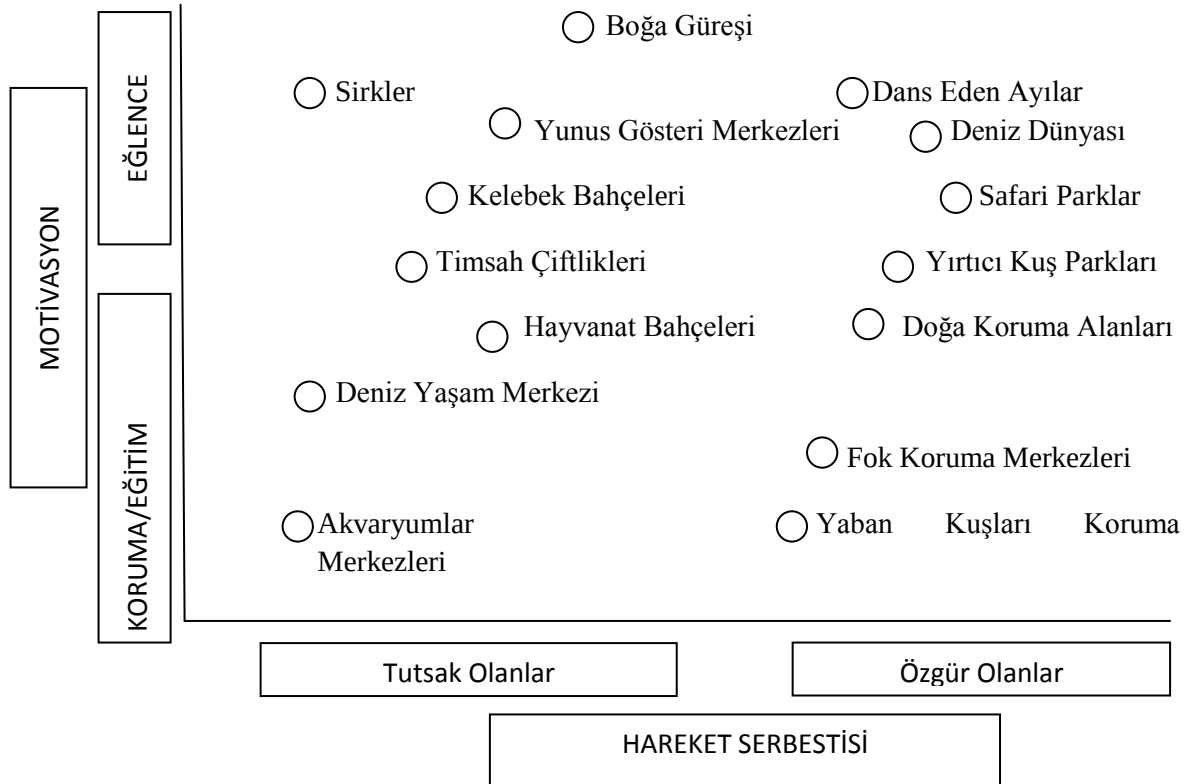
İşçiler, Yarışmacılar/Rekabete Maruz Bırakılanlar, Spor uğruna katledilenler ve Doğal yaşamı gözlemlenenler şeklinde beş temel kategoriden oluşmaktadır²⁹.

Turizm sektöründe bu beş grup altında metalaştırılan hayvanlar farklı şekillerde turizm faaliyetlerinin arz kaynağını yani hayvan odaklı turistik ürünü oluşturan canlılardır. Bu gruplar altında metalaştırılan hayvanlara değinmek hem mevcut durumu ortaya koymak, hem de bir sonraki bölümde bahsedilen hayvan etiği tartışmalarının zeminini oluşturmaktadır.

1.3.1. Esaret Altındakiler

Bu başlık altında yer alan hayvan odaklı turistik ürünler, Fennell'a göre iki temel motivasyona göre çeşitlilik göstermektedir. Birincisi, eğlence amaçlı hayvan odaklı turistik ürünler; ikincisi ise koruma/eğitim amaçlı hayvan odaklı turistik ürünlerdir. Şekil 2'de mevcut durum gösterilmektedir³⁰.

Şekil 2: Esaret Altında Metalaştırılan Hayvanlar



Fennell'ın yapmış olduğu ayrım, hem esaret altındaki hayvanlar üzerinden yaratılan turistik ürünlerin çeşitliliğini görmek hem de hangi motivasyon ile ne tür

²⁹ Fennell, TAE, ss.70-187.

³⁰ Fennell, TAE, s.71

hayvan odaklı turistik ürünlerin ortaya çıktığını anlamak adına önemlidir. Ancak söz konusu turistik ürünler yalnızca kendi sınırlı alanlarında özgür veya tutsak olan hayvanlar açısından bir değerlendirmeyi mümkün kılmaktadır.

Örneğin akvaryumlar ve hayvanat bahçeleri değerlendirildiğinde, söz konusu turistik ürünlere olan ilgilinin çok fazla olduğu görülmektedir. Öyle ki, dünyada 280’den fazla üyesi olan Dünya Hayvanat Bahçeleri ve Akvaryumlar Birliği’ne (WAZA) göre, her yıl 700 milyondan fazla kişi hayvanat bahçelerini ve akvaryumları ziyaret etmektedir³¹. Dünyada 10-12 bin civarında hayvanat bahçesi veya hayvan temalı park olduğu ve her bir parkta 650 ile 1000 arasında hayvan bulunduğu ifade edilmektedir³². Söz konusu iki turistik ürüne bakıldığında, ikisinin de yukarıdaki tablodan anlaşılabacağı gibi eğitim motivasyonu ile ziyaret edildiği görülmektedir. Ancak WAZA’nın üyesi olan 30 hayvanat bahçesi ve akvaryumda toplam 6357 kişi ile yapmış olduğu araştırmada katılımcıların % 56’sı (3495 kişi) ziyaret öncesi motivasyonunun “eğlenceli bir gün geçirmek” olduğunu ifade etmektedir³³. Dolayısıyla ziyaretçiler eğitim amaçlı olarak gelmiş olsalar dahi, bu deneyimden keyif almak ve eğlenmek istemektedirler. Bunun yanı sıra katılımcıların yalnızca % 12,7’si bir doğa, koruma ya da çevre grubuna üyedirler². Bu da ziyaretçilerin “doğa ya da hayvan koruma” bilincinin düzeyini göstermesi açısından önemli bir veri olmaktadır.

Özetle, ister eğlence amaçlı, ister eğitim/koruma amaçlı olsun esaret altında tutulan hayvanlar üzerinden yaratılan turistik ürünler turistlerin/ziyaretçilerin ilgisini çekmektedir. Bu durumun etik boyutu ise ayrı bir tartışma konusu olmakla birlikte, ilerleyen bölümlerde bundan söz edilmektedir.

³¹ WAZA, **Zoos and Aquariums of the World**, <http://www.waza.org/en/site/zoos-aquariums> (23.09.2015).

³² Corazon Catibog-Sinha, “Zoo Tourism: Biodiversity Conservation Through Tourism”, **Journal of Ecotourism**, Cilt: 2-3, Sayı:7, 2008, s.156.

³³ WAZA, A Global Evaluation of Biodiversity Literacy in Zoo and Aquarium Visitors, 2014 http://www.waza.org/files/webcontent/1.public_site/5.conservations/un_decade_biodiversity/WAZA%20Visitor%20Survey%20Report.pdf (29.09.2015).

1.3.2. Turizm Faaliyetlerine Hizmet Edenler/Fiziki ve Duygusal İşçiler

Hayvan odaklı turistik ürünlerden bir diğeri de turizm faaliyetleri kapsamında, turizm sektörünün birer işçisi niteliğinde olan hayvanlardır. Burada söz konusu olan hayvanlar hem fiziki anlamda, hem de duygusal anlamda turizme emek verenler ya da hizmet edenlerdir³⁴. Bu bağlamda, hayvanların turizmin işçileri olarak hizmet ettiği ve metalaştırıldığı alanlar aşağıda gruplandırılmaktadır.

- Fiziki İşçiler

- Ulaşım Hizmetinde Kullanılanlar

Turizm faaliyetleri içerisinde yer alan ulaşım hizmetleri kapsamında kullanılan çeşitli hayvanlar bulunmakta ve bunlar taşıyıcılar olarak adlandırılmaktadır³⁵. Bu hayvanlar arasında; atlar, eşekler, katırlar ve develer bulunmakla birlikte ayrıca, keçi, fil, domuz ve bazı köpek türleri de bu kategori içerisinde sayılmaktadır.

- Eğlence Amacıyla Kullanılanlar

Genellikle fotoğraf çekirmek, geziye çıkmak gibi eğlence amacıyla kullanılan kategorisinde yer alan bu hayvanlar arasında; başta filler, midilli atları ve develer olmak üzere tibet sığırı, devekuşu ve boğalar da bulunmaktadır³⁶.

- Yük Taşıma Amacıyla Kullanılanlar

Söz konusu bu hayvanlar ise daha çok uzun seyahatlerde (safari turları vb.) kullanılmakta ve develer, lamalar, tibet sığırı ile atlar bu kategori içerisine girmektedir³⁷.

- Dizginlenenler/Denetim Altında Tutulanlar

Turizm faaliyetlerinde işçi olarak çalışan bir diğer grup da dizginlenenler kategorisi altında yer alan hayvanlardır. Bunlar; köpekler (kızak çeken köpekler vb.), atlar (faytonlar) ve ren geyikleridir.

³⁴ Fennell, TAE, ss.104-105.

³⁵ Fennell, TAE, s.106.

³⁶ Fennell, TAE, s.109.

³⁷ Fennell, TAE, s.111.

- Hislerinden/Sezilerinden Yararlanılan İşçi Hayvanlar

Turizm sektörünün emrindeki bir diğer grup da hislerinden/sezilerinden yararlanan hayvanlardır. Bu hayvanların başında köpekler gelmektedir. Özellikle kış turizmi yapılan bölgelerde (İsviçre Alpleri vb.) ortaya çıkan kaybolma ve çığ altında kalma gibi olağanüstü hal durumlarında koku alma ve hislerinden dolayı arama-kurtarma köpekleri kullanılmaktadır³⁸. Bu alanda kullanılan diğer bir hayvan da bal arılarıdır. Örneğin Frankfurt Havaalanı'nda (Almanya) hava kalitesinin ölçümü için bal arıları kullanılmaktadır³⁹.

- Refakatçi/Yoldaş Hayvanlar

Refakatçi ya da yoldaş olarak ifade edilen hayvanlar geçmişten beri insanların en önemli yardımcıları olmuşlardır. Örneğin Avustralya'da yaşamış olan Aborjinler dingo köpeklerini, ufak kanguruları ya da keseli sıçanları, Güneydoğu Asya'daki insanlar ise kedi, köpek ve maymunu, Kuzey Amerika'daki insanlar ise geyik, bizon, rakun ve kurtları yoldaş olarak yanlarında tutmuşlar ve beslemişlerdir⁴⁰. Günümüzde de pek çok hayvan türü insanlara çeşitli alanlarda yardım etmektedirler. Örneğin bazı Japon restoranlarında maymunlar garsonluk yaparak insanlara yardım etmekte⁴¹, bazı köpekler engel durumlarına göre (özellikle görme engelliler için) insanlara seyahate çıktıklarında ya da günlük hayatlarındaki işlerinde yardımcı olmaktadır⁴².

- Seks İşçileri

Hayvanlar da tıpkı insanların hatta çocukların olduğu gibi turizm sektörü içerisinde seks amaçlı kullanılmaktadır ve seks turizmi kapsamında birer işçi olarak

³⁸ Fennell, TAE, s.118.

³⁹ Susan Stone, Honey Bees Monitor Pollution at Frankfurt Airport, **PRI's The World**, 12.07.2011, <http://www.pri.org/stories/2011-07-12/honey-bees-monitor-pollution-frankfurt-airport>

⁴⁰ James Serpell, "Pet-Keeping and Animal Domestication: A Reappraisal, **The Walking Larder: Patterns of Domestication, Pastoralism and Predation**, (Ed. Juliet Clutton-Brock), Routledge, London and New York, 2015, s.11.

⁴¹ Daily Mail Reporter, "Pictured: The Amazing Monkey Waiters That Serve Tables in a Japanese Restaurant ", **Daily Mail Online**, 07.10.2008, <http://www.dailymail.co.uk/news/article-1071289/Pictured-The-amazing-monkey-waiters-serve-tables-Japanese-restaurant.html> (21.07.2015).

⁴² Visit Scotland, "Accessible Tourism Involvement Events", **Visit Scotland Report of Findings**, Aralık 2011, [http://www.visitscotland.org/pdf/Accessible%20Tourism%20Involvement%20Events%20Report%20\(Final\).pdf](http://www.visitscotland.org/pdf/Accessible%20Tourism%20Involvement%20Events%20Report%20(Final).pdf) (24.07.2015).

çalışmaktadırlar⁴³. Örneğin geçmişte Danimarka'ya sırf bu amaçla giden turistlerin olduğu ve hayvan hakları savunucularının buna şiddetle karşı çıktığına dair çeşitli haberler basında yer almaktadır⁴⁴. Ancak bu durum geçtiğimiz günlerde mecliste yapılan oylama sonucu kabul edilen ve 1 Temmuz 2015 itibariyle yürürlüğe giren yasa ile ortadan kalkmıştır⁴⁵. Her ne kadar yasalar yapılsa da, böyle bir sapkınlık içinde olan insanlar hayvanlar ile cinsel ilişkiye girmek adına seyahate çıkmakta ve turizm faaliyetine katılmaktadır. Bunun yanı sıra hayvanlar arasındaki cinsel ilişkiler de “şov” adı altında sergilenmektedir. Örneğin Tijuana (Meksika)'da eşekler arasındaki cinsel ilişki şov adı altında sergilenmekte ve insanlar bunu izlemek için para ödemektedirler⁴⁶. Yine Endonezya'da seks işçisi olarak çalıştırılan orangutanlar da insanlara birer turistik ürün kapsamında sunulmakta ve pazarlanmaktadır⁴⁷.

Hayvanlar üzerinden yaratılan ve para kazanılan tüm bu turistik ürünler toplam turistik ürünün birer bileşeni şeklinde değerlendirilebilmektedir. Örneğin safari turu alan bir turist ya da yaban hayatı gözlemcisi aynı zamanda gittiği destinasyondaki turu at ya da fil üzerinde seyahat ederek yapabilmektedir. Bu durum da, hayvanları o turistik ürünün bir bileşeni haline getirmektedir.

1.3.3. Yarışmacılar/Rekabete Maruz Bırakılanlar

Turizm sektöründe “*kan dökmek*” ve “*eğlenmek*” temaları üzerinden geçmişten bugüne devşirilen ve yine hayvanların yalnızca birer obje olduğu

⁴³ Fennell, TAE, s.127.

⁴⁴ Alexander Tange, “Denmark Bans Bestiality in Move Against Animal Sex Tourism”, **Reuters**, 21.04.2015, <http://uk.reuters.com/article/2015/04/21/uk-denmark-bestiality-idUKKBN0NC1Z620150421> (25.07.2015).

⁴⁵ Darren Staples, “Animal-Sex Tourism Crackdown: Denmark Bans Bestiality”, **RT News**, 22.04.2015, <http://rt.com/news/252065-denmark-bans-animal-sex/> (25.07.2015).

⁴⁶ Love Travel Life, “The World’s Top Sex Shows (part 2/2): Tijuana’s Donkey Shows”, **The Alternative Lifestyle Blog For Travellers**, 16.01.2012, <http://www.lovetravellife.com/the-worlds-top-sex-shows-part-23-tijuanas-donkey-shows/> (27.07.2015).

⁴⁷ Cem CB, “Tecavüzün Gerçekten Meşru Olduğu Yer”, **Hayvan Özgürlüğü Çevirileri**, 25.08.2012, <http://hayvanozgurlugucevirileri.com/2012/08/25/tecavuzun-gercekten-mesru-oldugu-yer/> (28.07.2015).

varsayılarak türevleri yaratılan bir diğer turistik ürün çeşidi de rekabete maruz bırakılan/yarıştırılan hayvanlardır. Bu durum Tablo 3’de gösterilmektedir⁴⁸.

Tablo 3: Kan Sporlarının Biçimleri

Eğlence Uğruna Öldürülenler	Dövüştürülenler	Avlananlar	Balık Avcılığı	Atıcılık	Diğer
Porsuk	Beta Balığı	Tilki	Tatlı Su Türleri	Erkek Av Kuşları	*Deve Güreşleri
Ayı	Kanarya	Kurt	Tuzlu Su Türleri		*Tazı ile birlikte tavşan kovalama
Boğa	Horoz				*Av köpekleriyle birlikte yapılan vahşi domuz avcılığı (Dogging)
Eşek	Çekirge				
Ördek	Köpek				
Domuz	Böcek				
Sırtlan	Örümcek				
Aslan					
Maymun					
Sıçan					

Fennell’in ifade etmiş olduğu kan sporları biçimleri, geçmişten günümüze kadar gelen ve artık birer turistik çekim unsuru olan turizm aktiviteleri şeklinde değerlendirilmektedir. Örneğin insanlar yalnızca boğa güreşi seyretmek için İspanya’ya, tazı yarışı seyretmek için Avustralya’ya ya da at yarışları izlemek için İtalya’ya gitmekte ve turizm faaliyeti içerisinde yer almaktadır. Diğer bir örnek ise deve güreşleridir. Türkiye’de her yıl çok sayıda insan deve güreşlerini izlemek için Ege, Marmara ve Akdeniz bölgelerinin çeşitli illerine gitmektedir⁴⁹. Kısacası hayvanlar üzerinden yapılan yarışlar insanların ilgisini çekmekte ve birer turistik ürünü olarak sunulmaktadır.

⁴⁸ Fennell, TAE, s.113.

⁴⁹ 2015-2016 Sezonu Deve Güreşleri Takvimi, **Deve Güreşi Bilgi Ağı**, <http://www.deveguresi.net/2015-2016-sezonu-deve-guresi-takvimi.html> (08.11.2015).

1.3.4. Spor Adı Altında Katledilenler

Hayvanlar üzerinden yaratılan bir diğer turistik ürün çeşidi de “spor” adı altında gerçekleştirilen av turizmidir. Av turizmi, diğerlerinden farklı olarak bir turizm çeşidi olarak da ifade edilmektedir⁵⁰. Bir turizm çeşidi olarak av turizminin ekonomik getirisi de oldukça fazladır. Örneğin ABD Balık ve Vahşi Yaşam Servisi’nin (U.S. Fish and Wildlife Service) her beş yılda bir yayınladığı raporda 2011 yılı sonu itibariyle, 16 yaş ve üzeri Amerikan nüfusunun % 38’i (90 milyon kişi) balıkçılık, avcılık ya da vahşi yaşam ile ilgili bir rekreatif faaliyete katılmıştır⁵¹. Yine söz konusu faaliyetlere katılanların yaptıkları harcamaların ulusal ekonomiye ciddi katkılar sağladığı ve 2011 yılı sonu itibariyle bu kişilerin toplamda 145 milyar dolar harcama yaptıklarını belirtilmektedir⁵¹. Yalnızca av turizmi için (Olta balıkçılığı veya kara avcılığı ya da her ikisi birden) 37.4 milyon Amerikalı’nın⁵² av malzemeleri için 43 milyar dolar, seyahat ve konaklamalar için 32 milyar dolar, lisans işlemleri ve diğer ücretler için de 14 milyar dolar ödediği ve av turizmi için kişi başı ortalama harcamanın 2400 dolar olduğu aynı raporda ifade edilmektedir⁵³.

Tüm bu rakamlar A.B.D. özelinde olmakla beraber, dünyada da av turizminin ciddi ekonomik etkilerinin olduğunu vurgulamaktadır. Başta İspanya olmak üzere (yıllık ortalama 6 milyar dolar), Almanya (150 milyon dolar), Fransa (90 milyon

⁵⁰ Nazmi Kozak, Meryem A. Kozak ve Metin Kozak, **Genel Turizm İlkeler-Kavramlar**. Detay Yayıncılık, 2015, s.34

⁵¹ U.S. Fish & Wildlife Service, “National Survey of Fishing, Hunting, and Wildlife-Associated Recreation”, **Report of Findings**, 2011, <https://www.census.gov/prod/2012pubs/fhw11-nat.pdf> (14.09.2015).

⁵² Bu rakam bir önceki raporda yani 2006 yılında 33.9 milyon kişiydi. 2006 yılından bu yana av turizmine katılan Amerikalıların sayısı 3.5 milyon kişi artmıştır. 2006 yılının rakamlarına detaylı olarak http://wsfrprograms.fws.gov/Subpages/NationalSurvey/nat_survey2006_final.pdf adresinden bakılabilir.

⁵³ U.S. Fish & Wildlife Service, “National Survey of Fishing, Hunting, and Wildlife-Associated Recreation National Overview”, **National Preliminary Report**, 2012, <http://www.doi.gov/news/pressreleases/upload/FWS-National-Preliminary-Report-2011.pdf> (14.09.2015).

dolar), Macaristan (25 milyon dolar) gibi ülkeler av turizminden farklı oranlarda gelir elde etmektedirler⁵⁴.

Söz konusu veriler ekonomik olarak ülkeler adına çok şey ifade etse de, diğer yandan öldürülen hayvanların sayısı göz ardı edilmektedir. Örneğin “Hayvanlar İçin Fon (Fund for Animals)” adlı kuruluş yalnızca Amerika’da her yıl 134 milyon hayvanın av turizmi kapsamında öldürüldüğünü; bunlardan 35 milyonunun kumru, 13 milyonunun tavşan, 26.5 milyonunun sincap, 12 milyonunun bıldırcın, 16.5 milyonunun ördek, 6 milyonun ise geyik olduğunu belirtmektedir⁵⁵.

Türkiye’de de her yıl av turizmi kapsamında Orman ve Su İşleri Bakanlığı tarafından bölge müdürlüklerine bağlı olarak av turizmi ihaleleri düzenlenmekte ve farklı tür hayvanlar için farklı bedeller belirlenmektedir⁵⁶. Bu kapsamda 2015-2016 yılı için Sinop ve Kastamonu’da 10.000 TL muhammen bedel ile ayı, Artvin, Giresun, Rize, Erzurum, Erzincan illerinde 6500 TL muhammen bedelle yaban keçisi ve çengel boynuzlu dağ keçisi, Muğla ve Sivas’da yaban keçisi ihaleleri açılmıştır⁵⁶. Bunun dışında daha pek çok ilde söz konusu ihaleler mevcuttur. Her ne kadar av turizmi kapsamında yapılan ihaleler ve faaliyetler yasa ve yönetmelikler çerçevesinde yapılsa da, av turizminden yılda ortalama 10 milyon dolar kazanan Türkiye için bu başlı başına bir turizm çeşidi olmalı mıdır sorusu da akla gelmektedir. Diğer yandan katledilen hayvanlar koruma altına alınarak doğa turizmi ve sürdürülebilir turizm kapsamında ekosistemin birer parçası olarak kalsalar turizm için daha mı faydalı olur sorusu da akla gelmekte ve bu sorular, ilerleyen bölümlerde hayvan etiği tartışmalarında yer almaktadır.

Özetle, bahsedilen veriler nereden ve nasıl bakıldığı ile ilgili olarak farklı anlamlar içerebilmektedir. Yalnızca faydacı bir bakış açısıyla ele alındığında, av turizminin ülkeler/bölgeler için çok önemli bir turizm çeşidi olduğu ya da olabileceği söylenebilir. Ancak ahlaki ya da etik bir yaklaşım ile duruma bakıldığında ve

⁵⁴ Ahmet Destici, “Av Turizminde İspanya Modeli”, **Milliyet**, 20.04.2008, <http://www.milliyet.com.tr/av-turizminde-ispanya-modeli/ekonomi/ekonomidetay/21.04.2008/519210/default.htm> (21.09.2015).

⁵⁵ Tom Regan, **Kafesler Boşalsın: Hayvan Haklarıyla Yüzleşmek**, çev. Serpil Çağlayan, İletişim Yayınları, İstanbul, 2007, ss. 210-211.

⁵⁶ Orman ve Su İşleri Bakanlığı, “İhale İlanları”, **2015-2016 Av Turizmi İhaleleri**, 25.03.2015, <http://www.ormansu.gov.tr/osb/HaberDuyuru/ihaleilanlari.aspx?sflang=tr> (18.10.2015).

dünyada her yıl çok sayıda hayvanın yiyecek, giyim vb. gereksinimler ile yok edildiği düşünüldüğünde turizmin de buna spor adı altında aracılık etmemesi gerektiği düşünülebilir. Spor, rakip tarafların kendi iradeleriyle katılımını gerektiren adil bir mücadelenin kavramsallaştırılmış hali olduğuna göre⁵⁷, av turizminin bir spor olmadığı sonucuna da varılabilir. Bu turizmin hayvanlara dair ahlaki sorumluluğu bağlamında ele alınması gereken bir konudur.

1.3.5. Doğal Yaşamı Gözlemlenenler

Cohen, hayvan – insan etkileşimini turizm açısından değerlendirdiği çalışmasında, söz konusu etkileşimin tamamen doğal ortamlar, yarı doğal ortamlar, yarı yapay ortamlar ve tamamen yapay ortamlar olmak üzere dört farklı ortamda gerçekleştiğini ifade etmektedir⁵⁸. Buradan hareket ile bu bölümde “esaret altındakiler”, “turizm faaliyetlerine hizmet edenler/fiziki ve duygusal işçiler”, “yarışmacılar/rekabete maruz kalanlar”, “spor uğruna katledilenler” ve “doğal yaşamı gözlemlenenler” olarak beş farklı kategoriye ayrılan hayvan odaklı turistik ürünler Cohen’in ifade etmiş olduğu dört farklı etkileşim ortamı açısından da değerlendirilebilir. Bu bağlamda doğal yaşamı gözlemlenenler kategorisi Cohen’in tamamen doğal ortamlar olarak belirttiği insan-hayvan etkileşim ortamı içinde yer almaktadır.

Tamamen doğal ortamlar içerisinde gerçekleşen söz konusu insan – hayvan etkileşimi, milyonlarca turistin ilgisini çekmekte ve sadece bu turlara katılmak ve doğal yaşamı yerinde görebilmek için yüksek ücretler ödemektedirler. Bu bağlamda ilk akla gelen Afrika’da yapılan safari turlarıdır. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü’nün 2015 yılında yayınlamış olduğu “*Yaban Hayatı Gözlemciliğinin Afrika Ülkelerine Ekonomik Etkisi*” başlıklı raporda, 31 Afrika ülkesinden 48 turizm temsilcisinin katıldığı bir araştırma yapmış ve çeşitli bulgulara yer vermiştir⁵⁹. Ayrıca çalışmaya 31 farklı ülkeden yarısı Avrupa, yarısı ise Afrika menşeli toplam 145 tur operatörü temsilcisi katılmıştır.

⁵⁷ Regan, s. 212.

⁵⁸ Cohen, *The Wild and the Humanized*, s. 102.

⁵⁹ UNWTO, “Towards Measuring the Economic Value of Wildlife Watching Tourism in Africa”, **Briefing Paper**, 2015, <http://dtxtq4w60xqpww.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/unwtowildlifepaper.pdf> (20.10.2015).

Araştırmaya göre tipik bir yaban hayatı gözlemciliği profili ortaya çıkarılmıştır. Buna göre⁶;

- Turlara genellikle 6 kişilik gruplar halinde çıkılmaktadır.
- Turlar genellikle 10 gün sürmektedir.
- Turistler kişi başı günlük ortalama 433 dolar harcamakta ve tur paketine dahil olmayan ekstra günlük ortalama harcamaları da 55 dolar olarak gerçekleşmektedir.
- Lüks paket turlar ile standart paket turlar arasında farklılıklar bulunmaktadır. Lüks paket turlar için günlük ortalama 753 dolar, standart paket turlar için günlük ortalama 243 dolar ödenmektedir. Buna ek olarak paket tur dışı harcamalar lüks tura katılanlar için 59 dolar, standart tura katılanlar için günlük 44 dolar olarak ifade edilmektedir.

Araştırma kapsamında hazırlanan raporda, yaban hayatı gözlemciliği av turizminin tam tersi bir şekilde tüketim dışı turizm faaliyetlerini içerdiği, hayvanların turistik ürün olarak tüketilmediği, aksine gözlemlendiği, zaman zaman beslendiği ve korunduğu bir turizm çeşidi olarak tanımlanmaktadır. Yaban hayatı gözlemciliği kapsamında yer alan temel turistik ürünler aşağıdaki gibi sıralanmaktadır⁵²:

- Büyük beşli gözlemciliği (Buffalo, fil, leopar, aslan, gergedan)
- Goril gözlemciliği
- Lemur (Maymun familyasından bir tür) gözlemciliği
- Kuş gözlemciliği
- Balina gözlemciliği
- Yunus gözlemciliği

Söz konusu turistik ürünler turistler için önemli bir çekim unsuru olmakla birlikte, bu ürünler zamanla konaklama, ulaşım, yeme-içme, eğlence vb. turizm faaliyetleri ile de birleşerek birer turizm çeşidi olmaya başlamıştır. Örneğin Balina

gözlemciliği, 1998 yılında 87 ülkeden 9 milyondan fazla kişinin katılım gösterdiği bir alanken, 2008 yılında bu rakam 119 ülkeden 13 milyon kişinin üzerine çıkmıştır⁶⁰. Bununla birlikte 3.300 tur operatörü yalnızca balina gözlemciliği adı altında turlar düzenlemekte ve 13 binden fazla kişiye iş imkanı sağlamaktadır⁵³.

Yine aynı şekilde kuş gözlemciliği de her yıl artmakta ve destinasyonlar için önemli ekonomik getiriler sağlamaktadır. Örneğin 2007 yılında 20 milyon Amerikalı yalnızca kuş gözlemciliği için tur satın almıştır⁶¹. A.B.D.’de her yıl kuş gözlemciliği için katılımcılar ortalama 2.5 milyar dolar harcarken, bu oran İngiltere’de 500 milyon dolar civarındadır⁶¹. Diğer hayvan türleri ve turizm aktiviteleri ile örnek bölgeler Tablo 4’de verilmektedir⁶².

Tablo 4: Hayvan Türleri – Turizm Aktivitesi – Örnek Bölgeler

Hayvanlar	Turizm Aktivitesi	Örnek Bölgeler
Kelebek	Kelebek gözlemciliği	Meksika, A.B.D., Kanada
Ateş Böceği	Ateş böceği gözlemciliği	Springbrook Ulusal Parkı (Avustralya)
Yengeç	Kırmızı yengeç göçü gözlemciliği	Christmas Adası (Hint Okyanusu)
Mercan ve Küçük Balık Türleri	Su Altı Dalış turizmi	Endonezya, Meksika, Karayip Adaları, Kızıldeniz (Mısır)
Köpekbalığı	Şnorkel ile köpekbalıklarıyla yüzmek	Seyşeller, Avustralya
Köpekbalığı	Su altı gözlemciliği ve köpekbalığı besleme	Dyer Adası (Güney Afrika)
Vatoz	Besleme ve yakın etkileşim için su altı dalışı	Cayman Adaları, Maldivler, Avustralya

⁶⁰ IFAW, “Whale Watching Worldwide Tourism Numbers, Expenditures and Expanding Economic Benefits, **A Special Report From the International Fund for Animal Welfare**, 2009
http://www.ifaw.org/sites/default/files/whale_watching_worldwide.pdf (20.10.2015).

⁶¹ Caribbean Tourism Organization, “Bird Watching”, **Briefing Report**, 2009,
<http://www.onecaribbean.org/content/files/BirdwatchingCaribbeanNicheMarkets-2.pdf> (21.10.2015).

⁶² UNEP & CMS, “A Study on the Benefits and Risks of a Fast Growing Tourism Activity and its Impacts on Species, **The Study Report**, 2006,
http://www.cms.int/sites/default/files/document/ScC14_Inf_08_Wildlife_Watching_E_0.pdf (22.10.2015).

Komodo Ejderi	Gözlem yapma	Komodo Adası (Endonezya)
Yılan	Pitonları izlemek	Bharatpur (Hindistan)
Timsah	Timsah gözlemciliği	Black River (Jamaika), Kakadu Ulusal Parkı (Avustralya)
Kaplumbağa	Kaplumbağa gözlemciliği	Brezilya, Akumal (Meksika), Maputaland (Güney Afrika), Sri Lanka, Endonezya
Kuş	Kuş gözlemciliği için bireysel ya da organize turlar için rezervasyonlar	Bempton Cliffs (İngiltere), Keoladeo (Hindistan), Pantanal (Brezilya)
Albatros Kuşu	Albatros kolonilerinin bağımsız ya da organize turlar ile ziyaret edilmesi	Taiaroa Head (Yeni Zelanda)
Turna	Gözlemcilik	Müritz Ulusal Parkı (Almanya), Platte River (A.B.D.)
Penguen	Penguen kolonilerini gözlemlemek	Antartika, Valdes Yarımadası (Arjantin), Phillip Adası (Avustralya)
Büyük Afrika Memelileri	Araçlar ile tura katılım, gözlem ve fotoğraf	Serengeti Ulusal Parkı (Tanzanya), Masai Mara (Kenya)
Kaplan	Fil sırtında ya da gizli bir şekilde gözlem	Chitwan Ulusal Parkı (Nepal)
Goril	Dağ tırmanışı, kamp ve gözlem	Bwindi Ulusal Parkı (Uganda), Volcanoes Ulusal Parkı (Ruanda)
Orangutan	Gözlemcilik	Sepilok Orangutan Merkezi, Sarawak, Borneo
Kutup Ayısı	Gözlemcilik	Churchill (Kanada)
Yarasa	Gözlemcilik	Teksas (A.B.D.)
Yunus	Tura katılım ve gözlem	Kızıl Deniz (Mısır), Mon Repos (Avustralya)
Balina	Tura katılım ve gözlem	Valdes Yarımadası

		(Arjantin), Kaikoura (Yeni Zelanda), Kanarya Adaları
--	--	--

Söz konusu tablo Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü’nün yaban hayatı gözlemciliği açısından belirlemiş olduğu altı temel turistik ürün dışında birçok hayvan türüne ilişkin turistik ürünlerin oluşturulduğu ve bunlara ilişkin turizm faaliyetlerinin sadece “*tamamen doğal ortamlar*”da değil aynı zamanda “*yarı doğal ortamlar* (Ulusal Parklar)”da da gerçekleştiğini ortaya koymaktadır. Kısacası, her hayvan hayatını haberi olmadan da olsa bir turistik ürün olarak sürdürmektedir. Bu turistik ürünün ortaya çıkışı ise turistlerin merakı ile doğru orantılıdır.

1.4. TURİZM – HAYVAN İLİŞKİSİ

Turizmde hayvanların kullanım alanlarına ve turist – hayvan ilişkisine yönelik farklı gruplandırmalar yapılmaktaydı. Ancak turizmin bir bütün olarak hayvanlar ile olan ilişkisinde bir model ortaya koyulmamaktaydı. Dolayısıyla sonraki bölümlerde, hayvanların turizmde metalaştırılması tartışmalarında konunun bütünselliği açısından bu tür bir modele ihtiyaç duyulmaktadır. Bu sayede hem turizm arzı hem de turizm talebinin hayvanların metalaştırılmasına ilişkin bakışı ortaya koyulabilmektedir.

1.4.1. Turizm – Hayvan İlişkisi Modeli

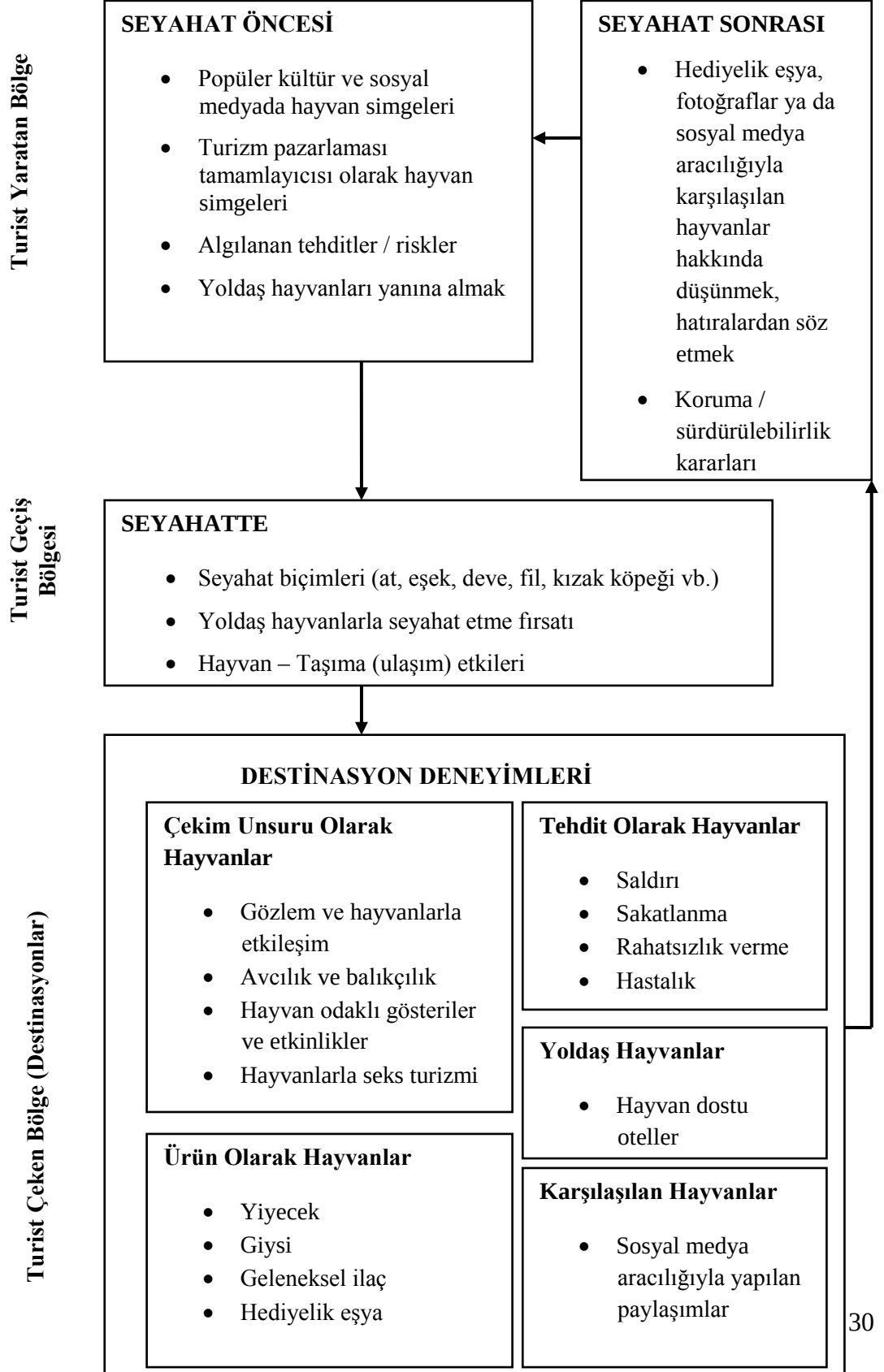
Markwell, editörü de olduğu “*Animals and Tourism: Understanding Diverse Relationships*” adlı çalışmada, Leiper’in hem zaman hem mekân açısından ortaya koymuş olduğu “*turist yaratan bölgeler*”, “*turist geçiş bölgeleri*” ve “*turist çeken bölgeler (destinasyonlar)*” üçlemesinden hareketle turizm – hayvan ilişkisini değerlendirmektedir⁶³. Yazar, söz konusu üç bölgeyi turistik deneyimin bileşenleri ile ilişkilendirerek, turizm – hayvan ilişkisine dair bir model ortaya koymaktadır⁶⁴. Modelde; seyahat öncesi karar verme, seyahat esnasında, destinasyon deneyimlerinde, seyahat sonrası hatıralar ve geri bildirimler ile bir sonraki seyahatte karar verme süreçlerinde turizm – hayvan ilişkisi bileşenlerine yer verilmektedir.

⁶³ Kevin Markwell, “Birds, Beasts and Tourists: Human – Animal Relationships in Tourism”, **Animals and Tourism: Understanding Diverse Relationships**, (Ed. Kevin Markwell), Channel View Publications, UK, 2015, s.6.

⁶⁴ Markwell, s.7.

Markwell'in turizm – hayvan ilişkisine dair bütünsel şekilde sunduğu model Şekil 3'de gösterilmektedir.

Şekil 3: Turizm – Hayvan İlişkisi Modeli



Modelde, dört aşamadan söz edilmektedir. Bir turistin gideceği destinasyon öncesinde hayvanlara ilişkin hangi noktaları düşünerek karar aldığı ve seyahat sırasında hangi faktörlerin ortaya çıktığı ilk iki aşamayı oluşturmaktadır. Üçüncü aşama hayvanlar üzerinden ortaya çıkan destinasyon deneyimidir. Karar verme ve seyahat aşamalarından sonra ortaya çıkan destinasyon deneyimi, turizm – hayvan ilişkisinde turistin ne tür deneyimler yaşayabileceğini göstermektedir. Son olarak ise, hayvanlar üzerinden gerçekleşen deneyimler ile bu deneyimlerin turistin gelecekte yapacağı seyahatlerde karar verme sürecine olan etkisi belirtilmektedir.

Turizm – hayvan ilişkisi modeli, turist – hayvan etkileşimini de kapsayan ve bu anlamda bütünsel bir bakışı ortaya koyan bir model olması sebebiyle önemlidir. Sonraki bölümlerde yapılan etik tartışmalarda söz konusu model, hem turist – hayvan ilişkisine yönelik gruplandırmalara, hem de hayvanların turizmde kullanım alanlarına yönelik bir çerçeve oluşturmaktadır.

Özetle, turizm sektöründe hayvanların metalaştırıldığı ve turiste ya da ziyaretçiye sunulduğu, gösteri yaptırıldığı, sergilendiği pek çok alan bulunmaktadır. Turizm sektörü gerek bütünsel açıdan, gerekse hayvanlar üzerinden yaratılan turistik ürünler açısından tek tek etik bir sorgulamaya tabi olmamaktadır. Nitekim turizm, kapitalizmin hükümrانlığında ve onun koruması altında olan pragmatist bir sektör olarak bu türden bir sorgulamayı gerekli görmemektedir. Hayvanlar üzerinden yaratılan turistik ürünler bir meta üretim zincirinin halkaları şeklinde ele alınmalıdır. Bununla birlikte, hayvan odaklı turizm faaliyetlerinin arz ve talep açısından eleştirel bir tahlilini yapmadan turizmin hayvanlara yönelik ahlaki sorumluluğunu tartışmak anlamsız olacaktır. Bu noktada, tartışmanın belirli bir zeminde sürdürülebilmesi için bazı felsefi kavramlara, kuramlara ve kuramcılara ihtiyaç duyulmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

KAVRAMLAR VE KURAMSAL TARTIŞMALAR

2.1. HAYVAN ETİĞİ KAPSAMINDA YER ALAN KAVRAMLAR

2.1.1. Türcülük

Hayvan özgürleşmesinin insan özgürleşmesiyle doğrudan bağı olduğunu belirten hayvan hakları savunucuları; türcülük kavramını da insana yönelik kullanmaktadırlar. “*Türcülük*” terimi genelde insan merkezli modern toplumu eleştirmek amacıyla kullanılmaktadır. Kavram ilk olarak 1970 yılında Richard D. Ryder tarafından ırkçılık kavramı ile benzeştirilerek kullanılmıştır⁶⁵. Yazar, makalesinde bu kavramı nasıl bulduğunu şu şekilde açıklamaktadır⁶⁶:

“1960’lı yıllarda ırkçılık, cinsiyet ayrımcılığı, sınıfsal ayrımcılık konularında yaşanan devrim hayvanların durumunu görmezden geldi. Siyaset ve ahlak bilimi insan olmayan canlıları görmezden geldi. Herkes insanlara yönelik önyargıları azaltmak ile meşguldü. Bir tıp bilim insanı olarak – ki Dr. Ryder klinik psikologtur – yüzlerce hayvan türünün acı, korku ve ızdırap içinde olduklarını biliyordum. Irkçılığa, cinsiyet ayrımcılığına, sınıfsal ayrımcılığa karşı iken neden hayvanlara yönelik olan bu ayrımcılığa da karşı değilim? Bu konuda da bir şeyler yapılmalı! Kendimiz ile hayvanlar arasında da paralel bir duruş koymaya ihtiyacımız var. Hayvanları görmezden gelemeyiz. Bu düşünceler içerisinde bir gün (1970 yılında) banyomun küvetinde uzanırken aniden o kavram aklıma geldi: TÜRCÜLÜK!”

Peter Singer da türcülük kavramına “*Hayvan Özgürleşmesi*” adlı kitabında yer vererek hayvanlara yönelik var olan önyargıları ortaya koymaya çalışmıştır⁶⁷. Türcülük, kavram olarak aslında insanların geçmişten günümüze hayvanlar üzerinde kurduğu tahakkümün düşünsel alt yapısı şeklinde ifade edilebilir. İlk bölümde de belirtildiği gibi, insanlar tarihsel süreç içerisinde ahlaksal ve ontolojik açıdan hayvanları yok sayma eğilimindedirler. Bu durumun temel nedeni de dini, felsefi, bilimsel ve kültürel referanslar ile misoterik bir görüşün egemenliğinde, hayvanların insanlar için yalnızca bir kaynak olduğu inancıdır.

⁶⁵ Richard D. Ryder, “Speciesism Again: The Original Leaflet”, **Critical Society**, Cilt: 2, Spring 2010, ss. 1-2.

⁶⁶ Ryder, s.1.

⁶⁷ Peter Singer, **Hayvan Özgürleşmesi**, Çev. Hayrullah Doğan, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2002.

Başka bir ifadeyle, hayvanlar insanlar için vardır ve felsefi açıdan bakıldığında hayvanlar akıl yürütmekten yoksun varlıklardır. Kutsal kitaplarda geçen ifadeler de söz konusu felsefi söylem ile paralellik göstermektedir. “*Tanrı hayvanları ve tüm doğayı insanların amaçlarına hizmet etmesi için yaratmıştır*” şeklindeki genel ifadeler dini kitaplarda yer almaktadır⁶⁸. Bilimsel açıdan ise, insanların hastalıklarını iyileştirmek ya da onları daha güzel ve mutlu kılabilmek için hayvanlar bilimsel süreçlerde kullanılmaktadır. Kültürel kodlar hâlihazırda dinden ve geçmişten aktarılanlar ile şekillendiğinden ötürü, toplumların da hayvanlara karşı üstenci bakışı, onları yok sayan bir tavrı beraberinde getirmektedir.

Tüm bu referanslar insan – hayvan ilişkisinde insanın hayvanı ötekileştirdiği ya da yok saydığı türcü bir anlayışın meşru görüldüğünü göstermektedir. Öyle ki, hayvan hakları savunucuları tarafından önemli bir milat olarak gösterilen Peter Singer’ın “Hayvan Özgürleşmesi” adlı eserinde “*hayvan deneyleri, ancak amaçlanan faydalar sebep olunan zararları aşıyorsa meşru görülebilir*” şeklindeki felsefi yaklaşımı da türcü olarak nitelendirilebilir. Nitekim Francione de Singer’ı bu noktada eleştirmekte ve onunla tamamen farklı görüşte olduğunu dile getirmektedir⁶⁹. Bu durum, hayvan refahı ve hayvan hakları kuramcıları arasında yaşanan bir tartışma olarak ilerleyen bölümlerde irdelendiği için burada yalnızca türcülük kavramı ele alınmaktadır.

Bu bağlamda türcülük, hayvan etiği tartışmalarının temelini oluşturmaktadır. Örneğin, bir insana sağlanan yasal korumanın bir kediye ya da köpeğe sağlanmaması bazı hayvan hakları kuramcıları tarafından türcülük olarak ifade edilmektedir^{70;71}. Başka bir açıdan bakıldığında, bir canlının toplumsal olarak korunmasının ya da ahlaki olarak varlığının kabul edilmesinin tek nedeni ait olduğu tür ise, o toplum ve o

⁶⁸ Jamie L. DeLeeuwa, Luke W. Galenb, Cassandra Aebersoldc ve Victoria Stantonc, “Support for Animal Rights as a Function of Belief in Evolution, Religious Fundamentalism and Religious Denomination”, *Society and Animals*, Sayı:15, 2007, s.354.

⁶⁹ An interview with Professor Gary L. Francione on the State of the U.S. Animal Rights Movement, <http://www.animalfreedom.org/english/column/francione.html> (17.10.2015).

⁷⁰ Gary L. Francione, **Hayvan Haklarına Giriş: Çocuğunuz Mu Köpeğiniz Mi? (HHG)**, Çev. Renan Akman ve Elçin Gen İletişim Yayınları, İstanbul, 2008.

⁷¹ Regan, s.64.

toplumda yaşayan bireyler türücü bir bakışa sahiptir. Dolayısıyla, o topluma göre insan dışındaki hiçbir canlı ahlaki ya da hukuksal açıdan eşit kabul edilemez. Ryder'ın en başta ifade ettiği gibi, gerek ırkçılık gerekse cinsiyet ve sınıfsal ayrımcılık ile analoji kurularak, türçülük yaklaşımı toplumsal olarak reddedilmelidir. Öyle ki, bir kişinin kendi biyolojik türünün çıkarları lehine ve diğer biyolojik türlerin aleyhine, önyargılı ya da yanlı davranması eşitlik ilkesine göre kabul edilemez. Çünkü eşitlik ilkesi; siyah ya da beyaz, kadın ya da erkek, insan ya da değil bütün varlıklar için geçerli olmalıdır⁷².

Bu durum insan davranışlarının kültürel ve ahlaki etkilerle şekillenerek insanların hayat görüşleri ile ilişkilendirilmekte ve bununla doğru orantılı olarak beraberinde iki temel felsefi kavramı gündeme getirmektedir: “*Antroposentrizm* (insanmerkezcilik)” ve “*Ekosentrizm* (doğamerkezcilik)”.

2.1.2. Antroposentrizm ve Fizyosentrizm/Ekosentrizm

İnsan davranışlarının kültürel ve ahlaki etkilerle şekillendiği düşünüldüğünde, insanların hayvanlara yönelik bakış açılarını şekillendiren şeyin de yine insanın yaratmış olduğu ahlaki ve kültürel sistemler olduğu söylenebilir. Bu noktada antroposentrizm ve fizyosentrizm olmak üzere iki temel yaklaşım bulunmaktadır. Antroposentrizmde insanın çevresine karşı etik değerler oluşturmada⁷³;

- Temel gereksinimler bakımından insanın doğaya bağımlı olduğu,
- Doğanın, maddi değer ötesinde, estetik nedenlerle insanın mutlu olmasını sağladığı,
- Doğaya saygılı olmanın insanın diğer insanlara karşı da saygı duyması konusunda eğitici olduğu şeklinde üç yaklaşım rol oynamaktadır.

Antroposentrik yaklaşımda, katı ve yumuşak olarak adlandırılan iki seviye bulunmaktadır⁷⁴. Katı antroposentrik görüşü savunanlara en iyi örnek Descartes'tir.

⁷² Singer, s.42.

⁷³ Türker Savaş, İsmail Yaman Yurtman ve Cemil Tölü, “Hayvan Hakları ve Hayvan Refahı: Felsefi Bakış – Nesnel Arayışlar”, **Hayvansal Üretim**, Cilt:50, sayı:1, 2009, s. 55.

⁷⁴ Lissy Goralnik and Michael P. Nilson, “Anthropocentrism”, **Encyclopedia of Applied Ethics** (2nd Edition) (Ed.Ruth Chadwick), 2012, ss.144-155.

Descartes, çevreyi madde ve ruh olarak ikiye ayırmaktadır. Ona göre insan bedeni ve hayvanlar birer maddedir. Ancak insan aynı zamanda bir ruha sahipken, hayvanlar ise birer “*organik makine (otomat)*” dir⁷⁵. Descartes’e göre hem akıl yürütme yetisinden hem de duygulardan tamamen yoksun olan hayvanların organik makine şeklinde tanımlanması ya da değerlendirilmesi doğaldır⁷⁶. İnsan bedenini de benzer şekilde değerlendiren filozof, insanlığın özünün beden (madde) değil, tek başına bilinci içeren ruh olduğunu ileri sürmektedir.

Diğer yandan yumuşak antroposentrik görüş de, temelde katı antroposentrik görüş ile paralellik göstermektedir. Aralarındaki fark, yumuşak antroposentrik görüşte hayvanlara yönelik kötü davranışın, insanı da kötü yapabileceği yönündeki düşüncenin ağır basmasıdır. Ancak yine de insanı merkezi alan, üstenci ve türcü bir bakış açısını içinde barındırdığı da söylenebilir. Bu görüşe en uygun düşünür ise Kant’tır. Kant, hayvanların da acı çekebileceklerini fakat ahlaki ve hukuksal açıdan bir statülerinin olmadığını ifade etmektedir⁷⁷.

Antroposentrizmin tam zıttı olan fizyosentrizm, doğanın ön planda insanın periferide olduğu bir anlayışı içinde barındırmaktadır⁷⁸. Fizyosentrizm kavramı temelde ekosentrizm kavramı ile benzeşmektedir. Fizyosentrizm daha çok tıp, biyoloji gibi fen bilimleri alanındaki etik tartışmalar içerisinde geçmekteyken; ekosentrizm, çevre etiği ve hayvan etiği gibi daha çok felsefi zeminde yapılan tartışmalarda kullanılmaktadır⁷⁹.

Söz konusu iki kavram da hayvan etiği tartışmalarında geçen ve insanların doğanın bir parçası olduklarını mı, yoksa doğaya egemen bir anlayışı mı

⁷⁵ Scott D. Wilson, “Animals and Ethics”, **Internet Encyclopedia of Philosophy A Peer Reviewed Academic Resource**, <http://www.iep.utm.edu/anim-eth/> (19.10.2015).

⁷⁶ René Descartes “Animals are Machines” **In Environmental Ethics: Divergence and Convergence** (Eds. S. J. Armstrong and R. G. Botzler), McGraw-Hill, New York, 1993, ss.281- 285. http://home.cogeco.ca/~drheault/ee_readings/West/Descartes.pdf (20.10.2015).

⁷⁷ Savaş vd., s.55.

⁷⁸ Juergen Mittelstrass, “The Impact of the New Biology on Ethics”, **Journal of Molecular Biology**, Cilt:4, Sayı:319, 2002, s. 903.

⁷⁹ Katherine V. Kortenkamp and Colleen F. Moore, “Ecocentrism and Anthropocentrism: Moral Reasoning About Ecological Commons Dilemmas”, **Journal of Environmental Psychology**, Cilt:3, Sayı:21, 2001, ss. 261–272.

savunduklarını belirtmek için kullanılmaktadır. Regan, Singer, Francione ve Degrazia gibi hayvan refahı ve hayvan hakları kuramcılarının çalışmalarında bu iki kavrama sıklıkla rastlanmaktadır.

2.1.3. Antropomorfizm

Antropomorfizm, insanların insan olmayan canlılara yönelik insani özellikler atfetmesi şeklinde tanımlanmaktadır. İnsan olmayan canlılara insani özellikler yüklenmesinin temelinde ise antroposentrik görüş yatmaktadır. Antroposentrik görüşe göre, insanların ne doğaya ne de diğer insan olmayan canlılara saygı göstermek gibi bir sorumluluğu olmamakla birlikte, varlık hiyerarşisi açısından bakıldığında da doğanın en altta yer aldığı ve insan olmayan canlıların, insan amaçlarına yönelik kullanılabileceği savunulmaktadır. Dolayısıyla bir yunusun, morsun ya da balinanın gösteri yaparak insanları eğlendirmesi, insanların damak zevkleri için bir köpeğin ya da bir maymunun yenebilmesi, atların, fillerin, katırların veya eşeklerin insanları taşıması/gezdirmesi, hayvanların deneylerde kullanılarak insanlara “fayda” sağlayan ürünlerin geliştirilmesinde sakat kalması veya ölmesi bu anlayışa göre meşru sayılmaktadır.

İnsanların insan olmayan canlılara yönelik insani özellikler atfetmesi olarak tanımlanan antropomorfizm kavramına ilişkin yazında pek çok çalışma bulunmaktadır^{80;81;82}. Bu çalışmalarda, antropomorfizmin hayvan refahı açısından olumlu yönleri üzerinde durulmaktadır. Öyle ki, antropomorfizmin “*yorumlayıcı*” ve “*imgesel (hayali)*” olmak üzere ikiye ayrıldığı belirtilmektedir. İnsan olmayan canlıların psikolojik durumlarını insanın yine kendinden yola çıkarak anlama çabası “*yorumlayıcı antropomorfizm*” şeklinde tanımlanırken, insan olmayan canlılara çeşitli karakteristik özellikler atfetmek ise “*imgesel ya da hayali antropomorfizm*”

⁸⁰ Esmeralda G. Urquiza-Haas and Kurt Kotrschal, “The Mind Behind Anthropomorphic Thinking: Attribution of Mental States to Other Species”, **Animal Behaviour** **109**, 2015, ss. 167-176.

⁸¹ Kim-Pong Tam, Sau-Lai Lee, and Melody Manchi Chao, “Saving Mr. Nature: Anthropomorphism Enhances Connectedness to and Protectiveness Toward Nature” **Journal of Experimental Social Psychology**, Sayı:49, 2013, ss.514-521.

⁸² Max E. Butterfield, , Sarah E. Hill and Charles G. Lord, “Mangy Mutt or Furry Friend? Anthropomorphism Promotes Animal Welfare”, **Journal of Experimental Social Psychology**, Cilt:4, Sayı:48, 2012, ss.957-960.

şeklinde tanımlanmakta ve bu durumun özellikle hayvan refahı açısından önemli olduğu dile getirilmektedir^{72;73;74}.

2.1.4. Hayvan Etiği Tartışmalarında Sık Kullanılan Kavramlar

Hayvan etiği tartışmalarının düşünsel altyapısını oluşturan türçülük, antroposentrizm, ekosentrizm (fizyosentrizm) ve antropomorfizm kavramlarının yanı sıra bu kavramlar içerisinde geçen bazı temel kavramları da ele almak, kuramsal tartışmalara geçmeden önce yerinde olacaktır. Bu kavramlardan en sık kullanılanlar; bilinç, acı, mutluluk, fayda ve ahlaki statüdür.

- Bilinç

Bilinç kavramı etimolojik, metafizik, ruhbilim ve felsefi açıdan ele alınmakta ve kullanıldığı alana göre farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Ancak tezin amacına uygun olarak, bilinç kavramı felsefi açıdan ele alınmaktadır. Bu bağlamda bilinç; insanın düşüncesi, duygusu, iradesi, karakteri, heyecanı, kanısı, sezisi vb. bütün anlık süreçlerinin toplamı veya nesnel gerçekliğin insandaki yansıtıcısı şeklinde tanımlanabilmektedir. Ancak hayvan etiği tartışmalarında bilinç, yalnızca insana özgü bir kavram olarak değil, hayvanlara yönelik de kullanılan bir kavramdır.

- Acı

Acı, hayvan etiği tartışmaları içerisinde bir kavramdan ziyade insanların, hayvanların ahlaki statüsüne yönelik nereden bakabileceklerine ilişkin bir düşünceyi yansıtmaktadır. Örneğin, faydacı etiğin kurucusu olarak kabul edilen Bentham bu durumu, “*Introduction to the Principles of Morals and Legislation*” adlı eserinde şu şekilde ifade etmektedir⁸³:

“.....Belki bir gün hayvanlar dünyasının geri kalanı da kendilerinden ancak zorbalık yoluyla esirgenen haklara sahip olacaktır. Fransızlar bir insanın sırf derisi siyah diye kayıtsız şartsız bir zalimin keyfine terk edilemeyeceğini anladılar. Belki bir gün bacak sayısının, derideki tüy miktarının duyguları olan bir varlığı aynı akıbete terk etmek için eşit derecede yetersiz sebepler olduğu anlaşılır. Bu aşılamaz sınırı çizecek başka ne olabilir? Akıl yürütme yetisi mi? Konuşma yetisi mi? Ama yetişkin bir at ya da köpek, gerek akıl gerekse iletişim kurma açısından, bir günlük, bir haftalık, hatta bir aylık bir bebekten kat kat üstündür; ama öyle olmasa bile bu neyi gösterirdi ki? Sormamız gereken soru, akıl yürütebiliyorlar mı ya da konuşabiliyorlar mı değil, “Acı çekebiliyorlar mı?” olmalıdır”.

⁸³ Singer, s.44.

Söz konusu bu düşünüm, acı kavramına yönelik epistemolojik altyapının anlaşılabilirliği açısından önemlidir. Özetle, diğer insanların da bizim gibi acı çekebildiğini varsaymak için sağlam gerekçeler bulunurken, hayvanlar söz konusu olduğunda benzer gerekçeler bulunmamasının sebebi, acının yalnızca insanlar için olduğuna inanan türcü yaklaşımdır.

- Mutluluk

Mutluluk da aynı acı kavramında olduğu gibi bir bilinç durumudur, zihinsel bir olaydır ve dışsal göstergeler yoluyla bir insanın ya da insan olmayan canlının mutlu olduğu anlaşılabilir⁸⁴. Bir insanın gülümsemesi, bir köpeğin sahibini gördüğünde kuyruk sallaması mutluluk göstergelerinin insan ve insan olmayan canlılar arasında farklılaşamayacağının göstergesi olarak yorumlanabilmektedir. Ancak esaret altında bulunan bir yunusun fiziksel özelliklerinden dolayı insanlar tarafından “gülümsüyor” şeklinde algılanması, onun mutlu olduğu anlamına gelmemektedir.

Diyalektik açıdan ele alındığında, acı ve mutluluk birbirlerinin karşıtı olarak ifade edilebilir. Bu noktada akla ilk gelen isim, antik çağ filozoflarından biri olan Epiküros’tur. Epiküros’a göre mutluluk, varlığın acı ve ıstıraptan kurtulmuş olduğu durumdur⁸⁵. Başka bir ifadeyle, acı yoksa mutlu olunabilir. Epiküros’un düşüncesinde acıdan kurtulmak ve mutluluğa ulaşmak için bireyin sosyal yaşamdan uzak, sade bir hayat tarzını benimsemiş olması gerekmektedir.

Faydacı etik anlayış açısından bakıldığında, mutluluk arama ve acıdan kaçma faydacı etiğin ilkeleri şeklinde özetlenebilir. Faydacı etik anlayışın temsilcilerinden olan Mill’in ifade etmiş olduğu ilkelerde mutluluk; “*bireyin kendi mutluluğu değil, gerçekleştirmiş olduğu eylemin herkes için doğruluğudur*” şeklinde geçmektedir⁸⁶. Buradan hareketle mutluluğun yalnızca insanın kendisi için olmadığı, yapılan eylemin insan olmayan canlılar için de mutluluk ya da acı doğurabileceği sonucuna varılabilmektedir.

⁸⁴ Singer, 48.

⁸⁵ Ali Osman Gündoğan, **Felsefeye Giriş**, Dem Yayınları, İstanbul, 2010, ss. 128-129.

⁸⁶ Daniel Jacobson, “Utilitarianism without Consequentialism: The Case of John Stuart Mill”, **Philosophical Review**, Cilt:2, Sayı:117, 2008, s.169.

- Fayda

Mutluluk ve acı kavramları içerisinde geçen fayda ya da faydacılık hayvan etiği tartışmalarında önemli bir yer tutmaktadır. Fayda kavramı, tez içerisinde “mal ve hizmetlerin ihtiyaçları giderme özelliği” şeklinde ekonomik bir tanımlamadan öte, felsefi anlamda kullanılmakta ve tartışılmaktadır. Her ne kadar ekonomik anlamda yapılan fayda tanımlamasında da felsefi bir arka plan olsa da – ki ekonomi-felsefe ilişkisi özellikle Adam Smith’de daha net anlaşılabilmektedir – faydanın faydacı etik ile ilişkili felsefi bir kavram olarak ele alındığını ve insan davranışlarının sonucu ile doğru orantılı olduğunu söylemekte beis yoktur.

Faydacı etik anlayışa göre, bireyin yapmış olduğu davranışların sonucu faydayı doğurmaktadır. Eğer gerçekleştirilen eylem herkes için bir mutluluk oluşturuyorsa o eylem faydalıdır.

- Ahlaki Statü

Ahlaki statü, geçmişten günümüze yalnızca insanlar için kullanılmış ve tartışılmış bir kavram olarak dikkat çekmektedir. Nitekim tez içerisinde, hem kuramsal tartışmalarda hem de hayvanların turizm sektöründe kullanılmaları ile ilişkili olarak ahlaki statü kavramı pek çok kez geçmektedir. Dolayısıyla bu kavramın yalnızca insanlar için değil, insan olmayan canlılar için de kullanıldığı ve bu noktada Francione ile benzer bir yaklaşımın benimsendiği dile getirilmelidir.

Francione, insan ya da hayvanın ahlaki statüsünün, o hayvan ya da insanı dünyaya getirenler tarafından belirlenemeyeceği gibi, ahlaki bir kavramın uygulanmasının da onu tasarlayanlar tarafından belirlenemeyeceğini söylemektedir. Bununla birlikte, ahlaki hakların sadece onları tasarlayanlar için geçerli olması durumunda, insanlığın büyük bir kısmının ahlaki topluluktan dışlanması gerektiğini dile getirmektedir. Bu bağlamda günümüzde kullanılan biçimiyle hak anlayışının, başlangıçta sadece varlıklı, beyaz, erkek toprak sahiplerinin çıkarlarını korumak amacıyla geliştirilmiş olduğunu ve aslında ahlaki kavramların pek çoğunun tarihsel olarak ayrıcalıklı erkeklerin çıkarı için oluşturulduğunu ifade ederek eşitlik ilkesine zıt bir anlayışın tarihsel bir analizini yapmaktadır. Ancak tarihsel süreç içerisinde eşit gözetilme ilkesi uyarınca benzer durumların benzer şekilde ele alınması gerektiğinin ortaya çıktığını ve böylelikle hakların, ahlaki statünün başka insanları da kapsayacak şekilde genişletilmesi gerekliliği doğduğunu belirtmektedir.

Bu noktada Francione eşit gözetilme ilkesinin, öteki olarak algılanan insan olmayan hayvanlara da uygulanmasının, hayvanlara yönelik geçmişten beri süregelen kaynak muamelesi görme anlayışını ortadan kaldırdığını ve böylelikle hayvanların da ahlaki bir statüye sahip olabileceğini vurgulamaktadır⁸⁷. Francione'nin sözünü ettiği ahlaki statü, tez içerisinde bu görüş çerçevesinde tartışılmaktadır. Başka bir ifade ile bir kedinin, köpeğin ya da bir yunusun ahlaksal statü sahibi olduğunu söylemek ve bunu savunmak, o canlının yalnızca insanlarla ilişkisi açısından değil, aynı zamanda kendisi açısından da ahlaksal bir değere ve statüye sahip olduğunu söylemektir⁸⁸. Kısaca, o canlının gönencinin insanların çıkarlarını nasıl etkilediğinden bağımsız olarak, salt onun kendi iyiliği için ahlaksal statüye sahip olması gerektiğini savunmalı ve yine salt kendi iyiliği için ona iyi davranılmalıdır.

2.2. HAYVAN HAKLARI VE REFAHI KAPSAMINDAKİ ETİK KURAMLAR

2.2.1. Sözleşmecî Etik

Hayvan hakları ve refahı kapsamındaki tartışmalarda sıklıkla kullanılan sözleşmecî etik kuramı, ahlaksal gerekliliklerin insanların toplumsal ilişkilerini düzenleme amacıyla kabul ettikleri bir anlaşmadan geldiğini iddia etmektedir. Sözleşme kuramına göre, kişinin ahlaki hak ve yükümlülükleri hayali sözleşmecilerle varılan bir anlaşmanın terimlerinden kaynaklanmaktadır. Bu sözleşmeciler toplumlarını yönetebilecekleri ve onun temel kurumlarını yapılandırabilecekleri herkes için yararlı prensipler ve kurallar bulabilme çabasıyla birbirleriyle pazarlık yapmaktadırlar⁸⁹. Ancak kurama göre, sözleşmeyi oluşturanların yalnızca rasyonel varlıklar olabileceği ve hayvanların da rasyonel varlık olarak kabul görmemesinden dolayı, hayvanlar sözleşmecî etik kapsamında ahlaki statüden yoksun sayılmaktadırlar. Kısaca, hayvanlar eşit gözetilme ilkesinden mahrum, eşit saygıyı hak etmeyen, akıl yürütme yetisine sahip olmadıkları için ahlaksal statüye de sahip olamayan varlıklar olarak kabul edilmektedir.

⁸⁷ Francione, HHG, s.302.

⁸⁸ Degrezia, s.29.

⁸⁹ Degrezia, ss.45-46.

Sözleşmeci etik kuramın hayvanları yok sayan bu tavrı, faydacı etik açısından daha farklıdır. Hayvanların ahlaki statüye sahip olabilmelerinin temel dayanağı “*rasyonel olmaları mı yoksa onların da insanlar gibi acı çekebilme özelliklerinin olması mıdır?*” sorusu, konunun minvalini değiştirerek faydacı etik kuramına geçişi sağlamaktadır.

2.2.2. Faydacı Etik

Bir ahlak felsefesi olarak faydacılık, iki İngiliz filozof olan James Mill ve yakın arkadaşı Jeremy Bentham tarafından ortaya konmuştur. Klasik ifade ile faydacılık, bir eylemin ahlaken kabul edilebilir olup olmadığının, o eylemin sonuçlarına bakılarak belirlenebileceğini ileri sürmektedir⁹⁰. John Stuart Mill, 1863 yılında yazmış olduğu “*Utilitarianism*” isimli kitabının ikinci bölümünde faydacı etiğin temelini; sonucu itibarıyla insanı mutlu eden davranışları etik açıdan doğru, acı veren davranışları ise yanlış olarak kabul eden öğretisi şeklinde tanımlamaktadır⁹¹.

Bu yaklaşım, “*en fazla sayıda kişinin, en çok mutluluğu*” ifadesiyle faydacı etiğin mottosunu oluşturmaktadır. İfadeden de anlaşılacağı üzere, faydacılığın temel aldığı fayda mutluluktur. Jeremy Bentham ve James Mill için mutluluk, hazzın varlığı ve acının yokluğu anlamına gelir. Onlar için fayda, objektif olarak tespit edilebilip matematiksel bir kesinlikle ölçülebilir. Bu çerçevede eğer bir politika veya bir davranış toplumsal faydayı yani mutluluğu artırıyorsa, o ahlaken meşru kabul edilmektedir.

Bu bağlamda, faydacı etik savunucuları ahlaksal eşitliğin asli temelini kendi etik sistemleri içerisinde; “*herkes bir sayılmalı ve hiç kimse birden fazla sayılmamalı*” şeklinde formüle etmektedirler⁹². Başka bir ifadeyle, belli bir eylemden etkilenen bütün varlıklar için (insanlar ve insan olmayan hayvanlar) söz konusu eylemin sonucu önemlidir ve bütün varlıklar eşit derecede değerlidir. Dolayısıyla, bir insanın bir file yönelik yapmış olduğu eylemin sonucu hem kendisi için hem de o fil

⁹⁰ Gündoğan, s.132.

⁹¹ John Stuart Mill, **Utilitarianism**, Batoche Books, Canada, 2001, s.9.
<http://socserv.mcmaster.ca/econ/ugcm/3ll3/mill/utilitarianism.pdf> (22.10.2015).

⁹² Singer, s.41.

için eşit öneme sahiptir ve o eylem sonucunda hem kendisi hem de fil için mutlu oluyor ise, bu eylem ahlaken meşrudur.

2.2.3. Deontolojik Etik

Deontoloji, etimolojik köken itibariyle iki Yunanca sözcüğün “*deon* (görev, ödev)” ve “*logos* (bilim)” birleşiminden oluşmaktadır⁹³. Yazında “*ödev etiği*” ya da “*Kant’ın ahlak felsefesi*” olarak da geçmektedir. Kant, özellikle “*Ahlak Metafiziğinin Temellendirilmesi*” adlı kitabında en yüce ahlak ilkesinin açılımını ve sonuçlarını irdeleyerek, ahlaki yargıların ve davranışların ampirik bir temele dayanmasının mümkün olmadığını; ahlaki ilkelerin evrenselliğinden ve zorunluluğundan söz etmek için onların *a priori* (deneye dayanmayan) temele dayanması gerektiğini ve bu temelin de saf akıl olduğunu ileri sürmektedir⁹⁴.

Kant’ın ahlakında, faydacı etik kuramdan farklı olarak ahlaki olmanın ya da ahlaki davranmanın temelini; mutluluk ya da fayda değil, mutluluğu hak etmek ve bu bağlamda doğru davranışı sergilemek belirlemektedir. Evrensel anlamda ahlaki olmak, koşulsal bir durum değildir. Başka bir deyişle, ahlaki davranmak için belli koşulların yerine gelmesi beklenmemelidir. Ahlaki davranış her koşulda ve durumda ortaya konması gereken bir davranıştır ki, ahlaki ilkelerin zorunluluğu da buradan ileri gelmektedir.

İnsan olmayan hayvanlar için değerlendirildiğinde, hayvanların rasyonel varlık olarak kabul edilmemesinden dolayı Kant’ın etik kuramı kapsayıcı değildir. Kant’a göre, yalnızca insanlar rasyonel varlıklardır ve içkin değere sahiplerdir. Dolayısıyla, mutlak ahlaki saygıyı hak etmektedirler. İnsan olmayan varlıklar ise içkin değere değil, araçsal değere sahip nesnelerdir. Bu da hayvanların, insanların amaçları doğrultusunda kullanımını meşru gören antroposentrik görüş ile tamamen aynıdır. Öyle ki, antroposentrik kavramının ne olduğu açıklanırken ifade edilen yumuşak antroposentrik anlayışın örneklerinden birinin Kant olduğunu, hayvanlara kötü davranılmamasının, hayvanların ahlaki bir değeri olduğu için değil, hayvanlara

⁹³ Deontology, **Stanford Encyclopedia of Philosophy**, <http://plato.stanford.edu/entries/ethics-deontological/> (22.10.2015)

⁹⁴ Gündoğan, ss.133-134.

yönelik kötü davranışın insanları da kötü yapabileceği düşüncesinden kaynaklandığını hatırlamak gerekmektedir.

