

POSTMODERN TURİST DENEYİMİ VE BİSİKLET TURİZMİ

Kübra AŞAN

Anadolu Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği, kubra.asan@hotmail.com

Meryem AKOĞLAN KOZAK

Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi, İşletme Fakültesi, mkozak@anadolu.edu.tr

ÖZ

Çalışmada bir özel ilgi turizm türü olan bisiklet turizmi kapsamında postmodern turist deneyimleri konusu incelemeye alınmıştır. Çalışmanın amacı, bisiklet deneyiminin postmodern yanlarını ortaya koymak ve bisikletçi turist ile bisiklet turizminin özelliklerini açıklamaktır. Bu amaçla 5. Karya Sahilleri Bisiklet Turu kapsamında örnek olay çalışması yapılmıştır. Katılımcı gözlemin yanı sıra 14 katılımcı ile gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşme tekniğine başvurularak toplanan veriler, içerik analizine tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda bisikletçi özellikleri, bisiklet etkinlik özellikleri ve bisiklet deneyiminin postmodern özelliklerine ilişkin bulgulara ulaşılmıştır. Sonuç olarak bisiklet deneyimlerinde; aynılaşma, deneyimin çoğullaşması ve özgünlüğün baskın olarak özellikle algılanması şeklinde postmodern özellikler olduğu görülmüştür.

Anahtar kelimeler: Turizm pazarlaması, özel ilgi turizmi, bisiklet turizmi, turist deneyimi, postmodernizm.

POSTMODERN TOURIST EXPERIENCE AND BICYCLE TOURISM

ABSTRACT

Postmodern tourism experience is investigated under the scope of bicycle tourism and cycling experiences, which are the extensions of special interest tourism. This study aims at explaining the postmodern characteristics of cycling experience as well as features of bicycle tourist and bicycle tourism. For this purpose, a case study was conducted within the scope of The 5th Karya Coasts Bicycle Tour. Participant observation and semi-structured interview techniques were utilised in order to collect data. In total 14 interviews, nine during the tour and five during the days after the tour, were conducted. The data were analyzed using content analysis. As a result of the analysis, the features of bicycle tourist and bicycling events and postmodern features of cycling experience were reached. Other results were dedifferentiation in cycling experience, pluralisation of cycling experience and authenticity of cycling experience, which reflect the postmodern features of cycling experience.

Keywords: Tourism marketing, special interest tourism, bicycle tourism, tourist experience, postmodernism.

GİRİŞ

Küreselleşme ve beraberinde getirdiği artan ürün, sermaye, bilgi, kültür ve insan hareketliliğiyle çağımız giderek daha homojen, melez ve “postmodern” bir dünyaya dönüşmektedir (Cohen, 2012: 310). Bu dönüşüm, “sosyal dünyanın bir metaforu” (Dann, 2002) olarak kabul edilen turizmde “postmodern turizm paradigması” (Akoğlan Kozak, Evren ve Çakır, 2013: 17) şeklinde vücut bulmaktadır.

Bireyselleşmenin ve tüketici odaklılığın baskın olduğu bu yeni dönemde, çalışmada ele alınan turistik deneyimler konusu merkezi önem taşımaktadır. Alanyazına göre postmodernizmin etkileriyle turistik deneyimlerin; günlük hayat deneyimleriyle *aynılaşması*, belli sınıflandırmaların ötesinde çeşitlenerek *çoğalması*, ayırt edici özelliklerinin *öznelleşmesi* görülmektedir. Bu değişimler teorik olarak sıkça dile getirilmeye başlansa da ampirik kanıt sunan az sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu noktadan hareketle bu çalışmada, uygulamadaki turizm deneyimine odaklanılmış, “postmodern turizm paradigması kapsamında ortaya çıkan özel ilgi turizminin” (Akoğlan Kozak, Evren ve Çakır, 2013) bir türü olarak bisiklet turizmi ve bisiklet deneyimleri incelenmiştir.

Bisiklet turizmi, potansiyel sosyal, çevresel ve ekonomik çıktılar sağlayan ve büyüyen bir turizm pazarı olarak kabul görmektedir (Ritchie vd., 2010: 411). Bisiklet etkinliğinin hem bir özel ilgi turizm türü hem de yükselen ve araştırılmayı bekleyen bir turizm pazarı olması sebepleriyle postmodern turistik deneyimlerin açıklanmasında uygun bir alan olacağı düşünülmüştür. Bu kapsamda 5. Karya Sahilleri Bisiklet Turu çerçevesinde bir örnek olay çalışması yapılmıştır.

Çalışmada, örnek olay kapsamında bisiklet deneyimlerinin postmodern özelliklerini ortaya çıkarmak ve bir niş pazar olan bisiklet turizmine ilişkin anlayışlar geliştirmek üzere bisikletçi özellikleri ve bisiklet etkinlik özelliklerini açıklamak amaçlanmıştır.

Postmodern Turist Deneyimi

Modernizmin bir ürünü olarak ortaya çıkan turizmde (Urry, 2009), deneyim konusunda çoğunlukla MacCannell’in (1973) yaklaşımı hâkim olmuştur. Buna göre modern insan günlük hayatındaki baskıcı unsurlardan uzaklaşma ve farklılık arayışıyla seyahat etmekte, seyahatlerinde nesnellığe bağlı özgün ve sıra dışı deneyimler aramaktadır. Ancak postmoderniteyle birlikte turistik deneyimin bu genel kabul görmüş anlamı değişime uğramış, Feifer’in (1985) post-turist kavramı gibi yaklaşımlar ortaya çıkmıştır. Nitekim Uriely (2005) turistik deneyimleri konu ettiği genel bakış çalışmasında alanyazının, modern yaklaşımlardan postmodern yaklaşımlara doğru bir değişim içinde olduğuna işaret etmiştir. Bu değişimin taşıdığı özellikler; gündelik yaşam ve turizm deneyimi farklılığının yeniden düşünülmesi, genel turist tiplerinden çoğulcu tasvirlerle yönelme, deneyimin belirleyicisi olarak özgünlük anlatımlarında sektörün sağladığı nesnellikten öznel karşılaşmalara kayma ve son olarak mutlak akademik söylemlerden göreceli ve tamamlayıcı yorumlara doğru yönelme şeklindedir. Çeşitli çalışmalarda dile getirilen ancak kapsamlı ve sistematik bir şekilde Uriely’nin (2005)

çalışmasında görülen bu özellikler, postmodern turist deneyiminin; *aynılaşma*, *deneyimin çoğullaşması* ve *deneyimin özgünlüğü* başlıkları altında ele alınabileceğini göstermektedir.

Aynılaşma

Aynılaşma ya da bir diğer deyişle farklılaştırmanın giderilmesi (*dedifferentiation*), oluşturulmuş hiyerarşinin yok edilmesi, silinmesi, aşınmasıdır (Odabaşı, 2004: 43). Postmodern dönemde toplumsal etkinlik alanlarının her birinin, özellikle de kültürel alanın, ayırt edici özellikleri çökmüş, her biri bir diğerinin içine nüfuz etmiştir (Urry, 2009:136). Cohen'e (2012) göre aynılaşma olarak ifade edilen bu durum artan mobilitenin bir sonucudur. Teknolojik gelişmelerle artan mobilitate, insanların zaman ve mekân algılarının değişmesine yol açmıştır. Artık insanlar, kısa sürede istedikleri durum ve mekânlara ulaşabilmektedir. Bu durum kişinin algıladığı gelecek zaman ve şimdiki zaman arasındaki farkı azaltmış, şimdiki yaşama isteği şeklinde sonuçlanarak *anlık zaman* kavramını ortaya çıkarmıştır (Urry, 1999: 292). Boş zaman değerlendirme açısından bakıldığında *anlık zaman* arzusuyla insanların, boş zaman etkinlikleri için mutlak bir zaman ayırmak yerine bu etkinlikleri hayatlarının geneline yaydığı görülmektedir. Bu durumun bir sonucu olarak boş zaman değerlendirme etkinliğinin bir yaşam şekli haline geldiği görülmektedir (Torkildsen, 1992:25; Argan, 2007:14; Mclean, Hurd ve Rogers, 2008:33). Diğer yandan, modern yaklaşımla turizmin ayırt edici özelliği, turistik deneyimin günlük yaşamdaki deneyimlerden farklı diğer bir deyişle sıra dışı olmasıdır. Buna göre kişinin turist olabilmesi için belli bir zaman diliminde olağan çevresinin dışına çıkması gerekmektedir. Oysa aynılaşma sonucunda turistin olağan çevresini mutlak söylemlerle belirlemek güçleşmiştir (Jamal ve Hill, 2002:77). Buna paralel olarak, Franklin ve Crang (2001) turizmin bir yaşam şekline dönüştüğünden bahsetmektedir: "Turizm, artık küresel sosyal hayatın önemli bir boyutudur, sadece turistik alanlarda meydana gelen ve turistin evinden uzak olmasını gerektiren bir durum olarak tasavvur edilemez" (Franklin ve Crang, 2001: 6).

Turizmde aynılaşmanın temelleri, turizm ve rekreasyon arasındaki ilişkide yatmaktadır. Modernizmde kesin tanımlamalara ihtiyaç duyulmuş; rekreasyon ve turizm arasındaki ilişkinin araştırılmasında olayın mesafe ve zaman boyutu ele alınmıştır (Hacıoğlu, Gökdeniz ve Dinç, 2003: 66). Ancak günümüzde hem aynı çevreyi paylaşmaları ve benzer aktiviteleri kapsamaları hem de mekânsal ve finansal açıdan rekabet içinde olmaları sebebiyle artık turizm ve rekreasyon arasındaki sınırların bulanıklaştığı görülmektedir (Baud-Bovy ve Lawson, 1998: 2). Örneğin, doğa temelli turizmin, açık alan rekreasyon aktivitelerini kapsayacak şekilde geliştiği gözlemlenmektedir (Tangeland ve Aas, 2011: 823). Bu durum, turizm ve rekreasyon arasındaki farklılıkları gidererek aynılaştırmakta ve boş zaman değerlendirmeyi bir yaşam şekli haline getirmektedir.

