



T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

**TURİZM TOPLUMLAR ARASI ÖNYARGILARI
AZALTIYOR MU?
TÜRKİYE’DE TATİL YAPMA DURUMUNA GÖRE
TÜRKLERE ve TÜRKİYE’YE BAKIŞ AÇISI; KİEV ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS

Hazırlayan:
Merdali ARSLAN

Danışman:
Doç. Dr. Uğur ÇALIŞKAN

2022-MUĞLA

**MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

**TURİZM TOPLUMLAR ARASI ÖNYARGILARI
AZALTIYOR MU?
TÜRKİYE’DE TATİL YAPMA DURUMUNA GÖRE
TÜRKLERE ve TÜRKİYE’YE BAKIŞ AÇISI; KİEV ÖRNEĞİ**

Merdali ARSLAN

1841180Y01

**Sosyal Bilimler Enstitüsünce
Tezli Yüksek Lisans
Diploması Verilmesi İçin Kabul Edilen Tez.**

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih :25.07.2022

Tezin Sözlü Savunma Tarihi : 24.06.2022

**Tez Danışmanı: Doç.Dr. Uğur ÇALIŞKAN
Jüri Üyesi: Dr.Öğr.Üyesi Hatice YILMAZ
Jüri Üyesi: Doç.Dr. Işıl ARIKAN SALTİK**

Enstitü Müdürü :Prof. Dr. Bayram COŞKUN

**TEMMUZ, 2022
MUĞLA**

TUTANAK

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün 27/05/2022 tarih ve 1048/12 sayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin **24/6** maddesine göre, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı **Tezli Yüksek Lisans Programı** öğrencisi Merdali ARSLAN'ın "*Turizm Toplamlar Arası Önyargıları Azaltıyor mu? Türkiye'de Tatil Yapma Durumuna Göre Türklere ve Türkiye'ye Bakış Açısı; Kiev Örneği*"adlı tezini incelemiş ve aday 26/06/2022 tarihinde saat 14⁰⁰'da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonra 105 dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin **kabul** edildiğine **OYBİRLİĞİ** ile karar verildi.

Tez Danışmanı
Doç.Dr. Uğur ÇALIŞKAN

Üye
Dr.Öğr.Üyesi Hatice YILMAZ

Üye
Doç.Dr. Işıl ARIKAN SALTİK

YEMİN

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “*Turizm Toplamlar Arası Önyargıları Azaltıyor mu? Türkiye’de Tatil Yapma Durumuna Göre Türklere ve Türkiye’ye Bakış Açısı; Kiev Örneği*” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

22/07/2022

Merdali ARSLAN

ÖZET

TURİZM TOPLUMLAR ARASI ÖNYARGILARI AZALTIYOR MU? TÜRKİYE’DE TATİL YAPMA DURUMUNA GÖRE TÜRKLERE ve TÜRKİYE’YE BAKIŞ AÇISI; KİEV ÖRNEĞİ

Temmuz, 2022, 132 sayfa

Türkiye turizm potansiyeli oldukça zengin olan bir ülkedir. Her geçen yıl milyonlarca yabancı turist ülkeyi ziyaret etmektedir. Gelen yabancılar Türk kültürü Türk insanları ile etkileşim kurmaktadır. Bu etkileşim sayesinde yabancıların ülkeye bakış açıları ve Türk insanlarını algılama şekilleri değişmektedir. Bu araştırmanın amacı toplumlararası önyargıların azaltılmasında turizmin etkilerini Ukraynalı turistlerin Türkiye’ye bakış açısı yönünde ölçmeye çalışmaktır. Ukraynalıların Türkiye’de tatil yapma durumuna göre turizmin toplumlararası önyargıyı azaltıp azaltmadığı sorusuna cevap bulmaktır. Son yıllarda Türkiye’yi turizm amaçlı ziyaret eden Ukraynalı sayısında yaşanan artışlar Türklerin son yıllarda yurt dışı seyahatlerinde tercih ettikleri ülkeler arasında Ukrayna’nın olması için araştırmanın Ukraynalılar üzerine yapılması tercih edilmiştir.

Yapılan bu çalışmada Ukraynalıların Türklere ve Türkiye’ye bakış açısını ölçmek için anket yöntemi kullanılmıştır. Veriler Ukrayna’nın başkenti Kiev’de ikamet eden 423 kişiden toplanmıştır ve SPSS istatistiki paket programları üzerinden analiz edilmiştir. Birkaç farklı çalışmadan yararlanarak oluşturulan ve çalışma alanında ilk kez sınanan ölçek için açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Hipotezleri test etmek için katılımcıların tatil durumuna ve demografik özelliklerine göre Anova ve t-testi uygulanmıştır. Ukrayna vatandaşlarının Türkiye ve Türkler hakkındaki görüşlerinde farklılık olup olmadığı farklılık analizleri ile sınanmıştır.

Çalışma sonucuna göre turizm toplumlar arası önyargıyı azaltmaktadır. Ukraynalıların tatil yapma durumuna ve demografik özelliklerine bağlı olarak Türkiye ve Türklere olan bakış açılarında farklılık olduğu ortaya konulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kültür, Kültürel Etkileşim, Toplumlar Arası Önyargı, Türkiye, Ukrayna

ABSTRACT

DOES TOURISM REDUCE PREJUDICES BETWEEN SOCIETIES: PERSPECTIVES OF THE UKRAINIAN PEOPLE TOWARDS TURKS AND TURKEY, ACCORDING TO HAVING HOLIDAY IN TURKEY; CASE OF KIEV CITIZENS

July, 2022, 132 pages

Turkey is of very rich tourism potential. Millions of foreign tourists visit the country every year. Incoming foreigners interact with Turkish culture and Turkish people. Therefore, foreigners' perspectives on the country and the way they perceive Turkish people may change. Utilizing Ukrainians perspectives based on whether they visited Turkey or not, the aim of this research is to examine whether tourism reduces inter-communities bias. Since the number of Ukrainian tourists visiting Turkey has increased recently, and Ukraine is among the countries that Turkish citizen have preferred for their holidays abroad in recent years, it was preferred to conduct the research on Ukrainians.

In this study, the quantitative research method was used to evaluate the perspective of Ukrainians towards Turks and Turkey. The data were collected from 423 people residing in Kiev, the capital of Ukraine, and analyzed through multivariate statistical methods. Firstly, an exploratory factor analysis was applied, since the questionnaire was adopted from several different studies and tested for the first time in the study area. Afterwards, to test the hypotheses, t-tests, ANOVA and *post hoc* tests were applied.

The findings reveal that tourism may lead to reduced bias between societies. It is pointed out there are differences in the perspectives of Ukrainians towards Turkey and Turks, depending on having a holiday in Turkey or not, and some demographic characteristics.

Keywords: Culture, Cultural Interaction, Intercommunal Bias, Turkey, Ukraine

ÖNSÖZ

Tez çalışmanın hazırlanması sürecinde bana yol gösteren, beni teşvik eden, benden hiç bir zaman desteğini esirgemeyen, bana her zaman ve her koşulda her türlü desteği sağlayan, sabırla dinleyen ve üzerimde bir teşekkür mektubuna sığmayacak kadar emeği olan değerli hocam, danışmanım Doç. Dr. Uğur ÇALIŞKAN'a, en içten teşekkürlerimi sunarım.

Önlisans, Lisans ve Yüksek Lisans eğitimim boyunca tecrübelerine başvurduğum ve tez savunmama katılarak kritik noktalarda yapıcı eleştiriler getirerek tezin son şeklini almasını sağlayan değerli hocalarım Işıl ARIKAN SALTİK ve Hatice YILMAZ'a teşekkürü bir borç bilirim.

Yüksek Lisans eğitimimin başımdan beri her zaman bana yardımcı olan Kamile KEMAL'e, Cesim DALAN'a ve her zaman tecrübesine başvurduğum değerli hocam Saim ASLAN'a teşekkürü bir borç bilirim.

Tezimin yazım aşaması boyunca bana gösterdikleri nezaket ve büyük sabırlarından ötürü aileme, her zaman yanımda olan dostlarıma teşekkür ediyorum.

Merdali ARSLAN

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	İ
İÇİNDEKİLER	İİ
TABLolar LİSTESİ.....	V
ŞEKİLLER LİSTESİ	VI
KISALTMALAR	VII
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM TURİZMİN ETKİLERİ

1.1. TURİZMİN EKONOMİK ETKİLERİ	3
1.1.1. Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri	4
1.1.2. Turizmin Olumsuz Ekonomik Etkileri	8
1.2. TURİZMİN ÇEVRESEL ETKİLERİ	10
1.2.1. Turizmin Olumlu Çevresel Etkileri	13
1.2.2. Turizmin Olumsuz Çevresel Etkileri	15
1.3. TURİZMİN SOSYO-KÜLTÜREL ETKİLERİ.....	18
1.3.1. Turizmin Olumlu Sosyo-Kültürel Etkileri	19
1.3.1.1. Barış ve Hoşgörü Ortamını Oluşturur	20
1.3.1.2. Kültürü Korunmasına ve Canlı Kalmasına Destek Sağlar	20
1.3.1.3. Boş Zamanı İyi Kullanma Alışkanlığı Gelişir ve Rekreasyon	21
1.3.1.4. Yabancı Dil Öğrenilmesini Destekler	22
1.3.1.5. Yeni Yaşam Tarzlarının Öğrenilmesini ve Benimsemesini Sağlar.....	22
1.3.1.6. Sivil Katılımın ve Anlayışın Desteklenmesini Sağlar	23
1.3.1.7. Nitelikli Göç Nedeniyle Sosyal Sermayenin Yükselmesini Sağlar	23
1.3.2. Turizmin Olumsuz Sosyo-Kültürel Etkileri	24
1.3.2.1. Kültürel Yozlaşma	24
1.3.2.2. Suç, Kumar, Alkol ve Uyuşturucu Kullanım ve Fuhuşun Artması.....	25
1.3.2.3. Toplumsal Yapının Bozulması.....	26

1.3.2.4. Kültürün Ticari Meta Haline Dönüşmesi ve Standartlaştırılması	26
1.3.2.5. Kültürel �atışma	27
1.3.2.6. Aile Bağlarının Bozulması	27
1.3.2.7. Dilin Bozulması	28
1.3.3. Turist ve Ev Sahibi İlişkileri	28

İKİNCİ B L M31

TOPLUMLAR ARASI ANLAYIş VE BARIşIN SAğLANMASINDA TURİZM

2.1. TURİZM ve BARIş İLİşKİSİ.....	32
2.2. TURİZM VE KÜLTÜREL ETKİLEşİM, ANLAYIş	38
2.2.1. Kültürel Uyum	40
2.2.2. Belirsizliğin/Tedirginliğin Azaltılması ve Yaşam Doyumu.....	44
2.2.3. Kültür şoku	45
2.2.4. Kültürel Bariyer.....	46
2.2.5. Kültürel Uzaklık/Yakınlık.....	47
2.2.6. Irkçılık, Ayrımcılık, �nyargı	47
2.3. GÜVENLİK ve TURİZM SEKTÖRÜ İLİşKİSİ	48
2.3.1. Havaalanında ve Sınır Kapılarında Güvenlik.....	52
2.3.2. Yol Güvenliği.....	54
2.3.3. Otellerde Güvenlik	55
2.3.4. Sokakta Güvenlik	56
2.4. TURİZM'DE TURİST VE EV SAHİBİ TOPLUM İLİşKİSİ	57
2.4.1. Temas Hipotezi	58
2.4.2. Doxey'in Rahatsızlık İndeksi Modeli/Tolerans Modeli.....	59
2.4.3. Butler Yaşam Döngüsü Modeli (Turizm Alanı Yaşam Döngü Modeli)	61
2.4.4. Sosyal Mübadele (Değişim) Teorisi.....	64
2.4.5. Duygusal Dayanışma Teorisi	66

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE TATİL YAPMA DURUMUNA GÖRE UKRAYNA HALKININ TÜRKLERE VE TÜRKİYE'YE BAKIş AÇISI ÜZERİNE ARAşTIRMA

3.1. ÇALIşMA ALANI	67
--------------------------	----

3.1.1. Ukrayna ve Kiev.....	67
3.1.2. Ukrayna ve Türkiye İlişkileri	68
3.1.3. Türkiye ve Ukrayna Arasında Turizm Hareketleri.....	71
3.2. ÇALIŞMANIN AMACI ve ÖNEMİ	72
3.3. HİPOTEZLER	74
3.4. ÇALIŞMANIN SINIRLILIKLARI	75
3.5. YÖNTEM.....	75
3.6. VERİ TOPLAMA ARACI.....	77
3.7. BULGULAR ve ANALİZLER.....	77
3.7.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri	78
3.7.2. Faktör Analizi.....	79
3.7.3. Farklılık Analizleri	83
SONUÇ VE ÖNERİLER	94
EKLER.....	106
KAYNAKÇA.....	113

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 2.1: Turizmde Değişen Güvenlik Kavramı.....	51
Tablo 2.2: Butler'ın Turizm Yaşam Döngüsü Modelindeki Aşamalar.....	63
Tablo 2.3: Sosyal Değişim Sonuç Matrisi	65
Tablo 3.1: Türkiye'ye Gelen Ukraynalı Turistlerin İstatistik Bilgileri	72
Tablo 3.2: Ukrayna'ya Giden Türk Turistlerin İstatistik	72
Tablo 3.3: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı	78
Tablo 3.4: Açıklayıcı ve Doğrulamalı Faktör Analizi Sonuçları	82
Tablo 3. 5: Türkiye'de Tatil Yapıp Yapmama Durumuna Göre Farklılık Analizi. ...	86
Tablo 3. 6: Türkiye'de Tatil Yapma Sayısına Göre Farklılık Analizi Sonuçları	88
Tablo 3 7: Türkiye'de Konaklama Süresine Göre Farklılık Analizi Sonuçları	89
Tablo 3. 8: Yaş Değişkenine Göre Farklılık Analizi Sonuçları	92
Tablo 3. 9: Eğitim Değişkenine Göre Farklılık Analizi Sonuçları.....	93

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1: Çevre Kavramının Kapsamı.....	12
Şekil 2.1: Butler'ın Turizm Yaşam Döngüsü Modeli: Bir Turistik Bölgenin Varsayılan Evrimi.....	62



KISALTMALAR

BİLGESAM	: Bilge Adamlar Stratejik Araştırmalar Merkezi
GSMH	: Gayri Safı Milli Hâsıla
GSYİH	: Gayri Safı Yurtiçi Hâsıla
HCTC	: Ukrayna Ulusal Turizm İstatistikleri Sistemi
SSCB	: Sovyet Sosyalist Cümhuriyetler Birliğı
TÜRSAB	: Türkiye Seyahat Acentaları Birliğı,
UNESCO	: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü, (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)
UNWTO	: Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (United Nations World Tourism Organization)
WTTC	: Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (The World Travel and Tourism Council)

GİRİŞ

Her yıl dünyayı dolaşan bir milyardan fazla turistle turizm, tüm uluslardan insanları hem ev sahibi hem de misafir olarak çeken dünya çapında bir sosyal ve kültürel fenomen haline gelmiştir. İnsanların başka yerleri görme, yeni kültürlerle tanışma arzusu, başka kültürlerden insanlarla kültürel etkileşim kurmasına neden olmaktadır. İnsanların çeşitli kültürlerle etkileşim kurması kültürel diyalogu, hoşgörüyü, karşılıklı anlayışı teşvik etmektedir. Bu unsurlar turizm hareketlerinin bazı önyargıları ortadan kaldırmasına vesile olabilmektedir.

Ülkelerin ekonomik yapısı, kültürel değerleri, tarihi geçmişi, jeopolitik konumu gibi faktörler o ülkenin imajını etkilemektedir. Bu faktörlerin en başında da o ülkenin insanı gelmektedir. İnsanların birbirine davranışı, iletişim kurma becerisi, ülkeye ve o ülke yerel halkına olan bakış açısını etkileyebilmektedir.

Turizm devamlı gelişmekte olan bir sektör olmakla beraber ekonomiyede büyük katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda kültürlerarası etkileşime büyük bir katkısı vardır. Turizmin sosyal ve kültürel etkilerine atfedilen olumlu faydalar arasında, farklı uluslardan insanlar arasında iyi niyet anlayışı ve barışın teşvik edilmesi bulunmaktadır. Uluslararası turizmin, ev sahibi ülkeler üzerindeki ekonomik etkisinin yanı sıra ülkeler arasında kültürel anlayışı güçlendirdiğine inanılmaktadır (D'Amore, 1988). Seyahat etmek, barış ve anlayış için en büyük güçlerden biridir (Kennedy, 1963 aktaran Edgell vd., 2008). İnsanların gittiği ülkelere beraberinde barışı da götördükleri, farklı kültürlerin bir arada barış içinde yaşamalarına olanak sağladıkları belirtilmektedir (Dinçer ve Güzel, 2015) Dolayısıyla, kültürlerarası farkındalık ve kişisel dostluklar sayesinde turizmin, uluslararası anlayışı geliştirmek ve dünyanın bütün ulusları arasında barışı sağlamak için güçlü bir etken olduğu ifade edilmektedir (UNWTO, 1999).