2.2.4. Erdem Etiği

Kökleri Antik Yunan politika ve ahlâk felsefesinde bulunan ve sistematik felsefenin en önemli temsilcilerinden olan Aristoteles'in düşüncelerinde ortaya çıkan erdem etiğinin, temel olarak “*kişi nasıl yaşamalıdır?*” sorusu ile ilgilendiği söylenebilir⁹⁵. Erdem etiği;

- Eylem-merkezli etikten ziyade eyleyen merkezli bir etik olan,
- Yapmaktan ziyade olmak ile ilgilenen,
- “*Ne tür eylemde bulunmalıyım?*” sorusundan ziyade, “*Ne tür insan olmalıyım?*” sorusunu soran,
- Belirli deontik kavramlardan ziyade (doğruluk, ödev, yükümlülük), aretaik (erdemle ilişkin) kavramları (iyi, üstünlük, mükemmel, erdem) ele alan,
- Etiğin belirli eylemlere kılavuzluk sağlayabilen ilkeler ya da kurallar üzerinde sistemli bir bütün olduğu düşüncesini reddeden bir kuram olarak tanımlanmaktadır⁹⁶.

Erdem etiği, söz konusu özellikleri bağlamında hem deontolojik (Ödev etiği/ Kant Etiği) etikten hem de teleolojik (faydacı etik) etikten ayrılmaktadır. Nitekim, faydacı etikte eylem merkezli bir ahlaki görüş hakimken, ödev etiğinde ise saf aklın doğru davranışı sergilemesi ahlaki gereklilik olarak ifade edilmekteydi. Erdem etiği kuramında ise, insanın belli ilkelere göre yaşamasının ahlaki olduğu görüşü savunulmaktadır. Özetle, insan belirli erdemleri (iyi olmak, dürüst olmak, bilgili olmak vb.) kendi karakteristik özellikleri olarak içselleştirebildiği ölçüde ahlaki olabilmektedir.

⁹⁵ Derda Küçükcalp, Erdem Etiği ve Politika, **Uludağ Üniversitesi İİBF Dergisi**, Cilt:27, Sayı:1, 2008, s.73

⁹⁶ Rosalind Hursthouse, **On Virtue Ethics**, Oxford University Press, 2001, s.25'den aktaran Berfin Kart, **Erdem Etiği Normatif Midir?**, Felsefe Dergisi, Sayı:2, 2006, s.103.

Erdem etiğinin, özellikleri itibariyle deontolojik ve teleolojik etik yaklaşımlardan ayrışmasının, insanı merkeze alan antroposentrik yaklaşımdan kaynakladığı söylenebilir. Söz konusu etik anlayışın, insan olmayan varlıklara geldiğinde özellikle deontolojik etik ile benzerlikler taşıdığı görülmektedir. Öyle ki, Aristoteles için erdem yalnızca yurttaşlık niteliklerine sahip insanlar için mümkündür ve kadınlar bu niteliklerin dışında tutulmaktadır⁹⁷. Bu görüş, erdem etiğinin en önde gelen temsilcisi için bir cinsiyet ayrımcılığını beraberinde getirmekte ve buradan hareket ile kadınları bile yok sayan bir düşüncenin erdem etiği kuramı içerisinde insan olmayan hayvanları yok saymasının doğal olduğu sonucunu doğurmaktadır.

2.3. HAYVAN HAKLARI VE REFAHI TEORİSYENLERİ VE TEMEL DAYANAKLARI

İnsan olmayan hayvanları yok sayan, onları yalnızca insan amaçlarına yönelik birer kaynak olarak gören türcü, antroposentrik ya da misoterik anlayışa karşı ilk protestoların 1970’li yıllarda ortaya çıktığı bilinmektedir⁹⁴. “*Hayvan özgürleşmesi*” ifadesi, basında ilk kez 5 Nisan 1973 tarihinde “*The New York Review of Books*” dergisinin kapağında yer almış ve yazıda; hayvan özgürleşmesi başlıklı yazıda, Stanley Godlovitch, Roslind Godlovitch ve John Harris’in derlediği, hayvanlara nasıl davrandığımıza ilişkin makalelerden oluşan “*Animals, Men and Morals*” adlı kitap incelenmiş ve değerlendirilmiştir⁹⁸. Ancak pek çok hayvan hakları savunucuları tarafından ifade edildiği gibi bu sürecin asıl kilometre taşı ise, ilk baskısı 1975 yılında yayımlanan Avustralyalı felsefeci Peter Singer’ın “*Hayvan Özgürleşmesi*” kitabı olmuştur. Özetle, ahlak felsefesi kuramları temelinde yapılan hayvan hakları ve refahı çalışmalarının geçmişi özellikle son kırk yıla dayanmaktadır. Bu zaman dilimi içerisinde hayvanların ahlaki statüsü ve insanların hayvanlara yönelik sorumluluklarının niteliği, yükümlülüklerinin niteliği ve kapsamı hakkında pek çok kitap yazılmıştır ve bu çalışmalara Tablo 5’de yer verilmektedir⁹⁹.

⁹⁷ Ross Poole, **Ahlak ve Modernlik**, çev. Mehmet Küçük, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1993, s.87.

⁹⁸ Gollancz, 1971; Taplinger, 1972’den aktaran Jim Mason, “The Politics of Animal Rights: Making the Human Connection”, **International Journal for the Study of Animal Problems**, Cilt:3, Sayı:2, 1981, s.124.

⁹⁹ Francione, HHG, s.38’den uyarlanmıştır.

Tablo 5: 1970 – 2015 Yılları Arasında Yayımlanan Hayvan Etiği Kapsamındaki Kitaplar

Yazar	Çalışmanın Adı	Yılı	Yayınevi ve Şehir
Stanley Godlovitch, Roslind Godlovitch ve John Harris	Animals, Men and Morals	1971	Grove Press: New York
Peter Singer	Animal Liberation: A New Ethics for Our Treatment of Animals	1975	HarperCollins: New York
Stephen R.L. Clark	The Moral Status of Animals	1977	Clarendon Press: Oxford
R.G. Frey	Interests and Rights: The Case Against Animals	1980	Clarendon Press: Oxford
K.G. Frey	Rights, Killing and Suffering: Moral Vegetarianism and Applied Ethics	1983	Basil Blackwell: Oxford
Mary Midgley	Animals and Why They Matter	1984	University of Georgia Press: Athens
S.F. Sapontzis	Morals, Reason and Animals	1987	Temple University Press: Philadelphia
Rosemary Bodd	Biology, Ethics and Animals	1990	Clarendon Press: Oxford
James Rachels	Created From Animals: The Moral Implications of Darwinism	1990	Oxford University Press: Oxford
Michael P.T. Leahy	Against Liberation: Putting Animals in Perspective	1991	Routledge: London
Peter Carrudiers	The Animals Issue: Moral Theory in Practice	1992	Cambridge University Press: Cambridge
Bernard E. Rollin	Animal Rights and Human Morality	1992	Prometheus Press: Buffalo
James M. Jasper and Dorothy Nelkin	The Animal Rights Crusade: The Growth of Moral Protest	1992	Free Press: New York
Robert Garner	Animals, Politics and Morality	1993	Manchester University Press: Manchester
Ted Benton	Natural Relations: Ecology, Animal Rights and Social Justice	1993	Verso: London
Richard Sorabji	Animal Minds and Human Morals: The Origins of the	1993	Cornell University Press: Ithaca

	Western Debate		
Jim Mason	An Annatural Order: Uncovering the roots of Our Domination of Nature and Each Other	1993	Simon & Schuster: New York
Lawrence Finsen and Susan Finsen	The Animal Rights Movement in America: From Compassion to Respect	1994	Twayne Publisher: New York
Evelyn B. Pluhar	Beyond Prejudice: The Moral Significance of Human and Nonhuman Animals	1995	Duke University Press: Durham/ North Carolina
David Degrazia	Taking Animals Seriously: Mental Life and Moral Status	1996	Cambridge University Press: Cambridge
Barbara Noske	Beyond Boundaries: Humans and Animals	1997	Black Rose Books: Montreal
Michael Allen Fox	Deep Vegetarianism	1999	Temple University Press: Philadelphia
Gary L. Francione	Introduction to Animal Rights: Your Child or the Dog?	2000	Temple University Press: Philadelphia
David Degrazia	Animal Rights: A Very Short Introduction	2002	Oxford University Press: Oxford
Leslie Irvine	If You Tame Me: Understanding Our Connection With Animals	2004	Temple University Press: Philadelphia
Steven Best and Anthony J. Nocella II	Terrorists or Freedom Fighters?: Reflections on the Liberation of Animals	2004	Lantern Books: New York
Tom Regan	Empty Cages: Facing The Challenge of Animal Rights	2006	Rowman & Littlefield Publishers: Maryland
Bob Torres	Making A Killing: The Political Economy of Animal Rights	2007	AK Press: Edinburgh
Karen Dawn	Thanking the Monkey: Rethinking the Way We Treat Animals	2008	HarperCollins: New York
Gary L. Francione	Animals as Persons	2009	Columbia University Press: New York
Gary L. Francione	The Animal Rights Debate:	2010	Columbia University

and Robert Garner	Abolition or Regulation?		Press: New York
Marian Stamp Dawkins	Why Animals Matter	2012	Oxford University Press: Oxford
Tony Milligan	Animal Ethics: The Basics	2015	Routledge: New York
Lawrence W. Baker	Animal Rights and Welfare	2015	Greenwood: Denver

Tablo 5’de görüldüğü gibi, son kırk yılda çok sayıda kitap hayvan etiği tartışmalarında yer almakla birlikte, öne çıkan iki yaklaşım Singer’ın “*Hayvan Özgürleşmesi*” kitabında savunduğu görüşler ve Regan’ın “*Kafesler Boşalsın: Hayvan Haklarıyla Yüzleşmek*” adlı kitabındaki yaklaşımıdır¹⁰⁰. Bir diğer yaklaşım ise, Singer ve Regan’ın görüşlerini tam anlamıyla kabul etmeyen Francione tarafından, “*Hayvan Haklarına Giriş: Çocuğunuz Mu Köpeğiniz Mi?*” kitabında savunduklarıdır¹⁰¹.

Hayvanların ahlaki statüsü, hayvan hakları ve hayvan refahı bağlamında yapılan etik tartışmaların üç ana akım teorisyenin savundukları görüşler çerçevesinde tartışıldığı¹⁰² ve bu doğrultuda tez içerisinde de konunun bu çerçeve içerisinde ele alınmasının uygun olduğu anlaşılmaktadır. Üç teorisyenin görüşlerinin şekillendiği ana noktalar ise “ahlaki önem” (Singer), “yaşamın öznesi olma” (Regan) ve “eşit ahlaki statü” (Francione) şeklinde özetlenebilmektedir.

2.3.1. Peter Singer ve Ahlaki Önem Görüşü

Singer, “*Hayvan Özgürleşmesi*” adlı kitabında savunduğu düşünceler bağlamında türçülüğü reddetmektedir. Bununla birlikte, eşit gözetilme ilkesinin hissetme yetisine sahip bütün varlıkların çıkarlarının gözetilerek uygulanması gerekliliğine inanmaktadır. Ancak Singer, hayvanların mal statüsünün ya da hayvanları insanların amaçlarına yönelik kaynaklar olarak kabul eden sınıai çiftlikler ve bilimsel araştırma şirketleri gibi hayvan sömürsü kurumlarının ortadan kaldırılması gerektiği düşüncesinde değildir. Singer bu yönüyle antroposentrik bir duruş sergilemektedir.

¹⁰⁰ Francione, HHG, s.39.

¹⁰¹ Lawrence W. Baker, **Animal Rights and Welfare**, Greenwood, Denver, 2015, s.151.

¹⁰² Tony Milligan, **Animal Ethics: The Basics**, Routledge, New York, 2015, s.9.

Singer, hayvanların insanların amaçlarına yönelik olarak kullanılmasına devam edilebileceğini, fakat hayvanların çıkarlarının da mevcut duruma kıyasla daha fazla gözetilmesi gerektiğini savunmaktadır. Singer'ın savunduğu görüşün felsefi zemini, hayvanların eşit gözetilme ilkesine ters düşmektedir. Nitekim, “*herkesin bir etmesi ve herkesin birden fazla etmemesi*” felsefesine dayanan eşit gözetilme ilkesi, Singer'ın savunmuş olduğu faydacı etik görüşünden farklıdır. Örneğin bir hayvanı deneylerde kullanmanın o hayvana acı ve ıstırap verdiği bilindiğinde, Singer'ın düşüncesi faydacı etik görüşe zıt düşmektedir. Başka bir deyişle, Singer'ın söylemleri faydacı etik kuramın özellikleri ile tam olarak bağdaşmamaktadır. Çünkü faydacı etiğin temeli yapılan eylemin sonucunda, o eylemden etkilenen her varlığın mutluluğuna dayanmaktadır.

Faydacı etik savunucularına göre, ahlaki açıdan önemi olan tek konunun en fazla sayıda varlık için en fazla faydanın, hazzın ya da mutluluğun sağlanması iken, bir faydacı düşünür olarak Singer ise, yalnızca hayvan çıkarlarının daha fazla gözetilmesini ve hayvanlara daha iyi davranılması gerektiğini ifade etmektedir. Bununla birlikte, hayvanların insanlar tarafından birer kaynak olarak görülme halinin devam edebileceğini, sadece mevcut durumun iyileştirilmesinin gerektiğini savunmaktadır. Ancak Singer'ın 18. yüzyıldaki öncüsü Jeremy Bentham ise, hangi varlıkların ahlaki statüye sahip olduğu noktasında önem taşıyan faktörün, bir varlığın düşünebilmesi veya dili kullanabilmesi değil, acı çekme yetisine sahip olup olmaması şeklinde ifade etmektedir¹⁰³.

Bu bağlamda Singer'ın hayvan etiği tartışmalarındaki yeri ve önemi kabul edilmekle birlikte, faydacı etik kuram temelindeki görüşlerinin eksik olduğu söylenebilir. Eğer Singer farklı varlıkların eşit derecede önemsenmesinin, onlara farklı şekilde davranılabilmesini ve farklı haklar tanınmasını meşru görüyorsa¹⁰⁴, o halde insanların hayvanları kendi amaçları uğruna kaynak olarak görmelerini de meşru saymaktadır. Bu durum hayvanların et olarak tüketilmesini, birer eğlence aracı olarak kullanılmasını, denek olarak uluslararası şirketlerin yaptığı deneylerde yer almasını da ahlaki görmek anlamına gelmektedir. Sonuçta mevcut durumun

¹⁰³ Milligan, s.30.

¹⁰⁴ Singer, s.39.

iyileştirilmesi bir yana, söz konusu meşru zemin hayvanlara yönelik davranışların daha da kötüleşmesine yol açacaktır. Tam bu noktada Tom Regan, yaşamın öznesi olan her canlının ahlaki yönden hakları olması gerekliliğini savunarak Singer'ın görüşlerine katılmadığını dile getirmektedir.

2.3.2. Tom Regan ve Yaşamının Öznesi Olma Görüşü

Tom Regan, “*Kafesler Boşalsın: Hayvan Haklarıyla Yüzleşmek*” adlı kitabında hayvanların da ahlaki yönden hakları olduğunu ve hayvan sömürüsünü kurala bağlamakla ya da iyileştirmekle kalmayıp – ki Singer belli ahlaki kurallar çerçevesinde hayvanların insanlar için kullanılmaya devam edilebileceğinden söz ediyordu – sonuçlarına bakmaksızın ortadan kaldırmak gerektiğini ifade etmektedir¹⁰⁵. Regan gerekçesini şu iki temel soru üzerinden şekillendirmektedir¹⁰⁶:

- Dünyada insanlar dışındaki milyarlarca hayvan arasında, yaşadığı dünyanın ya da başına gelenlerin bilincinde olan var mıdır?
- Eğer varsa, onların başına gelenler, başka herhangi bir varlığın umurunda olsun ya da olmasın, kendileri için önem taşır mı?

Regan, bu sorularına ilişkin olarak özellikle memeli hayvanların ve kuşların yaşamın öznesi olduğuna dair gerekçelerini sıralandırarak, onların da insanlar gibi haklara sahip olması gerektiğini dile getirmektedir¹⁰⁷. Regan, memeliler ve kuşlar dışındaki diğer canlılar için de hak konusunda olumlu görüş belirtse de, onları “*yaşamın öznesi olma*” sınırları içerisine almamaktadır. Regan’a göre, yaşamın öznesi olan hayvanlar ortak duyu, dil, davranış, beden, sinir sistemi ve ortak köken gibi insan-hayvan arasında çeşitli ortaklıklara sahip canlılardır ve bu ortak noktalar da en fazla memelilerde bulunmaktadır¹⁰⁸.

Ortaklıklar noktasından hareketle, Regan'ın teorisinin hissetme yetisine sahip tüm canlıları değil, yalnızca “*bir hayatın öznesi olanları*” kapsadığı söylenebilir.

¹⁰⁵ Regan, s.64.

¹⁰⁶ Regan, s.83.

¹⁰⁷ Regan, ss.90-91.

¹⁰⁸ Regan, ss.84-89.

Regan’a göre, bu canlılar inanç ve arzuları, algısı, belleği ve kendi gelecekleri dahil bir gelecek duygusu olan; zevk ve acı hisleriyle birlikte duygusal bir yaşama sahip; tercih ve refah becerisiyle zaman içinde psikofiziksel bir kimliği taşımaya başlayan; mantıken başka canlılara faydalarından ve başka herhangi bir canlının çıkarlarının nesnesi olmalarından bağımsız olarak, deneyime dayalı hayatlarıyla iyi kötü baş etmeleri anlamında bireysel bir refahı olan varlıkları kapsamaktadır¹⁰⁹.

Yaşamın öznesi olanlar ve olmayanlar noktasında Regan’ın, yaşamın öznesi olanların hak sahibi olmaları gerektiği, yaşamın öznesi olmayanların ise böyle bir haktan mahrum kalmaları eleştiriye açık bir konudur. Öyle ki, Regan bir yandan deontolojik bir yaklaşımı benimseyerek; Kant’ın ödev etiği bağlamında kullandığı temel terimleri ve faydacı etiğe yönelik yapmış olduğu eleştirileri takip etmekte, diğer yandan ise Kant’ın ifade etmiş olduğu “*yalnızca rasyonel varlıklar için ahlaki değer ya da ahlaki statü meşrudur*” anlayışına karşı çıkmaktadır. Ancak Regan tarafından göz ardı edilen nokta, Kant’ın varlık hiyerarşisini kendisinin de belli ölçüde savunmasıdır. Yaşamın öznesi olanlar ve olmayanlar ayrımı, söz konusu hiyerarşinin meşru görüldüğü anlamına gelmekte ve yine Singer’da olduğu gibi mevcut düzenin bir ölçüde devamlılığını haklı çıkarmaktadır.

Eğer bir köpek yaşamın öznesiyken, bir balık yaşamın öznesi olamıyorsa o halde balığın hem köpek için hem de insanlar için kaynak olarak görülmesi doğal olacaktır. Başka bir örnekle açıklandığında, bir yunus yaşamın öznesi ise o zaman yunusların gösteri merkezlerinde şov yapmaları da doğaldır ki aynı hakka sahip insanlar da bu türden bir şovu sirklerde yapmaktadırlar. Çünkü Regan’a göre, yunus ve insan belli ortaklıklar yönünden eşit haklara sahip iki canlıdır. Özetle, Regan’ın görüşü bazı noktalarda eksiklikler taşımakta ve bu eksiklikler mevcut düzenin işleyişine zemin oluşturmaktadır. Bu noktada Francione, hem Singer’ın hem de Regan’ın görüşlerini reddederek, hayvanların hukuksal zeminde statüye kavuşmaları halinde insanlarla eşit ahlaki statüye de kavuşacaklarını ifade etmektedir.

¹⁰⁹ David Sztybel, “The Rights of Animal Persons”, **Animal Liberation Philosophy and Policy Journal**, Cilt:1, Sayı:4, 2006, s.7.

2.3.3. Gary L. Francione ve Eşit Ahlaki Statü Görüşü

Regan, Singer'ın görüşlerine katılmayarak yaşamın öznesi olanlar ve olmayanlar ayrımını yaparken, Francione ise hem Singer'ın hem de Regan'ın görüşlerini tamamıyla reddetmektedir. Francione “*Hayvan Haklarına Giriş – Çocuğunuz mu Köpeğiniz mi?*” adlı kitabında, Regan'ın hayvanların bir takım haklara sahip olduğu ve onların hak sahibi olma statülerini tanımanın, hayvanların kurumsal sömürüsünü sadece kurala bağlamayıp ortadan kaldırmak gerektirdiği yönündeki görüşlerine katılmakla birlikte üç temel noktada ayrıştığını dile getirmektedir¹¹⁰.

Bunlardan birincisi; Francione Regan'ın bir hayatın öznesi şeklinde tanımladığı varlık hiyerarşisine karşı çıkmaktadır. Örneğin, Regan'ın bir yaş ve üzeri bazı kuşlar dahil tüm memelilerin yaşamın öznesi olduğu söylemine karşı çıkarak, tavukların ve diğer kuşların da deneyime dayalı bir hayatı olan, akıllı ve hissetme becerisine sahip varlıklar olduğunu ifade etmektedir. Bunun yanı sıra, balıkların acı hissetmedikleri yönündeki fikre de katılmayarak, balıklara ilişkin yapılan araştırmalarda “*özel yaşantıları olduğu, dolayısıyla da acı çekebilecekleri*” sonucuna varıldığını vurgulamakta ve bu yönüyle tüm balıkların da yaşamın öznesi olarak kabul edilmeleri gerektiği çıkarımını yapmaktadır¹¹¹.

Francione'nin ayrıştığı ikinci nokta, Regan'ın hayatın öznesi olan varlıkların aynı düzeyde ahlaki değere sahip olmalarından dolayı eşit oldukları yönündeki fikridir. Öyle ki, Regan hayvanların bilişsel olarak insanlardan daha alt seviyede olduklarını da ifade etmekte ve buradan hareketle gerçek bir olağanüstü hal durumunda hayvan yerine sadece insanı kurtarmayı seçmeye mecbur olduğumuz sonucunu doğru eylem olarak görmektedir¹¹². Kısacası, Francione hissetme yetisine sahip olmanın ahlaki önem ya da ahlaki statü için yeterli olacağını ve yaşamın öznesi olanlar ve olmayanlar yönünde bir ayrımın gerekli olmadığı görüşünü savunmaktadır.

¹¹⁰ Francione, HHG, s.40.

¹¹¹ Francione, HHG, s.41.

¹¹² Francione, HHG, s.41.

Francione son olarak, Regan'ın ifade etmiş olduğu haklar teorisi desteklensin ya da desteklenmesin, hayvanların mal statüsünden çıkarılması ve birer eşya olmadıkları yönündeki genel fikrin yayılması ile hayvanların da insanlar gibi ahlaki bir öneme sahip olabileceklerini dile getirmektedir. Başka bir ifadeyle, hayvanların hukuksal zeminde tanınması, ahlaki olarak da değeri görebilecekleri anlamına gelmektedir. İşte bu noktada Francione'nin sorguladığı temel soru; “*hayvanlar, insanların malı mıdır?*” olmaktadır.

Francione, buradaki sorunu şu şekilde ele almaktadır: “*Bentham köleliğe karşı çıktığı halde, hayvanların insanların malı olmasını sorgulamaz ve bu da, hayvanlara insanca davranılmasını gerektiren haklar teorisinin işlememesine neden olur*”¹¹³. Bununla birlikte mülkiyetin tarihinden itibaren; hayvanların sadece insanlar tarafından biçilen değeri taşımaları ilkesine dayanan ekonomik statülerden yola çıkarak Francione: “*Hayvanlar sadece meta olarak görülmeye devam ettikleri sürece, onlara karşı uygulanan muamelelerde anlamlı farklılıklar gerçekleşmez.*”¹¹⁴ şeklinde doğru bir tespitte bulunmaktadır.

Bu nedenden dolayı, hayvanlar değersizleştirilerek nesne sınıfına sokulmakta ve hayvan hakları sistemli bir şekilde önemsizleştirilmektedir. Francione, buna karşılık yapılması gereken tek ahlaki şeyin, hayvanların sömürüsüne yol açan tüm pratikleri kurallara bağlamak yerine, onları tümünden kaldırmak olduğuna inanmaktadır. Öte yandan, bu kuralların kaldırılmasının çevre, sanayi ve kurumlarla olan ilişkilerde kökten bir değişikliğe yol açmasının kaçınılmaz olacağı da unutulmamalıdır.

2.3.4. Karşılaştırmalı Değerlendirme

Singer'ın görüşlerini temellendirdiği faydacı etiğin 18. yüzyıldaki öncüsü Jeremy Bentham, hangi varlıkların ahlaki statüye sahip olacağı konusunda; o varlığın rasyonel bir varlık olup olmaması değil, acı çekme yetisine sahip olup olmamasının önemini belirtmektedir. Bentham, sadece insanların ahlaki değere sahip olduğu ya da olması gerektiği yönündeki geleneksel düşüncüyü sorgulayarak, pek çok hayvanın hazzı ve acıyı deneyimleyebildiklerini, bundan dolayı insanların yapmış oldukları

¹¹³ Gary L. Francione, **Animals as Persons**, Columbia University Press, New York, 2009, s.105.

¹¹⁴ Francione, HHG, s.129.

eylemlerde, hayvanların çıkarlarını da ahlaki bir zorunluluk olarak göz önünde bulundurmaları gerektiğini belirtmektedir. Peter Singer da bu anlamda Bentham'ın görüşleri ile paralel bir faydacı düşünür olarak, faydacılara göre en fazla sayıda varlık için en fazla faydanın, hazzın ya da mutluluğun sağlanmasının ahlaki açıdan önemli olan tek mesele olduğunu ifade etmektedir.

Peter Singer'ın Bentham'dan farklılığı ise, Bentham'ın görüşlerini daha net bir hale getirerek bu görüşleri derinleştirmesidir. Singer, faydacıların savunduğu *“insan olmayan hayvanların geleceğe dair herhangi bir planlama yapamamaları ve bu nedenle ölümlerinde temelde bir şey kaybetmedikleri”* yönündeki görüşe katılarak, hayvanların acı çekmeme konusunda çıkarlarının olduğunu, ancak varlıklarını sürdürmek gibi bir çıkarlarının olmadığını ifade etmektedir. Bu nedenden ötürü Singer, endüstriyel hayvancılığa belli ölçüde karşı çıksa da, hayvanların yenmemesi konusunda bir ahlaki gerekliliğin olmadığını düşünmektedir. Öyle ki, kitabında da sağlıklı koşullarda yetiştirilmiş ve acı çektilmeden öldürülmüş bir hayvanı yiyen insana, ahlaki açıdan saygı duyulabileceğini belirtmektedir.

Özetle Singer, “Hayvan Özgürleşmesi” kitabıyla hayvanların da etik bir tartışmanın parçası olduklarını, insanlar kadar hayvanların da acı çekmeme hakkına sahip olduklarını savunmakla birlikte, doğal bir hiyerarşik yapının da bulunduğunu vurgulamaktadır. Bu görüş, insanları birer birey olarak kabul ederken, hayvanları insan amaçları için kullanılan ve yerleri doldurulabilir birer metadan öteye geçirmemektedir. Bu da Singer'ın bir anlamda antroposentrik ve türücü bir faydacı etik savunucusu şeklinde yorumlanmasına vesile olmaktadır.

Tom Regan ise, Singer'dan farklı olarak belirli bilişsel ve deneyimsel kapasitelere sahip her varlığın için¹¹⁵ ahlaki değere sahip olduğunu öne süren deontolojik (Kant etiği/ödev etiği) ve mutlakçı bir yaklaşıma sahiptir. Singer'ın Benthamcı bakış açısının aksine, Regan Kantçı bir açıdan konuyu ele almaktadır. Dolayısıyla iki farklı teoremin savunucuları arasında bir rekabetten de söz edilebilir.

Regan, içkin ahlaki değerlerin acı ve haz duyma yetisi ile ilgili olmadığını, mutlak ve çığnınenemez bir değer olduğunu ifade eden Kant ve Kant etiğinden yola çıkmaktadır. Kant'ın mutlakçı ve deontolojik (ödev etiği) yaklaşımında kullandığı

¹¹⁵ İçkin ahlaki değer kelimesi, varlığın içinde bulunan, varlığın bilincinde yer eden, içsel bir şekilde sahip olduğu ahlaki değeri ifade etmek için kullanılmaktadır.

temel terimleri ve yaptığı eleştirileri takip eden Regan, Kant'ın sadece rasyonel varlıkların içkin ahlaki değere sahip oldukları yönündeki görüşünü sorgulayarak yeniden değerlendirmektedir. Kant'a göre, belirli varlıklar doğalarında bulunan mükemmeliyetten ötürü mutlak ahlaki saygıyı hak etmektedirler ve doğaları gereği bu mutlak ahlaki saygıyı hak etmesi gereken yalnızca insandır. Regan'a göre Kant'ın bu türcü ve antroposentrik savonusundaki hata, mutlak ahlaki değere ve statüye sahip olmak için rasyonel olmanın temel gereklilik olduğunu düşünmesidir.

Regan, ahlaki kaygının, ahlaki eylemi gerçekleştiren kadar o eylemden etkilenenleri de kapsadığını düşünmektedir. Buradan hareketle, Regan'ın savunduğu etik görüş rasyonel olmaktan çok bir yaşamın öznesi olma kapasitesi üzerinde şekillenmektedir. Regan, kendi yaşamı kendisi için bir anlam ifade eden her varlığın – ki bu anlam dilsel bir rasyonaliteye sahip olan insanlarınki ile aynı olmasa da – yaşamın öznesi olduğunu ve dolayısıyla içkin ahlaki değere sahip olduğunu savunmaktadır.

Bir diğer teorisyen Gary Francione ise, hem Singer hem de Regan'ın görüşlerinden yararlanmakta, fakat ahlaki ve ontolojik hiyerarşiye tümünden karşı olan bir duruşu savunmaktadır. Francione de Singer gibi, haz ve acıyı deneyimleme yetisinin ahlaki statü için uygun bir kriter olduğunu savunur. Bununla birlikte, Regan'ın ahlaki değer için tüm varlıklar için içkin olduğu görüşüne de katılmaktadır.

Ancak Singer ve Regan'dan farklı olarak Francione, bir varlığın sahip olduğu bilişsel yetinin ahlaki statüyle ilgili değerlendirmelerde tamamıyla ilişkisiz olduğunu öne sürmektedir. Başka bir ifadeyle, eğer varlık hissedebilir bir varlık ise diğer tüm hissedebilir varlıklar ile eşit olarak içkin ahlaki değere sahiptir.

Francione, varlıkların yaşamın öznesi olmasının ahlaki değere sahip olmak için yeterli olduğunu ancak gerekli olmadığını öne süren Regan'ın aksine, hissetme yetisinin doğrudan ahlaki statüye sahip olmak için hem yeterli hem de gerekli olduğunu öne sürmektedir. Francione buradan hareketle, rasyonel olarak daha gelişmiş olan bir insan ile daha az gelişmiş bir hayvanın çıkarlarını eşit düzeyde görmektedir. Örneğin bir köpeğin, bir kedinin ya da bir filin çıkarları, bir insanın çıkarları ile eşit şekillerde göz önünde bulundurulmalıdır. Ancak bu durum bir köpeğe, kediye ya da file, bir insana davranıldığı gibi davranılmasını da gerektirmemektedir. Nitekim bir hayvanın çıkarlarının, bir insanın çıkarları ile eşit

olarak gözetilmesi o hayvanın oy hakkının bulunduğu anlamına gelmemektedir. Burada Francione'nin kastettiği eşit gözetilme durumu, bir hayvanın acı çekmemekteki çıkarının bir insanın acı çekmemekteki çıkarı ile eşit değerlendirilmesi gerekliliğidir. Buna ek olarak Francione, Singer ve Regan'ın hayvanların varlığını sürdürmekte çıkarlarının olmadığı yönündeki görüşlerini de eleştirerek, insan ve hayvan arasında nasıl acı çekme konusunda ortak bir çıkar söz konusu ise, eşit gözetilme ilkesinden yola çıkarak varlıklarını sürdürme konusunda da ortak çıkarlara sahip olduklarını söylemektedir.

Singer, Regan ve Francione'nin görüşleri belli noktalarda ayrılrsa da, hayvanların mevcut ahlaki durumlarının iyileştirilmesi konusunda hem fikirdirler. Dolayısıyla bu üç teorisyenin görüşleri çerçevesinde yapılacak çıkarım, hayvanların hemen her sektörde metalaştırılmasıdır. Çünkü bir metanın, yalnızca kullanım ve değişim değeri yani ekonomik değeri bulunmaktadır. Bu çıkarım, çözümünün yalnızca etik tartışmalar ile değil, meta eleştirisi çerçevesinde de bir etik tartışma ile mümkün olabileceğini göstermektedir.

Bu noktada, turizmin hayvanlar üzerinden yaratmış olduğu meta üretim alanlarının, insan-hayvan etkileşimi bağlamında değerlendirilmesi ve söz konusu bu alanların etik tartışmalar için ne anlam ifade ettiği bilinmelidir. Tablo 6, turizmin hayvanlar üzerinden gerçekleştirdiği meta üretim alanlarını ve bu alanların etik tartışma konularını göstermektedir¹¹⁶.

Tablo 6: Turist – Hayvan Etkileşiminde Etik Konular

Meta Üretim Alanları	Etik Tartışmalar	Faydalar?
Doğal ortamında yaban hayatı gözlemciliği	Hayvanların çeşitliliği, hayvan türleri ve ekosistem üzerindeki etkiler	Turistin mutluluğu, ekosistemin, hayvan türlerinin korunmasına yönelik edinilen bilgi
Doğal ortamlarında hayvanların beslenmesi	Hayvanların alışkanlık kazanması, hayvanlarda davranışsal değişiklikler, hayvanların sağlık durumlarına ilişkin etkiler	Turistin mutluluğu, daha yoğun bir insan-hayvan etkileşimi, koruma bilinci ve ekosistem üzerindeki faydalar
Esaret altındaki hayvanların gözlemlenmesi ve beslenmesi	Hayvan hakları, meta üretim zinciri içerisindeki hayvanlar, hayvanların çıkarlarını göz ardı etmek	Nesli tükenme tehlikesi altındaki hayvanların yönelik koruma programları, gözlemcilerin

¹¹⁶ Brent Lovelock and Kirsten Lovelock, *Ethics of Tourism*, Routledge, London and New York, 2013, ss.230-231.

		mutluluğu, eğitim, koruma programı için kaynak yaratmak
Esaret altında tutulan hayvanların gösterileri	Hayvanları eğitmenin zararları ya da onlara verdiği acı, hayvanların çıkarlarını göz ardı etmek	Hayvan koruma programları için gelir elde etmek, yaban hayatını korumak için destek olmak
Avcılık	Hayvanların öldürülmesi, hayvan hakları ihlalleri,	Avcının mutluluğu, hayvan-avcı arasındaki deneyimsel ilişkinin kuvvetlenmesi, av ürünleri
Yeşil Avcılık (Yakalama ve serbest bırakma)	Hayvanların acı çekmeleri ve stres altında kalmaları	Hayvan-avcı arasındaki deneyimsel ilişkinin kuvvetlenmesi, doğal hayatı koruma
Turist menülerinde yer alan yaban hayvanlarının yenmesi	Hayvanların öldürülmesi, hayvanlara acı çektilmesi, stres altında tutulmaları, hayvanların gereğinden fazla yok edilmesinin hayvan türleri ve ekosistem üzerindeki olumsuz etkileri	Turistin mutluluğu, yerel halkın gelir elde etmesi
Hayvanlar kullanılarak gerçekleştirilen turlar	Hayvanların acı ve ıstırap çekmeleri, hayvan çıkarlarının gözetilmemesi, hayvan hakları ihlalleri,	Turistin mutluluğu, turist-hayvan etkileşiminin artması
Yarışmaya maruz bırakılan hayvanlar	Hayvanların acı çekmeleri, hayvanların öldürülmesi, sakat bırakılmaları, hayvan hakları ihlalleri	Turistin mutluluğu ve eğlenmesi

Tabloda yer alan meta üretim alanları kısmı, aynı zamanda turizm aktiviteleri şeklinde de ifade edilebilir. Diğer yandan “ *faydalar*” başlığı altında belirtilen ifadeler ise, turizmin hayvanların metalaştırılması konusundaki antroposentrik savunuları şeklinde de değerlendirilebilir. Tablodan da anlaşılacağı gibi, hayvan etiği teorileri içerisinde az önce sözü edilen içkin ahlaki değer, acı çekmeme çıkarı, eşit gözetilme ilkesi ya da yaşamın öznesi olma gibi hayvanlara dair kullanılan ve savunulan pek çok kavram, turizmin hayvanlar üzerinden yaratmış olduğu aktivitelerde geçerli olmamaktadır. Öyle ki, turizmin savunmuş olduğu faydalar, “*turist merkezli*” ya da başka bir deyişle insanı merkeze alan, hayvanları ötekileştiren antroposentrik ve türücü bir yaklaşımın savunularıdır. Dolayısıyla ekonomik düzlemdeki pragmatik görüşün hakim olduğu turizm, zaten metalaştırdığı hayvanların içkin ahlaki değere sahip olup olmaması yönündeki tartışmaların çok uzağında kalmaktadır.

Söz konusu bu durum turizm-kapitalizm arasında nasıl bir ilişki bulunduğunun ve bu ilişkinin turizmde hayvanların metalaştırılması üzerinde nasıl bir rol oynadığının irdelenmesini gerekli kılmaktadır. Bu çerçevede içerisinde, hayvan etiği kuramları açısından turizmin ahlakiliğinin sorgulanması ve mevcut durumun eleştirisi, turizmin hayvanlara yönelik ahlaki sorumluluğunu ortaya koymaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3.1. HAYVAN ODAKLI TURİZM FAALİYETLERİNE META ELEŞTİREL BAKIŞ

İnsanın hiçbir zaman tam olarak başaramasa da geçmişten günümüze tahakküm altına alarak denetlemeye çalıştığı doğayla olan mücadelesinde, kavranabilir dünyadaki merkezi konumunu daha da güçlendirmek adına hem insanlara hem de insan olmayan varlıklara yönelik yapmış olduğu çoğu şey farklı açılardan tartışılmaktadır. Kapitalizm sarmalında bu tartışma alanlarından biri de insan – hayvan ilişkisidir. İnsanın gerek doğal kaynakları gerekse doğal kaynaklar içerisinde gördüğü hayvanları kendi amaçları uğruna kullanma hırsı; besicilik, laboratuvar deneyleri, eğlence sektörü, turizm sektörü gibi pek çok alanda kendini göstermektedir. Bu alanların kendi içindeki argümanı ise, hayvanların rasyonel varlıklar olmayışı ve bu nedenle her türlü insan amacına hizmet edebilecekleri yönündedir.

Bu bölümde kapitalizm – turizm ilişkisi, kapitalizmin hükümranlığındaki turizmin hayvanlar üzerinden gerçekleştirdiği meta üretimi ve bunun eleştirisinden söz edilmektedir. Dünyadan ve Türkiye’den turizmde hayvanların nasıl metalaştırıldığına yönelik çeşitli örnekler ile turizmde hayvanların ahlaki statüsü irdelenerek, turizmin hayvanlara dair ahlaki sorumluluğunun bir eleştirel tahlili yapılmaktadır. Bu bağlamda, öncelikle turizmin kapitalizmle olan yakınlığı ve bu yakınlığın turizm açısından sonuçlarının tartışılması, turizmde meta üretiminin eleştirel bir tahlilinin yapılabilmesi için gereklidir.

3.1.1. Kapitalizm - Turizm ve Metalaştırdıkları

Kapitalizm ve turizm birbirlerinin karşıtlığını yaratan ve birbirlerinden beslenen iki olgu olarak değerlendirilebilir. John Urry “*Mekânları Tüketmek*” adlı kitabında bu ilişkiye değinerek, birbirleri arasındaki yakın temasa dikkat çekmektedir¹¹⁷. Urry kitabında, kapitalizmin evrilmesiyle seyahat ve buna bağlı olarak turizm biçimlerinin de değiştiğini; kapitalizm öncesi örgütlü, keşifsel bir seyahat biçiminin olduğunu, liberal kapitalizm ile birlikte zengin insanların bireysel seyahatlerinin fazlalaştığını, örgütlü kapitalizmde örgütlü kitle turizminin hız

¹¹⁷ John Urry, *Consuming Places*, Routledge, London, 1995, ss.147-148.

kazandığını ve son olarak içinde bulunduğumuz örgütsüz kapitalizm döneminde ise bütün yönleri ile simüle edilmiş/ estetikleştirilmiş bir deneyimin yaşandığı turizm biçiminden söz etmektedir¹¹⁸.

İçinde bulunduğumuz örgütsel kapitalizm döneminde söz konusu turizm biçimini ise Ritzer şu şekilde senaryolaştırmaktadır¹¹⁹;

“Baba işyerinde kredi kartı borçlarının faizlerini ödemek için çalışırken, anne evde televizyon karşısına geçmiş alışveriş kanalını izlemektedir. Evin oğlu, arka odada, sanal üniversitede günün derslerini bitirmiş, sanal alışveriş sitelerinde sörf yapmaktadır. “Hafta sonu tatilimizi nerede geçireceğiz anne?” diye seslenir. “Şehir dışındaki büyük alışveriş merkezine gideriz. Sen spor mağazasında yapay kaya tırmanışı yaparken biz de babanla dükkânlara girip çıkar, akvaryum bölümünü gezeriz; sonra da yağmur ormanları konulu restoranda buluşup bir şeyler atıştırırız” cevabıyla tatmin olarak, yeni çıkan CD’yi sanal alışveriş listesine ekler”.

Ritzer’ın bu senaryosu tam da Baudrillard’ın “*Simülarklar ve Simülasyon*” adlı kitabında bahsettiği “gerçek” ile “sahte” arasındaki farkı ortadan kaldıran bir simülasyonun¹²⁰ turizme yansıması şeklinde değerlendirilebilir. Bu bağlamda turizm faaliyetlerini de içine alan boş zamanın artık bireysel dinginlik, düşünsel derinlik ve özgür tercihlerin zamanı olmadığı, kapitalizmin kârı artırmak için ürettiği metaların, kurgusal yaşam deneyimlerinin, alışveriş etkinliklerinin, paket eğlencelerin, medya gösterimlerinin ve kaçışçı eğilimlerin adresi haline geldiği ifade edilmektedir¹²¹. Dolayısıyla turizmin de, kültür dâhil olmak üzere dokunduğu her şeyi metaya çevirmeyi amaçlayan bir sistemin parçası haline geldiği ve bu sayede kapital ve tur kavramlarının “izm” son ekinde buluşarak meta üretim zincirini genişletmek ve aynı oranda tüketimi artırmak amacıyla bir araya gelen türdeş akımlar olmaya başladığı söylenebilir.

Argın, üretim ve tüketim odaklı yaşamı dikte eden, insanı yakaladığı hemen her yerde köşeye sıkıştıran, hangi alanda ve hangi durumda olursa olsun bir virüs

¹¹⁸ Urry, s.147.

¹¹⁹ Aktaran Semra Aktaş Polat, “Üstgerçeklik ve Turizmin Sonu”, **CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt:13, Sayı:1, 2015, s.128.

¹²⁰ Jean Baudrillard, **Simülarklar ve Simülasyon**, çev. Oğuz Adanır, Doğu Batı Yayınları, Ankara, s.16.

¹²¹ Ömer Aytaç, “Kapitalizm ve Boş Zaman”, **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt:6, Sayı:1, s.20.

gibi insanı saran ve etkisi altına alan günümüz örgütsüz kapitalizm biçimini “*Pan-Kapitalizm*” şeklinde ifade etmektedir¹²². Günümüz Pan-kapitalizminin sağ kolu ya da metaforu olarak adlandırılan turizmde de bu virüs kendisini göstermekte ve iyiden iyiye yayılmaktadır. İşte bu durum, turistlerce, naif birer deneyimden ibaret olduğu zannedilen turistik hareketlerin, aslında Pan-kapitalizmin turizmde kendi meşru zeminini güçlendirdiğini göstermektedir. Böylelikle otantiklik, macera, eğlence, doğal yaşam, hayvanlar vb. çekim güçleri ile doğal ve kültürel çevreye ait her unsurun tüketim mekanizması içerisinde yer alması gerektiği empoze edilmektedir.

Argın’ın ifade ettiği pan-kapitalizm ya da diğer adıyla yeni kapitalizm/örgütsüz kapitalizm¹²³; geç modernlik, geç kapitalizm, postmodernizm, post-fordizm olarak da formüle edilen içinde bulunduğumuz döneme denk gelmektedir. İnsana/topluma/doğaya dönük içinde barındırdığı kimi tehditler ve tehlikeler ile de sosyal teorisyenlerin yoğun kaygılar beslemesine yol açmaktadır¹²⁴.

Söz konusu bu kaygılar, sosyal bir olgu olan turizm için de geçerlidir. Öyle ki, turizm ülkeler için yarattığı ekonomik değerler ile önemli bir hizmet sektörü konumundayken, diğer yandan toplumsal ve çevresel olarak yarattığı tehdit ya da tehlikeler ile de çeşitli kaygıları ortaya çıkarmaktadır. Bu kaygı ya da tehlikelerden birisi de turizm sektöründe hayvanların metalaştırılması ve turizmin farklı alanlarında hayvanlar üzerinden yaratılan meta üretim biçimleridir.

Kapitalizmin turizm ile olan yakın ilişkisi, boş zamanın kapitalizm için gerekli ve hayati bir pazar olmaya başlaması ile açıklanabilir. Başka bir ifadeyle, boş zamanının da meta değeri taşıyan bir alan olduğunu fark eden kapitalizm, turizmi de ana damarlarından biri haline getirmiştir. Argın’ın ifadesiyle, kapitalist sistemin

¹²² Pan, bütün – tüm anlamı veren Yunanca önektir. Şükrü Argın kitabında kapitalizmin vehametini vurgulamak adına bu kavramı kullanmaktadır. Şükrü Argın, **Yaşlanan İnsanlık, Gençleşen Kapitalizm**, Agora Kitaplığı, İstanbul, 2009, s.2.

¹²³ “Yeni kapitalizm/örgütsüz kapitalizm” terimi, John Urry, Scott Lash ve Claus Offe tarafından ileri kapitalizmin ekonomisi, devleti ve sivil toplumunda sosyo-ekonomik gruplarda gözlenen parçalanmayı ifade etmek üzere kullanılmaktadır.

¹²⁴ Ömer Aytaç ve Süleyman İlhan, “Yeni Kapitalizmin Kaotik Evreni: Belirsizlik, Sömürü ve Ahlaki Kriz”, **DEÜ Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt:10, Sayı:1, 2008, s.184.

temel amaçlarından biri her türlü boş zamanı “*fethetmektir*”¹²⁵. Bunun zeminini hazırlayan ise kapitalizmin odak noktasının püritanizmden hedonizme doğru kaymasıdır¹²⁶. Diğer bir ifadeyle, ritüel zevklerden arınmış, tembelliği/aylaklığı aforoz etmiş, bedensel hazzı denetim altına almış, çalışma ve üretmeyi bir anlamda dini ibadete dönüştürmekten çok artık eğlencenin, fiziki ve psikolojik hazzın, zevklerin, deneyimlerin önemli olduğu bir döneme geçiş yapılmıştır¹²⁷.

Kapitalizm ve turizm arasındaki bu sıcak ilişki, zamanla turizmin her alanında kendini göstererek canlı-cansız, soyut-somut ayrımı gözetmeksizin hemen her şeyi metalaştırarak tüketime sunan, kâr dışında hiçbir şeyi erdem kabul etmeyen bir hal almıştır. Bu durum, turizmin kendi ahlaki sorumluluğunun “para” dışında ne olduğu sorusunu akla getirmektedir. Öte yandan, yalnızca ekonomik yönüyle araçsallaştırılmayan bir turizm, kapitalist sistem içerisinde hangi yönüyle var olabilecektir. Turizm, Marx’ın “*kapitalizm, gölgesini satamadığı ağacı keser*” sözündeki kapitalizmin himayesindeki ağacı mı yoksa doğanın bir parçası olan ağacı mı ön planda tutmalıdır?

Söz konusu bu sorular, turizmin felsefi zeminde etik bir tartışmaya ihtiyaç duyduğunu ve bu tartışmanın turizmin geleceği ya da yaygın tabirle sürdürülebilir kılınması adına önemli olduğunu göstermektedir. Öyle ki, sadece üreten ve tüketen bir turizmin geleceğinden söz etmek mümkün olmayacaktır. Bu bağlamda, özellikle Bauman ve Debord’un söyledikleri turizm ile ilişkilendirildiğinde, turizmin metalar dünyasından ibaret olduğu ve söz konusu metaların gösteriden ya da göstergedan öte olmadığı sonucu çıkmaktadır. Nitekim Bauman, metaların değişim (mübadele) değerlerinin ortadan kalktığını ve yarar işlevinden çok gösterge işlevinin bulunduğunu vurgularken¹²⁸, Debord ise, metaların şenlikli bir gösterinin unsurları

¹²⁵ Şükrü Arın, “Kapitalist Toplumda İşin ve İşgücünün Kaderi: Fordizmden Post-Fordizme”, **Birikim Dergisi**, Sayı 41, 1992, s.36.

¹²⁶ Veysel Bozkurt, **Püritanizmden Hedonizme Yeni Çalışma Etiği**, Alesta Yayınları, Bursa, 2000.

¹²⁷ Umut Osmanlı ve Sevede Kaya, “Püritanizm’den Hedonizm’e Değişen Boş Zaman Kavramı”, **Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi**, 2014, s.10.

¹²⁸ Zygmunt Bauman, **Özgürlük**, çev. Vasıf Erenus, Sarmal Yayınları, İstanbul, 1997, s.83.

olduğunu ifade etmektedir¹²⁹. Onlar tüketim kültürünün egemenliğindeki dünyanın metalar dünyası olduğunu söylerken, buradan yapılacak olan çıkarımın turizmin de metalaşan ve metalaştıran bir yapıda olduğudur.

Bu bağlamda, turizmin canlı-cansız, soyut-somut ayırt etmeksizin her türden şeyi metaya çeviren yapısı, hayvanlar için de geçerlidir. Hayvanlar binlerce yıldır insan eğlencesi uğruna kullanılmakta, katılımcıların/seyircilerin eğlenceli bulduğu yunus şovları, sirkler vb. gösteriler için eğitilmekte, rodeo, at yarışı, tazi yarışı, boğa ya da deve güreşi, avcılık gibi spor adı altında yapılan faaliyetlerde eziyete uğramakta, kısacası insanlar tarafından birer performansçıya ve yarışçıya dönüştürülmektedir¹³⁰. Regan'ın hayvanlara yönelik ifade etmiş olduğu “performansçı” ve “yarışçı” kavramları, hayvanların birer meta haline dönüşmeleri ile ilgilidir. Hiç şüphesiz bunun sorumlusu ise, pan-kapitalizm sarmalındaki turizm ve onun bileşenleridir. Bu nedenledir ki, Regan kendi kitabında ve felsefesinde kafeslerin, havuzların boşalmasını ve gösteri yapan hayvanların tamamının serbest bırakılmasını istemektedir. Ancak bunun olabilmesi, turizmin hayvanları birer ürün olarak görmemesi ve onları turistlere/ziyaretçilere pazarlamaması ile birlikte, tüketicilerin de bu tür bir “zevk” ten kendilerini “mahrum bırakmak istemeleri” ile gerçekleşebilecektir.

3.1.2. Turizm Sektöründe Hayvanların Ahlaki Statüsü

Hem arz hem talep yönünden turizmin hayvanları kendi amaçları doğrultusunda kaynak olarak gören antroposentrik duruşu, turizmin sorgulanış biçimi bakımından iki temel soruyu gündeme getirmektedir: *Turizmde hayvanların ahlaki bir statüsü var mıdır? Eğer yoksa böyle bir statü olmalı mıdır?*

Kapitalizm ve turizm ilişkisinin tamamen iç içe geçmiş, pragmatist ve makyavelist bir anlayışın egemenliğindeki türdeş akımlar olduğu bilinmektedir. Bu durum, turizmin dokunduğu her şeyi metaya çeviren, kapitalin desteğinde ve destekçisi konumundaki yapısına meşru bir zemin kazandırmakta, böylece turizmin olumsuz etkilerinin artmasına da sebep olmaktadır. Doğanın ve sosyal yapının,

¹²⁹ Guy Debord, **Gösteri Toplumu ve Yorumlar**, çev. Ayşen Ekmekçi ve Okşan Taşkent, Ayrıntı Yayınları (Beşinci Basım), İstanbul, 2014, ss.46-47.

¹³⁰ Regan, s.187.

turizm ve kapitalizmin egemenliğinde olmadığı, yalnızca kapitalizmin bir fonksiyonu olarak ekonomik yönden araçsallaştırılmadığı bir turizm biçiminin mümkün olduğu çeşitli yazarlar tarafından dile getirilmektedir^{131;132}. Aynı zamanda, sürdürülebilirlik ilkesine uygun makul bir üretim ve tüketim düzeyine sahip, etik kaygıları da olan bir turizmin kendi geleceğini koruma altına alabileceği de bilinmektedir^{133;134}. Bu durum, turizmin hayvanlar ile olan ilişkisinde de eleştirel bir dönüşümü gerekli kılmaktadır. Bu dönüşüm ise, en başta sorulan iki sorunun yanıtı ile doğru orantılıdır.

Hayvanlar turizmde meta olarak algılanmakta ve ilk bölüme bahsedilen çeşitli alanlarda kullanılmaktadır. Bu durum özellikle turizmde arzı oluşturanlar için kesin olmakla birlikte, “Turizmde hayvanların metalaştırılmasına dair dünyadan ve Türkiye’den Örnekler” kısmında açıklanmaktadır¹³⁵. Turizm arzını oluşturanlar için, eğer hayvanlar yalnızca kaynak olarak görülüp metalaştırılıyorsa, o halde turizm arzını sunanlar bakımından hayvanların ahlaki statüsünden söz etmek de mümkün değildir. Nitekim, metaların ahlaki bir statüye sahip oldukları düşünülemez. Dolayısıyla, turizm arzı bakımından düşünülebilecek tek şey deontolojik bir yaklaşım ile hayvanlara kötü davranılmaması olacaktır. Bu görüş de, yine turizm arzını sunanlar için hayvanların ahlaki bir statüde olduklarını göstermemektedir. Nitekim deontolojik görüşe göre hayvanlar rasyonel varlıklar olmadıkları gerekçesiyle ahlaki bir statüye sahip olamamaktadır. Diğer yandan Francione’nin de dediği gibi; “*Hayvanlar salt birer meta olarak görülmeye devam ettikleri sürece, onlara karşı davranışlarımızda anlamlı farklılıklar gerçekleşmesi mümkün*

¹³¹ Esther Neuhaus ve Jefferson Souza da Silva (eds.) , “Another Tourism Is Possible! Reflections about inequalities, resistance struggles and alternatives in tourism development”, **World Social Forum**, Porto Alegre, January 2005.

¹³² George Zachariah, “Another Tourism is Possible: A Theological Critique of Commercial Tourism and Re-imagining Tourism as Mission of Incarnation”, Programme For Theology and Cultures in Asia, **Taminalu Theological Seminary**, India, 2012.

¹³³ David A. Fennell, **Tourism Ethics**, Clevedon, UK, Channel View Publications, 2006.

¹³⁴ Clare Weeden, **Responsible Tourist Behaviour**, New York, Routledge, 2014.

¹³⁵ Bakınız. s.72.

değildir”¹³⁶. Özetle, turizm arzı açısından hayvanlar ahlaki bir statüye sahip değillerdir ve sahip olmaları da gerekmemektedir.

Hayvan odaklı turizm faaliyetlerini talep edenler açısından ise, durum biraz farklıdır. Nitekim, günümüz şartlarında talep arzı şekillendirebilmektedir. Dolayısıyla, talep edenlerin hayvanlara yönelik bakış açıları aynı zamanda arzı da dönüştürebilecek niteliktedir. Bu da, o turizm faaliyetini talep eden kişilerin antroposentrik ya da ekosentrik dünya görüşleri ile paralellik göstermektedir. Özellikle son yıllarda nasıl çevreci ürünlere yönelik olan talep artmış ve arzı da bu anlamda dönüştürmüş ise, turizmde hayvanların kullanımına ilişkin de aynı bakış açısı geliştirilebilir. Böylelikle, hayvanların da turizm sektörü içerisinde yalnızca meta olarak görülmesinin önüne geçilerek, onların da yaşamın birer öznesi olarak ahlaki bir statüye kavuşturulmaları sağlanabilir.

Bu bağlamda, en başta sorulan iki sorunun cevabı arz ve talep açısından farklılık göstermekle birlikte, turizm talebini oluşturan kişilerin turizm arzını sunanlar üzerinde oluşturabileceği ahlaki baskı, hayvanların ahlaki statüye kavuşabilmeleri noktasında bir gerekliliğe işaret edebilir. Aksi takdirde, esaret altında tutulan, gösteri yaptırılan, spor adı altında katledilen, yarışmaya maruz bırakılan veya işçi olarak çalıştırılan hayvanların herhangi bir ahlaki statüye sahip olmaları mümkün olmayacaktır.

Söz konusu bu durum, kapitalizm-turizm ilişkisi temelinde bir meta eleştirisi ile mümkün olabilir. Bu da geçmişten beri süregelen Marksist tartışmaların turizm bağlamında ele alınması ve bu bağlamda, metaların üretim sürecinin yeniden gözden geçirilmesini gerekli kılmaktadır. Turizmin gerek akademik çalışmalarda gerekse sektörel uygulamalarda ele alınış biçiminin sürekli olarak; “nasıl turizmden daha fazla para kazanılabilir, verimlilik nasıl artırılabilir ve bir destinasyon daha iyi nasıl pazarlanabilir” türünden salt maddiyatçı ve makyavelist bakış açısı, sürdürülebilir kılınmak istenen turizmin de önündeki en büyük engellerden birisidir. Bu nedenle, hayvanlar üzerinden yapılacak olan bir meta eleştirisi yalnızca hayvanlar ve turizm ilişkisini değil, aynı zamanda turizmin tüm paydaşlarına yönelik de bir eleştiri olacaktır. Bir anlamda eleştirel perspektiften turizme bakmak ve yalnızca mevcut

¹³⁶ Francione, s.15

duruma odaklanarak o durumun nasıl düzeltilileceğinden çok, o durumun altında yatan sebeplerin neler olduğu yönündeki düşünümü de ortaya koymaktır. Başka bir deyişle, hem turizmin bileşenlerinin çıkarlarını göz ardı etmemek – ki bu pek mümkün olamamakta – hem de turizmin metalaştırdığı hayvanların refahına ve haklarına saygı göstermemenin, onları ahlaki bir statüden mahrum bırakmanın temelinde yatan nedenleri tartışabilmektir.

İşte bu noktada, turizmin ve turizm çalışmalarının ekonomi ya da işletme odaklı makyavelist paradigmadan eleştirel paradigmaya doğru kayması ya da kayabilmesi turizmde metalaşmaya ilişkin tartışmaların da yapılabilmesinin önünü açacaktır. Öyle ki, pek çok yazar da söz konusu duruma vurgu yaparak özellikle küreselleşme, sürdürülebilir turizm, Marx'ın ekonomi politiği gibi konular ile turizmin metalaştırdıklarına dair eleştirel yazılar yazmakta ve araştırmalar yapmaktadır^{137;138;139;140;141;142}. Bu çalışmaların artması, Bianchi'nin “*eleştirel dönüşüm (critical turn)*” olarak adlandırdığı bir paradigmaya geçişi de kolaylaştıracaktır. Böylelikle hem teorik anlamda hem de pratikte turizmin eleştireliliği artacak ve bu durum turizmde metalaşan her türlü çevresel (ekosistem, hayvanlar vb.) ve sosyolojik (kültür, dil, otantiklik vb.) konunun tartışılmasına yol açacaktır. Bu tartışmalar ise, farklı düşünümelerin ortaya çıkmasına neden olacak ve turizmin meta üretim zinciri içerisindeki ekonomik araçsallığı farklı zeminlerde de eleştirel bir bakış açısı kazanacaktır.

¹³⁷ Thomas M. Butynski and Jan Calina, “Gorilla Tourism: A Critical Look”, **Conservation of Biological Resources**, (Eds. E.J. Milner-Gulland and Ruth Mace), Blackwell Science, Oxford, 1998 (Online Published 2009), ss.294-388.

¹³⁸ Dimitri Ioannides and Keith Debbage, “Post-Fordism and Flexibility: The Travel Industry Polyglot”, **Tourism Management**, Cilt:4, Sayı:18, 1997, ss.229-241.

¹³⁹ Raoul V. Bianchi, “The ‘Critical Turn’ in Tourism Studies: A Radical Critique”, **Tourism Geographies**, Cilt:4, Sayı:11, 2009, ss.483-504.

¹⁴⁰ Chris Gibson, “Geographies of Tourism: Critical Research on Capitalism and Local Livelihoods”, **Progress in Human Geography**, Cilt:4, Sayı:33, 2009, ss.527-534.

¹⁴¹ Robert Fletcher, “Sustaining Tourism, Sustaining Capitalism? The Tourism Industry's Role in Global Capitalist Expansion”, **Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment**, Cilt:3, Sayı:13, 2011, ss.443-461.

¹⁴² Raoul V. Bianchi, “Tourism, Capitalism and Marxist Political Economy”, **Political Economy of Tourism: A Critical Perspective**, (Ed. Jan Mosedale), Routledge, Abingdon, 2011, ss.17-37.

3.1.3. Turizmin Hayvanlara Dair Ahlaki Sorumluluğu

İnsanın doğanın bir parçası olduğu bilinci (antik çağ); ya da insanın ve doğanın, her ikisinin de Tanrı'nın yarattığı varlıklar olduğu inancı (orta çağ), doğal kaynakların kullanımını doğa lehine sınırlamıştır. Ancak, modern çağla birlikte doğanın canlılığı ve kutsallığı kavrayışı, yerini makine – doğa kavrayışına bırakmış ve insanın doğa ile ilişkisindeki kullanım hakkı genişletilmiştir. Endüstri devrimi ve kapitalizmin yükselişi, “doğanın efendisi” ilan edilen insanın doğayla ilişkisinde radikal bir dönüşüme yol açmıştır. Artık söz konusu olan insan – doğa ilişkisi değil, insanın merkezde doğanın ise arka planda yer aldığı, “insan – çevre” ilişkisidir. Bu bağlamda, özünde kendisi de doğal çevrenin bir parçası olan insan, kendi varlık koşullarını üretmek, hayatını “sürdürülebilir!” kılmak, eğlenmek ve kendini gerçekleştirmek gibi bir takım ihtiyaç ve isteklerini karşılayabilmek adına çevreyi dönüştürmektedir. Ayrıca doğrudan veya dolaylı olarak doğal kaynakları yok etmekte ve “insanmerkezci” yani türcü yapısı ile kendi türü dışındaki canlılara yaşam alanı bırakmamaktadır.

Kapitalizmin merkezinde yer alan turizm sektörü için de bu durum geçerli olmakla birlikte, gerek turizm arzını oluşturanlar gerekse söz konusu arzı talep edenler açısından konunun dikkate alınması ve etik bir tartışma başlatılması gerektiği açıktır. Öyle ki, turizmin yalnızca yarattığı ekonomik olumlu etkilerden söz etmek ve sırf bu nedenle sürdürülebilir kılınmasını istemek makyavelist bir düşünce olacak, sürdürülebilirliğin felsefesi ile kesinlikle bağdaşmayacaktır.

Nitekim sürdürülebilir turizm, içerisinde çevresel, ekonomik ve kültürel etik kaygıları bütünsel olarak taşıyan bir turizm biçimidir. Bu felsefeye dayalı olmayan turizm ise; doğal yaşamı yok etmek, ekosisteme zarar vermek, hayvan haklarını ihlal etmek ya da eğlence adına hayvanları esaret altında tutmak gibi, kendi sürdürülebilirliği adına kaynak olarak gördüğü her şeyi tüketmektedir.

Bu türden salt tüketim odaklı bir turizm hayvanlara yönelik olarak da etik bir kaygı taşımamaktadır. Yunus gösteri merkezleri, hayvanların kullanıldığı sirkler, hayvanat bahçeleri, boğa/deve güreşleri ve av turizmi gibi hayvan odaklı turizm faaliyetlerinin yanı sıra, hayvanlara yaşam alanları bırakılmaksızın gerçekleştirilen turistik yatırımlar gibi aslında Pan-kapitalizm temelinde turizmin doğrudan veya

dolaylı olarak neden olduğu olumsuz sonuçlar söz konusu duruma örnek oluşturmaktadır.

Pan-kapitalizm temelinde gerçekleşen “*insanmerkezci*” tüm bu olumsuz yapının ardında yatan nedenin; insanların kendi hayatlarını tüketim odaklı bir yaklaşım ile şekillendirmeleri ve ahlaki bir sınavdan geçirmemeleri olduğu söylenebilir. Nitekim insanmerkezciliğin, etik ilkelerin yalnız insan için söz konusu olduğunu, insan gereksinim ve çıkarlarının en yüksek değer, hatta tek değer olduğunu ileri süren bir felsefi görüş olduğu göz önünde bulundurulduğunda¹⁴³, pan-kapitalizmin himayesindeki turizmin de bu merkezîyetçiliği güçlü bir şekilde içinde barındırdığı açıktır.

Turizm yazınındaki birçok yazar da, söz konusu insan merkezîyetçi yapıya dikkat çekerek çalışmalarında turizmin gelişiminde hayvan etiği bağlamında hayvan hakları ve hayvan refahı konularının göz ardı edildiğini ifade etmekte ve bu konudaki çalışmaların artması gerektiğinin altını çizmektedirler¹⁴⁴. Örneğin Hall ve Brown, sürekli gelişen turizmin hayvan hakları ve hayvan refahı konularını göz ardı ettiğini ifade etmektedir¹⁴⁵. Diğer yandan Çalık ve Çiftçi, hayvanların şov ve eğlence amaçlı olarak turizm sektöründe yoğun bir şekilde kullanılmalarının hak ve refah bağlamında değerlendirilmesinin eksikliğine vurgu yapmaktadırlar¹⁴⁶.

Daha önceki bölümlerde ifade edildiği gibi Singer, Degrazia, Regan ve Francione gibi pek çok hayvan etiği teorisyeni, yine hayvanların farklı alanlarda kullanımına dikkat çekmekte ve onların da “eşit gözetilme ilkesi” ne bağlı olarak hakları ve ahlaki statüleri olabileceği üzerine farklı görüşler savunmaktaydılar. Bu farklı görüşlerin turizmde ele alınışı ise son derece yetersizdir. Turizm yazınında özellikle 2010 yılı sonrası hayvan etiği tartışmalarının arttığı ve buna yönelik çalışmaların yine bu tarihten sonra hız kazandığı anlaşılmaktadır.

¹⁴³ Harun Tepe, Çevre Etiği: Toprak Etiği mi yoksa İnsan Etiği mi?, **Felsefelogos Ekoloji Felsefesi ve Etiği**, Cilt:6, Sayı:2, 1999, s. 48.

¹⁴⁴ Fennell, s.6.

¹⁴⁵ Derek Hall and Frances Brown, “Towards a Welfare Focus for Tourism Research”, **Progress in Tourism and Hospitality Research**, Cilt:1, Sayı:2, 1996, s.46

¹⁴⁶ Azade Özlem Çalık ve Gülsel Çiftçi, “Animal Ethics in Tourism”, **International Journal Of Business and Management Studies**, Cilt:1, Sayı:5, 2013, s.45.

Tablo 7’de turizmde hayvanların kullanılması, hayvan etiği ve hayvan hakları bağlamında yapılan tartışmaların tarihsel süreç içerisinde nasıl geliştiği, ne tür çalışmalar yapıldığı gösterilmektedir¹⁴⁷. Bu tablo, hem turizmde hayvan etiği ve hayvan hakları konusunda yapılan çalışmaların bibliyografyası niteliğinde olması, hem de uluslararası turizm yazınında konunun ele alınış biçimlerini göstermesi bakımından önemlidir.

Tablo 7: Uluslararası Turizm Yazınında Turizm ve Hayvan Etiği Tartışmaları

Yazar	Çalışmanın Adı	Yılı	Yayın Türü	Yayımlandığı Yer
Chilla Bulbeck	The 'Nature Dispositions' of Visitors to Animal Encounter Sites in Australia and New Zealand	1999	Makale	Journal of Sociology, Vol.35(2), 129-148
Peter Mason	Zoo Tourism: The Need for More Research	2000	Makale	Journal of Sustainable Tourism, Vol.8(4), 333-339
Alan Beardsworth & Alan Bryman	The Wild Animal in Late Modernity The Case of the Disneyization of zoos	2001	Makale	Tourist Studies, Vol.1(1), 83-104
Peter Hughes	Animals, Values and Tourism	2001	Makale	Tourism Management, Vol.22(4), 321-329
Derek R. Hall & Frances Brown	Tourism and Welfare: Ethics, Responsibility and Sustained Well-being	2006	Kitap	CABI: UK & USA
David A. Fennell	Tourism Ethics	2006	Kitap	Channel View Publications: New York – Ontario
Brian Garrod	Marine Wildlife Tourism and Ethics	2007	Kitap Bölümü	Marine Wildlife and Tourism Management (Eds. James Higham & Michael Lück) içinde ss. 257-271 CABI: UK & USA
Amir Shani & Abraham Pizam	Towards an ethical framework for animal-based attractions	2008	Makale	International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol.20(6), 679-693
David A. Fennell	Tourism Ethics Needs More Than a Surface Approach	2008	Makale	Tourism Recreation Research, Vol.33(2), 223-224
Christen	Elephants and Ethics	2008	Kitap	The Johns Hopkins

¹⁴⁷ Yazar tarafından derlenmiştir.

Wemmer & Catherina A. Christen (Editörler)	Toward a Morality of Coexistence			University Press: Baltimore
Neil Carr	Animals in the tourism and leisure experience	2009	Editöryal	Current Issues in Tourism, Vol.12(5-6), 409-411
Erik Cohen	The Wild and the Humanized: Animals in Thai Tourism	2009	Makale	Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research, Vol.20(1), 100-118
David A. Fennell & Agnes Nowaczek	Moral and Empirical Dimensions of Human–Animal Interactions in Ecotourism: Deepening an Otherwise Shallow Pool of Debate	2010	Makale	Journal of Ecotourism, Vol.9(3), 239-255
Warwick Frost (Editör)	Zoos and Tourism Conservation, Education, Entertainment	2011	Editörlü Kitap	Channel View Publications: Bristol-Buffalo-Toronto
Georgette Leah Burns, Jim MacBethb & Susan Moorec	Should Dingoes Die? Principles for Engaging Ecocentric Ethics in Wildlife Tourism Management	2011	Makale	Journal of Ecotourism, Vol.10 (3), 179-196
John Dobson	Towards a Utilitarian Ethic for Marine Wildlife Tourism	2011	Makale	Tourism in Marine Environments, Vol.7(3-4), 213-222
David A. Fennell	Tourism and Animal Ethics	2012	Kitap	Routledge: USA and Canada
David A. Fennell	Tourism and Animal Rights	2012	Makale	Tourism Recreation Research, Vol.37(2), 157-166
David A. Fennell	Tourism, Animals and Utilitarianism	2012	Makale	Tourism Recreation Research, Vol.37(3), 239-249
Matt W. Hayward ve diğeri	Animal Ethics and Ecotourism	2012	Editöryal	South African Journal of Wildlife Research, Vol.42 (2), iii-v.
Erik Cohen	Tiger Tourism: From Shooting to Petting	2012	Makale	Tourism Recreation Research, Vol.37 (3), 193-204
Amir Shani	Tourism and Animal Rights: More than Meets the Eye	2012	Makale	Tourism Recreation Research, Vol.37 (3), 276-277
David A. Fennell	Tourism and Animal Welfare	2013	Makale	Tourism Recreation Research, Vol.38(3), 325-340
David A. Fennell	Contesting the Zoo as a Setting for Ecotourism,	2013	Makale	Journal of Ecotourism, Vol.12(1), 1-14

	and the Design of a First Principle			
Giovanna Bertella	Ethical Content of Pictures of Animals in Tourism Promotion	2013	Makale	Tourism Recreation Research, Vol.38(3), 281-294
Olga Yudina & David A. Fennell	Ecofeminism in the Tourism Context: A Discussion of the Use of Other-than-human Animals as Food in Tourism	2013	Makale	Tourism Recreation Research, Vol.38(1), 55-69
David A. Fennell	Ecotourism, Animals and Ecocentrism: A Re-examination of the Billfish Debate	2013	Makale	Tourism Recreation Research, Vol.38(2), 189-202
Brent Lovelock & Kirsten Lovelock	The Ethics of Tourism: Critical and Applied Perspectives	2013	Kitap	Routledge: London-New York
Rakesh Chandra	Utilizing Utilitarianism: Animal Rights in Tourism	2013	Makale	Tourism Recreation Research, Vol.38(2), 255-257
Azade Özlem Çalık & Gülsel Çiftçi	Animal Ethics in Tourism	2013	Makale	International Journal of Business and Management Studies, Vol.5 (1), 160-177
Erik Cohen	Recreational Hunting: Ethics, Experiences and Commoditization	2014	Makale	Tourism Recreation Research, Vol.39(1), 3-17
Neil Carr	Dogs in the Leisure Experience	2014	Kitap	CABI: UK - USA
Kevin Markwell (Editör)	Animals and Tourism: Understanding Diverse Relationships	2015	Kitap	Channel View Publications: Bristol-Buffalo-Toronto

Tablo 7’den de anlaşılacağı üzere, turizmde hayvanların ahlaki statüsünün etik kuramlar bağlamında ele alınması çok eskiye dayanmamaktadır. Öyle ki Fennell da konunun henüz çok yeni olduğunu ve tartışmaların kısa bir süre önce başladığına dikkat çekmektedir¹⁴⁸. Dolayısıyla konu Türkiye ölçeğinde de yeni olup, ulusal yazında bu konuya ilişkin bir çalışma bulunmamaktadır. Bu çalışma, Türkiye’de var

¹⁴⁸ Fennell, TAE, s.6.

olan hayvan odaklı turizm çekicilikleri ve hayvanların turizmde diğer kullanım alanlarına ilişkin hayvan etiği bağlamında yapılan ilk tartışma olması nedeniyle bir farkındalık yaratma çabası şeklinde de algılanabilir. Bu nedenle, tezin bu kısmında turizmde hayvanların ahlaki statüsü uluslararası ölçekte ele alınıp tartışılmıştır. Bu konuda yapılan kuramsal tartışmalar kadar, uygulama kısmında da çeşitli örnekler ile hayvanların turizmde kullanılması “ahlaki önem ve ahlaki statü”, “eşit gözetilme ilkesi” ve “metalaştırma” açısından ele alınıp değerlendirilmelidir. Böylelikle mevcut durumun anlaşılabilmesi ve içselleştirilebilmesi daha kolay olacaktır.