Deneyimin çoğullaşması

Postmodernizmin bir başka özeliği de parçalanmışlıktır (*fragmentation*). Odabaşı (2004), parçalanmışlığı şu şekilde anlatmaktadır:

Modernist düşünce, birbirini dışlayan ikili karşıtlıkları ve sınıflandırmacı, düzenleyici yaklaşımları içeren 'kategorik düşünce' sistemini önemseyerek, düşünce çeşitliliğinin beraberliğini, farklılığını

merkezden biçimlendirme uygulamalarıyla denetim altında tutmak istemiştir... Postmodern düşünce ise sınıflandırmalara, simetrik ve düzgün biçimde tanımlanmış bir sistem içine konulmayı kabullenmez. Postmodernitede resim parçalanmıştır artık ve bölünmüşlük, parçalılık, çeşitlilik, farklılık duygusu hâkimdir. (s.51)

Turizm deneyimlerinde parçalanma durumu, deneyimin çeşitlenmesi, çoğullaşması şeklinde kendini göstermektedir. Uriely'nin (2005) belirttiği üzere turistik deneyimle ilgili ilk çalışmalarda, deneyimin genelleştirilerek açıklandığına işaret etmektedir. Daha sonra turistik deneyimin "insanların güdülerine, yetiştikleri ortama, kişilik yapılarına, toplumsal özelliklerine ve gittikleri bölge ya da ülkenin özelliklerine göre" (Doğan, 2004: 65) değiştiği görülmüştür. Turist tipolojileri bu bakış açısının bir ürünü olarak ortaya çıkmıştır. Tipoloji yaklaşımına göre turistler belli özelliklere göre ayrı kategorilerde yer almaktadır. Ancak günümüze yaklaştıkça bu kategorilerin de kendi içinde parçalandığı dahası dinamik bir hal aldığı görülmektedir.

Postmodernizmin önemli kuramcılarında Bauman'ın (1996) öne sürdüğü *akışkan kimlikler* yaklaşımına göre; önceleri sosyal kimlikler ve ilişkiler göreceli olarak sabit anlamlara sahipken sonraları bu yapılar, hızlandırılmış, akışkan, parçalanmış bir hal almaya başlamıştır. Dolayısıyla turist deneyimlerini tipolojiler kapsamında incelemek güçleşmiştir. Günümüzde uygulamada bir özel ilgi turistin, kitle turizmine katılmak istemesi ya da bir doğa turistin bir başka zaman ve mekânda kültür turisti olabileceği görülmektedir. Nitekim Feifer'in (1985) post-turisti "seçeneklerin çoğalmasının yarattığı değişim ve zevkin farkındadır; turizmin birçok metinden oluşan bir oyunlar dizisi olduğunu, tek ve özgün bir turist deneyiminin olmadığını bilir" (aktaran Urry, 2009: 161).

Sharpley (1999) de post-turist yaklaşımını destekler ve bu kavramın turist tipolojilerini anlamsızlaştırdığından bahseder. Ancak turist tipolojilerinin işlevselliğine olumsuz bakmak yerine, konunun pratikteki karşılığına bakmak da fayda vardır. Uygulamalı bir bilim olan pazarlama alanyazınında turist deneyimleri, pazar bölümlendirme kapsamında sınıflandırılma ve tanımlama amacıyla kullanılmaktadır. Pazar bölümlendirme, ayrı pazarlama stratejileri ya da karma unsurlarının gerektiği, farklı ihtiyaç, özellik ve davranışa göre bir pazarı, daha küçük bölümlere ayırmaktır. Pazar bölümlendirme ve turist tipolojilerinin ayrı ayrı ancak birbiriyle ilişkili şekilde düşünülmesi gerekir (Swarbroke ve Horner 2007: 151). Witt ve Moutinho (1995: 295) sınıflandırmanın yönüne göre konuyu ele alarak bölümlendirmenin bir detaylandırma süreci; tipolojilerin ise bir genelleme süreci olduğunu belirtmiştir. Nitekim postmodernizm, tüketiciyi ön plana çıkararak özelliği ve parçalılık gereği pazar bölümlenmeye daha yakındır. Dahası artık mikro pazarlar tanımlanmaya başlamıştır.

Mikro pazarlar, deneyimin çoğullaşmasıyla bireylerin benzersizliği, farklılığı, çoğulluğu ve kişiselliğinin vurgulandığı yapılardır. Mikro pazarların turizmdeki karşılığı özel ilgi turizmidir. Özel ilgi turizmi, bireylerin veya grupların belirli özel ilgi motifleri tarafından yönlendirilen, uyumlaştırılmış boş zaman ve rekreasyon yaşantıları olarak tanımlanmaktadır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2009: 121). Uygulamaya bakıldığında günümüzde, çeşitlenerek çoğalan özel ilgi turizminin turizm yönetimi ve uygulayıcıları tarafından oldukça önemsendiği ve geliştirildiği görülmektedir.

Özgünlük

Özgünlük (*otantiklik*) deneyimin belirleyicisi olarak sektörün sağladığı turistik karşılaşmaların niteliğiyle ilgili bir kavramdır, deneyimin ayırt edici yanını vurgulamaktadır. İlk araştırmacılar (Boorstin 1964; MacCannell 1973) özgünlüğün kaynağını, turizme konu olan nesnenin gerçeklikle açıklamaya çalışarak *nesnel özgünlükten* bahsetmektedir. Kitle turizmi kapsamında deneyimin standartlaştırılması, kültürün metalaşması ve sahte çekiciliklere eleştiri olarak doğan bu yaklaşımda, özgünlüğün “gerçeği yansıtması” ve “sıra dışı olması” gerekliliği vurgulanmıştır (Wang, 1999: 352). Daha sonra özgünlüğe ilişkin deneyimlerin turistlerin beklenti ve inançlarından etkilenebilen daha karmaşık yapılar olduğunu açıklayan *yapısal özgünlük* kavramı ortaya çıkmıştır (Uriely, 2005: 206). *Nesnel özgünlük* yaklaşımı, sadece görüntülenen nesnenin özellikleriyle ilgili olarak *yapısal özgünlük* görüntülenen nesnelere ilişkin özelliklerin oluşmasında insanların rolünü vurgulamaktadır. Bu anlayışlardan farklı olarak Wang (1999), *varoluşsal özgünlüğü* önermiştir. *Varoluşsal özgünlüğe* göre, deneyimin özgünlüğünde kişisel algılamalar ve kişinin eylemler içinde aktif bir şekilde var olması söz konusudur. Jamal ve Hill (2002), tarafından *kişisel özgünlük* şeklinde isimlendirilen bu son yaklaşımı üç alt boyutta ele almaktadır; algılarla ilgili olan duygusal ve psikolojik özgün deneyimler, fenomenolojik yaklaşımlarla açıklanabilecek varoluşsal özgün deneyimler ve son olarak yorumlamalarla ilgili olan sahte nesnelere özgün deneyimleri.

Pek çok konuda olduğu gibi özgünlük konusunda da postmodernizmin aykırı duruşu izlenmektedir. Cohen’e (2012) göre; modern dönemde özgünlük arayışı deneyimin önemli bir birleşeniyken, postmodern dönemde homojenleşmenin etkisiyle çoğu turist özgün deneyimin olmadığını bilmektedir. Aynı çalışmada Cohen (2012), özgünlük arayışında olan postmodern turistleri iki kategoride ele almaktadır. İlki nesnellikten uzakta, hiper gerçekliğin inşa edildiği benzetimlerle algılamaya dayalı varoluşsal bir özgünlük arayışında olan turistlerdir. Temalı parklarda edinilen deneyimler, bu grubun en iyi örneğidir. Diğer grupta ise mevcut turizm sistemi dışında sıra dışı özgün deneyimler arayan turistler mevcuttur. Bu turistler, gelişmiş teknik beceri ve yetenek gerektiren, yüksek maliyetli aktivitelere yönelmektedir. Sıra dışılık arayışı her ne kadar moderniteye özgü olsa da olsa bu grubun sembolik tüketim yaparak postmodern özellikler taşıdığı görülmektedir.

Anlaşıldığı üzere özgünlük konusuyla ilgili teorik gelişim incelendiğinde özgünlüğün kaynağı, nesnellikten ziyade kişisel algılamalara dayalı bir öznelikle açıklanma seyrindedir. Öznel deneyimlerin nasıl sağlandığının açıklanması noktasındaysa, *performans* kavramı ön plana çıkmaktadır. Nitekim Knudsen ve Rickly-Boyd’a (2012: 1253) göre; özgünlük turizm performansı ile yaşanmaktadır. Goffman’ın *Dramaturji Sosyolojisi*’ni temel alarak Urry ve Larsen (2011: 189), turistlerin bir çeşit turistik performans sahnelediğini öne sürerek performans kavramını *bedenselleşme* ve *karmaşık sosyal ilişkiler* adı altında açıklamaktadır.

Bedenselleşme duygusal bir insan durumunu, uygulama yoluyla bilerek, anlamlandırma, deneyimleme sürecidir (Crouch, 2000: 67). Bedenselleşmede birden fazla duyuyla, çoklu algılama şeklinde deneyim kazanılması söz konusudur. Bu yaklaşıma göre kişinin bedenini kullanarak, görme, duyma, dokunma gibi birden fazla duyusuyla algıladığı deneyimler, deneyimi özgünleştirmektedir. Diğer yandan turist deneyimlerini yalnız yaşamamakta, ailesi, arkadaşları ya da diğer turistlerle beraber yaşamaktadır. Dahası Urry (1999: 301) postmodernizmin boş

zaman davranışında *yeni sosyallikler* kavramını ürettiğinden bahsetmektedir. Buna göre, postmodern dönüşümlerle aile, din vb. geleneksel kurumlar yerini kişilerin özgürce dâhil olup ayrılacakları yeni sosyal örgütlenmelere bırakmıştır. *Yeni sosyallikler* olarak adlandırılan bu yapılar, geleneksel cemaatlerden farklıdır, çünkü seçme ve ayrılma özgürlükleri vardır (Urry, 1999: 302). Çeşitli boş zaman etkinlik grupları ve örgütlenmeleri *yeni sosyallikler* kapsamında düşünülmektedir. Dolayısıyla turistin deneyimine ilişkin algıladığı özgünlük, içinde bulunduğu bu geleneksel ve yeni sosyal ilişki ortamlarından etkilenmektedir.

Sosyal ilişkilerin etkilerini *sembolik tüketimler* şeklinde okumak da mümkündür. Postmodernizmle birey bir tüketici olarak, sosyal yapıdaki yerini sahip olduğu ve tükettiği ürünlerle konumlamakta ve değerlendirmektedir (Odabaşı, 2004:131). Nitekim artık turistler, kendi statülerini gösterecek, kendilerini ifade edecek ve kimliklerini yansıtacak turizm ürünleri talep etmeye başlamıştır (Akoğlan Kozak vd., 2013:17). Buradan hareketle turistin bir sosyal yapıya ilişkin sembolik anlamlara sahip olmak amacıyla gerçekleştirdiği tüketimler, deneyimin algılanan özgünlüğünde önemli bir bileşen olarak ele alınabilir.