Türkler ve Ukraynalıların komşuluk ilişkileri, Karadeniz'in kuzeyinde çok eski zamanlara dayanmaktadır. Ukrayna coğrafi konum olarak Osmanlı zamanından beri Türkiye-Rusya arasındaki gerçekleşen savaşların merkezinde yer almıştır. İki halkın arasında genellikle iyi komşuluk ve sulh içinde bir ilişki sergiledikleri görülse de tarih boyunca Ukrayna halkının Türkiye ve Türk halkına karşı belirli bir önyargıları olmuştur

(Arabacı, 2019). Son yıllarda iki ülke arasındaki gerek siyasi gerek ticari anlaşmalar iki ülke arasındaki önyargıları kaldırabilecek niteliktedir. Gerçekleşen turizm hareketleri de iki kültür arasında engellerin aradan kalkmasını sağlamaktadır.

Bu bağlamda yapılan çalışmanın sonucunda elde edilen veriler ile turizmin toplumlararası önyargıyı azaltıp azaltmadığı, Ukraynalıların Türkiye’de tatil yapma durumuna göre incelenmektedir. Tatil yapanlarla yapmayanların Türklere ve Türkiye’ye karşı bakış açılarında fark olup olmadığı incelenerek tüm yurttaki turizm gelişimi planlanma ve uygulama sürecinde kullanılabilecek verilere ulaşılmaya çalışılmaktadır.

İlgili yazın incelendiğinde Türkiye’de turizmin toplumlar arası barışa ve önyargının azalmasına katkılarıyla ilgili çalışmaların yetersiz sayıda olduğu görülmektedir. Ayrıca genel olarak Türkiye ve Türk algısıyla ilgili çok fazla çalışmanın olmadığı görülmektedir. Aynı zamanda bugüne kadar yapılan bu çalışmanın alanı olan Ukrayna’nın Kiev şehrinde ikamet eden Ukraynalıların turizm hareketlerine göre Türkler’e ve Türkiye’ye bakış açısını ölçen herhangi bir çalışmanın olmaması araştırmanın özgün bir çalışma olmasına katkıda bulunmaktadır.

Ülkelerin barış içerisinde olması, turizm faaliyetlerinin daha yoğun yaşanmasını dolayısıyla turist olarak bulunan insanların güven içerisinde yaşayacakları deneyimleri ile tercihlerinin artış göstereceği var sayılmaktadır (Yeşiltaş vd. 2008). Alanyazında turizmin toplumsal barışa ve önyargıların ortadan kaldırmasına yönelik etkilerine vurgu yapılmaktadır.

Türkiye’de tatil yapan ve yapmayan Ukraynalıların Türklere ve Türkiye’ye bakış açısını inceleyen bu çalışma kapsamında tezin birinci bölümünde turizmin ekonomik, sosyokültürel ve çevresel etkileri, ikinci bölümde turizm ile toplumlar arası barış ve anlayış incelenmektedir. Tezin üçüncü ve son bölümünde ise Ukraynalıların Türkiye’yi turizm destinasyonu için tercih etmelerine etki eden faktörler ile Ukraynalıların sahip olduğu Türkiye ve Türk insanı algısı ortaya konulmaya çalışılmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZMİN ETKİLERİ

Son yıllarda önemli gelişmeler kaydeden turizm, giderek önemli bir sektör haline gelmektedir (Çalışkan ve Özer 2020). Farklı kültürden, farklı milletlerden, farklı yapılara sahip milyonlarca insan turizm sayesinde bir araya gelmektedir. Turizm etkinlikleri farklı unsurlardan oluşmaktadır ve bu süreçte insanlar birbirinden farklı yollardan faydalanmaktadır. Turizm sürecindeki bu değişikliklerden faydalanan insanlar arasında da etkileşimler meydana gelmektedir.

Turizm, içerisinde sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel etkenleri barındırmaktadır. Birçok sektör ve etkinliği içerisinde bulunduran turizm, seyahat eden bireylerle beraber; işletmeleri, işletme çalışanlarını, turizm bölgelerinde yaşayan yerel halkı ve dolayısıyla ülkeleri de etkilemektedir.

1.1. TURİZMİN EKONOMİK ETKİLERİ

Turizm faaliyetleri, ekonomiye en hızlı ve fazla katkı sağlayan sektörler arasında yer almaktadır. Hem dünya hem de bireysel ülkelerin ekonomisi üzerindeki etki alanı sürekli genişlemektedir. Dünya Turizm Örgütü'nden (UNWTO) uzmanlara göre turizm, 21. yüzyılda dünya ekonomisinin motoru haline gelecektir (Gorbileva 2014).

Turizm ekonomisinin potansiyeli II. Dünya Savaşı sonrasına kadar ekonomiyle, kalkınmayla, büyümeyle ilgili birçok araştırmada göz ardı edilmiştir (Bahar 2006). İkinci Dünya Savaşı sonrası batıdaki turizm hareketleri gelişmiştir. Özellikle 1980'li yıllardan itibaren ülkelerdeki kalkınma durumlarında turizm sektörü vasıtasıyla değişimler ve ilerlemeler yaşanmaya başlamıştır. Devamında 2000'li yılların başında küreselleşme, telekomünikasyonun ve teknolojinin gelişmesiyle birlikte turizm sektörü dünya küresel ekonomisinin en çabuk gelişen sektörü olmuştur (Bahar 2006). Dünya Turizm Örgütü (United Nations World Tourism Organization (UNWTO)) tarafından sunulan verilere bakıldığında 2019 yılında dünyadaki uluslararası turist sayısı 1,4 milyar kişiye, turizm gelirleri ise 1,7 trilyon Amerikan Dolarına ulaşmıştır (UNWTO, 2020)

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) ve Oxford Economics 2019 yılında birlikte bir çalışma yürütmüştür. Çalışmada seyahat ve turizm sektörünün 2019 yılında

%3,5 oranında büyüme gerçekleştiğini, devamındaki dokuz yılda %2,5 oranında büyüme ile küresel ekonomi büyümesini geride bıraktığını belirtmiştir (WWTC, 2020). Dünya gayri safi yurt içi hasılasına turizm sektörü sayesinde 2019 yılında 8,9 trilyon ABD doları kazandırılmıştır. Küresel GSYİH'nın %10,3'ünü ise yine turizm oluşturmaktadır. 2019 yılında turizm sektöründeki iş istihdamının 334 milyon işi kapsadığı belirtilmektedir (WWTC, 2019). Son beş yılda dünya çapında yaratılan tüm yeni işlerin ¼'ünü, tüm işlerin %10,6'sını turizm sektörü oluşturmaktadır. Turizm sektörü 1,7 trilyon ABD doları ziyaretçi ihracatı (toplam ihracatın %6,8'i, küresel hizmet ihracatının %28,3'ü, 948 milyar ABD doları sermaye yatırımı (toplam yatırımın %4,3'ü) ile dünya ekonomisine yön veren sektörlerdendir (Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi-WWTC, 2020).

Ulaşılan veriler turizm sektörünün en üst seviyeleri kapsarken, dünya genelinde yaşanan Covid-19 salgını ile bu artış tamamen değişiklik göstermiştir. Bu düşüşün %65 oranında gerçekleştiği tespit edilmiştir.

Turizm sektörü tarihi boyunca, en yüksek veriler Covid-19 salgınına kadar olan süreçte yaşanmıştır. Dünya genelinde yaşanan salgın ile beraber en yüksek seviyedeki veriler tamamıyla tersine dönmüştür. Covid-19 salgını ile beraber %65 oranında bir düşüş yaşanmıştır. Salgın sebebiyle dünya genelinde zorunlu olan seyahat kısıtlamaları nedeniyle 2020 yılının Kasım ayına kadar %72 oranında düşüş olduğu tespit edilmiştir. Yaşanan bu olumsuz durum ise turizm sektörünün en kötü verisi olarak tarihe geçmiştir. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından 2019 yılına dair yapılan karşılaştırmaya göre Ocak ve Ekim ayları arasında 900 milyon turist daha az seyahat etmiştir. Dolayısıyla 935 milyar ABD Dolarının uluslararası turizm ekonomisi içerisindeki gelirin kayb olduğu görülmüştür. Dünya Turizm Örgütü tarafından yapılan araştırma sonuçlarında Covid-19 salgınından en çok etkilenen ülkeler arasında Türkiye, İngiltere, Fransa, Almanya, İspanya, ABD, Çin, İtalya yer almaktadır (UNWTO, 2020).

1.1.1. Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri

Turizm büyük bir ekonomik potansiyele sahip bir sektördür. Ekonomik anlamdaki büyümeler, iş olanaklarına olan katkısı ve dolaylı olarak sosyal kalkınmaya olan etkisi göz ardı edilemeyecek boyuttadır. Turizm sektörü, turizm hareketlerinin gerçekleştiği birçok ülkenin dış ve iç borçlarının azaltılmasında, istihdam yaratılmasında, insanların

gelir düzeyinin yükselmesinde büyük bir pay sahibidir (Göymen 2000). Dolayısıyla turizm sektörünün ekonomik olarak gelişmesi, iş istihdamı sağlamakla birlikte yerel ekonomiye de canlılık katmaktadır (Çalışkan ve Tütüncü, 2008). Turizmin gelişiminde yerel halk tarafından en fazla aranan faktörlerden biri ekonomik faktörlerdir (Stynes, 1997; Yoon vd., 2001). Ekonomik etkiler diğer tüm etkilerden daha fazla araştırılmıştır (Mason, 2003). Yapılan araştırmalarda ifade edilen turizmin olumlu ekonomik etkileri aşağıdaki şekilde özetlenebilir;

- *Ödemeler dengesi üzerine etkisi;* Ödemeler dengesi, belirli bir ülke ile tüm dış ülkeler arasındaki tüm parasal anlaşmalara ilişkin kayıtlardır. Katılım, söz konusu mal ve hizmetlerin değişimi şeklinde gerçekleşir (Oktayer vd., 2007). Bir ülkenin ihracattan elde ettiği toplam gelir ile ithalatın toplam değeri arasındaki farka ödemeler dengesi denir (Bogolyubov 2005). Kısacası turizm açısından ülkedeki yabancı turistlerin harcamaları ile aynı ülkede ikamet edenlerin yurt dışındaki harcamaları arasındaki farka ödemeler dengesi denmektedir (Zhou vd., 1997) Ülkenin tüm uluslararası işlemleri ödemeler dengesine yansıtılır. Turist akışları ve ilgili para girişleri veya döviz çıkışları da ülkenin ödemeler dengesine yansıtılmaktadır (Gurova, 2019). Turizm talebi her geçen gün artmaktadır ve turistlerin harcamaları da aynı oranda hızla artmaya devam etmektedir. Talep ve turist harcamalarındaki artış turizm sektörünün diğer mal ihracatlarına göre daha kolay döviz getirisi olduğunu göstermektedir (Bahar 2006; Çolak 2017). Uluslararası turizm faaliyetleri, giderlerin karşılanması kısmında dolaylı olarak büyük bir gelir potansiyelini oluşturmaktadır (Çelik vd., 2013). Turizmin ödemeler dengesi üzerindeki olumlu etkisini tartışmak için bir ülkenin döviz gelirleri miktarının döviz harcamalarını aşması gerekmektedir (Çelik vd., 2013). Turizm ile beraber ihraç edilemeyen birçok kaynak da ülke ekonomisine döviz girdisi sağlamaktadır (Çımat ve Bahar, 2003). Ekonomiye giren döviz ile turizmin ödemeler dengesi üzerinde olumlu etkisi vardır (Çelik vd., 2013).
- *Ek ve görünmeyen ihracata etkisi;* Görünmez ticaret, hizmetlerin ithalatı ve ihracatı ile ilgilidir. Turizm hizmetlerinin görünmez ihracatından elde edilen gelirin çoğu, gelen yabancı turistlerden (Bogolyubov, 2005; Arslanova, 2016;

Kabirov, 2009). Turistlerin yapmış oldukları alışverişler arttıkça turistik ziyaretle bulundukları o ülkeye ek ihracat kaynağı yaratmaktadır (Tutar vd., 2013).

- *Bölgesel kalkınmaya etkisi;* Bölgesel kalkınmada turizm önemli bir rol oynamaktadır. Çünkü bir bölgenin turizm potansiyeli, bölgenin çok yönlü gelişimini hızlandırmaktadır. Turizm sektörü ile gerçekleşen gelişme, bölgelerin bir kısmının hızlı bir şekilde büyümesine sebep olmakta ve bu nedenle yönetimler mevcut turizm potansiyelini çok iyi değerlendirmektedirler. Bu nedenle, turizm bölgesindeki gelişme kırsal veya az gelişmiş bölgelerdeki ekonomik dengesizliklerin ortadan kaldırılmasına yardımcı olmaktadır (Boz ve Serçek, 2019).
- *Gelir yaratıcı etkisi;* Uluslararası turizm, dünyanın en büyük ihracat sektörü olarak görülmektedir ve küresel ticaret için hayati öneme sahiptir (Edgell vd., 2008). Turizm yatırımı için bölgeye yerli ve yabancı sermaye çekmek mümkündür. Bu sayede yabancı semayeye doğrudan olarak döviz gelirini sağlamaktadır. Turizm faaliyetleri ile gelir sağlayanlar sadece harcama yoluyla bölgenin gelirini artırmakla kalmaz, aynı zamanda endüstrinin bağlantılarını diğer sektörleri ve bölgeleri harekete geçirmek için kullanmaktadırlar. Turizm sektörü sadece konaklama, yeme-içme, ulaşım anlamına gelmemektedir. Aslında turizm ulaşım, tarım, inşaat gibi birçok farklı çalışma alanıyla bağlantılıdır ve ortalama 40 farklı sektör ile bir arada çalışmaktadır. Turizm büyümesi aynı zamanda küresel GSYH'deki büyüme ile de pozitif yönde ilişkilidir (Edgell vd., 2008). Turizm sektörü, çarpan mekanizmasıyla ekonomide çok boyutlu gelir etkileri yaratmaktadır. Turizm sanayideki büyümeleri teşvik eder ve iş yaratma imkânı kurar. Bu, çarpan etkisi olarak bilinir ve en basit şekliyle bir turistin harcadığı paranın ülke ekonomisinde kaç kez dolaştığını göstermektedir (Balaguer ve Cantavella-Jordá, 2002; Kabirov, 2009; Rusu, 2011). Çarpan etkisi temel ekonomik göstergelerden birindeki (örneğin üretim, istihdam, gelir vb.) değişikliklerin turist harcamalarındaki değişikliklere oranıdır (Rusu 2011).

- *İstihdam yaratıcı etkisi*; Turizm, içerisinde yüksek düzeyde çaba barındırmakta ve bu sebepten dolayı ciddi bir istihdam oranı yer almaktadır (Tosun vd., 2003). Uluslararası turizmin güçlü bir istihdam etkisi vardır ve coğrafi olarak yeni işler yaratma olasılığı, ekonominin diğer yükselen sektörlerinden daha fazladır (Gülbahar, 2009). Ülkemizde ve gelişmekte olan birçok diğer ülkede istihdam yaratıcı olması turizmin en önemli etkilerinden biri olarak görülmektedir. Özellikle de işsizlik önemli bir sosyoekonomik sorun olduğu için kamu ve özel sektör, turizmin gelişmesini istihdam konusunda desteklemektedir (Tosun vd., 2003). Turizmin büyümesi tüm ülkelerde birçok yeni iş imkanı yaratmaktadır. Bu nedenle turizmin istihdam üzerindeki etkisi, çeşitli nedenlerle, önemli ölçüde ekonominin bu sektörüne bağımlı olan birçok ülke için belirleyici olabilmektedir. Turizmdeki gelişme, hem sanayileşmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde (çoğunlukla nitelikli ve niteliksiz) birçok iş fırsatı yaratmıştır. Turizm insan ilişkilerini ve hizmeti kapsamından dolayı konaklamadan ulaşım, eğlence mekânlarından sağlıkla ilgili her türlü hizmete kadar çok geniş bir alanla doğrudan iletişim içerisinde. Ayrıca turizm inşaat sektörü dolaylı olarak tarım ve imalat gibi diğer sektörlerle kaynak sağlamaktadır (Önder ve Durgun 2014). Turizm sektörünü üç tür istihdam yaratmaktadır (Çalışkan, 2003; Çeken, 2008; Gülbahar, 2009):

- ✓ *Doğrudan İstihdam*: Turistlerin konaklama, ulaşım, seyahat şirketleri ve yeme-içme hizmetleri alanlarındaki tüm istihdam türlerini kapsamaktadır.
- ✓ *Dolaylı İstihdam*: Turistlere doğrudan hizmet sağlamayan ancak turizm harcamalarından kazanç sağlayan diğer tüm alanlardaki istihdamı kapsamaktadır. Örneğin, konaklama tesislerinin kapasitesini artırmak için başka bir birimin inşaat projesinde işçi istihdam etmeyi veya bu tesiste satılacak malzemeleri üreten bir üretim tesisinde çalışan işçileri dolaylı istihdama dâhil edebilmektedir.