3.2. TURİZMDE HAYVANLARIN METALAŞTIRILMASINA DAİR DÜNYADAN VE TÜRKİYE’DEN ÖRNEKLER

İlk bölümde hayvanların turizmde hangi alanlarda ve ne şekilde metalaştırıldıkları verilmekteydi ve “*esaret altındakiler*”, “*spor adı altında katledilenler*”, “*yarışmaya maruz bırakılanlar*”, “*turizm işçileri*” ve “*doğal yaşamı gözlemlenenler*” şeklinde belirtilmekteydi. Bu bölümde de, hayvanların metalaştırıldığı alanlara ilişkin görseller ve bu görsellerin göstergebilim açısından analizine yer verilmektedir. Hem uluslararası hem de ulusal turizmden verilen örnekler hayvan etiği bağlamında değerlendirilerek, söz konusu örneklerin ahlaki ağırlığı ile turizmde talep edilen çekiciliklerin ahlaki ağırlığı arasında bir terazi kurulmaya çalışılmıştır.

3.2.1. Dünyadan Hayvan Odaklı Turizm Çekicilikleri Örnekleri

Dünyada turizmin olduğu hemen her ülkede hayvanların kullanılması ve metalara dönüştürülerek turistlere sunulması gerek yasal gerekse vicdani olarak meşru görülmekte ve tutsak edilen hayvanların sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Buna karşılık turizmde, ne arzı sunanlar ne de bu arzı talep edenlerin bu konuyu önemsedikleri ya da başka bir ifade ile bu ahlaki sorumluluğu aldıkları söylenebilir. Bu konuda dünyadan pek çok örnek vermek mümkündür. Öncelikli olarak esaret altında olanların durumunu ortaya koymak yerinde olacaktır. Esaret altında tutulan hayvanlar arasında örnek olarak verilen ilk görsel Tayland’da gösteri amaçlı eğitilen bir fil ve filin eğitmenine aittir¹⁴⁹.

¹⁴⁹ Tatiana Rokou, World Animal Protection's Elephant-Friendly Pledge Calls on Travel Industry to Stop Promoting Animal Cruelty, 08.10.2015,

Görsel 1: Tayland’da Gösteri Amaçlı Fil Eğitimi



Bu görsel, Tayland’da tura katılan bir grup turisti eğlendirmek ile yükümlü olan filin eğitimindendir. Esaret altında tutularak, çeşitli işkencelere maruz kaldıktan sonra insanların bile zor yapabileceği pek çok hareketi “şov” adı altında turistlerin beğenisine sunmaktadır. Bakıcısı, elinde tuttuğu sopa ile file talimatlar vermekte ve fil o sopa ile dövülerek eğitildiği, bu sayede koşullandırıldığı için verilen talimatlara göre hareketleri yapmaktadır.

Bir başka örnek ise, Bangkok’da bir alışveriş merkezinin içerisinde bulunan “Pata Hayvanat Bahçesi”ni ziyaret edenlerin gülerek çektikleri şempanzenin görselidir¹⁵⁰. Ziyaret edenlerin, “gün ışığından yoksun, daracık kafeslerde birer mahkum” olarak nitelendirdikleri hayvanların¹⁵¹, nasıl bir eğlencenin aktörleri ya da

<http://www.traveldailynews.com/news/article/68416/world-animal-protection-selephant-friendly-pledge> (17.11.2015)

¹⁵⁰ EPA Photo, Animal Shows Draw Protests, Photos, **Bangkok Post**, 15.08.2014, <http://www.bangkokpost.com/photo/photo/426933/animal-shows-draw-protests> (18.11.2015).

¹⁵¹ Tripadvisor, Pata Zoo, Reviews, 05.10.2015, http://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293916-d7187992-Reviews-Pata_Zoo-Bangkok.html (18.11.2015).

aktrisleri olduğu sorusu etik tartişmaların sınırlarını bile zorlayan bir cevabı içerisinde barındırmaktadır.

Görsel 2: Pata Hayvanat Bahçesi’nden Bir Şempanze – Bangkok/Tayland



Verilen örneklerde görüldüğü gibi, hayvanlar esaret altında, birer meta olarak sunulmaktadır. Bunu turistik çekicilik olarak sunanlar kadar, talep edenlerin de ahlaki bir sorumluluğu bulunmaktadır. Bu ahlaki sorumluluk, hayvan odaklı çekiciliklerden sağlanan zevk ve eğlence ile hayvanların esareti arasında yapılacak vicdani tercihin yönü ile doğru orantılı olmaktadır. Eğer bir turist yalnızca kendi mutluluğu uğruna bir hayvanın acı çekmesini görmezden geliyor ise bu durum ne faydacı etik, ne deontolojik etik ne de erdem etiğı ile açıklanabilir. Bunun yanı sıra, hem hayvan hakları ve refahı teorisyenlerinin hem de turizm ve hayvan etiğı çalışanların ifade ettiğı “eşit gözetilme ilkesi”ne de ters düşmektedir. Öyle ki, bu türden bir turizm ahlaki olamaz, dolayısıyla ahlaki zeminde meşru olmayan bir turizm sürdürülebilir kılınamaz.

Bununla birlikte, çeşitli ölkelerde henüz yeni uygulanmaya başlanan ve hem turizmin çıkarlarına hem de hayvanların çıkarlarına uygun olan bir pratik model

ortaya çıkmaktadır. Bu modelde, hayvanların değil, insanların kafeste olduğu ve ziyaretçilerin hayvanları yine yakından görebildikleri bir radikal fikir yatmaktadır. Bu örnek, görsel 3’de verilmektedir¹⁵².

Görsel 3: The Lehe Ledu Doğal Yaşam Parkı – Chongqing/ Çin



Çin’in Chongqing şehrinde yer alan “Lehe Ledu Doğal Yaşam Parkı”nda hayvanlar özgürce dolaşırken, parkı ziyarete gelen insanlar kafesli bir aracın içerisinde hayvanları gözlemleyebilmekte ve fotoğraf çekebilmektedirler. Bu sayede, rasyonel bir varlık olan insanın zevk ve tercihlerinde hayvanları da gözeterek turistik bir faaliyeti gerçekleştirmesi mümkün olabilmektedir. Aynı zamanda, yaşanan turistik deneyimin “eşit gözetilme ilkesi”ne de uygun olduğu söylenebilir. Başka bir açıdan bakıldığında, faydacı etiğin sonuca dayalı ahlaki kuramı bu örnekte geçerlidir. Faydacı etiğe göre, Görsel 3’de yer alan turistik eylemin sonucu, hayvanların da çıkarlarını gözettiği ve onları mutsuz kılmadığı için ahlaki sayılabilmektedir.

Çin’deki örneğe benzer bir uygulama da Şili’de yapılmaktadır. Görsel 4’de, hayvanat bahçelerinin yasaklanmamasındaki temel argüman olan “eğitim” boyutu, Şili’deki hayvanat bahçesinde bazı farklılıklar ile ahlaki olarak meşru kılınmaktadır. Şili’nin Rancagua şehrinde bulunan “Pargue Safari Hayvanat Bahçesi”, çocukların

¹⁵² Kaushik, Chinese Zoo Locks Visitors in Cages, Lets Animals Roam Free, Amusing Planet, 11.01.2015, <http://www.amusingplanet.com/2015/01/chinese-zoo-locks-visitors-in-cages.html> (19.10.2015).

bir kafes içerisinde hayvanları gözlemlemesine olanak sağlamaktadır¹⁵³. Böylelikle, hem hayvanların doğal davranışlarını yakından gözlemleme hem de onların tutsak edilmiş hallerini görmeden daha olumlu bir deneyim yaşamaları mümkün kılınmaktadır.

Görsel 4: Pargue Safari hayvanat Bahçesi – Rancagua/ Şili



Özetle, ilk iki görsel esaret altında metalaştırılan hayvanlar üzerinden yaratılan turizm çekiciliklerine örnek iken, üçüncü ve dördüncü görseller ise turizmin ahlaki sorumluluğuna dair olumlu örneklerdir. Bu olumlu örnekler, içerisinde ahlaki önem, eşit gözetilme ve yaşamın bir öznesi olarak görülme gibi felsefi kuramları barındırmaktadır.

Hayvanların diğer kullanım alanlarından birisi de “spor” adı altında öldürülen ve bu öldürme deneyimini yaşamak için yapılan turları kapsamaktadır. Görsel 5, bu türden bir tura katılan turistleri göstermektedir¹⁵⁴.

¹⁵³ David Sim, Parque Safari: The Zoo in Chile Where Humans are in Cages and Lions are On Top, **International Business Time**, 31.10.2014, <http://www.ibtimes.co.uk/zoo-chile-where-humans-are-cages-lions-are-top-1472605> (19.10.2015).

¹⁵⁴ Chris Green, End the Transport of Exotic Animal Hunting Trophies, **Chance.org**, <https://www.change.org/p/delta-air-lines-end-the-transport-of-exotic-animal-hunting-trophies> (20.10.2015).

Görsel 5: Afrika'dan Bir Av Turizmi Turu



Görselde, av turizmi kapsamında bir aslanı öldüren turistin elindeki tüfekle öldürdüğü aslanın önünde verdiği hatıra pozu görülmektedir. Afrika'da yoğun bir şekilde gerçekleştirilen bu turlar, “*hatıra av turizmi (trophy hunting tourism)*” adı altında gerçekleştirilmektedir.

Av turizmi ve safari turları ile özdeşleşmiş ve turizm pazarında kendini hayvan odaklı çekicilikler üzerinden konumlandırmış Afrika'nın, yalnızca av turizminden elde ettiği gelir 200 milyon dolar'dır¹⁵⁵. Söz konusu görselde de, yalnızca öldürülen hayvanlar üzerinden yapılacak bir etik tartışmaya değil aynı zamanda 200 milyon dolarlık bir soruya yanıt arama ihtiyacı doğmaktadır. Bu yanıt da, bir meta eleştirisi yapmayı gerekli kılmaktadır. Hayvanların hem kullanım hem de değişim değerleri olduğu bilindiğine göre, birer meta olarak görülen hayvanlar üzerinden elde edilen ekonomik değerın araçsallığı turizmde hayvan etiği tartışmalarının üzerinde konumlanmaktadır. Francione'nin “*hayvanlar meta olarak görülmeye devam ettiği sürece, onlara yönelik davranışlarımızda anlamlı farklılıklar gerçekleşmez*” sözünde olduğu gibi, turizmde de öncelikli olarak hayvanların meta statüsünden çıkarılmasının yasal zemini oluşturulmalıdır. Başka bir ifadeyle,

¹⁵⁵ IFAW, **The 200 Million Dolar Question**, <http://www.ifaw.org/sites/default/files/Ecolarge-2013-200m-question.pdf> (26.10.2015).

hayvanlar yalnızca birer turistik üründen ibarettir algısının kırılması adına onlara yasal bir statü kazandırılmalıdır. Bu da ancak devletlerin turizm politikalarında gerçekleşebilecek bir dönüşüm ile sağlanabilir. Öyle ki, Botswana ve Kenya bu tür bir dönüşümü sağlayarak, 2015 yılında turizmin uzun vadeli çıkarlarını düşünerek av turizmini yasaklamışlardır¹⁵⁶.

Hayvanların metalaştırıldığı bir başka alan, onların yarışmacı olarak yer aldıkları ve turistlere eğlenceli bir deneyim yaşattıkları alanlardır. Görsel 6, iki orangutan arasında gerçekleşen boks maçından görüntüleri içermektedir¹⁵⁷.

Görsel 6: Orangutanların Boks Şovu - Safari World/ Bangkok



Söz konusu şovda, dişi orangutanlara mini etek ve bikini giydirilerek erkek orangutanların yaptığı boks maçında konu mankeni görevi verilmekte ve erkek orangutanlar da birbirleriyle dövüşürölmektedir. Bu şovun gerçekleştirildiğı Safari World ise, “dünyanın ilk ve tek orangutan boks maçını kaçırmayın!” sloganı ile ziyaretçilerinin dikkatini çekmeye çalışmaktadır¹⁵⁸. Hayvanların burada

¹⁵⁶ Adam Cruise, Filleri Öldürerek Soylarını Kurtarabilir Miyiz?, **National Geographic**, 13.08.2015, <http://nationalgeographic.com.tr/makale/kesfet/filleri-oldurerek-soylarini-kurtarabilir-miyiz/2548> (06.11.2015)

¹⁵⁷ AFP, Boxing Orangutans a Throwback as Thailand Warms to Animal Rights, 01.09.2015, <http://tribune.com.pk/story/948705/boxing-orangutans-a-throwback-as-thailand-warms-to-animal-rights/> (11.11.2015).

¹⁵⁸ Safariworld, Orangutan Boxing Show, <http://www.safariworld.com/oran.html> (21.10.2015).

metalaştırılma biçimleri şiddet ve cinsellik üzerindendir. Bu tür bir turistik ürünün gösteri adı altında sunulduğu ve bu gösteriyi her gün yüzlerce kişinin seyrettiği düşünüldüğünde, turizm talebinin bu arzı sunan Safari World’ün sloganına kayıtsız kalmadığı söylenebilir. İşte bu kayıtsızlık, hayvan odaklı turizm faaliyetlerine katılanların hayvanlara yönelik herhangi bir ahlaki sorumluluğunun olmadığını, başka bir deyişle bu deneyimi yaşama arzusunun, hayvanların eziyet çekmelerindeki ahlaki ağırlığı ortadan kaldırdığını göstermektedir.

Turizmde farklı alanlarda kullanılan hayvanlara ilişkin bir diğer örnek ise “turizm işçileri”dir. Bu kapsamda atlar, katırlar, eşekler, develer, filler, orangutanlar, şempanzeler gibi pek çok hayvan türü turizmin amaçlarına yönelik kaynak olarak kullanılmakta, işçi olarak çalıştırılmaktadır. Belki de örnekler arasındaki en uç ve turizmin ahlakiliğini tamamen ortadan kaldıran görsel orangutan Pony’nindir¹⁵⁹.

Görsel 7: Seks İşçisi Pony



Görsel 7’de, orangutan Pony’nin doğal yaşamda iken çekilen fotoğrafı ve seks işçisi olarak çalıştırılmaya başlandıktan sonraki fotoğrafı gösterilmektedir. Pony dişi bir orangutan olarak, Kareng Pangi Köyü’nde (Central Kalimantan /Endonezya) bir kadın bakıcının esareti altında yıllarca gelen müşteriler ile cinsel birlikteliğe zorlanmış bir hayvandır. Borneo Orangutanları Yaşatma Vakfı (Borneo Orangutan Survival Foundation) tarafından 2003 yılında kurtarılıp, özgürlüğüne kavuşturulana

¹⁵⁹ Rashmi Mishra, Meet Pony – An Orangutan Who Was Forced to Be a Sex Slave!, **India**, 03.06.2015, <http://www.india.com/whatever/meet-pony-an-orangutan-who-was-forced-to-be-a-sex-slave-human-cruelty-touched-a-new-low-with-animal-prostitution-406822/> (22.10.2015).

dek her gün tüyleri kesilerek bakıcısının ifadesi ile, “*para makinesi*” olarak kullanılmıştır. Pony, 2003 yılında bakıcısının elinden kurtarıldıktan sonra uzun bir süre rehabilite edilmeye çalışılmış, ancak doğal yaşama uyum sağlayamamıştır. Son olarak 2013 yılında, Borneo Orangutanları Yaşatma Vakfı rehabilitasyon merkezinin bir parçası ve gönüllülerince sürekli denetim altında olan Kaja Adası’na (Kalimantan/Endonezya) götürülen Pony, burada tekrardan doğal yaşama uyum sağlamaya başlamış ve diğer orangutanlar ile sosyal ilişkiler sağlayarak doğal davranışlarını geç de olsa sergilemeye başlamıştır. Halen bu adada yaşayan Pony, Borneo Orangutanları Yaşatma Vakfı gönüllülerinin gözetiminde doğal yaşam içerisindeki hayatını sürdürmektedir¹⁶⁰.

Turizm işçileri arasında yer alan bir diğer tür de katırlar, eşekler ve atlardır. Görsel 8, özellikle yaz sezonu boyunca turistlerin uğrak yerlerinden biri olan Yunanistan’ın Santorini Adası’nda, turistlerin adanın en tepesine çıkmak için kullandıkları katırları, eşekleri ve atları göstermektedir^{161;162}.

Görsel 8: Santorini Adası’nda Turistleri Taşıyan Hayvanlar



Adaya gelen turistler adanın zirvesine 4 euro’ya teleferik ile çıkabilecekken, 5 euro’ya katırlar, eşekler ya da atlar ile çıkarak o hayvanları turizmde birer meta

¹⁶⁰ Monterado Fridman, Pony’s New Life, **Borneo Orangutan Survival Foundation Article**, 25.07.2015, <http://orangutan.or.id/ponys-new-life-2/> (22.10.2015).

¹⁶¹ Martyn Brown, Santorini Donkeys Still Suffer, **Express**, 23.05.2009, <http://www.express.co.uk/news/uk/102837/Santorini-donkeys-still-suffer> (18.09.2015).

¹⁶² Virtual Tourists, Mules, Santorini Island, http://www.virtualtourist.com/travel/Europe/Greece/Prefecture_of_the_Cyclades/Santorini_Island-416936/Transportation-Santorini_Island-Mules-BR-1.html (27.10.2015).

olarak gören ve kendilerine sunanları desteklemiş olmaktadır. Başka bir deyişle, adaya gelen turistler zevk ve tercihlerini hayvanların eziyet çekmesinden yana kullanarak, hem hayvanların metalaştırılması konusundaki meşru zemini güçlendirmekte hem de onların ahlaki önemden ve ahlaki statüden yoksun olmalarının kendi ahlaki ya da vicdani sorumlulukları dışında olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla halen katırların, atların ve eşeklerin sıcak altında uzun bir mesafeyi yokuş çıkarak kat etmeleri ve turistleri “zirveye çıkarmaları” gerçeği sürmektedir.

Turizmde hayvanların kullanım alanlarına ilişkin örnek verilen görsellerin sonuncusu ise, “doğal yaşamı gözlemlenenler” adı altında verilmektedir. Diğer örneklerden farklı olarak hayvanların tutsak edilmesi, eziyet edilerek eğitilmesi ya da farklı temalar ile (boks vb.) turistlere sunulması bu örnekte yer almamaktadır. Balinalar, aslanlar, filler, yunuslar, kuşlar gibi birçok hayvan türü kendi doğal ortamlarında doğal davranışlarını sergilemekte ve bunu gözlemlemek isteyen kişiler çeşitli acenta ya da tur operatörleri aracılığıyla gözlemlemek istedikleri hayvanların doğal yaşam bölgelerine giderek onları görebilmektedir. Görsel 9, bu türden bir turun örneği olarak verilmektedir¹⁶³.

Görsel 9: Balina Gözlemciliği/ Victoria: Vancouver Island, British Columbia



¹⁶³ VancouverIsland, Whale Watching, <http://vancouverisland.com/things-to-do-and-see/whale-watching/> (22.10.2015).

Doğal yaşamı gözlemlenen hayvanlar da, haberleri olmadan turizmin sihirli değneğini dokundurup metalaştırdığı hayvanlardır. Ancak üzerinden gelir elde edilen bu hayvanlar, diğerlerine oranla daha şanslılardır. Onlar özgürlüğün, sosyal iletişim kurabilmenin, çiftleşebilmenin, aile kurabilmenin, kısacası kendi doğal yaşamları içerisinde doğal davranabilmenin tadına varabilmektedirler. Her ne kadar küresel ısınma, avlanma gibi ciddi tehditlerle karşı karşıya olsalar da doğal ve doğada kalabilmenin ayrıcalığını yaşayabilmektedirler.

Bunun yanı sıra hayvan etiği tartışmaları açısından bakıldığında, bu tür turlara katılan kişilerin hayvanlar konusunda daha duyarlı oldukları ve diğer hayvan odaklı çekicilikleri tercih edenlere kıyasla ekosentrik yaklaşıma daha yakın oldukları söylenebilir. Dolayısıyla ahlaki önem ve ahlaki statü, eşit gözetilme ilkesi ve hayvanların metalaştırılması konusunda diğerlerine oranla daha fazla ahlaki sorumluluğa sahip oldukları çıkarımı yapılabilir.

3.2. Türkiye’den Hayvan Odaklı Turizm Çekicilikleri Örnekleri

Dünyadan verilen örneklerin benzerleri Türkiye ölçeğinde de belli oranda bulunmaktadır. Bu örnekler yine benzer şekilde, turizmde hayvanların kullanıldığı alanlara göre ayrılmaktadır. İlk örnek, Türkiye’de “esaret altında tutulan” , yurtdışı ve yurt içinden çok sayıda insanın katıldığı hayvan odaklı turizm çekiciliklerinden biri olan yunus gösterileridir.

Görsel 10: Türkiye’den Bir Yunus Gösteri Merkezi



Görsel 10’da, bir yunus gösteri merkezinde “şov” amaçlı kullanılan beyaz balinalar ve yunuslar görülmektedir. Ortalama ağırlıkları yaklaşık bir ton olan beyaz

balinalar, top oyunu, basketbol, halka çevirme gibi pek çok hareketi yaparak gelen izleyicilere bir gösteri sunmaktadırlar. Yine yunus balıkları da halka çevirme, engellerden atlama, top oynama gibi hareketler ile, başta çocuklar olmak üzere ziyaretçilerine eğlenceli dakikalar yaşatmaktadırlar. Hatta yunus balıkları resim yaparak (daha doğrusu boyama yaparak), yapmış oldukları o resmin açık artırma ile satılmasını da sağlayarak “artı değer” de yaratmaktadırlar. Açık artırma sonucu o resmi satın alan ailenin üyeleri, o yunuslar ile fotoğraf çekilme hakkı da kazanmaktadırlar. Yunuslar görselde de görüldüğü üzere, ağızlarında birer çiçek ile gelerek yaptıkları resmi satın alan ailenin üyelerine teşekkürlerini de ayrıca sunmaktadırlar.

Özetle, hayvanlar üzerinden yaratılan bir gösteri dünyası ve o dünyanın esaret altındaki göstergeleri olarak yunuslar ya da balinalar, izleyenlerin aslında hiç de farkına varmadıkları canlılardır. Nitekim oradaki izleyiciler yunus, balina ya da fok balığını değil bir gösteriyi izlemektedir ve Debord’un da dediği gibi, “*gösteri, paranın öteki yüzü ve sahteliğin bizzat kendisidir*”¹⁶⁴. Bu sahteliğin metalaştırdığı canlılar ise o gösterileri yapan balıklardır.

Marx’ın Kapital’de sözünü ettiği; bir metanın değişim ve kullanım değerleri arasındaki ilişki, aslında kullanım değeri üzerinden yaratılan bir değişim değerine işaret etmektedir¹⁶⁵. Ancak örgütsüz, yeni ya da pan-kapitalizm olarak adlandırılan bu dönemde artık metalar dünyası, kullanım değeri üzerinden değil değişim değeri üzerinden yani insani tatmin üzerinden bir tekel oluşturarak kullanımı yönlendirmeye başlamaktadır. Bu durum, turizmde kullanılan hayvanlar üzerinden düşünüldüğünde muhtemelen Marx’ın görüşüne göre emeğin metalaştırılması şeklinde yorumlanabilecekken, günümüzde ise hayvanların kendisi birer meta olarak insanlara sunulmaktadır. Öyle ki, Debord’un ifadesiyle günümüz toplumu bir gösteri toplumu şeklinde varlığını sürdürmektedir. Dolayısıyla bu toplum yapısı, kendisine sunulan değişim değerinin ne olduğu ya da bu değişimin kendinde yaratacağı mutluluğun ne olduğu ile ilgilenmektedir. Bu da turizmde, hayvanlar üzerinden yaratılan

¹⁶⁴ Debord, s.53.

¹⁶⁵ Marx, ss.47-48.

çekiciliklerin insanları ne ölçüde eğlendirdiğiyle ya da verdikleri para karşılığında mutlu olup olmadıklarıyla ilişkilendirilebilir.

Söz konusu ilişkiye yönelik bir başka örnek, Türkiye’de yer alan bir akvaryumdandır. Görsel 11, gösteri toplumu içerisinde yer alan akvaryum ziyaretçileri ve onların verdikleri paranın öteki yüzü olan deniz canlıları arasındaki duruma işaret etmektedir.

Görsel 11: Türkiye’de Faaliyet Gösteren Bir Akvaryum



Görsel 11’de, izleyenler ve esaret altında tutulan izlenenler arasında tek taraflı yani izleyenler açısından bir ilişki bulunmaktadır. Başka bir ifadeyle, deniz canlıları durumun pek farkında olmasalar da – ki rasyonel varlık olarak görülmemektedirler – onları görmeye gelen ziyaretçiler, sunulandan o kadar memnunnlardır ki birbirleriyle fotoğraf çekme yarışı içerisinde olduklarıdır. Nitekim, akvaryuma girerken ödedikleri ücret ile, o canlıları kendi doğal yaşamlarında gözlemleyebilmek için ödeyecekleri ücret aynı değildir. Verdikleri para, onlara bu deniz canlıları üzerinden bir eğlence ya da mutluluk olarak geri dönmektedir. Peki gerek yunus gösteri merkezlerinde gerekse akvaryumlarda esaret altında tutulan bu hayvanların ziyaretçilerine yaşattıkları eğlence ve mutluluk ahlaki midir?

Dünyadan verilen örneklerde de tartışıldığı üzere, etik kuramlar bu soruya farklı yanıtlar vermekle birlikte, özellikle bu tür turizm faaliyetlerine katılan kişilerin ahlaki ağırlıklarının yönü cevabın yönünü de belirlemektedir. Diğer bir ifadeyle,

kişisel zevk ve tercihlerimizin ahlaki yükü mü, yoksa esaret altında tutulan hayvanlara yönelik ahlaki yük mü daha ağır basmaktadır?

Bu sorunun cevabını, kişisel zevk ve tercihlerimizin ahlaki yükü şeklinde veren bir kişinin katılmaktan keyif aldığı bir başka hayvan odaklı turizm çekiciliği de “spor” adı altında gerçekleştirilen av turizmidir.

Görsel 12: Çankırı’da Bir Domuz Avı Turu



Bu görselde, yurt dışından sadece av turizmine katılmak amacıyla Çankırı’ya gelen bir turistin öldürmüş olduğu domuz ile verdiği poz görülmektedir. Başka bir açıdan bakıldığında, turisti mutlu yapan, eğlendiren ve onu bu turizm faaliyetine katılmaya motive eden duygunun “öldürme” duygusu olduğu söylenebilir.

Bu duyguyla motive olan turistlere hizmet sunan ve Turizm ve Kültür Bakanlığı’ndan izin belgeli – yasal – olarak faaliyet gösteren Türkiye’de; Adana (1), Amasya (1), Ankara (3), Antalya (13), Aydın (4), Balıkesir (2), Bolu (1), Çanakkale (1), İstanbul (8), İzmir (3), Konya (2), Muğla (2) ve Niğde (1) adet olmak üzere toplam 42 seyahat acentası bulunmaktadır¹⁶⁶. Bunun yanı sıra, yine Türkiye’de bulunan avcılık ve atıcılık kulüplerinin toplam sayısı da 172’dir¹⁶⁷. Söz konusu rakamlar, av turizmi noktasında Türkiye’nin durumunu özetlemek açısından önemli

¹⁶⁶ Kültür ve Turizm Bakanlığı, **Av Turizmi izin Belgeli Acenteler**, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9881/av-turizmi-izin-belgeli-acenteler.html> (29.10.2015).

¹⁶⁷ Kültür ve Turizm Bakanlığı, **Avcılık ve Atıcılık Kulüpleri**, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9878/avcilik-ve-aticilik-kulupleri.html> (29.10.2015).

olmakla birlikte, etik tartışmaları da beraberinde getirmektedir. Bu etik tartışma, Türkiye turizmi açısından 2.5 milyon liralık bir soruya cevap aramaktadır – ki Orman ve Su İşleri Bakanlığı’nın açıklamış olduğu verilere göre, 29 farklı ülkeden gelen 989 yabancı avcıdan av turizmi kapsamında Türkiye’nin toplam 2.5 milyon TL gelir elde ettiği belirtilmektedir¹⁶⁸.

Ekonomiye yaptığı katkıyla ekoturizmin geliştirilmesine ve yaban hayatın korunmasına katkı sağladığı savunulan av turizmi¹⁶⁹, hayvanları belirli bir ücret karşılığında avcılarının öldürme motivasyonu ile baş başa bırakan ve hiç de ahlaki olmayan bir turizm çeşididir. Nitekim, spor adı altında yapılan bu turizm faaliyeti, sporun gerektirdiği *“rakiplerin kendi iradesiyle katılımı ilkesi”* ile bağdaşmamaktadır¹⁷⁰. Dolayısıyla, akıl yürütme yetisine sahip olmadığı düşünülen hayvanların, av turizminde irade ortaya koyması da beklenmemektedir. Örneğin, bir dağ keçisi ya da yaban domuzunun kendisini öldürmek isteyen turistin mutluluğu için av turizmine katılması düşünülemez. Bu durum, av turizmini yalnızca “eğlence” ve “hatıra” için öldürme amaçlı bir faaliyet haline getirmektedir.

Bununla birlikte, av turizmi gibi yine yasal olarak kabul edilmiş ve hayvanların hiçbir ahlaki değerinin bulunmadığı bir diğer turizm çekiciliği, “yarışma” adı altında gerçekleştirilen faaliyetlerdir. Bu faaliyetlerden birisi de deve güreşleridir.

¹⁶⁸ Orman ve Su İşleri Bakanlığı, 2014 Yılında Av Turizminden Elde Edilen Gelir, <http://www.ormansu.gov.tr/osb/haberduyuru/guncelhaber.aspx?Year=2015&Month=2&sflang=tr> (29.10.2015).

¹⁶⁹ Kültür ve Turizm Bakanlığı, **Av ve Yaban Hayatında Av Turizmi**, www.yigm.kulturturizm.gov.tr/.../810,avveyabanhayatindaavturizmidoc.doc?0 (30.10.2015).

¹⁷⁰ Regan, s.212.

Görsel 13: Deve Güreşi Etkinliği – Milas/ Muğla



Görselde, Muğla'nın Milas ilçesinde düzenlenen bir deve güreşi etkinliği ve bu etkinlik kapsamında iki devenin birbiriyle olan mücadelesini izleyen çok sayıda insan görülmektedir. Deve güreşleri de aynı av turizmi gibi, Türkiye'de yasal olarak gerçekleştirilen ve hayvanların ölümü, yaralanmaları ya da sakat kalmaları ile sonuçlanabilen festival niteliğindeki hayvan odaklı turizm çekiciliklerindendir.

Deve güreşlerinin bir başka özelliği de geleneksel olmasıdır. Nitekim Türklerde deve güreşleri, Orta Asya'dan Anadolu'ya 4000 yıllık bir geçmişe sahiptir ve bu nedenle önemsenmektedir¹⁷¹. Ancak önemsenen hayvanlar değil, develerin yaptığı mücadeledir.

Av turizmi ve deve güreşlerinin ahlaki açıdan en ciddi problemi, hayvanların ölümüne, sakat kalmasına ya da yaralanmasına yasal olarak izin verilmesidir. Bu durum, Francione'nin hayvanların sömürülmesine ilişkin olarak, her etik teori içerisinde yer alması gerektiğini savunduğu, hayvanlara yönelik ahlaki önem ile

¹⁷¹ Orhan Yılmaz, Yakup Erdal Ertürk ve Mehmet Ertuğrul, "Türklerde Deve Güreşlerinin Orta Asya'dan Anadolu'ya 4.000 Yıllık Geçmişi", **ÇOMÜ Ziraat Fakültesi Dergisi**, Cilt:2, Sayı:1, 2014, s.37.

doğrudan ilgilidir¹⁷². Türkiye’de devlet politikalarından başlamak üzere hiçbir zeminde hayvanların ahlaki önemi ya da değeri olmadığı gibi, turizmde bu durum açıkça yasal referanslarla gerçekleştirilmektedir. Dolayısıyla, hayvanların metalaştırılmasına neden olan kurumların değişime uğraması, eğer bu değişimi gerçekleştiremiyor ise ortadan kaldırılması gerekliliği kaçınılmaz olmaktadır – ki Francione gibi birçok hayvan hakları savunucusu da bunu ifade etmektedir. Hayvanların ahlaki bir statü kazanmaları, bu türden radikal bir fikrin ortaya konulması ile gerçekleştirilebilir.

Deve güreşlerinin yarışmacıları olarak kullanılan develer, diğer yandan turizmin işçi sınıfında da kendilerine yer bulmaktadırlar. Develer gibi, atlar da bu işçi sınıfının en önemli araçlarındandır. Turizm işçileri olarak adlandırılan bu hayvanlar Görsel 14 ve Görsel 15’de verilmektedir.

Görsel 14: Antalya’da Çekim Unsuru Olarak Kullanılan Develer



Görsel 14, Antalya’ya gelen yabancı turistlerin develer ile olan etkileşimi ve onlara binerek yaptıkları kısa tur sonucunda yaşadıkları deneyimi ölümsüzleştirmek adına çekilmiş oldukları fotoğrafı göstermektedir. Yaz aylarında 45^c – 50^c dereceyi bulan hava sıcaklığı altında tüm gün müşterilerini bekleyen develerin, Türkiye için gelenekselliği yansıttığı ve bu gelenekselliğin “otantiklik” olarak yabancı turistlere

¹⁷² Francione, s. 42.

sunulduğu bilinmektedir. Antalya'nın dışında, Türkiye'de pek çok destinasyonda da bu hayvanlar otantik olanı arayan yabancı turistler için önemli bir çekim unsurudur. Öyle ki Avrupa'da hayvanat bahçeleri dışında deve bulunmamaktadır¹⁷³.

Her ne kadar develer ısıya karşı yalıtkan kürkleri, açlığa ve susuzluğa uzun süre dayanabilme yetileri ile dayanıklı hayvanlar olsa da, bu durum turizmde birer işçi olarak metalaştırıldıkları gerçeğini değiştirmemektedir. Burada sorun, onların mevcut şartlara dayanıp dayanamama sorunu değil, onların yalnızca otantikliğin temsilcisi olarak turistlere sunulmasıdır. Öyle ki, Günel'in "*Otantik Olanı Aramak*" adlı çalışmasında sözünü ettiği, turizmde otantik olanın meta şeklinde sunumu, tam da develer üzerinden yaratılan otantikliği ifade etmektedir¹⁷⁴.

Benzer bir durum yine otantikliğin sunumu şeklinde tezahür etmektedir. Görsel 15'de, hem mevcut durumu gösteren hem de bu duruma ilişkin çözüm önerisi sunan iki fotoğrafa yer verilmektedir^{175;176}.

Görsel 15: İstanbul Büyükkada'da Kullanılan Faytonlar ve Kullanılması Gereken Fayton



Soldaki fotoğraf, develerin olduğu gibi atların da birer otantik meta olarak sunumunu ve turizm işçileri olarak çalıştırılmasını göstermektedir – ki atlar develer

¹⁷³ Orhan Yılmaz ve diğerleri, s.38.

¹⁷⁴ Asena Günel, "Otantik' Olanı Aramak", **Birikim Dergisi**, Sayı:111-112, Temmuz-Ağustos 1998, s.109.

¹⁷⁵ Engelsiz Tatil, **İstanbul Büyükkada Turu**, <http://www.engelsiztatil.org/#!/Istanbul-Büyükkada-Turu/cvy3/F6D93F08-A784-4ACC-9F98-093370D3EE2E> (28.10.2015).

¹⁷⁶ Haber Merkezi, Adalar'da Akülü Fayton Dönemi, Güncel Posta, 28.03.2012, http://www.guncelposta.com/ADALAR/5371-Adalarda_akulu_fayton_donemi....html (28.10.2015).

kadar açlığa, susuzluğa ve sığağa dayanıklı hayvanlar da değillerdir. Her yıl, özellikle İstanbul Büyükkada'da çok sayıda at, yoğun çalışma şartları altında güçten düşerek, hastalanarak ölmekte ya da ölüme terk edilmektedir. Pek çok sivil toplum örgütü ve hayvan hakları savunucuları, farkındalığı artırmak ve mevcut durumun düzeltilmesi adına bu faytonların kullanılmaması gerektiği, eğer kullanılacaksa elektrikli faytonların da bu otantikliği sağlayabileceğini dile getirmektedirler. Sağdaki fotoğraf, söz konusu elektrikli faytona ait olmakta ve atların çektikleri acıyı bitirebilecek bir çözüm önerisi olarak sunulmaktadır. Böylelikle, yalnızca Büyükkada'da kullanılan 1000'in üzerindeki atın, turizm işçileri sınıfından çıkarılabilmesi sağlanabilir.

Türkiye'de hayvan odaklı çekiciliklerden birisi de kuş gözlemciliğidir ve Görsel 16, kuş gözlemcilerinin yapmakta oldukları gözlemi sunmaktadır¹⁷⁷. Diğer örneklerin aksine, kuş gözlemcileri hayvanların hem ontolojik hem de ahlaki değerlerini bilerek hareket etmeye çalışmaktadırlar. Başka bir deyişle, diğer örneklerle kıyasla daha ahlaki olduğu söylenebilir.

Nitekim bu tür turistik faaliyetlere katılanlar, eşit gözetilme, ahlaki önem ya da bir yaşamın öznesi olarak görülme ilkelerinden hareketle ahlaki sorumluluğa sahiptirler. Bu durum, dünyadan verilen balina gözlemciliği örneğinde olduğu gibi katılımcılar açısından ekosentrik bir bakışı yansıtmakla birlikte, hayvanlar doğal ortamlarında gözlemlenmektedir. Dolayısıyla doğaya ve doğal olana saygı ön planda tutulmaktadır.

¹⁷⁷ TRAKUS, **Tetiğe Değil Deklanşöre Basıyorlar**, 18.02.2015, http://www.trakus.org/kods_bird/uye/?fsx=2fsdl22@d&sxc=1&id=1782 (30.10.2015).

Görsel 16: Türkiye’de Kuş Gözlemciliği Yapan Bir Grup



Görselde de görüldüğü gibi, kuş gözlemciliğine katılan yerli ve yabancı turistler, yalnızca doğada özgürce hareket eden kuşları gözlemlemektedirler. Hayvanların acı çekmedikleri ve Francione’nin hayvan etiği kuramına göre ahlaki olan bu eylemin, turizm açısından da ahlaki olduğu rahatlıkla söylenebilmektedir. Katılımcılar, kuşları doğal ortamlarında gözlemlerken bir sahteliği ya da Debord’un ifadesi ile metalaştırılarak sunulan sahteliğin gerçekliğini değil, gerçeğin kendisini görebilmektedirler.

3.3. KARŞILAŞTIRMALI DEĞERLENDİRME

Turizmde hayvanların farklı alanlarda kullanılması ve metalaştırılarak turistlere sunulması, Türkiye’de ve dünyada hayvanların ahlaki statülerine ilişkin bir tartışmayı gündeme getirmektedir. Turizmin ekonomik araçsallığı ile etik boyutu arasındaki ilişkinin, turizmin ekonomik araçsallığı lehine sınırlandırılmasından dolayı, söz konusu tartışma turizm araştırmacıları tarafından yeterince ele alınmamaktadır. Bunun nedeni, daha önceki bölümlerde de belirtilen turizm-kapitalizm birlikteliği ve birbirleri arasındaki diyalektiğin etkisidir. Başka bir ifade ile, kapitalist üretim sistemi içerisinde emeği metalaştırılan her insan, çözümü turizmin metalaştırdıklarında aramaktadır. Bu durum, Urry’nin ifade etmiş olduğu, birbirlerinin karşıtlıklarını yaratan ve bunun üzerinden beslenen kapitalizm ve turizm

ilişkinsini güçlendirmektedir. Söz konusu bu güç, önüne çıkan her şeyi metalaştırdığı gibi hayvanları da bu meta üretim zinciri içerisine dâhil ederek, hayvanların birer canlı olarak değil, kullanım ve değişim değerleri olan birer meta olarak algılanmasına aracılık etmektedir. Hayvan odaklı turizm çekiciliklerini talep eden insanlar bu durumu göz ardı ederek, yalnızca onlara sunulanı görmektedirler. İnsanları mutlu eden, dinlendiren, eğlendiren, güldüren kısacası gerçekliğin dışına çıkararak, onlara sahte dünyanın sahte doğallığını sunan hayvan odaklı çekicilikler, Baudrillard'ın ifadesi ile birer “*simülark*”, orada yaşanan deneyim ise birer “*simülasyon*”dan ibarettir.

Hayvanların turizmde kullanılmaları bir simülark, söz konusu kullanım alanlarına ilgi gösteren ziyaretçilerin yaşadıkları deneyimler de birer simülasyon ise, o zaman bu simülasyonun metaları neden canlı ve gerçek hayvanlar olsun? Eğer turizm böyle bir deneyimi sunmak istiyor ve bundan ekonomik değer yaratmak istiyorsa, neden bunu zaten simüle etmiş olduğu deneyim üzerinden değil de, hayvanların simülasyonu üzerinden yapmıyor? Bu iki sorunun cevabı, Görsel 17’deki hayvan odaklı turizm çekiciliği örneğiyle verilmektedir.

Görsel 17: İstanbul’da Hayvan Temalı Park



Görselde, farklı türden dinazorların bire bir maketleri ve bu maketlerin simülasyonu ile yaratılmış bir hayvan odaklı eğlence dünyasındaki ziyaretçilerin kalabalığı görülmektedir. Sorulan iki etik sorunun cevabı: simülasyonlar üzerinden yaratılan hayvan odaklı çekicilikler ve bu çekiciliklerin canlı hayvanları tutsak etmeden bir turistik ürün olarak sunulabilmesidir.

Dünyadan ve Türkiye’den verilen örneklerde; hayvanların metalaştırılarak, performansçılar, işçiler, yarışmacılar ve av olarak talep edenlere sunulduğu ve bunun ahlaki olmadığı yönündeki tartışmalardan bahsedilmiştir. Bu sorun, simülasyonlar üzerinden yaratılacak hayvanat bahçeleri, doğal yaşam parkları gibi çekicilikler aracılığıyla, hayvanların turizmin metalar dünyasından çıkarılarak ahlaki bir statüye kavuşturulmaları ile çözülebilir. Öyle ki, meta eleştirisi çerçevesinde ortaya konulmaya çalışılan bu etik çözüm, turizmin ekonomik gücü ile pekala gerçekleştirilebilir. Aksi takdirde, Smith ve Duffy’nin ifadesi ile turizm ahlakı dahi satın almaya çalışan bir endüstriden öteye geçemez¹⁷⁸.

3.4. TURİZMDE HAYVAN HAKLARI VE HAYVAN REFAHI KONUSUNDAKİ ULUSLARARASI BİRLİKLER

Dünyada hayvan odaklı turizm faaliyetlerinin, belli ahlaki kurallara ve hayvan refahına önem vererek gerçekleşmesi gerektiğini savunan uluslararası bazı birlikler bulunmakta ve bu birlikler, çeşitli raporlar hazırlayarak turizmde hayvanların kullanım alanlarına ilişkin bilgiler vermektedir. Bu birlikler, temelde hayvan odaklı turizm faaliyetleri içerisinde yer alan tüm paydaşların hayvanlara yönelik çeşitli sorumlulukları olduğunu belirtmekte ve bu sorumlulukları yerine getirmenin önemine vurgu yapmaktadır. Söz konusu birlikler arasında; Uluslararası Hayvanat Bahçeleri ve Akvaryumlar Birliği¹⁷⁹, Uluslararası Hayvan Refahı Fonu¹⁸⁰, Dünya Hayvanları Koruma Örgütü¹⁸¹, İngiliz Seyahat Acentaları Birliği¹⁸², Avustralasya Hayvan Araştırmaları Birliği¹⁸³, Avustralya Yaban Hayatı Turizm

¹⁷⁸ Andrew Holden, **Tourism Studies and the Social Sciences**, Routledge, London and New York, 2005, s.185.

¹⁷⁹ WAZA, <http://www.waza.org/en/site/home> (23.10.2015)

¹⁸⁰ IFAW, <http://www.ifaw.org/international/about-ifaw> (23.10.2015)

¹⁸¹ WSPA, <http://www.worldanimalprotection.org/> (23.10.2015)

¹⁸² ABTA, <http://abta.com/about-abta/raising-standards/animal-welfare> (23.10.2015)

¹⁸³ AASA, <http://animalstudies.org.au/> (23.10.2015)

Birliđi¹⁸⁴, Sorumlu Seyahat Merkezi¹⁸⁵, Sürdürülebilir Turizm İşbirliği Araştırma Merkezi¹⁸⁶ ve Dünya Doğayı Koruma Vakfı¹⁸⁷ bulunmaktadır.

Sayıları az olmakla birlikte bu kuruluşların varlığı, turizmin hayvanlara dair ahlaki sorumluluğunun uygulamada nasıl gerçekleşmesi gerektiğine dair tüm turizm paydaşlarına farkındalık kazandırmaları açısından son derece önemlidir.

3.4.1. Uluslararası Hayvanat Bahçeleri ve Akvaryumlar Birliği (WAZA)

Birlik, 1935 yılında İsviçre'nin Basel kentinde “*Uluslararası Hayvanat Bahçeleri Yöneticileri Birliği*” adı altında kurulmuş ve daha sonra 1946 yılında “*Uluslararası Hayvanat Bahçeleri Yöneticileri Federasyonu*” adını almıştır. 1948 yılında Uluslararası Doğa Koruma Birliği'nin bir üyesi olmuş ve 2000 yılında da “Uluslararası Hayvanat Bahçeleri ve Akvaryumlar Birliği” adını alarak etki alanını daha da genişletmiştir.

WAZA, özellikle üye hayvanat bahçeleri ve akvaryumların çevre koruma, yönetim, hayvan besleme ve hayvan refahı konularında yüksek standartları benimsemelerine yardımcı olmaktadır. Nitekim, birliğin misyonu da dünyadaki bütün hayvanat bahçeleri ve akvaryumların çevre koruma etkisini en üst düzeye çıkarmaktır. Dünyada 330'dan fazla üyesi olan birlik, farklı sivil toplum örgütleri ile beraber projeler yaparak etki alanını genişletmeyi amaçlamaktadır.

2003 yılında yayımlamış olduğu “WAZA Etik Kodları ve Hayvan Refahı” rehber bildiri ile, üyeleri için temel prensiplerin ve sahip olmaları gereken standartların neler olduğu ve bu standartları nasıl yükseltebilecekleri gibi pek çok konuda üyelerine destek olmuştur. Ayrıca, her yıl yayımladıkları güncel raporlar ile dünyadaki üye hayvanat bahçeleri ve akvaryumlar hakkında istatistiksel bilgiler (gelen ziyaretçi sayıları vb.), yapılan çevre koruma çalışmaları ve hayvan refahı konusundaki çeşitli araştırmaları kamuoyuyla paylaşmaktadırlar. Bu sayede hem farkındalığı artırmakta hem de yapılan bilimsel araştırmalara destek olmaktadır.

¹⁸⁴ WTA, <http://www.wildlifetourism.org.au/about/> (23.10.2015)

¹⁸⁵ CREST, <http://www.responsibletravel.org/home/about.html> (23.10.2015)

¹⁸⁶ STCRC, <http://www.crctourism.com.au/Page/About+Us/Who+we+are.aspx> (23.10.2015)

¹⁸⁷ WWF, <http://wwf.panda.org/?referer=wwf.org> (23.10.2015)

3.4.2. Uluslararası Hayvan Refahı Fonu (IFAW)

Tüm dünyadaki hayvan türlerini ve onların yaşam alanlarını korumayı amaçlayan “Uluslararası Hayvan Refahı Fonu”, 1969 yılında kurulmuştur. Doğal afetler de dahil olmak üzere tüm hayvanları korumayı, onların ihtiyaçlarını karşılamayı ve en önemlisi onlara saygı göstermeyi görev edinmiş olan birlik, turizm faaliyetlerinde hayvanların kullanılması ile de yakından ilgilidir. Yaban hayatı turizmi içerisinde yer alan safari turları ve balina gözlemciliği gibi konularda çeşitli raporlar hazırlamakta ve sunmaktadırlar. Bunun yanı sıra esaret altında tutulan filler, katırlar, yunuslar gibi pek çok türün kurtarılması adına çeşitli faaliyetler de yürütmektedirler. Dolayısıyla, hayvan odaklı turizm faaliyetleri içerisinde özellikle esaret altında tutulan hayvanlar üzerinden yaratılan turizm faaliyetlerine karşı durarak farkındalık yaratmaya çalışmaktadırlar.

3.4.3. Dünya Hayvanları Koruma Örgütü (WSPA)

Örgüt, “Dünya Hayvanları Koruma Federasyonu (1953)” ile “Uluslararası Hayvanları Koruma Cemiyeti (1959)”nin 1981 yılında bir araya gelmesi ile kurulmuştur. Hayvanlara yapılan işkenceleri sonlandırmak ve hayvan refahı konusunda çalışmalar yaparak uluslararası ölçekte farkındalık yaratmayı amaçlayan “Dünya Hayvanları Koruma Örgütü”, 2012 yılında “Sorumlu Seyahat Merkezi (CREST)”nin desteği ile hazırlamış olduğu “*Sürdürülebilir Gelişmede Turizmin ve Hayvan Refahının Katkısı*” adlı çalışmayı kamuoyu ile paylaşmıştır¹⁸⁸. Bu çalışmada, sürdürülebilir turizm ve hayvan refahı kapsamında dünyadan örnekler verilerek, sürdürülebilir turizm için hayvan refahına ihtiyaç olduğu ve ancak bu sayede sürdürülebilir bir gelişim temelinde turizmden söz edilebileceği vurgulanmaktadır.

Birlik, 2015 yılında başlatmış olduğu kampanya ile, Thomas Cook’un kendi düzenlemiş olduğu turlarda fillerin hem gezi hem de şov amaçlı kullanılmasına tepki göstererek 100 binden fazla kişinin bu imza kampanyasını desteklemesini

¹⁸⁸ WSPA, *The Contribution of Animal Welfare and Tourism for Sustainable Development*, 2012 <http://www.responsibletravel.org/resources/documents/reports/Sustainable%20Tourism%20&%20Animal%20Welfare.pdf> (23.10.2015).

sağlamıştır¹⁸⁹. Bu anlamda birliğin uluslararası ölçekte yaratmış olduğu farkındalık son derece önemlidir.

3.4.4. İngiliz Seyahat Acentaları Birliği (ABTA)

Birlik, 1950 yılında 22 seyahat işletmesinin bir araya gelmesiyle kurulmuştur. Birliğin turizmde hayvanların kullanılması ve hayvan refahına dair 2013 yılında yayımlanmış olduğu “ABTA Hayvan Refahı İlkeleri” adlı çalışma, turizmde hayvanların kullanım alanları ve turizmin hayvanlara yönelik bakışının anlaşılması adına son derece önemlidir¹⁹⁰. Çalışmada, esaret altında tutulan hayvanlardan işçi olarak çalıştırılan hayvanlara, gösteri yaptırılan hayvanlardan, doğal yaşamı sunulan hayvanlara hatta kaçak avcılıkla elde edilen fildişlerine kadar hayvanlar üzerinden yaratılan hemen her çeşit meta üretimine değinilmiştir. Bu durum, ABTA tarafından mevcut durumun farkına varıldığını göstermesi ve bunun için yapılması gerekenler adına özellikle turistlere yol gösterici nitelikte öneriler sunması bakımından dikkat çekicidir.

3.4.5. Avustralasya Hayvan Araştırmaları Birliği (AASA)

Birlik, 2005 yılında hayvan araştırmaları yapan bir grup tarafından Avustralya’da kurulmuştur. Birliğin amacı; hem hayvan çalışmaları, hem de insan – hayvan ilişkileri konusunda akademik anlamda çeşitli sonuçlar sunmaktır. Birliğin üyeleri arasında “*Animals and Tourism: Understanding Diverse Relationships*” adlı kitabın editörü Dr. Kevin Markwell ve insan-yaban hayatı etkileşimi konusunda çeşitli makale ve kitapları bulunan Dr. Georgette Leah Burns de bulunmaktadır. Özellikle iki akademisyenin öncülüğünde, söz konusu birlik turizmde hayvanların kullanımı üzerine çalışmalarını sürdürmekte ve 2005 yılından bu yana düzenlemiş oldukları çeşitli sempozyum, kongre ve toplantılar ile akademik açıdan bir farkındalık yaratmaktadırlar.

¹⁸⁹ WSPA, Thomas Cook Group Elephant Petition Update, 2015

<http://www.worldanimalprotection.org/news/thomas-cook-group-elephant-petition-update> (24.10.2015).

¹⁹⁰ ABTA, **Global Welfare Guidance for Animals in Tourism**, https://c0e31a7ad92e875f8eaa-5facf23e658215b1771a91c2df41e9fe.ssl.cf3.rackcdn.com/publications/GWforAnimalsinTourism_web.pdf (23.10.2015).

3.4.6. Avustralya Yaban Hayatı Turizm Birliği (WTA)

2003 yılında kurulan birlik, sürdürülebilir turizm temelinde yaban hayatını koruma ve geliştirmeyi amaçlamaktadır. A.B.D ve İskoçya’da da benzer örgütlerin kurulmasına öncülük eden birliğin üyeleri arasında farklı kesimlerden akademisyen ve gönüllüler bulunmaktadır. Turist – yaban hayatı etkileşiminin ne tür kuralları içerisinde barındırması gerektiğine yönelik olarak 2004 yılında akademisyen Dr. Ronda Green (WTA’nın Başkanı)’in hazırlamış olduğu çalışma, hem WTA’nın politikasını ortaya koymak hem de kamuoyunu bilgilendirmek için önemli bir referanstır¹⁹¹. Bunun yanı sıra, bu yıl üçüncüsünü düzenledikleri “*Wild Life Tourism Conference*” da, birliğin yaban hayatı turizmine ilişkin yapmakta olduğu önemli bir organizasyon olarak dikkat çekmektedir¹⁹².

3.4.7. Sorumlu Seyahat Merkezi (CREST)

2003 yılında Washington (A.B.D.)’da kurulan birlik, “*Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP)*”, “*Yağmur Ormanı Birliği (Rainforest Alliance)*”, “*Uluslararası Ekoturizm Cemiyeti (ESTC)*” gibi pek çok uluslararası sivil toplum örgütü ile ortaklaşa çalışmalar yapmaktadır¹⁹³. Çeşitli konferanslar, araştırmalar, projeler gerçekleştirmekte ve tüm turizm paydaşları için sorumlu bir turizmin gerekliliğinden söz etmektedirler. Turizmde hayvan refahı, yaban hayatı turizmi çalışmaları ve sürdürülebilir turizm gelişimi konusundaki çalışmalar ile CREST, farkındalık yaratma konusunda ciddi adımlar atmaktadır.

3.4.8. Sürdürülebilir Turizm İşbirliği Araştırma Merkezi (STCRC)

1997 yılında Avustralya’da kurulan birlik, günümüzde uluslararası bir nitelik kazanarak özellikle turizmde hayvan refahı ve yaban hayatı turizmi konularında çeşitli çalışmalar yapmaktadır. Bu çalışmalardan en dikkat çeken ise, 2004 yılında Dr. Karen Higginbottom’ın editörlüğünü yapmış olduğu “*Yaban Hayatı Turizmi:*

¹⁹¹ WTA, **Tourist – Wildlife Interactions**, 2004 http://wildlifetourism.org.au/wp-content/uploads/wta_policy_interaction_final.pdf (24.10.2015).

¹⁹² WTA, **3rd Wild Life Tourism Conference**, <http://www.wildlifetourism.org.au/wildlife-tourism-conference-2015/> (24.10.2015).

¹⁹³ CREST, **Our Partners**, <http://www.responsibletravel.org/partners/index.html> (24.10.2015).

Etkileri, Yönetimi ve Planlaması”dır¹⁹⁴. Çalışmada yaban hayatı gözlemciliği, hayvanat bahçeleri ve av turizmine ilişkin bilgiler verilmekte ve örnek olaylara değinilmektedir. Ayrıca yaban hayatı turizminin olumlu ve olumsuz etkileri ile turizmde hayvan refahının ve hayvan haklarının önemi üzerinde durulmaktadır. Yaban hayatının korunması kadar, turizmde esaret altında tutulan hayvanların da korunmasının önemine değinilerek, turizmde hayvan refahı konusunda yapılması gerekenler belirtilmektedir¹⁹⁵. Ayrıca, turizmin sürdürülebilirliği için öncelikle hayvanlara yönelik yaklaşımın olumlu yönde değişmesi gerektiği vurgulanmaktadır.

Birlik bu çalışmanın yanı sıra, sürdürülebilir turizm eğitimi desteklemekte ve çeşitli üniversiteler ile işbirliği yaparak, doktora programında sürdürülebilir turizm konusunda çalışma yapan öğrencilere burs imkânı sağlamaktadır¹⁹⁶.

Birliğin yapmış olduğu faaliyetler, özellikle sürdürülebilir turizm ve hayvan refahı konusunda dikkat çekmekte ve üniversiteler ile yürütmüş olduğu çalışmalarla da bilimsel olarak konunun tartışılmasına olanak sağlamaktadır.

3.4.9. Dünya Doğayı Koruma Vakfı (WWF)

Vakıf, 1961 yılından beri doğayı koruma konusunda faaliyetlerini yürütmekte olup, toplam 100 ülkede yaklaşık beş milyon destekçisi ile en büyük uluslararası organizasyonlardan biridir. Turizm alanında da, turizm faaliyetleri sonucu doğanın yok olmasına ve hayvanların esaret altında kullanılmasına karşı çıkmaktadır. Vakıf, resmi web sitesinin dışında turizm alanıyla ilgili de ayrı bir web sitesi ile turizm alanındaki çalışmalarını duyurmaktadır¹⁹⁷. Filler, goriller, deniz kaplumbağaları, kaplanlar, kutup ayıları, kangurular, balinalar, yunuslar gibi nesli tehlike altında olan çok sayıda tür hakkında bilgiler vermekte ve onların korunması için çeşitli çalışmalar

¹⁹⁴ STCRC, **Wildlife Tourism: Impacts, Management and Planning** (Ed.Karen Higginbottom), 2004, <http://www.crctourism.com.au/wms/upload/resources/wildlifetourism-impacts.pdf> (24.10.2015).

¹⁹⁵ STCRC, **Wildlife Tourism: Impacts, Management and Planning** (Ed.Karen Higginbottom), 2004, s.53.

¹⁹⁶ STCRC, **Sustainable Tourism CRC Completed PhD Students**, <http://www.crctourism.com.au/Page/Education/+Sustainable+Tourism+CRC+Completed+PhD+Students+.aspx>

¹⁹⁷ WWF, **Travel With WWF**, <http://www.worldwildlife.org/travel> (24.10.2015).

yürütmektedir. Bu çalışmalardan birisi, yaban hayatı turizmi kapsamında filler, kaplanlar ve gergedanların kaçak avlanması konusundadır¹⁹⁸. Ayrıca “*Natural Habitat Adventures*”¹⁹⁹ ile birlikte çalışarak, yaban hayatı gözlemciliği konusunda çeşitli turlar düzenlemekte ve bu turları “doğayı koruma” sloganı ile belli kurallar çerçevesinde gerçekleştirmektedir.

Yukarıda yer alan tüm birlikler, turizmde hayvan refahı ve hayvan hakları konusunda farkındalık yaratmayı amaçlayan kuruluşlar olarak dikkat çekmekte ve turizmin uygulama alanı ile ilgili olarak turizm paydaşlarına önemli bilgiler sunmaktadırlar. Bu bağlamda, yapmakta oldukları bilimsel çalışmalar ve düzenledikleri kampanyalar ile özellikle hayvan odaklı turizm faaliyetlerine katılanlara hayvanları koruma konusunda neler yapmaları ve nasıl bir yol izlemeleri gerektiğini anlatmaktadırlar. Dolayısıyla, çalışmanın bu bölümüne kadar teorik olarak ortaya konulmaya çalışılan turizmde hayvanların ahlaki öneme sahip olması gerektiği yönündeki fikrin, pratik alandaki karşılığını göstermesi bakımından, söz konusu birlikler önem arz etmektedir. Her ne kadar hemen hepsi sürdürülebilir turizm ya da sürdürülebilir gelişim temelinde hayvanların kullanımına tamamen karşı çıkmasa da, mevcut durumun iyileştirilmesi konusunda hem fikirdirler. Bu noktada daha çok faydacı görüşün temsilcileri şeklinde değerlendirilip, eleştirilebilecek olan birlikler, turizmde hayvan refahının sağlanabilmesi açısından da desteklenebilir. Turizmde hayvanların kullanılması ya da metalaştırılması konusunda eğer bir değişim ya da dönüşüm gerçekleşecekse, bu konuda söz konusu birliklere ihtiyaç olduğu da açıktır.

¹⁹⁸ WWF, **Stop Wildlife Crime**, <http://www.worldwildlife.org/pages/stop-wildlife-crime> (24.10.2015).

¹⁹⁹ Natural Habitat Adventures, **NHA is WWF's Conservation Travel Partner**, <http://www.nathab.com/about/> (24.10.2015).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA VE BULGULAR

4.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu tezin amacı turizmde hayvanların kullanımına ve metalaştırılmasına ilişkin bir meta eleştirisi yaparak, hayvanların ahlaki bir statüye sahip olup olamayacakları noktasında turizmin ahlaki sorumluluğunu tartışmaya açmaktır. Başka bir ifadeyle, turizm sektörünü hayvan etiği bağlamında sorgulamak ve cevaplar ortaya koyabilmektir. Hayvan odaklı turizm faaliyetlerine katılmanın ahlaki ağırlığının, hayvanların sömürülmesi ve esaret altında tutularak işkence görmeleri karşısındaki ahlaki ağırlığımıza ağır basıp basmadığı yönündeki etik bir soruya cevap aramak ve bu bağlamda, mevcut durumu ortaya koyarak tartışmanın hangi zemin üzerinde şekillenebileceğini belirlemektir.

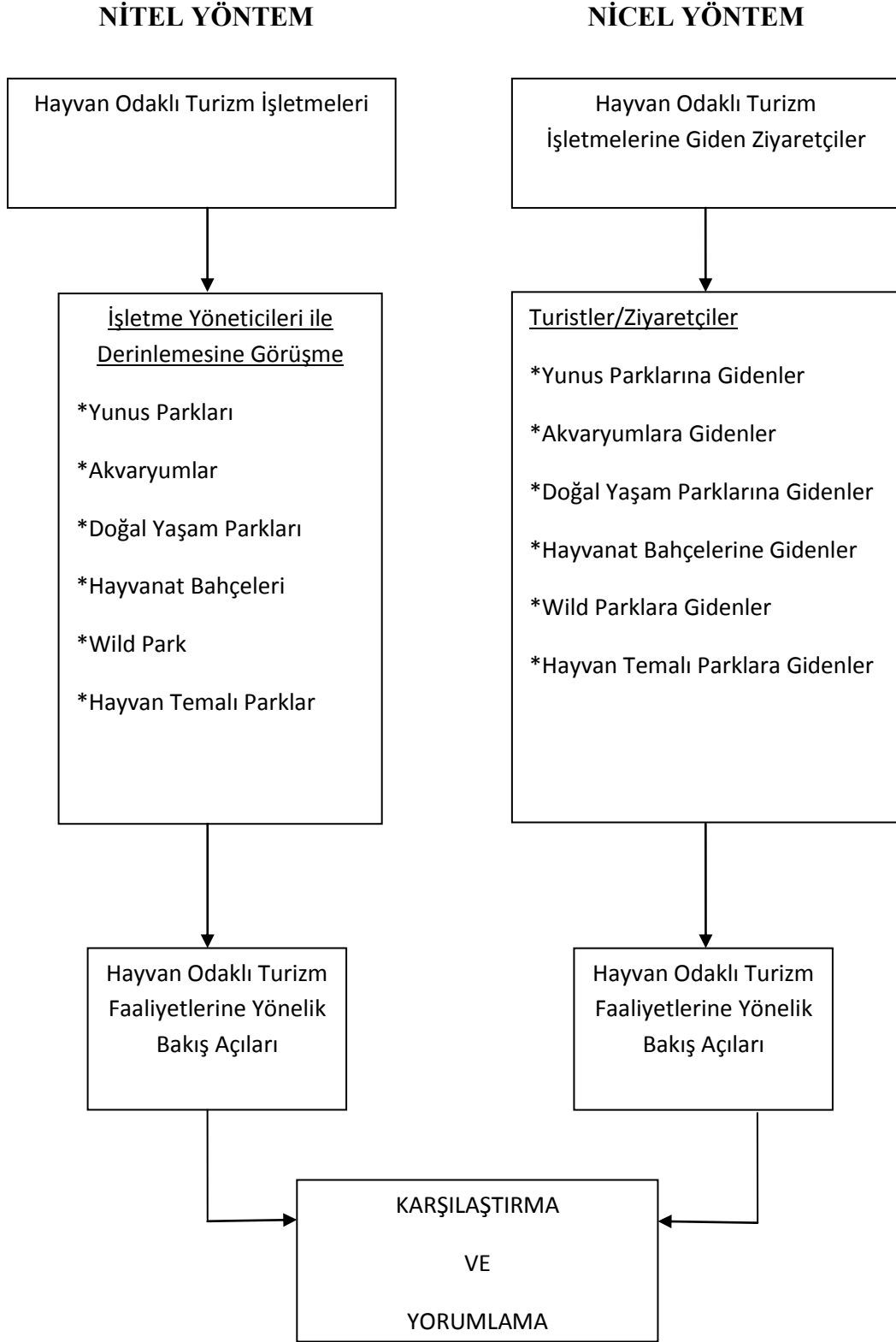
Çalışma, turizmin sektöründe hayvanların metalaştırılmasına karşı çıkarak mevcut durumun eleştirisini yapmakta ve turizmin, bu duruma yönelik ahlaki sorumluluğunu irdelemektedir. Bu tür bir çalışma, Türkiye’de turizm yazınında ilk olma özelliği taşıması bakımından önemlidir.

4.2. ARAŞTIRMANIN MODELİ

Araştırma, nitel ve nicel olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Birbirini destekler nitelikte ve karşılaştırmalı bir değerlendirmeyi içerisinde barındırmaktadır. Araştırmanın nicel ayağını hayvan odaklı turizm çekiciliklerini ziyaret edenlerin, başka bir deyişle turizm talebini oluşturanların hayvanlar ve hayvan odaklı turizm çekiciliklerine yönelik algıları oluştururken, nitel ayağı ise söz konusu çekiciliklere sahip turizm işletmelerinin yöneticileri, yani turizm arzını sunanlar ile yapılan görüşmeler oluşturmaktadır.

Bu iki temel noktadan elde edilen veriler ise karşılaştırmalı yorumlamalar ile değerlendirilmektedir. Araştırmanın modeli, Şekil 4’te ayrıntılı olarak verilmektedir.

Şekil 4: Araştırmanın Modeli



4.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada, nitel ve nicel araştırma yönteminin her ikisi de kullanılmıştır. Çalışmanın meta eleştirisi üzerinde şekillenecek olması nedeniyle hayvan odaklı turizm çekiciliklerine sahip işletmelerin yöneticileri ile görüşmeler yapılmış ve elde edilen veriler betimsel analiz yoluyla değerlendirilerek, yorumlanmıştır. Araştırmanın nitel ayağı bu şekilde oluşturulmuştur.

Bunlara ek olarak hayvan odaklı turizm çekiciliklerine katılan ziyaretçilere yönelik nicel bir çalışma yapılmıştır. Bu doğrultuda, Amir Shani (2009)'nin *“Tourists’ Attitudes Toward The Use Of Animals In Tourist Attractions: An Empirical Investigation”* adlı doktora tezinde kullandığı ölçek ile Thompson ve Barton'ın *“Ecocentric and Anthropocentric Attitudes Toward The Environment”* adlı çalışmasında ilk defa kullanılan ölçek dikkate alınarak bir ölçek meydana getirilmiştir. Ölçekte, ziyaretçilerin hayvanlara ve hayvan odaklı turizm çekiciliklerine yönelik algısı, hayvan odaklı turizm çekiciliklerine ilişkin kabul etme düzeyleri ve hayvan odaklı turizm çekiciliklerine ilişkin muhtemel ziyaretleri olmak üzere dört temel nokta bulunmaktadır. Elde edilen veriler, betimleyici istatistik ve yapısal eşitlik modeli ile analiz edilmiş ve sonuçları değerlendirilmiştir.

Çalışmanın nitel ve nicel ayağında yapılmak istenen bir karşılaştırmadır. Başka bir deyişle, hayvan odaklı turizm faaliyetlerinin hem arz hem de talep boyutu dikkate alınarak, arz boyutunda işletmeciler ile derinlemesine görüşme tekniği yoluyla veriler toplanmış, talep boyutunda ziyaretçilere yönelik ise yukarıda belirtilen ölçekten yararlanılarak veriler elde edilmiştir. Böylelikle hem arzı sunanlar hem de talebi oluşturanlar açısından hayvanların turizm sektöründe meta olarak kullanılmasının karşılaştırmalı bir eleştirisi yapılabilmektedir.

Araştırmanın Örneklemi

Araştırmanın nitel kısmında, Türkiye’de bulunan toplam 23 hayvan odaklı turizm işletme yöneticisi ile görüşme yapılmak istenmiş, ancak 17 yönetici ile görüşme gerçekleştirilebilmiştir. Bunun yanı sıra toplamda 20 işletme gezilmiştir.

Nicel kısımda ise; Gaziantep, Antalya (Merkez, Alanya ve Kemer), İzmir, Bodrum, Marmaris, Ankara, Eskişehir, İstanbul, Kocaeli illerinde hayvanat bahçesi (3), yunus gösteri merkezi (7), hayvan temalı park (2), wildpark (2), akvaryum (5), Doğal yaşam parkı (1) olmak üzere toplam 20 işletmeye gelen ziyaretçilerden toplam

406 veri toplanmıştır. Bunların 18 tanesi ön kabul şartlarına uymadığı için elenerek toplam 388 veri değerlendirmeye alınmıştır. Ana kütle bilinmemesi ve araştırmanın keşifsel olması nedeniyle örneklem sayısında 384'ü geçmek, analizlerin sağlıklı sonuçlar verebilmesi açısından önemli görülmüştür. Nitekim yazarlar örneklem büyüklüğünün 384 olmasının analizler ve sonuçlar için önemli olduğunu dile getirmektedir^{200;201}.

Araştırmanın ana kütlelerini Türkiye’de bulunan hayvan odaklı çekicilikleri ziyaret edenler oluşturmaktadır. Ancak, tüm ziyaretçilere ulaşılması mümkün olmadığından örnekleme yapılmış ve örnekleme yöntemi olarak kolayda örnekleme metodu tercih edilmiştir.

4.4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

4.4.1. Nitel Araştırma Sonuçları

Tezde yapılan araştırmanın nitel ve nicel olmak üzere iki ayağı bulunmaktadır. Araştırmada, hem nicel hem de nitel yönetimin kullanılmasının nedeni turizm arzı ve turizm talebi açısından hayvanların turizmde kullanımları üzerine kuramsal ve uygulamaya yönelik açılımları birlikte yapabilmektir ki bu sayede, nicel verilere derinlik ve anlam kazandırmak amaçlanmaktadır²⁰².

Bu doğrultuda araştırmanın nitel ayağını hayvan odaklı turizm işletmeleri yöneticileri ile yapılan derinlemesine görüşmeler ve görüşme yapılan işletmelerdeki gözlemler oluşturmaktadır. Bu kapsamda, yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla toplam 17 işletme yöneticisiyle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme formunun kullanılmasındaki amaç ise, hem sistematik bilgiye ulaşabilmek hem de görüşmenin akışına bağlı olarak görüşülen kişiye de belli ölçüde esneklik sağlayarak verdiği bilgilerin niteliğini ve niceliğini artırmaktır.

²⁰⁰ Robert V. Krejcie ve Daryle W. Morgan, Determining Sample Size For Research Activities, **Educational and Psychological Measurement**, Sayı:30, 1970, ss. 607-610

²⁰¹ Uma Sekaran ve Roger Bougie, **Research Methods for Business: A Skill Building Approach** (5. Baskı), John Wiley, New York, 2010, s.296.

²⁰² Ali Yıldırım ve Hasan Şimşek, **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri**, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2008, s 311.

Nitekim farklı yazarlar da bu konuya dikkat çekerek, yarı yapılandırılmış görüşme formunun faydalarını benzer şekilde ifade etmektedirler^{203;204}.

Bu amaçla görüşme yapılan 17 işletme yöneticisine toplam 10 soru yöneltilmiş ve görüşme esnasında da bazı alt sorularla da yanıtların ayrıntılandırılması sağlanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formunda bulunan sorular Dr. Amir Shani'nin "*Tourists' Attitudes Toward The Use Of Animals In Tourist Attractions: An Empirical Investigation*" adlı çalışmasının ölçeğinde yer alan hayvan odaklı turizm çekiciliklerine yönelik etik boyuta ait ifadelerinden yararlanılarak yazar tarafından derlenmiştir²⁰⁵.

Bu çerçevede işletme yöneticisi ve işletmeyi tanımaya yönelik sorular, o işletme ile hayvanlar arasındaki ilişkiye dair sorular, o işletmeyi gelen ziyaretçiler ile hayvanlar arasındaki ilişkiye yönelik sorular ile toplumsal farkındalık, hayvan hakları örgütleri ile olan ilişkiler, denetim ve halkla ilişkiler faaliyetlerine yönelik sorular görüşme formunda yer almaktadır.

Söz konusu sorulardan elde edilen veriler ise araştırma sorularının ortaya koyduğu temalara göre düzenlenmiş, betimsel analize tabi tutulmuştur. Bu noktada betimsel analiz dört aşamada gerçekleştirilmiştir²⁰⁶:

- Öncelikle veri analizi için yazında ortaya konulan turizmde hayvanlar üzerinden yaratılan meta üretiminin eleştirel tahlili çerçevesinde görüşme yoluyla elde edilen veriler (1) mevcut durum, (2) etik durum, (3) dış çevre altında düzenlenmiştir.
- Elde edilen veriler okunmuş, düzenlenmiş ve mantıklı bir biçimde bir araya getirilmiştir. Daha sonra söz konusu temalara ilişkin veriler işlenerek, sonuç kısmında da yer verilen doğrudan alıntılar seçilmiştir.

²⁰³ Yıldırım ve Şimşek, ss.122-123.

²⁰⁴ Metin Kozak, **Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayımla Teknikleri**, Detay Yayıncılık, Ankara, s.90.