Bisiklet Turizmi

Bisiklet turizmi, katılımcı kişiler ve yerel toplum için sosyal, çevresel ve ekonomik çıktılar sağlayan ve büyüyen bir niş turizm pazarıdır (Ritchie vd., 2010: 409). Esasında bisiklet turizmi düşük maliyetli bir turizm türüdür (Morpeth, 2001: 218). Genelde kırsal çevrelerde yapılan bisiklet turizminin, ekonomik katkıları da daha çok yerel düzeyde görülmektedir. Nitekim kırsal toplumlarda ekonominin yeniden canlandırılması için politikacılar ve planlayıcılar bisikletlilerin potansiyelini tanımaya başlamıştır (Ritchie ve Hall, 1999: 108).

Günümüzde giderek yaygınlaşmaya başlayan bisiklet turizminin kökleri 20.yüzyılın başlangıcına dek uzanmaktadır. Bisiklet 1920'lerde motorlu araçların yaygınlaşp orta sınıfın da ulaşabileceği düzeye gelinceye kadar ulaşımda kullanılmıştır (Lamont, 2009: 5). Başlangıçta bisiklet etkinlikleri, özellikle ekonomik geliri sınırlı olan turistler tarafından gerçekleştirilen endüstriyel bölgelerin dışına, kırsal çevrelerdeki doğa ziyaretleri şeklindedir (Morpeth, 2001: 218). Sonrasında teknolojiyle beraber hız ve konforun sağlandığı ulaşım araçlarındaki gelişim bisikleti önemsizleştirmiştir. Ancak Morpeth'e (2001: 220) göre 1990'larda bisiklet turizmi Rönesans'ını yaşayarak, turizm göstergeleri içinde yer bulmaya başlamıştır. Günümüzde boş zaman, rekreasyon ve turizm amaçlı bisiklet kullanımı oldukça yaygındır. Turistik ve rekreatif hizmet sunan birimler de oluşan bu talebe yönelik olarak ürünler üretmeye, ticari bisiklet turları yapmaya başlamıştır. Bu şekilde bir turistik pazara dönüşen bisiklet etkinliği, altyapı desteğinin sağlanması anlamında politik çevrelerce de önem kazanmıştır. Yerel yönetimler, ulusal ve uluslararası örgütler rota bilgileri geliştirerek ve bisiklet yolları inşa ederek bisiklet turizmini destekleyeme başlamışlardır. Bisiklet turizmi "tatil, rekreasyon, dinlenme ve spor amaçlarıyla yapılan gününbirlik ya da daha uzun, kişinin aktif bisiklet kullanıcısı olduğu gibi bisiklet etkinliklerinde izleyici de olabileceği ziyaretlerdir" (Güney Avustralya Turizm Komisyonu, 2005: 3) şeklinde tanımlanmaktadır. Bu tanıma göre bisiklet turizmi, doğa temelli turizm, kırsal turizm, macera turizmi gibi turizm türleriyle ilişkilendirilebileceği gibi rekreasyonel bir spor olarak da ele alınabilir. Rekreasyonel spor, "kişinin boş zamanlarında katılımcı ya da

seyirci olarak içinde bulunduğu spor aktivitelerinden oluşan önemli bir yaşam tarzı unsuru" (Ross, 2006: 273) olarak ifade edilmektedir.

Bir turizm ve rekreasyonel faaliyeti olarak ele alınan bisiklet etkinlikleri aynı zamanda, kendi içinde farklılaşmaktadır. Morpeth (2001) bisiklet turizmi uygulamalarını *sert* (hard) ve *sakin* (soft) olmak üzere iki başlık altında ele almıştır. Buna göre dağ bisikleti, yüksek düzeyde risk barındıran, fiziksel ve zihinsel zorlanmanın olduğu, teknik yeterlilik gerektiren ve uzak, alışılmadık arazilerde yapılan sert bir macera aktivitesidir (Muller ve Cleaver, 2000'den aktaran Taylor, 2010: 260). Sakin bisiklet turizmi ise Morpeth'e (2001) göre hobi amaçlı bisiklet kullanımı, doğada eğlence amaçlı yapılan turlar ya da küçük işletmelerce organize edilen ticari turlar şeklinde çeşitlendirilebilir. Lamont (2011) ise bisiklet etkinliklerini daha detaylı olarak bağımsız bisiklet turistleri, rekreasyonel bisikletçi, katılımcı etkinlikler, yarışmacı bisikletçi turist ve seyirci olarak pasif katılım olmak üzere beş bölümde ele alınmasını önermektedir. Etkinliğin türüne paralel olarak bisiklet deneyimleri de karmaşıklaşmaktadır. Bisikleti bir geç dönem turizm etkinliği olarak tanımlayan Skår, vd.'e (2008: 38) göre bisiklet, rekabetçi, bireyselleştirilmiş, yüksek teknik bilgi gerektiren, yoğun risk ve uzmanlık gerektiren bir etkinliktir. Özellikle bisikletin sağladığı mobilite, bedenselleşme yoluyla bireyin öznel deneyimler yaşamasını sağlamaktadır (Lamont ve McKay, 2013: 313). Diğer yandan bisikletçilerin "*macera deneyimi, yetkinlik kazanma, kişisel meydan okuma, rahatlama/kaçış, sosyal karşılaşmalar*" (Ritchie vd., 2010: 409) gibi çoğullaşan deneyimler arayışıyla güdülendikleri görülmektedir. Ayrıca, bisiklet etkinliklerine katılmada sosyallikle ilgili faktörlerin, hem belli bir gruba ait olmanın getirdiği olumlu duygular hem de grup baskısı sebebiyle olumsuz duygularla kişiyi belli yaşam desenlerine yönlendirmeler şeklinde etkili olduğu görülmektedir (Taylor, 2010: 275). Bu duruma paralel olarak bisiklet deneyimlerinin özgünlüğünün de çoğul ve farklı anlamlar taşıdığı görülmektedir (Lamont ve McKay, 2013: 313).

Görüldüğü üzere bisiklet turizm pazarı, heterojen ve karmaşık yapısıyla araştırılmayı beklemektedir. Dahası bir özel ilgi turizm türü olarak postmodern turizm paradigması içinde yer aldığından postmodern deneyimlerin incelenebileceği ideal bir alandır. Bu doğrultuda çalışmanın amaçlarının izinde uygulamanın uygulama alanı belirlenmiştir. Çalışmanın uygulama alanı, örnek olay şeklinde incelemeye alınan Karya Sahilleri Bisiklet Turu'dur.

Karya Sahilleri Bisiklet Turu

Marmaris Bisiklet Derneği tarafından düzenlenen Karya Sahilleri Bisiklet Turu, Türkiye'de sayısı giderek artan bisiklet festivalleri içinde büyük öneme sahiptir. Öncelikli olarak Karya Turu, 2010 yılından bu yana kesintisiz olarak düzenlenmektedir. 2014 yılında 5.si gerçekleştirilen tur, zorlu arazi rotasıyla ünlüdür. Dolayısıyla dört gün süren tura, daha çok deneyimli bisikletçiler katılmaktadır. Turun bu ayırt edici özellikleri, araştırmanın uygulama alanı olarak seçilmesinde etkili olmuştur. Uygulamanın gerçekleştirildiği, 16-19 Ekim 2014 tarihlerinde yapılan 5. Karya Sahilleri Bisiklet Turu'na Türkiye'nin çeşitli illerinden gelen 140 kişi katılmıştır. Katılımcılar dört günde toplam 244 kilometre yol kat etmiştir. Katılımcılar, kendi çadırlarında tur kapsamında belirtilen alanlarda

konaklamıştır. Ticari niteliği olmayan tur için katılımcılardan; tur yemekleri, yük araçları ve eskort araçların kiralari gibi masraf kalemleri ibraz edilerek katılım ücreti alınmıştır.

Yöntem

Çalışmada, bisikletçi turistin ve bisiklet turizminin özelliklerine ilişkin açıklama yapmak ve bisiklet deneyiminin postmodern yanlarını ortaya koymak amacıyla nitel araştırma yönteminden örnek olay incelemesi yönteminden yararlanılmıştır. Verilerin toplanmasında katılımcı gözlem ve yarı yapılandırılmış görüşme teknikleri kullanılmıştır. Görüşmelerde katılımcılara, bisikletçi ve bisiklet turizmi özelliklerine ilişkin betimleyici sorular sorulurken, bisiklet deneyiminin postmodern yanlarına ilişkin sorular, Uriely'nin (2005) teorik çalışması ışığında geliştirilmiştir. Hazırlanan sorular alana çıkmadan önce deneyimli ve aktif bisikletçi olan iki kişiyle tartışılmış ve geliştirilmiştir.

Araştırmaya başlamadan önce etik durumlar gözetilerek turu organize eden Marmaris Bisiklet Derneği'yle görüşülerek izin istenmiştir. Araştırmacı, katılımcı gözlemci olarak turda bulunmuş ve diğer bisikletlilerle etapları tamamlamıştır. Tur sırasında ve sonrasında yorgun olan katılımcıların görüşme yapmada isteksiz oluşu ve zamansal kısıt nedeniyle katılımcılar, kolayda örnekleme yoluyla seçilmiştir. Ayrıca katılımcıların seçiminde farklı illerden geliyor olmaları dikkate alınmıştır. Sonuç olarak dokuz görüşme tur sırasında, beş görüşme ise turun sonrasındaki günler içinde olmak üzere toplam 14 görüşme yapılmıştır. "Ortaya çıkan kavramlar ve süreçlerin birbirini tekrar etmeye başladığı zaman yeterli sayıda bireye ulaşıldığına karar verilen kuramsal örnekleme yaklaşımı (Yıldırım ve Şimşek, 2011:115)" benimsenerek görüşme sayısı yeterli bulunmuştur. 17 Ekim – 15 Kasım 2014 tarihleri arasında tamamlanan görüşmelerin her biri, ortalama 17 dakika sürmüştür. Ses kayıt cihazıyla kaydedilen görüşmeler, birebir deşifre edildikten sonra içerik analizine tabi tutulmuştur. Analizde üç aşamalı kodlama prosedürü uygulanmıştır. Neuman'a (2006: 662) önerdiği üç aşamalı kodlama; açık kodlama, eksenli kodlama ve seçici kodlama şeklinde yapılmıştır.