Uyarılmış İstihdam (Teşvik Edilmiş İstihdam): Direkt etkili veya dolaylı etkili istihdam yollarıyla elde edilen gelirin yeniden harcanmasından kaynaklanan ekonomide ek istihdamı ifade eder. Turizm faaliyetleri sonucunda geliri ve yaşama standardı artan bireyler, sahip oldukları bu geliri ekonomide etkili farklı alanlarda tüketerek yeni çalışma imkânları

oluşturmaktadır. Turizmin çarpan etkisi, uyarılmış istihdamın oluşmasında önemli bir yere sahiptir.

Turizm, yalnızca turist alan ülkelerde veya bölgelerde değil, aynı zamanda turist gönderen ülkelerde veya bölgelerde de farklı oranlarda istihdam olanakları yaratmaktadır, çünkü gönderen ülkelerde bazı hizmetlerin, seyahat öncesi yapılan bazı işlemleri yerine getirmesi için çeşitli hizmet birimlerine ihtiyaç vardır. Posta, telefon, kargo ve sigorta işlemleri buna örnek olarak gösterilebilir (Onder ve Durgun 2014).

- *Diğer ekonomik sektörlere etkisi;* Turizm sektörünün hareketlenmesi diğer tüm sektörlerin canlanmasında önemli pay sahibidir (Çalışkan, 2003; Çeken, 2008). Turizm ağırlıklı olarak tarım, sanayi ve hizmetler sektörü ile 50'den fazla alt bölümlerin de hareketlenmesine ve canlanmasına yol açmaktadır (Çeken, 2008; Gülbahar, 2009). Turizm aynı zamanda seyahat ve tatil ile ilgili hizmet veren yan sektörlerle, banka, vize, sağlık ve sigorta işlemleri yapan kuruluşlara, VIP (özel, lüks) hizmet veren işletmelere vd. birçok hizmetler sektöründe bulunan kuruluş ve işletmelere de olumlu ekonomik etkileri bulunmaktadır (Bahar 2006; Gülbahar 2009)
- *Altyapı ve üstyapının geliştirilmesi etkisi;* Turizm gelişiminin gelir yaratmanın ve istihdam yaratmanın yanı sıra, hedef bölgelerdeki altyapı ve üst yapının geliştirilmesinde de katkıda bulunmaktadır (Kumar, Hussain ve Kannan 2015). Turizm sektörü beraber bölgede karayolu ve demiryolu, marinalar havaalanları yapımı, elektrik, yol su gibi diğer fiziki yatırımların geliştirilmesine yol açmaktadır (Çeken 2008; Gülbahar 2009). Turizm sektöründe birbirinden farklı alanlarda faaliyet gösteren ve sermaye ihtiyacı düşük olan birçok işletme vardır. Devletin alt ve üst yapıya yatırım yapması ve geliştirmesi bu tür işletmelere yatırım yapılmasına izin vermektedir. Bu yatırımlarda hızlı bir şekilde sonuç vererek ülke ve bölge ekonomisine katkı sağlamaktadır (Çeken, 2008; Çolak, 2017; Gülbahar, 2009; Tutar vd., 2007).

1.1.2. Turizmin Olumsuz Ekonomik Etkileri

Turizmin ekonomik etkileri genel olarak olumlu olsa da kaçak istihdam ve geleneksel istihdamda düşüş ve mevsimsel işsizlik gibi bazı olumsuz ekonomik etkilere

de sahiptir. Sakinlerin turizme yönelik olumsuz tutumları 1970'lerde daha fazla ilgi görmeye başlamıştır (Harrill 1999; Jurowski ve Gursoy 2004; Lankford ve Howard 1994). Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik olumsuz tutumlarını anlamaya yönelik bu artan ilginin birkaç nedeni vardır. Nedenlerden biri, bölge sakinleri arasındaki olumsuz tutumlar, turistik yerlerin gelişmesinde ve sürdürülebilirliğinde bir engel oluşturmaktadır (Almeida-García vd., 2016). Araştırmacılar tarafından turizmin olumsuz etkileri şu şekilde verilmiştir (Mason 2003; Bogolyubov 2005; Vinogradova, 2010; Almeida-García vd., 2016; Çolak 2017 vs.) :

- *Enflasyon*; Günümüzde enflasyon, tüm mal ve hizmetlerin maliyetinde uzun vadeli bir artış olarak anlaşılmaktadır. Başka bir deyişle, enflasyon bir para biriminin değer kaybetmesidir (Bogolyubov 2005). Enflasyon, turizmin bir sonucu olarak ortaya çıkabilecek arazi, ev ve hatta gıda fiyatlarındaki artışlarla ilgilidir. Turistler bir turizm destinasyonunda yerel hizmetler için ekstra talepte bulunduklarında bu malların fiyatları da artmaktadır (Mason 2003). Turizm faaliyetlerinin görüldüğü bölgedeki ev, arsa, fiyatlarıyla beraber mal ve hizmetlerin fiyatları da yükselmektedir. Bu durum o bölgedeki yerel halkın maliyetlerinin artmasına sebebiyet göstermektedir (Almeida-García vd., 2016; Mason 2003). Yaşam standardının yükselmesi enflasyonunda aynı orantıda yükselmesine neden olmaktadır (Almeida-García vd. 2016; Çolak 2017).
- *Sızıntı*; Ekonomik sızıntı, turizm endüstrisinde önemli bir sorundur. Ekonomik sızıntı, ev sahibi ülkeyi terk edip başka bir yerde sona eren para eylemidir. Ekonomik sızıntı, çeşitli şekillerde meydana gelebilmektedir (Almeida-García vd., 2016; Mason, 2003; Vinogradova, 2010):
 - ✓ İthal mallar
 - ✓ Yabancı istihdam
 - ✓ Yabancı mülkiyet
 - ✓ Fırsat Maliyeti
 - ✓ Para birimi dönüştürme

Ekonomik sızıntının en büyük suçluları çok uluslu ve uluslararası sermayeli şirketler, her şey dâhil tatiller ve yerel turizmdir. Turizm endüstrisinin uluslararası niteliği nedeniyle, en başarılı çok uluslu şirketleri (ÇUŞ)

tarafından giderek küreselleşen ve tekelleşen dünya ile birlikte, ekonomik sızıntı giderek daha yaygın hale gelmektedir. Çok uluslu şirketler yerel ürünler kullanmak yerine turistlerin aşına olduğu (uluslararası) ürünleri kullanmayı tercih etmektedirler. Turizm faaliyetlerinin görüldüğü ülkenin insanlarını eğitmek yerine yurt dışından personel istihdam etmekte ve dolayısıyla yerel ekonomiye zarar vermekte ve paranın dışarıya aktarılmasına sebebiyet vermektedirler.

- *Mevsimsellik*; Mevsimsellik sorunu turizm sektörünün en büyük sorunlarından birisidir. Turizm sektörü birçok alanda istihdam yaratsa da mevsimsel olmasından dolayı insanların işlerinde süreklilik fırsatı tanımamaktadır. Sezonluk olmasından dolayı sezon sonu insanlar ya işsiz kalmaktalar veya başka sektörlerde iş olanakları aramaktadırlar (Almeida-García vd., 2016).
- *Turizme aşırı bağımlılık*; Birçok ülke ve bölge turizme aşırı bağımlıdır. Ülkeler sektörden gelen ekonomik kazancı görünce tüm çabalarını turizme yönlendirmektedir. Bu iyi sonuçlanabilse de, aynı zamanda riskli bulunmaktadır. Böyle durumlar ülkelerin ve turizm destinasyonlarının ekonomilerini çeşitlendirme ihtiyacı duymamasına yol açabilmektedir. Herhangi bir nedenle turizm bir destinasyonda eksik kalmaya başlarsa, destinasyonun alternatif para kazanma yöntemlerinin olması önemlidir. Aksi takdirde turizm sektörlerinde bir düşüş olması durumunda ülkeler ekonomik olarak mali zorluk yaşama riskiyle karşı karşıya kalmaktadırlar (Bogolyubov 2005; Mason 2003).

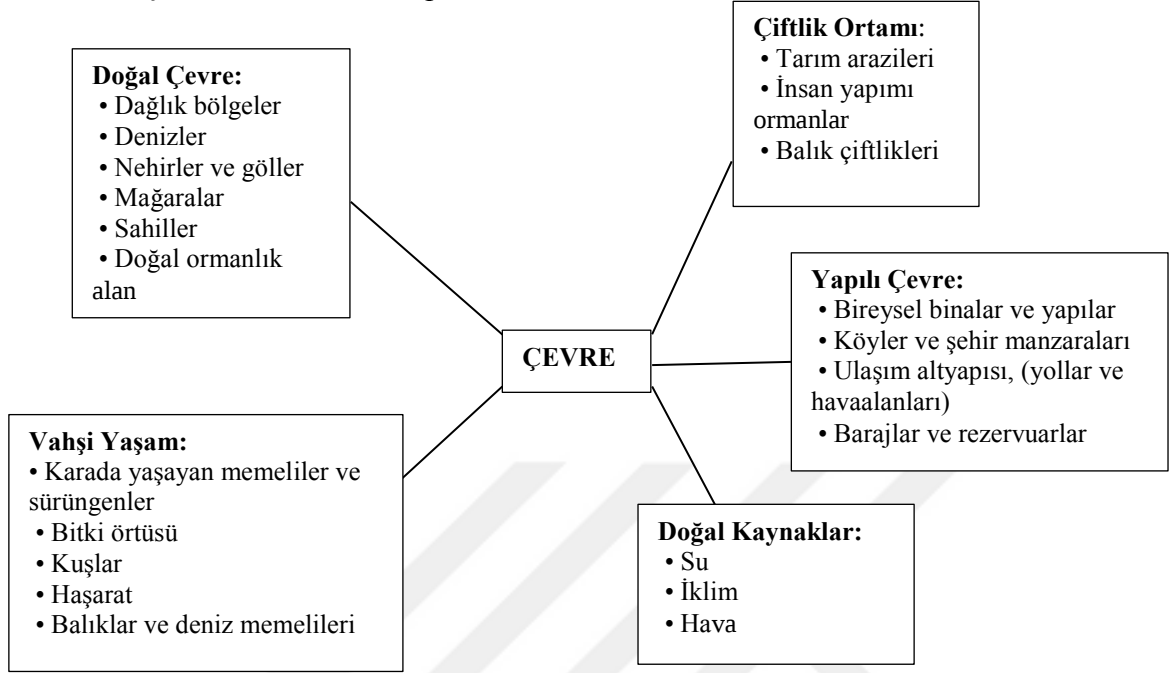
1.2. TURİZMİN ÇEVRESEL ETKİLERİ

Turizm endüstrisi doğrudan çevre ile ilgilidir. Son yıllarda turizmin çevresel etkilerine ilgi giderek artmaktadır. Sürdürülebilir turizmin ve çevre dostu olma girişimlerin sayısının artmasıyla birlikte, turistler ve paydaşlar artık turizm endüstrisinde çevre yönetiminin önemini kabul etmektedirler (Kavallinis ve Pizam, 1994; Dkhili, 2018; Bannikova ve Merdeşeva, 2019). Doğal veya yapay çevrelerin kalitesi turizmde önemsenen bir durumdur (Kort vd., 2002; Long, 2012; Vostrikova, 2014). Ancak turizmin çevre ile ilişkisi karmaşıktır (Bogolyubov, 2005). Turistik

faaliyet sürecinde ortam kaçınılmaz olarak değişir. Turizm ve çevre ilişkisini inceleyen birçok çalışma vardır (Kort vd., 2002; Sunlu, 2003; vd; Çalışkan, 2003; Bogolyubov, 2005; Helin ve Juan, 2014; Gössling ve Peeters, 2015; Çolak, 2017; Bannikova ve Merdeşeva, 2019).

Çevre hem doğal hem de insani özelliklerden oluşmaktadır. Kırsal kesimde yer alan insan yerleşimleri turistler için cazibe merkezi olabilir. Genellikle doğal çevre, fiziksel çevre olarak adlandırılır. Doğal veya fiziksel çevre, peyzajı, nehirler, kaya çıkıntıları, plajlar ve ayrıca bitkiler ve hayvanlar (veya flora ve fauna) gibi belirli özellikleri içerir. Çevre, turizmde giderek artan bir şekilde kilit faktör olarak kabul edilmektedir (Helin ve Juan, 2014; Bannikova ve Merdeşeva, 2019). İkinci Dünya Savaşı sonrası dönemde ve özellikle 1960'larda kitle turizminin başlamasından itibaren turizm ve çevre arasındaki ilişkinin dengesiz hale geldiği ortaya çıkmıştır (Kort vd., 2002; Helin ve Juan, 2014; Kraşennikov ve Kraşennikov, 2019). Turizm, son 50 yılda iyileştirme ve koruma için bir güç olmaktan çok, çevreye verilen çevresel zararın ana nedeni haline gelmiştir. Çevre teriminin genellikle bir peyzajın fiziksel veya doğal özelliklerinden fazlasını ifade etmediği varsayılmıştır (Yoon vd., 2001; Helin ve Juan, 2014). Bununla birlikte, Şekil 1.1'de gösterildiği gibi, Swarbrooke'a (1999) göre, çevrenin beş yönü vardır. Bunlar: doğal çevre, yaban hayatı, tarım yapılan çevre ve doğal kaynaklardır. Bu beş yönün ayrı varlıklar olmayıp bağlantılı oldukları da unutulmamalıdır. Örneğin, yaban hayatının örneği olan bir yırtıcı kuş dağlık alanda (doğal çevre) yuva yapabilir. Kuşkusuz bu hayvan doğal bir kaynaktan su tüketecek, canlı av ve yuva malzemesi aramak için tarım arazilerini ziyaret edecektir. Hatta leş bulmak için bir kasabaya (yapılı çevre) gidecektir (Mason, 2003).

Şekil 1.1: Çevre Kavramının Kapsamı



Kaynak: Swarbrooke, 1999.

Turizmin çevre üzerindeki etkisi doğrudan, dolaylı ve teşvik edici olabileceği gibi olumlu ve olumsuz olabilir (Bannikova ve Merdeşeva 2019; Çalışkan 2003; Helin ve Juan 2014; Kraşennikov ve Kraşennikov 2019; Uslu vd., 2020). Dikkatli turizm planlaması ve yönetimi yapılmazsa birçok faaliyetin olumsuz çevresel etkileri olabilir (Çalışkan 2003; Helin ve Juan 2014; Uslu vd. 2020).

Turizm sektöründeki olumsuz çevresel etkenler tesislerin ve altyapının oluşumu ile ilgili olabilmektedir. Karayolları, havayolları, denizyolları gibi ulaşım alanları; tatil alanlarındaki işletmeler (mağaza, restoran, otel vs.) çevre faktörlerini kapsamaktadır. Bu çevresel etkilerdeki yetersizlik zaman içerisinde turizmin gelişmesinde önemli bir olumsuzluk oluşturabilmekte ve dolayısıyla gelişimi durdurabilmektedir.

Turizm sayesinde çevre üzerinde olumlu sonuçlar görülebilmektedir. Turizm sayesinde mevcut çevrenin korunması, çevre bilinci hususunda farkındalık oluşturulması, gerekli finansın sağlanması ve gerekli ekonomik önemin artırılması sağlanabilmektedir.