²⁰⁵ Amir Shani, **Tourists' Attitudes Toward The Use Of Animals In Tourist Attractions: An Empirical Investigation**, Basılmamış Doktora Tezi, University of Central Florida, Orlando, USA, 2009.

²⁰⁶ Yıldırım ve Şimşek, s.224.

- Üçüncü aşamada, veriler daha kolay anlaşılabilir bir dille tanımlanmıştır.
- En son aşamada ise elde edilen bulgular yorumlanarak, neden-sonuç ilişkileri temelinde hem etik kuramlar açısından hem de meta üretiminin eleştirel tahlili çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Dört aşamada gerçekleşen bu analiz süreci hayvan odaklı turizm çekiciliklerine sahip işletmelerin yöneticilerinden elde edilen bilgiler ile gerçekleştirilmiştir. Bu noktada söz konusu turizm işletmeleri ve görüşülen kişiler Tablo 8’de verilmektedir.

Tablo 8: Görüşme Yapılan Hayvan Odaklı Turizm İşletmeleri ve İşletme Yöneticileri

Hayvan Odaklı Turizm İşletmeleri	Görüşülen Kişiler
Dolphinarium 1	İşletme Halkla İlişkiler Yöneticisi
Dolphinarium 2	İşletme Sahibi ve İşletme Yöneticisi
Dolphinarium 3	İşletme Yöneticisi
Dolphinarium 4	İşletme Yöneticisi
Dolphinarium 5	İşletme Yöneticisi
Hayvanat Bahçesi 1	İşletme Müdür Yardımcısı
Hayvanat Bahçesi 2	İşletme Müdürü
Hayvanat Bahçesi 3	İşletme Müdürü
Doğal Yaşam Parkı	Eğitim ve İletişim Sorumlusu
Akvaryum 1 + Vahşi Yaşam Parkı	Satış & Pazarlama Müdürü
Akvaryum 2	Genel Müdür
Akvaryum 3	Genel Müdür
Akvaryum 4 + Vahşi Yaşam Parkı	Genel Müdür
Akvaryum 5	İletişim Sorumlusu
Vahşi Yaşam Parkı	İşletme Müdürü
Hayvan Temalı Park 1	Halkla İlişkiler Müdürü
Hayvan Temalı Park 2	İşletme Müdürü

Tablo 8’de yer alan işletmeler aynı zamanda gözlem yoluyla da veri elde edilen işletmelerdir. İşletme yöneticilerinin verdikleri cevaplar, işletme içerisinde gerçekleştirilen gözlem ile desteklenmiştir. Bu sayede işletme yöneticilerinin cevapları ile gözleme dayalı verilerin birbiri ile örtüşüp örtüşmediği de belirlenebilmiştir. Bu da araştırmanın nitel ayağının güvenilirliği açısından önemlidir.

Yapılan gözlemde, ziyaretçilerin hayvanlara ilişkin tutumları, işletmelerin belirledikleri kurallara uyup uymadıkları, bulundukları ortamda nasıl hareket ettikleri, yaşadıkları deneyimden mutlu olup olmadıklarına ilişkin notlar alınmıştır. Bu notlardan elde edilen bulgular da, görüşme yapılan yöneticilerin verdikleri cevaplardan elde edilen bulgular ile karşılaştırılarak betimsel analiz sürecinde belirlenen kategoriler altında değerlendirilmiştir.

Nitel araştırma sürecinde gerçekleştirilen görüşmelerde sorulan sorular; 2., 3. ve 4. sorular mevcut duruma ilişkin sorularken, 5., 6. ve 8. sorular etik durum ile ilgili sorulardır. 7., 9. ve 10. sorular ise işletmenin dış çevresini anlamaya yönelik sorulardır. Nitel araştırmanın güvenilirliği ise Huberman’ın güvenilirlik formülü kullanılarak hesaplanmış ve % 70’in üzerinde yer alan sorular güvenilir sayılmıştır²⁰⁷. Buna göre Huberman’ın formülünden hareketle;

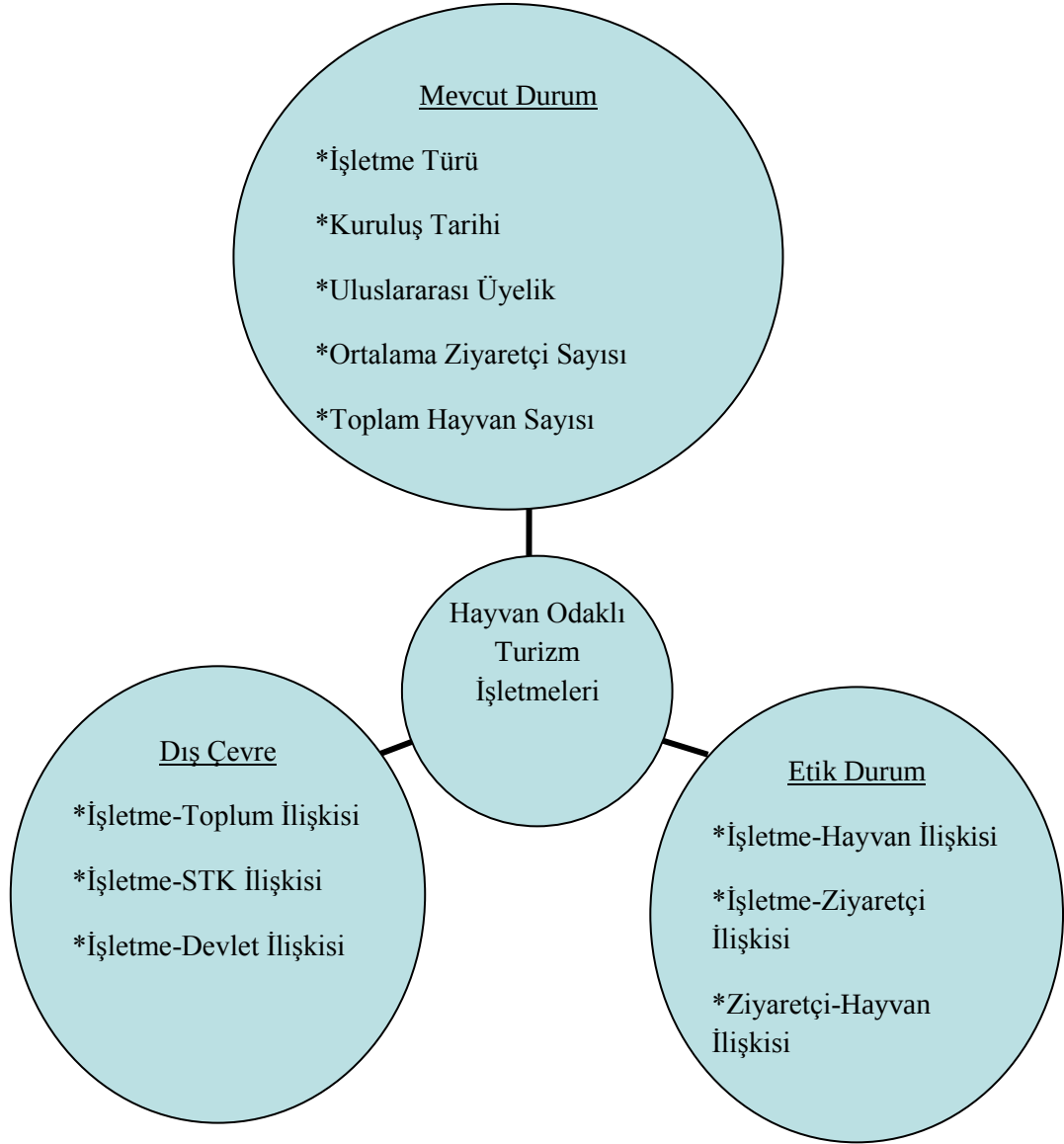
$$\text{Güvenirlik: } \text{Görüş Birliği} / \text{Görüş Birliği} + \text{Görüş Ayrılığı} \times 100$$

mevcut duruma ilişkin sorular için güvenilirlik % 100 iken, etik duruma ilişkin sorularda ortalama güvenilirlik % 96, dış çevreye yönelik sorular için ise yine % 96 şeklinde hesaplanmıştır. Hesaplama yapılırken 2 eğitim bilimleri alanından, 2 turizm alanından ve 1 felsefe alanından olmak üzere beş uzman akademisyenden yardım alınmıştır. Etik duruma ilişkin sorularda, felsefe alanında uzman akademisyen 8. soruda görüş ayrılığında olduğunu belirtirken, etik duruma ilişkin sorularda ise turizm alanında uzman akademisyen 7. soruya ilişkin görüş ayrılığında olduğunu belirtmiştir. Dolayısıyla her iki kategoriye ilişkin güvenilirlik değeri Huberman formülüne göre % 96 olarak bulunmuştur.

Hesaplanan güvenilirlik değerleri ve yapılan betimsel analiz neticesinde ortaya çıkan kategoriler ile bu kategorilere ait alt kategoriler Şekil 5’te verilmektedir.

²⁰⁷ Matthew B. Miles ve A. Michael Huberman, **Qualitative Data Analysis**, 2. Baskı, Sage Publications, London, 1994, s.64.

Şekil 5: Görüşmelerden Elde Edilen Veriler Sonucu Ortaya Çıkan Boyutlar



a. Hayvan Odaklı Turizm İşletmelerinin Mevcut Durumu

Hayvan odaklı turizm işletmelerinin mevcut durumu işletmenin türü, kuruluş tarihi, uluslararası üyelik, ortalama ziyaretçi sayıları ve sahip oldukları hayvan sayılarına göre gruplandırılarak Tablo 9’da verilmektedir. Türkiye’de yer alan bu turizm işletmelerinin mevcut durumunu ortaya koymak, diğer kategoriler altında yapılan değerlendirmelerin daha iyi anlaşılabilmesi adına bir zemin oluşturması açısından önemlidir.

Tablo 9: Görüşme Yapılan Hayvan Odaklı Turizm İşletmelerinin Mevcut Durumu

Hayvan Odaklı Turizm İşletmeleri	Kuruluş Tarihi	İşletme Tipi	Üyelik	Ortalama Ziyaretçi Sayısı	Hayvan Sayısı
Dolphinarium 1	2008	Özel	-	Yıllık 1 Milyon kişi	1 Mors, 1 Fok, 2 Yunus ve 1 Beyaz Balina
Dolphinarium 2	2010	Özel	-	Yaz Sezonu boyunca 35-40 bin kişi	4 Yunus, 1 Fok, 1 Deniz Aslanı
Dolphinarium 3	2006	Özel	-	Yıllık 200 bin kişi	4 Yunus, 2 Beyaz Balina, 1 Mors
Dolphinarium 4	2013 (tekrar açıldı)	Özel	-	-	3 Yunus
Dolphinarium 5	2007	Özel	-	-	5 Yunus
Hayvanat Bahçesi 1	2001	Kamu	-	Yıllık 2.5 Milyon kişi	264 türde 6814 hayvan
Hayvanat Bahçesi 2	1990	Kamu	-	Yıllık 350 bin kişi	200'ün üzerinde hayvan
Hayvanat Bahçesi 3	1993	Özel	EAZA	Yıllık 750 bin kişi	286 türde 3600'den fazla hayvan
Doğal Yaşam Parkı	2008	Kamu	EAZA	Yıllık 1 Milyon kişi	130 türde 1500'den fazla hayvan
Akvaryum 1 + Vahşi Yaşam Parkı	2012	Özel	-	Yıllık 1 milyon Kişi	Toplam 40 binin üzerinde kara ve deniz canlısı
Akvaryum 2	2012	Özel	-	Yıllık 500 bin kişi	12 bin deniz canlısı
Akvaryum 3	2009	Özel	WAZA	Yıllık 600 bin kişi	15 bin deniz canlısı
Akvaryum 4 + Vahşi Yaşam Parkı	2011	Özel	WAZA	Yıllık 2 milyon kişi	Toplam 15 bin kara ve deniz canlısı
Akvaryum 5	2014	Özel	-	1,5 yıl içerisinde toplam 1 milyon kişi	2150 deniz canlısı
Vahşi Yaşam Parkı	2015	Özel	-	Hedef yıllık 1 milyon kişi	100 farklı türde 150'den fazla hayvan
Hayvan Temalı Park 1	2011	Özel	-	Yıllık 300 bin kişi	Canlı hayvan bulunmamaktadır. Bire bir boyutlarda dinazor simülasyonları vardır.
Hayvan Temalı Park 2	2012	Özel	-	Yıllık 100 bin kişi	Az sayıda midilli atı bulunmaktadır. Bire bir boyutlarda dinazor Simülasyonları vardır.

Mevcut durumu gösteren tabloda, yalnızca dört işletmenin uluslararası bir kuruluşa üye oldukları, üç işletme dışında diğer işletmelerin özel şirketler, kişiler ya da gruplar tarafından işletildiği anlaşılmaktadır. Bu işletmelere gelen ziyaretçi sayılarının da oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Ziyaretçi toplamalarının hem yerli hem yabancı ziyaretçilerden oluştuğu da yöneticilerin ifadelerinde yer bulmaktadır. İki dolphinarium işletmesi sahip oldukları deniz canlılarına gösteri yaptırmadıklarını ve bu nedenle ortalama ziyaretçi sayısına ilişkin net bilgiler veremeyeceklerini ifade etmişlerdir. Söz konusu iki işletme yüzme, besleme ve terapi programları uyguladıklarını da ayrıca vurgulamışlardır.

Bu bilgiler ile ışığında etik durum ve dış çevre olarak adlandırılan diğer iki kategori altında hayvan odaklı turizm faaliyetlerinin aktörleri konumunda olanların birbirleriyle olan ilişkileri ve bu ilişki ağının hayvanların metalaştırılması açısından nasıl bir rol oynadığı irdelenmektedir. Etik durum ve dış çevreye ilişkin doğrudan alıntılar, kodlamalar ve buna ilişkin frekans tablosu Ek – 3’te verilmektedir.

b. Hayvan Odaklı Turizm İşletmelerinin Etik Durumu

Hayvan odaklı turizm çekiciliklerini sunan turizm işletmelerinin etik durumu üç kategori altında tartışılmaktadır. Bu bağlamda arzı sunan işletme, talebi oluşturan ziyaretçi ve metalaştırılarak sunulan ürün ise hayvanlardır. Dolayısıyla işletme, hayvan ve ziyaretçi üç temel unsuru oluşturduğundan; (1) işletme – hayvan ilişkisi, (2) ziyaretçi – hayvan ilişkisi ve (3) işletme – ziyaretçi ilişkisi kategorileri altında söz konusu işletmelerin etik durumu ele alınmaktadır.

b.1. İşletme – Hayvan İlişkisi

İşletme – hayvan ilişkisinde, işletme yöneticilerinden hem kendi işletmelerine hem de diğer hayvan odaklı turizm işletmelerine yönelik olarak hayvanlara olan yaklaşımları bağlamında bir değerlendirme yapılması istenmiştir. İşletme yöneticilerinin verdikleri yanıtlarda daha çok görev yaptıkları işletmelerin hayvanları kullanım amaçları, hayvanlara nasıl davrandıkları ve müşteri şikâyetlerinin olup olmadığı ön plana çıkmaktadır. Başka bir ifadeyle, yöneticiler cevaplarını bu üç temel nokta üzerinden vermektedir. Örneğin Dolphinarium 5’in işletme yöneticisi *“İşletmemizde yunus şovu bulunmamaktadır. Bizde terapi programı, besleme, yüzme ve izleme vardır”* şeklindeki ifadesiyle yunusları birer gösteri aracı olarak görmediklerini ifade etmekte ve kullanım amaçlarının altını çizmektedir. Diğer

yandan Akvaryum 2'nin yöneticisi ise *“Gelen ziyaretçilerin hayvanlara teması mümkün değil. Bu bir anlamda görsel bir şovdur. Dolayısıyla buraya gelen herkes mutlu ayrılıyor”* ifadesi ile ziyaretçi memnuniyetine vurgu yapmaktadır. Akvaryum 1'in yöneticisi ise *“2013 yılında POYD GM Dergisi'nin vermiş olduğu QM Awards (Kalite Yönetim Ödülü) ödülünü kazandık. Bu ödül Türkiye'nin en iyi yönetilen alternatif turizm işletmesi ödülüdür. Dolayısıyla bu ödül, aynı zamanda hayvanlara olan davranışlarımızı ve onlara nasıl baktığımızı da göstermektedir”* diyerek işletme – hayvan ilişkisinde hayvanlara yönelik davranışlarını ve bakış açılarını yansıtmaktadır.

Öte yandan genel olarak tüm hayvan odaklı turizm işletmelerinin hayvanları birer ürün olarak gördükleri ve sahip oldukları hayvanlara verdikleri değeri de bakım masrafları üzerinden belirledikleri anlaşılmaktadır. Bu kapsamda Dolphinarium 2'nin yöneticisi *“Hayvanlarımıza çok iyi bakıyoruz. Sahip olduğumuz 4 yunusun bize sadece günlük yemek maliyeti 1500 TL'dir”* şeklinde hayvanlara verdikleri değerin maddi boyutunu işaret etmektedir. Hayvan temalı Park 1'in yöneticisi ise tüm bunlardan farklı olarak *“yaban hayatı içerisinde doğal koşullarında yaşayan hayvanların kafeslerde tutulmasını doğru bulmuyorum”* diyerek doğrudan olmasa da hayvanat bahçeleri, dolphinariumlar, vahşi yaşam parkları gibi esaret altında tutulan hayvanların sunulduğu turizm işletmelerini eleştirdiği söylenebilir.

Özetle hayvan temalı parklar haricinde diğer hayvan odaklı turizm işletmelerinin işletme – hayvan ilişkilerindeki bakış açısının daha çok ürün ve ürün kalitesi üzerinden olduğu, yani sundukları metaların değişim değerlerinin gücü oranında hayvanları önemsedikleri ifade edilebilir. Bu durum, işletme – hayvan ilişkisinin pragmatik yönünü ortaya koymaktadır. Başka bir deyişle hayvanların çıkarları, işletmenin çıkarlarına uyduğu ölçüde önemlidir.

b.2. Ziyaretçi – Hayvan İlişkisi

Hayvan odaklı turizm işletmelerinin etik durumunu ortaya koyarken tartışılması gereken diğer bir konu ziyaretçi – hayvan ilişkisidir. Bu kategori altında söz konusu işletme yöneticilerinin verdikleri cevaplar ziyaretçi – hayvan ilişkisinin işletme tarafından belirlenen kurallar çerçevesinde gerçekleşip gerçekleşmediğine ilişkin bir değerlendirmeyi gerektirmektedir. İşletmelerin genel olarak ziyaretçi – hayvan ilişkisinde belirli kurallar belirlediği ve bu kuralları yazılı, görsel veya sözlü

olarak gelen ziyaretçilere aktardığı anlaşılmaktadır. Öyle ki işletmeler de yapılan gözlemlerde de bu durumun yöneticilerin cevapları ile uyduğu görülmektedir. Ancak ziyaretçi – hayvan ilişkisinde temel sıkıntının, ziyaretçinin hayvanlara yönelik davranışlarında kurallara çok fazla aldırış etmeden verdiği parayla doğru orantılı olarak hayvanlardan beklentileri olduğu söylenebilir. Örneğin akvaryum 3'ün yöneticisi “*gerek yazılı, gerekse görsel olarak gelen ziyaretçilerimizi akvaryum içerisinde nasıl davranmaları konusunda bilgilendiriyoruz*” şeklinde ziyaretçi – hayvan ilişkisinde işletmenin sorumluluğuna dikkat çekmektedir. Bu akvaryumda yapılan gözlemde ise, bazı ziyaretçilerin uyarıları dikkate almayarak fotoğraf makineleri ya da telefonlarıyla flaşlı çekim yaptıkları tespit edilmiştir. Flaşlı çekimin deniz canlılarına zarar verdiği belirtilse de o ziyaretçiler bu durumu önemsemediği ve yapılan anonslara rağmen bunu sürdürdükleri görülmüştür.

Turizmin hayvanlara dair ahlaki sorumluluğunun talebi oluşturanlar açısından daha farklı olduğu önceki bölümlerde ifade edilmişti. Dolayısıyla bazı ziyaretçilerin kuralları yok sayma durumu, arzı sunanlar için zaten ahlaki değere sahip olmayan hayvanların durumunu daha da güçleştirmektedir. Başka bir deyişle, arzı değiştirme ya da dönüştürme gücü olan talebin hayvanlara verdiği ahlaki değer ölçüsünde söz konusu değişim ya da dönüşümün gerçekleşebileceği söylenebilir.

Akvaryumlar, hayvanat bahçeleri ya da doğal yaşam parklarında, insan – hayvan etkileşiminin Cohen'in ifadesi ile “interaktif olmayışı” yani karşılıklı etkileşimden yoksun oluşu ziyaretçi – hayvan ilişkisinin de belli kurallar ile genelde doğru bir şekilde yürütülebilmesine olanak sağlamaktadır. Ancak yine Cohen'in ifadesi ile “ilişkisel” bir insan – hayvan etkileşiminin olduğu dolphinariumlar için durum biraz farklıdır. Örneğin Dolphinarium 5 ve Dolphinarium 2'nin yöneticisi benzer ifadeler ile, farklı programlar için farklı kurallar belirlediklerini söylemektedirler. Bu kapsamda örneğin yunuslarla yüzme programına katılan bir müşterinin program öncesinde “*yunuslara nasıl dokunacağı, yunusun neresinden tutarak onunla yüzmesi gerektiği*” Dolphinarium 5'in yöneticisi tarafında dile getirilmektedir. Dolphinarium 2'nin yöneticisi ise “*örneğin besleme programında katılımcının nerede durması gerektiği, balığı nasıl vermesi gerektiği görevlilerimiz tarafından belirtilmektedir*” diyerek işletmenin belirlediği kuralları örneklendirmektedir. Yapılan gözlemlerde de belirtilen kurallara uyulduğu hatta

özellikle yüzme programları öncesinde ziyaretçilerin tüm vücutlarını dezenfekte eden bir krem sürdükleri görülmüştür. Bunun, yunusları dışarıdan gelebilecek enfeksiyonlara karşı koruduğu belirtilmiştir.

Özetle ziyaretçi – hayvan ilişkisinde işletmelerin çeşitli kurallar belirlediği anlaşılmaktadır. Bu kuralların önemi kadar, ziyaretçilerin hayvanlara olan yaklaşımları da son derece önemlidir. Yapılan gözlemlerde işletmelerin belirlediği kuralları görmezden gelen, hayvanları kızdıran, hayvanlara eziyet eden, antropomorfist bir tavırla hayvanları kişileştiren ve bu şekilde onları aşağılayan ziyaretçilerin de olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla her ne kadar işletmeler kendi hayvanlarına ya da diğer bir deyişle ürünlerine sahip çıkma konusunda kuralcı bir yaklaşım benimseseler de, bu türden ziyaretçiler bu kurallara uymamaktadırlar. Ziyaretçiler bu davranışları ile esaret altında olan hayvanların metalaştırılmasının meşru zeminini güçlendirmektedirler.

b.3. İşletme – Ziyaretçi İlişkisi

İşletme – ziyaretçi ilişkisi, hayvan odaklı turizm işletmelerinin özellikle halkla ilişkiler faaliyetlerine odaklanarak, işletmelerin yapmış oldukları faaliyetlerin neler oldukları ve kendilerini gelen ziyaretçilere anlatma zorunluluğu hissedip hissetmediklerini ortaya koymaktadır. Böylelikle işletmelerin ziyaretçilere karşı nasıl bir etik tutum takındığı da anlaşılabilir.

Örneğin Dolphinarium 4’ün yöneticisi “*önceden bu tesis Ruslara aitti. Ancak 2013 yılında kapandı ve sonrasında biz devraldık. Geçmiş dönemdeki uygulamalara ilişkin çeşitli ön yargılar oluştuğu için biz gelenlere kendimizi anlatma zorunluluğu hissediyoruz*” diyerek, işletme – ziyaretçi ilişkisinin hayvan odaklı turizm işletmeleri için bir zorunluluk olduğunu dile getirmektedir. Dolphinarium 3’ün yöneticisi de özellikle halkla ilişkiler faaliyeti kapsamında sosyal sorumluluk projeleri yürüttüklerini dile getirerek; “*maddi imkânı olmayan ailelerin engelli çocuklarına yönelik ücretsiz yunus terapisi programları uyguluyoruz. Bu sayede var olan ön yargıları da yıkmaya çalışıyoruz*” şeklinde görüşünü bildirmektedir. Bu kapsamda doğal yaşam parkı iletişim sorumlusu da hayvan – insan ilişkisindeki farkındalık ve eğitim boyutuna dikkat çekerek okullarla, derneklerle işbirliği yaparak doğal yaşam parkı gezileri düzenlediklerini ifade etmektedir.

Bu tür sosyal sorumluluk projelerinin dışında işletme – ziyaretçi ilişkisi bağlamında farklı uygulamalar da yapılmaktadır. Örneğin Akvaryum 4’ün yöneticisi *“buraya gelen insanların canlılar ile bağ kurması amacıyla canlılarımıza isim verme, maskotumuzu seçme, gelenlerin akvaryum ile ilgili eğlenceli videolarını sosyal medyadan paylaşma gibi pek çok yarışma ve etkinlik düzenlemekteyiz”* şeklinde gelen ziyaretçilerle ne tür uygulamalar ile ilişkilerini kuvvetlendirdiklerini açıklamaktadır.

Özetle tüm hayvan odaklı turizm işletmeleri ziyaretçilerin algısında olumlu bir imaj yaratmak adına yapmış oldukları faaliyetlerin birer zorunluluk olduğunu dile getirmektedir. Her işletme gibi kendilerinin de halkla ilişkiler faaliyetleri yürütmelerinin gerekliliğine vurgu yaparak, hayvan hakları örgütleri aracılığıyla hayvanlara dair toplumsal farkındalığın her geçen gün arttığını ve hayvan odaklı turizm işletmeleri için de yürütülen halkla ilişkiler faaliyetlerinde bu durumun tetikleyici olduğunu da söylemektedirler.

c. Hayvan Odaklı Turizm İşletmelerinin Dış Çevresi

Hayvan odaklı turizm işletmelerinin dış çevresi olarak adlandırılan ve içerisinde toplum, sivil toplum kuruluşları (STK) ve devlet mekanizmalarını barındıran üç ayaklı bir ilişki ağı ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda yöneticilerin verdikleri yanıtlar; (1) işletme – toplum ilişkisi, (2) işletme - STK ilişkisi ve (3) işletme – devlet ilişkisi altında üç farklı kategori altında değerlendirilmiştir. Söz konusu ilişkiler, hayvan odaklı turizm işletmelerinin etik durumu içerisinde ortaya konulan ilişkileri de tamamlayıcı rol oynadığından önemlidir.

c.1. İşletme – Toplum İlişkisi

İşletme – toplum ilişkisinde ortaya çıkan temel bulgu, hayvan hakları ve hayvan refahına ilişkin toplumsal farkındalığın artması hayvanları metalaştıran ve sunan turizm işletmelerini baskı altına almakta olduğudur. Öyle ki işletmeler her ne kadar halkla ilişkiler faaliyetleri de uygulasa, çeşitli etkinlikler de düzenlese geçmiş yıllara oranla ziyaretçi sayılarında düşüş meydana geldiğini ifade etmektedirler.

Örneğin Dolphinarium 4’ün yöneticisi *“biz hayvanlara eziyet etmiyoruz. Zaten gösteri programımız da yok. Yalnızca besleme ve yüzme programları yapıyoruz. Ancak geçmiş yıllara oranla talep de azalma var”* şeklinde toplumsal farkındalığa bağlı olarak ziyaretçi sayılarında bir düşüş yaşandığını söylemektedir.

Dolphinarium 1'in yöneticisi ise İstanbul Büyükşehir Belediyesi ile ortaklaşa olarak Karadeniz sahiline vuran bir yunusu tedavi altına aldıklarını, iyileştirip Marmara Denizi'ne bıraktıklarını söyleyerek toplumsal farkındalığa katkı sağladıklarını ifade etmektedir. Diğer yandan Dolphinarium 3'ün yöneticisi ise *“bazen düşünüyorum. Yunusları, fokları, beyaz balinaları belli ölçülere sahip bir havuzda tutuyoruz. Özellikle kişi başı ortalama 4500 Euro vererek yunuslarla terapi programına katılan ailelerin çocuklarında gerçekten bir değişim oluyor mu?”* şeklinde tam olarak detaylandırmaya da ahlaki sorumluluklarına dair bir öz eleştiri yapmaktadır. Bu durum toplumun vicdani sorgulamasına bağlı olarak hayvanlara yönelik ahlaki sorumluluğu arttıkça söz konusu işletmelerin de bu sorgulamayı yapmaya başladıklarını göstermesi açısından önemlidir.

Örneklerin dolphinariumlara ilişkin olmasının nedeni ise, kamuoyunun hayvan örgütlerinin çabaları ile yunusların özgürlüğünü daha çok dile getirmeye ve talep etmeye başlamaları ile doğru orantılıdır. Akvaryumlar, hayvanat bahçeleri, doğal yaşam parkları ve vahşi yaşam parklarının henüz dolphinariumlara yönelik olan toplumsal farkındalık düzeyine ulaşmadığı söylenebilir. Başka bir deyişle hayvanların eşit gözetilme ilkesine veya yaşamın öznesi olma durumuna bağlı olarak Türkiye toplumunda henüz yunuslar ile sınırlı kalmaktadır. Ancak yunuslara ilişkin oluşan bu kamuoyu baskısı bile daha, çok güçlü bir şekilde ortaya konulamamaktadır.

c.2. İşletme – STK İlişkisi

Temelde hayvan odaklı turizm işletmelerinin toplum ile olan ilişkisinde belirleyici olan faktörün sivil toplum kuruluşları ile nasıl ilişkiler kurduklarıdır. Araştırmada görüşme yapılmak istenen çoğu işletme, araştırmacının bir hayvan hakları örgütünden geldiği düşüncesiyle ilk başta daha endişeli ve katı bir tutum sergilemiştir. Hatta bazı işletmeler görüşme taleplerini sırf bu nedenle kabul etmemiştir. Bu durum açıkça hayvan odaklı turizm işletmelerinin hayvan hakları örgütlerinden yani hayvan odaklı sivil toplum kuruluşlarından çekinceleri olduğunu ortaya koymaktadır.

Bu bağlamda, en detaylı cevabı Dolphinarium 2'nin yöneticisi vermektedir: *“hayvan hakları örgütlerinin temsilcileri ile görüşüyorum. Bazı konularda onları haklı da buluyorum. Ancak buraya gelip hayvanların durumunu, yaşadıkları yerin*

durumunu, işletmenin onlara nasıl davrandığını görmeden yalnızca eleştiriyorlar. Bu tip hayvan odaklı turistik tesislerin toplumsal farkındalığa ve gelişime katkı sunduğunu göz ardı ediyorlar”. Yöneticinin bu açıklaması hayvan odaklı turizm işletmeleri ile sivil toplum kuruluşları arasında kuvvetli bir ilişkinin olmadığını göstermektedir.

Diğer yandan hayvanat bahçesi 1’in yöneticisi ise “*HAYTAP üyeleri yaklaşık 40 kişilik bir ekip ile hayvanat bahçemizi gezdiler. Diğer hayvanat bahçelerine oranla hayvanlara yönelik olan duyarlılığımız konusunda teşekkür ettiler. Ancak bazı eksiklikleri de dile getirdiler*” şeklindeki açıklaması ile en azından hayvan refahı konusunda bir hayvan hakları örgütü olan HAYTAP’ın eleştirilerini de dikkate alacaklarını belirtmektedir. Her ne kadar HAYTAP esaret altında tutulan hayvanların olduğu turizm işletmelerinin kapatılmasını istediği gibi hayvanat bahçelerinin de kapatılması gerektiğini düşünse de²⁰⁸, kapatılamadığı takdirde en azından mevcut durumun iyileştirilebilmesi yönünde söz konusu işletmeleri denetleyici bir rol üstlenmektedir. Bu durum, işletme – STK ilişkisi açısından diğer işletmelere örnek oluşturabilir.

Özetle hayvan odaklı turizm çekicilikleri sunan işletmelerin hayvan odaklı sivil toplum kuruluşları ile iletişim kurabilmeleri ve karşılıklı olarak birbirlerini dinleyebilmeleri turizmde hayvanların ahlaki statüsüne dair atılabilecek en önemli adımdır. Bu sayede turizmin hayvanlara yönelik ahlaki sorumluluğunda da bir gelişim kaydedilebilir.

c.3. İşletme – Devlet ilişkisi

Hayvan odaklı turizm işletmelerinin dış çevre ile olan ilişkilerin üçüncü ve son olarak ortaya konulan ilişki ise devlet mekanizmaları ile olan ilişkilidir. Gerek STK’lar ile gerekse toplumla olan ilişkilerde hayvan odaklı turizm işletmelerinin ahlaki davranışları, devlet ile olan ilişkilerde yasal davranışlara dönüşmektedir. Bu durum söz konusu işletmelerin kullandıkları hayvanların da yasal hakları olması gerekliliğini düşündürmektedir. Ancak Türkiye’de 5199 sayılı hayvanları koruma kanununun bir hayvan hakları kanunu olmayışı ve bu kanun kapsamında uygulanan cezaların daha çok kabahatler kanunu cezaları şeklinde genelde para cezası olarak

²⁰⁸ HAYTAP, **Hayvanat Bahçeleri Gerçeği**, <http://www.haytap.org/index.php/hayvanat-bahceleri> (04.11.2015).

uygulanmasından dolayı hayvanlar insanlar gibi eşit gözetilme ilkesine tabi olamamaktadırlar. Başka bir deyişle söz konusu kanun, hayvanları mal statüsünden çıkararak onların yaşamın öznesi olduklarını ya da onların da çıkarlarının en az insanların çıkarları kadar önemli olduğunu söylememektedir. Dolayısıyla hayvanlara ilişkin devlet politikaları ve yasalar hayvan odaklı turizm işletmeleri açısından da geçerli olmaktadır. Bu durum, hayvanların metalaştırılmasının önünü açan ve bunu yasal olarak meşrulaştıran bir anlayışı ortaya çıkarmaktadır. Örneğin 5199 sayılı kanunun üçüncü bölüm 11. Maddesinde belirtilen ifade şu şekildedir²⁰⁹: “*Hayvanları başka bir canlı hayvanla dövüştürmek yasaktır. Folklorik amaca yönelik, şiddet içermeyen geleneksel gösteriler, Bakanlığın uygun görüşü alınarak il hayvanları koruma kurullarından izin alınmak suretiyle düzenlenebilir*”.

Söz konusu madde hayvanların dövüştürülmesini yasaklamakla birlikte, folklorik amaca yönelik olarak dövüştürülebileceğini de söylemektedir. Başka bir deyişle deve güreşi yasal, köpek dövüşü yasal değildir. Buradan hareketle bir deve ile bir köpeğin çıkarlarının ya da yaşama haklarının devlet tarafından deveninkine yasal zeminde, köpeğinkine yasal olmayan zeminde hiçe sayıldığı sonucuna varılabilir. Başka bir deyişle bir deve güreşinde devenin sakat kalması ya da ölmesi devlet tarafından yasal görülerek göz ardı edilmekte, köpeğin sakat kalması ya da ölmesi ise zaten bir yasal hakkı olmayan köpek için önemli görülmemektedir.

İşletme – devlet arasındaki ilişki de, devlet tarafından zaten ahlaki ve yasal bir değeri ya da hakkı olmayan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen denetimler ile oluşmaktadır. Dolayısıyla devletin hayvanlara bakışı, aynı zamanda hayvan odaklı işletmelerin de hayvanlara bakışında belirleyici faktörlerden biri olmaktadır. Bu nedenle Türkiye’de hayvanlara ilişkin yasal durumun nasıl olduğunu bilmek söz konusu işletme – devlet ilişkisine yönelik ortaya çıkan bulguların da daha iyi anlaşılabilmesine olanak sağlamaktadır.

Hayvan odaklı turizm işletmeleri Turizm Bakanlığı tarafından “özel tesis” kategorisi altında belgelendirilmektedir. Bunun yanı sıra işletmelerin hayvanlar üzerinden bir çekicilik yaratarak bunu müşterilerine sunmalarında dolayı devlet mekanizmaları içerisinde Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı’nı da dikkate

²⁰⁹ TBMM, 5199 Sayılı Hayvanları Koruma Kanunu, 24.06.2004, <https://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5199.html> (4.11.2015)

almaları gerekmektedir. Diğer yandan işletmenin fiziki şartları da Orman ve Su İşleri Bakanlığı ile de ilişki kurmalarında temel belirleyicidir. Örneğin bir Dolphinarium eğer deniz içerisinde bir yer edinip, sahip olduğu deniz canlılarını bu yer içerisinde bulundurur ise Orman ve Su İşleri Bakanlığı müfettişleri tarafından da denetime tabi olmaktadır.

Bu bağlamda Dolphinarium 5 ve Dolphinarium 2'nin yöneticileri Turizm Bakanlığı, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı dışında Orman ve Su İşleri Bakanlığı müfettişleri tarafından da denetlenmektedir. Bunun temel nedeni ise söz konusu iki tesisin “*ecrimisil (deniz suyunun kiralanması)*”²¹⁰” adı verilen bir bedeli Orman ve Su İşleri İl müdürlüklerine ödemelerinden kaynaklanmaktadır. Söz konusu bedelin yıllık ortalama 150 bin TL olduğu, Dolphinarium 5 ve Dolphinarium 2'nin yöneticisi tarafından dile getirilmektedir.

Özetle Turizm Bakanlığı, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı ile Orman ve Su İşleri Bakanlığı hayvan odaklı turizm işletmelerinin denetim noktasında ilişki kurdukları üç temel devlet mekanizması durumundadır. Ayrıca, işletme eğer belediyeye bağlı bir kamu işletmesi ise – ki bu Türkiye’de hayvanat bahçeleri ve doğal yaşam parklarını kapsamaktadır – belediye tarafından da denetimler yapılmaktadır. Ancak yapılan bu denetimler hayvanlara yönelik işletmelerin ya da ziyaretçilerinin hayvan hakları kanununa göre bir denetlenmesini değil, yalnızca işletmelerin işletme olmaktan kaynaklı yasal yükümlülüklerinin denetlenmesini içermektedir. Hayvan odaklı turizm işletmeleri yöneticilerinin vermiş oldukları yanıtlardan elde edilen bulgular da denetimin bu şekilde gerçekleştiğini göstermektedir. Yalnızca uluslararası üyelikleri bulunan akvaryum 3, akvaryum 4, doğal yaşam parkı ve hayvanat bahçesi 3’ün yöneticileri (toplam 4 işletme) üye oldukları WAZA ve WAZA’nın Avrupa sorumlusu olan EAZA’nın denetimlerinin hayvanların yaşam ortamları, hayvanların beslenmesi, ziyaretçi – hayvan ilişkisi gibi konuları da kapsadığını belirtmektedir. Öyle ki bu işletmeler WAZA’nın belirlemiş olduğu standartları yerine getirerek ve bu standartların iyileştirilmesi yönünde attıkları adımlar ile üye olabilmekte, üyeliklerini devam ettirebilmektedirler.

²¹⁰ Ecrimisil, Hazine Taşınmazlarının İdaresi Hakkında Yönetmeliğin 4 . maddesinde “*malın sahibinin izinsiz kullanımının karşılığı olan bir tazminattır*” şeklinde açıklanmaktadır.

Dolayısıyla uluslararası kuruluşlara üyeliklerin hayvan refahı konusunda etkin bir mekanizma olduğu sonucuna da varılabilir.

Toplamda 17 hayvan odaklı turizm işletmesi yöneticisi ile görüşmeler gerçekleştirilmiş ve elde edilen veriler mevcut durum, etik durum ve dış çevre olmak üzere üç tema altında toplanmıştır. İşletme – hayvan ilişkisi, işletme – ziyaretçi ilişkisi, ziyaretçi – hayvan ilişkisi etik durumu açıklamak üzere belirlenen kategoriler, işletme – toplum, işletme – STK ve işletme – devlet ilişkisi ise dış çevreyi açıklamak üzere belirlenen kategoriler olmuştur. Mevcut durum içerisinde ise işletmenin ne zaman faaliyete başladığı, işletmenin türü, işletmedeki hayvan sayısı, işletmenin ortalama ziyaretçi sayısı ortaya koyulmuştur.

Bu kategoriler işletme bakış açısıyla hayvanların ahlaki ve hukuki değerini ortaya koymaktadır. Görüşmelerden elde edilen bulgular içerisindeki en dikkat çekici nokta o işletmenin birer öznesi konumunda olan hayvanların gerek işletme politikalarında gerekse devlet politikalarında tam anlamıyla ahlaki bir statüye sahip olmamalarıdır. Her ne kadar belli ölçüde bir toplumsal farkındalık var olsa da bu iki mekanizmayı hayvanlara dair ahlaki ve yasal sorumluluktan uzaklaştıran üçüncü önemli unsur ise söz konusu işletmelere giden ziyaretçilerdir. Başka bir deyişle talebi yaratanlardır.

İşletmeler, hayvanlar, ziyaretçiler, devlet politikaları, sivil toplum kuruluşları ve toplumun kendisi hayvan odaklı yaratılan turizm çekiciliklerinde rol oynayan aktörler şeklinde sıralanmaktadır. Bu aktörler içerisinde tek yasal hakkı olmayanlar ise metalaştırılan hayvanlardır. Ayrıca ister Singer'ın faydacı yaklaşımı açısından, ister Francione'nin eşit gözetilme ilkesi açısından, ister Regan'ın yaşamın öznesi olma ilkesi açısından değerlendirilsin turizmde metalaştırılan hayvanların yasal hakkı olmadığı gibi ahlaki değeri de bulunmamaktadır. Öyle ki zaten ahlaki değerden yoksun bir canlının da yasal bir hakkının olabileceği düşünülemez. Diğer yandan ise hayvanların yasal haklarının olması ahlaki olarak değer görecekları ya da ahlaki statü elde edebilecekleri anlamına da gelemmez. Hem ahlaki statü hem de yasal hak birbirinden ayrılmadan, birbirlerinin fonksiyonları şeklinde ele alınmalıdır ki ancak bu sayede turizmde kullanılan hayvanların yalnızca birer meta olarak görülmelerinin önüne geçilebilir. Bu da hayvan odaklı turizm işletmelerinin dış çevresi kategorisi altında sözü edilen işletme – toplum, işletme – devlet ve işletme – STK ilişkilerinde

hayvanlar lehine ortaya çıkabilecek bir tutum ile mümkün olabilir. Söz konusu bu tutumda daha önceki bölümlerde de belirtildiği gibi hayvan odaklı turizm talebini yaratan ziyaretçiler üzerinde etkili olarak hayvan odaklı turizm arzının değişimine ya da dönüşümüne neden olabilecektir.

Bu bağlamda, hayvan hakları örgütlerinin (STK'lar) hayvan özgürleşmesi, hayvanların ahlaki statüsü yönünde yapacağı faaliyetler toplumsal farkındalığı artırarak devlet mekanizmalarının işleyişinde yani yasaları yapanlar üzerinde baskı yaratacaktır. Bu olumlu baskı devletin de, hayvanları koruma yasası yerine onları duyguları olan birer canlı varlık olarak kabul etmesini sağlayacak hayvan hakları yasasının çıkarılması konusunda adım atmasını sağlayacaktır. Bu durum, hem artan toplumsal farkındalık sayesinde hayvanların da ahlaki statülerinin olması gerektiğini gösterecek hem de ahlaki statülerinin olması gerekliliği yasal haklarının da olmasının önünü açacaktır. Böylelikle hayvanların turizmde yalnızca birer meta olarak görülmesinin de meşru zemini ortadan kalkacaktır.

Bu çıkarımın yapılıp, söz konusu argümanın ortaya koyulabilmesindeki temel dayanaklar ise dünyada hayvan hakları konusunda atılan adımlar ve hayvanların elde ettiği yasal kazanımlardır. Bu kazanımlar, Tablo 10'da verilmektedir²¹¹.

Tablo 10: Dünyada Hayvanların Yasal Kazanımlar Elde Ettiği Bazı Ülkeler

Ülkeler	Hayvanların Yasal Kazanımları	Yıl
Arjantin	Buenos Aires hayvanat bahçesinde Sandra adındaki orangutanın insanların sahip olduğu temel hukuki hakların verilmesine hükmetti ²¹² .	2014
Meksika	Hayvanların sirklerde kullanılması yasaklandı ²¹³ .	2014
Malta	Hayvanların çeşitli performans, gösteri veya şovlarda kullanılması veya sirklerde bu amaçlarla eğitilmesini yasaklandı ²¹⁴ .	2014

²¹¹ Yazar tarafından derlenmiştir.

²¹² Haber Merkezi, Orangutan Hakları, **BBC**, 22.12.2014, http://www.bbc.com/turkce/haberler/2014/12/141222_orangutan_haklari (06.11.2015)

²¹³ Haber Merkezi, Meksika'da Hayvanların Sirklerde Kullanılması Yasaklandı, **Hürriyet**, 12.12.2014, <http://www.hurriyet.com.tr/meksikada-hayvanlarin-sirklerde-kullanilmasi-yasaklandi-27759629> (06.11.2015)

Nürnberg Eyaleti (Almanya)	Sirklerde yabancı hayvan kullanımı yasaklandı ¹² .	2014
Bulgaristan	Sirklerde yabancı hayvan kullanımı yasaklandı ¹² .	2015
Paraguay	Sirklerde yabancı hayvan kullanımı yasaklandı ¹² .	2014
Kolombiya	Sirklerde yabancı hayvan kullanımı yasaklandı ¹² .	2014
Slovenya	Sirklerde yabancı hayvan kullanımı yasaklandı ¹² .	2014
Peru	Sirklerde yabancı hayvan kullanımı yasaklandı ¹² .	2014
Yunanistan	Sirklerde yabancı hayvan kullanımı yasaklandı ¹² .	2014
Hollanda	Sirklerde yabancı hayvan kullanımı yasaklandı ¹² .	2015
A.B.D.	21 eyalette 46 belediye hayvanlı sirkleri yasakladı. ADI –Uluslararası Hayvan Savunucuları – ABD’de 300 civarında hayvanlı sirk olduğunu tahmin ediyor ²¹⁵ .	2006
New York (A.B.D.)	New York Mahkemesi tarihinde bir ilki gerçekleştirerek Stony Brook Üniversitesi’nde bulunan iki şempanzenin (Hercules ve Leo) yasal kişilik sahibi olduğunu kabul etti ²¹⁶ .	2015
Finlandiya	“Foie gras” üretimi yasaklandı ¹⁶ .	2014
Danimarka	“Foie gras” üretimi yasaklandı ¹⁶ .	2014
Hindistan	*Ülke genelinde kozmetik ürünlerin üretiminde hayvan deneyleri yasaklandı. Ayrıca bu tür ürünlerin ithal edilmesi de hukuken suç sayılmaktadır. Bunu gerçekleştiren ilk Asya ülkesidir ²¹⁷ .	2013

²¹⁴ Cem CB, Malta’da sirklerde Hayvan Kullanımı Yasaklandı, **Hayvan Özgürlüğü Çevirileri**, 26.10.2014 <http://hayvanozgurlugucevirileri.com/2014/10/26/maltada-sirklerde-hayvan-kullanimi-yasaklandi/> (06.11.2015)

²¹⁵ ADI, Circus Bans, **An Expanding List of Worldwide Circus Bans**, <http://www.stopcircussuffering.com/circus-bans/> (06.11.2015)

²¹⁶ Brandon Keim, Şempanzenin Avukatı, **National Geographic**, 21.10.2015, <http://www.nationalgeographic.com.tr/makale/kesfet/sempanzenin-avukati/2621> (06.11.2015)

²¹⁷ Deniz Aytekin, Hindistan'dan Gol Haberi: Hayvan deneyleri Yasaklandı, **Yeşilist Platformu**, <http://www.yesilist.com/cms.php?u=hindistan-dan-gol-haberi-hayvan-deneyleri-yasaklandi&id=1471> (06.11.2015)

Kuzey Hindistan	*Ayrıca ülkede “ <i>foie gras</i> ” (ördek ve kaz ciğeri) üretimi ve ithalatı da yasaklandı ²¹⁸ .	2014
	* Boğa güreşlerini ve “ <i>jallikatu</i> ” adıyla bilinen boğa ve öküz yarışlarını yasakladı ²¹⁹ .	2014
	*Yunuslar, insan olmayan bireyler olarak tanındı ²²⁰ .	2013
	Kuzey Hindistan’da Himachal Pradesh mahkemesi hayvanların dini sebeplerle kurban edilmesini yasakladı ²²¹ .	2014
Palitana Şehri Hindistan	200 Jain Keşişinin açlık grevi sonucunda Gujarat hükümeti Palitana kentini dünyanın ilk vegan şehri ilan etti. Şehir sınırları içerisinde hayvan kesimi, et ve yumurta satışı yasaklandı.	2014
Yeni Delhi (Hindistan’ın Başkenti)	Yeni Delhi Yüksek Mahkemesi kafesleri yasaklayarak kuşların özgürce uçuş ve temel yaşam haklarını tanıdı ²²² .	2015

²¹⁸ Bianet, Hindistan’da Kaz Ciğeri Yasaklandı, **Bağımsız İletişim Ağı**, <http://bianet.org/bianet/hayvan-haklari/157148-hindistan-da-kaz-cigeri-yasak> (06.11.2015)

²¹⁹ Cem CB, Bir Zafer Daha: Hindistan’da Boğa Güreşleri ve Yarışları Yasaklandı, **Hayvan Özgürlüğü Çevirileri**, 10.05.2014, <http://hayvanozgurugucevirileri.com/2014/05/10/bir-zafer-daha-hindistanda-boga-guresleri-ve-yarislari-yasaklandi/> (06.11.2015)

²²⁰ Haber Merkezi, Yunuslar Artık Hindistan’da Özgür: Yunuslar, İnsan Olmayan Birey İlan Edildi, **Yeşil Gazete**, 29.07.2013, <https://yesilgazete.org/blog/2013/07/29/yunuslar-artik-hindistanda-ozgur-yunuslar-insan-olmayan-birey-ilan-edildi/> (06.11.2015)

²²¹ Haber Merkezi, Hindistan’da Hayvanların Dini Nedenlerle Kurban Edilmesini Yasaklandı, **T24 Bağımsız İnternet Gazetesi**, 30.10.2014, <http://t24.com.tr/haber/hindistanda-hayvanlari-dini-nedenlerle-kurban-edilmesini-yasaklandi,275526> (06.11.2015)

²²² Cem CB, Yeni Delhi Yüksek Mahkemesi Kafesleri Yasakladı; Kuşların Özgürce Uçuş ve Temel Yaşam Haklarını Tanıdı, **Hayvan Özgürlüğü Çevirileri**, 19.05.2015, <http://hayvanozgurugucevirileri.com/2015/05/19/yeni-delhi-yuksek-mahkemesi-kafesleri-yasaklandi-kuslarin-ozgurce-ucma-ve-temel-yasam-haklarini-tanidi/> (06.11.2015)

Katalonya Bölgesi (İspanya)	Boğa Güreşleri yasaklandı ²²³ .	2012
Madrid (İspanya)	Sokak hayvanlarının öldürülmesi yasaklandı ²²⁴ .	2015
Fransa	Fransız parlamentosu hayvanları şahsi mülk statüsünden çıkararak, onları his ve duyguları olan canlılar olarak tanıdı ve bunu yasalaştırdı ²²⁵ .	2014
Botswana Kenya	Hükümet, spor ve zevk amaçlı avcılığı, lokal faunanın korunması ya da yerel turizm endüstrisine yönelik uzun vadeli ulusal amaçlarımız açısından uygun görülmediği için yasakladı ²²⁶ .	2015
Meksika	Büyük beyaz köpekbalığı avcılığı yasaklandı ²²⁷ .	2014
Yeni Zelenda	*Hayvanların da insanlar gibi duygusal varlıklar olduğu yasal olarak tanındı ²²⁸ .	2015

²²³ Haber Merkezi, Katalonya'da Boğa Güreşi Yasaklandı, **CNN Türk**, 26.09.2011, <http://www.cnnturk.com/2011/dunya/09/26/katalonyada.boga.guresi.yasaklandi/630656.0/> (06.11.2015)

²²⁴ Gamzegül Kızılcık, Madrid Hayvan Hakları Sınavını Başarıyla Geçti, **Gaia Dergisi**, 30.04.2015, <https://gaiadergi.com/madrid-hayvan-haklari-sinavini-basariyla-gecti/> (06.11.2015)

²²⁵ Cem CB, Fransız Parlamentosu Karar Verdi: Hayvanlar İnsanlara Ait Değil, **Hayvan Özgürlüğü Çevirileri**, 18.04.2014, <http://hayvanozgurlugucevirileri.com/2014/04/18/fransiz-parlamentosu-karar-verdi-hayvanlar-insanlara-ait-degil/> (06.11.2015)

²²⁶ Adam Cruise, Filleri Öldürerek Soylarını Kurtarabilir miyiz?, **National Geographic**, 13.08.2015, <http://nationalgeographic.com.tr/makale/kesfet/filleri-oldurerek-soylarini-kurtarabilir-miyiz/2548> (06.11.2015)

²²⁷ Cem CB, Zafer! Meksika Büyük Beyaz Köpekbalığı Avını Yasaklıyor!, **Hayvan Özgürlüğü Çevirileri**, 10.02.2014, <http://hayvanozgurlugucevirileri.com/2014/02/10/zafer-meksika-buyuk-beyaz-kopekbaligi-avini-yasakliyor/> (06.11.2015)

²²⁸ Jonathan Carson, New Zealand Legally Recognises Animals as 'Sentient' Beings, **Nelson Mail Story**, 09.05.2015, <http://www.stuff.co.nz/nelson-mail/68363264/New-Zealand-legally-recognises-animals-as-sentient-beings> (06.11.2015)

	*Kozmetik ürünleri üretiminde hayvan deneyleri yasaklandı ²²⁹ .	2015
Çin	Dev pandalar, siyah ayılar, altın maymunları, pangolinler gibi 420 hayvan türünün avlanması ve yenmesi yasaklandı ²³⁰ .	2014
Güney Kıbrıs	Hayvan sirkleri yasaklandı ²³¹ .	2013
Avrupa Birliği	Kozmetik ürünlerin üretiminde hayvan deneyleri tüm üye ülkelerde yasaklandı. Bunun tüm dünyada yaygınlaştırılması da amaçlanmaktadır ²³² .	2013
İsrail	Kozmetik ürünlerin üretiminde hayvan deneyleri yasaklandı ³⁰ .	2014
İsrail	Kozmetik ürünlerin üretiminde hayvan deneyleri yasaklandı ³⁰ .	2014
Sao Paulo (Brezilya)	Kozmetik ürünlerin üretiminde hayvan deneyleri yasaklandı ³⁰ .	2014
Sao Paulo (Brezilya)	Kozmetik ürünlerin üretiminde hayvan deneyleri yasaklandı ³⁰ .	2014
Danimarka	Hayvanlar ile seks yapmak yasaklandı ²³³ .	2014

²²⁹ Vernon Small, Animal Testing of Cosmetics Ban Proposed, Nelson Mail Story, **Business Day**, 31.03.2015, <http://www.stuff.co.nz/business/industries/67568591/Animal-testing-of-cosmetics-ban-proposed> (06.11.2015)

²³⁰ Cem CB, Müjde! Çin 420 Hayvan Türünün Avlanmasına ve Gıda Olarak Tüketilmesine Yasak Getirdi, **Hayvan Özgürlüğü Çevirileri**, 28.04.2014, <http://hayvanozgurlugucevirileri.com/2014/04/28/mujde-cin-420-hayvan-turunun-avlanmasına-ve-gıda-olarak-tüketilmesine-yasak-getirdi/> (06.11.2015)

²³¹ Haber Merkezi, Kıbrıs'da Hayvanlı Sirkler Yasaklandı, **Radikal**, 02.07.2013, <http://www.radikal.com.tr/hayat/kibrisda-hayvanli-sirkler-yasaklandi-1140117/> (06.11.2015)

²³² TVD, Kozmetik Hayvan Deneyleri, **Vegan ve Vejetaryenler Derneği**, 12.06. 2015, <http://tvd.org.tr/kozmetik-hayvan-deneyleri/> (06.11.2015)

²³³ Anne Clark, At Last! Denmark Bans Bestiality, **PETA**, 07.04.2015, <http://www.peta.org.uk/blog/denmark-bans-bestiality/> (06.11.2015)

Porto Riko	Başkent San Juan’da atlı arabaların kullanılması, atların korkunç sömürü ve istismar koşulları altında yaşaması sebebi ile yasaklandı ²³⁴ .	2015
Bolivya	Sirklerde yabani hayvan kullanımı yasaklandı. Bu yasağı getiren ilk ülkedir ²³⁵ .	2009

Hayvanların dünyanın çeşitli ülkelerinde elde ettikleri bu kazanımların arka planında yatan unsur ise hayvanların ahlaki statüsünü savunan toplum ve güçlü sivil toplum kuruluşlarıdır. Bu sayede devlet mekanizmaları da baskı altına alınarak hayvanlar konusunda yasal hakların oluşturulması sağlanmaktadır.

Turizm sektörü açısından da hayvanların gerek ahlaki gerekse yasal zeminde kazanım elde edebilmelerinin yolu hayvan hakları örgütlerinin yapacağı farkındalık çalışmaları ve bu çalışmalar sayesinde artacak toplumsal farkındalığın devlet politikaları üzerinde gerçekleştireceği baskıdır. Aynı zamanda hayvanların ahlaki statülerine ilişkin artacak toplumsal farkındalığın hayvan odaklı turizm işletmelerini ziyaret edenler üzerinde de etkili olarak, söz konusu talebin arzın yapısını ve hayvanlara bakışını dönüştürebilme kapasitesi ortaya çıkacaktır. Böylelikle turizmin hayvanlara dair ahlaki sorumluluğu da artacaktır.

4.4.2. Nicel Araştırma Sonuçları

4.4.2.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında ulaşılan 388 katılımcıdan 210’u erkek (% 54.1), 178’i ise kadındır (%45.9). Katılımcıların % 77.6’sı, başka bir deyişle 301 kişi evli olduğunu, 87 kişi ise bekar olduğunu belirtmiştir. Bunun yanı sıra, 18 yaşından küçük tek çocuğu olanların oranı % 34.3 (133 kişi), birden fazla çocuğu olanların oranı ise % 39.2 (152 kişi)’dir. Bu bağlamda, hayvan odaklı turizm çekiciliklerini ziyaret edenlerin profili daha çok evli ve çocuklu ailelerdir.

²³⁴ Cem CB, Porto Riko Başkentinde Atlı Arabaların Kullanılması Yasaklandı, **Hayvan Özgürlüğü Çevirileri**, 23.04.2015, <http://hayvanozgurlugucevirileri.com/2015/04/23/porto-riko-baskentinde-atli-arabalarin-kullanilmasi-yasaklandi/> (06.11.2015)

²³⁵ Özlem Soğukdere, Bolivya Hükümeti Dünyada Bir İlki Gerçekleştirdi!, **HAYTAP**, 04.08.2009, <http://www.haytap.org/index.php/200908042075/sirk-gercegi/bolivya-hukumeti-dunyada-bir-ilki-gerceklestirdi> (06.11.2015)

Diğer bir önemli nokta ise katılımcıların gelir seviyeleridir. Katılımcıların % 37'si 4000 TL ve üzeri gelire sahipken, 2000 ile 4000 TL arası gelire sahip olanların oranı da toplam % 45'tir. Yine bu oran ziyaretçi profili açısından Türkiye şartlarında yüksek gelir grubuna mensup kişilerin daha çok hayvan odaklı çekicilikleri talep ettiğini göstermektedir. Gelir seviyesine paralel olarak eğitim seviyesi de katılımcılar arasında oldukça yüksektir. Öyle ki katılımcıların yaklaşık % 70'i bir lisans ya da lisansüstü programdan mezun olduklarını belirtmişlerdir. Söz konusu oranlar ayrıntılı bir şekilde Tablo 11'de verilmektedir.

Tablo 11: Katılımcıların Demografik Özellikleri (N:388)

Cinsiyet	Frekans	Oran	Eğitim Durumu	Frekans	Oran
Erkek	210	54,1	İlköğretim	3	,8
Kadın	178	45,9	Lise	57	14,7
Yaş	Frekans	Oran	Ön lisans	48	12,4
18-24	11	2,8	Lisans	238	61,3
25-34	127	32,7	Yüksek lisans	40	10,3
35-44	190	49,0	Doktora	2	,5
45-54	54	13,9	Meslek	Frekans	Oran
55 ve üzeri	6	1,5	Kamu	72	18,6
Medeni Hal	Frekans	Oran	Özel	207	53,4
Evli	301	77,6	Kendi İşyeri Sahibi	50	12,9
Bekar	87	22,4	Emekli	13	3,4
18 Yaş altı çocuk Sayısı	Frekans	Oran	Öğrenci	7	1,8
Yok	103	26,5	Çalışmayan	39	10,1
1 çocuk	133	34,3	Gelir Düzeyi	Frekans	Oran
1den fazla	152	39,2	0-999 TL	47	12,1
18 Yaş Üstü çocuk Sayısı	Frekans	Oran	1000-1999 TL	25	6,4
Yok	318	82,0	2000-2999 TL	83	21,4
1 çocuk	51	13,1	3000-3999 TL	90	23,2
1den fazla	19	4,9	4000 TL ve üzeri	143	36,9

Tablodan hareketle hayvan odaklı çekicilikleri daha çok talep eden ziyaretçilerin profili genel hatlarıyla; evli, 18 yaşından küçük bir ya da birden fazla çocuğu olan, daha çok özel sektörde çalışan, eğitim ve gelir seviyesi yüksek, 25 – 45 yaş aralığında kişilerdir. Bu durum, hayvan odaklı çekiciliklerin çocuklar için bir eğitim aracı olarak algılandığını, aileler için çocuklarıyla bir şeyler paylaşabildiği bir

boş zaman etkinliği olduğunu göstermektedir. Başka bir ifadeyle hayvan odaklı çekicilikler aile odaklı bir deneyimi yansıtmaktadır.

4.4.2.2. Katılımcıların Pet Sahipliği ve Hayvan Haklarına Yönelik Faaliyetlerine İlişkin Bulgular

Katılımcıların % 72'si evlerinde bir hayvan beslemediklerini ifade etmiştir. Yine % 54'ü hayvanlar için yapılan herhangi bir sosyal çalışmaya bağış yapmadıklarını belirtmiştir. Diğer yandan hayvan hakları ya da refahı kapsamında yer alan herhangi bir STK üyesi olmadıklarını belirtenlerin oranı % 87'dir. Tablo 12'de oranlar ayrıntılı bir şekilde sunulmaktadır.

Tablo 12: Katılımcıların Pet Sahipliği ve Hayvanlara Yönelik Faaliyetlere İlişkin Özellikleri (N:388)

Pet Sahipliği	Frekans	Oran
Evet	109	28,1
Hayır	279	71,9
Hayvanlar İçin Bağış		
Evet	180	46,4
Hayır	208	53,6
Hayvanlarla İlgili STK Üyeliği		
Evet	51	13,1
Hayır	337	86,9

Katılımcıların yaklaşık olarak % 30'unun evlerinde herhangi bir hayvan beslediklerini ifade etmeleri, katılımcıların büyük çoğunluğunun hayvan odaklı çekicilikler sayesinde yaşadıkları deneyim öncesi hayvanlar ile yakın bir etkileşim içerisinde olmadıklarını göstermektedir. Diğer yandan evlerinde hayvan besleyen kişilerin aynı oranda hayvan hakları ya da refahı konusunda çalışan bir STK'ya üye olmadığı, ancak evlerinde hayvan beslemeyen kişilerin de hayvanlar için yapılan çalışmalara maddi destek verdiği anlaşılmaktadır. Hayvanlar için bağış yapan kişiler ile bağış yapmayan kişilerin oranı neredeyse yarı yarıyadır. Bu durum hayvan odaklı çekicilikleri ziyaret edenlerin hayvanlara karşı belli bir duyarlılığa sahip olduklarını göstermektedir.

4.4.2.3. Katılımcıların Hayvan Odaklı Turizm Çekiciliklerine Katılımına İlişkin Bulgular

Katılımcıların hayvan odaklı turizm çekiciliklerine katılımlarına yönelik bulgularda, katılımcıların ziyaretlerini demografik özellikleri ile paralel olarak daha çok eşleri ve çocukları ile gerçekleştirdikleri görülmektedir. Nitekim katılımcıların % 60'ı (236 kişi) ziyaretlerini eşleri ve çocukları ile birlikte gerçekleştirdiklerini ifade etmiştir. Tablo 13, söz konusu çekiciliklere katılıma ilişkin detayları vermektedir.

Tablo 13: Katılımcıların Hayvan Odaklı Turizm Çekiciliklerine İlişkin Özellikleri (N:388)

Son Üç Yılda Katılım	Frekans	Oran
Hiç	47	12,1
1 kez	149	38,4
2 kez	118	30,4
2den fazla	74	19,1
Ziyaretin Kiminle Gerçekleştiği		
Yalnız	7	1,8
Eşimle	24	6,2
Çocuklarımla	61	15,7
Eşim ve çocuklarımla	236	60,8
Arkadaşlarımla	60	15,5
Ziyaret Edilen İşletmeye Verilen Puan		
Çok hassas	4	1,0
Hassas	163	42,0
Kararsızım	152	39,2
Hassas değil	68	17,5
Hiç hassas değil	1	,3

Katılımcıların yalnızca % 12'si (47 kişi) bulundukları hayvan odaklı çekim merkezini ya da hayvan odaklı turizm işletmelerini ilk kez ziyaret ettiklerini söylemiştir. Başka bir deyişle, katılımcıların büyük çoğunluğu (yaklaşık % 90'ı) önceden hayvan odaklı bir çekicilik deneyimi yaşadıklarını belirtmiştir. Katılımcıların % 43'ü ziyaret etmiş oldukları hayvan odaklı turizm işletmesini hayvanlara karşı hassas ve duyarlı bulurken, % 40'ı kararsız olduğunu, % 18'i ise hassas ve duyarlı bulmadığını ifade etmiştir. Bu durum, hayvan odaklı çekicilikleri sunan diğer bir deyişle arzı oluşturan turizm işletmelerinin hem hayvan refahına yönelik faaliyetlerini artırması gerektiğini hem de bu faaliyetleri bir halkla ilişkiler

etkinliği kapsamında kamuoyuna ve ziyaretçilerine duyurması gerektiğini ortaya koymaktadır.

4.4.2.4. Katılımcıların Ekosentrik ve Antroposentrik Durumlarına İlişkin Bulgular

Katılımcılar kendilerini daha çok ekosentrik yani doğanın bir parçası olarak konumlandırmaktadırlar. Ancak bu konumlandırmanın en yüksek seviyede olmadığı da anlaşılmaktadır. Tablo 14’de katılımcıların kendilerine vermiş oldukları puana göre hangi düzeyde ekosentrik ya da antroposentrik (insanmerkezci) oldukları görölmektedir.

Tablo 14: Katılımcıların Kendilerini Doğanın Parçası Olarak Görmelerine İlişkin Puanlamaları (N.388)

Katılımcıların Kendilerini Doğanın Parçası Olarak Görmeleri	Frekans	Oran
En düşük (Antroposentrik)	1	,3
Düşük	44	11,3
Ortalama	135	34,8
Yüksek	161	41,5
En yüksek (Ekosentrik)	47	12,1

Katılımcıların hayvanlar için yapılan sosyal çalışmalara yaptığı bağış oranı (% 46) ile kendilerini yüksek seviyede ekosentrik olarak gören katılımcıların oranı (%41) benzerlik göstermektedir. Öyle ki katılımcıların kendilerine verdikleri puanlarda “en düşük” ve “düşük” antroposentrik bakışı, “yüksek” ve “en yüksek” ise ekosentrik bir bakışı yansıtmaktadır. Kendilerini ne antroposentrik ne de ekosentrik olarak görenler, yani kendilerine ortalama puan verenler ise 135 kişi (% 35)’dir. Bu durum katılımcıların % 35’nin kendilerini tam anlamıyla doğanın bir parçası olarak görmedikleri şeklinde yorumlanabilir. Hayvan odaklı çekiciliklere katılanların çoğunluğunun kendilerini ekosentrik olarak konumlandırmaları aynı zamanda turizm sektörü içerisinde metalaştırılan hayvanlara yönelik olarak talebin değil arzın daha çok antroposentrik bir bakışa sahi olduğu şeklinde yorumlanabilir. Başka bir ifade ile katılımcılar yalnızca kendilerine sunulana kabul eden, hayvanların metalaştırılmasına karşı olmayan bir anlayışa da sahiptirler. Tezin kuramsal tartışmaları içerisinde ifade edilen talebin arzı dönüştürebilme/ değiştirebilme özelliği hayvanların metalaştırılması konusunda çok etkin olamamaktadır. Nitekim tablodan da

anlaşılabileceği üzere, katılımcılar yalnızca kendileri açısından bir doğa anlayışına sahip olarak, ekosentrizmi de antroposentrik anlayış ile algılamaktadırlar.

4.4.2.5. Katılımcıların Hayvanlara Kullanımına İlişkin Ölçeğe Verdikleri Yanıtların Betimleyici İstatistikleri

Katılımcıların turizm sektöründe hayvanların kullanımına ilişkin ölçeğe verdikleri yanıtlar içerisinde en yüksek ortalamaya sahip ifadeler “*hayvanların eziyet edilmeden eğitilmesi*” (Ort. 4.904) ve “*hayvanlara eğitim süresince kötü davranılmaması*” (Ort. 4.889) dır. Tablo 15’de, katılımcıların verdikleri ifadeler en yüksek ortalamadan en düşüğe doğru sıralanmaktadır.

Tablo 15: Katılımcıların Hayvanların Kullanımına İlişkin Ölçeğe Verdikleri Yanıtların Betimleyici İstatistikleri (N:388)

Madde No	İFADELER	Ortalama	Std. Sapma
1	Hayvanların eziyet edilmeden eğitilmesi	4,904	,3027
2	Hayvanlara eğitim süresince kötü davranılmaması	4,889	,3224
3	Sergilenen hayvanların sağlıklı yiyeceklere ve düzgün tıbbi bakıma sahip olması	4,876	,3524
4	Hayvan çitlerinin çevrelediği alan açısından sağlıklı ölçülerde olması	4,726	,6490
5	Ziyaretçilerin hayvanlara karşı saygılı davranması	4,706	,5580
6	Hayvanların spor ya da yarışma durumlarında 'eşit şansa' sahip olması	4,654	,8471
7	Hayvan gösterilerinin izleyiciler için risk taşımaması	4,644	,6684
8	Hayvanat bahçesi bakıcılarının eğitilmiş kişiler olması	4,639	,5784
9	Kolayca tutsak edilmiş hayvanlar yerine, yaban hayatı içerisinde zor durumda olan, bakıma muhtaç hayvanların koruma altına alınarak sergilenmesi	4,605	,6945
10	Hayvan çitlerinin doğal ortamlarına uygun şekilde tasarlanmış olması	4,592	,6301
11	Hayvanların doğal ortamlarına uygun şekilde tutulması	4,590	,6054
12	Hayvanat bahçesi bakıcılarının hayvanlara duyarlı kişiler olması	4,569	,6841
13	Hayvan gösterilerinin görevliler için risk taşımaması	4,567	,6729
14	Ziyaretçilerin hayvanlara karşı olan davranışlarının kontrol edilmesi	4,510	,6723
15	Hayvanların ziyaretçilerden uzak özel alanlara da sahip olması	4,474	,7919
16	Hayvanların doğalarına uygun davranışlar sergilemesi	4,474	,7688
17	Hayvanların kendi doğalarına uygun şeyler yapması	4,425	,7888
18	Hayvan çitlerinin uyarıcı materyaller içermesi	2,920	1,3064

Yanıt Kategorileri: 1: Hiç Önemli Değil, 2: Önemli Değil, 3: Ne Önemli Ne Önemli, 4: Önemli, 5: Çok Önemli

18. ifade dışındaki diğer tüm ifadelere verilen yanıtların ortalaması 4,5'e yakın ya da üzerindedir. Bu durum, hayvan odaklı çekicilikleri ziyaret edenlerin hayvanlara karşı kötü muameleye karşı olduklarını, hayvanların bulundukları ortam açısından sağlıklı koşullara sahip olmaları gerektiğini göstermektedir. Başka bir deyişle, turizm sektörü içerisinde esaret altında tutularak ziyaretçilere sunulan hayvanların refahı ziyaretçiler açısından önem teşkil etmektedir. 18. İfadeye verilen yanıtın ortalamasının düşük olmasının sebebi de yine ziyaretçilerin hayvan refahına bakışı ile ilişkilendirilebilir. Ziyaretçiler; hayvanat bahçesi, doğal yaşam parkı, vahşi yaşam parkı gibi hayvan odaklı çekim merkezlerinde tutulan hayvanların bulundukları yerlerin elektrikli çitler gibi uyarı materyaller ile çevrelenmesini istemektedirler. Nitekim verdikleri yanıtların ortalamasının 2,920 çıkması da, bu tür uyarıcıların çok da gerekli olmadığını göstermektedir.

4.4.2.6. Katılımcıların Hayvan Odaklı Turizm Çekiciliklerine İlişkin Düşüncelerini Belirlemeye Dönük Ölçeğin Betimleyici İstatistikleri

Katılımcıların hayvan odaklı turizm çekiciliklerine ilişkin verdikleri yanıtların ortalamalarına bakıldığında, en yüksek ortalamanın “hayvan odaklı çekicilikler yaban hayatının gözlemlenebilmesi için güvenli bir alternatiftir” ifadesinde olduğu görülmektedir. Tablo 16’da söz konusu yanıtların ortalamaları en yüksekten en düşüğe doğru sıralanmaktadır.