Çalışmanın geçerliliği ve güvenilirliğini sağlamak için veri toplama yönteminde çeşitliliğe gidilmiş, daha önce de belirtildiği üzere görüşmelerin yanı sıra, araştırmacı tura aktif olarak katılarak gözlem yapmıştır. Glesne'e göre (2013: 66) uzun süreli etkileşim sağlanması araştırmanın güvenilirliğini artırmaktadır. Bu bağlamda araştırmacının tura katılmasıyla görüşme yapılacak kişilerle ilişkiler geliştirmesi sağlanmıştır. Bir başka uygulama da görüşmeler sonrasında deşifre metinlerinin katılımcı kontrol prosedürüne tabi tutulmasıdır. Katılımcı kontrol prosedüründe katılımcılardan görüşme metinlerini doğrulamaları istenmiş eklemek istedikleri bilgiler olup olmadığı sorulmuştur. Eklemek istenilenlere ilişkin bazı geri bildirimler alınmış, sonrasında veri analizine geçilmiştir. Güvenirliğin sağlanmasında bir diğer uygulama olan teyit incelemesi için iki uzman kişiye başvurulmuştur. Bazı tema ve kodlamalarda yeniden düzenlemeye gidilmiştir. Ayrıca, çalışmada tutarlılığın sağlanması için bulgular, titizlikle alanyazınla desteklenmiştir.

Bulgular ve Tartışma

Yapılan görüşmelerde kısa sorularla katılımcıların demografik bilgileri toplamıştır. Katılımcıların Türkiye'nin çeşitli illerinde (Muğla, Eskişehir, İzmir, Ankara ve Kocaeli) ikamet ettiği tespit edilmiştir. 14 katılımcının üçü kadındır. Katılımcıların yaşları, 26 ile 44 arasında değişmekle birlikte, yaş ortalaması 36'dır. Katılımcıların tamamı bir işte çalışmaktadır. Mesleki durumlarına bakıldığında katılımcıların sosyoekonomik olarak orta sınıfta olduğu söylenebilir.

Çalışmanın amaçları doğrultusunda sorulan 18 sorunun analizi sonucunda 5 tema elde edilmiştir. Bu temaların ilk ikisi, bisiklet turizmi pazarına ilişkin çıkarımlar sağlayacak "*bisikletçi özellikleri ve bisiklet etkinlikleri*"dir. Diğer üç tema ise bisiklet deneyiminin postmodern özelliklerini ifade eden, "*bisiklet deneyiminde aynılışma, bisiklet deneyiminin çoğullaşması ve bisiklet deneyiminin özgünlüğü*" temalarıdır.

Bisikletçilik ile İlgili Bulgular

Bisikletçi özellikleri

Katılımcıların bisikletçi özellikleri kapsadığı alt temalarla Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Bisikletçi özellikleri

Alt temalar	Kodlar	Frekans
Bisiklet kullanım amacı	Tur	14
	Ulaşım	7
	Spor	5
Bisikletçi kategorisi	Tur bisikletçisi	14
	Dağ bisikletçisi	3
	Sporcu	1
(Rekreasyon olarak) bisiklete başlama	Kendi araştırması	7
	Arkadaş referansı	4
	Doktor tavsiyesi	1
	Antrenman	1
(Rekreasyon olarak) aktif bisiklet kullanım süresi	3 yıl	1
	4 yıl	2
	5 yıl	3
	7 yıl	1
	8 yıl	3
	12 yıl	1
	14 yıl	1
	16 yıl	1
	19 yıl	1
Grup üyeliği	İnformel gruba üyelik	10
	Formal gruba üyelik	6
	Grup üyeliği yok	2

İlk olarak katılımcıların bisikleti *tur*, *ulaşım* ve *spor* amaçlı kullandıkları görülmektedir. Burada tur kodlaması katılımcıların “tur”, “eğlence”, “hobi”, “macera”, “gezi” şeklindeki ifadelerini içermektedir. Katılımcılar arasında sadece bir kişi lisanslı sporcu olduğundan, spor amaçlı bisiklet kullanımı, rekreasyonel spor bağlamında düşünülebilir. Dolayısıyla, bisiklet baskın olarak rekreasyonel amaçlarla kullanılmaktadır. İkinci olarak katılımcılardan elde edilen bilgilere göre boş zaman değerlendirme amaçlı bisiklet kullanıcıları *tur bisikletçisi*, *dağ bisikletçisi* ve *performans bisikletçileri* şeklinde sınıflandırılmıştır. Katılımcıların tamamı kendini *tur bisikletçisi* olarak tanımlamaktadır.

“Benim için çok ağır olmayacak parkurlar, mutlaka içinde bir dostluk, eğlence olacak. Sonunda bol yeme içme, gülme olacak. O tür turları daha çok tercih ediyorum... Tur yapan bir bisikletçiyim diyebilirim.” (K1)

Esasında bu kategori Lamont’un (2011) etkinlik katılım şekline göre yaptığı sınıflandırmada *bağımsız bisiklet turistleri* kapsamında düşünülebilir. Diğer yandan Lamont’un (2011) sınıflandırmasına göre araştırma organize bir tur örneğinde yapıldığından katılımcıların tamamı aynı zamanda *etkinlik katılımcısı*’dır. Burada kategoriler arasında geçiş söz konusudur. Benzer durum bir başka bölümlendirme olan etkinliğin zorluk derecesine göre Morpeth’in (2001) *sert* ve *sakin* sınıflandırması için de söz konusudur. Üç katılımcı, tur bisikletçiliğinin yanısıra “off-road” şeklinde ifade edilen zorlu arazi sürüşleri yaptığını belirtmiştir. Morpeth’in (2001) sınıflandırmasına göre bu katılımcılar diğerlerine göre *sert* bisikletçiler grubunda yer almaktadır. Ancak Katılımcı 13’ün de ifade ettiği üzere bu şekilde bir sınıflandırma bazı durumlarda işlevsiz kalabilmektedir:

“Benim bir kategorim yok aslında, ben canım ne isterse onu yapıyorum. Mesela on sene yol bisikleti kullandım. Sonra ondan sıkıldım, toprak yola girmek istedim. MTB (Mountain bike: Dağ bisikleti) ye bindim. Ondan sonra MTB’mi tur bisikletine çevirdim. Zaman zaman MTB’mi tur bisikletine çeviriyorum. Zaman zaman yol bisikletine çeviriyorum. Zaman zaman arazi lastiği takıp, araziye giriyorum... Yani kategori, ruh halimle alakalı.”(K13)

Görüldüğü gibi farklılaşan bisiklet bölümleri arasında geçişler olmaktadır. Bu durum “seçeneklerin çoğalmasının yarattığı değişim ve zevkin farkında olan” (Feifer, 1985) post-turistin bir özelliği olarak yorumlanabilir. Dolayısıyla pazarı kesin sınırlarla birbirinden ayrılmış bölümler şeklinde tanımlamak güçleşmektedir.

Üçüncü alt tema; katılımcıların rekreasyon olarak bisiklete nasıl başladıklarıyla ilgilidir. Katılımcıların çoğu aktif olarak bisiklete *kendi araştırmalarıyla* başlamıştır. *Dağ bisikletçisi* kategorisinde olan üç kişinin de bisiklete *kendi araştırmasıyla* başladığı görülmektedir. Bisiklete aktif olarak kendi başına araştırma yaparak başlanması, Skår vd.’nin (2008) belirttiği modern dönem sonrası aktivite özellikleriyle yakından ilgilidir. Modern dönem sonrasındaki aktiviteler; rekabetçi, bireyselleştirilmiş, yüksek teknik bilgi gerektiren, yoğun risk ve uzmanlık gerektiren aktivitelerdir (Skår vd. 2008: 38). Buna göre bir postmodernite aktivitesi olarak bisikletin bireysel araştırmayla öğrenildiği ve yaygınlaştığı anlaşılabilir. Konuyla ilgili bir başka dikkat çeken bulgu, görüşme yapılan üç kadın katılımcının da *arkadaş referansı*yla bisiklete başlamasıdır.

Dördüncü alt temada katılımcıların rekreasyon olarak aktif bisiklet kullanım sürelerinin oldukça farklılaştığı bulgusuna erişilmiştir. *Kendi araştırmasıyla* bisiklete başlayan katılımcılara bakıldığında tamamının 5 yıl ve üzerinde kullanımının olduğu; *arkadaş referansıyla* başlayanlarınsa; 5 yıl ve altında kullanımının olduğu görülmektedir. Bu bulgu deneyimli bisikletçilerin bireyselliğine işaret ederken, diğer yandan bisiklet turizminin gelişmesinde referansların önemli bir faktör olduğuna ışık tutmaktadır. Bir diğer önemli bulgu, kendini hem *tur bisikletçisi* hem de *dağ bisikletçisi* olarak tanımlayan katılımcıların aktif bisiklet kullanım süresi 12 yıl ve üzerindedir. Bu bulgu bisiklete başlayan kişilerin zaman içinde farklı bisiklet kategorilerine yönelebileceğini işaret etmektedir.

Son olarak, katılımcıların büyük bir çoğunluğu, sosyal medya gruplarını ifade eden *informal gruplara* üyedir. Dernek ve spor kulübü üyeliğini içine alan *formal gruplara* üyeliğin de yüksek olduğu görülmektedir. Aşan'a (2012: 80) göre de grup etkinliklerine katılımın açık alan rekreasyonunda baskın bir özellik olduğu görülmektedir. Saha gözlemlerine göre bu durumun nedeni, grup etkinliklerinin hazır planlar sunarak kolaylık sağlaması, bireyin mobilitesini artırması ve bireyde güvenlik hissi yaratmasıdır. Ayrıca örgütlülük durumu, diğer temalarda vurgulanan bireyselliğe tezat gibi görünse de yine bir postmodern açıklama olan, Urry'nin (1999) *yeni sosyallikler* kavramıyla ilişkilendirilebilir. Söz konusu bu gruplar, Taylor'ın (2010) da belirttiği üzere birey üzerinde yönlendirme yapabilmekte, sosyal bir kurum vazifesi görerek etkinliklere katılımı artırmakta ve etkilemektedir.