1.2.1. Turizmin Olumlu Çevresel Etkileri

Olumsuz olduğu kadar turizmin olumlu çevresel etkileri olmasa da turizmin çevrenin korunmasına önemli katkıları vardır. Çevreye olan ihtiyaç turizm sektörünün çevresel etkilerinin olumlu yönde gelişmesine en önemli etkenlerdendir. Turizmin olumlu çevresel etkileri şu şekilde özetlenebilir (Yoon, vd., 2001; Çalışkan, 2003; Vostrikova, 2014; Dkhili, 2018; Bannikova ve Merdeşeva, 2019):

- *Çevresel bilincin oluşması*; Doğal kaynaklara bağımlı olan turizm sektörünün bu kaynakların zarar gördüğü bir yerde kaliteli ve güzel hizmet vermesinden söz etmek imkânsızdır. Turizmin gelişmesi için doğanın korunması gereklidir. Bu, çevreye daha önce az duyarlı olan kişilerin doğal çevreye ve korunmasına daha duyarlı olmalarına yardımcı olmaktadır. Bunun önemini anlayan bilinçli turistler, çevreyi ve doğayı koruyan ve hassasiyet gösteren turizm bölgelerini ve turistik ürünleri tercih etmektedirler (Gürkan vd., 2015; World Travel Organization 2019). Turistlerin bu tercihleri turizm işletmelerinin ve diğer ilgili ülkelerin çevrenin korunmasına daha önem göstermesine neden olmaktadır. Bu da turizm bölgesindeki işletmelerin ve yerel halkın bilinçlenmesine etki etmektedir ve aynı zamanda ülkenin çevre politikalarını da etkilemektedir (Doğan, 2011). Turizm sayesinde insanlar doğayla ve çevreyle yakın temasta olurlar bu da halkın çevreye olan bilincini ve çevresel değerleri artırmaktadır (Doğan, 2011; Gürkan vd., 2015; Vostrikova, 2014). Doğrudan eğitim yoluyla çevre korunmasının öneminin vurgulanması, katkı ve farkındalığıyla toplumsal farkındalığın artırılması çevreye daha duyarlı bir toplum yaratılmasına yardımcı olmaktadır (Bannikova ve Merdeşeva 2019; Doğan 2011; Helin ve Juan, 2014).
- *Tarihi ve doğal çevrenin korunması*; Dünyanın gelişmesi ve turizm sektörünün daha bilinçli adımlar atması nedeniyle turizmin ekonomisinde önemli rol oynayan Türkiye dâhil tüm ülkeler çevresel ve tarihi değerleri korumaya başlamıştır. Bölgelerdeki biyolojik çeşitlilikler, doğal kaynaklar ve tarihi alanların korunması turizm faaliyetleri sayesinde korunma altına alınmakta ve devamlılığı sağlanmaktadır. Tarihi değerlere sahip bölgeler turizmi daha da arttırmakta ve kıymetli hale getirmektedir. Bu nedenle günümüzde pek çok

ülke turistlere hizmet verebilmek için millî parklara ve korunan alanlara sahiptir ve onları korumak için yeni yasalar, politikalar oluşturmaktadır (Çalışkan, 2003; Doğan, 2011). Tarihi ve çevresel alanların turizm bölgesinin çekiciliği için kullanılması bu değerlerin korunmasına ve yenilemeler yaparak iyileştirilmesine, yenilenmesine yönelik çalışmaları artırmaktadır. Ziyaretçilerin artmakta olan çevre bilinci, tatilleri ve seyahatlerin belirlemede önemli rol oynamaktadır. Böylelikle yerel halkın, tur operatörlerinin, yerel yönetimin, ulusal yetkililerin, çevrenin ve tarihi alanların korunmasına her zamankinden daha duyarlı olmasını sağlamaktadır (Doğan, 2011). Bir turizm bölgesinin gelişmesi aynı zamanda doğal kaynakların çekiciliğine de bağlıdır. İyi korunmuş doğal kaynaklar ve iyileştirilmiş, sürekli takibi ve bakımı yapılan tarihi alanlar olmadan turizmin bir ekonomik faaliyet olarak ayakta kalması büyük bir sorun olabilmektedir (Bannikova ve Merdeşeva 2019; Doğan 2011; Vostrikova, 2014).

- *Çevre yönetiminin iyileştirilmesi;* Çevre yönetiminin amacı çevreyi korumak, iyileştirmek ve geliştirmektir (Vostrikova, 2014). Turizm bölgesindeki işletmelerin uygulamış oldukları çevre yönetim doğal ve çevresel alanlara olan faydayı artırabilmektedir (Çalışkan, 2003). Ülkeler daha etkin bir çevresel yönetim için ulusal çevre yönetimi planları hazırlamaktadırlar. Bu planlamaların yararlı olabilmesi için erken ve kontrollü bir analiz yapılması gerekmektedir. Planlamaların erken ve kontrollü bir şekilde yapılması, zararı ve maliyeti minimuma indirebilecek veya tamamen önleyebilecektir. Turizm bölgesinin çekiciliğine büyük etkisi olan çevresel faktörlerin ve doğal kaynakların zarar görmesini engelleyebilecektir (Bannikova ve Merdeşeva 2019; Çalışkan 2003; Doğan 2011; Vostrikova, 2014).

- *Finansal Katkılar;* Turizm, hassas alanların ve çevrenin korunmasına doğrudan katkıda bulunabilmektedir. Turist veya tur operatörlerinden özel ücretler talep edilebilmektedir. Otopark ücretleri ve benzeri kaynaklardan elde edilen gelirler, hassas alanların korunması ve yönetimi için ayrılabilir. Kullanıcı ücretleri, gelir vergileri, eğlence donanımlarının satışı ve kiralanması ile ilgili vergiler, avlanma ve balıkçılık

lisans ücretleri gibi gelirler hükümetlere finansal destek için kaynak oluşturmaktadır. Bu tür fonlar çevrenin korunması ve genel faaliyetler için kullanılabilir (Çalışkan 2003; Durdiyeva ve Klopotov 2016; Kraşennikov ve Kraşennikov, 2019).

1.2.2. Turizmin Olumsuz Çevresel Etkileri

Çoğu gelişmekte olan ülkede gerekli mali kaynakların yetersizliği nedeniyle doğayı korumak için hiçbir adım atılmamış, turizmden elde edilen gelir ekonomik olarak daha kârlı olduğu düşünülen diğer öncelikli alanlara yönlendirilmiştir. Turizmin doğa üzerindeki etkisini değerlendirirken hangi açıdan yapıldığı da önemlidir. Çünkü turistler açısından olumlu kabul edilenler, yerel halkın bakış açısından olumsuz olabilmektedir. Örneğin, parkların korunması, hayvancılık için otlatmada bir azalmaya ve dolayısıyla gıda üretiminde bir azalmaya yol açabilmektedir. Turizmin doğa üzerindeki olumsuz etkileri, olumlu etkilere göre daha ağır basmaktadır. Turizm sektörü olumsuz yönden birçok çevresel etkiye sahiptir (Bannikova ve Merdeşeva 2019; Çalışkan 2003; Durdiyeva ve Klopotov 2016; Helin ve Juan 2014; Vostrikova 2014):

- *Doğal Kaynakların Tüketilmesi:* Doğal kaynakların yetersiz olduğu bölgelerde turizm dolayısıyla tüketimin artması olumsuz sonuçlar meydana getirebilmektedir. Su kaynaklarının kullanılması ve yerel kaynakların tükenmesi genel bir kayıptır (Çalışkan 2003; Helin ve Juan 2014; Kraşennikov ve Kraşennikov 2019).
- ✓ *Su Kaynakları:* Turizm sektöründe yer alan tüm işletmeler ve kullanım alanları farklı ihtiyaçlardan dolayı su tüketiminde yüksek düzeylerde yer almaktadır. Su tüketimindeki aşırılık dolayısıyla mevcut kaynaklar azalma, kıtlık ve bozulmalara sebebiyet vermektedir
- ✓ *Arazi Bozulması:* Artan turizm ve dinlenme tesisleri inşaatı, arazi kaynakları ve doğal manzaralar üzerindeki baskıyı artırmıştır. Turizm amaçlı oluşturulan alanlarda yenilenebilir veya yenilenemeyen tabii kaynaklara yönelik etki, alanların konaklama ve altyapı için kullanılan yapı malzemeleri tüketiminden meydana gelebilmektedir. Bunun yanı sıra bölgelerdeki ısınma ve arazi temizlikleri yeşil alanların azalmasına sebebiyet vermektedir.

✓ *Yerel kaynaklar ve turist faaliyetlerinden kaynaklanan fiziksel etkiler:* Turizm, enerji, gıda ve sınırlı olan farklı hammaddeler ile yerel kaynaklarda da büyük baskı oluşturabilir. Kaynakların çıkarılması ve taşınması, sömürülmeleriyle ilişkili fiziksel etkileri şiddetlendirmektedir. Turistlerin sıklıkla sahip olduğu yüksek beklentileri (uygun ısıtma, sıcak su, vb.) karşılamak için bu kaynaklardan yüksek talep vardır (Çalışkan 2003; Helin ve Juan 2014; Durdiyeva ve Klopotov 2016; Bannikova ve Merdeşeva 2019). Turistler biyolojik çeşitlilik kaybına ve diğer etkilere yol açabilecek hasara neden olmaktadır. Demirleme, şnorkelli yüzme, spor balıkçılığı ve tüplü dalış, yatçılık ve seyir, mercan resifleri ve diğer deniz faaliyetleri, deniz ekosistemlerinin doğrudan bozulmasına sebebiyet verir ve bu sadece kıyı koruma ve balıkçılık üzerindeki etkilere neden olabilecek faaliyetlerden bazılarıdır (Hall, 2001).

- *Kirlilik:* Turizm de diğer tüm endüstrilerle benzer kirlilik biçimlerine neden olabilmektedir: hava kirliliği, yüksek gürültü, katı atık ve çöp, kanalizasyon, petrol ve kimyasalların salınımı, hatta mimari ve görsel kirlilik (Vostrikova 2014; Bannikova ve Merdeşeva 2019).

Hava Kirliliği ve Gürültü: Hava, karayolu ve demiryolu ile ulaşım, artan turist sayısı ve daha fazla hareketliliğe yanıt olarak sürekli olarak artmaktadır. Turizm şu anda hava yolculuğunun %60'ından fazlasını oluşturmaktadır (UNWTO 2019). Ulaşım taşımacılığından dolayı oluşan hava kirliliği küresel olarak yüksek oranda etkiye sahiptir. Bu sebepten dolayı iklim değişiklikleri hızlanmaktadır. Taşıma araçları ve eğlence araçları yoğun olarak gürültü kirliliği oluşturmakta ve modern hayatın ciddi sorunu haline gelmektedir (Çalışkan 2003; United Nations Environmental Program (UNEP) 2019).

- ✓ *Katı Atık ve Çöp:* Yoğun turistik bölgelerde atıkların kontrollü yönetilmemesi turizmin çevresel etkilerini oluşturan önemli bir problem olarak görülmektedir. Doğal çevrenin en büyük zararlarından birini uygunsuz atıkların imhası oluşturmaktadır. Katı atık ve çöp, suyun ve kıyı şeridinin fiziksel görünümünü bozabilir ve deniz hayvanlarının ölümüne neden olabilmektedir (Kavallinis ve Pizam, 1994; Çalışkan, 2003; Gladstone vd.,2013; Helin ve Juan, 2014; Kraşennikov ve Kraşennikov, 2019; Bannikova ve Merdeşeva, 2019).

- ✓ *Kanalizasyon:* Otellerin, rekreasyon alanlarının ve diğer tesislerin inşası genellikle artan kanalizasyon kirliliğine neden olur. Ne yazık ki, özellikle gelişmekte olan dünyada pek çok destinasyonda, kanalizasyon bertaraf olması konusunda katı yasa zenginleştirmeleri bulunmamaktadır. Turistik alanların büyük bir çevresini kaplayan alanlar içerisinde deniz ve göller olmasından dolayı bu alanlar yoğun olarak zarar görmektedir. Kanalizasyon kirliliği, insanların ve hayvanların sağlığını tehdit etmektedir (Çalışkan, 2003; Bannikova ve Merdeşeva 2019).
- ✓ *Estetik Kirlilik:* Turizm faaliyetleri çoğunlukla doğal güzellikler ile bütünleşmemektedir. Farklı tasarımlara sahip büyük, baskın tatil köyleri, herhangi bir doğal ortamda yerel yapısal tasarımla çatışabilmektedir. Yayılma, turizm tesislerinin kendisini ve yollar, işçi barınakları, park, hizmet alanları ve atık bertaraf olması gibi destekleyici altyapıyı içermektedir. Bu bir turist destinasyonunu daha az çekici hale getirmekte ve temyiz kaybına katkıda bulunmaktadır (Gladstone vd., 2013; Kraşennikov ve Kraşennikov, 2019).
- ✓ *Doğal Çevrenin Bozulması:* Doğal kaynakların ve çevrenin yanlış planlanması ve yanlış kullanımı doğayı yok etmektedir. Kaynakların turizm faaliyetleri için aşırı ve dengesiz kullanılması doğal çevreyi bozacak ve çevre kirliliğine neden olacaktır (Bannikova ve Merdeşeva, 2019). Turizm bölgelerindeki tesislerde, yerel yaşam alanlarında turizm amaçlı kullanılan kaynakların korunmaması ve dengesiz kullanılması doğal çevrenin bozulmasına yol açmaktadır (Yoon vd., 2001; Kraşennikov ve Kraşennikov, 2019).
 - *Plansız ve Aşırı Yapılaşma:* Turizm sektörü günden güne büyümekte ve gelişmektedir (Bahar, 2006; Almeida-García vd., 2016). Kontrolsüz turist akışı bölgenin hızlı kentleşmesine, düzensiz yerleşmeye ve kaynak yetersizliğine neden olmaktadır (Helin ve Juan 2014; Kraşennikov ve Kraşennikov 2019). Turizm bölgelerindeki eğlence ve konaklama tesisleri de bu talebi karşılayabilmek için ve daha fazla turist çekmek için büyümek istemektedirler (Kraşennikov ve Kraşennikov, 2019; Uslu vd., 2020). Oteller, tatil köyleri, moteller, kamp alanları, park alanları vs. yapabilmek için büyük alanlar kullanılmaktadır. Bu alanlar doğadan alınarak turizm amaçlı yapılaşma için kullanılmaktadır. Bu da

doğal güzelliğin, peyzajın, doğal değerlerin tüketimine yol açmaktadır. Plansız ve aşırı yapılaşma neticesinde bölgelerin tarihsel sit alanları da zarar görmektedir (Issı, 1995).

1.3. TURİZMİN SOSYO-KÜLTÜREL ETKİLERİ

Turizm genel anlamıyla değişik kültürleri tanımak amacıyla planlanan destinasyonları kapsamaktadır. İnsanlar turizm amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatlerde ziyaret ettikleri bölgelerdeki kültürleri ve insanları tanımak amacıyla yola çıkmaktadırlar. Turistler seyahatleri sürecinde yerel halkı tanımakta ve her iki taraf arasında bir bağ oluşmaktadır. Böylelikle de bölgeler kendilerini şekillendirmektedir.

Turizmin sosyokültürel etkileri, turizmin değer sistemlerinde, bireysel davranışlarda, aile ilişkilerinde, kolektif yaşam tarzlarında, güvenlik seviyelerinde, ahlaki davranışlarda, yaratıcı ifadelerde, geleneksel törenlerde ve toplum organizasyonlarındaki değişikliklere katkıda bulunma yollarıdır (Berno, 1995; Çalışkan, 2003). Bunlar “insan etkileridir” ve turistler onu destekleyen endüstri ile doğrudan ve dolaylı ilişkilerinden kaynaklanan ev sahibi topluluğun sakinleri üzerindeki etkileriyle ilgilidir (Mathieson ve Wall, 1982).

Yapılan çalışmalarda turizmin birçok olumlu ve olumsuz sosyokültürel etkilerinden bahsedilmektedir. Ratz (2000), turizm endüstrisinin sosyokültürel olarak etkilerini sektörün gelişimi ve turist durumu ile açıklamaktadır. Turizm, ekonomik etkisinin yanı sıra, bir bütün olarak toplumun yaşam tarzı ve gelenekleri için de çok önemlidir. Turizm, bir toplumun dünya görüşünü, dünyadaki diğer insanları anlama ve algılamasını etkileyen sosyal ve kültürel bir faaliyettir (Tayfun, 2002).