Tablo 16: Katılımcıların Hayvan Odaklı Turizm Çekiciliklerine İlişkin Düşüncelerini Belirlemeye Dönük Ölçeğin Betimleyici İstatistikleri

Madde No	İFADELER	Ortala ma	Std. Sapma
1	Hayvan odaklı çekicilikler yaban hayatının gözlemlenebilmesi için güvenli bir alternatiftir	4,183	,5751
2	Hayvan odaklı çekicilikler çocuklar için önemli bir eğitim aracıdır	4,072	,8101
3	Hayvan odaklı çekicilikler hayvanlar hakkında bilgi edinebilmemiz için önemlidir	4,025	,6622
4	Hayvan odaklı çekicilikler yaban hayatının gözlemlenebilmesi için fiyatı uygun ve cazip bir alternatiftir	3,976	,7380
5	Hayvan odaklı çekicilikler yetişkinlerin çocukları ile bir şeyler paylaşabildiği yerlerdir	3,904	,7286
6	Hayvan odaklı turizm yerleri nesli tükenmekte olan hayvanların korunabilmesi için önemlidir	3,804	,6571
7	Hayvan odaklı çekiciliklerde hayvanların kullanılması eğitsel amaçlar için yararlıdır	3,793	,6848

8	Hayvan odaklı çekicilikler aileler için önemli bir boş zaman değerlendirme aracıdır	3,695	,8229
9	Hayvan odaklı çekicilikler bilimsel araştırmalarda önemli rol oynar	3,664	,6518
10	Hayvan odaklı çekicilikler konusunda araştırma yapmak soyu tükenmekte olan hayvan türlerinin kurtarılabilmesi için büyük öneme sahiptir	3,659	,6687
11	Hayvan odaklı çekicilikler bazı hayvanlara karşı var olan olumsuz imajın yumuşatılması konusunda katkı sağlar	3,456	,9153
12	Hayvan odaklı çekiciliklerin hayvan bakım programları geliştirebilmesi için onlara destek olmak zorundayız	3,386	,7539
13	Hayvan odaklı çekicilikler insanlara, doğal çevreye zarar vermeden doğal yaşamı görebilme olanağı sunmaktadır	3,304	,9263
14	Hayvan odaklı çekicilikler yaban hayatının korunabilmesi için önemlidir	3,280	,8389
15	Hayvan odaklı çekicilikler olmazsa birçok insan yaban hayatını gözlemlene şansına sahip olmayacaktır	3,247	1,1255
16	Hayvan odaklı çekicilikler çevresel duyarlılığı teşvik eder	3,219	,8358
17	Hayvan odaklı çekicilikler ile ilgili yapılan araştırmalar bilim insanlarının yaban hayatı konusunda bilgi edinebilmelerini sağlayan tek yoldur	3,110	,7911
18	Hayvan odaklı çekicilikler ziyaretçilerin eğlenmesi için önemli bir rol oynar	3,092	,9600
19	Hayvan odaklı çekicilikler ziyaretçilerin kendilerini eğlendiren hayvanları izleyebildikleri yerlerdir	3,074	,9439
20	Hayvan odaklı çekicilikler hayvanlara karşı nasıl sorumlu davranmamız gerektiğini gösteren yerlerdir	3,074	,9217
21	Hayvan odaklı çekicilikler yaban hayvanları için güvenli ve emin yerler sağlamaktadır	3,056	,8786
22	Hayvan odaklı çekicilikler doğal çevrenin ve yaban hayatın denetlenmesi ve düzene sokulması için önemli bir yöntemdir	2,943	,9075
23	Turizm faaliyetlerinde kullanılan hayvanlar avcı hayvanlardan uzak oldukları için daha iyi durumdadırlar	2,685	1,0085
24	Turizm faaliyetlerinde kullanılan hayvanlar yiyecek bulma kaygısı taşımadıkları için daha iyi durumdadırlar	2,497	1,0330

Yanıt Kategorileri: 1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum

En yüksek ortalamaya sahip ilk beş ifadeye bakıldığında, katılımcıların hayvan odaklı çekicilikleri “doğa turizmine bir alternatif”, “eğitim aracı” ve “aile odaklı deneyim” olarak gördükleri söylenebilir. Doğa turizmine bir alternatif olarak görmelerinin nedeni, hayvan odaklı turizm işletmelerinde gördükleri hayvanları doğal ortamlarında aynı fiyatta ve aynı güvenli ortamda göremeyeceklerini düşünmeleridir. Diğer yandan hayvan odaklı çekicilikleri, hem kendileri hem de çocukları için hayvanlar hakkında bilgi edinebilme aracı şeklinde algılamaları söz

konusu çekiciliklerin “eğitim aracı” olduğuna, çocuklarıyla bir şeyler paylaşabildikleri yer olarak görmeleri de “aile odaklı deneyim” boyutuna işaret etmektedir.

Katılımcılar, hayvan odaklı turizm işletmelerinde kendilerini güvende hissettikleri kadar, hayvanların da bu yerlerde avcı hayvanlardan uzak ve güvende olduklarını, yiyecek bulma kaygısı taşımadıkları için daha iyi durumda olduklarını düşünmektedirler.

Katılımcıların hayvanların durumlarına ilişkin olumlu düşünceleri, etik kuramlar açısından da değerlendirilebilir. Sözleşmeci, faydacı ya da kant etiği açısından hayvanların rasyonel varlıklar olmadıkları yönündeki argümanlar bir anlamda burada kendini göstermektedir. Öyle ki rasyonel varlıklar olarak görülmeyen hayvanlar, rasyonel karar da verememektedirler. Dolayısıyla insanların hayvanlar adına aldıkları kararlar en doğru olanlardır. Bu doğrultuda, katılımcılara göre hayvanların hayvan odaklı turizm işletmeleri içerisinde yer almaları, doğal ortamlarında bulunmalarından daha iyidir. Çünkü hayvanlar doğal ortamlarındaki gibi yemek bulma ve ölüm kaygısı taşımamaktadırlar. Doğal ortamlarında bu tür kaygıyı taşıdığı düşünülen hayvanlar, esaret altındayken de farklı kaygılar taşıyabilirler. Bu kaygılar da onların rasyonel olmadıkları yönündeki tezi çürütmektedir. Hayvanlar bu türden kaygılar taşıyor ise, o zaman bulundukları yerde olup olmama kararını da verebilirler. Ancak seçme şansı verilmeden yalnızca birer meta olarak ziyaretçilere sunulmaktadırlar.

Bu ölçeğe verilen yanıtların ortalamaları, hem arz ve talep boyutunda hayvanlarının çıkarlarının göz ardı edildiğini hem de hayvanların turizmde metalaştırıldığını net bir şekilde ortaya koymaktadır. Her ne kadar ziyaretçiler hayvan odaklı turizm işletmeleri içerisinde bulunan hayvanların refahına ilişkin olumlu düşüncelere sahip olsalar da, hayvanların metalaştırılmasını, çıkarlarını ve haklarını görmezden gelmektedirler. Bu da, arz boyutunda herhangi bir değişimin gerçekleşmeyerek, hayvanların çıkarlarının tam olarak gözetilmemesine ve onların da yaşamın birer öznesi olması gerektiği yönündeki ahlaki önemin ortaya koyulamamasına olanak sağlamaktadır.

4.4.2.7. Hayvan Odaklı Çekim Merkezlerinin Katılımcılarca Kabul Edilebilirliğini Belirlemeye Dönük Ölçeğin Betimleyici İstatistikleri

Katılımcıların hayvan odaklı çekiciliklere yönelik düşünceleri ile bu tür çekicilikleri kabul edilebilir bulma düzeyleri arasında negatif yönlü bir ilişkinin olduğu söylenebilir. Öyle ki, katılımcılar hayvan odaklı çekicilikler içerisinde hayvanların çıkarlarını, onların metalaştırılmasını göz ardı ederken, en çok kabul edilebilir buldukları çekicilik ise hayvan temalı parklardır. Hayvan temalı parklar, hayvanların esaret altında tutularak sergilendikleri hayvan odaklı çekiciliklerden biri değildir. Bu parklarda, hayvanların birer bir maketleri bulunmakta, canlı hayvanlar kullanılmamaktadır. Dolayısıyla katılımcıların verdikleri yanıtların ortalamalarına bakıldığında, en yüksek ortalama 4,1 ile hayvan temalı parklara aittir. Tablo 17, söz konusu ortalamaları yüksekten düşüğe doğru göstermektedir.

Tablo 17: Hayvan Odaklı Çekim Merkezlerinin Katılımcılarca Kabul Edilebilirliğini Belirlemeye Dönük Ölçeğin Betimleyici İstatistikleri

Çekim Merkezi Türü	Ortalama	Std. Sapma
Hayvan Temalı Park	4,144	,7258
Akvaryum	3,463	,9810
Vahşi Yaşam Parkı	3,384	1,0087
Hayvanat Bahçesi	3,110	,9781
Yunus Gösteri Merkezleri	2,252	1,1380
Deve Güreşleri	1,466	,7411
Hayvanlı Sirkler	1,412	,6549
Hayvan Yarışmaları	1,244	,5421

Yanıt Kategorileri: 1: Kesinlikle Kabul Edilebilir Değil 2: Kabul Edilebilir Değil, 3: Ne Kabul Edilebilir Ne Kabul Edilemez, 4: Kabul Edilebilir, 5: Kesinlikle Kabul Edilebilir

Deve güreşleri, hayvanlı sirkler ve hayvan yarışmaları katılımcıların en az kabul edilebilir buldukları hayvan odaklı çekiciliklerdir. Özellikle Türkiye’de yasal olarak gerçekleştirilen ve geleneksel açıdan önemli olduğu ifade edilen deve güreşlerinin kabul edilebilirlik düzeyinin düşük olması dikkat çekicidir. Yine dünyanın farklı ülkelerinden artık yasaklanan hayvanlı sirkler konusunda da belirli bir toplumsal duyarlılık düzeyine gelindiği ifade edilebilir.

4.4.2.8. Katılımcıların Hayvan Odaklı Çekim Merkezlerini Ziyaret Etme Eğilimlerini Belirlemeye Dönük Ölçeğin Betimleyici İstatistikleri

Katılımcıların hayvan odaklı turizm çekiciliklerini kabul edilebilir bulma düzeyleri ile o çekiciliklere yönelik ziyaret eğilimleri arasında bir paralellik bulunmaktadır. Nitekim ziyaretçiler, hayvan temalı parkları en çok kabul edilebilir bulurken, aynı zamanda gelecekteki muhtemel ziyaretlerinin de hayvan temalı parklara olabileceği yönünde görüş bildirmişlerdir. Tablo 18, katılımcıların hayvan odaklı çekim merkezlerine ziyaret eğilimlerine ilişkin verdikleri yanıtları en yüksekten en düşüğe doğru göstermektedir.

Tablo 18: Katılımcıların Hayvan Odaklı Çekim Merkezlerini Ziyaret Etme Eğilimlerini Belirlemeye Dönük Ölçeğin Betimleyici İstatistikleri

Çekim Merkezi Türü	Ortalama	Std. Sapma
Hayvan Temalı Park	4,149	,8556
Akvaryum	3,796	,8963
Vahşi Yaşam Parkı	3,564	1,1291
Hayvanat Bahçesi	3,280	1,0094
Yunus Gösteri Merkezleri	2,340	1,1824
Deve Güreşleri	1,360	,6338
Hayvanlı Sirkler	1,332	,5708
Hayvan Yarışmaları	1,211	,4732

Yanıt Kategorileri: 1: Kesinlikle Mümkün Değil, 2: Mümkün Değil, 3: Ne Mümkün Ne Değil, 4: Mümkün, 5: Kesinlikle Mümkün

Katılımcılar hangi hayvan odaklı turizm çekiciliğini kabul edilebilir buluyorlar ise, aynı oranda o çekiciliği ziyaret edebileceklerini ifade etmektedirler. Bu durum, turizm sektöründe hayvanlara dair ahlaki sorumluluğun “simülarklar ve simülasyonlar” üzerinden gerçekleştirilebileceği yönündeki radikal fikrin mümkün olabileceğini göstermesi bakımından önemlidir. Başka bir deyişle hayvan odaklı çekicilikleri talep edenlerin iki temel argümanı olan “doğa turizmine alternatif” ve “eğitim aracı”nın hayvanların bire bir maketleri üzerinden de gerçekleştirilebileceğidir. Aksi takdirde, yalnızca mevcut durumun iyileştirilmesi

yani hayvan refahının artırılması mümkün olabilmektedir. Hayvan refahı da kafeslerin genişlemesi, ancak ortadan kaldırılmaması anlamına gelmektedir.

4.4.2.9. Çalışmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenirlik Analizi Sonuçları

Çalışmada toplam dört ölçek kullanılmıştır. 18 ifadeden oluşan ilk ölçekte, ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekicilikleri içerisinde metalaştırılan hayvanlara yönelik bakışı, 24 maddelik ikinci ölçekte ise hayvan odaklı turizm çekiciliklerine yönelik bakışı açıklamaya yöneliktir. Üçüncü ve dördüncü ölçekler ise hayvan odaklı çekiciliklerin türüne göre katılımcıların kabul edilebilir bulma düzeylerini ve muhtemel ziyaretlerini açıklamaktadır.

Ölçeklerin tümünde alfa katsayısının 0,70'in üzerinde olduğu ve bu nedenle güvenilir olduğu sonucuna varılmaktadır. Öyle ki, likert türü ölçeklerde güvenirliliğin hesaplanmasında sıklıkla kullanılan alfa katsayısının 0,70'in üzerinde olması, o ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir²³⁶. Bu bağlamda, ilk ölçeğe ilişkin güvenirlilik analizi sonuçları Tablo 19'da verilmektedir.

Tablo 19: Hayvanların Kullanımına İlişkin Ölçeğin Güvenirlilik Analizi Sonuçları (N:388)

Madde NO	İFADELER	Madde Bütün Korelasyon Değerleri	Madde Silindiğinde Cronbach's Alpha
1	Hayvanlara eğitim süresince kötü davranılmaması	,487	,839
2	Hayvanların doğalarına uygun davranışlar sergilemesi	,725	,822
3	Hayvan çitlerinin uyarıcı materyaller içermesi	-,305	,904
4	Hayvan çitlerinin doğal ortamlarına uygun şekilde tasarlanmış olması	,738	,824
5	Hayvanların doğal ortamlarına uygun şekilde tutulması	,779	,823
6	Hayvan çitlerinin çevrelediği alan açısından sağlıklı ölçülerde olması	,509	,834
7	Hayvanların ziyaretçilerden uzak özel alanlara da sahip olması	,662	,825
8	Hayvanların eziyet edilmeden eğitilmesi	,546	,839
9	Hayvanların kendi doğalarına uygun şeyler yapması	,750	,820
10	Hayvanların spor yada yarışma durumlarında 'eşit şansa' sahip olması	,467	,836
11	Hayvan gösterilerinin izleyiciler için risk taşımaması	,165	,850

²³⁶ Reha Alpar, **Spor, Sağlık ve Eğitim Bilimlerinden Örneklerle Uygulamalı İstatistik ve Geçerlik – Güvenirlilik**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2014 (Üçüncü Baskı), s.485.

12	Hayvan gösterilerinin görevliler için risk taşımaması	,283	,844
13	Ziyaretçilerin hayvanlara karşı saygılı davranması	,665	,829
14	Ziyaretçilerin hayvanlara karşı olan davranışlarının kontrol edilmesi	,708	,824
15	Sergilenen hayvanların sağlıklı yiyeceklerle ve düzgün tıbbi bakıma sahip olması	,547	,837
16	Hayvanat bahçesi bakıcılarının eğitilmiş kişiler olması	,337	,842
17	Hayvanat bahçesi bakıcılarının hayvanlara duyarlı kişiler olması	,625	,828
18	Kolayca tutsak edilmiş hayvanlar yerine, yaban hayatı içerisinde zor durumda olan, bakıma muhtaç hayvanların koruma altına alınarak sergilenmesi	,637	,828
3., 11. ve 12. İfadeler Silinmeden Önce Ölçeğin Tamamı için Cronbach's Alpha		0,845	
3., 11. ve 12. İfadeler Silindikten Sonra Ölçeğin Tamamı için Cronbach's Alpha		0,921	

Tablodan anlaşılabileceği gibi, ilk ölçeğin güvenirlik sonucu 3.,11. ve 12. ifadeler silinmeden önce 0,84 iken, korelasyon değerleri düşük olan söz konusu ifadeler çıkarıldığında ölçeğin güvenirliği 0,92'ye çıkmaktadır. Dolayısıyla o ifadeler ölçekten atılarak, ölçeğin güvenirliği artırılmıştır.

Tablo 20 ise, ikinci ölçeğin güvenirlik düzeyine ilişkin bilgiler vermektedir. İlk ölçekte olduğu gibi bu ölçekte de korelasyon değerleri düşük ifadeler bulunmaktadır. 15. ve 17. ifadeler korelasyon değeri bakımından düşük olsa da, ölçeğin bütünü için güvenirlik düzeyini etkilememektedir. Bu nedenle ölçekten çıkarılmamıştır.

Tablo 20: Hayvanlar Odaklı Turizm Çekicilikleri Ölçeğinin Güvenirlik Analizi Sonuçları

Madde No	İFADELER	Madde Bütün Korelasyon Değerleri	Madde Silindiğinde Cronbach's Alpha
1	Hayvan odaklı çekicilikler ziyaretçilerin kendilerini eğlendiren hayvanları izleyebildikleri yerlerdir	,739	,942
2	Hayvan odaklı çekicilikler yetişkinlerin çocukları ile bir şeyler paylaşabildiği yerlerdir	,621	,943
3	Hayvan odaklı çekicilikler aileler için önemli bir boş zaman değerlendirme aracıdır	,719	,942

4	Hayvan odaklı çekicilikler yaban hayatının korunabilmesi için önemlidir	,753	,942
5	Hayvan odaklı turizm yerleri nesli tükenmekte olan hayvanların korunabilmesi için önemlidir	,629	,943
6	Hayvan odaklı çekiciliklerin hayvan bakım programları geliştirebilmesi için onlara destek olmak zorundayız	,504	,945
7	Hayvan odaklı çekicilikler insanlara, doğal çevreye zarar vermeden doğal yaşamı görebilme olanağı sunmaktadır	,807	,941
8	Hayvan odaklı çekiciliklerde hayvanların kullanılması eğitsel amaçlar için yararlıdır	,688	,943
9	Hayvan odaklı çekicilikler çevresel duyarlılığı teşvik eder	,745	,942
10	Hayvan odaklı çekicilikler ziyaretçilerin eğlenmesi için önemli bir rol oynar	,762	,941
11	Hayvan odaklı çekicilikler hayvanlar hakkında bilgi edinebilmemiz için önemlidir	,724	,942
12	Hayvan odaklı çekicilikler çocuklar için önemli bir eğitim aracıdır	,741	,942
13	Hayvan odaklı çekicilikler hayvanlara karşı nasıl sorumlu davranmamız gerektiğini gösteren yerlerdir	,772	,941
14	Hayvan odaklı çekicilikler bazı hayvanlara karşı var olan olumsuz imajın yumuşatılması konusunda katkı sağlar	,674	,943
15	Hayvan odaklı çekicilikler bilimsel araştırmalarda önemli rol oynar	,036	,949
16	Hayvan odaklı çekicilikler ile ilgili yapılan araştırmalar bilim insanlarının yaban hayatı konusunda bilgi edinebilmelerini sağlayan tek yoldur	,223	,948
17	Hayvan odaklı çekicilikler konusunda araştırma yapmak soyu tükenmekte olan hayvan türlerinin kurtarılabilmesi için büyük öneme sahiptir	,096	,949
18	Hayvan odaklı çekicilikler yaban hayatının gözlemlenebilmesi için fiyatı uygun ve cazip bir alternatiftir	,640	,943
19	Hayvan odaklı çekicilikler yaban hayatının gözlemlenebilmesi için güvenli bir alternatiftir	,588	,944
20	Hayvan odaklı çekicilikler olmazsa birçok insan yaban hayatını gözlemleme şansına sahip olmayacaktır	,678	,943
21	Turizm faaliyetlerinde kullanılan hayvanlar avcı hayvanlardan uzak oldukları için daha iyi durumdadırlar	,666	,943
22	Turizm faaliyetlerinde kullanılan hayvanlar yiyecek bulma kaygısı taşımadıkları için daha iyi durumdadırlar	,645	,943

23	Hayvan odaklı çekicilikler yaban hayvanları için güvenli ve emin yerler sağlamaktadır	,790	,941
24	Hayvan odaklı çekicilikler doğal çevrenin ve yaban hayatın denetlenmesi ve düzene sokulması için önemli bir yöntemdir	,787	,941
24 Maddelik Ölçeğin Tamamı İçin Cronbach's Alpha		0,945	

24 maddelik ikinci ölçeğin alfa katsayısı 0,94 olarak belirlenmiş ve güvenilir bulunmuştur. Diğer ölçeklerin güvenirlik düzeylerine ilişkin korelasyon alfa katsayıları ise Tablo 21 ve Tablo 22’de verilmektedir.

Tablo 21: Hayvan Odaklı Çekim Merkezlerinin Kabul Edilebilirliği Ölçeğinin Güvenirlik Analizi Sonuçları

Çekim Merkezi Türü	Madde Bütün Korelasyon Değerleri	Madde Silindiğinde Cronbach's Alpha
Hayvanat Bahçeleri	,737	,789
Akvaryum	,695	,796
Hayvanlı Sirkler	,540	,820
Vahşi Yaşam Parkları	,534	,821
Hayvan Temalı Parklar	,229	,851
Hayvan Yarışları	,446	,830
Deve Güreşi	,602	,812
Yunus Gösteri Merkezleri	,754	,786
8 Maddenin Tamamı İçin Cronbach's Alpha	0,835	

Tablo 21’de hayvan temalı parkların 0,229 ile en düşük korelasyon değerine sahip olduğu görülmektedir. Ancak hem betimleyici istatistiklerde en yüksek ortalama puana sahip olması, hem de çıkarıldığında alfa katsayısını önemli ölçüde artırmamasından dolayı silinmemiştir. Ölçeğin alfa katsayısı 0,83 ve ölçek güveniliridir.

Tablo 22: Hayvan Odaklı Çekim Merkezlerini Ziyaret Etme Eğilimi Ölçeğinin Güvenirlilik Analizi Sonuçları

Çekim Merkezi Türü	Madde Bütün Korelasyon Değerleri	Madde Silindiğinde Cronbach's Alpha
Hayvanat Bahçeleri	,575	,696
Akvaryum	,662	,680
Hayvanlı Sirkler	,392	,734
Vahşi Yaşam Parkları	,418	,735
Hayvan Temalı Parklar	,238	,760
Hayvan Yarışları	,288	,749
Deve Güreşi	,422	,732
Yunus Gösteri Merkezleri	,640	,679
8 Maddenin Tamamı İçin Cronbach's Alpha	0,750	

Tablo 22’de görüldüğü gibi dördüncü ve son ölçeğin alfa katsayısı 0,75’dir ve bu nedenle ölçek güvenilirirdir. Bu ölçekte en düşük korelasyona sahip iki hayvan odaklı çekicilik 0,238 korelasyon değeri ile “hayvan temalı parklar” ve 0,228 korelasyon değeri ile “hayvan yarışları”dır. Ancak kabul edilebilirlik ölçeğinde olduğu gibi bu ölçekte de, iki maddenin çıkarılması halinde alfa katsayısında önemli bir artış meydana gelmemektedir. Dolayısıyla iki madde ölçekten atılmamıştır.

4.5. TURİZMDE ZİYARETÇİ – HAYVAN İLİŞKİSİNE YÖNELİK META ELEŞTİREL BİR MODEL (YEM)

Ziyaretçilerin, hayvanların turizm çekiciliklerinde kullanılmasına yönelik algılamalarının hayvan odaklı turizm çekiciliğine olası etkileri ile hayvan odaklı turizm çekiciliklerini kabul etme ve bu çekiciliklere katılmaya olan niyetleri arasındaki ilişkilerin incelendiği araştırmada “Yapısal Eşitlik Modeli”nden (YEM) yararlanılmıştır. Araştırmacılar veri setini oluştururken direkt gözlenen veya ölçülen değişkenlerin yanında, gözlenemeyen değişkenlerle de ilgilenmektedirler. Bu değişkenler doğrudan gözlenemediğinden, aynı şekilde doğrudan ölçülemezler. Bu

değişkenler, gizil (latent) değişkenler veya faktörler şeklinde adlandırılmaktadır²³⁷. Yapısal eşitlik modelleri gözlenen ve gözlenemeyen (gizil-latent) değişkenler arasındaki nedensel ilişkilerin sınanmasında kullanılan kapsamlı bir istatistiksel tekniktir²³⁸. YEM, gizil değişkenler seti arasında bir nedensellik yapısının var olduğunu ve gizil değişkenlerin gözlenen değişkenler aracılığıyla ölçülebildiğini varsaymaktadır. YEM verilen bir modeldeki gözlenen değişkenlere (hem bağımlı hem bağımsız) ilişkin ölçüm hatalarını açıkça hesaba katan bir yöntemdir. YEM, değişkenler arasında doğrudan ve dolaylı etkileri belirleme olanağı sağlayan, elde edilen veri ile kavramsal dünya arasındaki ilişkinin ne ölçüde uyduğunu belirleyen bir analiz yöntemi olması bakımından²³⁹ araştırmada kullanılmıştır.

Modelin geçerliğini kontrol etmek amacıyla kullanılan bir takım uyum ölçütleri bulunmaktadır. Bu ölçütler; RMSEA – Root Mean Square Error of Approximation (Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü), SRMR – Standardized Root Mean Square Residual (Standartlaştırılmış Ortalama Hataların Karekökü), NFI – Normed Fit Index (Normlaştırılmış Uyum İndeksi), NNFI – Nonnormed Fit Index (Normlaştırılmamış Uyum İndeksi), CFI – Comparative Fit Index (Karşılaştırmalı Uyum İndeksi), IFI – Incremental Fit Index (Artırmalı Uyum İndeksi), RFI – Relative Fit Index (Görelî Uyum İndeksi), GFI – Goodness of Fit Index (İyilik Uyum İndeksi) ve AGFI – Adjusted Goodness of Fit Index (Düzeltilmiş İyilik Uyum İndeksi) şeklinde sıralanmaktadır.

Söz konusu ölçütler, ortaya çıkan modelin kabul edilebilir olup olmadığını göstermesi bakımından önemlidir ve Tablo 23’de verilmektedir²⁴⁰²⁴¹.

²³⁷ Joop J. Hox ve Timo Bechger, “An Introduction to Structural Equation Modeling”, **Family Science Review**, Sayı:11, 1998, s.354. ss. 354-373.

²³⁸ Ömay Çokluk, Güçlü Şekercioğlu ve Şener Büyüköztürk, **Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve Lisrel Uygulamaları**, 2.Baskı, Pegem Akademi, Ankara, 2012, s.254.

²³⁹ Ömer Faruk Şimşek, **Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş: Temel İlkeler ve Lisrel Uygulamaları**, Ekinoks Yayınları, Ankara, 2007, s.3.

²⁴⁰ Daire Hooper, Joseph Coughlan ve Michael Mullen, “Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit”, **The Electronic Journal of Business Research Methods**, Cilt: 1, Sayı:6, 2008, ss.53-60.

Tablo 23: YEM Uyum Ölçütleri

Uyum Ölçütleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
χ^2/sd	$0 \leq \chi^2/sd \leq 2$	$2 \leq \chi^2/sd \leq 3$
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0.05$	$0.05 \leq RMSEA \leq 0.08$
SRMR	$0 \leq SRMR \leq 0.05$	$0.05 \leq SRMR \leq 0.10$
NFI	$0.95 \leq NFI \leq 1$	$0.90 \leq NFI \leq 0.95$
NNFI	$0.97 \leq NNFI \leq 1$	$0.95 \leq NNFI \leq 0.97$
CFI	$0.97 \leq CFI \leq 1$	$0.95 \leq CFI \leq 0.97$
GFI	$0.95 \leq GFI \leq 1$	$0.90 \leq GFI \leq 0.95$
AGFI	$0.90 \leq AGFI \leq 1$	$0.97 \leq AGFI \leq 0.90$

YEM sonucu yapılan raporlamalarda hangi uyum indekslerinin raporlanacağı araştırmacının amacına göre değişiklik gösterdiği için²⁴², Tablo 23’de yalnızca araştırma sonuçları içerisinde kurulan modellerin kabul edilebilirliğine ilişkin verilen uyum ölçütleri yer almaktadır.

Bu bağlamda araştırmada, ziyaretçilerin hayvanlara yönelik algılamalarının nedensel boyut olarak düşünüldüğü iki boyut (hayvan çıkarı, hayvan ortamı) tek tek ele alınarak, hayvan odaklı turizm çekiciliği ölçeğinde yer alan 6 boyut (koruma, aile odaklı deneyim, doğa turizmine alternatif, bilimsel araştırma, eğlence ve eğitim) ile ilişkilendirilmiştir. Bununla birlikte modele, üçüncü ve dördüncü ölçekte yer alan ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliklerini kabul etme düzeyleri ve bu çekiciliklere ilişkin muhtemel ziyaret niyetleri de dahil edilmiştir. Araştırmada, dört ölçekte ortaya çıkan toplam 12 boyut AMOS ve LISREL istatistik paket programları ile analiz edilmiştir.

4.5.1. YEM Modelleri Güvenirlik Analizi Sonuçları

Ziyaretçilerin hayvanların turizm çekiciliklerinde kullanılmasına yönelik algılarının turizm çekiciliğine olası etkilerinin, hayvan odaklı çekiciliklerin kabul edilebilirliğine ve söz konusu çekicilikleri ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkilerin

²⁴¹ Cem Harun Meydan ve Harun Şeşen, **Yapısal Eşitlik Modellemesi AMOS Uygulamaları**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2011, s.37.

²⁴² Meydan ve Şeşen, s.38.

incelendiği araştırmada veriler anket tekniği ile toplanmıştır. Anket beş ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, ziyaretçilerin hayvan çıkarları ve hayvanların bulundukları ortama ilişkin algıları yer almaktadır. İkinci bölümde ise, ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliklerine ilişkin eğitim, eğlence, aile odaklı deneyim, doğa turizmine alternatif, bilimsel araştırma ve koruma algıları bulunmaktadır. Üçüncü ve dördüncü bölümlerde ise sırasıyla hayvan odaklı çekiciliklerin kabul edilebilirlikleri ve söz konusu çekicilikleri ziyaret etme niyetlerine ilişkin algıları ölçülmektedir. İlk ölçekte verilen yanıtlar; “0 fikrim yok”, “1-hiç önemli değil” ve “5-çok önemli” yargılarına denk gelmektedir. İkinci ölçekte ise, “1-kesinlikle katılmıyorum” ve “5- kesinlikle katılıyorum” yargılarına denk gelmekte ve 5’li Likert Ölçeği şeklindedir. Anketin üçüncü bölümünde verilen yanıtlar ise; “1-kesinlikle kabul edilemez”, “5-kesinlikle kabul edilebilir” yargılarına denk gelip, yine 5’li Likert Ölçeği şeklindedir. Anketin dördüncü bölümünde de, ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetlerine yönelik verdikleri yanıtlar üçüncü bölümde olduğu gibi “1-kesinlikle mümkün değil” ve “5- kesinlikle mümkün” şeklinde derecelendirilmiştir.

Bu doğrultuda, ölçeklerin öncelikle güvenilirlikleri incelenmiş ve ardından doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ile boyutlar doğrulanmaya çalışılmıştır. Gerek DFA gerekse güvenilirlik analizleri sonucu boyutları bozan değişkenler ölçeklerden çıkartılmış ve son hali verilmiştir. Son hali verilen ölçeklerin güvenilirlikleri Cronbach's Alpha istatistiği ile araştırılmış ve tüm boyutlar güvenilir bulunmuştur. En küçük Cronbach's Alpha istatistiği 0,629 ile hayvan çıkarları boyutunda elde edilirken, en yüksek Cronbach's Alpha istatistiği ise 0,881 ile eğlence boyutunda elde edilmiştir. Ölçeklerde yer alan ifadelerin boyutların farklı özelliklerini ortaya koyup koymadığı, bir başka deyişle ifadelerin ziyaretçiler tarafından aynı şekilde algılanıp algılanmadığı Hotelling’s T^2 ile araştırılmış ve tüm boyutlarda Hotelling’s T^2 anlamlı bulunmuştur. Bu bağlamda, ölçeklerin güvenilirlikleri ve bazı betimleyici istatistikleri Tablo 24’de verilmektedir.

Tablo 24: Ölçek Boyutlarının Güvenilirlikleri Analizi Sonuçları ve Bazı Betimleyici İstatistikler

Madde	Ortalama	St. Sapma	Soru bütün korelasyon	Silindiğinde Cronbach's Alpha	Madde	Ortalama	St. Sapma	Soru bütün korelasyon	Silindiğinde Cronbach's Alpha
H. Çıkarları: Cronbach's Alpha= ,629 Ölçek Ort.ve Varyans= 4,486±1,012					H. Ortam: Cronbach's Alpha= ,843 Ölçek Ort.ve Varyans= 4,42±,976				
HCR1	3,93	1,612	,480	,657	HO1	4,54	,716	,724	,804
HCR2	4,71	,558	,582	,533	HO2	4,29	1,316	,738	,805
HCR3	4,86	,427	,367	,631	HO3	4,29	1,068	,738	,775
HCR4	4,45	,978	,584	,429	HO4	4,55	,719	,679	,818
Koruma: Cronbach's Alpha= ,72 Ölçek Ort.ve Varyans= 3,491±,565					Deneyim: Cronbach's Alpha= ,852 Ölçek Ort.ve Varyans= 3,891±,622				
K1	3,28	,839	,573	,597	D1	3,90	,729	,762	,761
K2	3,80	,657	,629	,548	D2	3,70	,823	,686	,829
K3	3,39	,754	,447	,741	D3	4,07	,810	,725	,790
Eğitim: Cronbach's Alpha= ,755 Ölçek Ort.ve Varyans= 3,479±,499					Alternatif: Cronbach's Alpha= ,756 Ölçek Ort.ve Varyans= 3,802±,714				
E1	4,03	,662	,553	,728	A1	3,98	,738	,704	,564
E2	3,07	,922	,691	,540	A2	4,18	,575	,634	,694
E3	3,46	,915	,554	,717	A3	3,25	1,126	,584	,803
Araştırma: Cronbach's Alpha= ,806 Ölçek Ort.ve Varyans= 3,519±,709					Eğlence: Cronbach's Alpha= ,881 Ölçek Ort.ve Varyans= 3,157±,890				
BA1	3,66	,652	,703	,691	EY1	3,07	,944	,858	,749
BA2	3,11	,791	,584	,826	EY2	3,09	,960	,869	,736
BA3	3,66	,669	,695	,695	EY3	3,30	,926	,599	,872
Esaret Kabul: Cronbach's Alpha= ,778 Ölçek Ort.ve Varyans= 3,526±,866					Gösteri Kabul: Cronbach's Alpha= ,819 Ölçek Ort.ve Varyans= 1,594 ±,642				
KES1	3,11	,978	,599	,716	KG1	1,41	,655	,723	,749
KES2	3,46	,981	,690	,664	KG2	1,24	,542	,681	,783
KES3	3,38	1,009	,665	,678	KG3	1,47	,741	,763	,720
KES4	4,14	,726	,395	,806	KG4	2,25	1,138	,608	,859
Esaret Niyet: Cronbach's Alpha= ,713 Ölçek Ort.ve Varyans= 3,698±,957					Gösteri Niyet: Cronbach's Alpha= 0,715 Ölçek Ort.ve Varyans=1,561 ±,587				
NES1	3,28	1,009	,339	,746	NG1	1,36	,634	,645	,588
NES2	3,80	,896	,643	,570	NG2	1,21	,473	,608	,646
NES3	3,56	1,129	,603	,581	NG3	1,33	,571	,622	,615
NES4	4,15	,856	,455	,677	NG4	2,34	1,182	,449	,828

Tablo 24'den de anlaşılacağı gibi araştırmada ortaya çıkan tüm boyutlar güvenilir bulunmuştur. Bu bağlamda, kullanılan ölçeklerin her bir boyutu için güvenilirlik düzeylerinin ,60 ile ,80 arasında olduğu ve dolayısıyla oldukça güvenilir olduğu tespit edilmiştir. Nitekim, yazında ,60 ile ,80 değer aralığında olan ölçeklerin iyi güvenilirliğe sahip olduğu ifade edilmektedir²⁴³.

4.5.2. Hayvan Çıkarları – Hayvan Odaklı Turizm Çekiciliği Ölçeği Boyutları – Kabul Edilebilirlik ve Ziyaret Niyeti Algılamaları Arasındaki İlişkilere Yönelik Geliştirilen Modeller

Araştırmada ilk olarak, ziyaretçilerin “hayvan çıkarları” algılamasının hayvan odaklı turizm çekiciliği boyutlarından biri olan “koruma” ya olası etkisi ve bu etkinin, esaret altındaki hayvanların kullanıldığı turizm çekiciliklerinin kabul

²⁴³ Metin Kozak, s.146.

edilebilirliğine etkisi değerlendirilmiştir. Bu bağlamda, kurulan hipotezler aşağıda verilmektedir.

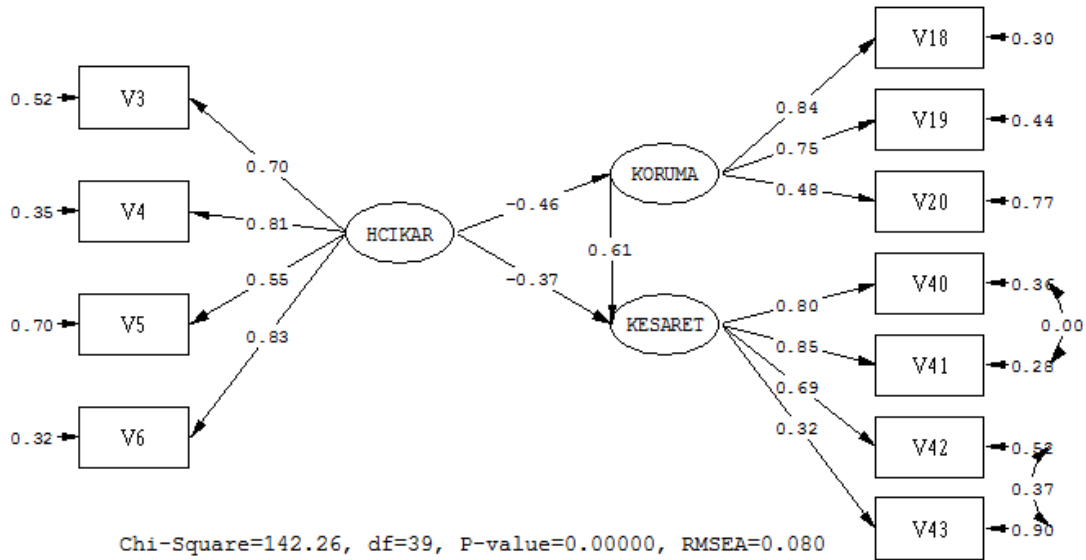
H₁: Ziyaretçilerin hayvanların çıkarlarına ilişkin algısı artarken, hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı koruma algısı azalır.

H₂: Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı koruma algısı artarken, esaret altında bulunan hayvanlar üzerinden yaratılan turizm çekiciliklerini ziyaretlerine ilişkin algısı kabul edilebilir yöndedir.

H₉: Ziyaretçilerin hayvanların çıkarlarına ilişkin algısı artarken, esaret altında bulunan hayvanlar üzerinden yaratılan turizm çekiciliklerini ziyaretlerine ilişkin kabul edilebilirlik algısı azalır.

Söz konusu hipotezlerin irdelendiği araştırmada, modele yönelik elde edilen uyum ölçütleri ise; $\chi^2=142,26$ df.=39; $\chi^2/df=3,64$, RMSEA=0,080, NFI=0.96, NNFI=0.96, CFI=0.97, IFI=0.97, RFI=0.94, GFI=0.94, RMR=0.048'dir. Elde edilen uyum ölçütleri, yapısal modelin en az kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 6'da verilmektedir.

Şekil 6: Hayvan Çıkarları – Koruma – Kabul Edilebilirlik (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 6'ya göre;

- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile hayvan odaklı çekiciliğe dayalı koruma algısı arasında ters yönde istatistiksel açıdan anlamlı 0,46 birimlik bir

ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, hayvan odaklı çekiciliğe dayalı koruma algısını 0,46 birim azaltmaktadır ($t=-7,69$, $p<,01$). Dolayısıyla H_1 desteklenmiştir.

- Ziyaretçilerin hayvan odaklı çekiciliğe dayalı koruma algısı ile esaret altında bulunan hayvan odaklı turizm çekiciliklerine yönelik ziyaretleri kabul edilebilir bulmaları arasında aynı yönde istatistiksel açıdan anlamlı 0,61 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan odaklı çekiciliğe dayalı koruma algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altında bulunan hayvanların kullanıldığı turizm çekiciliklerine ilişkin kabul edilebilirlik düzeyini 0,61 birim artırmaktadır ($t=9,76$, $p<,01$). Dolayısıyla H_2 desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvanların çıkarlarına ilişkin algısı ile esaret altında bulunan hayvanlar üzerinden yaratılan turizm çekiciliklerini ziyaretlerine ilişkin kabul edilebilirlik algısı arasında ters yönde istatistiksel açıdan anlamlı 0,37 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvanların çıkarlarına ilişkin algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altında bulunan hayvanlar üzerinden yaratılan turizm çekiciliklerini ziyaretlerine ilişkin kabul edilebilirlik düzeylerini 0,37 birim azaltmaktadır ($t=7,05$, $p<,01$). Dolayısıyla H_3 desteklenmiştir.

Araştırmada, ziyaretçilerin hayvan çıkarları algılamasının koruma algısına etkisi ve bu etkinin, esaret altındaki hayvanların kullanıldığı turizm çekiciliklerine olası ziyaret niyetine etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda, ilave olarak kurulan hipotezler aşağıda verilmektedir.

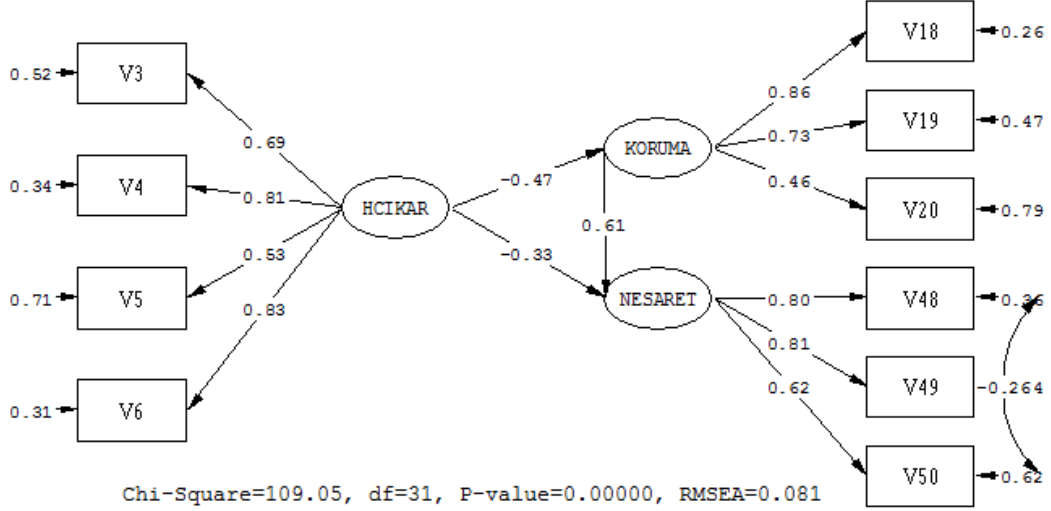
H_3 : Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı koruma algısı artarken, esaret altında bulunan hayvanların kullanıldığı turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti de artar.

H_{11} : Ziyaretçilerin hayvanların çıkarlarına ilişkin algısı artarken, esaret altında bulunan hayvanlar üzerinden yaratılan turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti azalır.

Araştırmada H_3 'ün sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri; $\chi^2=109,05$ $df=31$; $\chi^2/df=3,51$, RMSEA=0,081, NFI=0,96, NNFI=0,95, CFI=0,97, IFI=0,97, RFI=0,94, GFI=0,95, RMR=0,050 şeklindedir. Elde edilen uyum ölçütleri, yapısal modelin en az kabul edilebilir düzeyde olduğunu

göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 7’de verilmektedir.

Şekil 7: Hayvan Çıkarları – Koruma – Ziyaret Niyeti (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 7’ye göre;

- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile hayvan odaklı çekiciliğe dayalı koruma algısı arasında ters yönde istatistiksel açıdan anlamlı 0,47 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik bir artış hayvan odaklı çekiciliğe dayalı koruma algısını 0,47 birim azalmakta olduğu belirlenmiştir ($t=-7,97$, $p<,01$). Dolayısıyla Şekil 7’deki modelde de H_1 desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan odaklı çekiciliğe dayalı koruma algısı ile esaret altında bulunan hayvan odaklı turistik yerleri ziyaret etme niyeti arasında aynı yönde istatistiksel açıdan anlamlı 0,61 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan odaklı çekiciliğe dayalı koruma algısında gerçekleşen bir birimlik artış esaret altında bulunan hayvan odaklı turistik yerleri ziyaret etme niyetinde 0,61 birim artırmaktadır ($t=9,53$, $p<,01$). Dolayısıyla H_3 desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvanların çıkarlarına ilişkin algısı ile esaret altında bulunan hayvanlar üzerinden yaratılan turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında ters yönde istatistiksel açıdan anlamlı 0,33 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvanların çıkarlarına ilişkin algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altında bulunan hayvanlar üzerinden

yaratılan turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,33 birim azaltmaktadır ($t=-6,26$, $p<,01$). Dolayısıyla H_{11} desteklenmiştir.

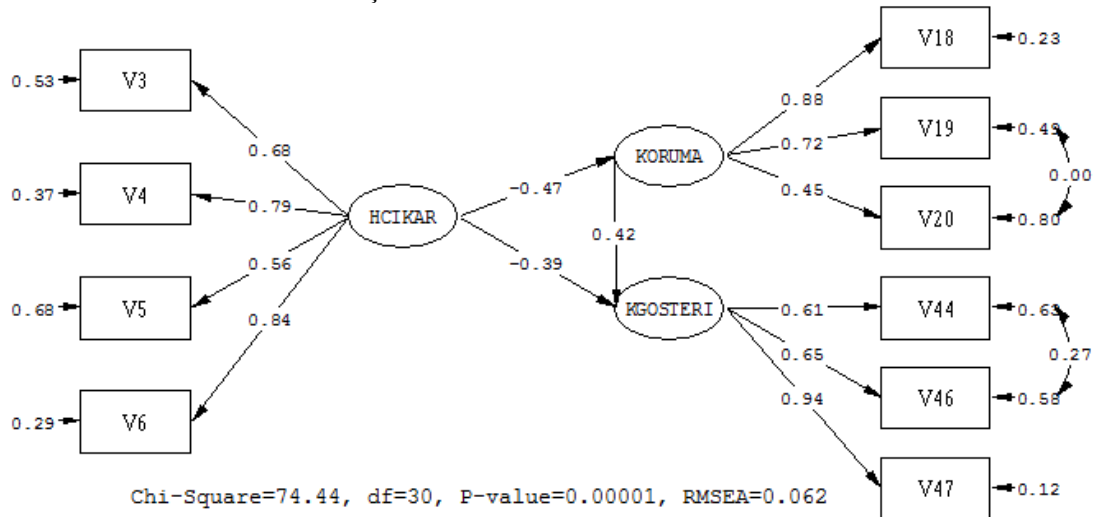
Araştırmada ziyaretçilerin hayvan çıkarları algılamasının koruma boyutuna olası etkisi ve bu etkinin, gösteri amaçlı kullanılan hayvanların yer aldığı turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğine etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda, ilave olarak kurulan hipotezler aşağıda verilmektedir.

H₄: Ziyaretçilerin hayvan çıkarlarına yönelik algısı artarken, gösteri amaçlı kullanılan hayvanların yer aldığı turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği azalır.

H₅: Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı koruma algısı artarken, gösteri amaçlı kullanılan hayvanların yer aldığı turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği de artar.

Araştırmada H_4 ve H_5 'in sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri; $\chi^2=74,44$ $df=30$; $\chi^2/df=2,48$, $RMSEA=0,062$, $NFI=0,97$, $NNFI=0,97$, $CFI=0,98$, $IFI=0,98$, $RFI=0,95$, $GFI=0,96$, $RMR=0,052$ 'dir. Elde edilen uyum ölçütleri, yapısal modelin en az kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermekte ve yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 8'de verilmektedir.

Şekil 8: Hayvan Çıkarları – Koruma – Kabul Edilebilirlik (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 8'e göre;

- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile hayvan odaklı çekiciliğe dayalı koruma algısı arasında ters yönde istatistiksel açıdan anlamlı 0,47 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir

birimlik bir artış hayvan odaklı çekiciliğe dayalı koruma algısını 0,47 birim azalmakta olduğu belirlenmiştir ($t=-8,09$, $p<,01$). Dolayısıyla Şekil 8'deki modelde de H_1 desteklenmiştir.

- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile gösteri amaçlı hayvan odaklı turistik yerlerin kabul edilebilirliği arasında ters yönde 0,39 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış gösteri amaçlı hayvan odaklı turistik yerlerin kabul edilebilirliğinde 0,39 birimlik bir azalma meydana getirmektedir ($t=-5,82$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_4 desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan odaklı çekiciliğe dayalı koruma algısı ile gösteri amaçlı hayvan odaklı turistik yerlerin kabul edilebilirliği arasında istatistiksel açıdan anlamlı aynı yönde 0,42 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan odaklı çekiciliğe dayalı koruma algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri amaçlı hayvan odaklı turistik yerlerin kabul edilebilirliği de 0,42 birimlik artış sağlamaktadır ($t=5,86$, $p<,01$). Dolayısıyla H_5 desteklenmiştir.

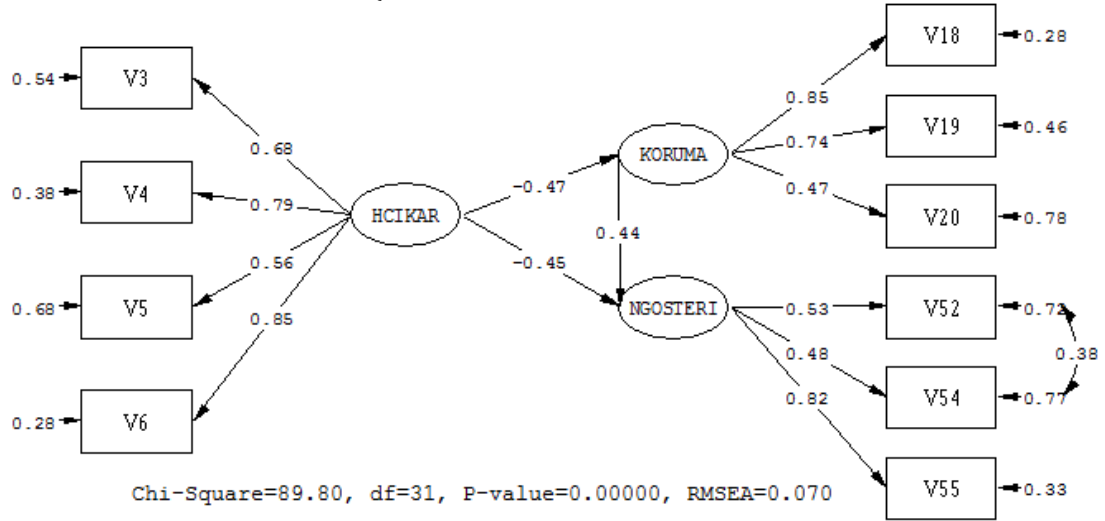
Araştırmada, ziyaretçilerin hayvan çıkarları algılamasının koruma boyutuna olası etkisi ve bu etkinin, gösteri amaçlı hayvan odaklı turistik yerlerin ziyaretine olan niyetine etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda, ilave olarak kurulan hipotezler aşağıda verilmektedir.

H₆: Ziyaretçilerin hayvan çıkarlarına yönelik algısı artarken, gösteri amaçlı kullanılan hayvanların yer aldığı turizm çekiciliklerine ziyaret niyeti azalır.

H₇: Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı koruma algısı artarken, gösteri amaçlı kullanılan hayvanların yer aldığı turizm çekiciliklerine ziyaret niyeti de artar.

Araştırmada H_6 ve H_7 'in sınanmasına yönelik model için uyum ölçütleri; $\chi^2=89,80$ $df.=31$; $\chi^2/df=2,89$, RMSEA=0,070, NFI=0.96, NNFI=0.96, CFI=0,97, IFI=0.97, RFI=0.94, GFI=0.96, RMR=0.037 olarak elde edilmiştir. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin en az kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 9'da verilmektedir.

Şekil 9: Hayvan Çıkarları – Koruma – Ziyaret Niyeti (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 9'a göre;

- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile hayvan odaklı çekiciliğe dayalı koruma algısı arasında ters yönde istatistiksel açıdan anlamlı 0,47 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik bir artış hayvan odaklı çekiciliğe dayalı koruma algısını 0,47 birim azalmakta olduğu belirlenmiştir ($t=-7,79$, $p<,01$). Dolayısıyla Şekil 9'daki modelde de H_1 desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile gösteri amaçlı kullanılan hayvanların yer aldığı turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında ters yönde 0,45 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış gösteri amaçlı kullanılan hayvanların yer aldığı turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetinde 0,45 birimlik bir azalma meydana getirmektedir ($t=-5,74$ $p<,01$). Dolayısıyla H_6 desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan odaklı çekiciliğe dayalı koruma algısı ile gösteri amaçlı kullanılan hayvanların yer aldığı turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında istatistiksel açıdan anlamlı aynı yönde 0,44 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan odaklı çekiciliğe dayalı koruma algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri amaçlı kullanılan hayvanların yer aldığı turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetinde 0,44 birimlik artış sağlamaktadır ($t=5,36$, $p<,01$). Dolayısıyla H_7 desteklenmiştir.

Araştırmada, ziyaretçilerin hayvan çıkarları algılamasının “aile odaklı deneyim” boyutuna olası etkisi ve bu etkinin, esaret altındaki hayvanların kullanıldığı turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda kurulan hipotezler aşağıda verilmektedir.

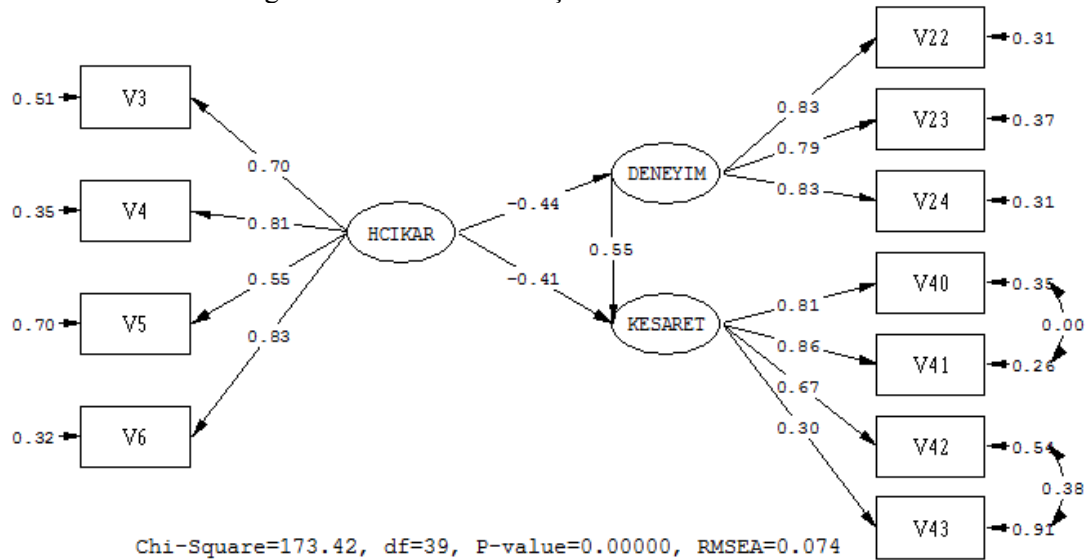
H₈: Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı artarken, hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı aile odaklı deneyim algısı azalır.

H₉: Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı artarken, esaret altındaki hayvanların kullanıldığı turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği azalır.

H₁₀: Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı aile odaklı deneyim algısı artarken, esaret altındaki hayvanların kullanıldığı turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği artar.

Araştırmada H₈-H₁₀'ın sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=173,42$ df.=39; $\chi^2/df=4,44$, RMSEA=0,074, NFI=0.95, NNFI=0.94, CFI=0.96, IFI=0.96, RFI=0.93, GFI=0.92, RMR=0.064'tür. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin en az kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 10'da verilmektedir.

Şekil 10: Hayvan Çıkarları – Aile Odaklı Deneyim – Kabul Edilebilirlik (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 10'a göre;

- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile hayvan odaklı çekiciliğe dayalı aile odaklı deneyim algısı arasında ters yönde istatistiksel açıdan anlamlı 0,44

birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik bir artış hayvan odaklı çekiciliğe dayalı deneyim algısını 0,44 birim azalmakta olduğu belirlenmiştir ($t=-7,43$, $p<,01$). Dolayısıyla H_8 desteklenmiştir.

- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile esaret altındaki hayvanların kullanıldığı turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında ters yönde 0,41 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış esaret altındaki hayvanların kullanıldığı turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,41 birimlik bir azalma meydana getirmektedir ($t=-7,91$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_9 desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan odaklı çekiciliğe dayalı aile odaklı deneyim algısı ile esaret altındaki hayvanların kullanıldığı turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında istatistiksel açıdan anlamlı aynı yönde 0,55 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan odaklı çekiciliğe dayalı aile odaklı deneyim algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanların kullanıldığı turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğinde 0,55 birimlik artış sağlamaktadır ($t=10,01$, $p<0,01$). Dolayısıyla H_7 ve H_{10} desteklenmiştir.

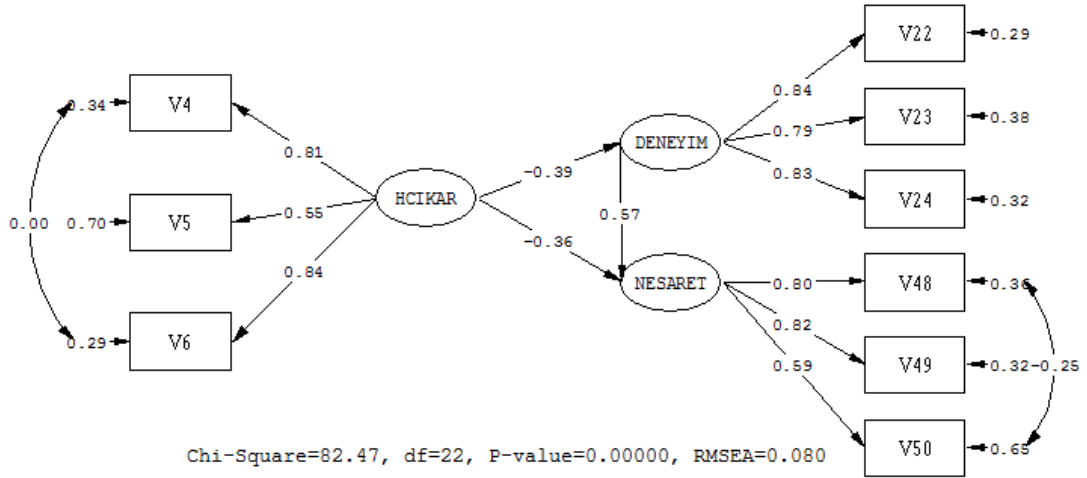
Araştırmada, ziyaretçilerin hayvan çıkarları algılamasının aile odaklı deneyim boyutuna olası etkisi ve bu etkinin, esaret altındaki hayvan odaklı turistik yerlerin ziyaretine niyete olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda ilave olarak kurulan hipotez aşağıda verilmektedir.

H_{11} : Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı artarken, esaret altındaki hayvanların kullanıldığı turizm çekiciliklerine yönelik ziyaret niyeti azalır.

H_{12} : Ziyaretçilerin hayvan odaklı çekiciliğe dayalı aile odaklı deneyim algısı artarken, esaret altındaki hayvanların kullanıldığı turizm çekiciliklerine yönelik ziyaret niyeti artar.

Araştırmada, H_{11} ve H_{12} 'in sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=82,47$ $df=22$; $\chi^2/df=3,74$ $RMSEA=0,080$, $NFI=0,95$, $NNFI=0,94$, $CFI=0,96$, $IFI=0,96$, $RFI=0,93$, $GFI=0,95$, $RMR=0,037$ 'dir. Elde edilen uyum ölçütleri, yapısal modelin en az kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 11'de verilmektedir.

Şekil 11: Hayvan Çıkarları – Aile Odaklı Deneyim – Ziyaret Niyeti (Esaret)
Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 11'e göre;

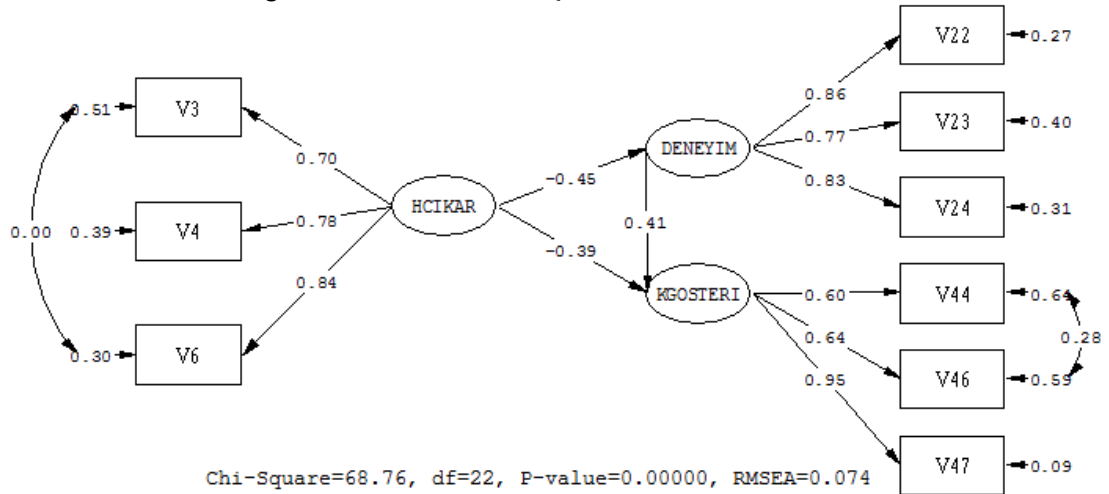
- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile esaret altındaki hayvanların kullanıldığı turizm çekiciliklerine yönelik aile odaklı deneyim algısı arasında ters yönde istatistiksel açıdan anlamlı 0,39 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik bir artış, esaret altındaki hayvanların kullanıldığı turizm çekiciliğine dayalı aile odaklı deneyim algısını 0,39 birim azalmakta olduğu belirlenmiştir ($t=-6,55$, $p<0,01$). Dolayısıyla daha önce olduğu gibi H_8 desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile esaret altındaki hayvanların kullanıldığı turizm çekiciliklerine ilişkin ziyaret niyetleri arasında ters yönde 0,36 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvan odaklı turistik çekiciliklerin ziyaretine olan niyette 0,36 birim azalma meydana getirmektedir ($t=-6,98$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{11} desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan odaklı çekiciliğe dayalı aile odaklı deneyim algısı ile esaret altındaki hayvanların kullanıldığı turizm çekiciliklerine ilişkin ziyaret niyetleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı aynı yönde 0,57 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan odaklı çekiciliğe dayalı aile odaklı deneyim algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanların kullanıldığı turizm çekiciliklerine ilişkin ziyaret niyetinde 0,57 birimlik artış sağlamaktadır ($t=10,10$, $p<0,01$). Dolayısıyla H_{12} desteklenmiştir.

Araştırmada, ziyaretçilerin hayvan çıkarları algılamasının aile odaklı deneyim boyutuna olası etkisi ve bu etkinin, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden yaratılan turizm çekiciliklerin ziyaretinin kabul edilebilirliğine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda ilave olarak kurulan hipotez aşağıda verilmektedir.

H₁₃: Ziyaretçilerin hayvan odaklı çekiciliğe dayalı aile odaklı deneyim algısı artarken, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden yaratılan turizm çekiciliklerine ilişkin kabul edilebilirliği de artar.

Araştırmada, H₁₃'in sınanmasına yönelik model için uyum ölçütleri $\chi^2=68,76$ df.=22; $\chi^2/df=3,12$, RMSEA=0,074, NFI=0.97, NNFI=0.96, CFI=0,98, IFI=0.98, RFI=0.95, GFI=0.96, RMR=0.049 olarak elde edilmiştir. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin en az kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 12'de verilmektedir.

Şekil 12: Hayvan Çıkarları – Aile Odaklı Deneyim – Kabul Edilebilirlik (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 12'ye göre;

- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile hayvan odaklı çekiciliğe dayalı aile odaklı deneyim algısı arasında ters yönde istatistiksel açıdan anlamlı 0,45 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik bir artış hayvan odaklı çekiciliğe dayalı aile odaklı deneyim algısını 0,45 birim azalmakta olduğu belirlenmiştir ($t=-7,70$, $p<0,01$). Dolayısıyla daha önce olduğu gibi H₈ desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile hayvan odaklı turistik çekiciliklere ziyaretinin kabul edilebilirliği arasında ters yönde 0,39 birimlik bir ilişki

belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış hayvan odaklı turistik çekiciliklerin ziyaretinin kabul edilebilirliğinde 0,39 birim azalma meydana getirmektedir ($t=-6,03$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_4 tekrar desteklenmiştir.

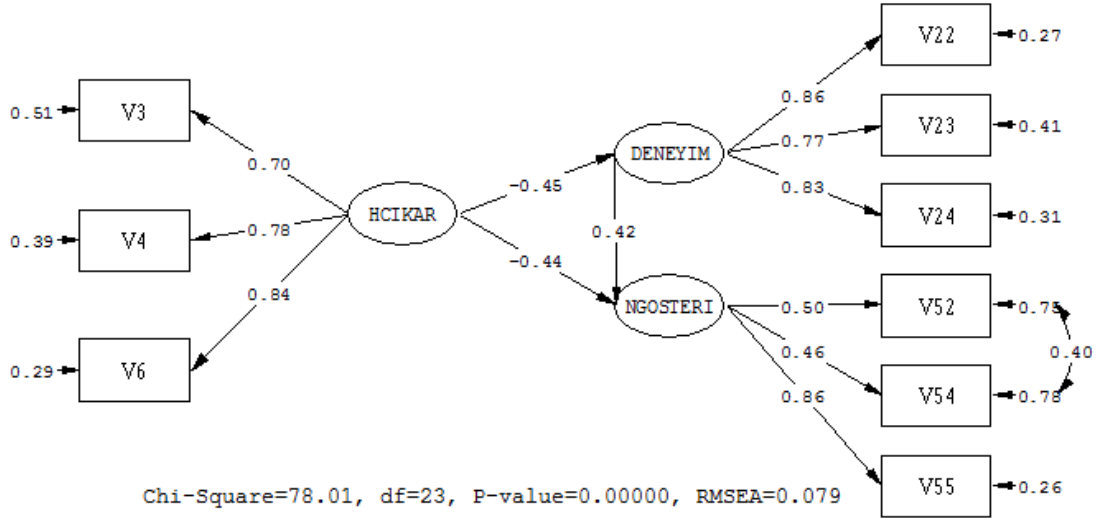
- Ziyaretçilerin hayvan odaklı turistik çekiciliğe dayalı aile odaklı deneyim algısı ile hayvan odaklı turistik çekiciliklerin ziyaretinin kabul edilebilirliği arasında aynı yönde 0,41 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin aile odaklı deneyim algısında gerçekleşen bir birimlik artış hayvan odaklı turistik çekiciliklerin ziyaretinin kabul edilebilirliğinde 0,41 birim artma meydana getirmektedir ($t=6,25$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{13} desteklenmiştir.

Araştırmada ziyaretçilerin hayvan çıkarları algılamasının aile odaklı deneyim algısına olası etkisi ve bu etkinin gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerine ziyaret niyetine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda ilave olarak kurulan hipotezler aşağıda verilmektedir.

H_{14} : Ziyaretçilerin hayvan odaklı çekiciliğe dayalı aile odaklı deneyim algısı artarken, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerine ziyaret niyeti artar.

Araştırmada H_{14} 'in sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=78,01$ $df=23$; $\chi^2/df=3,39$, RMSEA=0,079, NFI=0,96, NNFI=0,96, CFI=0,97, IFI=0,97, RFI=0,94, GFI=0,96, RMR=0,048 olarak elde edilmiştir. Elde edilen uyum ölçütleri, yapısal modelin en az kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 13'de verilmektedir.

Şekil 13: Hayvan Çıkarları – Aile Odaklı Deneyim – Ziyaret Niyeti (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 13'e göre;

- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile hayvan odaklı çekiciliğe dayalı aile odaklı deneyim algısı arasında ters yönde istatistiksel açıdan anlamlı 0,45 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik bir artış, hayvan odaklı çekiciliğe dayalı aile odaklı deneyim algısını 0,45 birim azaltmaktadır ($t=-7,69$, $p<0,01$). Dolayısıyla daha önce olduğu gibi H_8 desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında ters yönde 0,44 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,44 birim azaltmaktadır ($t=-5,61$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_6 tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan odaklı çekiciliğe dayalı aile odaklı deneyim algısı ile gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında aynı yönde 0,42 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin aile odaklı deneyim algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,42 birim artırmaktadır ($t=5,49$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{14} desteklenmiştir.

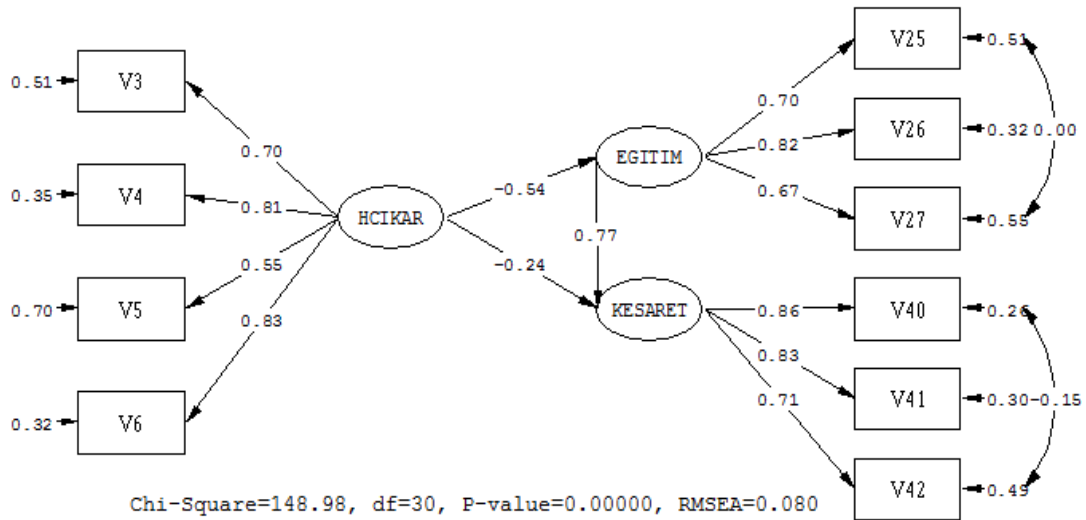
Araştırmada ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısının eğitim algısına olası etkisi ve bu etkinin, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda ilave olarak kurulan hipotezler aşağıda verilmektedir.

H₁₅: Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı artarken, hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı eğitim algısı azalır.

H₁₆: Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı eğitim algısı artarken, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği artar.

Araştırmada H₁₅ ve H₁₆'ın sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=148,98$ df.=30; $\chi^2/df=4,96$, RMSEA=0,080, NFI=0.95, NNFI=0.94, CFI=0,96, IFI=0.96, RFI=0.93, GFI=0.92, RMR=0.054 olarak elde edilmiştir. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin en az kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 14'de verilmektedir.

Şekil 14: Hayvan Çıkarları – Eğitim – Kabul Edilebilirlik (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 14'e göre;

- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı eğitim algısı arasında ters yönde anlamlı 0,54 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı eğitim algısını 0,54 birim azaltmaktadır ($t=-8,46$ $p<0,01$). Dolayısıyla H₁₅ desteklenmiştir.

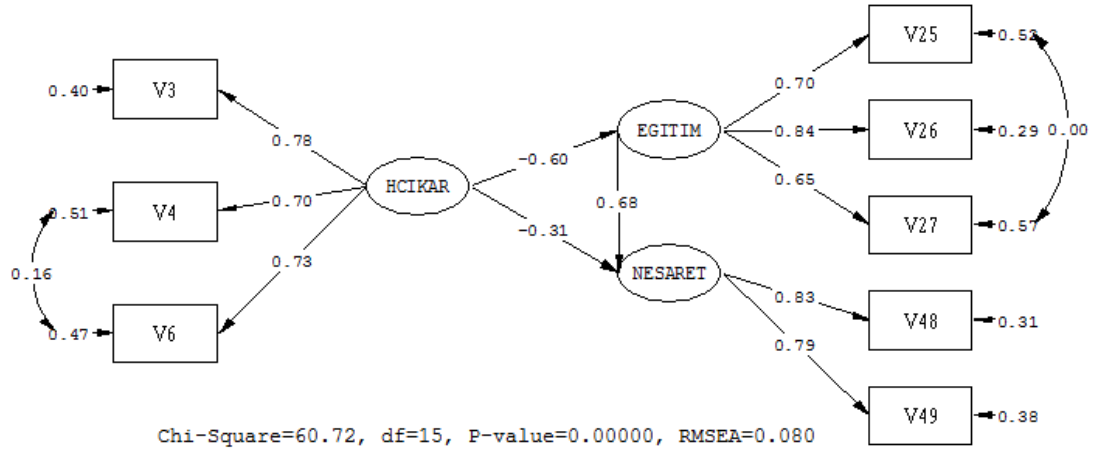
- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında ters yönde 0,24 birimlik ilişki belirlenmiştir. Dolayısıyla ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,24 birim azaltmaktadır ($t=-4,98$ $p<0,01$). Daha önce olduğu gibi H_9 desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı eğitim algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında aynı yönde anlamlı 0,77 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Bu ilişkiye göre ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı eğitim algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,77 birim artırmaktadır ($t=11,52$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{16} desteklenmiştir.

Araştırmada ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısının eğitim algısına olası etkisi ve bu etkinin, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetine etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda ilave olarak kurulan hipotez aşağıda verilmektedir.

H₁₇: Ziyaretçilerin eğitim amaçlı hayvan odaklı turistik yerlerin çekiciliği artarken, esaret altındaki hayvan odaklı turistik çekiciliklere olası niyet artar.

Araştırmada H_{17} 'in sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=60,72$ $df.=15$; $\chi^2/df=4,04$, RMSEA=0,080, NFI=0.97, NNFI=0.96, CFI=0,98, IFI=0.98, RFI=0.95, GFI=0.96, RMR=0.026 olarak elde edilmiştir. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin en az kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 15'de verilmektedir.