Bisiklet etkinlikleri

Katılımcıların etkinlik özellikleri, kapsadığı alt temalarla Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Etkinlikler

Alt temalar	Kodlar	Frekans
Bağımsız etkinliklere katılım özellikleri	Yakın arkadaş/arkadaşlarla katılım	12
	Grupla katılım	8
	Yalnız etkinlik yapma	8
	Hafta sonu günübirlik turlar	13
	Uzun mesafeli kamplı turlar	10
	Gün içinde yakın mesafeli kısa turlar	3
Organize etkinliklere katılımı etkileyen faktörler	Tur arkadaşı	8
	Destinasyon	8
	Organizatör	2
	Tavsiyeler	2
	Turun tarihi	1
Tur arkadaşında aranan özellikler	Kişilik anlamında uyumlu olma	12
	Performans anlamında uyumlu olma	5
Destinasyon seçiminde etkili olan özellikler	Doğal özellikler	6
	Tarihi ve kültürel değerler	4
	Merak ve ilgi	3
	Altyapı	2
	Etkinlik	1

Tur harcamaları		
	Yeme-içme	10
	Ulaşım	9
	Katılım ücreti	4
	Konaklama	4

İlk olarak katılımcıların organize turlar dışındaki bağımsız etkinlik özellikleri, etkinliğin kiminle gerçekleştirildiği ve etkinliğin süresi durumlarına göre şekillendirilmiştir. Katılımcılar bisiklet etkinliklerini en çok *yakın arkadaş ya da arkadaşlarıyla* yapmaktadır. Bisiklete başlanmada baskın olarak bireysellik görülürken, burada en fazla görülen etkinlik tipi arkadaşlarla beraber gerçekleştirilendir. Bu durum iki şekilde yorumlanabilir. İlk olarak bisiklet etkinliklerinde yeni insanlar tanıma yoluyla arkadaş edinilmekte ve sosyalleşme sağlanmaktadır. İkinci olarak, bisikletliler yakın arkadaşlarını bisiklete yönlendirebilmektedir. Diğer yandan formal ya da informal *gruplarla* da etkinlik yapılabildiği gibi *yalnız* yapılan etkinlikler de sıklıkla tercih edilmektedir. Burada bisiklet gruplarının *yeni sosyallikler* şeklinde tanımlanması daha da pekişmektedir. *Yeni sosyallikler*, geleneksel cemaatlerden farklıdır, çünkü bireyin seçme ve ayrılma özgürlükleri vardır (Urry, 1999: 299). Burada da katılımcılar etkinliklerini seçme özgürlüğüne sahiptir. Katılımcılar etkinliklerini gerçekleştirirken bilinçli bir seçim yaparak bazen grup etkinliğine katılmakta bazen de yalnız etkinlik yaparak farklı deneyimler yaşamaktadır.

Etkinliğin süresi açısından bakıldığında katılımcılar, gün içinde yakın mesafeli genelde akşam gerçekleştirilen *kısa turlar, hafta sonu günübirlik turlar ve uzun mesafeli kamplı turlar* yapmaktadır. Lamont'a (2011) göre katılımcıların büyük bir çoğunluğu hem uzun mesafeli turlar yaparak *bağımsız bisiklet turisti*, hem günübirlik turlar yaparak *rekreasyonel bisikletçi* olmaktadır. Buradan bir kez daha pazar bölümlerinin girift bir görünüm içinde olduğu ve bisikletçilerin kategorilendirilmesinin zorlaştığı anlaşılmaktadır. Dahası turizm ve rekreasyon arasındaki sınırların bulanıklaştığı argümanını destekleyen bu bulgu, postmodernizmin getirdiği *aynılaşma* özelliğine de işaret etmektedir.

İkinci alt temada organize turlara katılımı etkileyen faktörlere ulaşılmıştır. Araştırmanın uygulamasının gerçekleştirildiği gibi organize turlar, bir örgüt tarafından planlanan ve düzenlenen geniş katılımlı etkinliklerdir. Katılımcılar bu tarz etkinliklere katılmayı planlarken en çok *tur arkadaşı* ve turun gerçekleştiği bölge ve parkura ilişkin özellikleri ifade eden *destinasyona* dikkat ettiklerini dile getirmiştir.

“Birlikte süreceğim keyif aldığım insanlar olmasına dikkat ederim.” (K14)

“Daha çok aslında görmediğim yerleri, benim ilgimi çeken rotaları tercih etmeye çalışıyorum.” (K4)

Turu düzenleyen *organizatör*, arkadaşlardan alınan *tavsiyeler* ve *turun tarihinin* kişinin yıllık iznine uygun olması da katılımcıların ifade ettiği diğer faktörler arasındadır. Uygulama sırasında yapılan gözlemlere göre deneyimli bisikletçilerin organize turları daha az, bireysel uzun mesafeli turları daha çok tercih ettiği görülmektedir. Katılımcılardan biri, bu gözlemi şu şekilde desteklemiştir:

“(Organize turlara) artık çok fazla katılmak istemiyorum. Çünkü 2007’den beri bu tip organizasyonlara katılıyorum ve galiba sıkıldım artık. Sıkıcı gelmeye başladı... Paylaşımlar çok az. Kafa dengi olduğun adamlar zaten belli. Sadece onlarla bir tur yapmak daha akıllıca.” (K13)

Görüldüğü üzere bisiklet etkinliklerinde arkadaşlık konusu büyük öneme sahiptir. Nitekim üçüncü bir alt tema, olarak tur arkadaşında aranan özelliklere ilişkin bulgulara ulaşılmıştır. Katılımcıların tümü iyi bir tur arkadaşının çeşitli açılardan kendine uyumlu olması gerektiğini dile getirmiştir. İfadeler incelendikten sonra bu alt temanın, *kişilik* özellikleri bakımından uyum ve sürüş *performansı* açısından uyum şeklinde ayrıldığı görülmüştür.

“Turda bazen uyum sağlayabiliyorsunuz, bazen sağlayamayabiliyorsunuz. İıı... Kişilik çatışmaları oluyor... İşte biri hızlı giderken öteki yavaş gidiyor, diğerine uyum sağlamak zorlaşıyor.”(K1)

Tur arkadaşıyla ilgili ifadeler özel bir bulguya ulaşılmasını da sağlamıştır. Bisiklete *kendi araştırması* ile başlayan, 7 yılın üstünde tecrübesi olan ve *uzun mesafeli tur* yapmış olan dört katılımcı “tur psikolojisi”nden bahsetmiştir. Tur arkadaşı çok yakın ve iyi tanınmasına rağmen tur sırasındaki zorluklar ve yorgunluk sebebiyle çatışmalar çıkabilmektedir. Bu çatışmalarla tur arkadaşında olması istenen uyum bozulmaktadır. Bir katılımcı bu durumu şu şekilde açıklamaktadır:

“Şöyle ki, insan çok yoruluyor. O bir gerginlik yaratıyor ve bir şekilde anlaşmak zorlaşıyor. O gerginliğin üzerine. Ve şeyi de tutturamazsan, senin kullanmak istediğin zaman o pes ederse, pes etmek istediğin zaman o kullanmak isterse ve siz... Çünkü yorgun olduğunuz zaman anlayışsız olmak o kadar kolay ki.” (K10)

Dördüncü olarak planlama yapılırken destinasyon seçiminde etkili olan özelliklere ulaşılmıştır. Bu özelliklerin kodlanmasında alanyazına başvurulmuştur. Kozak’a (2006) göre turizmden bağımsız olarak destinasyonu oluşturan unsurlar; doğal özellikler, tarihi ve kültürel değerler, etkinlik ve altyapıdır. Buna göre katılımcıların destinasyonun seçimde en çok tespit edilen seçim faktörü “coğrafya” “iklim” ve “doğa” şeklinde dile getirilen *doğal güzelliklerdir*. *Tarihi ve kültürel değerler* de özellikle gidilen bölgedeki insanlarla kültürel “etkileşim” anlamında dile getirilen bir faktör olmuştur. Bazı katılımcılar gidilecek bölgenin “güvenlik” ve “alışveriş olanaklarının” olmasını dile getirmiştir. Bu ifadeler bisiklet turistleri için *altyapı* unsurunun da etkili olduğunu göstermektedir. Ayrıca yapılacak etkinliğin parkuru üzerinde duran bir kişinin ifadesi parkurun, etkinliğin zorluk derecesiyle ilgili olduğundan destinasyonun *etkinlik* unsuru altında kodlanmıştır. Ayrıca katılımcılardan bu destinasyon unsurlarından farklı olarak “görmedikleri” yerleri tercih edenler olmuştur. *Merak ve ilgi* şeklinde kodlanan bu durum, kişiyi destinasyona yönlendiren itici bir unsur olarak diğer faktörlerden farklılaşmaktadır.

Beşinci alt tema olan tur harcamaları, bisiklet turizminin ekonomik çıktılarının yorumlanmasında ipucu olması amacıyla sorulan sorularla elde edilmiştir. Miktar belirtmekte zorlanan katılımcılardan ne tür harcamalar yaptıkları bilgisine ulaşılmıştır. Buna göre katılımcılar etkinlikleri sırasında *yeme-içme, ulaşım, konaklama* ve *katılım ücreti* için harcama yapmaktadır. Uzun turlar yapan dört katılımcı turları sırasında gerekli teçhizat ve malzemeyi taşıyarak yemeklerini kendileri yapmayı tercih edebilmektedir. Ancak genelde *yeme-içme* hizmetinin

dışarıdan satın alındığı ifade edilmiştir. Katılımcılar tur bölgesine *ulaşımı* kendi araçlarıyla ya da otobüsle gerçekleştirmektedir. Bir diğer harcama kalemi de turlara *katılım ücreti*dir. Organize turların, gönüllü olsalar dahi maliyetlerinin karşılanması amacıyla *katılım ücreti* olmaktadır. Son olarak, katılımcıların büyük bir çoğunluğu *konaklamalarını* çadırıla yapmayı tercih etmektedir. Otel ya da pansiyon gibi turizm hizmetleri uzun turlarda, nadiren talep edilmektedir. Esasında bisiklet özünde bir doğa aktivitesi olduğundan bisikletçiler için, çadır hayatı çekici gelmektedir. Buna göre turların ekonomik olduğu söylenebilir. Bu bulgu, Morpeth'in (2001: 218) bisiklet turizminin düşük maliyetli bir turizm türü olduğu ifade ettiği çalışmayla da desteklenmektedir.

"Otel tercih etmiyoruz, çadırdaki kalıyoruz. Pansiyonda zaman zaman şey yapabiliyoruz, ucuz bir pansiyon bulmaya çalışıyoruz bazen. Mesela o gün çok yağmur yemiştir, ıslanmıştır. Üç gündür yoldayızdır, hem bir duş alırım, hem rahatça bir uyuyayım şeyi oluyor." (K2)

"Zaten konaklama çadırı... Madem böyle bir doğa ortamına geliyoruz. Hakkını verelim." (K8)

Her ne kadar katılımcılar bisiklet turları için yaptıkları harcamaları gelirleriyle orantılı olarak düşük bulsa da bisikletin donanım ve bakım masraflarının özel bir harcama kalemi olduğu görülmektedir. Sahada yapılan incelemelerde tura katılan katılımcıların konuşmalarında bisiklet donanımları ve masraflarının sıklıkla konu edildiği gözlenmiştir. Burada turizmin çarpan etkisi söz konusudur. Buna göre bisikletçilerin yaptığı donanım harcamaları spor ve rekreasyon donanımlarını satan işletmelerde gelire dönüşmektedir.