Turizm, kişiler arası yeni arkadaşlıklar kurulmasına, insanların farklı kültürleri tanımasına ve bu sayede insanları bilinçlendirerek dünyaya bakış açılarını değiştirmesine vesile olabilecektir (Çalışkan 2003). Farklı kültürlerle ve insanlara karşı ön yargının ortadan kalkmasına vesile olabilmektedir (Berno 1995; Çalışkan, 2003). Ama aynı zamanda turizmin olumsuz etkileri de vardır. Turizm, yerel kültüre ve dile zarar vermekle veya sosyal yapı ve aile ilişkilerinin bozulmasıyla suçlanmaktadır (King vd., 1993; Mbaiwa, 2005). Turizm sektöründe yasadışı faaliyetler daha kolay gerçekleşmektedir. Alkol ve uyuşturucu bağımlılığının artması, kumar ve suç

oranlarının yükselmesi büyük problem oluşturmaktadır (Çalışkan 2003; Mbaiwa 2005; Çalışkan ve Tütüncü 2008; Minenkova, 2011). Turistlerin gittikleri turizm destinasyonu hakkında bilgi sahibi olmaması ve o bölgenin ekonomik, fiziksel ve toplumsal yapıları hakkında bilgi sahibi olmaması tam anlamıyla oradaki ortama katılmasına engel olmaktadır. Kültürel öneme sahip olan birçok tarihi ve doğal alanlar zarar görmektedirler. İnsanlar gelen turistlerin kültürlerine ayak uydurmaya çalışırken kendi kültürlerindeki dil, adet, gelenek gibi kültürel değerlerin değişimine yol açabilmektedir (Çalışkan, 2003).

1.3.1. Turizmin Olumlu Sosyo-Kültürel Etkileri

Turizm dünyada kültürlerarası etkileşimin en büyük etkeni olmaktadır. Her sene belirli zamanlar içerisinde turistler yoğun olarak bölgelere ziyarette bulunmaktadır. Bu destinasyonlar kültürlerin değişmesinde ve gelişmesinde olumlu veya olumsuz sonuçlara sebebiyet vermektedir. Bu konu üzerinde farklı araştırmalar ve sonuçlar ortaya çıkmasından dolayı araştırmacılar arasında fikir ayrılıkları bulunabilmektedir.

Sosyokültürel etkilerin olumlu taraflarından biri: turistler ve ev sahipleri arasındaki doğrudan karşılaşmalardır. Karşılaşma her iki taraf için kültürler arası anlayışın artmasına yol açabilir ve ev sahibi insanlara 'ufuklarını genişletme' için bir araç olabilir (Crandall, 1987). Turizm gelişimi, topluluklar için doğal ve kültürel cazibe fırsatları yaratmaktadır. Turizm sektörünün gelişimi nedeniyle toplum hizmetleri, doğal parklar, rekreasyon tesisleri, kültürel miras ve faaliyetler geliştirilmektedir (Almeida-García vd., 2016). Seyahat etmek insanları, fikirleri, ideolojileri, kültürleri birbirine bağlamak için en iyi köprü görevini üstlenmektedir. Aynı zamanda bir ülke içinde ve ülkeler arasında karşılıklı hoşgörüyü teşvik etmektedir (Andereck vd., 2005; Berno, 1995). Toplumsal dokuların zenginleştirilmesi, kültürel değerler ve öz saygının yükseltilmesi kültürel etkilerin olumlu etkilerindendir (Andereck vd., 2005). Turizm sektörü, toplumları kuvvetlendirmektedir, turistik tesislerin yerel halka faydasını artırmaktadır, kültürel ve geleneksel zenginlikler değerlendirilmesini sağlamaktadır, sivil katılımı ve gururu desteklemektedir, turizm faaliyetlerinin artması yerel halk açısından daha fazla rekreasyon fırsatları yaratmaktadır, toplumdaki eğlence çeşitliliğinin artmasını sağlamaktadır (Çolak, 2017). Turizmin olumlu sosyo-kültürel

etkileri şu şekilde özetlenmektedir (Berno, 1995; alışkan, 2003; Minenkova, 2011; alışkan vd., 2015);

1.3.1.1. Barış ve Hoşgörü Ortamını Oluşturur

Turizm sayesinde siyasal uzlaşmalar ve olumlu ilişkiler ortaya çıkabilmektedir (Scott, 2012). Turizm ölkeler arası barışı, uluslararası ilişkileri ve ulusal politikaları olumlu yönde değiştirdiği düşünölmektedir (Salazar, 2006). Barış ortamının oluşturulduğu bir destinasyonda turizm faaliyetlerinin artacağı beklenmektedir (Gelbman, 2010).Turizm sayesinde insanlar arasında dostluk ve arkadaşlık gelişme gösterecektir ve bu durum da dünya barışına yol açacaktır (Gürbüz, 2002). Seyahat eden ve birbirleriyle doğrudan iletişim kuran insan sayısı arttıkça, başka insanların sosyo-ekonomik özellikleri, siyasal ya da bölgesel durumlan ne olursa olsun barış dolu bir dünyayı özleyen insanların arttığını görmekteyiz. Turizme katılan insanlar, dünyanın dört bir köşesinden dostlar edinmekte: başka költürlerle aralannda ortak noktalar bulmakta: onlarla ortak ilişkiler kurmakta: ve, tüm bunların sonucu olarak barış dolu bir dünyanın kurulması ve beklentilerini dünyanın dört bir yanına yaymaktadırlar. Turizm. farklı sosyal ve ekonomik gelişme düzeyindeki, farklı bölgelerdeki, farklı ırk ve renklerdeki, farklı psikolojik ve költürel değerlerdeki insanlar arasında köprü kurulmasına yardım etmekte ve varolan ilişkilerin artırılmasını sağlamaktadır (Salazar, 2006).

1.3.1.2. Költürü Korunmasına ve Canlı Kalmasına Destek Sağlar

Turizm, költürel mirası korumak ve muhafaza etmek için finansman sağlayabilecek, gelenekleri yeniden canlandırarak, költürel paylaşım ve öğrenim için kapı açabilecektir (Shahzalal, 2016). Turizmin költür üzerindeki ortak olumlu etkilerinin çoğu, költürler arası etkileşimin artması; yerel költür, sanat, zanaat ve gelenekleri anlamak, sürdürmek ve muhafaza etmek; ev sahibi toplulukları ve költürel değerleri güçlendirmek yönündedir. Geleneksel etnik sanata turizm yoluyla destek verilmesi yerel kimliği, öz saygıyı ve psikolojik tatmini güçlendirmeye yardımcı olmaktadır (Pearce, 1982). Dolayısıyla bu da yerel halkın költürel kimliğinin sürdürmesine yardımcı olmaktadır (Shahzalal, 2016; olak 2017).

Turistler tarafından kültürel varlıklara gösterilen ilgi yerel halka ve yönetimlere çeşitli faydalar getirmektedir. Turizm vasıtasıyla bölgelerdeki yerel halkın yaşam standartları artış göstermekte ve farklı alanlarda yeni çalışma alanları oluşturulmaktadır. Turizm sayesinde ekonomik anlamda gelişme ile birlikte sosyal-kültürel ilerleyiş de oluşmaktadır. Yerel halk içerisindeki bu olumlu değişimler toplum bilincini de beraberinde getirmektedir. Kültürel ve tarihi alanları koruma çabası oluşabilmektedir. Turizm sayesinde ekonomik kazancın artması koruma için gerekli maddi imkânları da arttırmaktadır. Bu koruma bilinci ile birlikte harcanan finans desteği uzun bir sürede ise olumlu dönüşleri sağlamaktadır. Böylelikle kültür turizmi ülkeler için ekonomik gelişme adına birbirini destekleyen iki unsur haline gelmiştir. Turizm alanlarındaki tarihi ve kültürel değerlerin korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması turizm faaliyetlerini arttırmakta, dolayısıyla turistlerin ilgisini daha da çok arttırarak ileriye doğru taşımaktadır.

Turizm kültürel mirasların, kültürel alanların korumaya alınmasında önemli bir rol oynamaktadır. Uluslararası turizmin talebinin arttırılması için ülkelerde bu alanların ve kültürel değerlerin korunmasına önem vermektedir. Ülkeler ve uluslararası birlikler turizmin sürdürülebilirliğini arttırmak için çeşitli toplumsal kuruluşlar kurmakta ve kültürel alanları ve mirasları koruma altına almaktadırlar (Baykan ve Uygur, 2007).

Turizm sayesinde çevre bilinci artış göstermektedir. Birçok ülke mevcut doğal alanların korunması için önlemler geliştirmektedir. Bu önlemlerin sebebi ise turizm taleplerinin artmasını sağlamak ve bu artışın sürekliliğini mümkün kılmaktır.

1.3.1.3. Boş Zamanı İyi Kullanma Alışkanlığı Gelişir ve Rekreasyon

Turizmin önemli işlevlerinden biri olarak rekreasyon görünmektedir. Rekreasyon genel anlamıyla insanların fiziksel ve zihinsel olarak dinlenmesini sağlamak için günlük işlerden geriye kalan zamanlarda kendini yenilemesi olarak tanımlanabilmektedir. Rekreasyon sayesinde insanlar kendilerini yenileyebilmekte ve tekrar yaşam sevincini kazanabilmektedir. Turizm de bir tür rekreasyon olarak aktif dinlenme, insan sağlığını güçlendirmeye, çalışma kapasitesini geri kazanmaya yardımcı olmaktadır (İskender, 2019).

Turizm sektörü insanların boş zamanını kullanmak için fırsat yaratmaktadır (Minenkova, 2011). Turizm, bir kişinin boş zamanını tam olarak kullanmasına, ufkunu genişletmesine, aktif dinlenmeyi dünya bilgisi ile birleştirmesine yardımcı olmaktadır. Bir kişiyi kültürel olarak zenginleştirmekte, kişiliğin gelişimine katkıda bulunarak toplumun kültürel düzeyini yükseltmektedir.

1.3.1.4. Yabancı Dil Öğrenilmesini Destekler

Turizm sebebiyle yerel halk ve turistler arasında bir bağ meydana gelmektedir. Bu etkileşimin en büyük engellerinden birisi olarak ise dil gösterilmektedir. Turistlerin, yerel halkın dilini bilmemesi veya yerel halkın turistlerle farklı dilde konuşması kültürel tanımlara engel olabilmektedir. Bu engeller dolayısıyla turizm yeni bir dilin edinilmesi hususunda önemli bir etken haline gelmektedir. İnsanlar arasındaki iletişimin artması kültürlerin karşılıklı olarak tanınmasına vesile olmaktadır (Minenkova, 2011).

1.3.1.5. Yeni Yaşam Tarzlarının Öğrenilmesini ve Benimsemesini Sağlar

Gelişmiş ülkelerde yaşayan insanların yaşam tarzları gelişmemiş veya gelişmekte olan ülkelerdeki insanların ilgisini yoğun olarak etkileyebilmektedir. Yerel halk bu etkileşimler ile yaşam şekillerinde önemli değişiklikler yapabilmektedir. Zaman içerisinde bölgedeki insanları turistlerin tüm davranışlarını kabullenmeye ve medeniyet olarak algılamaya başlayabilmekte ve turistlerin sahip oldukları şekillerde yaşamaya başlayabilmektedirler (Berno, 1995).

Turizm bireyler üzerinde yeni tarz oluşturma eğilimini etkileyebilmektedir. Turizm faaliyetleri ile kültürler arası etkileşim düzeyi artmaktadır. Kültürel etkileşimler sayesinde bireylerin dünya görüşlerinde de gelişim görülmektedir. Farklı kültürleri tanımak ön yargıları ortadan kaldırmakta ve ilgi çekebilmektedir (Berber, 2003) .

Sonuç olarak yerel halk yaşayış şekillerini zaman içerisinde gelen turistlerin yaşayış şekilleri ile özdeşleştirerek değiştirmektedirler. Farklı yaşam tarzlarının kabul edilmesi nedeniyle daha özgür ve demokratik ortamın gelişmesine katkıda bulunmaktadır (Berber, 2003). Belirli kalıplara sahip olan yerel halk turistlerle iletişim sayesinde o kalıplardan çıkarak tabu olarak gördükleri konularda düşüncelerini değiştirebilmektedirler. Farklı yaşam tarzlarını benimsemesi evlilik, arkadaşlık ve

birçok konu hakkında olumlu bakış açısına sahip olmalarına neden olmaktadır (Minenkova, 2011).

1.3.1.6. Sivil Katılımın ve Anlayışın Desteklenmesini Sağlar

Turizm ile birlikte yerel halk üzerinde bölgedeki değerler hakkında önemli fikir gelişimleri sağlanmaktadır. Ev sahibi toplumun sahip olduğu tarihi ve kültürel mirasları koruma ve gurur duyma ortaya çıkabilmektedir. Yerel halkın turizm faaliyetlerine katılımı turizmin geliştirilmesini sağlamakta, böylelikle sürdürülebilirlik sağlanmaktadır.

Yerel halkın sosyokültürel çeşitliliğin ilerletilmesine katkısı önem arz etmektedir. Bu süreçte yerel halkın yer alması ve desteklenmesi turizm gelirlerinin artışı beraberinde getirebilmektedir.

1.3.1.7. Nitelikli Göç Nedeniyle Sosyal Sermayenin Yükselmesini Sağlar

Küreselleşme ile beraber insanlar tarafından, dünyanın az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerinden daha iyi yaşam şartlarına sahip ülkelere göçler başlamıştır (Gökmen, 2018). Turizm ve göç kavramları ilişkili kavramlar olarak görülmektedir. İki kavram arasındaki bağ göç esnasında meydana gelen ekonomik ve kültürel zenginliği sağlamasından kaynaklanmaktadır.

Turizm sektörü çoğunlukla ucuz ve niteliksiz işgücüne sahip olsa da sektörü geliştirebilmek adına ve yabancılarla daha kolay iletişim kurabilmek için o dilleri konuşabilen nitelikli işgücüne de ihtiyaç duymaktadır. Dolayısıyla turizm işletmeleri büyük şehirlerden veya diğer gelişmiş ülkelere nitelikli elemanlar istihdam etmektedirler (Britton, 1996; Mbaiwa, 2005). Turizm sektörü ile gerekli olan göçlerin yaşanması, diğer göçmen insanların da durumu normal kabul etmesine sebep olabilmektedir. Nitelikli insanların bir bölgeye yoğun olarak göç etmesi, bölge gelişimine ve dolayısıyla ekonomik artışa katkıda bulunmaktadır. Destinasyon artışları ile turizm haricinde sanat ve eğitim alanındaki bireyler de bölge hakkında olumlu düşüncelere sahip olmakta ve bu bölgede yaşamayı tercih edebilmektedirler. Böylelikle sosyal sermayelerin artışı gözlemlenebilmektedir.

1.3.2. Turizmin Olumsuz Sosyo-Kültürel Etkileri

Sosyokültürel etki olumlu olduğu gibi olumsuz da olabilir. Turizmin gelişmesiyle sadece olumlu etkileri değil olumsuz bazı etkileri de beraberinde getirmektedir. Turistlerin ziyaretleriyle yerel halkın yabancılarla olan iletişimlerinde artış meydana gelmektedir. Ancak uzun vadede turizm, bölgedeki yerel halkın inançlarında, değerlerinde ve kültürlerinde değişikliklere yol açabilmektedir (Albayrak ve Kirova, 2019). Aynı zamanda turizm, yerel kültüre ve dile zarar vermekle veya sosyal yapı ve aile ilişkilerinin bozulmasıyla suçlanmaktadır (King vd., 1993; Mbaiwa, 2005). Alkol ve uyuşturucu bağımlılığının artması, kumar ve suç oranlarının yükselmesi olumsuz etkilerin başında gelmektedir (Çalışkan ve Tütüncü, 2008). Ev sahibi ülkelerde ikamet edenlerin çoğu, turizmin fuhuş, kumar, artan uyuşturucu kaçakçılığı ve yerel cinsel âdetlerdeki değişiklikler gibi istenmeyen faaliyetlerde büyümeyi kolaylaştıracağından endişe duymaktadır (English, 1986; Nunkoo ve Ramkissoon, 2011). Genel olarak turizmin olumsuz sosyokültürel etkileri şunlardır (Çalışkan 2003; King vd. 1993; Mbaiwa 2005);

- Kültürel yozlaşmaya yol açabilir
- Suç, kumar ve fuhuş artmaktadır,
- Toplumsal yapının bozulmasına yol açabilmektedir,
- Kültürün ticari meta haline dönüşmesine ve standartlaştırmaya yol açmaktadır,
- Kültürel Çatışmaya yol açmaktadır,
- Aile bağlarının bozulmasına yol açmaktadır,
- Dil bozulmasına yol açmaktadır,
- Önyargıları güçlendirmesine yol açmaktadır.

1.3.2.1. Kültürel Yozlaşma

Turizm yerel halkın sürekli farklı kültürlerle iç içe olmasına neden olmaktadır. Yerel halkın yabancı kültürlerle tanışması kültürlerinde ve kendilerine ait öz değerlerinde değişiklikler olmasına sebebiyet vermektedir. İnsanların kendi değerlerine yeterince sahip çıkmamaları kültürel yozlaşmaya neden olmaktadır. Buna, turizm bölgesinde ikamet eden gençlerin batı kültürüne özenmesi, ana dilin yabancı kelimelerle yozlaşması, dini ve geleneksel bayramların aslından uzaklaştırılıp bir tatil olarak

görülmesi gibi şeyleri örnek verebiliriz (Çalışkan, 2003; Bogolyubov, 2005; Mbaiwa, 2005; Civelek, 2010; Dusenko, 2011).