Şekil 15: Hayvan Çıkarları – Eğitim – Ziyaret Niyeti (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 15'e göre;

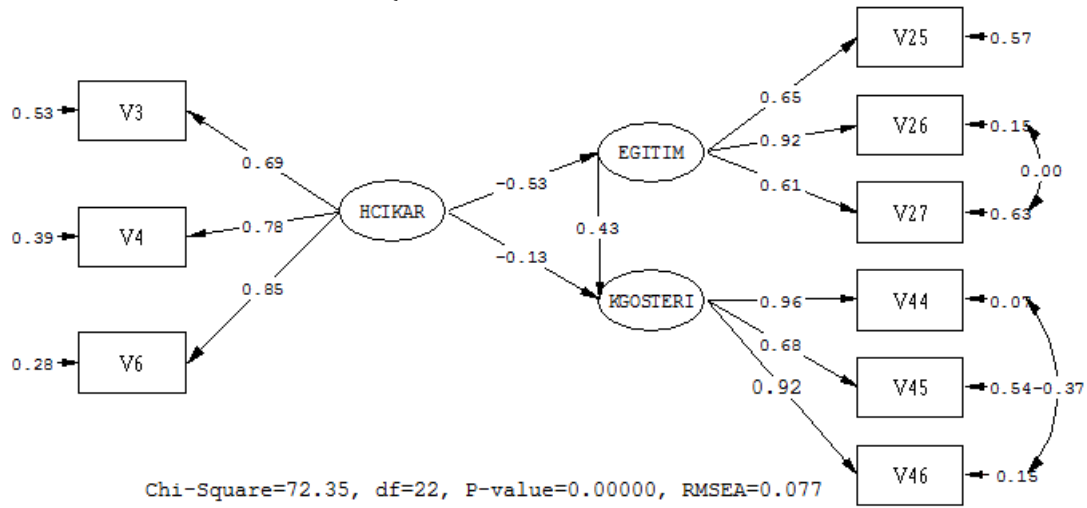
- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile eğitim algısı arasında ters yönde anlamlı 0,60 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, eğitim algısını 0,60 birim azaltmaktadır ($t=-8,77$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{15} tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında ters yönde 0,31 birimlik ilişki belirlenmiştir. Dolayısıyla ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,31 birim azaltmaktadır ($t=-4,87$ $p<0,01$). Daha önce olduğu gibi H_{11} desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin eğitim algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında aynı yönde anlamlı 0,68 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin eğitim algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini de 0,68 birim artırmaktadır. Dolayısıyla H_{17} desteklenmiştir.

Araştırmada ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısının eğitim algısına olası etkisi ve bu etkinin, gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğine etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda ilave olarak kurulan hipotezler aşağıda verilmektedir.

H₁₈: Ziyaretçilerin eğitim algısı artarken, gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği de artar.

Araştırmada H₁₈'in sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=72,35$ df.=22; $\chi^2/df=2,28$, RMSEA=0,077, NFI=0.96, NNFI=0.96, CFI=0,97, IFI=0.97, RFI=0.94, GFI=0.96, RMR=0.043 olarak elde edilmiştir. Elde edilen uyum ölçütleri, yapısal modelin en az kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 16'da verilmektedir.

Şekil 16: Hayvan Çıkarları – Eğitim – Kabul Edilebilirlik (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 16'ya göre;

- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile eğitim algısı arasında ters yönde anlamlı 0,53 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, eğitim algısını 0,53 birim azaltmaktadır ($t=-7,99$ $p<0,01$). Dolayısıyla H₁₅ tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında ters yönde 0,13 birimlik ilişki belirlenmiştir. Dolayısıyla ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,13 birim azaltmaktadır ($t=-2,55$ $p<0,05$). Daha önce olduğu gibi H₄ desteklenmiştir.

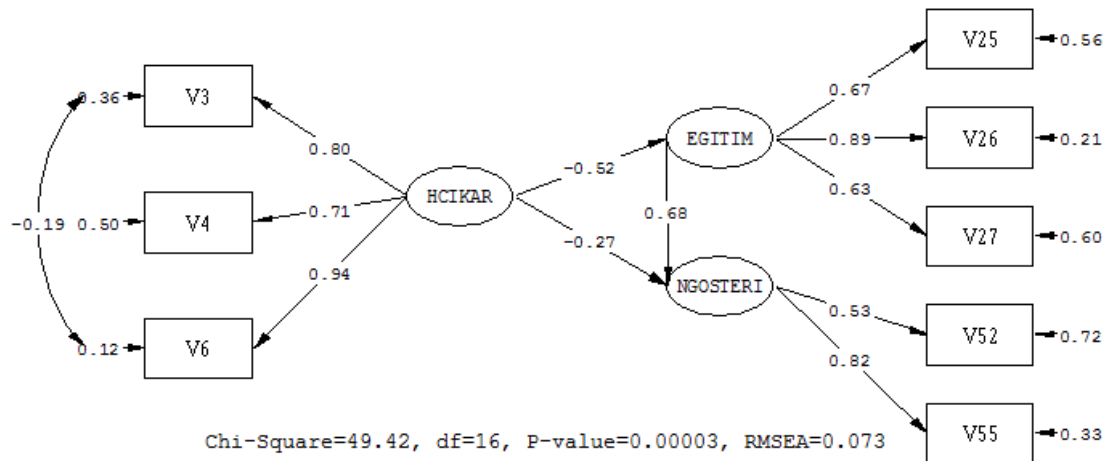
- Ziyaretçilerin eğitim algısı ile gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında aynı yönde anlamı 0,43 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin eğitim algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,43 birim artırmaktadır ($t=7,30$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{18} desteklenmiştir.

Araştırmada ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısının eğitim algısına olası etkisi ve bu etkinin, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda ilave olarak kurulan hipotezler aşağıda verilmektedir.

H₁₉: Ziyaretçilerin eğitim algısı artarken, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti de artar.

Araştırmada H_{19} 'in sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=49,42$ $df=16$ $\chi^2/df=3,08$, RMSEA=0,073, NFI=0,97, NNFI=0,97, CFI=0,98, IFI=0,98, RFI=0,95, GFI=0,97, RMR=0,029 olarak elde edilmiştir. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin en az kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 17'de verilmektedir.

Şekil 17: Hayvan Çıkarları – Eğitim – Ziyaret Niyeti (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 17'ye göre;

- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile eğitim algısı arasında ters yönde anlamlı 0,52 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları

algısında gerçekleşen bir birimlik artış, eğitim algısını 0,52 birim azaltmaktadır ($t=-8,05$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{15} tekrar desteklenmiştir.

- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında ters yönde 0,27 birimlik ilişki belirlenmiştir. Dolayısıyla ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,27 birim azaltmaktadır ($t=-4,12$ $p<0,01$). Daha önce olduğu gibi H_4 desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin eğitim algısı ile gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında aynı yönde 0,68 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin eğitim algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,68 birim artırmaktadır ($t=7,06$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{19} desteklenmiştir.

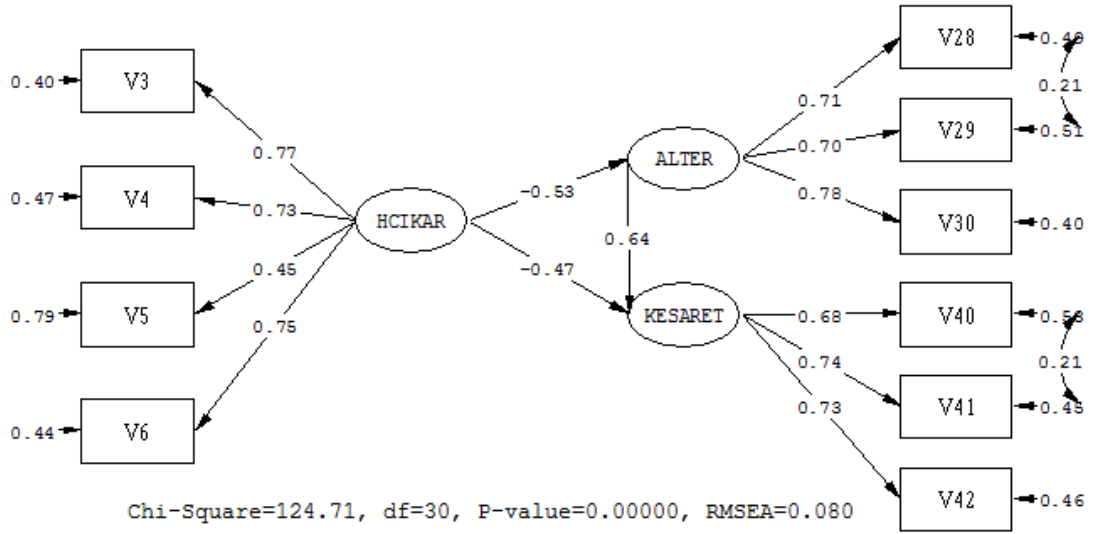
Araştırmada ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısının doğa turizmine alternatif olarak görülmesine olası etkisi ve bu etkinin, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğine etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda ilave olarak kurulan hipotezler aşağıda verilmektedir.

H_{20} : Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı artarken, doğa turizmine alternatif algısı azalır.

H_{21} : Ziyaretçilerin doğa turizmine alternatif algısı artarken, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği de artar.

Araştırmada H_{20} ve H_{21} ’in sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=124,71$ $df=30$ $\chi^2/df=4,15$, $RMSEA=0,080$, $NFI=0,95$, $NNFI=0,96$, $CFI=0,97$, $IFI=0,98$, $RFI=0,95$, $GFI=0,91$, $RMR=0,032$ olarak elde edilmiştir. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin en az kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 18’de verilmektedir.

Şekil 18: Hayvan Çıkarları – Doğa Turizmine Alternatif – Kabul Edilebilirlik (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 18'e göre;

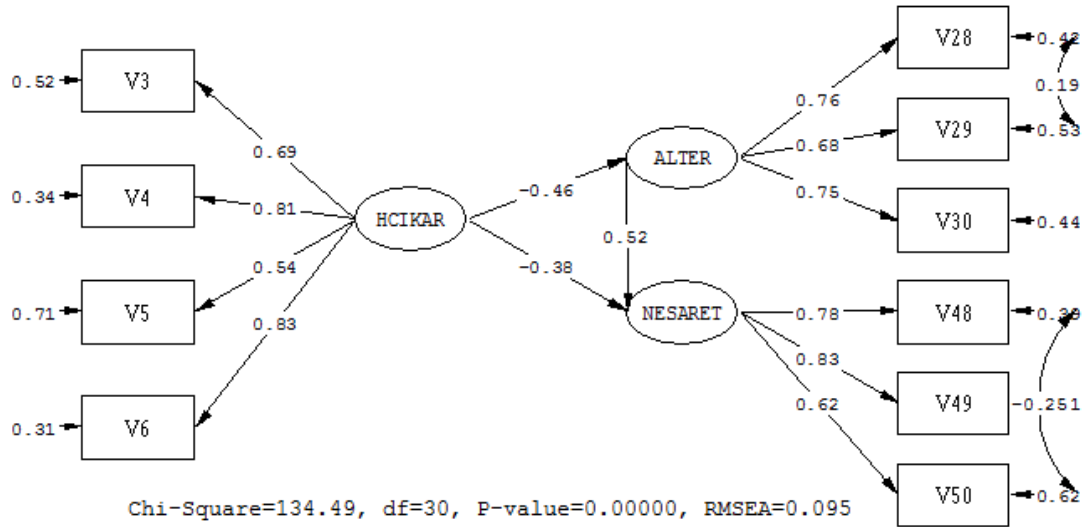
- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile doğa turizmine alternatif algısı arasında ters yönde 0,53 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, doğa turizmine alternatif algısını 0,53 birim azaltmaktadır ($t=-11,94$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{20} desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında ters yönde anlamlı 0,47 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Bu ilişkiye göre ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,47 birim azaltmaktadır ($t=6,41$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_9 tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin doğa turizmine alternatif algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında aynı yönde 0,64 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Bu ilişkiye göre ziyaretçilerin doğa turizmine alternatif algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,64 birim artırmaktadır. Dolayısıyla H_{21} desteklenmiştir.

Araştırmada ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısının doğa turizmine alternatif olarak görülmesine olası etkisi ve bu etkinin, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda ilave olarak kurulan hipotez aşağıda verilmektedir.

H₂₂: Ziyaretçilerin doğa turizmine alternatif algısı artarken, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti de artar.

Araştırmada H₂₂'in sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=134,49$ df=30 $\chi^2/df=4,48$, RMSEA=0,095, NFI=0.95, NNFI=0.94, CFI=0.96, IFI=0.96, RFI=0.92, GFI=0.94, RMR=0.054 olarak elde edilmiştir. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin en az kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 19'da verilmektedir.

Şekil 19: Hayvan Çıkarları – Doğa Turizmine Alternatif – Ziyaret Niyeti (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 19'a göre;

- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile doğa turizmine alternatif algısı arasında ters yönde 0,46 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, doğa turizmine alternatif algısını 0,46 birim azaltmaktadır ($t=-7,09$ $p<0,01$). Dolayısıyla H₂₀ tekrar desteklenmiştir.

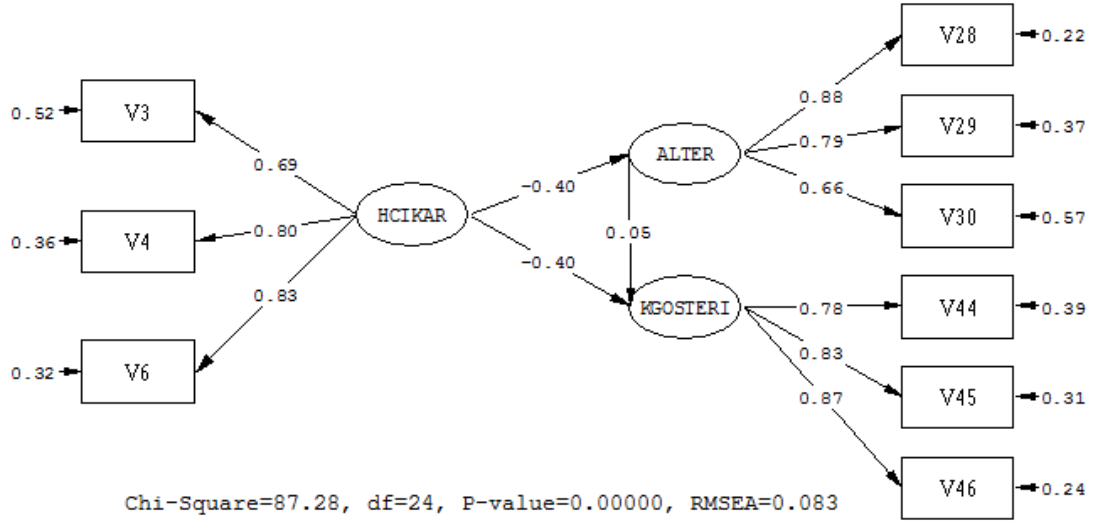
- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında ters yönde anlamlı 0,38 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Bu ilişkiye göre ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,38 birim azaltmaktadır ($t=-6,61$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{11} tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin doğa turizmine alternatif algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında aynı yönde anlamlı 0,52 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Belirlenen bu ilişkiye göre ziyaretçilerin doğa turizmine alternatif algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,52 birim artırmaktadır ($t=7,51$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{22} desteklenmiştir.

Araştırmada ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısının doğa turizmine alternatif olarak görülmesine olası etkisi ve bu etkinin, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda ilave olarak kurulan hipotez aşağıda verilmektedir.

H_{23} : Ziyaretçilerin doğa turizmine alternatif algısı artarken, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği de artar.

Araştırmada H_{23} 'in sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=87,28$ $df=24$ $\chi^2/df=3,63$, RMSEA=0,083, NFI=0.95, NNFI=0.95, CFI=0,97, IFI=0.97, RFI=0.93, GFI=0.95, RMR=0.056 olarak elde edilmiştir. Elde edilen uyum ölçütleri, yapısal modelin en az kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 20'de verilmektedir.

Şekil 20: Hayvan Çıkarları – Doğa Turizmine Alternatif – Kabul Edilebilirlik (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 20'ye göre;

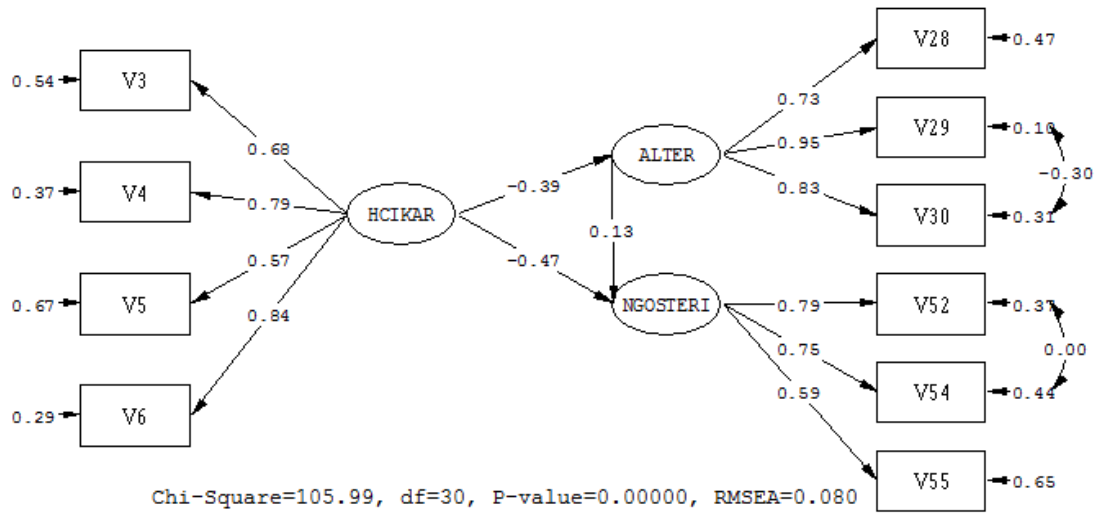
- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile doğa turizmine alternatif algısı arasında ters yönde 0,40 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, doğa turizmine alternatif algısını 0,40 birim azaltmaktadır ($t=-6,79$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{20} tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında ters yönde anlamlı 0,40 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Bu ilişkiye göre ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,40 birim azaltmaktadır ($t=-6,03$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_4 tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin doğa turizmine alternatif algısı ile gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki belirlenememiştir ($t=0,85$ $p>0,05$). Dolayısıyla H_{23} desteklenememiştir.

Araştırmada ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısının doğa turizmine alternatif olarak görülmesine olası etkisi ve bu etkinin, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda ilave olarak kurulan hipotez aşağıda verilmektedir.

H₂₄: Ziyaretçilerin doğa turizmine alternatif algısı artarken, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti de artar.

Araştırmada H₂₄'in sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=105,99$ df.=30 $\chi^2/df=3,53$, RMSEA=0,080, NFI=0.96, NNFI=0.95, CFI=0,97, IFI=0.97, RFI=0.93, GFI=0.95, RMR=0.041 olarak elde edilmiştir. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin en az kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 21'de verilmektedir.

Şekil 21: Hayvan Çıkarları – Doğa Turizmine Alternatif – Ziyaret Niyeti (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 21'e göre;

- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile doğa turizmine alternatif algısı arasında ters yönde 0,39 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, doğa turizmine alternatif algısını 0,39 birim azaltmaktadır ($t=-5,46$ $p<0,01$). Dolayısıyla H₂₀ tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında ters yönde anlamlı 0,47 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Bu ilişkiye göre ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini

ziyaret etme niyetini 0,40 birim azaltmaktadır ($t=-7,06$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_4 tekrar desteklenmiştir.

- Ziyaretçilerin doğa turizmine alternatif algısı ile gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında aynı yönde anlamlı 0,13 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin doğa turizmine alternatif algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,13 birim artırmaktadır ($t=2,31$ $p<0,05$). Dolayısıyla H_{24} desteklenmiştir.

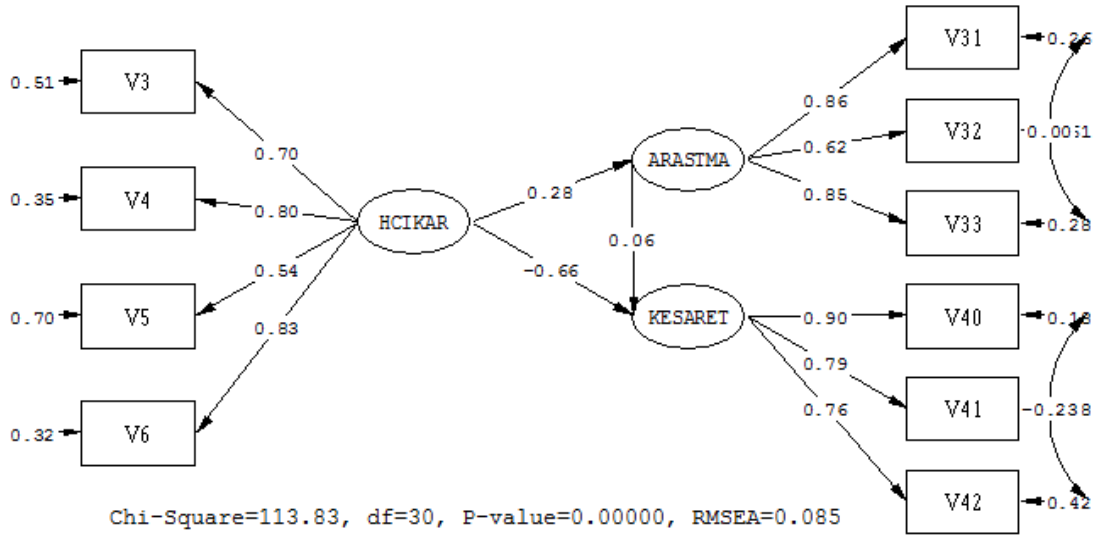
Araştırmada ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısının hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılmasına ve esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda ilave olarak kurulan hipotezler aşağıda verilmektedir.

H₂₅: Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı artarken, hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılmasına yönelik olan algı da artar.

H₂₆: Ziyaretçilerin, hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılmasına yönelik algısı artarken, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği artar/azalır.

Araştırmada H_{25} ve H_{26} 'in sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=113,83$ $df.=30$ $\chi^2/df=3,79$, $RMSEA=0,085$, $NFI=0.94$, $NNFI=0.93$, $CFI=0,95$, $IFI=0.95$, $RFI=0.91$, $GFI=0.94$, $RMR=0.062$ olarak elde edilmiştir. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin en az kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 22'de verilmektedir.

Şekil 22: Hayvan Çıkarları – Bilimsel Araştırma – Kabul Edilebilirlik (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 22'ye göre;

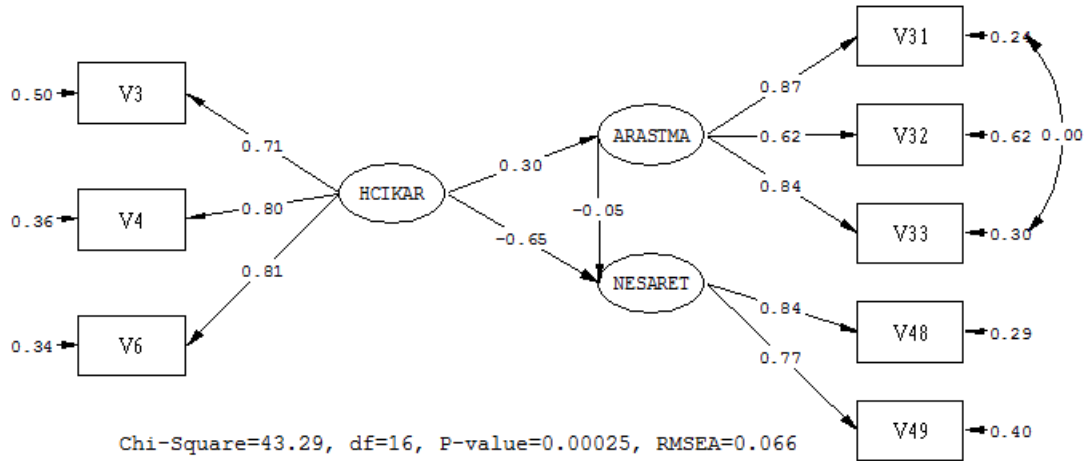
- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılmasına yönelik algısı arasında aynı yönde anlamlı 0,28 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılmasına yönelik algısını 0,28 birim artırmaktadır ($t=4,71$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{25} desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında ters yönde anlamlı 0,66 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Bu ilişkiye göre ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,66 birim azaltmaktadır ($t=-11,93$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_9 tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin, hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılmasına yönelik algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında aynı yönde 0,06 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Belirlenen bu ilişki istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($t=1,15$ $p>0,05$). Dolayısıyla H_{26} desteklenmemiştir.

Araştırmada ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısının, hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılmasına yönelik algısına ve esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda ilave olarak kurulan hipotezler aşağıda verilmektedir.

H₂₇: Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılmasına yönelik algısı artarken, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti de artar/azalır.

Araştırmada H₂₇'in sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=43,29$ $df=16$ $\chi^2/df=2,70$, RMSEA=0,066, NFI=0,97, NNFI=0,97, CFI=0,98, IFI=0,98, RFI=0,95, GFI=0,97, RMR=0,037 olarak elde edilmiştir. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin en az kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 23'de verilmektedir.

Şekil 23: Hayvan Çıkarları – Bilimsel Araştırma – Ziyaret Niyeti (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 23'e göre;

- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılmasına yönelik algısı arasında aynı yönde anlamlı 0,30 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılmasına yönelik algısını 0,30 birim artırmaktadır ($t=5,07$ $p<0,01$). Dolayısıyla H₂₅ tekrar desteklenmiştir.

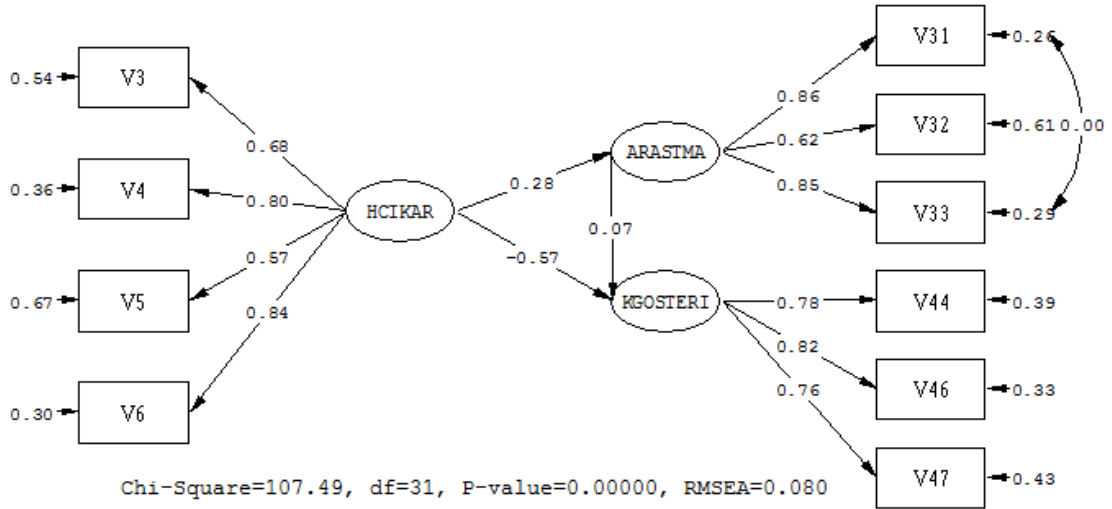
- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında ters yönde anlamlı 0,65 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Bu ilişkiye göre ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,65 birim azaltmaktadır ($t=-10,34$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_6 tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin, hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılmasına yönelik algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında aynı yönde 0,05 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Belirlenen bu ilişki istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($t=-0,97$ $p>0,05$). Dolayısıyla H_{27} desteklenmemiştir.

Araştırmada ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısının, hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılmasına yönelik algısına ve gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda ilave olarak kurulan hipotez aşağıda verilmektedir.

H_{28} : Ziyaretçilerin, hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılmasına yönelik algısı artarken, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği de artar/azalır.

Araştırmada H_{28} 'in sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=107,49$ $df=31$ $\chi^2/df=3,46$, RMSEA=0,080, NFI=0.95, NNFI=0.95, CFI=0,97, IFI=0.97, RFI=0.93, GFI=0.95, RMR=0.051 olarak elde edilmiştir. Elde edilen uyum ölçütleri, yapısal modelin en az kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 24'de verilmektedir.

Şekil 24: Hayvan Çıkarları – Bilimsel Araştırma – Kabul Edilebilirlik (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 24'e göre;

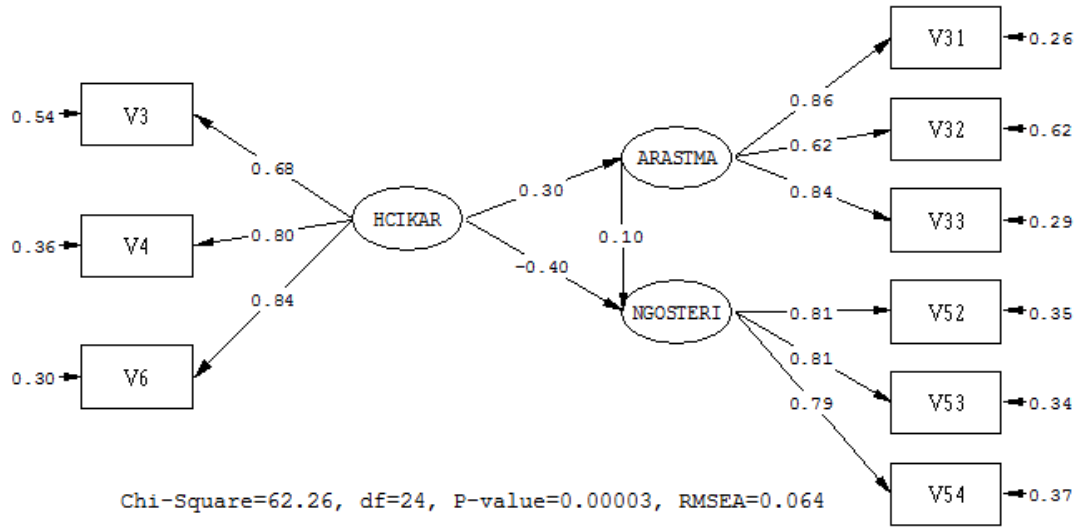
- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılmasına yönelik algısı arasında aynı yönde anlamlı 0,28 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılmasına yönelik algısını 0,28 birim artırmaktadır ($t=4,66$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{25} tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında ters yönde anlamlı 0,57 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Bu ilişkiye göre ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,57 birim azaltmaktadır ($t=-8,99$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_4 tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin, hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılmasına yönelik algısı ile gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında aynı yönde 0,07 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Belirlenen bu ilişki istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($t=1,21$ $p>0,05$) Dolayısıyla H_{28} desteklenmemiştir.

Araştırmada ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısının, hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılmasına yönelik algısına ve gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetine olan etkisi de araştırılmıştır. Bu bağlamda ilave olarak kurulan hipotez aşağıda verilmektedir.

H₂₉: Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılmasına yönelik algısı artarken, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti artar/azalır.

Araştırmada H₂₉'in sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=62,26$ $df=24$ $\chi^2/df=2,59$, RMSEA=0,064, NFI=0.96, NNFI=0.96, CFI=0,98, IFI=0.98, RFI=0.94, GFI=0.97, RMR=0.033 olarak elde edilmiştir. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin en az kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 25'de verilmektedir.

Şekil 25: Hayvan Çıkarları – Bilimsel Araştırma – Ziyaret Niyeti (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 25'e göre;

- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılmasına yönelik algısı arasında aynı yönde anlamlı 0,30 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin

bilimsel araştırmalarda kullanılmasına yönelik algısını 0,30 birim artırmaktadır ($t=5,00$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{25} tekrar desteklenmiştir.

- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında ters yönde anlamlı 0,40 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Bu ilişkiye göre ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,40 birim azaltmaktadır ($t=-6,20$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_6 tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılmasına yönelik algısı ile gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında aynı yönde 0,10 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Belirlenen bu ilişki istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($t=1,57$ $p>0,05$) Dolayısıyla H_{29} desteklenememiştir.

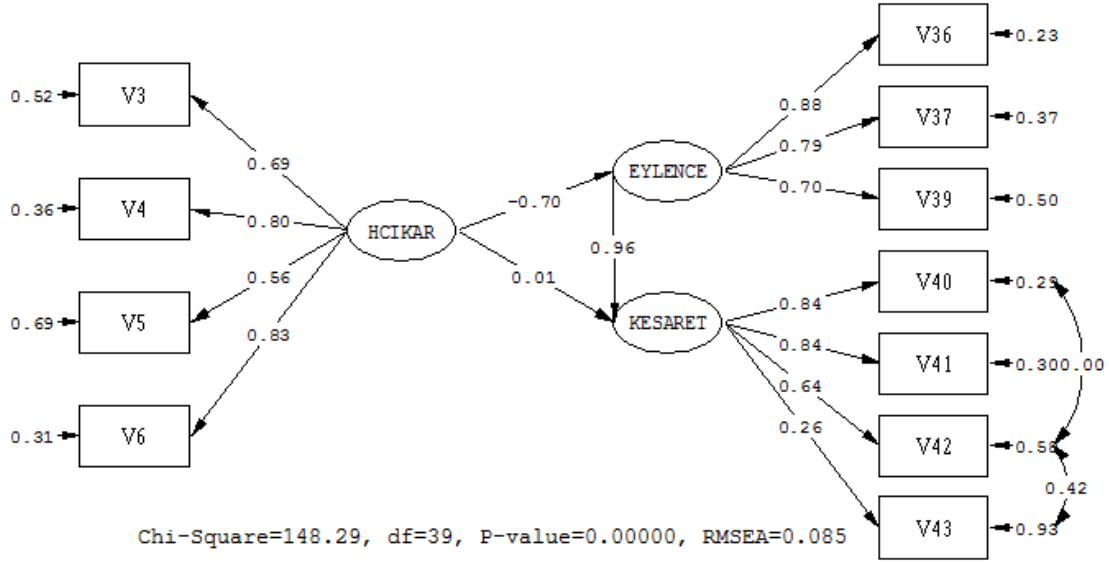
Araştırmada ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısının, hayvan odaklı turizm çekiciliklerine yönelik eğlence algısına ve esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğine olan etkisi de araştırılmıştır. Bu bağlamda ilave olarak kurulan hipotez aşağıda verilmektedir.

H_{30} : Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı artarken, eğlence algısı azalır.

H_{31} : Ziyaretçilerin eğlence algısı artarken, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği de artar.

Araştırmada H_{30} ve H_{31} 'in sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=148,29$ $df=39$ $\chi^2/df=3,79$, RMSEA=0,085, NFI=0.96, NNFI=0.96, CFI=0,97, IFI=0.97, RFI=0.95, GFI=0.93, RMR=0.052 olarak elde edilmiştir. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin en az kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiğı Şekil 26'da verilmektedir.

Şekil 26: Hayvan Çıkarları – Eğlence – Kabul Edilebilirlik (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 26'ya göre;

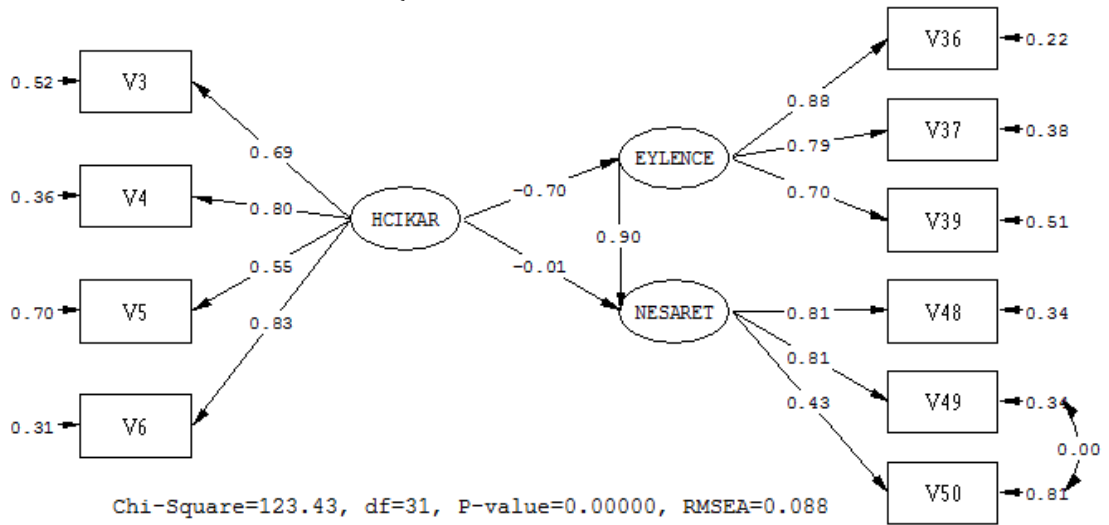
- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile eğlence algısı arasında ters yönde 0,70 birimlik anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, eğlence algısını 0,70 birim azaltmaktadır ($t=-12,90$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{30} desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında 0,01 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Belirlenen bu ilişki istatistiksel olarak kabul edilebilecek düzeyde bulunmamıştır ($t=0,22$ $p>0,05$). Bu model için H_9 desteklenememiştir.
- Ziyaretçilerin eğlence algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında aynı yönde anlamlı 0,94 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin eğlence algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,94 birim artırmaktadır ($t=13,16$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{31} desteklenmiştir.

Araştırmada ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısının, eğlence algısına ve esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetine olan etkisi de araştırılmıştır. Bu bağlamda ilave olarak kurulan hipotez aşağıda verilmektedir.

H_{32} : Ziyaretçilerin eğlence algısı artarken, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti de artar.

H_{32} 'in sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=123,43$ df.=31 $\chi^2/df=3,98$, RMSEA=0,088, NFI=0.94, NNFI=0.93, CFI=0,95, IFI=0.95, RFI=0.92, GFI=0.90, RMR=0.064 olarak elde edilmiştir. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin en az kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 27'de verilmektedir.

Şekil 27: Hayvan Çıkarları – Eğlence – Ziyaret Niyeti (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 27'ye göre;

- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile eğlence algısı arasında ters yönde 0,70 birimlik anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, eğlence algısını 0,70 birim azaltmaktadır ($t=-12,96$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{30} tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında -0,01 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Belirlenen bu ilişki istatistiksel olarak kabul edilebilecek düzeyde bulunmamıştır ($t=-0,13$ $p>0,05$). Bu model için H_{11} desteklenememiştir.
- Ziyaretçilerin eğlence algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında aynı yönde 0,90 birimlik anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin eğlence algısında

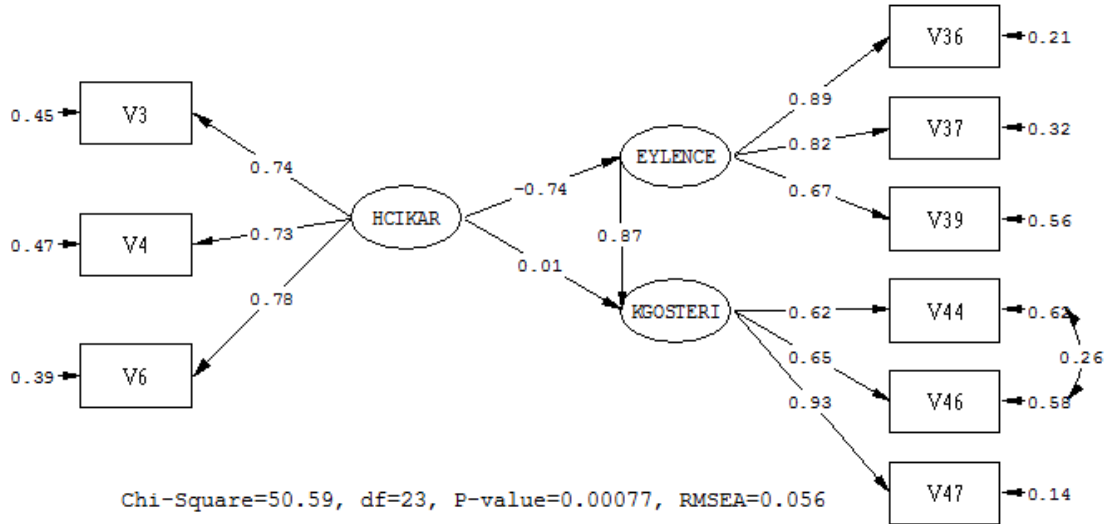
gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,90 birim artırmaktadır ($t=11,45$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{32} desteklenmiştir.

Araştırmada ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısının, hayvan odaklı turizm çekiciliklerine yönelik eğlence algısına ve gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğine olan etkisi de araştırılmıştır. Bu bağlamda ilave olarak kurulan hipotez aşağıda verilmektedir.

H₃₃: Ziyaretçilerin eğlence algısı artarken, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği de artar.

Hipotez H_{33} 'in sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=50,59$ $df=23$ $\chi^2/df=2,20$, RMSEA=0,056, NFI=0,97, NNFI=0,96, CFI=0,98, IFI=0,98, RFI=0,95, GFI=0,94, RMR=0,045 olarak elde edilmiştir. Elde edilen uyum ölçütleri, yapısal modelin kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 28'de verilmektedir.

Şekil 28: Hayvan Çıkarları – Eğlence – Kabul Edilebilirlik (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 28'e göre;

- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile eğlence algısı arasında ters yönde 0,74 birimlik anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, eğlence algısını 0,74 birim azaltmaktadır ($t=-18,93$ $p<,01$). Dolayısıyla H_{30} tekrar desteklenmiştir.

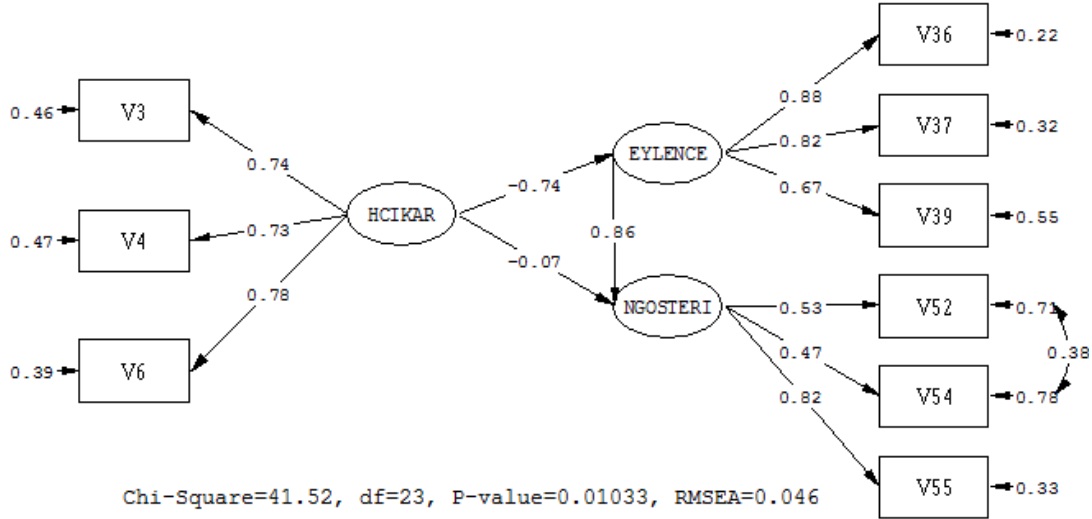
- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında 0,01 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Belirlenen bu ilişki istatistiksel olarak kabul edilebilecek düzeyde bulunmamıştır ($t=0,07$ $p>0,05$). Bu model için H_4 desteklenememiştir.
- Ziyaretçilerin eğlence algısı ile gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında aynı yönde anlamlı 0,87 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin eğlence algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,87 birim artırmaktadır ($t=5,50$ $p<,01$) . Dolayısıyla H_{33} desteklenmiştir.

Araştırmada ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısının, eğlence algısına ve gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetine olan etkisi de araştırılmıştır. Bu bağlamda ilave olarak kurulan hipotez aşağıda verilmektedir.

H_{34} : Ziyaretçilerin eğlence algısı artarken, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti de artar.

Hipotez H_{34} 'in sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=41,52$ $df=23$ $\chi^2/df=1,80$, RMSEA=0,046, NFI=0.99, NNFI=0.99, CFI=0,99, IFI=0.99, RFI=0.98, GFI=0.98 RMR=0.032 olarak elde edilmiştir. Elde edilen uyum ölçütleri, yapısal modelin kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 29'da verilmektedir.

Şekil 29: Hayvan Çıkarları – Eğlence – Ziyaret Niyeti (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 24’de göre;

- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile eğlence algısı arasında ters yönde 0,74 birimlik anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısında gerçekleşen bir birimlik artış, eğlence algısını 0,74 birim azaltmaktadır ($t=-18,59$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{30} tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan çıkarları algısı ile gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında - 0,07 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Belirlenen bu ilişki istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($t=-0,49$ $p>0,05$). Bu model için H_6 desteklenmemiştir.
- Ziyaretçilerin eğlence algısı ile gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında aynı yönde anlamlı 0,86 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin eğlence algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,86 birim artırmaktadır ($t=5,03$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{34} desteklenmiştir.

4.5.3. Hayvanların Ortamları – Hayvan Odaklı Turizm Çekicilikleri Ölçeği Boyutları – Kabul Edilebilirlik ve Ziyaret Niyeti Algılamaları Arasındaki İlişkilere Yönelik Geliştirilen Modeller

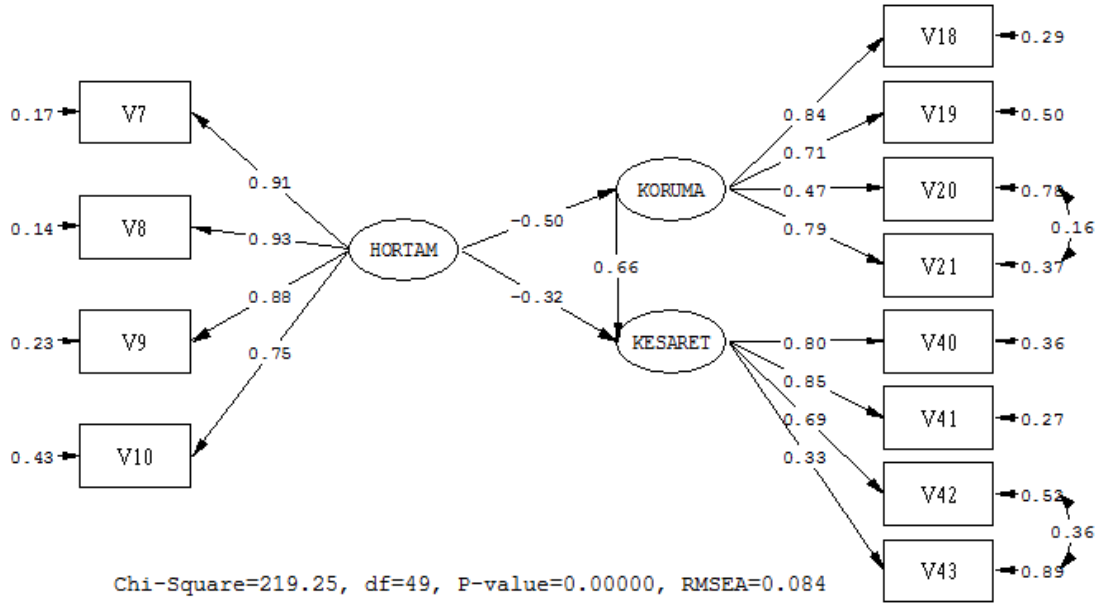
Araştırmada hayvan odaklı turizm çekiciliklerine giden ziyaretçilerin, hayvanların doğal ortamlarına uygun bir şekilde tutulması, bulundukları alanların sağlıklı ölçülerde olması, ziyaretçilerden uzak kendi özel alanlarının da olmasına yönelik algılarının (Hortam), hayvan odaklı turizm çekiciliklerine etkisi de ele alınmıştır. Söz konusu algılar ile birlikte model içerisinde, ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliklerini kabulü ve ziyaret etme niyeti de incelenmiştir. Bu bağlamda, öncelikle ziyaretçilerin hayvanların ortamına yönelik algısının, hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı koruma algısına olası etkisi ve bu etkinin, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğine etkisi incelenmiştir. Bu bağlamda kurulan hipotezler aşağıda verilmektedir.

H₃₅: Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı artarken, hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı koruma algısı azalır.

H₃₆: Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı artarken, esaret altında bulunan hayvanlar üzerinden yaratılan turizm çekiciliklerini ziyaretlerine ilişkin kabul edilebilirlik algısı azalır.

Hipotez H₃₅ ve H₃₆'ın sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=219,25$ df.=49 $\chi^2/df=4,47$, RMSEA=0,084, NFI=0.96, NNFI=0.96, CFI=0,97, IFI=0.97, RFI=0.95, GFI=0.91 RMR=0.048'dir. Elde edilen uyum ölçütleri, yapısal modelin kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 30'da verilmektedir.

Şekil 30: Hayvanların Ortamı – Koruma – Kabul Edilebilirlik (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 30'a göre;

- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı koruma algısı arasında ters yönde 0,50 birimlik istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı koruma algısını 0,50 birim azaltmaktadır ($t=-8,98$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{35} desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında ters yönde anlamlı 0,32 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,32 birim azaltmaktadır ($t=-6,54$ $p<0,05$). Dolayısıyla H_{36} desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı koruma algısı ile esaret altında bulunan hayvan odaklı turistik yerlerin kabul edilebilirliği arasında aynı yönde istatistiksel açıdan anlamlı 0,66 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı koruma algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden

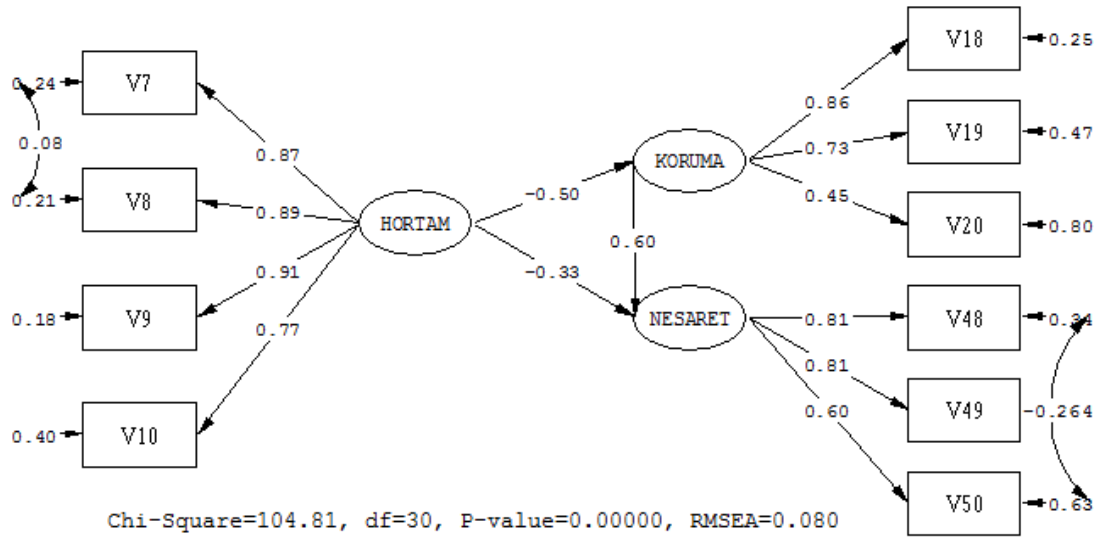
gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,66 birim artırmaktadır ($t=11,20$, $p<,01$). Dolayısıyla H_2 tekrar desteklenmiştir.

Bireylerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısının, koruma algısına olası etkisi ve bu etkinin, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda kurulan hipotez aşağıda verilmektedir.

H_{37} : Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı artarken, esaret altında bulunan hayvanlar üzerinden yaratılan turizm çekiciliklerini ziyaret niyeti azalır.

Hipotez H_{37} 'nin sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=104,81$ $df=30$ $\chi^2/df=3,49$, RMSEA=0,080, NFI=0.97, NNFI=0.97, CFI=0,98, IFI=0.98, RFI=0.96, GFI=0.95 RMR=0.050'dir. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 31'de verilmektedir.

Şekil 31: Hayvanların Ortamı – Koruma – Ziyaret Niyeti (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 31'e göre;

- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı koruma algısı arasında ters yönde 0,50 birimlik anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik bir artış, hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı koruma algısını 0,50 birim azaltmaktadır ($t=-8,86$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{35} tekrar desteklenmiştir.

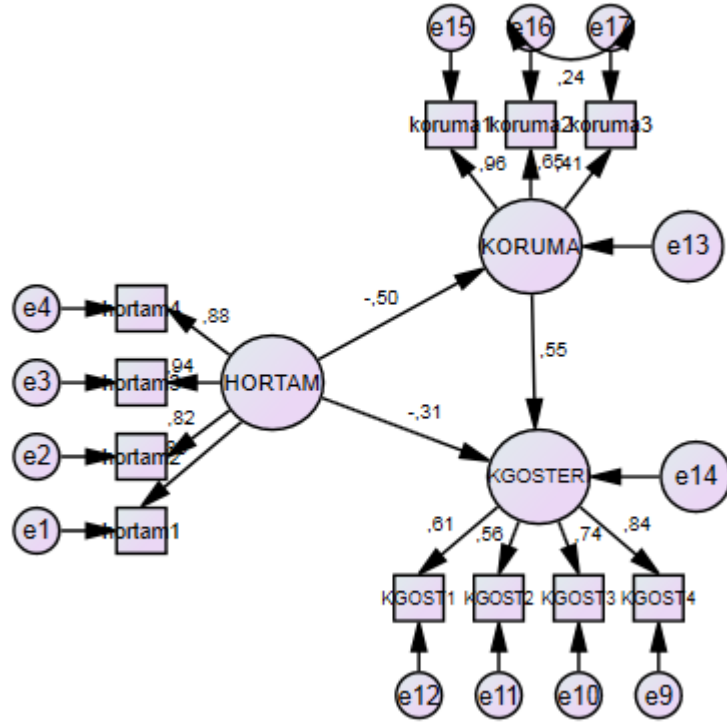
- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında ters yönde anlamlı 0,33 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,33 birim azaltmaktadır ($t=-6,54$ $p<0,05$). Dolayısıyla H_{37} desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı koruma algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında aynı yönde istatistiksel açıdan anlamlı 0,60 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin koruma algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,60 birim artırmaktadır ($t=9,38$, $p<0,01$). Dolayısıyla H_3 tekrar desteklenmiştir.

Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamına yönelik algısının, koruma algısına olası etkisi ve bu etkinin, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğine etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda kurulan hipotez aşağıda verilmektedir.

H_{38} : Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı artarken, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği azalır.

Hipotez H_{38} 'nin sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=123,945$ $df=40$ $\chi^2/df=3,10$, RMSEA=0,074, NFI=0,78, CFI=0,83, IFI=0,84, RFI=0,70, GFI=0,95 RMR=0,080'dir. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 32'de verilmektedir.

Şekil 32: Hayvanların Ortamı – Koruma – Kabul Edilebilirlik (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 32'ye göre;

- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı koruma algısı arasında ters yönde 0,50 birimlik anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik bir artış, hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı koruma algısını 0,50 birim azaltmaktadır ($t=-11,413$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{35} tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında ters yönde anlamlı 0,31 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,31 birim azaltmaktadır ($t=-4,808$ $p<0,05$). Dolayısıyla H_{38} desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı koruma algısı ile gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında aynı yönde istatistiksel açıdan

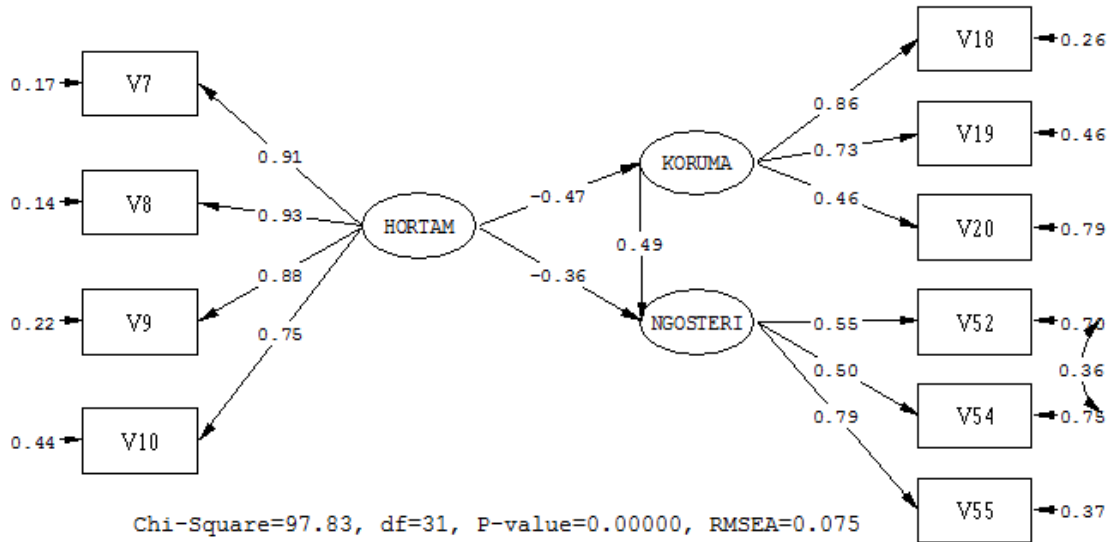
anlamlı 0,55 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı koruma algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,55 birim artırmaktadır ($t=8,215$, $p<0,01$). Dolayısıyla H_5 tekrar desteklenmiştir.

Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamına yönelik algısının, koruma algısına olası etkisi ve bu etkinini gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda kurulan hipotez aşağıda verilmektedir.

H₃₉: Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı artarken, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti azalır.

Hipotez H_{39} 'nin sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=97,83$ $df=31$ $\chi^2/df=3,15$, RMSEA=0,075, NFI=0,97, NNFI=0,97, CFI=0,98, IFI=0,98, RFI=0,95, GFI=0,95 RMR=0,054 şeklindedir. Elde edilen uyum ölçütleri, yapısal modelin kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 33'de verilmektedir.

Şekil 33: Hayvanların Ortamı – Koruma – Ziyaret Niyeti (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 33'e göre;

- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı koruma algısı arasında ters yönde 0,47 birimlik

anlamli bir iliski belirlenmistir. Ziyaretcilerin hayvanlari dogal ortamlarina yonelik algisinda gercekleşen bir birimlik bir artış, hayvan odakli turizm çekiciliğine dayali koruma algisini 0,47 birim azaltmaktadır ($t=-8,33$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{35} tekrar desteklenmiştir.

- Ziyaretcilerin hayvanlari dogal ortamlarina yonelik algisi ile gösteri amaçli kullanilan hayvanlar üzerinden gercekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında ters yönde anlamli 0,36 birimlik bir iliski belirlenmiştir. Ziyaretcilerin hayvanlari dogal ortamlarina yonelik algisinda gercekleşen bir birimlik artış, gösteri amaçli kullanilan hayvanlar üzerinden gercekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,31 birim azaltmaktadır ($t=-4,96$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{39} desteklenmiştir.
- Ziyaretcilerin hayvan odakli turizm çekiciliğine dayali koruma algisi ile gösteri amaçli kullanilan hayvanlar üzerinden gercekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında aynı yönde istatistiksel açıdan anlamli 0,49 birimlik bir iliski belirlenmiştir. Ziyaretcilerin hayvan odakli turizm çekiciliğine dayali koruma algisinda gercekleşen bir birimlik artış, gösteri amaçli kullanilan hayvanlar üzerinden gercekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,49 birim artırmaktadır ($t=5,69$, $p<0,01$). Dolayısıyla H_7 tekrar desteklenmiştir.

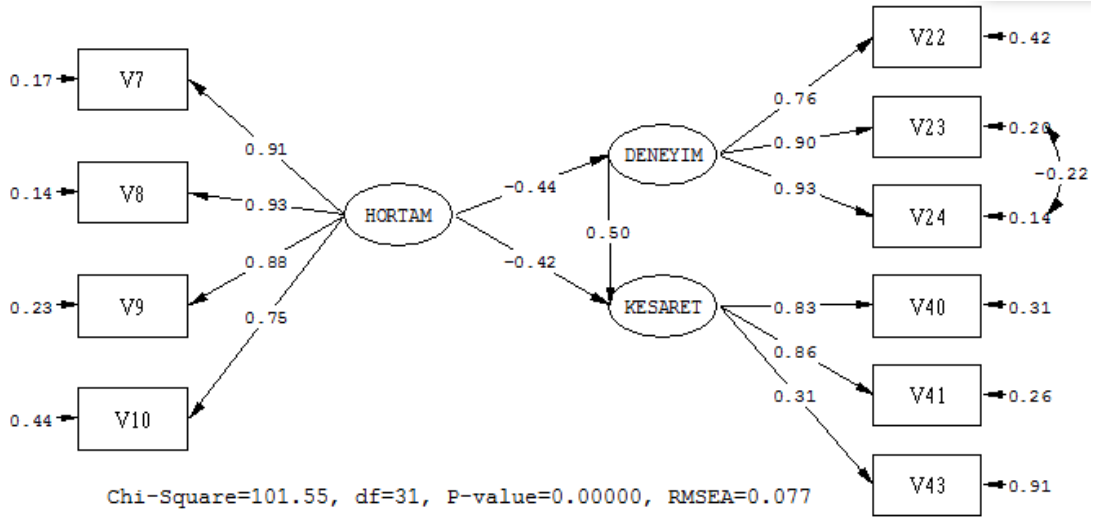
Araştırmada ziyaretcilerin hayvanlari dogal ortamlarina yonelik algisinin (Hortam), hayvan odakli çekiciliklerin aileler için önemli bir boş zaman faaliyeti olduğu, anne-babaların çocuklarıyla bir şeyler paylaşabildiği ortamlar olduğu kısaca “aile odakli deneyim” şeklinde ifade edilen boyuta etkisi de araştırılmıştır. Bu bağlamda ilk olarak, aile odakli deneyime olan etkinin, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gercekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğine etkisi incelenmiştir. Bu ilişkiye yonelik kurulan hipotezler aşağıda verilmektedir.

H_{40} : *Ziyaretcilerin hayvanlari dogal ortamlarina yonelik algisi artarken, aile odakli deneyim algisi azalir.*

Hipotez H_{39} ’nin sınanmasına yonelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=101,55$ $df=31$ $\chi^2/df=3,27$, RMSEA=0,077, NFI=0.97, NNFI=0.97, CFI=0,98, IFI=0.98, RFI=0.96, GFI=0.95 RMR=0.029’dur. Elde edilen uyum ölçütleri, yapısal

modelin kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 34’de verilmiştir.

Şekil 34: Hayvanların Ortamı – Aile Odaklı Deneyim – Kabul Edilebilirlik (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 34’e göre;

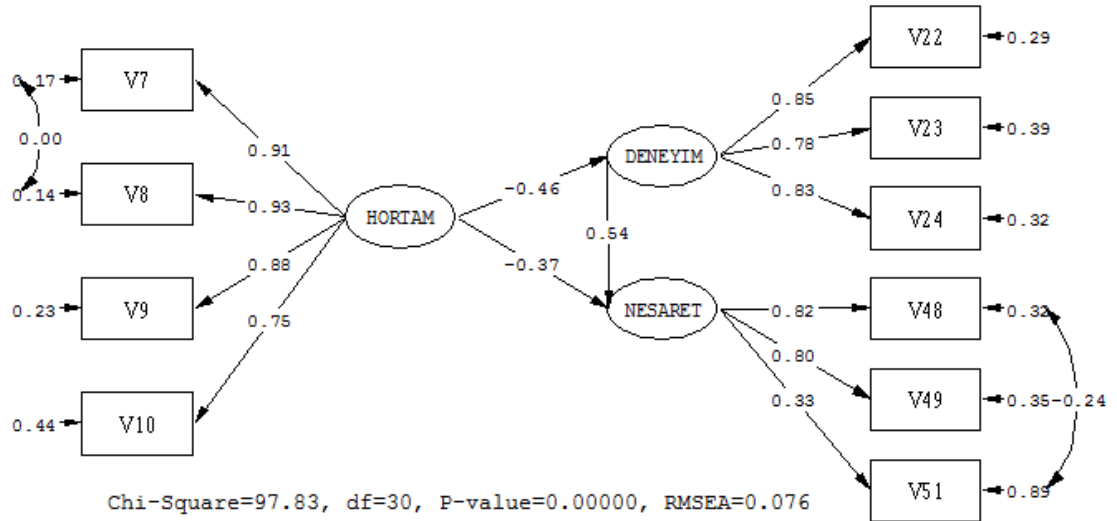
- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı aile odaklı deneyim algısı arasında ters yönde 0,44 birimlik anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik bir artış, hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı aile odaklı deneyim algısını 0,44 birim azaltmaktadır ($t=-7,60$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{40} desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında ters yönde anlamlı 0,42 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Bu ilişkiye göre, ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,42 birim azaltmaktadır ($t=-8,24$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{36} tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı aile odaklı deneyim algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında istatistiksel açıdan anlamlı aynı yönde 0,50 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı aile odaklı deneyim algısında gerçekleşen bir

birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,50 birim artırmaktadır ($t=9,69$, $p<0,01$). Dolayısıyla H_{10} tekrar desteklenmiştir.

Araştırmada, ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile bu etkinin, aile odaklı deneyim algısına ve esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda H_{37} , H_{40} ve H_{12} hipotezleri tekrar sınanmış olacaktır.

H_{37} , H_{40} ve H_{12} hipotezlerinin tekrar sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=97,83$ $df=30$ $\chi^2/df=3,26$, $RMSEA=0,076$, $NFI=0,97$, $NNFI=0,97$, $CFI=0,98$, $IFI=0,98$, $RFI=0,96$, $GFI=0,95$ $RMR=0,038$ 'dir.. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 35'de verilmektedir.

Şekil 35: Hayvanların Ortamı – Aile Odaklı Deneyim – Ziyaret Niyeti (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 35'e göre;

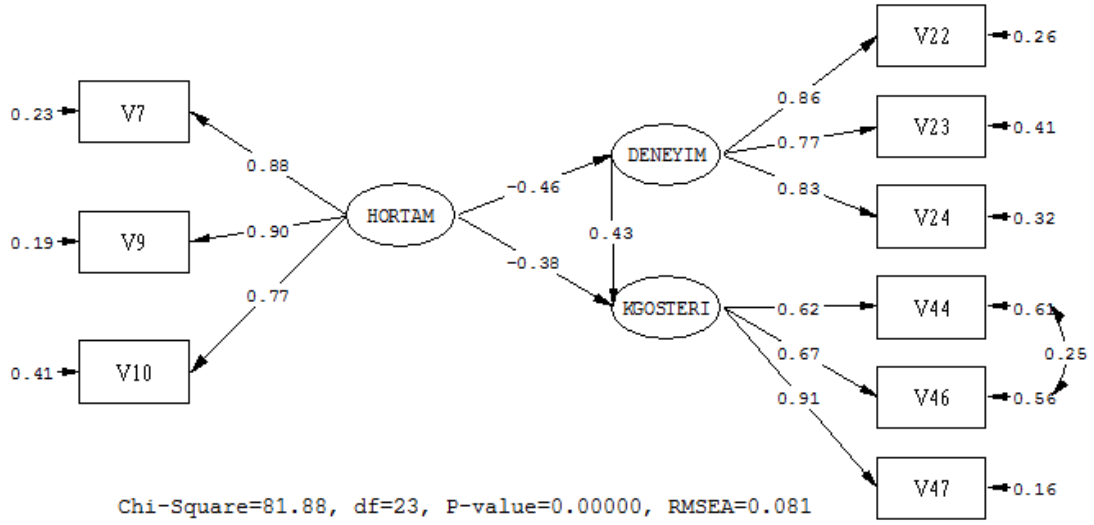
- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı aile odaklı deneyim arasında ters yönde 0,46 birimlik anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik bir artış, hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı aile odaklı deneyim algısını 0,46 birim azaltmaktadır ($t=-8,24$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{40} tekrar desteklenmiştir.

- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında ters yönde anlamlı 0,37 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Bu ilişkiye göre, ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,37 birim azaltmaktadır ($t=-7,26$, $p<0,01$). Dolayısıyla H_{37} tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı aile odaklı deneyim algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında istatistiksel açıdan anlamlı aynı yönde 0,54 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı aile odaklı deneyim algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,54 birim artırmaktadır ($t=9,53$, $p<0,01$). Dolayısıyla H_{12} tekrar desteklenmiştir.

Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamına yönelik algısının, aile odaklı deneyim algısına olası etkisi ve bu etkinin, gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğine etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda H_{40} , H_{38} ve H_{13} tekrar sınanmış olacaktır.

H_{40} , H_{38} ve H_{13} hipotezlerinin tekrar sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=81,88$ $df.=23$ $\chi^2/df=3,56$, $RMSEA=0,081$, $NFI=0,97$, $NNFI=0,97$ $CFI=0,98$, $IFI=0,84$, $RFI=0,98$, $GFI=0,96$ $RMR=0,026$ 'dır. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 36'da verilmektedir.

Şekil 36: Hayvanların Ortamı – Aile Odaklı Deneyim – Kabul Edilebilirlik (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki



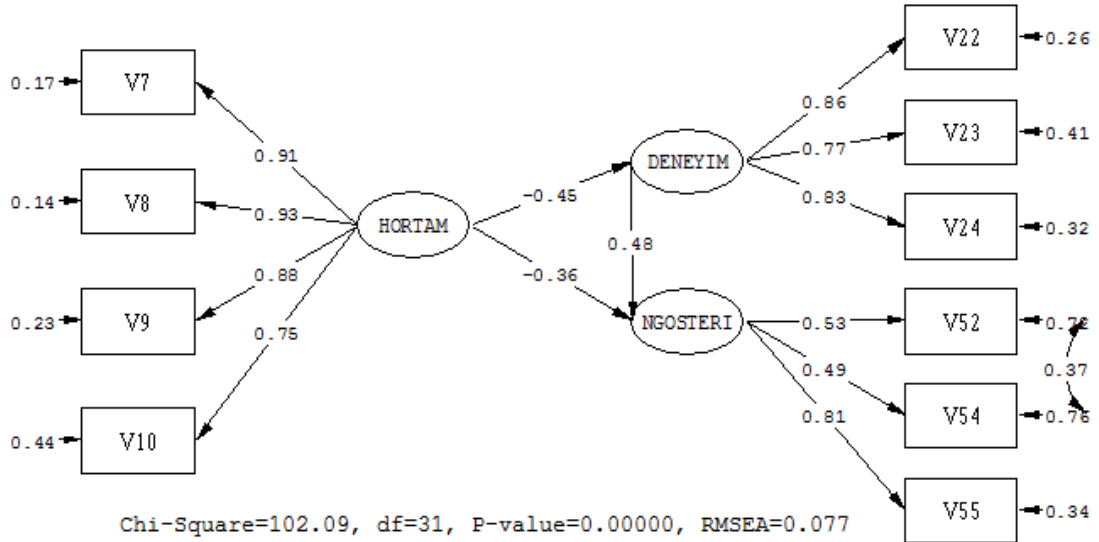
Şekil 36'ya göre;

- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı aile odaklı deneyim algısı arasında ters yönde 0,46 birimlik anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik bir artış, hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı aile odaklı deneyim algısını 0,46 birim azaltmaktadır ($t=-8,16$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{40} tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında ters yönde 0,38 birim anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,38 birim azaltmaktadır ($t=-6,03$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{38} tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı aile odaklı deneyim algısı ile gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında aynı yönde 0,43 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin aile odaklı deneyim algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,43 birim artırmaktadır ($t=6,51$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{13} tekrar desteklenmiştir.

Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamına yönelik algısının, aile odaklı deneyim algısına olası etkisi ve bu etkinin, gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda H₃₉, H₄₀ ve H₁₄ hipotezleri tekrar sınanmış olacaktır.

H₃₉, H₄₀ ve H₁₄ hipotezlerinin sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=102,09$ df.=31 $\chi^2/df=3,29$, RMSEA=0,077, NFI=0,97, NNFI=0,97 CFI=0,98, IFI=0,98, RFI=0,96, GFI=0,95 RMR=0,032 olarak elde edilmiştir. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 37’de verilmektedir.

Şekil 37: Hayvanların Ortamı – Aile Odaklı Deneyim – Ziyaret Niyeti (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 37’ye göre;

- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı aile odaklı deneyim algısı arasında ters yönde 0,45 birimlik anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik bir artış hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı aile odaklı deneyim algısını 0,45 birim azaltmaktadır ($t=-8,19$ $p<0,01$). Dolayısıyla H₄₀ tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında ters yönde 0,36 birim anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir

birimlik artış, gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,36 birim azaltmaktadır ($t=-5,09$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{39} tekrar desteklenmiştir.

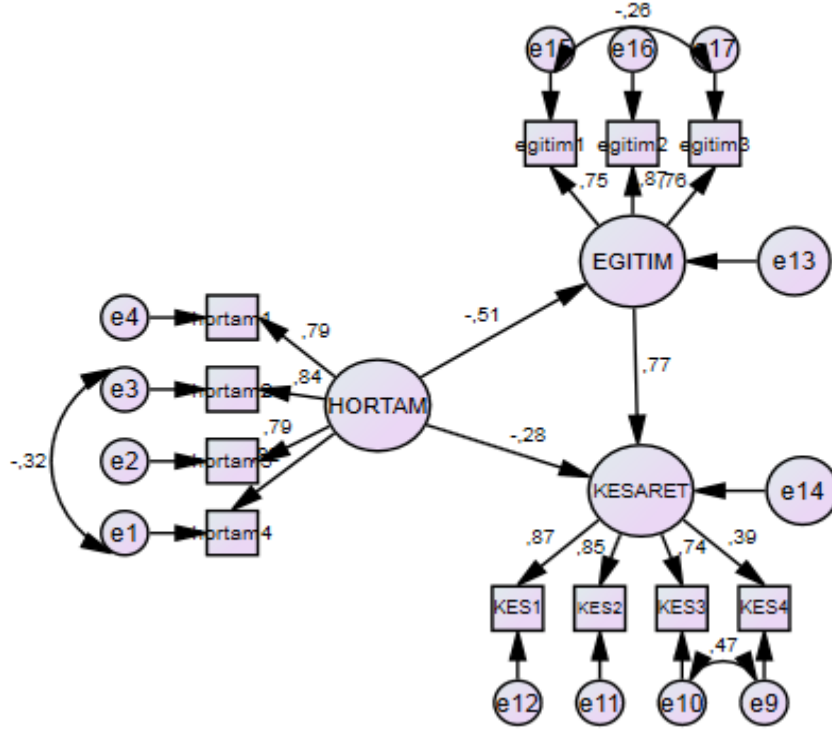
- Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliğine dayalı aile odaklı deneyim algısı gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında aynı yönde 0,48 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin aile odaklı deneyim algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,48 birim artırmaktadır ($t=5,94$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{14} tekrar desteklenmiştir.