Bisiklet Deneyiminde Postmodernizm ile İlgili Bulgular

Bisiklet deneyiminde aynışma

Postmodernizmin aynışma özelliğinin yansımalarını görmek üzere katılımcılara boş zaman deneyimleri içinde bisikletin kapladığı yer sorulmuştur. Tablo 3'de görüleceği üzere, aktif bir bisikletçi olmadan önce ve aktif bir bisikletçi olduktan sonra katılımcıların turistik deneyimlerinde farklılık olduğu kaydedilmiştir.

Tablo 3. Bisiklet deneyiminde aynışma

Alt temalar	Kodlar	Frekans
Aktif bisikletçi olmadan önce	Bisiklet harici doğa aktiviteleri	7
	Evde dinleme	6
	Kıyı otellerinde tatil	2
	İkincil konut	1
Aktif bisikletçi olduktan sonra	Sadece bisiklet	7
	Doğa aktivitelerin yanı sıra bisiklet	6

Katılımcıların yarısı aktif bir bisikletçi olmadan önce "trekking" "dağcılık" kamp" gibi doğa etkinliklerini yaptığını dile getirmiştir. Dolayısıyla bu bisikletçiler zaten doğayla ilgilenmektedir. Katılımcıların bir kısmı ise bisikletten önce tatil yapmadıklarını boş zamanlarını evlerinde aileleriyle geçirdiklerini dile getirmiştir. Dahası bir katılımcı

(K2) ekonomik sebeplerle daha önce tatil yapmadığını belirtmiştir. Bu anlamda ekonomiklik özelliğiyle bisikletin insanları turizme kazandırma potansiyeli olduğu görülmektedir.

“Ekonomik gücüm tatile çıkmaya yetmiyordu ama şimdi tatile çıkabiliyorum diyebilirim. Eskiden çıkmıyorken şimdi çıkıyorum.” (K2)

Katılımcıların bir kısmı aktif bir bisikletçi olduktan sonra trekking, dağcılık gibi diğer aktivitelerle birlikte bisiklet etkinliklerine de zaman ayırmaktadır. Daha büyük bir kısım ise zamanlarını sadece bisiklet etkinliklerine ayırmaktadır. Boş zamanlarını sadece bisiklet etkinliklerine ayıran katılımcıların dördünün önceden tatillerini evde dinlenerek geçirdikleri dikkat çekicidir.

“Zaten benim arkadaş çevremi düşünürsek şöyle, sosyal yaşantımda görüştüğüm insanlar kim diye sorarsak, herhalde bisiklete binmeyen çok az insan kaldı. Yani... Çok eski dostlar vardır, o ayrı bir şeydir ama. Düzenli görüştüğüm insanlar hep bisiklete binen insanlar.” (K12)

“Bisikletin kaplamadığı yer yok, hep kaplıyor... Bisiklete dayalı yapıyorum tüm planlarımı.” (K11)

Bulgular katılımcıların hayatında bisikletin önemli bir yer kapladığına işaret etmektedir. Bu durum postmodern dönemin aynışma özelliğinin bir göstergesi olarak bisikletin yaşam tarzı haline gelmesi şeklinde yorumlanabilir. Bağımsız etkinliklere katılım temasında da bisikletin hem turizm hem rekreasyon amaçlı kullanımının bir aynışma olarak görülmüştü. Burada da boş zaman değerlendirmede bisiklet deneyimlerinin yaygınlaşarak bir yaşam tarzına dönüşmesi söz konusudur. Sonuç olarak postmodern dönemin bir yansıması sonucu bisiklet deneyimlerinde aynışmanın olduğu anlaşılmaktadır.

Bisiklet deneyiminin çoğullaşması

Katılımcılara bisiklet turlarında ne tür deneyimler yaşadığı sorulduğunda, çok sayıda deneyim yaşandığı bilgisine ulaşılmıştır. Bu bilgilerin kodlanmasında rekreasyon alanyazınında büyük öneme sahip Driver ve Tocker'ın (1970) geliştirdiği, Skår vd.'nin (2008) daha önce bisikletçiler üzerinde uyguladığı Rekreasyonel Deneyim Tercihleri Kuramı'na başvurulmuştur. Kodlamalar ilgili kuramın ölçeğinde yer alan ifadelere göre yapılmıştır. Buna göre katılımcıların yaşadığı deneyimler Tablo 4'de sıralanmıştır.

Tablo 4. Bisiklet deneyimleri

Kodlar	Frekans
Yeni insanlarla tanışma	10
Bağımsızlık	8
Başarı	7
Gerginlikten uzaklaşma	7
İçgörü	6
Benzer değerleri paylaşma	5
Doğadan zevk alma	5
Öğrenme	2

Fiziksel zindelik	1
Aileyle birlikte olma	1
Nostalji	1
Mutluluk	8

Katılımcılar turlar sırasında en fazla *yeni insanlarla tanışma* deneyimi yaşamaktadır. İfadelere göre bu insanlar, turdaki diğer kişiler olabileceği gibi gidilen “yerel bölgeden insanlar” da olmaktadır. Katılımcılar “kendi vücutlarını kullanarak” ve “özgürlük” deneyimleriyle, *bağımsız* hissetmektedir. *Başarı* deneyimlerinde ise katılımcıların “dayanıklılığını görme” “sabır” “kendinle yarışma” gibi ifadeleri bulunmaktadır. Katılımcıların “stres atma” “şehrin koşuşturmacasından kaçma” gibi ifadelerle *gerginlikten uzaklaştıkları* anlaşılmaktadır. “Kendinle olma” “düşünmek” gibi ifadelerle “*içgörü*” deneyimi yaşanmaktadır. *Benzer değerleri paylaşma* ise “arkadaşlarla olma” anlamında kodlanmıştır. Katılımcıların “doğanın sesi” “doğaya yaklaşma” gibi ifadelerle *doğadan zevk* aldıkları anlaşılırken, turlar sırasında hem “doğayı tanıma” hem de “bölgeyi öğrenme” gibi ifadelerle *öğrenme* deneyiminin de yaşandığı görülmektedir. Ayrıca bir katılımcı bisiklet sürmenin “sağlıklı” hissettirdiğini, bir katılımcı ise “*ailesiyle birlikte*” zaman geçirmesini sağladığını ifade etmiştir. Son olarak bir katılımcı da bisikletin “çocukluk hediyesi” olmasını belirtmesinden dolayı “*nostalji*” deneyimi yaşadığı anlaşılmaktadır.

Rekreasyonel Deneyim Tercihleri ölçeğinde yer almayan ancak çok sayıda katılımcının dile getirdiği “*mutluluk*” ifadesi ayrı bir kod olarak incelenmiştir. Rekreasyonel Deneyim Tercihleri, deneyimin psikolojik yanını açığa çıkarmaktadır. Oysa bisiklet söz konusu olduğunda mutluluk, bisikleti kullanma eyleminden kaynaklı insan vücudunda hissedilen kimyasal bir durum olabilmektedir. Kimya alanında uzman bir katılımcı olan K10’a bu durumu şu şekilde ifade etmiştir:

“Çok güzel bir keyif veriyor. Bazen keyiften de öte, kimyasal maddeler öfori verici diyorlar bizim jargonda. Hakikaten öfori gibi. Hatta düz bir yolda hafif eğimli aşağıya inerken, o rüzgarın ve yeşil bir yerdeyse, ellerini açma falan, işte acayip bir keyif, fiziksel bir keyif veriyor bana.”

“Bisiklete bindiğim anda bütün dertler bitiyor bana göre. Yani bir de şey... Yüzüne bir gülümseme geliyor. Gerçekten ben de oluyorum. Sebepsiz bir gülümseme.”(K2)

Görüldüğü üzere katılımcılar çok sayıda deneyim yaşayabilmektedir. Öyleyse deneyimin çoğul anlamlarının olduğu söylenebilir. Dahası deneyimler bireyden bireye farklılaştığından mutlak bisiklet deneyimlerinden bahsetmek güçleşmektedir. Burada postmodernizmde bahsedilen parçalılık durumu görülmektedir. Çoğul anlamlar taşıdığından bisiklet deneyiminin bir kez daha postmodern olduğu ifade edilebilir.

Bisiklet deneyiminin özgünlüğü

Katılımcıların bisiklet deneyimlerinde algıladıkları özgünlük, kuramsal açıklamalara dayanarak oluşturulan alt temalarla Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo 5. Bisiklet deneyiminin özgünlüğü

Alt temalar	Kodlar	Frekans
Bedenselleşme	Bedensel çaba	6
	Mobilite	5
	Çoklu Algılama	4
Sosyal ilişkiler	Bisikletin birleştirici özelliği	2
	Bisikletçilerin doğa dostu olması	2
	Bisikletçilere sempati duyulması	2
	Suç eğilimi azaltması	1

İlk olarak bedenselleşme alt temasında, katılımcılar “kendi vücudunu kullanma”, “kas gücü” gerektirmesi ve “çaba sarf edilmesi” ifadeleriyle *bedensel çabanın* bisiklet deneyiminin ayırt edici özelliği olduğuna işaret etmektedir. Bazı katılımcılar “kısa sürede çok yer görme” imkânı sağladığından bisikletin gitme eylemine odaklanmıştır. Gitme eylemi *mobilité*yle ilgilidir. Son olarak bisiklet deneyimlerinin çok sayıda algıya hitap ettiğini ifade eden katılımcıların *çoklu algılama* yaşadıkları anlaşılmaktadır.

“Bisikletle tura çıktığınızda ki kendi gücünüzle hareket ediyorsunuz. Bizim için çok önemli. Bir yere ulaşırken de bu hazzı biz yaşıyoruz. Yani bir yerden bir yere kendi gücünle ulaşmak kadar büyük bir şey olduğunu zannetmiyorum.” (K3)

“Bisiklet çünkü daha kısa sürede, daha çok yer görüp, daha çok şey hissetmenizi sağlıyor örneğin arabayla ya da motosikletle yolculuk yaptığınızda çevreden gelen kokuların hiçbirini alamıyorsunuz veya göremediğiniz pek çok şeyi bisikletle giderken görebiliyorsunuz. İyi koku oluyor, kötü koku oluyor, yokuş aşağı yokuş yukarı, sıcakın daha fazla hissedilmesi, her şeyi daha fazla yaşıyorsunuz.” (K5)

Anlaşılabileceği üzere bisiklet deneyimlerinin baskın olan özgünlük özelliği, deneyimin bedenselleşerek yaşanmasıdır. Dahası *bedensel çaba* ve *çoklu algılama* doğrudan özneye ilgili olduğundan özgünlük anlatımının öznel olduğu açıktır. Buradaki *mobilité* kavramıysa, teknolojik gelişmelerle yükselen bir mobilite değil bireysel, öznel bir mobilitedir. Nitekim Lamont ve McKay (2013) da çalışmasında bisikletin sağladığı “*mobilité*” ile insanların öznelliklerini yaşayabildiği belirtilmiştir. Buradan hareketle bisiklet deneyiminde özgünlüğün “varoluşsal” özgünlükle açıklanabileceği ve öznel deneyimlere bağlı olduğu anlaşılabilir. Nitekim Uriely (2005) de özgünlüğe ilişkin kuramsal açıklamaların öznel anlatımlara yöneldiğini doğrulamaktadır.