1.3.2.2. Suç, Kumar, Alkol ve Uyuşturucu Kullanım ve Fuhuşun Artması

Suç oranları tipik olarak bir bölgenin büyümesi ve kentleşmesi ile artmakta ve kitle turizminin büyümesine genellikle artan suç eşlik etmektedir. Harcayacak çok parası olan ve genellikle kamera ve mücevher gibi değerli eşyaları taşıyan çok sayıda turist varlığı, suçlular için çekiciliği artırmakta ve hırsızlık, uyuşturucu ticareti gibi faaliyetleri de beraberinde getirmektedir. Turizm, cinsel sömürünün nedeni olmasa da ona kolay erişim sağlamaktadır. Bu nedenle turizm, belirli bir bölgedeki seks işçisi sayısının artmasına katkıda bulunabilmektedir. Çocuk yaştaki gençler ve kadınlar bir seks işçisi olarak çalıştırılmaktadır. Çocukların ve kadınların bu şekilde pazarlanması çocuk ve kadın hakları ihlalidir ve beraberinde birçok psikolojik rahatsızlıklara neden olabilmektedir (Çalışkan, 2003). Genç erkeklerin geleneksel iş aramak yerine tatil bölgelerindeki kadın turistlerden geçimini sağladığı “plaj çocuğu” fenomenin büyümesine dikkat çekmektedir (Turner ve Ash, 1975). Kore, Tayland, Filipinler ve Tayvan’da insanlar döviz elde etmek ve turist çekmek adına seks turizmini bir araç olarak kullanmaktadır (Graburn, 1983). Dağdeviren (2015) tarafından Antalya ilimizde yapılan araştırmada ortaya çıkan sonuçlarda bölgede yaşayan insanlar arasında %34,6 oranında turizm ile birlikte fuhuş sayısının arttığı düşünülürken, %45,3 oranında turizm ile birlikte alkol kullanım oranının arttığı düşünülmektedir. Çalışkan ve Çolak (2017) tarafından Muğla Menteşe ilçesinde gerçekleştirilen bir araştırmada yerel halk, turistlerin suç, kavga ve seksüel davranışlarının değişmesinde olumsuz tutumlar hissettiği sonucuna ulaşılmıştır. Olumsuz sonuçların artışına örnek gösterilebilecek bir diğer çalışma ise Keskin ve Çontu (2011) tarafından Nevşehir Ürgüp Mustafapaşa ilçesinde yapılan çalışmadır. Araştırma sonucunda eğlence mekânlarının artması ile birlikte yerel halk tarafından alkol ve uyuşturucu madde kullanımının arttığına ulaşıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Kumar, turizmin yaygın bir sonucu olarak görülmektedir. Kumarhanelerin ve diğer kumar tesislerinin büyümesi sadece turistleri nakitleriyle değil; aynı zamanda yerel halkı da katılmaya teşvik edebilecektir. Eğer yerel halkı katılmaya teşvik ederse ve

yerel halkın tavırlarına bulaşırsa bu suç oranını fuhuşta artış gösterecektir (Çalışkan 2003; Mbaiwa 2005; Nguyen ve Nguyen, 2009).

1.3.2.3. Toplumsal Yapının Bozulması

Temelde toplumsal bir yapı olan turizm, inançlarda, aile yapısında, geleneklerde, ekonomik yapıda, siyasal yapıda önemli değişikliklere neden olmaktadır. Turistlerin gittikleri ülkelerde kendi kültürlerine göre hareket etmesi ve rahat davranması yerel halkın hayat tarzlarında değişikliklere sebep olmaktadır. Yabancı turistlerin yerel halkla olan etkileşimi sayesinde yerel halkın, özellikle gençler onların davranışlarını benimsemektedirler. Kadın erkek ilişkileri farklı boyuta geçmekte ve boşanma, erkeklerin ve kadınların yabancı kültürden biriyle evlenmesi gibi o toplumun değerlerine aykırı davranışlar gözlemlenmektedir (Civelek 2010; Dusenko 2011). Gençlerin yabancı kültürlerle özenmesi din, dil ve ahlaki değerlerde değişimlere neden olmaktadır (Çalışkan ve Tütüncü, 2008; Civelek, 2010).

1.3.2.4. Kültürün Ticari Meta Haline Dönüşmesi ve Standartlaştırılması

Destinasyonların, turistlerin bilindik, tanındık tesisler ve deneyimlerle ilgili taleplerini tatmin etme sürecine standardizasyon denmektedir. Turizm bölgeleri ve işletmeleri manzara, konaklama, yiyecek ve içecekler vb. turistlerin yeni ve tanındık olmayan taleplerini karşılamalı ve aynı zamanda çok yenilikçi ve garip olmayan hizmetler sunmalıdırlar. Çok az sayıda turizm yeni ve ilginç şeyler aramaktadır. Turistlerin bazı şeylerin (tuvalet, kahvaltılar, içecekleri, konuşulan dil vb.) aynı olmasını talep etmesi standartlaşmaya yol açmaktadır. Turistler genellikle tanınmış fastfood restoranları ve otel zincirleri gibi alışılmadık bir ortamda tanınabilir tesisler aramaktadır bu da turizm bölgelerinin standartlaşma riskini göze almalarına sebep olmaktadır (Bogolyubov, 2005; Dusenko, 2011).

Turizm, yerel kültürleri, dinsel ayinleri, geleneksel etnik törenleri ve festivalleri turistlerin beklentilerini karşılayacak hale getirilip, turistler için yapılandırılabilir hale getirdiğinde ki “bu yeniden yapılandırılmış etniklik olarak tanımlanır” ticari mal haline dönüştürülür (Kaya, 1997; Berber, 2005). Turistler tarafından kutsal alanlar, el yapımı ürünler, hediyelik eşyalar, sanatsal değerler meta olarak görülebilmektedir. Ziyaretçiler bu

alanların ve simgesel yapıların kutsallığına saygı göstermeyebilmektedirler (Baykan ve Uygur, 2007; Aktürk vd., 2019). Turizm bölgelerindeki oluşum turistlerin yaşam şekillerine göre şekillendirilmektedir. Turistlerin yaşadıkları mevcut ülkelerde sahip oldukları ortamların oluşturulması ve bu oluşumun ülkenin normali kabul edilmesi olağan bulunmamaktadır.

Daha fazla turizm hareketinin sağlanması için turistlerin alışık olduğu ve rahat hissettiklerini düşündükleri ortamların oluşturulması durumu turistlerin yerel kültür hakkında herhangi bir bilgi öğrenememesine, kültürler arası yanlış anlaşılmalara artmasına neden olmakta ve kültürün daha derin bir şekilde tanıtılmasına engel olmaktadır.

1.3.2.5. Kültürel Çatışma

Turizm, insanların farklı coğrafi bölgelere hareketini içerdiğinden, kültürler, dini ve etnik gruplar, değerler, yaşam biçimleri, diller ve refah düzeylerindeki farklılıkların bir sonucu olarak kültürel çatışmalar meydana gelebilmektedir. Turizmin gelişmesiyle yerel halkın turistlere karşı tutumları da farklılık göstermektedir. Yerel halk arasında turist karşıtı tutumlar artmaya başladığında, ziyaretçilere karşı ilgisizlik, sinirlilik ve potansiyel olarak düşmanlık sergileyebilmektedirler (Çalışkan, 2003). Turistler çoğu kez bilgisizlik veya dikkatsizlik nedeniyle yerel geleneklere ve ahlaki değerlere saygı göstermeyebilir ve bu durum da kültürel çatışmaya yol açabilmektedir (Mbaiwa, 2005).

1.3.2.6. Aile Bağlarının Bozulması

Toplumların en küçük yapı birimi ailedir. Aileler toplumların oluşmasında ve zaman içerisinde değişiklikler göstermesinde önemli bir unsur olmaktadır. Aile yapılarındaki olumlu veya olumsuz değişimler toplumların da değişmesine yol açmaktadır. Doğan (1987) turizm ile birlikte geleneksel değerler yok olmakta, nesiller ve bireyler arası iletişim azalarak çatışmalara yol açmakta ve bu sebeplerden dolayı evlilik geç yaşlarda yapılmakta ve çok fazla boşanmalar olmaktadır.

Turizm etkisi ile birlikte aile yapılarındaki değişiklik için en önemli sonuçlarından biri olarak kadınlar gösterilmektedir. Kadınların aile ve toplum

içerisindeki rol değişikliği ve özgürlükleri aile yapısında olumsuz değişimlere sebep olarak gösterilmektedir. Bazı araştırmacılara göre çalışan kadınların ekonomik bağımsızlığı olmasındaki sayının artmasıyla birlikte geçimsizliklere yol açmakta ve boşanma sayılarının artışına sebebiyet vermektedir.

Yurtdışında konu üzerinde yapılan çalışmalarda da turizmin aile yapısının bozulmasında etken olduğuna dair sonuçlara ulaşılmıştır. Güney Kıbrıs'ta yapılan bir araştırmada genç nüfusun Avrupalı turistleri kendilerine örnek alması, mevcut geleneksel değerlere sahip çıkılmaması ve farklı değerler araması aile yapısında bozulmalara ve aile içerisindeki bağların zayıflamasına yol açmaktadır.

1.3.2.7. Dilin Bozulması

Turizm yabancı dil öğrenmekte etkili olduğu kadar yerel kültürlerin dil dayanışmasını ciddi şekilde tehdit etmektedir (Çalışkan, 2003). Yabancı dile sahip turistlerin iletişim kuramamasından kaynaklı yerel halk dillerinde değişiklikler olabilmektedir. Dilin bozulması, yabancı kelimelerin turistik bölgelerdeki dil yapılarına yerleştirilmesi ile birlikte meydana gelmektedir. Turizm böylelikle yerel dilin doğru kullanılması oranlarında düşüş yaşanılmasına sebebiyet vermektedir. Dildeki etkilenmelerin sürekli ve kalıcı olması nesiller arası iletişimlerde çatışmaya yol açmakta ve sonuç olarak gençlerin kültürel olarak yozlaşmasına sebep olmaktadır (Mbaiwa, 2005).

1.3.3. Turist ve Ev Sahibi İlişkileri

Turistler ve ev sahibi ülke vatandaşları arasındaki kültürlerarası temas, benzersiz bir kültürler arası etkileşim biçimi olarak kabul edilebilir. Turist kelimesi: seyahat gerçekleştiren ve bu seyahat sürecinde eğlenen, kültürel ve sosyal anlamda gelişmek için finans tüketen, maddi kazanç sağlamayı düşünmeyen, mevcut yaşadığı bölgeden en az bir gün boyunca uzaklaşan bireyler için kullanılmaktadır. Dolayısıyla turistler genellikle bir toplulukta kısa bir süre kalırlar, yerel sakinlere kıyasla varlıklı olma eğilimindedirler ve göçmenlerden farklı seyahat motivasyonları vardır. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin ortalama ülkede kalma sürelerinin 3,1 gün olduğu söylenmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021).

Turistler, misafir göçmenlerin aksine, yerel topluma uyum sağlamak zorunda değildirler. Turistler ev sahibi kültürünü daha çok gözlemlemek ve incelemekle ilgilenmektedirler (Pearce, 1982). Yerel çekicilik unsurlarını keşfetmek ve dinlenmek için belirli bir ülkeye gelen turistler, yerel halkla temas yoluyla sosyokültürel bir etkiye sahiptir. Yerel halk ile turistler aşağıda belirtilen alanlarda etkileşim kurmaktadır:

- turistler yerel halktan ürün ve hizmet satın aldığı anda;
- yerel halk ve turistler sunulan hizmetleri paylaştığında (örneğin, sahil plajları, ulaşım, restoranlar, vb.);
- turistler ve yerel halk birlikte kültürel etkinlikler düzenlediğinde (Berno 1995; Bogolyubov 2005; Minenkova, 2011).

Turistlerin ve ev sahiplerinin genellikle farklı hedefleri ve beklentileri vardır. Turist hareketlidir, rahattır, boş zamanlarını değerlendirir ve farklı bir ortamda olma deneyimini özümsemeye çalışır (Minenkova, 2011). Ev sahibi ise nispeten sabittir ve genellikle turistlerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek bir konumdadır. Turist-ev sahibi ilişkisi birkaç ana özellik ile karakterize edilebilir. Bu özelliklerden biri, ilişkinin doğası gereği genellikle geçici ve tekrarlayıcı olmamasıdır (Dusenko, 2011; Mbaiwa, 2005; Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO), 2018).

Turistlerin ev sahibi ülkede kalış süreleri görece kısa olduğundan, ev sahipleri ile turistler arasında kurulan geçici ilişki, etkileşim halindeki iki grubun her biri için farklıdır. Turistler bu karşılaşmayı ev sahibi kültürünün yeniliği nedeniyle sık sık ilginç ve benzersiz bulmaktadır. Ev sahibi için ise sadece yüzeysel bir ilişki olarak görülmektedir. Bu kısıklık ve yüzeysellik nedeniyle, turist-ev sahibi ilişkileri aynı zamanda her iki tarafın da anında tatmin olma yönelimiyle karakterize edilir (Berno, 1995). Turistler ile ev sahipleri arasındaki ilişkiler genellikle içtenlikten (samimiyetten, doğrallıktan) yoksundur ve ağırlama eylemlerini bir dizi nakit yaratan anlaşmaya dönüştürerek ticari işlemlere yöneliktir (Kariel ve Kariel, 1982; UNESCO, 2018). Kendiliğinden ve doğal olan kültürlerarası işlemlerin yerini yapmacık ve ticari olanlarla değiştirme eğilimindedirler (English, 1986). Turistler ve ev sahipleri arasındaki ilişki, turistlerin maddi olarak daha büyük kazanca sahip olması ve ev sahiplerinin yerel kültür, kaynaklar ve fiyatlar hakkında daha fazla bilgiye sahip olması nedeniyle hem

ekonomik güç hem de bilgi niyetinde asimetrik olma eğilimindedir (Kariel ve Kariel 1982; Krippendorf, 1982; Berno 1995). Turistler günlük yaşamlarındaki harcamalarından farklı olarak daha fazla para harcayabildikleri için yerel halk, turistlerin kendilerinden daha zengin olduğu izlenimine sahiptir (Karnaukhova, 2014). Bu durum yerel halkı kıskanç hissettirebilir ve bazen turistlerin davranışlarına karşı öfkeye yol açabilmektedir. Bu tür bir sürtüşme genellikle turist yoğunluğunun yüksek olduğu bölgelerde çok sayıda turist akışının olduğu dönemlerde meydana gelmektedir.

Turist-ev sahibi ilişkisi aynı zamanda zamansal ve mekânsal kısıtlamalarla da karakterize edilmektedir. Turistler genellikle 'turist gettolarında (turist yoğunluğunun yüksek olduğu alanlar, turistik yerler ve tesisler) yoğunlaşmaktadır. Bu turistler ve ev sahipleri arasındaki temasın süresini ve yoğunluğunu etkilemektedir (Berno, 1995; Minenkova, 2011). Ayrıca turistler yeni deneyimler aramakta ve kısa sürede mümkün olduğunca çok şey yapmaya ve görmeye çalışmaktadırlar. Bu arayış hem ev sahiplerini hem de turistleri zorlamaktadır. Turistlerin acil ihtiyaçlarının karşılanması için ev sahiplerine uygulanan baskı, turistlerin farkında olmayabileceği ev sahipleri için psikolojik baskılara neden olabilir (Kariel ve Kariel, 1982; Berno 1995). Bu faktörler ve özellikler, turist-ev sahibi karşılaşmalarını benzersiz ve yoğun bir kültürlerarası temas biçimi olarak oluşturmaktadır.

Turistlerin yerel sakinlerle herhangi bir doğrudan temasını sosyal etki olarak tanımlamak gerekmemektedir. Turizmin gelişmesi için sunulan yeni iletişim, ulaşım ve altyapı türleri ile yeni iş gücü araçları, doğrudan temas olmaksızın toplumsal değişim neden olmaktadır. Dolaylı sosyal etkiler olarak nitelendirilebilmektedir (Mine 2011).

İKİNCİ BÖLÜM

TOPLUMLAR ARASI ANLAYIŞ ve BARIŞIN SAĞLANMASINDA TURİZM

Turizm, barış ve refah ortamında gelişmektedir. Siyasi huzursuzluk, savaş bunalımları ve iç sorunlar turizmin önünde engel olabilecek unsurlar olarak görülmektedir (McIntosh vd., 1995). Turizm ve barış arasındaki ilişkiyi anlamak için barışın anlamını incelemekte fayda bulunmaktadır.