Araştırmada ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algılarının, hayvan odaklı turizm çekiciliklerine dayalı eğitim algısına olan etkisi incelenmiştir. Bu etkinin, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğine olan etkisi de analiz edilmiştir. Bu bağlamda kurulan hipotez aşağıda verilmektedir.

H₄₁: Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına algıları artarken, hayvan odaklı turizm çekiciliklerine dayalı eğitim algısı azalır.

Hipotez H_{41} 'in sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=161,838$ $df=38$ $\chi^2/df=4,259$, RMSEA=0,082, NFI=0.68, CFI=0,728, IFI=0.737, RFI=0.540, GFI=0.924 RMR=0.061'dir. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin kabul edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 38'de verilmektedir.

Şekil 38: Hayvanların Ortamı – Eğitim – Kabul Edilebilirlik (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 38'e göre;

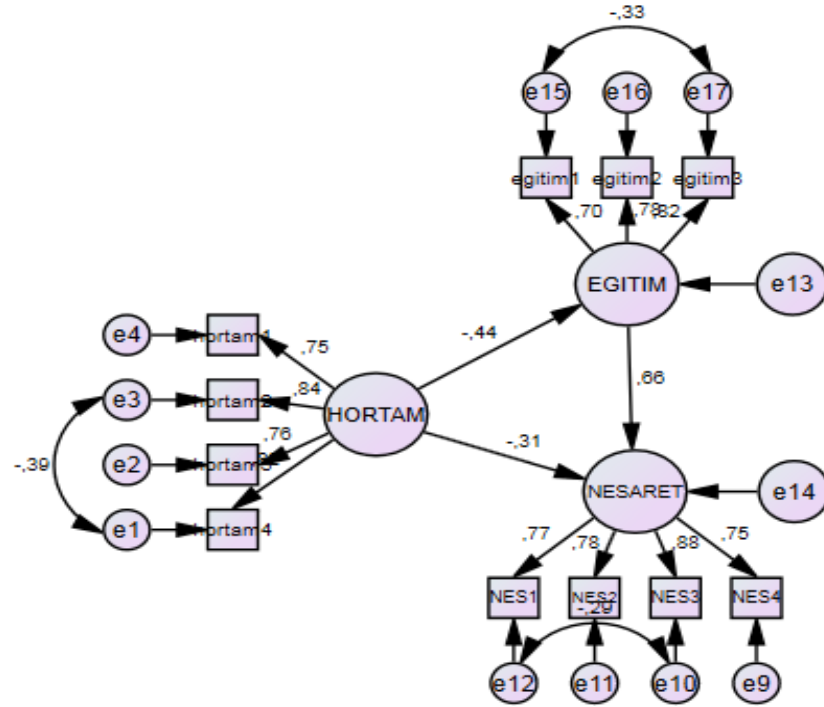
- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile hayvan odaklı turizm çekiciliklerine dayalı eğitim algısı arasında ters yönde anlamlı 0,51 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Belirlenen bu ilişkiye göre, ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, eğitim algısını 0,51 birim azaltmaktadır ($t=-7.824$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{41} desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında ters yönde anlamlı 0,28 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Bu ilişkiye göre, bireylerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,28 birim azaltmaktadır ($t=-3,745$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{36} tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin eğitim algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında aynı yönde anlamlı 0,77 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Bu ilişkiye göre, bireylerin

eğitim algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,77 birim artırmaktadır ($t=5,137$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{16} desteklenmiştir.

Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısının, eğitim algısı üzerindeki etkisi ve bu etkinin, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda H_{17} , H_{37} ve H_{41} hipotezleri tekrar sınanmış olacaktır.

H_{17} , H_{37} ve H_{41} hipotezlerinin tekrar sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=184,664$ $df=38$ $\chi^2/df=4,860$, RMSEA=0,091, NFI=0,642, CFI=0,682, IFI=0,693, RFI=0,482, GFI=0,913 RMR=0,10'dur. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin düşük düzeyde kabul edilebilir olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 39'da verilmektedir.

Şekil 39: Hayvanların Ortamı – Eğitim – Ziyaret Niyeti (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 39'a göre;

- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile hayvan odaklı turizm çekiciliklerine dayalı eğitim amaçlı algısı arasında ters yönde anlamlı 0,44 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Belirlenen bu ilişkiye göre, ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir

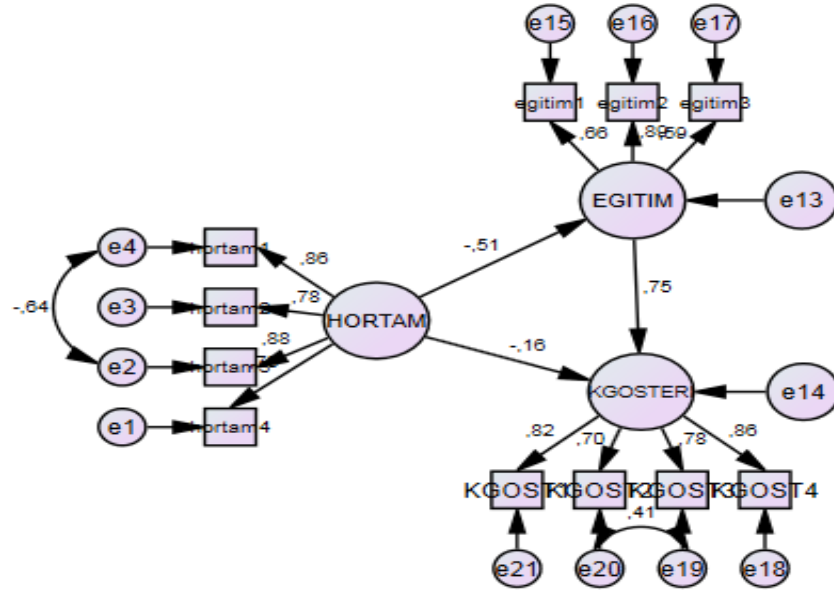
birimlik artış, eğitim algısını 0,44 birim azaltmaktadır. ($t=-4,713$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{41} tekrar desteklenmiştir.

- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında ters yönde anlamlı 0,31 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Bu ilişkiye göre, ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,31 birim azaltmaktadır ($t=-3,707$, $p<0,01$). Dolayısıyla H_{37} tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin eğitim algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında aynı yönde anlamlı 0,66 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin eğitim algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,66 birim artırmaktadır ($t=4,634$). Dolayısıyla H_{17} tekrar desteklenmiştir.

Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısının, eğitim algısı üzerindeki etkisi ve bu etkinin, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda H_{18} , H_{38} ve H_{41} hipotezleri tekrar sınanmış olacaktır.

H_{18} , H_{38} ve H_{41} hipotezlerinin tekrar sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=124,576$ $df=39$ $\chi^2/df=3,194$, $RMSEA=0,075$, $NFI=0,739$, $CFI=0,797$, $IFI=0,805$, $RFI=0,632$ $GFI=0,941$ $RMR=0,060$ 'dır. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin kabul edilebilir olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 40'da verilmektedir.

Şekil 40: Hayvanların Ortamı – Eğitim – Kabul Edilebilirlik (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 40'a göre;

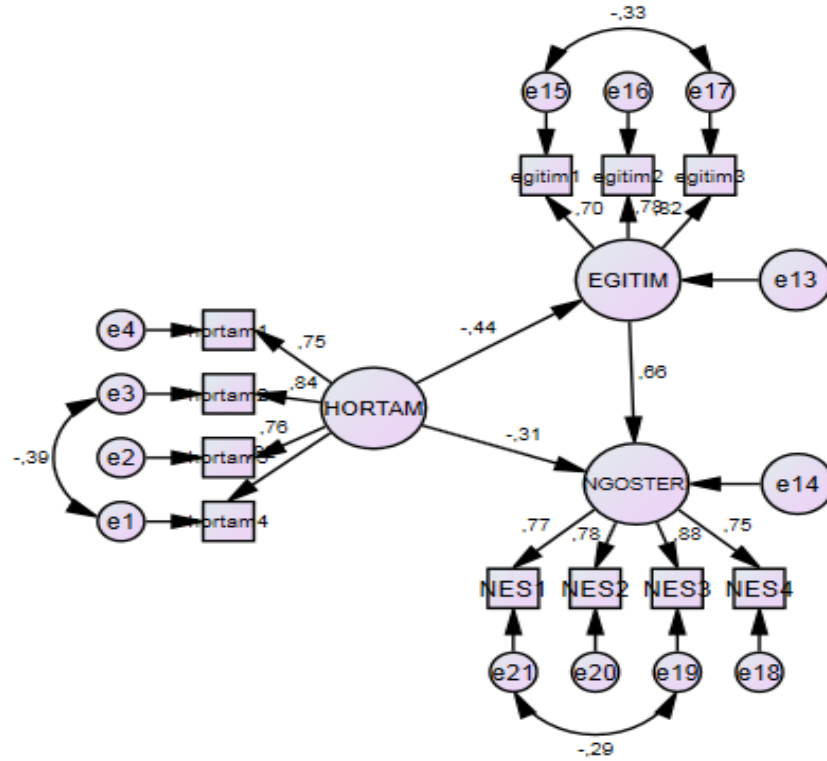
- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile hayvan odaklı turizm çekiciliklerine dayalı eğitim algısı arasında ters yönde anlamlı 0,51 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Belirlenen bu ilişkiye göre, ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, eğitim algısını 0,51 birim azaltmaktadır. ($t=-7,735$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{41} tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında ters yönde 0,168 birim anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,16 birim azaltmaktadır ($t=-2,934$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{38} tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin eğitim algısı ile gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında aynı yönde anlamlı 0,75 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin eğitim algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden

gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,75 birim artırmaktadır ($t=9,905$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{18} tekrar desteklenmiştir.

Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısının, eğitim algısı üzerindeki etkisi ve bu etkinin, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda H_{19} , H_{39} ve H_{41} hipotezleri tekrar sınanmış olacaktır.

H_{19} , H_{39} ve H_{41} hipotezlerinin tekrar sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=184,664$ $df.=38$ $\chi^2/df=4,860$, RMSEA=0,1, NFI=0.642, CFI=0,682, IFI=0.693, RFI=0.482 GFI=0.913 RMR=0.010'dur. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin düşük düzeyde kabul edilebilir olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 41'de verilmektedir.

Şekil 41: Hayvanların Ortamı – Eğitim – Ziyaret Niyeti (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 41'e göre;

- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile hayvan odaklı turizm çekiciliklerine dayalı eğitim algısı arasında ters yönde anlamlı 0,44 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Belirlenen bu ilişkiye göre, ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış,

eğitim algısını 0,44 birim azaltmaktadır. ($t=-4,713$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{41} tekrar desteklenmiştir.

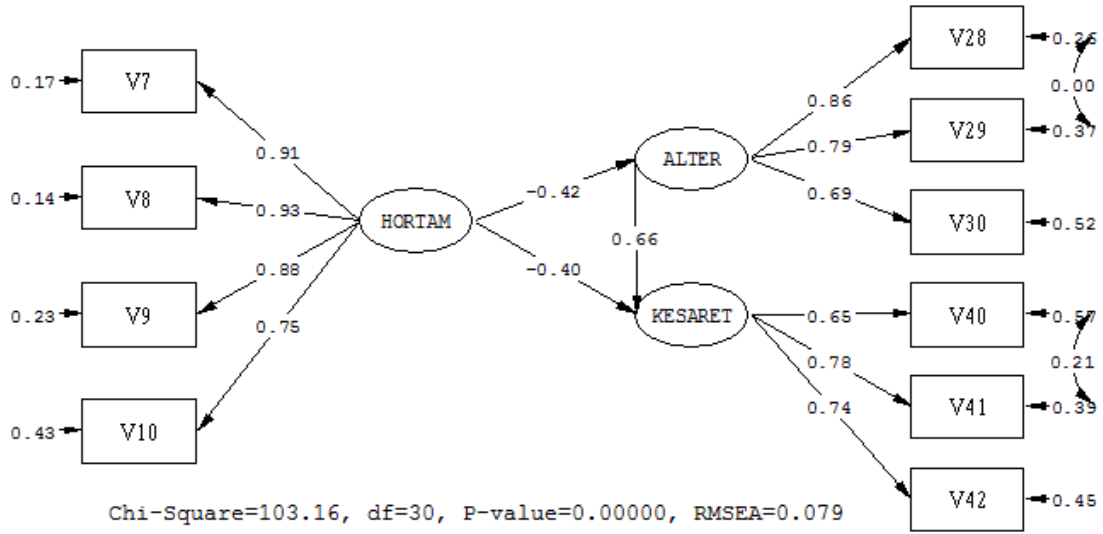
- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında ters yönde anlamlı 0,31 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,31 birim azaltmaktadır ($t=-3,707$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{39} tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin eğitim algısı ile gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında aynı yönde 0,66 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin eğitim algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,66 birim artırmaktadır ($t=4,634$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{19} desteklenmiştir.

Araştırmada ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısının, hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin doğa turizmine bir alternatif olarak görülmesine olası etkisi ve bu etkinin, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda ilave olarak kurulan hipotez aşağıda verilmektedir.

H_{42} : Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı artarken, doğa turizmine alternatif algısı azalır.

Hipotez H_{42} 'nin sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri $\chi^2=103,16$ $df=30$ $\chi^2/df=3,43$, RMSEA=0,079, NFI=0,98, NNFI=0,98, CFI=0,98, IFI=0,98, RFI=0,97 GFI=0,95 RMR=0,039'dur. Elde edilen uyum ölçütleri, yapısal modelin kabul edilebilir olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 42'de verilmektedir.

Şekil 42: Hayvanların Ortamı – Doğa Turizmine Alternatif – Kabul Edilebilirlik (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 42'ye göre;

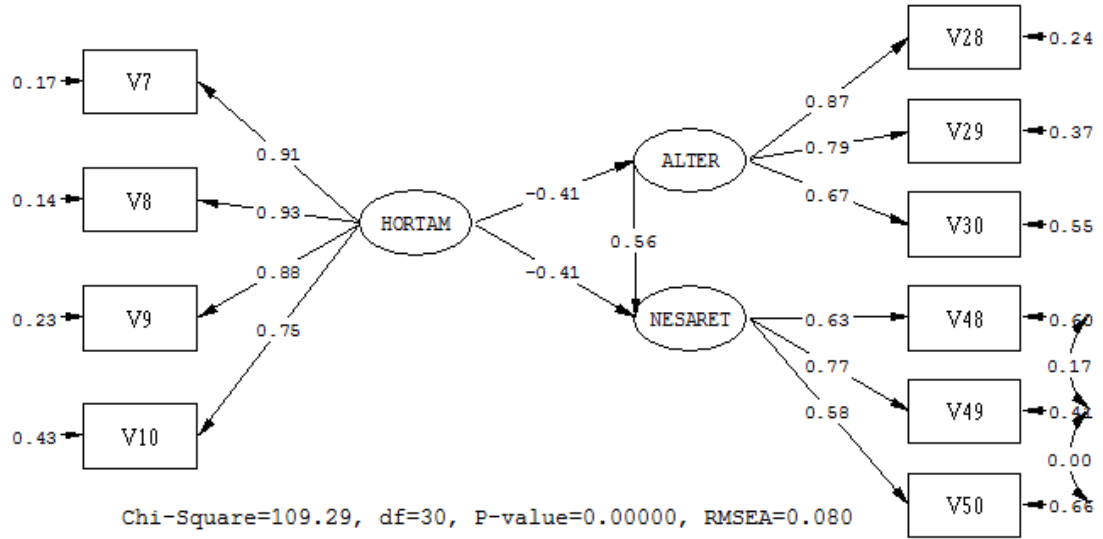
- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile doğa turizmine alternatif algısı arasında ters yönde anlamlı 0,42 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Belirlenen bu ilişkiye göre, ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin doğa turizmine alternatif olarak algılanmasını 0,42 birim azaltmaktadır ($t=-7,43$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{42} desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında ters yönde anlamlı 0,40 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Bu ilişkiye göre, ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,40 birim azaltmaktadır ($t=-7,38$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{36} tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin doğa turizmine alternatif algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında aynı yönde 0,66 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Bu ilişkiye göre, ziyaretçilerin doğa turizmine alternatif algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin

kabul edilebilirliğini 0,66 birim artırmaktadır ($t=9,98$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{21} tekrar desteklenmiştir.

Araştırmada ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısının, hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin doğa turizmine bir alternatif olarak görülmesine olası etkisi ve bu etkinin, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda daha önce kurulan H_{22} , H_{37} ve H_{42} hipotezleri tekrar sınanmış olacaktır.

H_{22} , H_{37} ve H_{42} hipotezlerinin tekrar sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri; $\chi^2=109,29$ $df=30$ $\chi^2/df=3,64$, $RMSEA=0,080$, $NFI=0,97$, $NNFI=0,97$, $CFI=0,98$, $IFI=0,98$, $RFI=0,96$ $GFI=0,95$ $RMR=0,053$ 'dür. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin kabul edilebilir olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 43'de verilmektedir.

Şekil 43: Hayvanların Ortamı – Doğa Turizmine Alternatif – Ziyaret Niyeti (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 43'e göre;

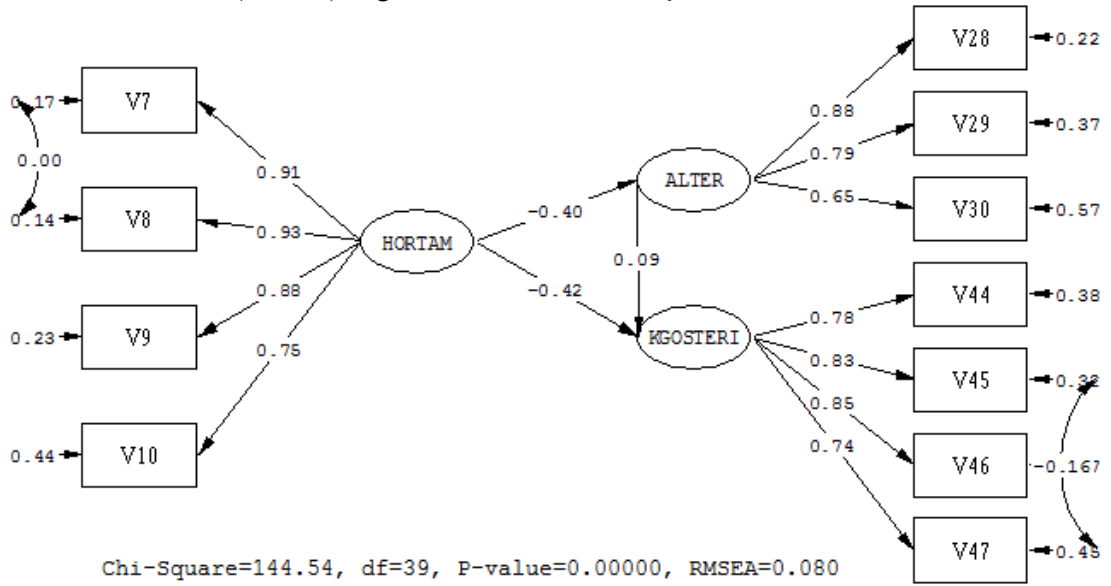
- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile doğa turizmine alternatif algısı arasında ters yönde anlamlı 0,41 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Belirlenen bu ilişkiye göre, Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, doğa turizmine alternatif algısını 0,41 birim azaltmaktadır ($t=-7,38$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{42} tekrar desteklenmiştir.

- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında ters yönde anlamlı 0,41 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Bu ilişkiye göre, ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,41 birim azaltmaktadır ($t=-6,54$, $p<0,01$). Dolayısıyla H_{37} tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin doğa turizmine alternatif algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında aynı yönde anlamlı 0,56 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Belirlenen bu ilişkiye göre, ziyaretçilerin doğa turizmine alternatif algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,56 birim artırmaktadır ($t=7,93$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{22} tekrar desteklenmiştir.

Araştırmada ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısının, hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin doğa turizmine bir alternatif olarak görülmesine olası etkisi ve bu etkinin, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda daha önce kurulan H_{23} H_{38} ve H_{42} hipotezleri tekrar sınanmış olacaktır.

H_{23} H_{38} ve H_{42} hipotezlerinin tekrar sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri; $\chi^2=144,54$ $df.=39$ $\chi^2/df=3,70$, $RMSEA=0,080$, $NFI=0,96$, $NNFI=0,96$, $CFI=0,97$, $IFI=0,97$, $RFI=0,95$ $GFI=0,94$ $RMR=0,070$ 'dir. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin kabul edilebilir olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 44'de verilmektedir.

Şekil 44: Hayvanların Ortamı – Doğa Turizmine Alternatif – Kabul Edilebilirlik (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki



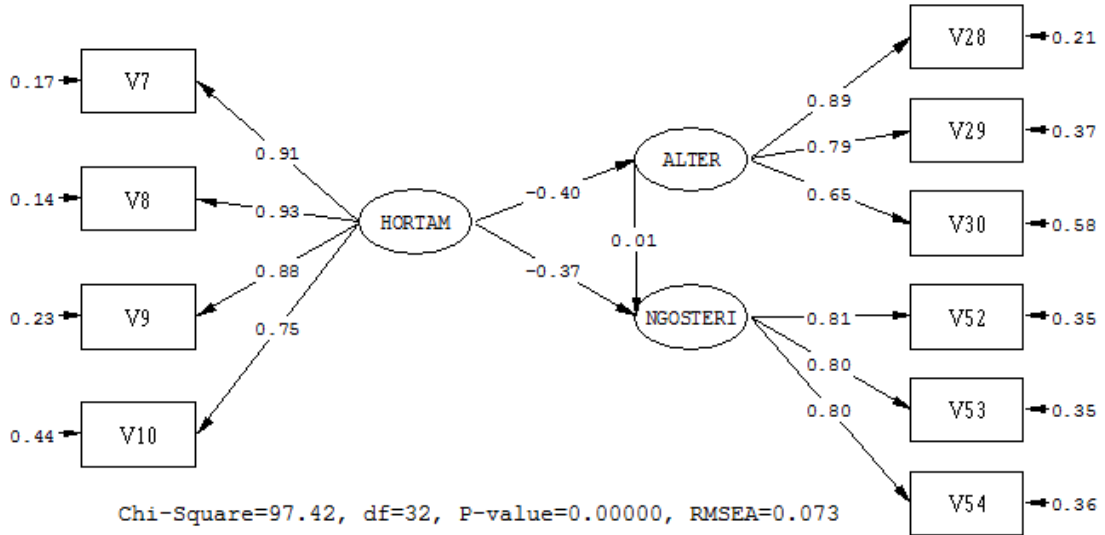
Şekil 44'e göre;

- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile doğa turizmine alternatif algısı arasında ters yönde anlamlı 0,40 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Belirlenen bu ilişkiye göre, ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, doğa turizmine alternatif algısını 0,40 birim azaltmaktadır ($t=-7,31$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{42} tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında ters yönde 0,42 birim anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,42 birim azaltmaktadır ($t=-7,12$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{38} tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin doğa turizmine alternatif algısı ile gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki belirlenmemiştir ($t=1,64$ $p>0,05$). Dolayısıyla daha önce olduğu gibi H_{23} hipotezi desteklenmemiştir.

Araştırmada ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısının, hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin doğa turizmine bir alternatif olarak görülmesine olası etkisi ve bu etkinin, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda daha önce kurulan H₂₄ H₃₉ ve H₄₂ hipotezleri tekrar sınanmış olacaktır.

H₂₄ H₃₉ ve H₄₂ hipotezlerinin tekrar sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri; $\chi^2=97,42$ df.=32 $\chi^2/df=3,04$, RMSEA=0,073, NFI=0.97, NNFI=0,97, CFI=0,98, IFI=0.98, RFI=0.95 GFI=0.95 RMR=0.035’dir. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin kabul edilebilir olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 45’de verilmektedir.

Şekil 45: Hayvanların Ortamı – Doğa Turizmine Alternatif – Ziyaret Niyeti (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 45’e göre;

- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile doğa turizmine alternatif algısı arasında ters yönde anlamlı 0,40 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Belirlenen bu ilişkiye göre, ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, doğa turizmine alternatif algısını 0,40 birim azaltmaktadır ($t=-7,29$ $p<0,01$). Dolayısıyla H₄₂ tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında ters yönde anlamlı 0,37 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir

birimlik artış, gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,37 birim azaltmaktadır ($t=-5,96$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{39} tekrar desteklenmiştir.

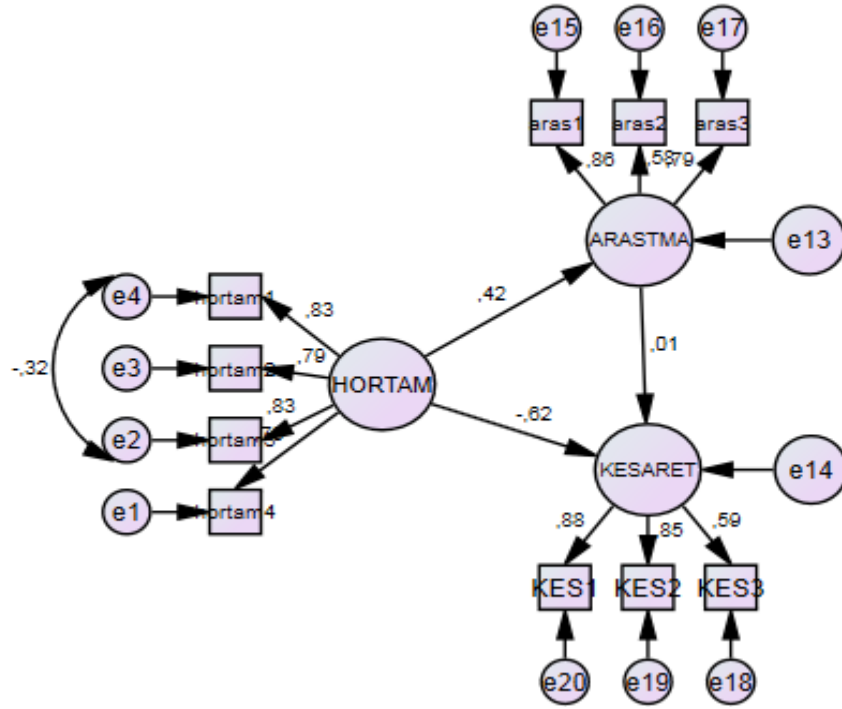
- Ziyaretçilerin doğa turizmine alternatif algısı ile gösteri amaçlı kullanılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında aynı yönde 0,20 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Belirlenen bu ilişki istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($t=0,20$ $p>0,05$). Dolayısıyla H_{24} bu model için desteklenmemiştir.

Araştırmada ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısının, hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılmasına etkisi ve bu etkinin, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda ilave olarak kurulan hipotezler aşağıda verilmiştir.

H₄₃: Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı artarken, hayvan odaklı turizm çekiciliklerin bilimsel araştırmalarda kullanılma algısı da artar.

Hipotez H_{43} 'ün sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri; $\chi^2=118,721$ $df=31$ $\chi^2/df=3,83$, RMSEA=0,086, NFI=0,744, CFI=0,79, IFI=0,797, RFI=0,628, GFI=0,94, RMR=0,098'dir. Elde edilen uyum ölçütleri, yapısal modelin düşük düzeyde kabul edilebilir olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 46'da verilmektedir.

Şekil 46: Hayvanların Ortamı – Bilimsel Araştırma – Kabul Edilebilirlik (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 46'ya göre;

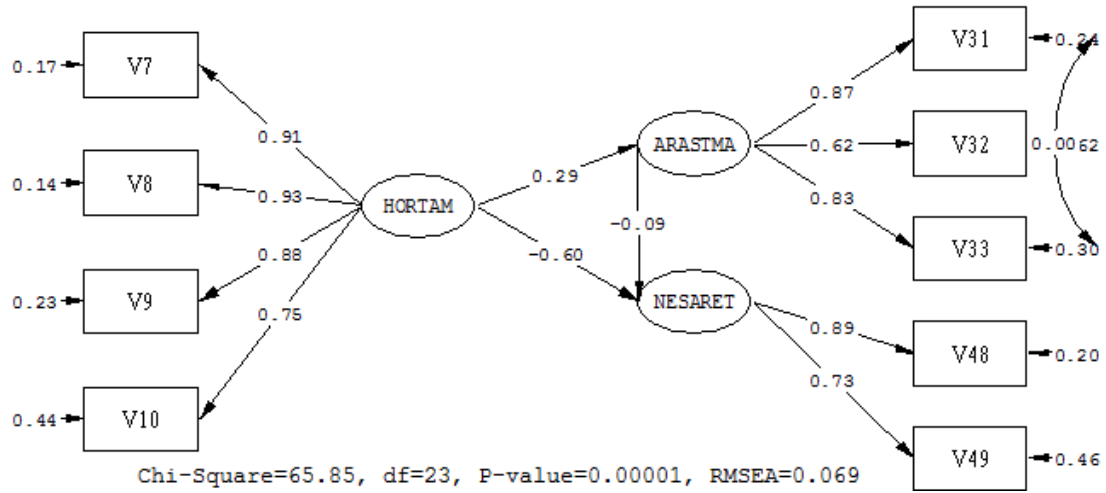
- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılma algısı arasında aynı yönde istatistiksel açıdan anlamlı 0,42 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılma algısını 0,42 birim artırmaktadır ($t=6,202$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{43} hipotezi desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında ters yönde istatistiksel açıdan anlamlı 0,62 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Bu ilişkiye göre, ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,62 birim azaltmaktadır ($t=-5,747$ $p<0,01$). Hipotez H_{36} tekrar desteklenmiştir.
- Hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılması ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul

edilebilirliği arasında ters yönde 0,01 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Belirlenen bu ilişki istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($t=0,164$ $p>0,05$). Dolayısıyla H_{26} desteklenememiştir.

Araştırmada ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısının, hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılmasına etkisi ve bu etkinin, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda H_{27} , H_{37} ve H_{43} hipotezleri tekrar sınanmış olacaktır.

H_{27} , H_{37} ve H_{43} hipotezlerinin sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri; $\chi^2=65,85$ $df=23$ $\chi^2/df=2,86$, $RMSEA=0,069$, $NFI=0,98$, $NNFI=0,98$, $CFI=0,99$, $IFI=0,99$, $RFI=0,96$, $GFI=0,96$, $RMR=0,039$ 'dur. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin kabul edilebilir olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 47'de verilmektedir.

Şekil 47: Hayvanların Ortamı – Bilimsel Araştırma – Ziyaret Niyeti (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 47'ye göre;

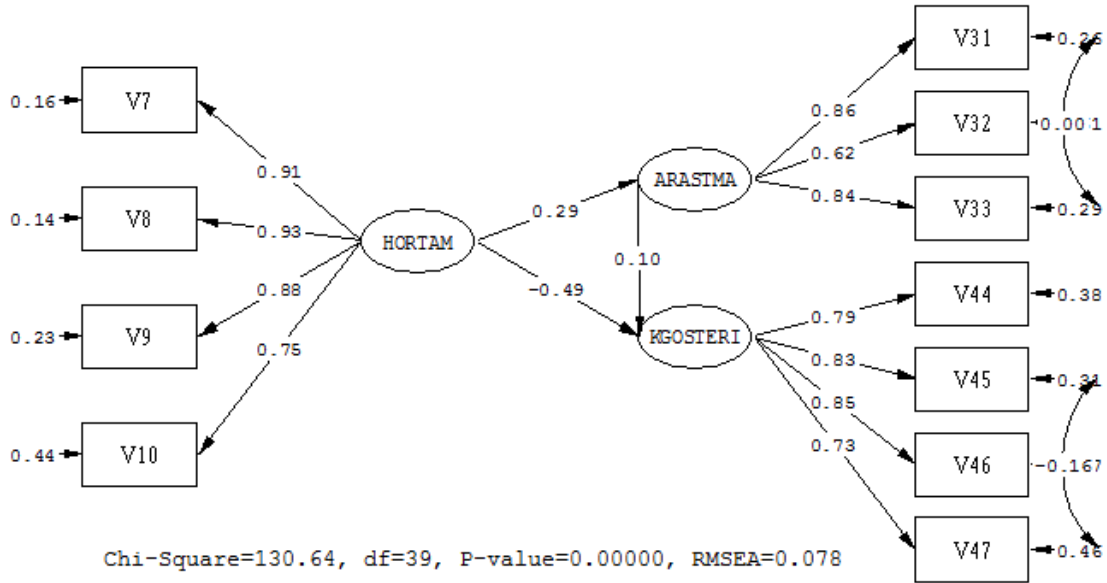
- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılma algısı arasında aynı yönde istatistiksel açıdan anlamlı 0,29 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılmasını 0,29 birim artırmaktadır ($t=5,21$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{43} hipotezi tekrar desteklenmiştir.

- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında ters yönde anlamlı 0,60 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Bu ilişkiye göre, ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,60 birim azaltmaktadır ($t=-10,93$, $p<0,01$). Dolayısıyla H_{37} tekrar desteklenmiştir.
- Hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılması ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında ters yönde 0,09 birimlik bir ilişki bulunmuştur. Bulunan bu ilişki istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($t=-1,75$ $p>0,05$).

Araştırmada ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısının, hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılmasına etkisi ve bu etkinin, gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda daha önce kurulan H_{28} , H_{38} ve H_{43} hipotezleri tekrar sınanmış olacaktır.

H_{28} , H_{38} ve H_{43} hipotezlerinin sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri; $\chi^2=130,64$ $df.=39$ $\chi^2/df=3,35$, $RMSEA=0,078$, $NFI=0.96$, $NNFI=0,96$ $CFI=0,97$, $IFI=0.97$, $RFI=0.94$, $GFI=0.94$, $RMR=0.048$ 'dir. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin kabul edilebilir olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 48'de verilmektedir.

Şekil 48: Hayvanların Ortamı – Bilimsel Araştırma – Kabul Edilebilirlik (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 48'e göre;

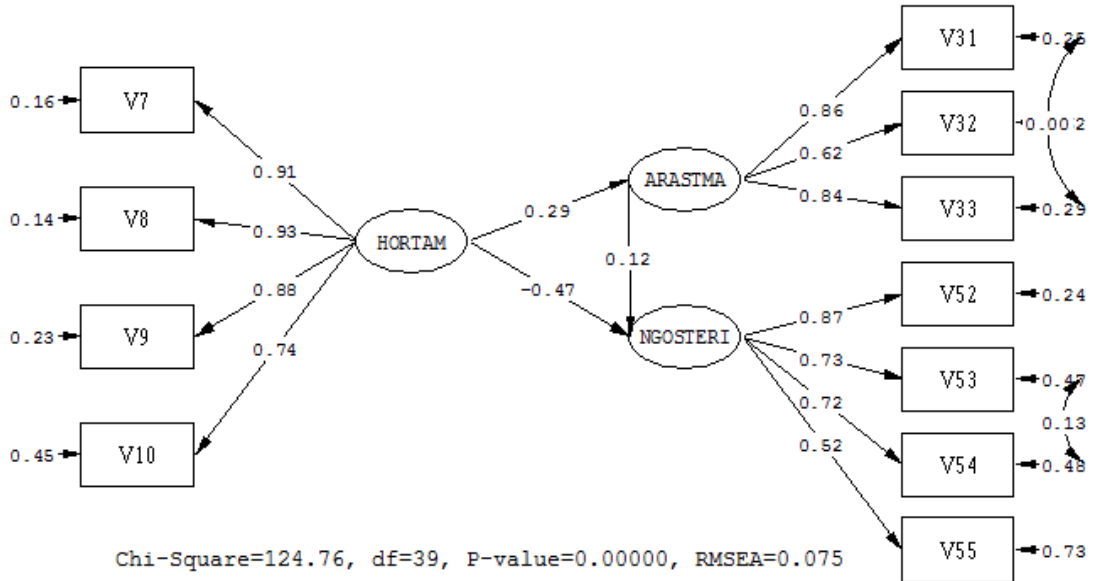
- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılma algısı arasında aynı yönde istatistiksel açıdan anlamlı 0,29 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılmasını 0,29 birim artırmaktadır ($t=5,17$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{43} hipotezi tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında ters yönde 0,49 birim anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,49 birim azaltmaktadır ($t=-8,39$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{38} hipotezi tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılma algısı ile gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında aynı yönde 0,10 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Belirlenen bu ilişki istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır.

($t=1,79$ $p>0,05$) Dolayısıyla daha önce olduğu gibi H_{28} hipotezi desteklenememiştir.

Araştırmada ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısının, hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılmasına etkisi ve bu etkinin, gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda daha önce kurulan H_{29} , H_{39} ve H_{43} hipotezleri tekrar sınanmış olacaktır.

H_{29} , H_{39} ve H_{43} hipotezlerinin sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri; $\chi^2=124,79$ $df=39$ $\chi^2/df=3,19$, $RMSEA=0,075$, $NFI=0,96$, $NNFI=0,96$ $CFI=0,97$, $IFI=0,97$, $RFI=0,94$, $GFI=0,94$, $RMR=0,063$ 'dür. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin kabul edilebilir olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 49'da verilmektedir.

Şekil 49: Hayvanların Ortamı – Bilimsel Araştırma – Ziyaret Niyeti (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 49'a göre;

- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılma algısı arasında aynı yönde istatistiksel açıdan anlamlı 0,29 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılma algısını 0,29 birim artırmaktadır ($t=5,18$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{43} hipotezi tekrar desteklenmiştir.

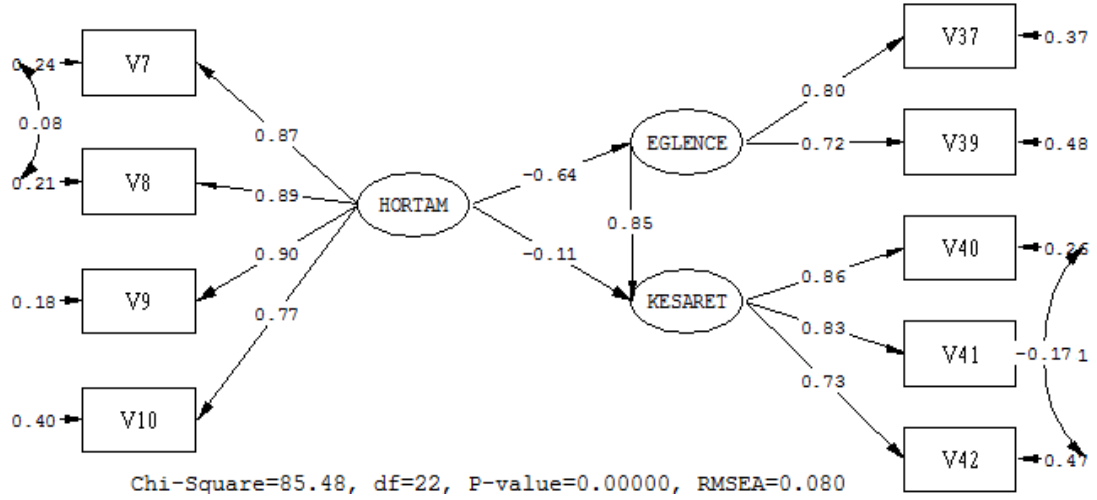
- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında ters yönde 0,47 birimlik istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin ziyaret etme niyetini 0,47 birim azaltmaktadır ($t=-7,93$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{38} tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılma algısı ile gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında aynı yönde 0,12 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılma algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetini 0,12 birim artırmaktadır ($t=2,0$ $p<0,05$). Bu model için Hipotez H_{29} desteklenmiştir.

Araştırmada ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısının, hayvan odaklı turizm çekiciliklerine yönelik eğlence algısına etkisi ve bu etkinin, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda ilave olarak kurulan hipotez aşağıda verilmektedir.

H_{44} : Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı artarken, hayvan odaklı turizm çekiciliklerine yönelik eğlence algısı azalır.

Hipotez H_{44} 'ün sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri; $\chi^2=85,48$ $df=22$ $\chi^2/df=3,88$, RMSEA=0,080, NFI=0.98, NNFI=0,97 CFI=0,98, IFI=0.98, RFI=0.96, GFI=0.95, RMR=0.034'dür. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin kabul edilebilir olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 50'de verilmektedir.

Şekil 50: Hayvanların Ortamı – Eğlence – Kabul Edilebilirlik (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki



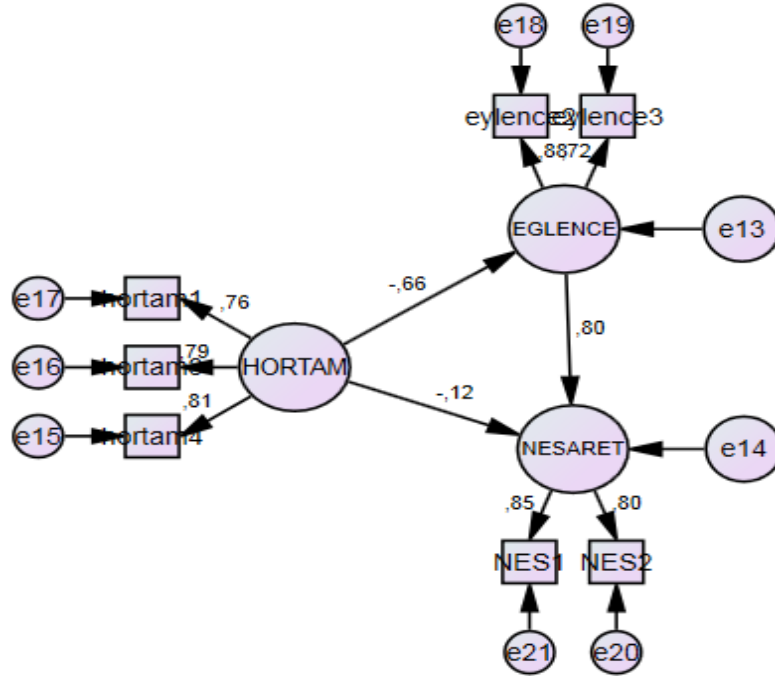
Şekil 50'ye göre;

- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile hayvan odaklı turizm çekiciliklerine yönelik eğlence algısı arasında ters yönde 0,64 birimlik anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, eğlence algısını 0,64 birim azaltmaktadır ($-10,82$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{44} hipotezi desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında ters yönde 0,11 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Belirlenen bu ilişki istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($t=-1,68$ $p>0,05$). Bu model için H_{36} hipotezi desteklenmemiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliklerine yönelik eğlence algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında aynı yönde anlamlı 0,85 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliklerine yönelik eğlence algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,85 birim artırmaktadır ($t=9,95$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{31} hipotezi tekrar desteklenmiştir.

Araştırmada ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısının, hayvan odaklı turizm çekiciliklerine yönelik eğlence algısına etkisi ve bu etkinin, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyetine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda H₃₂, H₃₇ ve H₄₄ hipotezleri tekrar sınanmış olacaktır.

H₃₂, H₃₇ ve H₄₄ hipotezlerinin sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri; $\chi^2=29,285$ df.=11 $\chi^2/df=2,662$, RMSEA=0,066, NFI=0.896, CFI=0,930, IFI=0.933, RFI=0.802, GFI=0.95, RMR=0.023'dür. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin kabul edilebilir olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 51'de verilmektedir.

Şekil 51: Hayvanların Ortamı – Eğlence – Ziyaret Niyeti (Esaret) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 51'e göre;

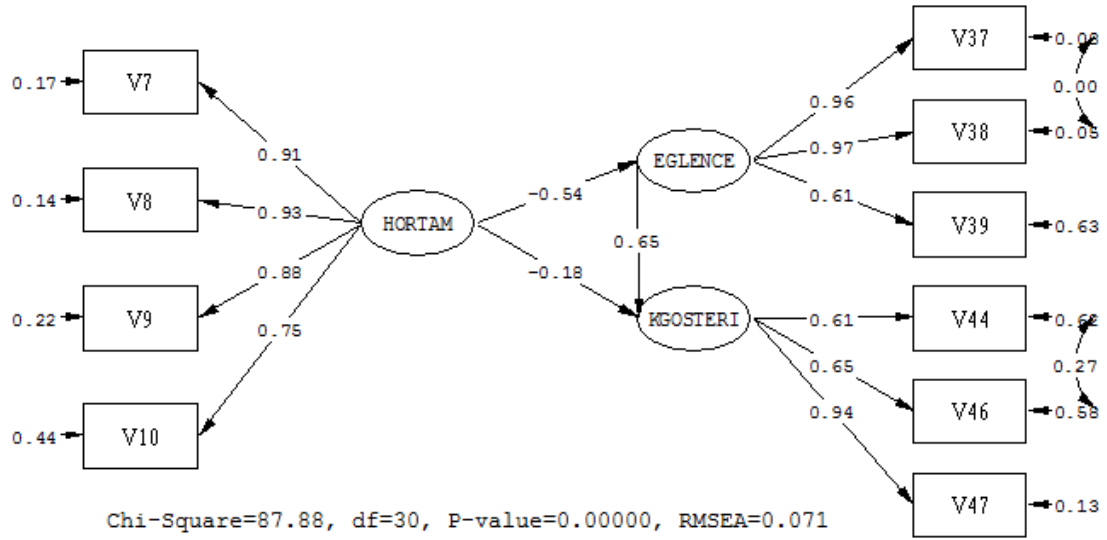
- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile hayvan odaklı turizm çekiciliklerine yönelik eğlence algısı arasında ters yönde 0,66 birimlik anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, eğlence algısını 0,66 birim azaltmaktadır (-11,073 p<0,01). Dolayısıyla H₄₄ hipotezi tekrar desteklenmiştir.

- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında ters yönde 0,12 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Belirlenen bu ilişki istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($t=-1,716$ $p=0,086$). Bu model için H_{37} hipotezi desteklenememiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliklerine yönelik eğlence algısı ile esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti arasında aynı yönde anlamlı 0,80 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliklerine yönelik eğlence algısında gerçekleşen bir birimlik artış, esaret altındaki hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret etme niyeti 0,80 birim artırmaktadır ($t=8,374$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{32} hipotezi tekrar desteklenmiştir.

Araştırmada ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısının, hayvan odaklı turizm çekiciliklerine yönelik eğlence algısına etkisi ve bu etkinin, gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda H_{33} , H_{38} ve H_{44} hipotezleri tekrar sınanmış olacaktır.

H_{33} , H_{38} ve H_{44} hipotezlerinin sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri; $\chi^2=87,88$ $df=30$ $\chi^2/df=2,93$, $RMSEA=0,071$, $NFI=0,98$, $NNFI=0,98$, $CFI=0,99$, $IFI=0,99$, $RFI=0,97$, $GFI=0,96$, $RMR=0,037$ 'dir. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin kabul edilebilir olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 52'de verilmektedir.

Şekil 52: Hayvanların Ortamı – Eğlence – Kabul Edilebilirlik (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 52'ye göre;

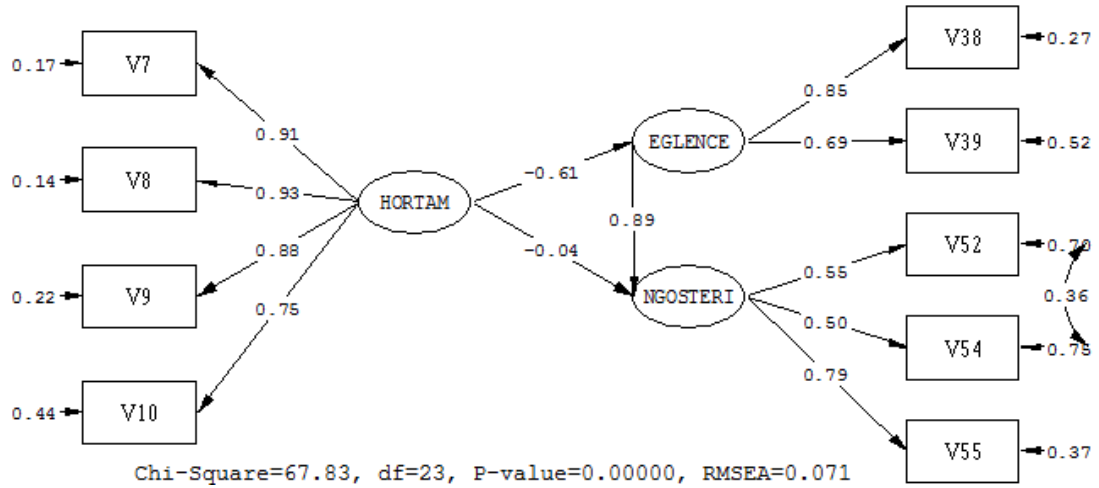
- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile hayvan odaklı turizm çekiciliklerine yönelik eğlence algısı arasında ters yönde 0,54 birimlik anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, eğlence algısını 0,54 birim azaltmaktadır ($-10,90$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{44} hipotezi tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında ters yönde 0,18 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliğini 0,18 birim azaltmaktadır ($t=-3,52$ $p<0,01$). Bu model için H_{38} hipotezi desteklenememiştir.
- Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliklerine yönelik eğlence algısı ile gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin kabul edilebilirliği arasında aynı yönde anlamlı 0,65 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin eğlence algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerinin

kabul edilebilirliğini 0,65 birim artırmaktadır ($t=9,30$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{33} hipotezi tekrar desteklenmiştir.

Araştırmada ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısının, hayvan odaklı turizm çekiciliklerine yönelik eğlence algısına etkisi ve bu etkinin, gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret niyetine olan etkisi de incelenmiştir. Bu bağlamda H_{34} , H_{39} ve H_{44} hipotezleri tekrar sınanmış olacaktır.

H_{34} , H_{39} ve H_{44} hipotezlerinin sınanmasına yönelik model için elde edilen uyum ölçütleri; $\chi^2=67,83$ $df=23$ $\chi^2/df=2,95$, $RMSEA=0,071$, $NFI=0,98$, $NNFI=0,98$, $CFI=0,99$, $IFI=0,99$, $RFI=0,97$, $GFI=0,96$, $RMR=0,027$ 'dir. Elde edilen uyum ölçüleri, yapısal modelin kabul edilebilir olduğunu göstermektedir. Yapısal eşitlik sonucu elde edilen modelin grafiği Şekil 53'de verilmektedir.

Şekil 53: Hayvanların Ortamı – Eğlence – Ziyaret Niyeti (Gösteri) Algılamaları Arasındaki İlişki



Şekil 53'e göre;

- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile hayvan odaklı turizm çekiciliklerine yönelik eğlence algısı arasında ters yönde 0,61 birimlik anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısında gerçekleşen bir birimlik artış, eğlence algısını 0,61 birim azaltmaktadır ($t=-10,94$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{44} hipotezi tekrar desteklenmiştir.
- Ziyaretçilerin hayvanların doğal ortamlarına yönelik algısı ile gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret

niyeti arasında ters yönde 0,04 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Belirlenen bu ilişki istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır. Dolayısıyla bu model için H_{39} hipotezinin kabulüne dair yeterli kanıt bulunamamıştır ($t=-0,60$ $p>0,05$).

- Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliklerine yönelik eğlence algısı ile gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret niyeti arasında aynı yönde anlamlı 0,89 birimlik bir ilişki belirlenmiştir. Ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliklerine yönelik eğlence algısında gerçekleşen bir birimlik artış, gösteri yaptırılan hayvanlar üzerinden gerçekleşen turizm çekiciliklerini ziyaret niyetini 0,89 birim artırmaktadır ($t=7,53$ $p<0,01$). Dolayısıyla H_{34} hipotezi tekrar desteklenmiştir.

Hayvan odalı turizm çekiciliklerini ziyaret edenlerin dört ölçekte toplam 12 boyuta ilişkin algılarının istatistiki yansımaları yapısal eşitlik modeli ile ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Turizm çekicilikleri içerisinde metalaştırılan hayvanların “*çıklarları*” ve bulundukları “*ortam*” modele dahil edildiğinde, ziyaretçilerin genel olarak turizm çekiciliklerine dayalı “*eğlence*”, “*aile odaklı deneyim*”, “*doğa turizmine alternatif*”, “*koruma*” ve “*eğitim*” algılamalarında azalma meydana geldiği tespit edilmiştir. İstatistiki açıdan ortaya çıkan bu durum, ziyaretçilerin belli ölçüde hayvanların da ahlaki öneme sahip olması gerektiğini söylemektedir. Başka bir deyişle Singer’ın da ifade ettiği gibi mevcut durumun iyileştirilmesi, hayvanların da çıkarlarının gözetilmesi gerekliliği, hayvan odaklı turizm çekiciliklerini ziyaret edenler tarafından da dile getirilmektedir.

Öte yandan ortaya çıkan bu tablo, hayvanların turizm çekicilikleri içerisinde metalaştırılmasının ortadan kaldırılması gerektiğini göstermemektedir. Öyle ki, model içerisinde yalnızca hayvan odaklı turizm çekiciliklerine ilişkin algılamalar dikkate alındığında, söz konusu algılamaların hayvan odaklı turizm çekiciliklerini hem kabul edilebilir bulma hem de ziyaret etme niyeti üzerinde pozitif bir etkisi bulunmaktadır. Dolayısıyla Francione’nin ifade etmiş olduğu gibi, hayvanlar birer meta olarak görülmeye devam ettiği sürece insan-hayvan ilişkisinde anlamlı farklılıklar ortaya çıkmayacaktır. Turizm sektöründe de, ziyaretçi-hayvan ilişkisi bakımından sonuç benzer olacaktır.

Ziyaretçilerin hayvan çıkarları ve hayvanların bulundukları ortama ilişkin algıları, yalnızca “bilimsel araştırma” boyutunda olumlu bir etki yaratmaktadır.

Ziyaretçiler, hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin bilimsel araştırmalarda kullanılmasının hayvanların çıkarlarını ve bulundukları ortamı iyileştirebileceğini düşünmektedirler. Bu sonuç, yapılan araştırmanın gerekliliğine dair ortaya koyulan argümanları destekler nitelikte olması bakımından önemlidir.

Özetle, ziyaretçilerin turizm çekicilikleri içerisinde metalaştırılan hayvanların çıkarlarını ve bulundukları ortamı önemsedikleri sonucuna varılabilir. Ancak bu durum, hayvanların turizmde metalaştırılmasının önüne geçememektedir. Başka bir deyişle, hayvan odaklı turizm çekiciliklerine yönelik talebin, arzı dönüştürme/değiştirme gücü yetersizdir. Bu da talebin, arzı ahlaki sorumluluk çerçevesinde baskı altına alamamasından kaynaklanmaktadır. Debord'un 21. yy toplumunu analiz ederken kullandığı “*gösteri toplumu*” kavramı, söz konusu baskının oluşturulamaması önündeki en büyük engeldir. Nitekim, metalar üzerinden yaratılan gerçekçi “sahtelikler”, gerçeğin iz düşümleri olarak dikkat çekmekte ve ilgi uyandırmaktadır.

SONUÇ

A.B.D.'nin Kaliforniya eyaletindeki SeaWorld adlı eğlence parkı, hayvan hakları savunucularının tepkisi neticesinde katil balina olarak da bilinen “Orka”larla gerçekleştirmiş olduğu gösterileri durdurma kararı almıştır. 2015 Kasım ayı içerisinde SeaWorld’un genel müdürü Joel Manby; “*Son gösteri 2017 yılında San Diego’da düzenlenecek. Gösterileri durdurma kararımızda, hayvan hakları savunucularının tepkisi üzerine A.B.D. genelindeki 11 parkta ziyaretçi sayısının düşmesi etkili oldu*” şeklinde bir açıklama yaparak, söz konusu gösterileri kaldıracaklarını ve bunun temel nedeninin talepteki azalma olduğunu vurgulamaktadır²⁴⁴. Nitekim SeaWorld CEO’su Jim Atchison, bu kararı almalarının altında yatan en önemli etkenlerden birinin de orkaların esaret altında tutulmasını konu alan ve 2013 yılında yayımlanan “*Blackfish (Siyah Balık)*” adlı belgesel olduğunu söylemektedir²⁴⁵. Yapılan açıklamada, parkın belgeselden sonra 2014 yılında ziyaretçi sayısı % 17 azalmış ve şirketin borsadaki hisseleri de yarı yarıya değer kaybetmiştir.

Bu durum, turizm – hayvan ilişkisinde metalaştırılan hayvanların bir zaferi şeklinde yorumlanabilir. Bu örnekte, turizm sektöründe hayvanların metalaştırılmasına ilişkin hayvan hakları savunucularının yaptıkları farkındalık çalışmaları neticesinde, turizm talebinin turizm arzını dönüştürmesi sağlanabilmiştir. Aynı zamanda, turizm – hayvan ilişkisi etik kuramlar bağlamında değerlendirildiğinde, turizmin hayvanlara dair ahlaki sorumluluktan uzak, antroposentrik ve faydacı (deontolojik) bakış açısı²⁴⁶ bu örnekle birlikte kırılmıştır. Bu durum, turizm sektörü içerisinde metalaştırılan tüm hayvanlar adına bir kazanım

²⁴⁴ Rupert Neate, SeaWorld to End Killer Whale Shows in Wake of Mounting Protests, **The Guardian**, 09.11.2015, <http://www.theguardian.com/us-news/2015/nov/09/seaworld-end-orca-whale-shows-san-diego> (21.11.2015).

²⁴⁵ Helen O’Hara, SeaWorld vs Blackfish: The Film that Saved the Whales, **The Telegraph**, 10.11.2015, <http://www.telegraph.co.uk/film/blackfish/seaworld-orca-whales-finding-dory/> (21.11.2015).

²⁴⁶ David Cruise Malloy ve David A. Fennell, Codes of Ethics and Tourism: An Exploratory Content Analysis, **Tourism Management**, Cilt:5, Sayı:19, 1998, s.460.

şeklinde görülebilir. Öyle ki, hayvan odaklı çekiciliklere yönelik farkındalık sahibi olan talebin arz üzerindeki etkisi ile turizmin sektöründe esaret altında tutulan, yarışmaya maruz bırakılan, işçi olarak çalıştırılan veya gösteri yaptırılan hayvanların ahlaki statü kazanmaları sağlanabilir. Bu sayede Regan ve Francione'nin ifade ettiği hayvanların ahlaki ve yasal zeminde hak sahibi olabilmelerinin de önü açılabilir. Bu durum, Fennell'in "*kafeslerin büyümesi ve iyileştirilmesi değil (hayvan refahı), ortadan kaldırılması (hayvan hakları)*" şeklinde turizmde hayvan haklarının gözetilmesi gerektiği yönündeki savunusuna denk düşmektedir²⁴⁷. Bu tez çalışmasında da, turizmin hayvanlara dair ahlaki sorumluluğu tam da bu temel argüman üzerine kuruludur. Başka bir ifadeyle, turizmin hayvanlara yönelik ahlaki sorumluluğu sektörel olarak kendinin ve turizme katılan insanların çıkarlarını nasıl etkilediğinden bağımsız onlara verdiği ahlaki önem ile doğru orantılıdır. Dolayısıyla turizm – hayvan ilişkisinde, turizmin ahlaki olup olmadığı metalaştırılan bir yunusun, bir atın veya bir şempanzenin gönencinin ya da çıkarlarının önemsenip önemsenmediği ile ilgilidir. Bu da mevcut durumun, yani hayvanlara üzerinden yaratılan meta üretiminin bir eleştirisi ile mümkün olabilmektedir.

İnsan – hayvan ilişkisinde geçmişten devşirilen misoterik anlayışa ek olarak antroposentrik, deontolojik ve türcü bakış, turizmin pragmatist tavrı ile birleşerek metalar dünyasında hayvanların turizmin ekonomik araçsallığı içerisinde kullanılmalarını meşru kılmaktadır. Dolayısıyla hayvanların turizmde ahlaki statü sahibi olmaları gerekliliği de göz ardı edilmektedir. Bu durum tezin giriş kısmında sözü edilen ve bu çalışmanın çıkış noktası olan felsefi düzlemdeki o soruyu yeniden akla getirmektedir: "*Hayvan odaklı turizm faaliyetine katılmanın ya da bu faaliyetler içerisindeki zevk ve tercihlerin ahlaki yükü, hayvanların metalaştırılması karşısındaki ahlaki yüke ağır mı basıyor?*"

Tezin kümülatif olarak bu soruya verdiği yanıt hem felsefi tartışmalar içerisinde hem de elde edilen sonuçlar neticesinde "evet" yönündedir. 2007 yılında hayvanat bahçelerini ziyaret edenler üzerinde yapılan çalışmada, ziyaretçilerin hayvanat bahçelerini ziyaret etmelerinin temel nedeninin "eğlence" olduğu sonucuna

²⁴⁷ David A. Fennell, "Tourism and Animal Rights", **Tourism Recreation Research**, Cilt:2, Sayı:37, 2012, s.158.

varılmıştır²⁴⁸. Tezin araştırma kısmında da, betimleyici istatistikler neticesinde ziyaretçilerin hayvan odaklı çekicilikleri ziyaret etme nedenleri sırasıyla “doğa turizmine alternatif”, “eğitim aracı” ve “aile odaklı deneyim” şeklindedir. Buradan hareketle, hayvan odaklı turizm faaliyetlerine katılanların hayvanların metalaştırılması karşısında ahlaki bir sorumluluğa sahip olmadıkları sonucuna varılmaktadır. Yine hayvan odaklı turizm çekiciliklerine sahip işletmelerin yöneticileri ile yapılan görüşmelerden elde edilen sonuçlarda da hayvanlara dair ahlaki önemin göz ardı edildiği bulgulanmıştır. Kısacası hem arz hem de talep boyutunda, hayvan odaklı çekiciliklerin hayvanların çıkarlarını ya da gönencini dikkate aldığı ve bu yönüyle ahlaki kaygıları olduğu tam olarak söylenememektedir.

Felsefî açıdan turizm sektöründeki mevcut durum ele alındığında, hayvanların da kendilerini koruma ve yaşamlarını sürdürme amaçlarıyla acıdan kaçma, zevk aldığı davranışı tekrarlama gibi bir yaşamın öznesi olduklarını ve bu nedenle de ahlaki bir statüye sahip olmaları gerektiği sonucu çıkmaktadır. Öyle ki Wood, Korsgaard gibi düşünürler Aristoteles, Kant gibi hayvanların rasyonel olmadıkları ve bu nedenle ahlaki değere sahip olmayacakları yönündeki türcü bakışı reddederek, yaşayan her canlı için yaşamını sürdürmenin doğal bir erek olduğunu, hayatın kendisinin bir değer ve ahlak biçimi olduğunu ve bu nedenle her canlının ahlaki değere sahip olması gerektiğini ifade etmektedirler²⁴⁹. Bu savunu, turizmin hayvanlara yönelik antroposentrik, türcü ve Kantçı deontolojik anlayışına da karşı çıkmak şeklinde kabul edilebilir.

Bu bağlamda, Schopenhauer ise insan – hayvan birlikteliği üzerinde durarak, insan ile hayvan arasındaki farklılığın tamamen ikincil bir unsura bağlı olduğunu ve bunun bilgi kapasitesi olduğunu vurgulamaktadır²⁵⁰. Ancak bu durumun, hayvanların ahlaki önemden yoksun, insanların amaçları uğruna birer araç oldukları anlamına

²⁴⁸ Sharon Linke ve Caroline Winter, “Conservation, Education or Entertainment: What Really Matters to Zoo Visitors?”, **Zoos and Tourism**, Ed. Warwick Frost, Channel View Publications, New York, 2011, s.80.

²⁴⁹ Aktaran: Tuğba Ayas Önel, “Hayvanların Ahlaki Statüsü: Kantçı Bakış Açısına Farklı Yaklaşımlar”, **Cogito Felsefede Hayvan Sorusu**, Ed. Şeyda Öztürk, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, Sayı:80, Bahar 2015, s. 148.

²⁵⁰ Edouard Sans, **Schopenhauer**, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara, 2006, s.96.

gelemeyeceğini de ifade etmektedir. Nitekim bu söyledikleri, düşünürün gündelik hayatta kendi köpeğine “Atma (dünyanın ruhu)” şeklinde seslenişi ve insanın aklının ya da rasyonelliğinin karşısına köpeğinin içgüdüsel ve şeffaf tavrını koymasıyla somutlaşmaktadır²⁵¹.

Schopenhauer’ın insan – hayvan ilişkisine yönelik bu yaklaşımı, günümüz hayvan etiği tartışmaları içerisinde önemli bir yer tutan Singer, Regan ve Francione’nin kuramlarında da farklı şekillerde ortaya çıkmaktadır. Nitekim Singer daha çok hayvan refahı bağlamında bir ahlaki önemden söz ederken, Regan hayvan hakları bağlamında bir yaşamın öznesi olan hayvanların ahlaki statüye sahip olmaları gerektiğini ifade etmektedir. Francione ise belli ölçüde Regan’a katılmakla birlikte, yalnızca bir yaşamın öznesi olan hayvanlar değil tüm canlılar için eşit gözetilme ilkesine bağlı olarak bir ahlaki statüden ve yasal haklardan bahsetmektedir.

Bu üç yaklaşım içerisinde Regan ve Francione’nin kuramları, Fennell’in turizmde hayvanların ahlaki olarak gözetilmeleri gerekliliğine yaptığı vurgu bağlamında ön plana çıkmaktadır. Özellikle Francione’nin eşit gözetilme ilkesi kuramının tüm canlıları kapsıyor oluşu, turizm sektöründe metalaştırılan hayvanlar düşünüldüğünde daha bütünsel bir eleştirinin yapılabilmesine olanak sağlamaktadır. Ancak Regan’ın “kafesler boşalsın” söylemi de turizmde esaret altında tutulan hayvanların ahlaki statüye sahip olmaları gerekliliğine yaptığı vurgu açısından önemlidir.

Tüm bu bilimsel ve felsefi söylemler üzerinde şekillenen tezin, ortaya koymuş olduğu çok farklı sonuçlar ve öneriler bulunmaktadır. Söz konusu sonuç ve öneriler, hayvan odaklı çekicilikleri talep edenler ve sunanlar, başka bir ifadeyle arz ve talep açısından iki boyutta ele alınmakta ve aşağıdaki gibi sıralanmaktadır.

- Çalışmada, hayvan odaklı turizm çekiciliklerini ziyaret edenlere yönelik bir profil ortaya konulmaktadır. Söz konusu çekicilikleri ziyaret edenlerin genellikle; evli, 18 yaşından küçük bir ya da daha fazla çocuğu olan, eğitim ve gelir seviyesi yüksek, daha çok özel sektör çalışanı, 25 – 45 yaş aralığındaki kişilerdir.

²⁵¹ Sans, s.97.

- Ziyaretçilerin % 72'si evlerinde herhangi bir hayvan beslememektedir. Hayvanlara yönelik yapılan kampanyalarda ise % 46'lık bir kesim maddi destek sağlamaktadır. Hayvanlarla ilgili bir STK üyeliği ise yalnızca % 13'tür.
- Ziyaretçilerin yaklaşık olarak % 90'ı son üç yıl içerisinde hayvan odaklı bir çekiciliği bir ya da birden fazla kez deneyimlediğini ifade etmektedir.
- Ziyaretçilerin söz konusu çekiciliklere genellikle eşleri ve çocuklarıyla beraber gittikleri sonucuna varılmıştır. Bu durum, ziyaretçilerin hayvan odaklı turizm çekiciliklerine ilişkin düşüncelerini belirlemeye dönük ölçeğin betimleyici istatistiklerinde en yüksek ortalamaya sahip ilk beş ifadeden biri olan “aile odaklı deneyim” ile paralellik göstermektedir.
- Ziyaretçiler, hayvan odaklı turizm işletmelerini genellikle ya hassa olarak tanımlamakta, ya da kararsız olduklarını belirtmektedirler. Bu durum, ziyaretçilerin hangi noktalara bakarak işletmeyi hayvanlara yönelik hassas bulup bulmadıklarını değerlendirme güçlüğü yaşadıklarını göstermektedir. Ayrıca, söz konusu işletmelerin de ziyaretçilerine yönelik sağlıklı bir halkla ilişkiler faaliyeti yürütemedikleri ve hayvanlara yönelik gerçekleştirdikleri faaliyetlerden onları haberdar etmedikleri sonucu da çıkarılabilir.
- Ziyaretçiler, kendilerini daha çok ekosentrik olarak görmektedirler. Nitekim katılımcıların % 85'i kendilerini doğanın bir parçası olarak görüp görmemeye ilişkin ortalama ve üzeri puan vermişlerdir. Ancak esaret altında tutulan hayvanları seyretmeye ya da görmeye giden ziyaretçilerin, hayvanları ne ölçüde doğanın bir parçası olarak gördükleri ise tartışmaya açıktır. Öyle ki ziyaretçiler, hayvan odaklı çekicilikler içerisinde esaret altında tutulan hayvanlara “kötü muamele edilmemesi” ve “eziyet edilmeden eğitilmesi” ifadelerinde en yüksek ortalamaya sahiptirler. Söz konusu çekicilikleri “doğa turizminin bir alternatifi” şeklinde görmeleri ise, hayvanların insanların zevk ve eğlence amaçları için bir araç ya da bir meta olarak kullanılmalarını destekler niteliktedir. Kısacası ziyaretçiler kendilerini ekosentrik olarak tanımlasalar da, uygulamada antroposentrik oldukları sonucu çıkmaktadır.
- Turizmin hayvanlara yönelik ahlaki sorumluluğu hem arzı hem de talebi kapsamaktadır. Ancak talebin arzı dönüştürme/ değiştirme özelliğinden

dolayı, hayvanlara yönelik ahlaki sorumluluk talep açısından çok daha önemlidir. Nitekim sonuç kısmının girişinde verilen SeaWorld örneğinde bu durum net bir şekilde ortaya konulmaktadır.

- Ziyaretçiler belli ölçüde hayvanlara yönelik ahlaki önemin verilmesi gerektiğini belirtse de, yaşamın öznesi olma ya da eşit ahlaki statü konularında yetersiz bir algıya sahiptirler. Ziyaretçilerin bu algısı, hayvan odaklı çekicilikleri sunanların ahlaki bir baskı ile karşılaşmamalarını sağlamaktadır.
- Hayvan odaklı çekiciliklere sahip turizm işletmelerinin hayvan hakları konusunda çalışan STK'lardan çekindikleri ve bu nedenle onlarla görüşme yapmak istememektedirler. Bu durum, oluşabilecek kamuoyu baskısından korktuklarını ve dünyada hayvanların ahlaki ve yasal zemindeki kazanımlarından hareketle, kendi maddi kazanımlarını kaybetme endişelerini göstermektedir.
- Kamuoyu bakışı oluşturma noktasında, turizm yazınındaki çalışmaların artması gerekliliği de açıktır. Türkiye'de turizme yönelik eleştirel çalışmaların yapılmaması, turizm sektörünün makyavelist tavrını desteklemek anlamına gelmekte ve hayvanların yalnızca birer meta olarak görülmeye devam etmesi kaçınılmaz olmaktadır. Söz konusu makyavelist tavrı desteklemek ise beraberinde; antroposentrik, misoterik ve türcü bir bakışın meşru zeminini güçlendirmektedir. Bu meşru zemin sürdürülebilir kılınmak istenen turizm sektörünün önündeki en büyük engellerden birisidir.
- Turizm sektörüne yönelik devlet politikaları yalnızca turist sayısı ve turizm geliri ile ilgili kaygıları değil, etik kaygıları da içerisinde barındırmalıdır. Başka bir ifade ile turizm yalnızca ekonomik yönden araçsallaştırılmamalıdır.
- Turizm sektöründeki tüm kafesler Regan'ın dediği gibi boşaltılmalıdır. Mevcut koşullarda iyileştirme yapmak, hayvan refahı ile ilgili bir konudur. Kafesleri boşaltmak ise, turizm sektöründe hayvan haklarını ahlaki ve yasal zeminde kabul etmek anlamına gelmektedir.
- Hayvanların birer meta olarak farklı alanlarda kullanılmalarını ortadan kaldırmak ise simülarklar ve simülasyonlar üzerinden sunulacak deneyimler ile mümkün olabilir. Bu çözümün en önemli örneği hayvan temalı parklardır.

Ziyaretçi sayısı ve elde ettikleri gelir bakımından söz konusu parklar diğer hayvan odaklı çekicilikler ile yarışabilmekte ve bunu, esaret altına aldığı hayvanlar üzerinden değil, simülasyonlar üzerinden gerçekleştirmektedir.

Tüm bu sonuçlar araştırmanın nicel ayağından elde edilen bulgulara ilişkin olmakla birlikte, araştırmanın nitel ayağından, yani görüşmelerden elde edilen bulgulara ilişkin sonuçlar da önemlidir. Hayvan odaklı turizm çekiciliklerine sahip işletmelerin yöneticilerinin verdikleri yanıtlar, söz konusu işletmelerin de hayvanların metalaştırılması konusunda etik bir kaygıya sahip olmadıklarına işaret etmektedir. Öyle ki nitel ve nicel araştırmanın sonuçları karşılaştırıldığında, hem hayvan odaklı çekicilikleri ziyaret edenlerin (talep), hem de bu çekicilikleri sunanların (arz) hayvanların çıkarlarını ve bulundukları ortamı öncelikli olarak düşünmediklerini, hatta göz ardı ettiklerini ortaya koymaktadır. İşletmeler için öncelikli olan ekonomik kaygılarken, ziyaretçiler için ise hayvan odaklı çekiciliklere yönelik olarak eğlence, eğitim ve doğa turizmine alternatif algılamaları ile bu algılamaların söz konusu çekicilikleri kabul edilebilir bulma ve ziyaret etme niyetine olan olumlu etkisidir. Araştırma neticesinde ortaya çıkan ilişki Ek – 4’te model olarak verilmektedir. Modelde, arz ve talep açısından etik kaygılar olmadığında turizm sektörünün hayvanlar üzerinden önemli bir çekim unsuru oluşturduğu ve bu durumun ziyaretçileri ve işletmeleri memnun ettiği anlatılmaktadır. Ancak metalaştırılan hayvanların çıkarları ve bulundukları ortam dikkate alındığında, hem arz hem de talep için negatif yönlü bir korelasyon söz konusu olmaktadır. Dolayısıyla ne arz ne de talep için hayvanlara yönelik olan davranışlarda anlamlı farklılıkların gerçekleşmesi mümkün olamamaktadır. Bu sonuç da, turizmin hayvanlara yönelik ahlaki sorumluluktan uzak, ekonomik araçsallık ile pragmatist tavrın hükümrانlığında hayvanları birer meta olarak gören, türcü, antroposentrik bir bakışı yansıtmaktadır. Buradan hareketle, turizm ve hayvan etiği konusundaki eleştirel ampirik çalışmaların sayısının artması ve uluslararası karşılaştırmaların yapılabilmesi, söz konusu bakışın değiştirilebilmesi adına tek çıkar yol olduğu söylenebilir ki Fennell’in da ifadesi bu yöndedir²⁵².