İkinci olarak, sosyal ilişkilerle ilgili bir alt temaya ulaşılmıştır. Bu bağlamda katılımcılar özel bir “bisikletçi kültürü”nden bahsetmiştir. Bisikletin farklı sosyoekonomik sınıflardan insanların katıldığı etkinliklerle *birleştirici* özelliği olduğu ileri sürmüştür. Saha gözlemleri de bu görüşü desteklemektedir.

“Yani işte saçsı, solcusu atıyorum hangi etnik kökenden olursa olsun, hangi dinden olursa olsun insanlar bir araya gelebiliyorlar. Çünkü bisiklet sanki bir üst kategori gibi. Herkesin altta ayrımları var ama bir üst kategoride bir araya geliyorlar. Başka bir ülkeye gidip bisiklet bindiğinizde de onlarla aynı dili konuşuyorsunuz. Onlar sizi selamlıyor, beraber vakit geçirebiliyorsunuz”(K4)

Ayrıca, bisikletçilerin doğa dostu olduğu ifade edilmiştir. Katılımcıların dile getirdiği bir başka özellik de toplumun bisikletçilere sempati duymasındır.

“Bisikletçinin sempatisi çok. Bir yere gittiğin zaman, bir muhabbete girdiğin zaman sana çay ismarlarlar, yemek yedirirler, her şeyi yaparlar ama başka hiç bir sektörde hiçbir sporda böyle bir şey yok. Hiçbirinde yok.” (K3)

Bunlara ek olarak hekim ve aktif bir dernek üyesi olan K4, bisikletçilerin suça eğilimlerinin az olduğuna dikkat çekmiştir:

“Bisiklet kullanan insanların depresyona daha az girdikleri, depresyon tedavisinden daha çok fayda gördükleri, kullandıkları antidepressanların dozunun daha da azalabildiğini araştırmalar gösteriyor. Suça eğilimlerinin daha az olduğunu gösteriyor. Çünkü deşarj oluyorsunuz, o enerjiyi atıyorsunuz. Eeee... daha sağlıklı bir ortamda bulunuyorsunuz.”

Bu bilgiler bisiklet etkinlikleri gelişen sosyal ilişkilere işaret etmektedir. Bisikletçi kültürü adı altında bisikletçilerin kodlar ve semboller ürettiği görülmektedir. Bu durumun kuramsal temelleri Urry'nin (1999) “yeni sosyallikler” yaklaşımında görülebilir. Buna göre, insanlar bisiklet etkinlikleriyle bir araya gelmekte ve kendine özgü özellikleriyle bir bisikletçi toplumu oluşturmaktadır. Bu toplumun içinde birey, bisikletçi kültürüne ilişkin sembollerini deneyimlemekte ve aidiyet duygusu yaşamaktadır. Burada özne ikinci planda kalmakta semboller ön plana çıkmaktadır. Söz konusu semboller, bir yapı olarak bisikletçi kültürünü işaret etmektedir. Dolayısıyla, bu açıdan bisikletin özgünlüğü “yapısal” özgünlüğe yaklaşmaktadır. Fransa Bisiklet Turu kapsamında araştırmasını yapan Lamont ve McKay (2013) de çalışmasında Fransa Turu'na ilişkin sembolik deneyimlerle özgünlüğün algılandığını belirtmiştir. Öyleyse bisiklet deneyimlerinde postmodernizmin etkisi olarak açıklanabilecek öznenin vurgulandığı “varoluşsal” özgünlük baskın olmakla birlikte, sembolik deneyimlerin söz konusu olduğu “yapısal” özgünlüğün de yaşanabileceği görülmektedir.

SONUÇ

Çalışmada, bisikletçi turist ve bisiklet turizminin özelliklerini açıklamak ve bisiklet deneyiminin postmodern yanlarını ortaya koymak amacıyla 5. Karya Sahilleri Bisiklet Turu kapsamında örnek olay çalışması yapılmıştır.

Çalışma kapsamında görüşülen bisikletçi turistlerin tur, ulaşım ve spor amacıyla bisiklet kullandıkları; baskın şekilde kendi araştırmalarıyla bisikletçiliğe başladıkları; genelde informal ve formal gruplara üye oldukları görülmüştür. Buna göre bisikletçilerin bireyselleşme bisiklete başlamalarına rağmen örgütlülük düzeylerinin yüksek olduğu gözlenmiştir. Katılımcıların tamamı kendini tur bisikletçisi olarak tanımlarken, bazı katılımcılar dağ bisikletçiliği gibi farklı formları da uygulamaktadır. Bu durum bisiklet turizmi pazarının bölümleri arasında geçirkenlik ve dinamizm olduğuna işaret etmektedir.

Katılımcılar bireysel bisiklet etkinliklerini, etkinliğin kiminle yapılacağı ve süresi bakımında sınıflamaktadır. Diğer yandan organize turlara katılmaya karar verirken en sık dikkate alınan unsur, tur arkadaşı ve destinasyondur.

Planlamalarını yaparken tur arkadaşının hem kişilik hem performans anlamında uyumu aranırken; destinasyon seçiminde doğal özellikler, tarihi ve kültürel değerler, altyapı gibi çekici; merak ve ilgi gibi itici unsurlar dikkate alınmaktadır. Bisiklet turizminin düşük maliyetli bir turizm türü olarak bilinmesine paralel olarak katılımcılar, etkinliklerinde en fazla yeme içme hizmeti satın almakta, baskın olarak çadırda konaklamaktadır.

Aynışma kapsamında, etkinlik özelliklerine bakıldığında bisikletin hem kısa ve gününbirlik turlar yapılarak rekreasyonun hem de kampli uzun turlar yapılarak turizmin konusu olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bisikletçiler, hem rekreasyon hem de turizm pazarını oluşturmaktadır. Postmodernizme göre bu durum günlük hayat ve turizm deneyimlerinin aynışmasıdır. Diğer yandan aktif bir bisikletçi olmadan önce katılımcıların bir kısmı doğa aktiviteleriyle ilgiliyken bir kısmı boş zamanlarını evde dinlenerek geçirmektedir. Aktif bisikletçi olduktan sonra tüm boş zamanlarında bisiklete yöneldiği ya da diğer doğa aktiviteleriyle birlikte bisikletin gerçekleştirildiği de görülmüştür. Bisiklet, aktif bisikletçi olduktan sonra katılımcıların hayatında önemli bir yere sahip olmuştur. Bazı katılımcılar için bisikletin bir yaşam şekli haline gelmesi, postmodernizmin aynışma özelliğinin bir başka göstergesidir.

Katılımcılar bisiklet turlarında çok sayıda deneyim yaşamaktadır; mutluluk, yeni insanlarla tanışma, bağımsızlık, başarı, gerginlikten uzaklaşma, içgörü, benzer değerleri paylaşma, doğadan zevk alma, öğrenme, fiziksel zindelik, aileyle birlikte olma, nostalji deneyimleri. Bu durum postmodern anlatımla bisiklet deneyimlerinin çoğul anlamlar kazandığını ve turistik deneyimlerin çoğullaştığını doğrulamaktadır.

Katılımcılar kendi bedenlerini kullanarak, çoklu algılama ve mobilite yoluyla bisiklet deneyimlerini bedenselleştirmektedir. Ayrıca katılımcılar, öznel bir mobilite yaşamaktadır. Tüm bunlar bireysel ve öznel anlamları sebebiyle bisiklet deneyiminin baskın olarak varoluşsal özgünlük sağlama özelliğine işaret etmektedir. Diğer yandan bisikletçiliğin, kendi içinde sosyal ilişkiler ve yapılar geliştiren bir kültüre dönüştüğü görülmüştür. Bu kültüre ait sembollerin deneyimlenmesi anlamında da bisiklet deneyiminde yapısal özgünlüğe yaklaşıldığı anlaşılmıştır. Hem sembolik tüketimler, hem de deneyimin öznel anlamları postmodernizmin bir ürünüdür. Dolayısıyla, bisiklet deneyiminin özgünlük algılamalarında da postmodernizmin etkileri görülmektedir.

Sonuç olarak, hem sosyal bir oluşum hem de yükselen bir niş turizm pazarı olarak bisiklet etkinliklerinin geliştirilmesinde, Karya Tur ile örneklenen postmodern özelliklerin dikkate alınması, önemlidir. Bugünlerde yapılacak yatırım ve uygulamalarda modern yaklaşımların yetersiz kalabileceği öngörüsüyle, çağımıza hâkim olan postmodernizme uygun anlayış ve yöntemleri denemek adeta bir zorunluluktur. Bu çalışmada bisiklet turizmi pazarı gibi önemli bir özel ilgi alanı postmodernizm temelinde değerlendirilerek, bisiklet pazarı hakkında uygulayıcılara farklı bir bakış açısı getirilmeye çalışılmıştır. Bu alanda, bisikletçi kültürünün inceleneceği farklı araştırmalara da ihtiyaç duyulmaktadır. Yapılacak çalışmalarla, sosyal bir yapı olarak bisikletçiliğin sürdürülebilir bir turizm formu olarak gelişimi için uygulayıcılara önemli ipuçları sağlanacaktır.