Barış, ölçülmesi zor olan soyut bir nitelik olarak görülmektedir. Geniş bir barış tanımı, yalnızca uluslararası değil; aynı zamanda gruplar veya topluluklar arasında, bireyler arasında ve insanlar ile doğa arasındaki barışçıl ilişkileri de ifade etmektedir (Salazar, 2006). Çoğu sözlüğe göre barış, savaştan kurtulmak anlamına gelmektedir. Barış kavramının doğası çok çeşitlidir (Beer, 1990). Kısacası barış kavramı: refah, adalet, özgürlük ve eşitliğe katkıda bulunanlar gibi arzu edilen niteliklerin varlığı veya savaş, terörizm ve şiddet gibi istenmeyen niteliklerin yokluğu olarak algılanabilir (D'Amore, 1988; Litvin, 1998; Müller, 2003).

Savaş, “ülkeler arasındaki silah çatışması” olarak tanımlanmaktadır (Mihalic, 1996). Uluslararası barış, tarihin başlangıcından beri bir nimet, karşıtı olan savaş ise bir musibet olarak görülmüştür. Genel olarak barış, “savaşın olmaması” veya “şiddetin olmaması” olarak tanımlanmaktadır (Galtung, 1990). Savaş, milletler arasındaki çekişme veya milletler arasında açık bir düşmanlık halidir (Sykes, 1976). Savaş kavramı insanoğlunun bu güne kadar ki yaşamında varlığını sürdürmüştür. Savaşın olduğu yerlerde insanlar her zaman barış için mücadele vermiştir. Dolayısıyla savaş kavramının tarihi dayanağı ne kadar eskiyse barışın tarihi de o kadar eskiye dayanmaktadır (Salazar, 2006).

Uluslararası ilişkiler çerçevesinde “barış” kavramı “anlaşma” kavramı ile eşdeğer görülmektedir. Bu duruma örnek olarak uluslararası devlet düzeninin başlamasında ehemmiyeti olan Westphalia düzeni yerine Westphalia Barışı kullanılması gösterilebilir. Latince “pax” kelimesi de diğer anlaşmalardan ayrıcalıklı olarak savaşın sona erdirilmesi durumunda yapılan anlaşmalar için kullanılan ve “barış anlaşması” anlamına gelen bir kavramdır. Bu kavramın kullanılmasına örnek olarak ise İkinci

Dünya Savaşı'nın bitişi ile birlikte hemen yapılan Amerikan Barışı (Pax Americana) gösterilebilir.

Dünyada barış kavramının yaygınlaşmasındaki en büyük etkenlerden biri de II. Dünya Savaşı'ndan sonra UNESCO'nun (BM Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü) kuruluşudur (Tarhan ve Altun, 2016). Kuruluşundan bu yana, ana vurgusu barış için çalışmak olmuştur ve dünyaya “barış kültürü” çağrısında bulunmuştur. BM tarafından verilen 'barış kültürü' tanımı, gruplar ve devletler arasında şiddeti reddeden diyalog, müzakere yoluyla temel nedenleri ortadan kaldırarak çatışmaları önlemeye çalışan bir dizi değer, tutum, gelenek ve davranış biçimine ve yaşam tarzına dayanmaktadır (BM Barış Kültürü Bildirgesi ve Eylem Programı, Karar A / 53/243).

2.1. TURİZM ve BARIŞ İLİŞKİSİ

Turizm bölgesinde turizm sektörünün gelişimi; hoşgörü atmosferinin geliştirilmesi, yerel halk arasında tarihi ve kültürel değerlerini savunmaları gerektiği konusunda farkındalık yaratmak ve kırsal alanların kentleşmesini sağlamak farklı olumlu sonuçlar meydana getirmektedir (Doğan, 2004; Kozak vd., 2011; Zaei ve Zaey, 2013).

Turizmin sosyokültürel sonuçlarından biri de toplumsal barışa katkısıdır (Doğan, 2004; Avcıkurt vd., 2007). Örneğin Salustiano (1970), İspanya'daki turizmin siyasi görüşlere yönelik daha demokratik ve liberal bir eğilime katkıda bulunduğunu bildirmiştir. Boyer (1972) ayrıca turizmin Fransa-İspanya ve sosyalist ülkelerde siyasi yapıyı daha hoşgörülü hale getirdiğini belirtmiştir (aktaran Doğan, 2004).

Turist-yerli nüfus, turist-hizmet, yerli halk hizmeti ilişkilerinden doğan ve sosyal etkileşimi besleyen turizmin yapısı, bu huzurlu ve sakin ortamın sağlanmasında önemli rol oynamaktadır. Öyle ki, D'Amore (1988), Var, Brayley ve Korzay (1989), Fridgen (1996), Gartner (1996), Fellows (2011) gibi birçok araştırmacı, turizm yoluyla karşılıklı anlayış, saygı, iyi niyet yaratılabileceğini ve böylece barışın yaratılabileceğini vurgulamaktadır.

Turizm ve dünya ilişkileri bağlamında ulusal ve uluslararası çalışmalara bakıldığında, değerlendirmenin ağırlıklı olarak vaka çalışmaları, derleme çalışmaları ve ülke/bölge karşılaştırmaları üzerine yapıldığı görülmüştür (Kim vd., 2007; Lankford

vd., 2008; Pan, 2015). Bununla birlikte, başta Uluslararası Turizm Yoluyla Barış Enstitüsü olmak üzere çeşitli kuruluşlar tarafından yayınlanan raporlar, turizm-dünya barışı ilişkisinin olumlu yönlerini vurgulamaktadır (IIPT Ara Sıra Bildiriler, No.1; Kelly, 2006; Askjellerud, 2006). Turizm, uluslararası ilişkilerde ve dünya barışında önemli bir rol oynamaktadır (Matthews,1978). 1981'de UNWTO Manila Bildirgesi, turizmi “barış için hayati bir güç” ve “uluslararası anlayış ve karşılıklı bağımlılık için ahlaki ve entelektüel bir temel” olarak tanımlayarak barışa hazırlanma ve barışı korumadaki önemini vurgulanmaktadır. 1986 yılı Birleşmiş Milletler tarafından “Uluslararası Barış Yılı” olarak ilan edilmiştir. Yapılan çalışmalarda genel olarak turizm-barış-çatışma kavramları birlikte değerlendirilmiş ve birbirleriyle olan bağlantısı açıklanmaya çalışılmıştır (Kelly, 2006; Askjellerud, 2006; Tomljenović, 2010; Kelly, 2012; Pranil, 2014).

- Turizm, karşılıklı kişisel ilişkileri teşvik etmektedir. Bu şekilde konuşma ortamı oluşturulabilir.
- Turizm, sınırları aşmaya yardımcı olmaktadır. Bu durum, barışın inşasında en önemli faktörlerden biri olan eğitimin önündeki engelleri de ortadan kaldırır.
- Turizm ticari duyguların şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Turizmin huzurlu bir ortama katkısı, ticari faaliyetlerin genişlemesinden de yararlanır.
- Turizm normalleşmenin ve barışa dönüşün sembolüdür. Örneğin, 2011 Arap Baharı sırasında Mısır, önceki dönemlere göre turist sayısında ve turizmden elde ettiği gelirlerinde bir düşüş yaşadı ve turizmin ülkeye katkısını huzurlu bir ortamda daha iyi anlayabilmiştir.

Öte yandan, turizm ve dünya arasındaki ilişki uluslararası ilişkilerde de tartışılmış ve iki ana teori üzerinde değerlendirilmiştir: gerçekçilik ve liberalizm (Kim vd., 2007). Gerçekçilik, devletlerarası ilişkilerde güvensizlik, güç ve mücadele gibi kavramlara dayanan kötümser bir görüşe sahiptir; Liberalizm ise iyimser bir bakış açısıyla ekonomik birlikteliği ve kalkınmayı vurgulamaktadır (Cho, 2007). Bu nedenle liberal düşüncenin gerçekçiliğe uygun olarak devletlerarasında barışın inşasında daha önemli bir rol oynadığı söylenebilmektedir. Kim ve arkadaşları (2007) turizmi liberal düşüncenin sosyoekonomik araçlarından biri olarak görmekte ve Kuzey Kore ile Güney

Kore arasındaki gerginliğin azaltılmasında önemli bir faktör olabileceğini bildirmektedir.

Buna ek olarak, birçok araştırmacı turizmden ulusal politikalardan kaynaklanan gerginlikleri, şüpheleri ve belirsizlikleri azaltmada önemli bir güç olarak bahsetmektedir (D'Amore, 1988; Richter, 1989; Jafari, 1989; Yes, Braley ve Korzai, 1989; Matthews ve Ritcher, 1991; Hall, 1994; Perry Hobson ve Co, 1994; Kim ve Prideaux, 2003).

Turizmin kendi süreçleriyle huzurlu bir çevreye yaptığı bu katkılar, daha önce belirtilen gerçekçilik/liberalizm teorilerinin yanı sıra sosyal psikolojide var olan "sosyal temas teorisi" ile de ilişkilendirilebilir. Allport'un (1954) Ön Yargının Doğası adlı önemli çalışmasında temel varsayımlarını ortaya koyduğu Sosyal Temas Hipotezi, gruplar arası ön yargıyı azaltmak için en etkili stratejilerden biri olarak kabul edilir ve uzun yıllardır kullanılmaktadır (Pettigrew ve Tropp, 2006). Bu alandaki birçok çalışma, ön yargının ortadan kaldırılmasında ve diyalog yoluyla daha hoşgörülü bir ortam yaratılmasında sosyal temasın önemini de vurgulamaktadır (Pettigrew, 1998). Örneğin, Sims ve Patrick (1936) tarafından yapılan bir araştırma, daha fazla siyahın bulunduğu ABD'nin kuzey bölgelerinde, siyah öğrencilerle aynı okullara giden beyaz öğrencilerin güney ilçelerindeki akranlarına göre daha düşük siyah ön yargı seviyelerine sahip olduğunu ortaya koymuştur (Glaser ve Gilens, 1997).

Söz konusu teori birçok yazar tarafından turizm alanyazınında da kullanılmıştır (Milman vd. 1990; Anastasisopoulos, 1992; Dörnyei ve Csizer, 2005; Tomlenovich, 2010). Bu yazarlar, sosyal temas teorisinin turizm süreçlerinde kolayca uygulandığını ve kültürlerarası etkileşimi teşvik ederek turizmin yapısının ön yargıları kırabileceğini belirtmektedirler. Başka bir deyişle, turizm insanlar ve kültürler arasındaki temasları artırırken, aynı anda huzurlu atmosferi artırmaktadır.

Bu bağlamda Kelly (2012), "Turizmle Barış Uygulama Rehberi"nde temas teorisinin yanı sıra turizm ve barışın diğer yönlerini tartışırken potansiyel eylem alanlarını belirtmektedir. Kelly (2012), turizm ve dünya barışı arasındaki ilişkiyi anlamak için kesişen dört boyut olduğunu savunmaktadır. Bu boyutlar;

- Gruplar arası iletişim
- Etik konular (çevre, insan hakları vb.)

- Turizmin küreselleşmenin yarattığı olumsuz etkilerine olan olumlu etkisi (yoksulluğun azaltılması vb.)
- Çeşitli davranış kuralları, turizm eğitimleri vb.

Kelly (2012) turizm ile dünya arasındaki ilişkilere yönelik yapılan çalışmaların disiplinler arası olması gerektiğini savunmaktadır. Bunun yanı sıra turizm yapısından dolayı disiplinler arası bir çalışma alanıdır ve belirtilen kuramların bütünsel paradigma ile düşünülmesi gerekmektedir. Genel olarak turizmin refah düzeyinde artış sağladığı, refah oranı yüksek ortamların da turizm faaliyetlerine katkı sağladığı gerçeğini göz ardı etmemektedir.

1988 yılında “Turizm: Barış İçin Önemli Bir Güç” adlı ilk küresel konferans turizm ve barış ilişkisini ele almak amacıyla gerçekleştirilmiştir (Khamouna ve Zeiger, 1995). Aradan geçen zamana rağmen turizm barış üzerindeki önemini korumaktadır. Süreç boyunca yapılan çalışmalar ile turizm ve barışın ilişkisel önemi gösterilmiştir.

Dilek vd. (2018) tarafından Güneydoğu Anadolu’da üst, orta ve alt düzey otel çalışanları arasında araştırma yapılmıştır. Araştırmada turizm, barış ve bu iki kavramın ilişkisi üzerine var olan algılar metafor yoluyla incelenmiştir. Çalışma sonucunda turizm kavramının sadece ekonomik boyutta değil sosyal ve kültürel boyutta da önemli olduğu algısının varlığına ulaşılmıştır. Ayrıca barış kavramının da özellikle Anadolu’nun güneydoğu bölgesi için önem arz ettiği ve barışın olmaması halinde turizmde gelişme sağlanmasının mümkün olabileceği düşünülmektedir.

Kıbrıs’ta yapılan bir çalışmada da turizmin Rum kesimi ile Türk kesimi arasında sadece ekonomik sürdürülebilirlik için değil; bunun yanı sıra siyasi kontrol ve barış için de önemli bir etken olduğunu savunmaktadırlar.

Turizmin barış ile ilişkisi üzerine yapılan bir diğer çalışma Kore yarımadasında gerçekleştirilmiştir. Araştırmada Kuzey Kore’de bulunan ve geliştirilmekte olan Gumgang Dağı’na giden Güney Koreli turistlerin davranışları analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarında birbiri ile olumsuz ilişkilere sahip iki ülke arasında olumlu bir algı oluşturulmasında önemli bir rol oynadığını ortaya koymuştur.

Turizm etkinlikleri barış ve güvenlik ile doğrudan bağlantılıdır. Barışın olmadığı bölgelerde turizmin gerçekleşmesi mümkün görülmemektedir. Turistlerin güvenlik ihtiyacının karşılanmaması durumunda turizm hareketleri hızını kaybetmektedir.

Turizm kültürlerarası barış elçisi rolünü üstlenmektedir. Ülkeler, Birleşmiş Milletler dâhil birçok uluslararası kuruluşlar, turizm araştırmacıları ve siyasi erkler de turizmin bu rolünü anlamışlardır (Dilek vd., 2018).

Günümüzde, insanların en önemli arzusu ve ihtiyacı olan değerler arasında barış yer almaktadır. Savaş ve barış geçmişten itibaren yaşamın bir parçası haline gelmiştir. İnsanlar savaşı başlatmalarına ve sürdürmelerine rağmen; barışı sağlamak için de çaba sarf etmişlerdir (Aktaş, 2015). Yaşanan savaşlar beraberinde birçok kötü sonuçları getirmesinden dolayı bireylerin toplumsal barışı olan ihtiyaçları zaman içerisinde artarak devam etmektedir.

Barış kavramına ve tanımına farklı yaklaşımlar; Disipline önemli bir katkı sağlayan Galtung için barış ikiye ayrılmaktadır, pozitif barış ve negatif barış.. Barış ve güvenlik kavramının yeniden ele alınması kavramındaki farklılıklar; Bu, özellikle pozitif barış bağlamında yapısal şiddet konusunu vurgulamaktadır. Son yıllarda çatışmalar artmış ve dünya daha istikrarsız hale gelmiştir. Barış için uluslararası ve sosyal çabaların acilen hızlandırılması gerektiği vurgulanmaktadır. Çünkü barış sadece savaşmamak olarak görülmemelidir. Barış bireyin kendisiyle başlayan bir süreç olarak görülmelidir. İnsan önce kendi iç dünyasıyla barışık olması gerekmektedir. Barış kültürü, "kişinin kendisiyle barışık olma ve çevresiyle olumlu bir ilişki kurma sanatı olarak değerlendirilmektedir.

Küreselleşen modern gelişmiş toplumlar kendilerini açık, kozmopolit ve çok kültürlü alanlar olarak tasvir etmeyi amaçlamaktadır. Bununla birlikte, çok kültürlü toplumlarda bir arada yaşayan çeşitli etnik kökenler, gelenekler, yaşam tarzları ve davranışlar fikri, sosyal uyumun sürdürülmesi ve güçlendirilmesi gibi karmaşık zorluklarla karşı karşıya kalmaktadır. Çok kültürlü çeşitlilik, çatışmalar, bölünmeler ve parçalanma gibi kendi maliyetleri ve sosyal sermayeyi teşvik eden ve yeniliği ve yaratıcılığı teşvik eden kültürler arası sosyal etkileşimler gibi faydalarıyla birlikte gelmektedir (Dukes ve Musterd, 2012).