²⁵² David A. Fennell, “Tourism and Animal Welfare”, **Tourism Recreation Research**, Cilt: 3, Sayı:38, 2013, s. 336.

Özetle, turizm sektöründe hayvanlar yalnızca birer meta olarak görülmeye devam ettiği sürece gerek talep gerek arz yönünde hayvanlara yönelik bakış açısında anlamlı farklılıklar yaşanamayacaktır. Bu durumun devam etmesi ise, Smith ve Duffy'nin ifadesinin gerçekleşmiş halini gösterecek, yani *turizmin, ahlaki dahi satın almayı başaran bir endüstriden öte olmadığını ispatı olacaktır.*

KAYNAKÇA

AASA. <http://animalstudies.org.au/> (23.10.2015)

ABTA. <http://abta.com/about-abta/raising-standards/animal-welfare> (23.10.2015)

ABTA. **Global Welfare Guidance for Animals in Tourism**, https://c0e31a7ad92e875f8eaa-5facf23e658215b1771a91c2df41e9fe.ssl.cf3.rackcdn.com/publications/GWforAnimalsinTourism_web.pdf (23.10.2015).

ADI. Circus Bans, **An Expanding List of Worldwide Circus Bans**, <http://www.stopcircussuffering.com/circus-bans/> (06.11.2015)

AFP. Boxing Orangutans a Throwback as Thailand Warms to Animal Rights, 01.09.2015, <http://tribune.com.pk/story/948705/boxing-orangutans-a-throwback-as-thailand-warms-to-animal-rights/> (11.11.2015).

Alpar, Reha. **Spor, Sağlık ve Eğitim Bilimlerinden Örneklerle Uygulamalı İstatistik ve Geçerlik – Güvenirlik**, Detay Yayıncılık, Ankara (Üçüncü Baskı), 2014.

An Interview with Professor Gary L. Francione on the State of the U.S. **Animal Rights Movement**, <http://www.animalfreedom.org/english/column/francione.html> (17.10.2015).

Argın, Şükrü. "Kapitalist Toplumda İşin ve İşgücünün Kaderi: Fordizmden Post-Fordizme", **Birikim Dergisi**, Cilt: 41, Sayı:1, 1992, ss.16-28.

Argın, Şükrü. **Yaşlanan İnsanlık, Gençleşen Kapitalizm**, Agora Kitaplığı, İstanbul, 2009.

Aytaç, Ömer ve Süleyman İlhan. "Yeni Kapitalizmin Kaotik Evreni: Belirsizlik, Sömürü ve Ahlaki Kriz", **DEÜ Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt:10, Sayı:1, 2008, ss.182-210.

Aytaç, Ömer. "Kapitalizm ve Boş Zaman", **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt:6, Sayı:1, 2005, ss. 1-22.

Aytekin, Deniz. “Hindistan'dan Gol Haberi: Hayvan deneyleri Yasaklandı”, **Yeşilist Platformu**, <http://www.yesilist.com/cms.php?u=hindistan-dan-gol-haberi-hayvan-deneyleri-yasaklandi&id=1471> (06.11.2015)

Baker, Lawrence W. **Animal Rights and Welfare**, Greenwood, Denver, 2015.

Ballantyne, Roy, Jan Packer, Karen Hughes ve Lynn Dierking. “Conservation learning in Wildlife Tourism Settings: Lessons from Research in Zoos and Aquariums”, **Environmental Education Research**, Cilt: 3, Sayı: 13, 2007, ss. 367-383.

Baudrillard, Jean. **Simülarklar ve Simülasyon**, çev. Oğuz Adanır, Doğu Batı Yayınları, Ankara (8. Basım), 2014.

Bauman, Zygmunt. **Özgürlük**, çev. Vasıf Erenus, Sarmal Yayınları, İstanbul, 1997.

Beardsworth, Alan ve Alan Bryman. “The wild animal in Late Modernity: The case of the Disneyization of Zoos”, **Tourist Studies**, Cilt: 1, Sayı: 1, 2001, ss. 83-104.

Bianchi, Raoul V. “The ‘Critical Turn’ in Tourism Studies: A Radical Critique”, **Tourism Geographies**, Cilt: 4, Sayı: 11, 2009, ss.483-504.

Bianchi, Raoul V. “Tourism, Capitalism and Marxist Political Economy”, **Political Economy of Tourism: A Critical Perspective**, Ed. Jan Mosedale, Routledge, Abingdon, 2011, ss.17-37.

Bianet. “Hindistan’da Kaz Ciğeri Yasaklandı”, **Bağımsız İletişim Ağı**, <http://bianet.org/bianet/hayvan-haklari/157148-hindistan-da-kaz-cigeri-yasak> (06.11.2015)

Bozkurt, Veysel. **Püritanizmden Hedonizme Yeni Çalışma Etiği**, Alesta Yayınları, Bursa, 2000.

Brown, Martyn. Santorini Donkeys Still Suffer, **Express**, 23.05.2009, <http://www.express.co.uk/news/uk/102837/Santorini-donkeys-still-suffer> (18.09.2015).

Bulbeck, Chilla. "The Nature Dispositions of Visitors to Animal Encounter Sites in Australia and New Zealand", **The Journal of Sociology**, Cilt: 2, Sayı: 35, 1999, ss.129-148.

Butterfield, Max E., Sarah E. Hill ve Charles G. Lord, "Mangy Mutt or Furry Friend? Anthropomorphism Promotes Animal Welfare", **Journal of Experimental Social Psychology**, Cilt: 4, Sayı: 48, 2012, ss.957-960.

Butynski, Thomas M. ve Jan Calina. "Gorilla Tourism: A Crtical Looook", **Conservation of Biological Resources**, Eds. E.J. Milner-Gulland and Ruth Mace, Blacwell Science, Oxford, 1998 (Online Published 2009), ss.294-388.

Caribbean Tourism Organization. "Bird Watching", **Briefing Report**, 2009, <http://www.onecaribbean.org/content/files/BirdwatchingCaribbeanNicheMarkets-2.pdf> (21.10.2015).

Carson, Jonathan. "New Zealand Legally Recognises Animals as 'Sentient' Beings", **Nelson Mail Story**, 09.05.2015, <http://www.stuff.co.nz/nelson-mail/68363264/New-Zealand-legally-recognises-animals-as-sentient-beings> (06.11.2015)

Cem CB. "Bir Zafer Daha: Hindistan'da Boğa Güreşleri ve Yarışları Yasaklandı", **Hayvan Özgürlüğü Çevirileri**, 10.05.2014, <http://hayvanozgurlugucevirileri.com/2014/05/10/bir-zafer-daha-hindistanda-boga-guresleri-ve-yarislari-yasaklandi/> (06.11.2015)

Cem CB. "Fransız Parlamentosu Karar Verdi: Hayvanlar İnsanlara Ait Değil", **Hayvan Özgürlüğü Çevirileri**, 18.04.2014, <http://hayvanozgurlugucevirileri.com/2014/04/18/fransiz-parlamentosu-karar-verdi-hayvanlar-insanlara-ait-degil/> (06.11.2015)

Cem CB. "Müjde! Çin 420 Hayvan Türünün Avlanmasına ve Gıda Olarak Tüketilmesine Yasak Getirdi", **Hayvan Özgürlüğü Çevirileri**, 28.04.2014, <http://hayvanozgurlugucevirileri.com/2014/04/28/mujde-cin-420-hayvan-turunun-avlanmasına-ve-gıda-olarak-tüketilmesine-yasak-getirdi/> (06.11.2015)

Cem CB. “Porto Riko Başkentinde Atlı Arabaların Kullanılması Yasaklandı”, **Hayvan Özgürlüğü Çevirileri**, 23.04.2015, <http://hayvanozgurlugucevirileri.com/2015/04/23/porto-riko-baskentinde-atli-arabalarin-kullanilmasi-yasaklandi/> (06.11.2015)

Cem CB. “Yeni Delhi Yüksek Mahkemesi Kafesleri Yasakladı; Kuşların Özgürce Uçma ve Temel Yaşam Haklarını Tanıdı”, **Hayvan Özgürlüğü Çevirileri**, 19.05.2015, <http://hayvanozgurlugucevirileri.com/2015/05/19/yeni-delhi-yuksek-mahkemesi-kafesleri-yasakladi-kuslarin-ozgurce-ucma-ve-temel-yasam-haklarini-tanidi/> (06.11.2015)

Cem CB. “Zafer! Meksika Büyük Beyaz Köpekbalığı Avını Yasaklıyor!”, **Hayvan Özgürlüğü Çevirileri**, 10.02.2014, <http://hayvanozgurlugucevirileri.com/2014/02/10/zafer-meksika-buyuk-beyaz-kopekbaligi-avini-yasakliyor/> (06.11.2015)

Cem CB. ”Tecavüzün Gerçekten Meşru Olduğu Yer”, **Hayvan Özgürlüğü Çevirileri**, 25.08.2012, <http://hayvanozgurlugucevirileri.com/2012/08/25/tecavuzun-gercekten-mesru-oldugu-yer/> (28.07.2015).

Cem CB. Malta’da sirklerde Hayvan Kullanımı Yasaklandı, **Hayvan Özgürlüğü Çevirileri**, 26.10.2014 <http://hayvanozgurlugucevirileri.com/2014/10/26/maltada-sirklerde-hayvan-kullanimi-yasaklandi/> (06.11.2015)

Cevizci, Ahmet. **Felsefe Tarihi**, Say Yayınları, İstanbul, 2009.

Chris Green, End the Transport of Exotic Animal Hunting Trophies, **Chance.org**, <https://www.change.org/p/delta-air-lines-end-the-transport-of-exotic-animal-hunting-trophies> (20.10.2015).

Clark, Anne. “At Last! Denmark Bans Bestiality”, **PETA**, 07.04.2015, <http://www.peta.org.uk/blog/denmark-bans-bestiality/> (06.11.2015)

Cloke, Paul ve Harvey C. Perkins. “Cetacean performance and tourism in Kaikoura, New Zealand”, **Environment and Planning D: Society and Space**, Cilt: 6, Sayı:23, 2005, ss.903-924.

Cohen, Erik. “The Wild and The Humanized: Animals in Thai Tourism”, **Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research**, Cilt: 1, Sayı:20, 2009, ss.100-118.

Corazon Catibog-Sinha. “Zoo Tourism: Biodiversity Conservation Through Tourism”, **Journal of Ecotourism**, Vol.7(2-3), 2008, ss.160-178.

CREST. <http://www.responsibletravel.org/home/about.html> (23.10.2015)

CREST. **Our Partners**, <http://www.responsibletravel.org/partners/index.html> (24.10.2015).

Cruise, Adam. “Filleri Öldürerek Soylarını Kurtarabilir miyiz?”, **National Geographic**, 13.08.2015, <http://nationalgeographic.com.tr/makale/kesfet/filleri-oldurerek-soylarini-kurtarabilir-miyiz/2548> (06.11.2015)

Çalık, Azade Özlem ve Gülsel Çiftçi. “Animal Ethics in Tourism”, **International Journal Of Business and Management Studies**, Cilt: 1, Sayı: 5, 2013, ss.43-53.

Çokluk, Ömay, Güçlü Şekercioğlu ve Şener Büyükoztürk. **Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve Lisrel Uygulamaları**, 2.Baskı, Pegem Akademi, Ankara, 2012.

Daily Mail Reporter. “Pictured: The Amazing Monkey Waiters That Serve Tables in a Japanese Restaurant“, **Daily Mail Online**, 07.10.2008, <http://www.dailymail.co.uk/news/article-1071289/Pictured-The-amazing-monkey-waiters-serve-tables-Japanese-restaurant.html> (21.07.2015).

Debord, Guy. **Gösteri Toplumu ve Yorumlar**, çev. Ayşen Ekmekçi ve Okşan Taşkent, Ayrıntı Yayınları (Beşinci Basım), İstanbul, 2014.

Degrazia, David. **Hayvan Hakları**, çev. Hakan Gür, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara, 2006.

DeLeeuwa, Jamie L., Luke W. Galenb, Cassandra Aebersoldc ve Victoria Stantonc. “Support for Animal Rights as a Function of Belief in Evolution, Religious Fundamentalism and Religious Denomination”, **Society and Animals**, Sayı:15, 2007, s.353-363.

Deontology. **Stanford Encyclopedia of Philosophy**,
<http://plato.stanford.edu/entries/ethics-deontological/> (22.10.2015)

Descartes, René. “Animals are Machines” **In Environmental Ethics: Divergence and Convergence** (Eds. S. J. Armstrong and R. G. Botzler), McGraw-Hill, New York, 1993, ss.281-285.
http://home.cogeco.ca/~drheault/ee_readings/West/Descartes.pdf (20.10.2015).

Destici, Ahmet. “Av Turizminde İspanya Modeli”, **Milliyet**, 20.04.2008,
<http://www.milliyet.com.tr/av-turizminde-ispanya-modeli/ekonomi/ekonomidetay/21.04.2008/519210/default.htm> (21.09.2015).

Deve Güreşi. 2015-2016 Sezonu Deve Güreşleri Takvimi. **Deve Güreşi Bilgi Ağı**,
<http://www.deveguresi.net/2015-2016-sezonu-deve-guresi-takvimi.html>
(08.11.2015).

Engelsiz Tatil. **İstanbul Büyükada Turu**, <http://www.engelsiztatil.org/#!/Istanbul-Buyukada-Turu/cvy3/F6D93F08-A784-4ACC-9F98-093370D3EE2E> (28.10.2015).

EPA Photo. Animal Shows Draw Protests, Photos, **Bangkok Post**, 15.08.2014,
<http://www.bangkokpost.com/photo/photo/426933/animal-shows-draw-protests>
(18.11.2015).

Fennell, David A. “The Status of Animal Ethics Research in Tourism: A Review of Theory”, **Animals and Tourism: Understanding Diverse Relationships**, Ed. Kevin Markwell, Channel View Publications, UK, 2015, ss.27-43.

Fennell, David A. **Tourism Ethics**, Clevedon, UK, Channel View Publications, 2006.

Fennell, David A. “Tourism and Animal Rights”, **Tourism Recreation Research**, Cilt:2, Sayı:37, 2012, ss.157-166.

Fennell, David A. **Tourism and Animal Ethics**, Routledge, New York, 2012.

Fennell, David A. “Tourism and Animal Welfare”, **Tourism Recreation Research**, Cilt: 3, Sayı:38, 2013, ss. 325-340.

Fletcher, Robert. "Sustaining Tourism, Sustaining Capitalism? The Tourism Industry's Role in Global Capitalist Expansion", **Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment**, Cilt: 3, Sayı: 13, 2011, ss.443-461.

Francione, Gary L. **Animals as Persons**, Columbia University Press, New York, 2009.

Francione, Gary L. **Hayvan Haklarına Giriş: Çocuğunuz Mu Köpeğiniz Mi? (HHG)**, Çev. Renan Akman ve Elçin Gen İletişim Yayınları, İstanbul, 2008.

Fridman, Monterado. Pony's New Life, **Borneo Orangutan Survival Foundation Article**, 25.07.2015, <http://orangutan.or.id/ponys-new-life-2/> (22.10.2015).

Frost, Warwick (Ed.). Zoos and Tourism Conservation, Education, Entertainment. Channel View Publications: Bristol-Buffalo-Toronto, 2011.

Gibson, Chris. "Geographies of Tourism: Critical Research on Capitalism and Local Livelihoods", **Progresses in Human Geography**, Cilt: 4, Sayı: 33, 2009, ss.527-534.

Gill, James E. "Theriophily İn Antiquity: A Supplementary Account". **Journal of the History of Ideas**, Cilt: 3, Sayı: 30, 1969, ss. 401-412.

Goralnik, Lissy ve Michael P. Nilson. "Anthropocentrism", **Encyclopedia of Applied Ethics** (2nd Edition), Ed.Ruth Chadwick, 2012, ss.144-155.

Günel, Asena. "Otantik' Olanı Aramak", **Birikim Dergisi**, Sayı:111-112, Temmuz-Ağustos 1998, ss.109-113.

Gündoğan, Ali Osman. **Felsefeye Giriş**, Dem Yayınları, İstanbul, 2010.

Haber Merkezi. Adalar'da Akülü Fayton Dönemi, **Güncel Posta**, 28.03.2012, http://www.guncelposta.com/ADALAR/5371Adalarda_akulu_fayton_donemi....html (28.10.2015).

Haber Merkezi. Hindistan'da Hayvanların Dini Nedenlerle Kurban Edilmesini Yasaklandı, **T24 Bağımsız İnternet Gazetesi**, 30.10.2014, <http://t24.com.tr/haber/hindistanda-hayvanlarin-dini-nedenlerle-kurban-edilmesini-yasaklandi,275526> (06.11.2015)

Haber Merkezi. Katalonya'da Boğa Güreşi Yasaklandı, **CNN Türk**, 26.09.2011, <http://www.cnnturk.com/2011/dunya/09/26/katalonyada.boga.guresi.yasaklandi/630656.0/> (06.11.2015)

Haber Merkezi. Kıbrıs'da Hayvanlı Sirkler Yasaklandı, **Radikal**, 02.07.2013, <http://www.radikal.com.tr/hayat/kibrisda-hayvanli-sirkler-yasaklandi-1140117/> (06.11.2015)

Haber Merkezi. Meksika'da Hayvanların Sirklerde Kullanılması Yasaklandı, **Hürriyet**, 12.12.2014, <http://www.hurriyet.com.tr/meksikada-hayvanlarin-sirklerde-kullanilmasi-yasaklandi-27759629> (06.11.2015)

Haber Merkezi. Orangutan Hakları, **BBC**, 22.12.2014, http://www.bbc.com/turkce/haberler/2014/12/141222_orangutan_haklari (06.11.2015)

Haber Merkezi. Yunuslar Artık Hindistan'da Özgür: Yunuslar, İnsan Olmayan Birey İlan Edildi, **Yeşil Gazete**, 29.07.2013, <https://yesilgazete.org/blog/2013/07/29/yunuslar-artik-hindistanda-ozgur-yunuslar-insan-olmayan-birey-ilan-edildi/> (06.11.2015)

Hall, Derek R. ve Frances Brown. **Tourism and Welfare: Ethics, Responsibility and Sustained Well-being**, CABI, UK and USA, 2006.

Hall, Derek ve Frances Brown. "Towards a Welfare Focus for Tourism Research", **Progress in Tourism and Hospitality Research**, Cilt: 1, Sayı: 2, 1996, ss.41-57.

Hall, Derek, Lesley Roberts, Françoise Wemelsfelder ve Marianne Farish. "Animal Attractions, Welfare and the Rural Experience Economy", **New Directions in Rural Tourism**, Eds. Derek Hall ve Morag Mitchell, Ashgate, London, 2003, ss.90-101.

HAYTAP. **Hayvanat Bahçeleri Gerçeği**, <http://www.haytap.org/index.php/hayvanat-bahceleri> (04.11.2015).

Holden, Andrew. **Tourism Studies and the Social Sciences**, Routledge, London and New York, 2005.

Hooper, Daire, Joseph Coughlan ve Michael Mullen. “Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit”, **The Electronic Journal of Business Research Methods**, Cilt: 1, Sayı:6, 2008, ss.53-60.

Hox, Joop J. ve Timo Bechger. “An Introduction to Structural Equation Modeling”, **Family Science Review**, Sayı:11, 1998, ss. 354-373.

IFAW. “Whale Watching Worldwide Tourism Numbers, Expenditures and Expanding Economic Benefits, **A Special Report From the International Fund for Animal Welfare**, 2009
http://www.ifaw.org/sites/default/files/whale_watching_worldwide.pdf (20.10.2015).

IFAW. <http://www.ifaw.org/international/about-ifaw> (23.10.2015)

IFAW. **The 200 Million Dolar Question**,
<http://www.ifaw.org/sites/default/files/Ecolarge-2013-200m-question.pdf>
(26.10.2015)

Ioannides, Dimitri ve Keith Debbage. “Post-Fordism and Flexibility: The Travel Industry Polyglot”, **Tourism Management**, Cilt: 4, Sayı: 18, 1997, ss.229-241.

Jacobson, Daniel. “Utilitarianism without Consequentialism: The Case of John Stuart Mill”, **Philosophical Review**, Cilt:2, Sayı:117, 2008, ss.159-191.

Kart, Berfin. “Erdem Etiği Normatif Midir?”, **Felsefe Dergisi**, Sayı:2, 2006, ss.101-108.

Kaushik. Chinese Zoo Locks Visitors in Cages, Lets Animals Roam Free, Amusing Planet, 11.01.2015, <http://www.amusingplanet.com/2015/01/chinese-zoo-locks-visitors-in-cages.html> (19.10.2015).

Keim, Brandon. “Şempanzenin Avukatı”, **National Geographic**, 21.10.2015, <http://www.nationalgeographic.com.tr/makale/kesfet/sempanzenin-avukati/2621>
(06.11.2015)

Kızılıcık, Gamzegül. Madrid Hayvan Hakları Sınavını Başarıyla Geçti, **Gaia Dergisi**, 30.04.2015, <https://gaiadergi.com/madrid-hayvan-haklari-sinavini-basariyla-gecti/>
(06.11.2015)

Kim-Pong Tam, Sau-Lai Lee ve Melody Manchi Chao. “Saving Mr. Nature: Anthropomorphism Enhances Connectedness to and Protectiveness Toward Nature” **Journal of Experimental Social Psychology**, Sayı: 49, 2013, ss.514-521.

Kortenkamp, Katherine V. ve Colleen F. Moore. “Ecocentrism and Anthropocentrism: Moral Reasoning About Ecological Commons Dilemmas”, **Journal of Environmental Psychology**, Cilt: 3, Sayı: 21, 2001, ss. 261–272.

Kozak, Metin. **Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri**, Detay Yayıncılık, Ankara.

Kozak, Nazmi, Meryem A. Kozak ve Metin Kozak. **Genel Turizm İlkeler-Kavramlar**. Detay Yayıncılık, 2015.

Krejcie, Robert V. ve Daryle W. Morgan. Determining Sample Size For Research Activities, **Educational and Psychological Measurement**, Sayı:30, 1970, ss. 607-610

Küçükalp, Derda. Erdem Etiği ve Politika, **Uludağ Üniversitesi İİBF Dergisi**, Cilt:27, Sayı:1, 2008, ss.71-83.

Kültür ve Turizm Bakanlığı. **Av Turizmi izin Belgeli Acenteler**, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9881/av-turizmi-izin-belgeli-acenteler.html> (29.10.2015).

Kültür ve Turizm Bakanlığı. **Av ve Yaban Hayatında Av Turizmi**, www.yigm.kulturturizm.gov.tr/.../810,avveyabanhayatindaavturizmidoc.doc?0 (30.10.2015).

Kültür ve Turizm Bakanlığı. **Avcılık ve Atıcılık Kulüpleri**, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9878/avcilik-ve-aticilik-kulupleri.html> (29.10.2015).

Linke, Sharon ve Caroline Winter, “Conservation, Education or Entertainment: What Really Matters to Zoo Visitors?”, **Zoos and Tourism**, Ed. Warwick Frost, Channel View Publications, New York, 2011, ss. 69-81.

Love Travel Life. “The World’s Top Sex Shows (part 2/2): Tijuana’s Donkey Shows” , **The Alternative Lifestyle Blog For Travellers**, 16.01.2012, <http://www.lovetravellife.com/the-worlds-top-sex-shows-part-23-tijuanas-donkey-shows/> (27.07.2015).

Lovelock, Brent ve Kirsten Lovelock. **Ethics of Tourism**, Routledge, London and New York, 2013.

Malloy, David Cruise ve David A. Fennell. Codes of Ethics and Tourism: An Exploratory Content Analysis, **Tourism Management**, Cilt:5, Sayı:19, 1998, ss. 453-461.

Markwell, Kevin (Ed.). **Animals and Tourism: Understanding Diverse Relationships**, Channel View Publications, UK, 2015.

Markwell, Kevin. “Birds, Beasts and Tourists: Human – Animal Relationships in Tourism”, **Animals and Tourism: Understanding Diverse Relationships**, (Ed. Kevin Markwell), Channel View Publications, UK, 2015, ss.1-23.

Marx, Karl. **Kapital**, çev. Alaattin Bilgi, Sol Yayınları, Ankara, 2011.

Mason, Jim. “The Politics of Animal Rights: Making the Human Connection”, **International Journal for the Study of Animal Problems**, Cilt: 3, Sayı: 2, 1981, ss.124-128.

Meydan, Cem Harun ve Harun Şeşen. **Yapısal Eşitlik Modellemesi AMOS Uygulamaları**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2011.

Miles, Matthew B. ve A. Michael Huberman. **Qualitative Data Analysis**, 2. Baskı, Sage Publications, London, 1994.

Mill, John Stuart. **Utilitarianism**, Batoche Books, Canada, 2001. <http://socserv.mcmaster.ca/econ/ugcm/3ll3/mill/utilitarianism.pdf> (22.10.2015).

Milligan, Tony. **Animal Ethics: The Basics**, Routledge, New York, 2015.

Mishra, Rashmi. Meet Pony – An Orangutan Who Was Forced to Be a Sex Slave!, **India**, 03.06.2015, <http://www.india.com/whatever/meet-pony-an-orangutan-who->

was-forced-to-be-a-sex-slave-human-cruelty-touched-a-new-low-with-animal-prostitution-406822/ (22.10.2015).

Mittelstrass, Juergen. “The Impact of the New Biology on Ethics”, **Journal of Molecular Biology**, Cilt: 4, Sayı: 319, 2002, ss.901-905.

Natural Habitat Adventures. **NHA is WWF's Conservation Travel Partner**, <http://www.nathab.com/about/> (24.10.2015).

Neate, Rupert. SeaWorld to End Killer Whale Shows in Wake of Mounting Protests, **The Guardian**, 09.11.2015, <http://www.theguardian.com/us/news/2015/nov/09/seaworld-end-orca-whale-shows-san-diego> (21.11.2015).

Neuhaus, Esther ve Jefferson Souza da Silva (eds.) , “Another Tourism Is Possible! Reflections about inequalities, resistance struggles and alternatives in tourism development”, **World Social Forum**, Porto Alegre, January 2005.

O’Hara, Helen. SeaWorld vs Blackfish: The Film that Saved the Whales, **The Telegraph**, 10.11.2015, <http://www.telegraph.co.uk/film/blackfish/seaworld-orca-whales-finding-dory/> (21.11.2015).

Orman ve Su İşleri Bakanlığı. “**2014 Yılında Av Turizminden Elde Edilen Gelir**”, <http://www.ormansu.gov.tr/osb/haberduyuru/guncelhaber.aspx?Year=2015&Month=2&sflang=tr> (29.10.2015).

Orman ve Su İşleri Bakanlığı. “İhale İlanları”, **2015-2016 Av Turizmi İhaleleri**, 25.03.2015, <http://www.ormansu.gov.tr/osb/HaberDuyuru/ihaleilanlari.aspx?sflang=tr> (18.10.2015).

Osmanlı, Umut ve Sevde Kaya. “Püritanizm’den Hedonizm’ e Değişen Boş Zaman Kavramı”, **Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi**, 23 Haziran 2014, Sıra 5, ss.1-14.

Önol, Tuğba Ayas. “Hayvanların Ahlaki Statüsü: Kantçı Bakış Açısına Farklı Yaklaşımlar”, **Cogito Felsefede Hayvan Sorusu**, Ed. Şeyda Öztürk, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, Sayı:80, Bahar 2015, ss. 135-151.

Polat, Semra Aktaş. “Üstgerçeklik ve Turizmin Sonu”, **CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt:13, Sayı:1, 2015, ss.120-137.

Poole, Ross. **Ahlak ve Modernlik**, çev. Mehmet Küçük, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1993.

Regan, Tom. **Kafesler Boşalsın: Hayvan Haklarıyla Yüzleşmek**, çev. Serpil Çağlayan, İletişim Yayınları, İstanbul, 2007.

Rokou, Tatiana. World Animal Protection's Elephant-Friendly Pledge Calls on Travel Industry to Stop Promoting Animal Cruelty, 08.10.2015, <http://www.traveldailynews.com/news/article/68416/world-animal-protection-selephant-friendly-pledge> (17.11.2015)

Ryder, Richard D. “Speciesism Again: The Original Leaflet”, **Critical Society**, Issue 2, Spring 2010, ss. 1-2.

Safariworld, Orangutan Boxing Show, <http://www.safariworld.com/oran.html> (21.10.2015).

Sans, Edouard. **Schopenhauer**, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara, 2006.

Savaş, Türker, İsmail Yaman Yurtman ve Cemil Tölü. “Hayvan Hakları ve Hayvan Refahı: Felsefî Bakış – Nesnel Arayışlar”, **Hayvansal Üretim**, Cilt: 50, Sayı: 1, 2009, ss.54-61.

Scholtmeijer, Marian. **Animal Sanctity and Animal Sacrifice: How Post Darwinian Fiction Treats Animal Victims**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Simon Fraser University Philosophy Department, Kanada, 1989.

Uma Sekaran ve Roger Bougie. **Research Methods for Business: A Skill Building Approach** (5. Baskı), John Wiley, New York, 2010.

Serpell, James. “Pet-Keeping and Animal Domestication: A Reappraisal, **The Walking Larder: Patterns of Domestication, Pastoralism and Predation**, Ed. Juliet Clutton-Brock, Routledge, London and New York, 2015, ss.10-21.

Shani, Amir ve Abraham Pizam. "Towards an Ethical Framework for Animal-Based Attractions", **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, Cilt: 6, Sayı: 20, 2008, ss.679-693.

Shani, Amir. **Tourists' Attitudes Toward The Use Of Animals In Tourist Attractions: An Empirical Investigation**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), University of Central Florida, Orlando, USA, 2009.

Sim, David. Parque Safari: The Zoo in Chile Where Humans are in Cages and Lions are On Top, **International Business Time**, 31.10.2014, <http://www.ibtimes.co.uk/zoo-chile-where-humans-are-cages-lions-are-top-1472605> (19.10.2015).

Singer, Peter. **Hayvan Özgürleşmesi**, çev. Hayrullah Doğan, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2002.

Small, Vernon. "Animal Testing of Cosmetics Ban Proposed", Nelson Mail Story, **Business Day**, 31.03.2015, <http://www.stuff.co.nz/business/industries/67568591/Animal-testing-of-cosmetics-ban-proposed> (06.11.2015)

Soğukdere, Özlem. "Bolivya Hükümeti Dünyada Bir İlki Gerçekleştirdi!", **HAYTAP**, 04.08.2009, <http://www.haytap.org/index.php/200908042075/sirk-gercegi/bolivya-hukumeti-dunyada-bir-ilki-gerceklestirdi> (06.11.2015)

Staples, Darren. "Animal-Sex Tourism Crackdown: Denmark Bans Bestiality", **RT News**, 22.04.2015, <http://rt.com/news/252065-denmark-bans-animal-sex/> (25.07.2015).

STCRC. <http://www.crctourism.com.au/Page/About+Us/Who+we+are.aspx> (23.10.2015)

STCRC. **Sustainable Tourism CRC Completed PhD Students**, <http://www.crctourism.com.au/Page/Education/+Sustainable+Tourism+CRC+Completed+PhD+Students+.aspx>

STCRC. **Wildlife Tourism: Impacts, Management and Planning** (Ed. Karen Higginbottom), 2004,

<http://www.crctourism.com.au/wms/upload/resources/wildlifetourism-impacts.pdf>
(24.10.2015).

STCRC. **Wildlife Tourism: Impacts, Management and Planning** (Ed. Karen Higginbottom), 2004, s.53.

Stone, Susan. Honey Bees Monitor Pollution at Frankfurt Airport, **PRI's The World**, 12.07.2011, <http://www.pri.org/stories/2011-07-12/honey-bees-monitor-pollution-frankfurt-airport>

Sztybel, David. "The Rights of Animal Persons", **Animal Liberation Philosophy and Policy Journal**, Cilt:1, Sayı:4, 2006, ss.1-37.

Şimşek, Ömer Faruk. **Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş: Temel İlkeler ve Lisrel Uygulamaları**, Ekinoks Yayınları, Ankara, 2007.

Tange, Alexander. "Denmark Bans Bestiality in Move Against Animal Sex Tourism", **Reuters**, 21.04.2015, <http://uk.reuters.com/article/2015/04/21/uk-denmark-bestiality-idUKKBN0NC1Z620150421> (25.07.2015).

TBMM. **5199 Sayılı Hayvanları Koruma Kanunu**, 24.06.2004, <https://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5199.html> (4.11.2015)

Tepe, Harun. "Çevre Etiği: Toprak Etiği mi yoksa İnsan Etiği mi?", **Felsefelogos Ekoloji Felsefesi ve Etiği**. Cilt: 6, Sayı: 2, 1999, ss.?.

TRAKUS. **Tetiğe Değil Deklanşöre Basıyorlar**, 18.02.2015, http://www.trakus.org/kods_bird/uye/?fsx=2fsdl22@d&sxc=1&id=1782
(30.10.2015).

Tripadvisor, Pata Zoo, Reviews, 05.10.2015, http://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g293916-d7187992-Reviews-Pata_Zoo-Bangkok.html (18.11.2015).

TVD. Kozmetik Hayvan Deneyleri, **Vegan ve Vejetaryenler Derneği**, 12.06.2015, <http://tvd.org.tr/kozmetik-hayvan-deneyleri/> (06.11.2015)

U.S. Fish & Wildlife Service. "National Survey of Fishing, Hunting, and Wildlife-Associated Recreation National Overview", **National Preliminary Report**, 2012,

<http://www.doi.gov/news/pressreleases/upload/FWS-National-Preliminary-Report-2011.pdf> (14.09.2015).

U.S. Fish & Wildlife Service. “National Survey of Fishing, Hunting, and Wildlife-Associated Recreation”, **Report of Findings**, 2011, <https://www.census.gov/prod/2012pubs/fhw11-nat.pdf> (14.09.2015).

UNEP & CMS. “A Study on the Benefits and Risks of a Fast Growing Tourism Activity and its Impacts on Species, **The Study Report**, 2006, http://www.cms.int/sites/default/files/document/ScC14_Inf_08_Wildlife_Watching_E_0.pdf (22.10.2015).

UNWTO. “Towards Measuring the Economic Value of Wildlife Watching Tourism in Africa”, **Briefing Paper**, 2015, <http://dtxqtq4w60xqpww.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/unwtowildlifepaper.pdf> (20.10.2015).

Urquiza-Haas, Esmeralda G. ve Kurt Kotrschal. “The Mind Behind Anthropomorphic Thinking: Attribution of Mental States to Other Species”, **Animal Behaviour** **109**, 2015, ss. 167-176.

Urry, John. **Consuming Places**, Routledge, London, 1995.

VancouverIsland. Whale Watching, <http://vancouverisland.com/things-to-do-and-see/whale-watching/> (22.10.2015).

Vaughan, Claudette. “Rituals of Dominionism - The Jim Mason Interview”, **Animal Liberation**, <http://www.animalliberationfront.com/ALFront/Interviews/RITUALS%20OF%20DOMINIONISM%20-%20The%20Jim%20Mason%20Interview.htm> (15.10.2015).

Virtual Tourists. Mules, Santorini Island, http://www.virtualtourist.com/travel/Europe/Greece/Prefecture_of_the_Cyclades/Santorini_Island-416936/Transportation-Santorini_Island-Mules-BR-1.html (27.10.2015).

Visit Scotland. “Accessible Tourism Involvement Events”, **Visit Scotland Report of Findings**, Aralık 2011,

[http://www.visitscotland.org/pdf/Accessible%20Tourism%20Involvement%20Events%20Report%20\(Final\).pdf](http://www.visitscotland.org/pdf/Accessible%20Tourism%20Involvement%20Events%20Report%20(Final).pdf) (24.07.2015).

WAN. “A Brief Summary of Major Religions and Their Attitudes Towards Animals”, **WAN Document About Religion and Animals**, http://worldanimal.net/documents/4_Religion.pdf (06.10.2015).

WAZA, A Global Evaluation of Biodiversity Literacy in Zoo and Aquarium Visitors, 2014

http://www.waza.org/files/webcontent/1.public_site/5.conservation/un_decade_biodiversity/WAZA%20Visitor%20Survey%20Report.pdf (29.09.2015).

WAZA, **Zoos and Aquariums of the World**, <http://www.waza.org/en/site/zoos-aquariums> (23.09.2015).

WAZA. <http://www.waza.org/en/site/home> (23.10.2015)

Weeden, Clare. **Responsible Tourist Behaviour**, New York, Routledge, 2014.

Wilson, Scott D. “Animals and Ethics”, **Internet Encyclopedia of Philosophy A Peer Reviewed Academic Resource**, <http://www.iep.utm.edu/anim-eth/> (19.10.2015).

WSPA. <http://www.worldanimalprotection.org/> (23.10.2015)

WSPA. **The Contribution of Animal Welfare and Tourism for Sustainable Development**,

2012<http://www.responsibletravel.org/resources/documents/reports/Sustainable%20Tourism%20&%20Animal%20Welfare.pdf> (23.10.2015).

WSPA. Thomas Cook Group Elephant Petition Update, 2015 <http://www.worldanimalprotection.org/news/thomas-cook-group-elephant-petition-update> (24.10.2015).

WTA. **3rd Wild Life Tourism Conference**, <http://www.wildlifetourism.org.au/wildlife-tourism-conference-2015/> (24.10.2015).

WTA. <http://www.wildlifetourism.org.au/about/> (23.10.2015)

WTA. **Tourist – Wildlife Interactions**, 2004 http://wildlifetourism.org.au/wp-content/uploads/wta_policy_interaction_final.pdf (24.10.2015).

WWF. <http://wwf.panda.org/?referer=wwf.org> (23.10.2015)

WWF. **Stop Wildlife Crime**, <http://www.worldwildlife.org/pages/stop-wildlife-crime> (24.10.2015).

WWF. **Travel With WWF**, <http://www.worldwildlife.org/travel> (24.10.2015).

Yıldırım, Ali ve Hasan Şimşek. **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri**, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2008.

Yılmaz, Orhan, Yakup Erdal Ertürk ve Mehmet Ertuğrul. “Türklerde Deve Güreşlerinin Orta Asya'dan Anadolu'ya 4.000 Yıllık Geçmişi”, **ÇOMÜ Ziraat Fakültesi Dergisi**, Cilt:2, Sayı:1, 2014, ss.37-44.

Zachariah, George. “Another Tourism is Possible: A Theological Critique of Commercial Tourism and Re-imagining Tourism as Mission of Incarnation”, Programme For Theology and Cultures in Asia, **Taminalu Theological Seminary**, India, 2012.

EKLER

EK-1 ANKET FORMU

1. Lütfen aşağıda yer alan ifadelerin önem derecesini belirtiniz.

	İfadeler	Hiç Önemli Değil	Önemli Değil	Ne Önemli Ne Önemsiz	Önemli	Çok Önemli	Fikrim Yok
1	Hayvanlara eğitim süresince kötü davranılmaması.						
2	Hayvanların doğalarına uygun davranışlar sergilemesi.						
3	Hayvan çitlerinin uyarıcı materyaller (Elektrikli çitler vb.) içermesi.						
4	Hayvan çitlerinin doğal ortamlarına uygun şekilde tasarlanmış olması.						
5	Hayvanların doğal ortamlarına uygun bir şekilde tutulması.						
6	Hayvan çitlerinin çevrelediği alan açısından sağlıklı ölçülerde olması.						
7	Hayvanların ziyaretçilerden uzak özel alanlara da sahip olması.						
8	Hayvanların eziyet edilmeden eğitilmesi.						
9	Hayvanların kendi doğalarına uygun şeyler yapması.						
10	Hayvanların spor ya da yarışma durumlarında “eşit şansa” sahip olması.						
11	Hayvan gösterilerinin izleyiciler için risk taşımaması.						
12	Hayvan gösterilerinin görevliler için risk taşımaması.						
13	Ziyaretçilerin hayvanlara karşı saygılı davranması.						
14	Ziyaretçilerin hayvanlara karşı olan davranışlarının kontrol edilmesi.						
15	Sergilenen hayvanların sağlıklı yiyeceklere ve düzgün tıbbi bakıma sahip olması.						
16	Hayvanat bahçesi bakıcılarının eğitilmiş kişiler olması.						
17	Hayvanat bahçesi bakıcılarının hayvanlara karşı duyarlı kişiler olması.						
18	Kolayca tutsak edilmiş hayvanlar yerine, yaban hayatı içerisinde zor durumda olan, bakıma muhtaç hayvanların koruma altına alınarak sergilenmesi.						

2. Lütfen kendinizi ne ölçüde doğanın bir parçası olarak gördüğünüze dair “1” en düşük - “5” en yüksek olmak üzere puanlandırınız.

1 (En Düşük)	2	3	4	5 (En Yüksek)

3. Lütfen aşağıda yer alan ifadelere ne düzeyde katıldığınızı belirtiniz.

	İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Hayvan odaklı çekicilikler ziyaretçilerin kendilerini eğlendiren hayvanları izleyebildikleri yerlerdir.					
2	Hayvan odaklı çekicilikler yetişkinlerin çocuklarıyla bir şeyler paylaşabildiği yerlerdir.					
3	Hayvan odaklı çekicilikler aileler için önemli bir boş zaman değerlendirme aracıdır.					
4	Hayvan odaklı çekicilikler yaban hayatının korunabilmesi için önemlidir.					
5	Hayvan odaklı turizm yerleri nesli tükenmekte olan hayvanların korunabilmesi için önemlidir.					
6	Hayvan odaklı çekiciliklerin hayvan bakım programları geliştirebilmesi için onlara destek olmak zorundayız.					
7	Hayvan odaklı çekicilikler insanlara, doğal çevreye zarar vermeden doğal yaşamı görebilme olanağı sunmaktadır.					
8	Hayvan odaklı çekiciliklerde hayvanların kullanılması eğitsel amaçlar için yararlıdır.					
9	Hayvan odaklı çekicilikler çevresel duyarlılığı teşvik eder.					
10	Hayvan odaklı çekicilikler ziyaretçilerin eğlenmesi için önemli bir rol oynar.					
11	Hayvan odaklı çekicilikler hayvanlar hakkında bilgi edinebilmemiz için önemlidir.					
12	Hayvan odaklı çekicilikler çocuklar için önemli bir eğitim aracıdır.					
13	Hayvan odaklı çekicilikler hayvanlara karşı nasıl sorumlu davranmamız gerektiğini gösteren yerlerdir.					
14	Hayvan odaklı çekicilikler bazı hayvanlara karşı var olan olumsuz imajın yumuşatılması konusunda katkı sağlar.					
15	Hayvan odaklı çekicilikler bilimsel araştırmalarda önemli rol oynar.					
16	Hayvan odaklı çekicilikler ile ilgili yapılan araştırmalar bilim insanlarının yaban hayatı konusunda bilgi edinebilmelerini sağlayan tek yoldur.					
17	Hayvan odaklı çekicilikler konusunda araştırma yapmak soyu tükenmekte olan hayvan türlerinin kurtarılabilmesi için büyük öneme sahiptir.					
18	Hayvan odaklı çekicilikler yaban hayatının gözlemlenebilmesi için fiyatı uygun ve cazip bir alternatiftir.					
19	Hayvan odaklı çekicilikler yaban hayatının gözlemlenebilmesi için güvenli bir alternatiftir.					
20	Hayvan odaklı çekicilikler olmazsa birçok insan yaban hayatını gözlemlene şansına sahip olmayacaktır.					
21	Turizm faaliyetlerinde/turistik yerlerde kullanılan hayvanlar avcı hayvanlardan uzak oldukları için daha iyi durumdadırlar.					

22	Turizm faaliyetlerinde/turistik yerlerde kullanılan hayvanlar yiyecek bulma kaygısı taşımadıkları için daha iyi durumdadırlar.					
23	Hayvan odaklı çekicilikler yaban hayvanları için güvenli ve emin yerler sağlamaktadır.					
24	Hayvan odaklı çekicilikler doğal çevrenin ve yaban hayatın denetlenmesi ve düzene sokulması için önemli bir yöntemdir.					

3. Lütfen aşağıda yer alan hayvan odaklı turistik yerleri ne ölçüde kabul edilebilir bulunduğunuzu belirtiniz.

Turistik Yerler	Kesinlikle Kabul Edilemez	Kabul Edilemez	Ne Kabul Edilebilir Ne Kabul Edilemez	Kabul Edilebilir	Kesinlikle Kabul Edilebilir
Hayvanat Bahçeleri					
Akvaryumlar					
Hayvan Sirkleri					
Safari/ Vahşi Yaşam Parkları					
Hayvan Temalı Parklar					
Hayvan Yarışları					
Boğa/ Deve Güreşleri					
Yunus ve Fok Gösteri Merkezleri					

4. Lütfen gelecekte aşağıda yer alan hangi hayvan odaklı çekiciliklere ziyaretinizi muhtemel gördüğünüzü belirtiniz.

Turistik Yerler	Kesinlikle Mümkün Değil	Mümkün Değil	Ne Mümkün Ne Mümkün Değil	Mümkün	Kesinlikle Mümkün
Hayvanat Bahçeleri					
Akvaryumlar					
Hayvan Sirkleri					
Safari/ Vahşi Yaşam Parkları					
Hayvan Temalı Parklar					
Hayvan Yarışları					
Boğa/ Deve Güreşleri					
Yunus ve Fok Gösteri Merkezleri					

DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER

1. Cinsiyetiniz

☐ Erkek ☐ Kadın

2. Medeni Haliniz

☐ Evli ☐ Bekar

3. Yaşınız

4. 18 yaşından küçük çocuk sayınız

5. 18 yaşından büyük çocuk sayınız

6. Eğitim Durumunuz

☐ İlköğretim ☐ Lise ☐ Ön lisans ☐ Lisans ☐ Yüksek Lisans ☐ Doktora

7. İşiniz

8. Evinizde hayvan besliyor musunuz?

☐ Evet ☐ Hayır

9. Aylık ortalama geliriniz

☐ 0 – 999 TL ☐ 1000 – 1999 TL ☐ 2000 – 2999 TL ☐ 3000 – 3999 TL ☐ 4000 ve üzeri

10. Hayvanlar için yapılan sosyal çalışmalara hiç bağış yaptınız mı?

☐ Evet ☐ Hayır

11. Hayvanlar için çalışan bir sivil toplum kuruluşuna üye misiniz?

☐ Evet ☐ Hayır

12. Bu katılımınız haricinde son üç yılda kaç kez hayvan odaklı bir turizm faaliyetine (hayvanat bahçesi ziyareti, yunus gösteri merkezi, akvaryumlar vb.) katıldınız?.....

13. Bulunduğunuz yeri kimlerle ziyaret ettiniz?

☐ Yalnız ☐ Eşimle ☐ Çocuklarımla ☐ Eşim ve Çocuklarımla ☐ Arkadaşlarımla

14. Hayvan haklarına yönelik hassasiyet bakımından bu işletmeye 1 ile 5 arasında kaç puan verirsiniz.

1. Çok Hassas	2. Hassas	3. Kararsızım	4. Hassas Değil	5. Hiç Hassas Değil

EK – 2 GÖRÜŞME FORMU

1. İşletmedeki göreviniz nedir?
2. İşletmeniz kaç yıldır faaliyet gösteriyor?
3. Yıllık ortalama ziyaretçi sayınız nedir?
4. İşletmenizde toplam kaç hayvan bulunmaktadır?
5. Genel olarak hayvan odaklı turizm işletmelerinin hayvanlara yönelik yaklaşımlarını nasıl buluyorsunuz? Sizin işletmeniz ile ilgili ziyaretçilerden herhangi bir şikayet geliyor mu?
6. Halkla ilişkiler faaliyetleri yürütüyor musunuz? Halkla ilişkiler faaliyetlerinin hayvan odaklı turizm işletmeleri için bir zorunluluk olduğunu düşünüyor musunuz?
7. Devlet mekanizmaları tarafından denetleniyor musunuz? Eğer denetleniyorsanız, hangi sıklıkla ve kimler tarafından denetleniyorsunuz?
8. İşletme olarak ziyaretçi – hayvan etkileşimi konusunda belirlediğiniz kurallar var mıdır? Varsa bu kurallar nelerdir?
9. Hayvan hakları/ hayvan refahı konusunda toplumsal farkındalığın arttığını düşünüyor musunuz? Eğer düşünüyorsanız, hayvan odaklı turizm işletmelerinin bundan etkilendiğini düşünüyor musunuz?
10. Hayvan hakları örgütleri ile görüşüyor musunuz? Hiç işletmenizi ziyaret eden hayvan hakları örgütü oldu mu?

EK – 3 NİTEL ARAŞTIRMA ANALİZİ

ETİK DURUM (ED)

<i>Kişi</i>	<i>Kategori/ Alt Kategori</i>	<i>Görüş (Doğrudan Alıntı)</i>
1	ED/ İşletme-Hayvan	Şikayet almıyoruz. Elimizden geleni yapıyoruz.
1	ED/ İşletme-Ziyaretçi	Halka ilişkiler faaliyeti çok önemli. Sosyal sorumluluk projeleri yürütüyoruz. Çok sayıda vakıf, dernek, özel eğitim merkezleri ile işbirliği halindeyiz. Özellikle engelli çocuklara toplumun eşit bireyleri olduklarını göstermek amacıyla organizasyonlar düzenliyoruz.
1	ED/ Ziyaretçi- Hayvan	Çeşitli kurallar yazılı olarak var. Anons ile de uyarılar yapıyoruz.
2	ED/ İşletme-Hayvan	Şikayet almıyoruz. Aksine olumlu geri bildirim alıyoruz.
2	ED/ İşletme-Ziyaretçi	İlkokullara yönelik sosyal sorumluluk çalışmaları yaparak, onların yunuslarla tanışmalarını sağlıyoruz.
2	ED/ Ziyaretçi- Hayvan	Kurallarımız var. Örneğin yunuslarla yüzmek isteyenler öncelikle dezenfekte olmak zorundalar.
3	ED/ İşletme-Hayvan	Gelenler mutlu ayrılıyorlar. Ancak yunus gösteri merkezleri havuzlarının belli bir standartı olmalı. Havuzların büyüklüğü yetersiz kalabiliyor.
3	ED/ İşletme-Ziyaretçi	Durumu olmayan ailelerin çocuklarına sosyal sorumluluk ve sosyal fayda kapsamında terapi programı yapıyoruz.
3	ED/ Ziyaretçi- Hayvan	Ziyaretçilerin satın aldıkları programa göre kurallar değişiklik gösteriyor.
4	ED/ İşletme-Hayvan	Bazen STK'ların şikayetleri geliyor bize. Bu işletmenin daha önceki sahipleri olan Ruslar, bu şikayetlere bağlı olarak işletmeyi 2013 yılında bize devrettiler.
4	ED/ İşletme-Ziyaretçi	Gelenlere kendimizi anlatma zorunluluğundayız. Hayvanlara eziyet etmediğimizi özellikle vurguluyoruz.
4	ED/ Ziyaretçi- Hayvan	Özellikle hayvanlara yönelik sert temaslara izin vermiyoruz.
5	ED/ İşletme-Hayvan	İşletmemizde yunus şovu yoktur. Yalnızca terapi, besleme ve yüzmeye programı uyguluyoruz. Dolayısıyla diğer işletmelerdeki gibi bir durum yok.
5	ED/ İşletme-Ziyaretçi	Halkla ilişkiler faaliyetlerimizi özellikle Rus ve Alman pazarına yönelik gerçekleştiriyoruz.
5	ED/ Ziyaretçi- Hayvan	Gelenlerin yunuslara nasıl dokunması gerektiği, nasıl beslemesi gerektiği gibi çeşitli kurallarımız var elbette.
6	ED/ İşletme-Hayvan	Ziyaretçilerin duyarlılığı çok önemli. Onlardan gelen herhangi bir şikayeti hemen değerlendiriyoruz.
6	ED/ İşletme-Ziyaretçi	Özellikle okullarla işbirliği yaparak, öğrencilere turlar düzenliyoruz. Belediye araçlarımızı hayvan figürleri ile kaplatarak farkındalık yaratmaya çalışıyoruz.
6	ED/ Ziyaretçi- Hayvan	Hem internet sitemizde, hem de bizzat burada yazılı kurallarımız mevcut. Gelenlerin hayvanlarla olan etkileşimini de ayrıca takip etmeye çalışıyoruz.
7	ED/ İşletme-Hayvan	Belediye üzerinden gelen şikayetler oluyor. Bu şikayetleri hemen değerlendiriyoruz. Hayvanların yaz ve kış koşullarına göre yaşadıkları yerler var. Bu onların koşullarının iyileştirilmesi için son derece önemli bir adım.
7	ED/ İşletme-Ziyaretçi	Antalya'nın çeşitli yerlerinde afişlerimiz var. Yaptığımız çalışmaları halka duyurmaya ve farkındalık yaratmaya gayret gösteriyoruz.
7	ED/ Ziyaretçi- Hayvan	Gelen ziyaretçilerin hayvanlara yönelik dikkat etmesi gereken kurallar yazılı olarak her yerde bulunmaktadır. Onun dışında hayvanlar hakkında bilgilendirmeler de var.
8	ED/ İşletme-Hayvan	Burası bildiğiniz üzere vakfa ait bir işletme. Dolayısıyla hayvanların iyi koşullarda bulunması bizim için çok önemli. Biz onların burada sağlıklı koşullarda, mutlu bir şekilde yaşamaları için çaba sarf ediyoruz.
8	ED/ İşletme-Ziyaretçi	Özellikle okullarla ortaklaşa alışıarak, hayvanat bahçemize gezi organize ediyoruz. Çocukların hayvanları tanıması, farkındalık kazanması için uğraşıyoruz.
8	ED/ Ziyaretçi- Hayvan	Genel kurallarımız yazılı olarak işletme içerisinde hemen her yerde var. Bunun dışında ziyaretçiler buraya geldiklerinde bilgilendirmeler de yapıyoruz.

9	ED/ İşletme-Hayvan	Hayvanlar konusunda ziyaretçilerin görüşleri çok önemli. Şikayet gelmemesi için çaba gösteriyoruz. Eksik yanlarımızı da gelenler şikayetleri ile dile getiriyorlar.
9	ED/ İşletme-Ziyaretçi	Halka ilişkiler faaliyeti ister kamu, ister özel sektör olsun çok önemlidir. Biz, çeşitli kurumlara yönelik (okullar vb.) sosyal fayda yaratma noktasında geziler düzenliyoruz. Ayrıca 2011 yılından beri WAZA üyesi olmamız da bize ayrı bir misyon yükledi.
9	ED/ Ziyaretçi- Hayvan	Genel güvenlik kuralları, hayvan besleme ve dokunma kuralları, hijyen kuralları ve evcil hayvan getirebilme ile ilgili kurallarımız bulunmaktadır. Ayrıca nesli tükenme tehlikesi altında olan hayvanlar hakkında ziyaretçilere bilgi vererek, onlara farkındalık kazandırmaya da çalışıyoruz.
10	ED/ İşletme-Hayvan	Diğer hayvan odaklı turizm işletmelerini bilmiyorum ama biz bu konuda son derece hassasız. Yaptığımız çalışmalar karşılığında 2013 yılında POYD (GM Dergisi) tarafından verilen Türkiye'nin en iyi yönetilen "alternatif turizm alanı" ödülünü aldık.
10	ED/ İşletme-Ziyaretçi	Bizim için halkla ilişkiler faaliyeti olmazsa olmaz bir süreç. Kendimizi gelenlere en doğru şekilde anlatmak için elimizden geleni yapıyoruz. Bunun dışında sosyal sorumluluk kapsamında da geziler organize ediyoruz.
10	ED/ Ziyaretçi- Hayvan	Kurallar Türkçe, İngilizce, Almanca ve Rusça olarak işletmenin her yanında yazılı olarak bulunmakta. Ayrıca sözlü olarak da uyarılar yapıyoruz.
11	ED/ İşletme-Hayvan	Burada bir görsel şov var. Gelen kişiler besleme dışında hayvanlarla etkileşim içerisinde olmuyorlar. Dolayısıyla buradan mutsuz ayrılacakları bir durum olmuyor.
11	ED/ İşletme-Ziyaretçi	İlköğretim öğrencilerine yönelik gezilerimiz oluyor. Bu farkındalık yaratmak adına çok önemli.
11	ED/ Ziyaretçi- Hayvan	Kurallarımız net bir şekilde yazılı olarak bulunuyor.
12	ED/ İşletme-Hayvan	Doğaya ve hayvanlara saygı bizim misyonumuz. Dolayısıyla hayvanların iyi koşullarda olması ve özellikle nesli tükenmekte olan hayvanların korunması için çalışmalar yapıyoruz.
12	ED/ İşletme-Ziyaretçi	Zaten bu tip işletmelerde amaç aynı zamanda sosyal fayda sağlamak. Dolayısıyla maddi durumu olmayan ya da engel durumu bulunan kişilere ulaşarak, onların da hayvanlar hakkında bilgi sahibi olmalarını sağlıyoruz.
12	ED/ Ziyaretçi- Hayvan	Özellikle akvaryumların üzerine temas edilmemesi ve flaşsız çekim yapılması konusunda uyarılarımız oluyor. Onun dışında yazılı genel kurallarımız var.
13	ED/ İşletme-Hayvan	Bizim bir küratör ekibimiz var. Bu ekip, tüm canlıların doğal ortamlarına en yakın koşullarda yaşamalarını sağlamak için çalışmaktadır.
13	ED/ İşletme-Ziyaretçi	Çeşitli iş ortaklarımız bulunmaktadır. Aynı zamanda WAZA üyesiyiz. Ayrıca Miles & Smiles üyeleri, akvaryum giriş biletlerinde her bir (1) TL'lik harcamada 4 bonus mil kazanmaktadır. 80 mil harcayarak ise 1 TL'lik ürün ya da hizmet alabilmektedirler. Kısacası ziyaretçilerimiz için çeşitli kampanyalar düzenliyoruz. Bunun yanı sıra geçtiğimiz yıl, durumu olmayan yaklaşık 35 bin kişiye akvaryumumuzu gezdirerek önemli bir sosyal sorumluluk projesi gerçekleştirdik.
13	ED/ Ziyaretçi- Hayvan	Sağlık, emniyet ve çevre politikamız doğrultusunda kurallarımız bulunmakta ve bu kurallar eksiksiz uygulanmaktadır.
14	ED/ İşletme-Hayvan	Burada önemli olan işletmenin hayvanları ne tür koşullarda tuttuğu ve onlara nasıl baktığıdır. Tabii ki yalnızca onlar üzerinden para kazanmak şeklinde bakanlar olsa da, bizim var oluş amacımız zaten bu değil.
14	ED/ İşletme-Ziyaretçi	Her işletme gibi bizim de kendimizi tanıtmamız gerekiyor. Özellikle yeni bir işletme olarak bunu önemsiyoruz.
14	ED/ Ziyaretçi- Hayvan	Yazılı ve görsel uyarılarımız mevcut. Ziyaretçilerimizin hayvanlara ilişkin bilgi sahibi olmalarını ve buraya geldiklerinde keyifli zaman geçirmelerini istiyoruz. Dolayısıyla çok sıkmadan bilgilendirmeler de yapmaktayız.
15	ED/ İşletme-Hayvan	Şikayet gelmedi. Wild park olarak amacımız en doğru şekilde hizmet vermektir. Bu hizmetin bir parçası da hayvanlar tabii ki.

15	ED/ İşletme-Ziyaretçi	Eğlence parkımız ile birlikte faaliyetlerimizi yürütüyoruz. Bu kapsamda kampanyalar yaparak, ziyaretçilerin eğlence parkının yanı sıra burayı da gezmelerini sağlamaya çalışıyoruz.
15	ED/ Ziyaretçi- Hayvan	İçeride yazılı olarak kurallar bulunmaktadır. Ayrıca işletmemiz çok büyük bir alana kurulu olmadığı için denetimi de sağlayabiliyoruz.
16	ED/ İşletme-Hayvan	Herhangi bir şikayet ulaşmadı bize.
16	ED/ İşletme-Ziyaretçi	Biz Avrupa'nın en büyük dinazor temalı eğlence ve eğitim parkıyız ki bu "edutainment" olarak ifade ediliyor. Milli Eğitim Bakanlığı ile yaptığımız protokol çerçevesinde bir sosyal sorumluluk projesi şeklinde sosyo-ekonomik olarak dezavantajlı durumda olan 5 bin öğrenciye ücretsiz buradaki deneyimi yaşattık.
16	ED/ Ziyaretçi- Hayvan	Genel olarak belirlediğimiz kurallarımız var. Zaten rehber eşliğinde gezi düzenlendiği için bir sıkıntı olmuyor.
17	ED/ İşletme-Hayvan	Bizim birkaç midilli atımız ve onun dışında kazlarımız ve ördeklerimiz var işletme içerisinde. Ancak onları zaten gösteri amaçlı kullanmıyoruz. Bizim işimiz dinazor simülasyonları ile çocuklara eğlenceli ve bilgi dolu vakitler yaşatabilmek, mutlu olmalarını sağlamak.
17	ED/ İşletme-Ziyaretçi	Yazılı ve görsel basında işletmemiz pek çok defa yer aldı. Bu anlamda aslında tanınan bir işletmeyiz.
17	ED/ Ziyaretçi- Hayvan	Aktivite alanlarında görevlilerimiz bulunmaktadır. Çocukların bazen istemeden de olsa hayvanlara yönelik yapmış oldukları olumsuz hareketleri (şiddetli temas vb.) önliyoruz.

DIŞ ÇEVRE (DÇ)

Kişi	Kategori/ Alt Kategori	Görüş
1	DÇ/ İşletme-Toplum	Toplumsal farkındalık artıyor ve biz de buna kayıtsız kalmıyoruz. Bir veteriner ekibimiz var ve İBB ile ortaklaşa çalışıyoruz. Örneğin geçen aylarda Karadeniz sahiline vurmuş bir yunusu iyileştirip, Marmara Denizi'ne bıraktık.
1	DÇ/ İşletme-STK	-
1	DÇ/ İşletme- Devlet	Turizm Bakanlığı tarafından "özel tesis" kategorisi altında denetleniyoruz. Diğer ilgili bakanlıklar da yine denetlemeler yapıyorlar.
2	DÇ/ İşletme-Toplum	Toplumsal farkındalık kesinlikle artıyor. Bunda bizim de etkimiz olduğunu düşünüyorum.
2	DÇ/ İşletme-STK	Zaman zaman görüşüyoruz. Bazı konularda onları haklı da buluyorum. Ancak bu tip hayvan odaklı işletmeler toplumsal gelişimi artırıyor. Bunu göz ardı ediyorlar.
2	DÇ/ İşletme- Devlet	Orman ve Su İşleri, Tarım ve Hayvancılık, Turizm Bakanlıkları tarafından denetleniyoruz. Biz işletme olarak deniz suyunu kullandığımız için her yıl devlete 100 bin TL ecrimisin (kiralama) ücreti ödüyoruz.
3	DÇ/ İşletme-Toplum	Toplumsal farkındalık ve duyarlılık artıkça, bizim gibi işletmelerin durumu zorlaşıyor. Bazen ben de buranın yöneticisi olarak vicdan muhasebesi yapmıyor değilim.
3	DÇ/ İşletme-STK	-
3	DÇ/ İşletme- Devlet	Özel tesis kategorisindeyiz. İlgili Bakanlıklarca denetleniyoruz her yıl.
4	DÇ/ İşletme-Toplum	Biz hayvanlara eziyet etmiyoruz. Onları gösteri için eğitmiyoruz. Bizde sadece terapi ve besleme programları var. Bizim işletmemize karşı geçmişte oluşan algıyı kırmaya çalışıyoruz.
4	DÇ/ İşletme-STK	Görüşmüyoruz. Onlar bu duruma tamamen karşı çıkıyorlar. Biz işimizi doğru bir şekilde yapmaya çalışıyoruz.
4	DÇ/ İşletme- Devlet	Çeşitli bakanlıklardan gelenler oldu. En son Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'ndan geldiler.
5	DÇ/ İşletme-Toplum	Toplumsal farkındalık artıyor. Ancak bu durum bizi etkilemiyor. Çünkü biz gösteri yaptırmıyoruz.
5	DÇ/ İşletme-STK	Görüşmüyoruz.
5	DÇ/ İşletme- Devlet	Devlet tarafından zaman zaman denetim yapılıyor.

6	DÇ/ İşletme-Toplum	Farkındalık gün geçtikçe artıyor. Biz belediye işletmesi olarak sokak hayvanları için de faaliyetler yürütüyoruz. Toplumun da buna duysız kalmaması sevindirici.
6	DÇ/ İşletme-STK	STK'lar ile bazen görüşüyoruz. Son olarak HAYTAP üyeleri gelerek işletmemizi gezdiler. Diğer hayvanat bahçelerine oranla iyi olduğumuzu söyleyerek, bazı noktalarda ise uyarılarda bulundular. STK'lar ile işbirliği halinde olmak özellikle hayvanlar ve toplum için son derece önemli.
6	DÇ/ İşletme- Devlet	Hem bakanlıklar tarafından, hem de belediye tarafından denetlemeler gerçekleştiriliyor. Biz de onların uyarıları neticesinde daha iyi hizmet vermeye çalışıyoruz.
7	DÇ/ İşletme-Toplum	Toplumsal farkındalığın artmasında hayvanat bahçeleri de önemli rol oynuyor diye düşünüyorum. Özellikle çocuklar hayvanlar konusunda bilinçleniyor.
7	DÇ/ İşletme-STK	Belediye ile temasa geçip gelen STK temsilcileri oldu. Bazen görüşme fırsatımız oluyor.
7	DÇ/ İşletme- Devlet	Zaten belediye denetimindeyiz. Onun dışında Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'ndan da gelenler olmuştü geçen yıllarda.
8	DÇ/ İşletme-Toplum	Toplumsal farkındalık artıyor ve artmalı da zaten. Biz de buna katkı sunduğumuzu düşünüyorum.
8	DÇ/ İşletme-STK	STK temsilcileri ile zaman zaman görüşüyoruz. Buraya gelip, ziyarette bulunuyorlar. Burayı geziyorlar. Onların söylediklerini de dikkate almaya çalışıyoruz.
8	DÇ/ İşletme- Devlet	Her yıl denetimler gerçekleştiriliyor. Ayrıca WAZA üyesi olmamızdan dolayı birlik tarafından da denetleniyoruz ve standartlara uyup uymadığımız kontrol ediliyor.
9	DÇ/ İşletme-Toplum	Kesinlikle farkındalık güçleniyor. Önemli olan hayvanlara nasıl baktığımız ve davrandığımız. Bu da toplum tarafından değerlendiriliyor.
9	DÇ/ İşletme-STK	Bazen görüşmelerimiz oluyor.
9	DÇ/ İşletme- Devlet	WAZA tarafından belirlenen belli standartları yerine getirmemiz gerekiyor. Dolayısıyla denetleme olduğunda da bir sorunla karşılaşmıyoruz.
10	DÇ/ İşletme-Toplum	Farkındalığın artması olumlu bir durum. Biz işletme olarak hayvanlara nasıl baktığımızı zaten anlatıyoruz.
10	DÇ/ İşletme-STK	-
10	DÇ/ İşletme- Devlet	Denetimler gerçekleştiriliyor. İlgili bakanlıklardan gelenler hem hayvanların durumu ile ilgili, hem de bulundukları ortama ilişkin denetleme yapıyorlar.
11	DÇ/ İşletme-Toplum	Hayvan odaklı turizm çekiciliklerinin toplumsal farkındalığın gelişmesinde önemli rol oynadığı kanısındayım. Buraya gelenler hayvanlar hakkında bilgi sahibi oluyor. Bu da hayvanlara yönelik farkındalığın artmasını sağlıyor.
11	DÇ/ İşletme-STK	STK'lar bizim gibi işletmeleri protesto ediyorlar. Ancak henüz sıra bize gelmedi sanırım. Hayvanat bahçeleri, sirkler ve yunus parklarına yönelik sert eleştirileri var.
11	DÇ/ İşletme- Devlet	Çeşitli bakanlıklarca denetleniyoruz.
12	DÇ/ İşletme-Toplum	Biz de farkındalığın artması için çabalıyoruz. Üreme, koruma ve kurtarma programımız da toplumsal farkındalığa katkı sağlıyor. Bütün hayvan odaklı turizm işletmeleri bu tür programlar yaratmalı ve gerçekleştirmeli diye düşünüyorum.
12	DÇ/ İşletme-STK	STK'lar hayvanların belli bir yere hapsedilmesine karşılar. Ancak bizim gibi işletmelerin yapmış oldukları olumlu faaliyetlerden de pek haberdar değiller. Zaman zaman ön yargılılar. Bu da görüşme yapmayı güçleştiriyor.
12	DÇ/ İşletme- Devlet	Biz dünyada 25 biden fazla çalışanı olan, 24 ülkede faaliyet gösteren uluslararası bir şirketin bünyesindeyiz. Dolayısıyla işletme tarafından belirlenen standartları yerine getirmek zorundayız. Bu standartlar devlet denetiminin zaten çok üzerinde. Ancak devlet denetimi de tabii ki gerçekleştiriliyor.
13	DÇ/ İşletme-Toplum	Toplumsal farkındalığın artmasında bizim gibi işletmelerin etkisi büyük.

13	DÇ/ İşletme-STK	Doğa derneklerinden gelenler oldu. Bizzat kendim gördüm. Yaptığımız çalışmalar için ayrıca teşekkür ettiler.
13	DÇ/ İşletme- Devlet	Turizm, Tarım ve Hayvancılık, Orman ve Su İşleri bakanlıklarından gelenler oluyor. Ayrıca WAZA'nın da denetimindeyiz. Denetimler işletmelerin hayvanlara yönelik davranışlarını standartlaştırabilmek adına son derece önemlidir.
14	DÇ/ İşletme-Toplum	Toplumsal farkındalık kesinlikle artıyor. Özellikle dünya genelinde hayvanların ahlaki ve yasal olarak kazanım elde etmelerinde kamuoyunun ciddi etkisi var. Türkiye'de de hem topluma hem de yerel ve merkezi yönetimlere çok iş düşüyor.
14	DÇ/ İşletme-STK	Görüştiğimiz STK temsilcileri oldu. Henüz yeni bir işletme olarak mümkün olduğunca görüşmeler yapmaya, fikir almaya çalışıyoruz.
14	DÇ/ İşletme- Devlet	Belediyenin rutin denetimleri zaten sürekli var. Onun dışında bir kez de Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'ndan gelenler oldu.
15	DÇ/ İşletme-Toplum	-
15	DÇ/ İşletme-STK	-
15	DÇ/ İşletme- Devlet	İşletmemiz henüz 2 ay önce açıldı. Henüz bir denetleme olmadı.
16	DÇ/ İşletme-Toplum	Hayvanlara yönelik toplumsal farkındalığın artması çok önemli. Biz, doğal ortamlarından koparılarak kafeslere kapatılan hayvanların bir çekim unsuru olmaması gerektiğini düşünüyoruz. Sonuçta acı üzerinden bir eğlence söz konusu. Buna karşıyız.
16	DÇ/ İşletme-STK	Bir T.V. kanalının doğa programcısı geldi ve çekimler yapıldı. Onun dışında STK temsilcileri ile görüşme yapmadık.
16	DÇ/ İşletme- Devlet	Turizm Bakanlığı'ndan gelenler oluyor. Özel tesis statüsünde olduğumuz için denetleme bakanlıkça yapılıyor.
17	DÇ/ İşletme-Toplum	Bizim konseptimiz diğer hayvan odaklı işletmelere gibi değil. Dolayısıyla toplumsal farkındalığın artmasını destekliyoruz, fakat bu farkındalıktan olumsuz etkilenmiyoruz. Biz hayvan temalı bir aktivite merkeziz.
17	DÇ/ İşletme-STK	Bire bir görüşmem olmadı. Fakat yurt dışından gelen bir ziyaretçimiz kendi ülkesinde bir hayvan hakları örgütüne üye olduğunu ve çocuğu için özellikle hayvan temalı parkları tercih ettiğini söylemiş bir çalışan arkadaşımıza. Bizim işletmemizi de çok beğendiğini dile getirmiş.
17	DÇ/ İşletme- Devlet	Zaman zaman denetlemeler oluyor Turizm Bakanlığı tarafından.

FREKANS TABLOSU

Görüş	Katılımcılar																	Top	%
ED/ İşletme – Hayvan İlişkisi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17		
Şikâyetleri Değerlendirme	+	+		+		+	+		+						+	+		8	47
Sağlıklı Koşullar, İyi yönetim, Mutluluk			+		+		+	+		+	+	+	+	+			+	10	59
ED/ İşletme – Ziyaretçi İlişkisi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17		
Sosyal Sorumluluk ve Sosyal Fayda Sağlamak	+	+	+						+	+		+	+			+		8	47
Farkındalık Yaratmak/ Kazandırmak						+	+	+			+							4	24
ED/ Ziyaretçi – Hayvan İlişkisi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17		
Yazılı, görsel ya da sözlü kurallar var, Bilgilendirme var	+	+	+			+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		13	76
Temas, Dokunmak				+	+				+			+		+			+	6	35
DÇ/ İşletme - Toplum İlişkisi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17		
Toplumsal Duyarlılık ve Farkındalığın Artması	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	15	88
Katkı Sunmak, Etki Etmek	+	+						+				+	+	+			+	7	41
DÇ/ İşletme - STK İlişkisi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17		
Zaman Zaman, Bazen, Mümkün Olduğunca		+				+	+	+	+					+				6	35
Yanıtız Bırakmak ya da Hiç Görüşme Yapmamak	+		+	+	+					+	+	+			+	+	+	10	59
DÇ/ İşletme – Devlet İlişkisi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17		
“Özel Tesis” kategorisindeyiz ve Bakanlıklar tarafından denetleniyoruz	+	+	+	+		+	+			+	+		+	+		+	+	12	71
Standartlar								+	+			+	+					4	24

EK – 4 ARAŞTIRMA SONUCU ORTAYA ÇIKAN MODEL