KAYNAKÇA

- Akoğlan Kozak, M. ve Bahçe, S. (2009). *Özel ilgi turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akoğlan Kozak, M., Evren, S. ve Çakır, O. (2013). "Tarihsel Süreç İçinde Turizm Paradigması." *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1): 7-22.
- Argan, M. (2007). *Eğlence pazarlaması*. Detay: Ankara.
- Aşan, K. (2013). *Doğa deneyimleri açık alan rekreasyon güdüleri ve tatil aktivite tercihleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Baud-Bovy, M. ve Lawson, F. (1998). *Tourism and Recreation Handbook of Planning and Design*. Oxford: Architectural Press.
- Bauman, Z. (1996). "From pilgrim to tourist – or a short history of identity. Aktaran Lamont, M. ve McKay, J. (2013). Intimations of postmodernity in sports tourism at the Tour de France." *Journal of Sport & Tourism*, 17(4): 313-331.
- Boorstin, D. (1964). *The Image: A guide to pseudo-events in America*. New York: Harper. Aktaran Urry, J. (2009). *Turist bakışı*. Ankara: Bilgesu Yayınevi.
- Cohen, E. (2012). Major trends in contemporary tourism. *The Routledge Handbook of Tourism Research*. (310). New York: Routledge.
- Crouch, D. (2000). "Places around us: Embodied lay geographies in leisure and tourism." *Leisure Studies*, 19(2): 63-76.
- Dann, G. M. S. (2002). *The Tourist as a Metaphor of the Social World*. Wallingford: CABI.
- Doğan, H. Z. (2004). *Turizmin sosyo-kültürel temelleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Feifer, M. (1985). *Going Places*. Londra: Macmillan. Aktaran Urry, J. (2009). *Turist bakışı*. Ankara: Bilgesu Yayınevi.
- Franklin, A. ve Crang, M. (2001). "The trouble with tourism and travel theory?" *Tourist Studies*, 1(1): 5–22.
- Glesne, C. (2013). *Nitel araştırmaya giriş*. (2. baskı). Çev., Ali. Ersoy ve Pelin Yalçınoğlu. Ankara: Anı yayıncılık.
- Güney Avustralya Turizm Komisyonu (2005). *South Australian Cycle Tourism Strategy 2005-2009*. 28 Aralık 2014 tarihinde <http://www.bicyclecouncil.com.au/> adresinden erişilmiştir.
- Hacıoğlu, N., Gökdeniz, A. ve Dinç, Y. (2003). *Boş zaman ve rekreasyon yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Jamal, T. ve Hill, S. (2002). The home and the world (Post)touristic Spaces of (In)authenticity? *The Tourist as a Metaphor of the Social World*. (77). Wallingford: CABI.
- Knudsen, D. C. ve Rickly-Boyd, J.M. (2012). "Tourism sites as semiotic signs: A critique." *Annals of Tourism Research*, 39(2): 1252–1254.
- Kozak, N. (2006). *Turizm Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Lamont, M. (2009). "Reinventing the wheel: A definitional discussion of bicycle tourism." *Journal of Sport & Tourism*, 14(1): 5–23.
- Lamont, M. ve Buultjens, J. (2011). "Putting the brakes on: impediments to the development of independent cycle tourism in Australia." *Current Issues in Tourism*, 14(1): 57-78.

- Lamont, M. ve McKay, J. (2013). "Intimations of postmodernity in sports tourism at the Tour de France." *Journal of Sport & Tourism*, 17(4): 313-331.
- MacCannell, D. (1973). "Staged Authenticity: Arrangements of social space in tourist settings." *The American Journal of Sociology*, 70(3): 589-603.
- Mclean D.D., Hurd A.R. ve Rogers, N.B. (2008). *Kraus' recreation and leisure in modern society*. Sudbury: Mass.
- Morpeth, N. (2001). The renaissance of cycle tourism. *Special Interest Tourism* (115.) Brisbane : J. Wiley & Sons Australia.
- Neuman, L. (2006). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nitel ve Nicel Yaklaşımlar*. Çev., Sedef Özge. Ankara: Yayın odası.
- Odabaşı, Y. (2004). *Postmodern pazarlama: Tüketim ve tüketici*. İstanbul: Mediacat.
- Ritchie, B. W. ve Hall, M. (1999). "Bicycle Tourism and Regional Development: A New Zealand Case Study." *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 10(2): 89-112.
- Ritchie, B. W., Tkaczynski A. ve Faulks, P. (2010). "Understanding the Motivation and Travel Behavior of Cycle Tourists Using Involvement Profiles." *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(4): 409-425.
- Ross, C. M. (2006). *Recreational Sport Management. Introduction to Recreation and Leisure*.(271). Champaign: Human Kinetics.
- Sharpley, R. (1999). *Tourism, Tourists and Societies*. Aktaran Swarbooke, J. ve Horner, S. (1999) *Consumer behaviour in tourism*. Oxford: Elsevier.
- Skår, M., Odden, A. ve Vistad, O. I. (2008). "Motivation for mountain biking in Norway: Change and stability in late-modern outdoor recreation, *Norsk Geografisk Tidsskrift*." *Norwegian Journal of Geography*, 61 (1): 36-45.
- Swarbooke, J. ve Horner, S. (2007). *Consumer behaviour in tourism*. Oxford: Elsevier.
- Tangeland, T. ve Aas, Ø. (2011). "Household composition and the importance of experience attributes of nature based tourism activity products." *Tourism Management*, 32: 822-832.
- Taylor, S. (2010). "'Extending the Dream Machine': Understanding people's participation in mountain biking." *Annals of Leisure Research*, 13 (1-2): 259-281.
- Torkildsen, G. (1999). *Leisure and recreation management*. Londra: E.& FN Spon.
- Uriely, N. (2005). "The tourist experience." *Annals of Tourism Research*, 32(1): 199-216.
- Urry J. ve Larsen J. (2011). *The tourist gaze 3.0*. Los Angeles: Sage.
- Urry, J. (1999). *Mekanları tüketmek*. İstanbul: Ayrıntı Yayınevi.
- Urry, J. (2009). *Turist bakışı*. Çev., Enis Tataroğlu ve İbrahim Yıldız. Ankara: Bilgesu Yayınevi.
- Wang, N. (1999). "Rethinking authenticity in tourism experience." *Annals of Tourism Research*, 26(2): 349-370.
- Witt, S. F. ve Moutinho, L. (1995). *Tourism marketing and management handbook*. New Jersey: Prentice.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin yayıncılık.

Summary

EXTENDED SUMMARY

With globalisation and increased product, capital, knowledge, culture and human mobility that it brings along, our age gradually transforms itself into a more *postmodern* world. In this new age where individualisation and consumer centeredness are dominant, tourist experience, addressed in this study, is of vital importance. According to literature, it is seen that with the effects of postmodernism, dedifferentiation has occurred between touristic experience and everyday life experiences, it has pluralised by transcending various classifications, and its distinctive features have become subjective (Urry 2009:136, Cohen 2012). Even if it has been started to mention these changes theoretically quite often there are few studies available which offer empirical evidence. Accordingly, in this study, postmodern tourism paradigm is addressed under the scope of bicycle tourism and cycling experiences, which are the extensions of special interest tourism. The bicycle tourism is seen as a growing tourism market which offers potential social, environmental and economic outputs (Ritchie Tkaczynski and Faulks, 2010). Actually, in order to reinvigorate economy in rural societies, politicians and planners have started to acknowledge the potential of bicyclists (Ritchie and Hall 1999). As bicycling event is a topic of special interest tourism and is a tourism market awaiting to be investigated, it is expected that it will constitute an effective basis for the explanation of postmodern touristic experiences.

Research area has been determined as The 5th Karya Coasts Bicycle Tour. Karya Coasts Bicycle Tour has an important place among bicycle festivals in Turkey whose numbers are increasing gradually. Participant observation and semi-structured interview techniques were utilised in order to collect data. While asking descriptive questions to the interviewees about the features of bicycle tourism and bicycle tourism, questions related to postmodern aspects of cycling experience were developed from the study of Uriely (2005). The questions prepared were discussed with two experienced and active bicyclists before commencing field study. In total 14 interviews, nine during the tour and five during the days after the tour, were conducted. The interviews were conducted in October-November 2014, and each interview lasted 17 minutes on average. The interviews recorded with a tape recorder were deciphered, and they were subjected to content analysis. During the analysis, a three-stage coding procedure was utilised. For the purposes of verification, another practice aiming at ensuring reliability, two experts were engaged. Furthermore, in order to achieve consistency in the study, the findings were supported with the literature. As a result of the analysis of 18 questions asked in line with the objectives of the study, five themes were reached. First two of these themes are the *features of bicycle tourist* and *bicycling events*, which will offer insights into bicycle tourism market. Other three themes are *dedifferentiation in cycling experience*, *pluralisation of cycling experience* and *authenticity of cycling experience*, which reflect the postmodern features of cycling experience.

According to demographic results of the study, only three of the interviewees are female, their age ranges between 26-44, all have a job and they are from middle class.

Following conclusions were reached with regard to the features of bicyclists and bicycling events: Majority of the interviewees started active bicycling upon their *own research*. A big majority of the interviewees are members of *informal groups* representing social media groups. The interviewees perform bicycling events with *very close friends or with friends*, and during day they make *short tours* of short-distance mainly at night; they make *daily tours* and *long-distance camp tours* at weekends. Furthermore, *natural beauties* are taken into consideration for the selection of the distance, and they spend money for *food-beverages, transport, accommodation* and *participation fee*.

The findings obtained from postmodernism and bicycling perspectives indicate that bicycle has an important role in the life of the interviewees. This has been interpreted as the bicycling transforming itself into a lifestyle as an indicator of *dedifferentiation* feature of postmodern period. Under the theme of participation in independent events, the use of the bicycle for the purposes of both tourism and recreation has been seen as *dedifferentiation*. As a result, it is seen that there is *dedifferentiation* in cycling experiences as a reflection of postmodern period.

The experiences of the interviewees have been themed within the scope of Recreational Experience Preferences (REP). Accordingly, what the interviewees experience most is *meeting new people* during the tours. The interviewees feel *independent* by “using their own bodies” and through the experiences of “freedom”. As for the interviewees’ experiences of achievement, there exist statements of “seeing how much endurance they have”, “patience” “compete against themselves”. It is concluded that interviewees are *reducing tensions* with the statements of “letting off stress” “escaping from the rush of the city”. Introspection is experienced with the statements of “being with one’s own”, “to think”. *Being with considerate people* is coded with “being with friends”. It is understood from the statements of “the sound of nature” and “coming close to the nature” that the interviewees *enjoy the nature*, while it is also understood from the statements of “knowing the nature” and “learning the regions” that they also experience *learning* during the tours. The statement of “*happiness*”, which is not included in the REP Scale but is stated by many of the interviewees, is one of the findings obtained. Accordingly, it is understood that cycling experiences have *plural* meanings changing from one individual to another.

The feature of authenticity, which is dominant in cycling experiences, occurs during the embodiment of the experience. Hereby, it can be understood that authenticity in cycling experience can be explained with “existential authenticity” and depends on *subjective* experiences. However, Uriely (2005) confirms that theoretical explanations on authenticity are inclined towards *subjective* descriptions. Secondly, the interviewees have mentioned a specific bicyclist culture. An individual in a society experiences symbols related to the bicyclist culture and enjoys the sense of belonging. Here, subject is of secondary importance while symbols are of primary importance. These symbols point to the bicyclist culture as a structure. Therefore, it has been seen that cycling experience gets close to constructive authenticity in this terms.