Turizm toplumsal dayanışmaya olumlu katkılarda bulunmaktadır. Turizm, genellikle sosyoekonomik ve kültürel sınırları aşan faydaları olan gelişmekte olan ülkeler için bir çözüm olarak tartışılmaktadır. Turizm, çeşitli bileşenlere katkıda bulunur ve dolayısıyla bir bütün olarak sosyal kaynaşmaya katkıda bulunma yeteneğine sahiptir (Kamble ve Bouchon 2016).

Turizm yoksulluğu azaltmaya, sağlam bir ekonominin oluşturulmasına ve gelir eşitsizliğinin azalmasına katkıda bulunmaktadır (Jupp, 2007). Ekonomik bir faaliyet olmanın dışında, sosyokültürel olarak turizm sektörü, farklı topluluklardan bireylerin farklı düzeylerde çalışmak üzere bir araya geldiği bir alandır. Ayrıca, özellikle yabancı turistlerin mevcudiyetinde, başlangıçta bir takım çalışması, işyerine ve bir bütün olarak ülkeye ait olma duygusu oluşturmaktadır (Avrupa Konseyi, 2000; Maxwell, 1996). Turistlerle konuşurken veya kültürü ve mirası gösterirken yerel halkta gurur, aidiyet ve bağlılık duygusu yaratmaktadır (Kearns ve Forrest, 2000; Cantle, 2004). Ayrıca birlikte çalışarak birbirlerini anlamakta ve turizmde ev sahibi-misafir olarak birbirlerine ev sahipliği yapmakta, güven bağları ve sosyal bağlar oluşturulmaktadır (Kearns ve Forrest, 2000; Berger-Schmitt, 2002).

Ek olarak, Mufakkir ve Kelly (2010) turizmin de uyumlu ilişkilere, sosyal ve ekonomik faydalara katkıda bulunabilecek bir araç olduğuna dikkat çekmektedirler. Kültür alışverişi ve turizmin eğitim unsuru yoluyla insanlar, kültürler arasındaki anlayışı teşvik etmektedir. Seyahat, insanları birbirleriyle temasa geçirmesini sağladığı için engelleri yıkma kapasitesine sahiptir. Bu anlayış, ön yargıların azaltılmasına ve karşılıklı şefkatin geliştirilmesine yardımcı olabilmektedir. Bu aynı zamanda UNWTO tarafından kabul edilen ve turizmin insanları bir araya getirdiği, karşılıklı anlayışı güçlendirdiği ve uluslararası işbirliğini artırdığı belirtilen “Turizm Hakları Beyannamesi ve Turist Kodları 1985” tarafından da desteklenmektedir. Turizm, altyapı gelişimine, yoksulluğun azaltılmasına, mekânsal kalkınmaya, diğer ekonomik faaliyetlerin desteklenmesine katkıda bulunmaktadır. Örnek olarak; tarım ve el sanatları, gençler ve kadınlar için birçok iş olanağı oluşturması gösterilebilir. Özellikle yoksul bölgelerde küçük ve orta ölçekli işletmeler desteklenmektedir, yerel kültür ve doğal çevre ile gurur duymayı teşvik etmektedir (Kelly, 1999). Doğal ve kültürel alanlar aracılığıyla turizmin bu finansal değerinin farkındalığı, yerel mirasa ait olma ve gurur duyma duygusuna da

ilham verebilmektedir. UNWTO'ya göre (1999), turizm faydaları; ekonomik büyüme, kültürlerarası etkileşimler, barış ve anlayış, turistlere kişisel faydalar, ekonomik büyümeden gelen sosyal ve kişisel faydalar ve hedef toplumlar için refah olarak belirtilmiştir. Bu nedenle turizm, tüm alanlarda sosyal kaynaşmaya katkıda bulunmak için muazzam bir potansiyele sahiptir.

Turizm, insanların toplum içerisinde bir arada yaşamalarının bir unsurunu oluşturan sosyal bir olay olarak görülmektedir. Seyahatler ve ziyaret edilen yerlerde yapılan konaklamalar sonucunda kurulan ilişkiler farklı sosyal ve kültürel özelliklere sahip toplumlar içerisinde bağ oluşturmakta ve toplumlardaki kültür yapılarında zaman içerisinde değişiklikler meydana gelebilmektedir. Turizmin sosyal yapıya etkilerinin değerlendirilmesi ve önemsenmesi gereken bir husus olarak düşünülmektedir. Çünkü turizm sadece ekonomik değişimlere değil; sosyal, kültürel, siyasal ve çevresel unsurlara da etkide bulunan bir hareket olarak kabul edilmektedir. Bu sebepler turizmi ülkelere gelir kaynağı olarak düşünülmemesi; doğabilecek diğer sonuçların da irdelenmesi gerekmektedir. Sosyal ve kültürel anlamdaki etkileri, sanayileşmiş toplumlarda yaşayan ve çalışan kitlelerin çalışma enerjilerine katkı sağlayabileceği gibi birçok farklı ihtiyacı da karşılamaktadır (Kelly,1999).

2.2. TURİZM VE KÜLTÜREL ETKİLEŞİM, ANLAYIŞ

Türk Dil Kurumu'na (TDK) (2021) göre “kültür” kelimesi Fransızca “culture” (Latincesi “colere”, İngilizcesi “culture”) sözcüğünden dilimize geçmektedir. Kökeni ise “hars”, “ekin”, “tarım” anlamındadır. Kavram olarak tarih sürecinde toplumsal ilerlemenin içerisinde maddi ve manevi değerlerin oluşturulmasında ve geleceğe aktarılmasında mevcut çevreye egemenlik ölçüsünün ispatında kullanılan araçlar bütünü olarak ifade edilmektedir. Her toplum kendi normları, değerleri ve davranışlarına sahip bir kültürle çevrilidir. Kültür, toplumu diğerlerinden ayıran, insanlığı kitlelerden kurtaran ve onu diğerlerinden ayıran gerçekliktir. Din, görenek, dil, edebiyat, müzik, resim, dans, mimari gibi sanatlar; “Kültür”, aile, hukuk sistemi, üretim, tüketim, ulaşım gibi “milletleri millet yapan tüm maddi, manevi, ortak değerler ve kurumlar” olarak tanımlanmaktadır. Bu anlamda kültür öznel bir olgudur ve genel olarak toplumdan

topluma değişiklik gösterebilir. Bu farklılık nedeniyle, kültürel etkinliklere denklik genellikle diğer kültürlerde bulunmamaktadır (Aktaş, 2015).

Bir toplumda yerleşik olan kültürel unsurlar, o toplumun ruhunu ifade eder ve temel değerleri oluşturur. Her toplumun dil, yemek, mimari, edebiyat ve hukuk sistemi gibi unsurları o toplumun davranış ve tarzını oluşturur. Herhangi bir kültürde değerler, toplumdaki bireyleri kuşatır, davranışlarını şekillendirir, onlara iyi-kötü, doğru-yanlış, anlamlı-anlamsız olduğunu öğretir ve kişiyi bir amaca doğru ilerletir (Kaplan, 2010).

Kültür, insanların maddi ve manevi ihtiyaçlarını karşılamak için oluşturulmuş birimdir. Örneğin “fabrika” maddi bir yapı, “kilise kilisesi” ise manevi ihtiyaçları karşılamak için yapılmış bir yapıdır İnsan ihtiyaçlarına göre inşa edilen yapı kültürü arasındaki bağlantıyı “fabrikalar” ve “kiliseler” örneği üzerinden açıklamak gerekirse: “Fabrikanın amacı”, mimari yapısı, işçiler ve yöneticiler arasındaki ilişki; Bir caminin konumu, mimarisi, dekorasyonu, bölümleri ve avlu alanı toplumdan topluma farklılık gösterebilir. Bu farklılık, aynı dili konuşan veya aynı dini inançları paylaşan iki farklı toplumda gözlemlenebilir. Birey, toplumda gelişen kültüre tabidir ve kültür onu çevreler ve yaşamını şekillendirir. Ancak birey, farklı kültürel öğelere sahip toplumlarla karşılaşana kadar kültürel kapsamın farkına varmadan bu yazılı olmayan kurallara uyar. Bireyler kültürel farklılıkları deneyimlemeye başladıkça, diğer kültürlerin daha çok farkına varırlar. Bu, kültürün öznel bir yönüdür. Başka bir deyişle, kültür genel olarak düşünülemez, sadece kişinin kendi toplumu içinde ele alınabilir. Çünkü her kültür, üyelerine bir varoluş yanıtı vermeye çalışır. Bu nedenle, bir kültür diğeriyle avantaj ve dezavantajlar açısından karşılaştırılmaz. Hem iyiyi hem kötüyü, hem yüksek hem de düşük ölçecek bir ölçümüz olmadığı için karşılaştırma gerçekçi olmamalı, şimdi düşünmemiz gerekiyor. Herkes içinde yaşadığı kültürün bir ürünüdür ve bu kültür onların davranışsal-duygusal biçimidir; Bu bağlamda kültürün bireysel ve öznel olduğu unutulmamalıdır. İki farklı kültürel geçmişe sahip kişi arasında oluşabilecek iletişimdeki düzeyin belirlenmesinde dil ve din önemli bir etken olabilmektedir. Din bireylere ve topluma hakimiyet kuracak şekilde bakış açısı kazandırmaktadır. Dil etkeni ise sadece kodlar bütünü değil; aynı zamanda insan davranışlarını ve düşüncelerini oluşturan bir araç olmaktadır (Torbiörn, 1988).

Turizm alanında, "kültür" kavramı, bir kişinin ve toplumun tarihsel olarak tanımlanmış bir gelişme seviyesi olarak kabul edilir; bu, ulusal mirasın korunması, nesilden nesile dikkatli bir şekilde aktarılması ve kültürlerarası diyalog olmak üzere kullanımını ifade etmektedir (Moskalevich, 2016). Turizm, uluslararası işbirliğini güçlendirmede, dostluğu ve karşılıklı anlayışı güçlendirmede, halkların kültürel olarak karşılıklı zenginleşmesinde güçlü bir faktördür (Moskalevich, 2016). Turizm kültürel mirasın tezahür ettiği, kültürel değişimin ve kültürlerarası süreçlerin en önemli mekanizması olarak görülmektedir. Kültürel etkileşim insanların ve toplumların gelişimini etkileyebilmektedir. Diğer kültürlerin temsilcileriyle iletişim sürecinde olan bir kişi, tarihsel deneyimin, ulusal geleneklerin ve değerlerin özellikleri nedeniyle kendine özgü özellikleri olan belirli bir grup insana ve kültüre ait olduğunu istemeden fark etmeye başlamaktadır. Bütün bunlar da onun düşünme ve hareket etme biçimini etkilemektedir (Moskalevich, 2016; Yıldırım ve Deniz, 2018). Turist ve ev sahibi arasındaki kültürel benzerlik ve seviye farkını az olması ikisi arasındaki etkileşimi kuvvetlendirmektedir (Yıldırım ve Deniz, 2018).

Turizm sayesinde gelişmekte olan ülkelerin yerel halkı farklı kültürlerle tanışmakta ve zamanla yerel halkın düşüncelerinde ve tavırlarında değişiklikler meydana gelmektedir. İnsanlar ekonomik kazanç olarak baktıkları turistlere karşı, kültürlerini tanıdıkça farklı bakış açısıyla bakmaya başlamaktadır. Bu değişiklikler insanlar arasındaki anlayışın artmasına sebep olmaktadır. İnsanlar kültürel değişim sayesinde kendilerini geliştirmekteler bu da ön yargıların yok olmasına neden olmaktadır (Bogolyubov 2005; Minenkova, 2011). Turizm ulusal ve uluslararası bütünlüğe katkı sağlamak ve insanların bir araya gelerek anlayış içerisinde iletişim kurmasını sağlamaktadır (Chauhan ve Khanna, 2008).

2.2.1. Kültürel Uyum

Kültürlerarası uyum birey ve çevre arasındaki uyumu kapsamaktadır. Farklı ve yeni bir çevreye geçiş yapan kişiler çevreleriyle uyum sağlayabilmek için yoğun bir çaba sarf edebilirler. Bu çaba içerisinde bireyler öngörülemeyen durumları azaltmak için davranışları gözlemlene ve açıklama yetisi kazanabilmekte veya oluşabilecek negatif durumlar için korku duyabilmektedir. Kültürel etkileşimler sırasında her ikisinin

birden yapılması uyum için yeterli olmayabilir ancak uyum sürecinin sağlıklı işlemesi için gerekli hale gelebilmektedir. Bireyin kültürel etkileşimler sırasında yaşayabileceği belirsizlik ve rahatsızlık derecesini etkileyen bazı sorunlar olabilmektedir. Örnek olarak bireyler taşındıkları yeni kültür, geldikleri kültürel değerlerdeki farklılıklar, bir kişinin yaşayabileceği zorluklar ve stresin derecesi birbiriyle ilişkili olabilmektedir. Sosyologlara ve psikologlara göre fiyat farkının artması, bozulma, suç, ruh sağlığı sorunları ve mevcut değerlerle çatışma riskini artırmaktadır. Basitçe söylemek gerekirse, değer farklılıkları birliğe ve strese yol açabilmektedir (Furnham, 1988).

Ayrıca kültürel bütünleşme tek taraflı bir olgu değildir; hem göçmenler hem de bölge sakinleri tarafından anlaşılabilir bir olgu olmaktadır. Doğal olarak, göçmenler kendi kültürlerini "fark" yerine "tek doğru" kültür ve diğerlerini "yanlış" olarak kabul ettiklerinde kültürel entegrasyon daha zor hale gelmektedir. Yerli insanlar kendi kültürlerini göçmenlerinkiyle karşılaştırdıkları ve kültürlerinin "tek gerçek" olduğu gerçeğine uyum sağlamakta zorlanabilmektedirler. Bir diğer önemli faktör, alıcının kültürü hakkında yeterli bilgiye sahip olmaktır. Alıcı, kültürel iletişimin norm ve kurallarının anlaşılmasını ifade etmektedir. Bu şekilde kişi, alıcıların kültürel ve davranışsal anlamlarını tam olarak anlamaktadır. Ancak insanlar taşındıkları yerler ve kişiler hakkında her zaman yeterli bilgiye sahip olamamaktadır. Etkileşimlere ve bilgilere ek olarak, sınırlı bilgiyi ortadan kaldırmak için bazen sonuçlara varmak gerekmektedir. Ancak eğitime dayalı göç, beyin ve emeklilik göçü, gönüllülük esasına dayalı diğer göç türlerine göre daha yaygın olduğundan, bireylerin göç ettikleri ülkenin kültürünü daha gelmeden öğrenmek istemeleri daha olasıdır. Bu gönüllü istek, onların yeni bir kültüre uyum sağlama yeteneklerini artırmaktadır (Aksoy, 2012).

Göçmenlerin kendi ülkelerindeki beklentilerinin düzeyi, onların ülke kültürüne uyumlarını etkilemektedir. Bu insanların özellikle sosyal, ekonomik ve coğrafi beklentileri vardır. Bazı göçmenlerin beklentileri diğerlerinden daha yüksek olabilir; Bazıları olur, bazıları olmaz. Ancak, hangi beklentilerin karşılanıp karşılanmayacağı, hangilerinin uyum düzeylerini belirleyeceği belli değildir. Ayrıca beklentilerini karşılamamanın uyumu azaltacağını söylemek yanlış olacaktır. Kısa vadeli uyum için

düşük beklentilerin tercih edildiği, ancak uzun vadede zayıf uyum yaratacağı için biraz tercih edilmektedir (Furnham, 1988).

Yapılan araştırma sonuçlarında ‘‘kültürel uyumun: (1) iletişim, (2) entegre olmama, (3) yeniden entegrasyon, (4) otonomi ve son olarak (5) çift salıncak/bağımsızlık olmak üzere toplamda 5 aşamada’’ gerçekleştirildiği varsayılmaktadır:

İletişim: Yeni bir kültüre ilk tepki her insan için farklı olabilmektedir. Bazı insanlar kültürlerini korumakta ısrar ederken, bir kısım da yeni kültürün içerisinde kendilerinden bir parça görebilmektedir. Bir kesim için heyecanlı olabilecek bu durum, ilgisini çektiği için bir "balayı" gibi görünebilirken, diğerleri için tehlikeli olarak kabul edilebilmektedir.

Entegre olmama: Bu aşamada birey, kendisi ve alıcısı arasındaki kültürel farklılıklar nedeniyle çatışma ve belirsizliğe girebilmektedir. Kişi bu farklılıkların üstesinden gelemese kültürel şok yaşayabilir.

Yeniden Entegrasyon: Süreç içerisinde önceden bulunduğu sorunlu durumlardan kurtulmak için çözüm yolları arayabilir; birinci ve ikinci süreçler arasında dalgalanmalar olabilir. Bu durumda bireyler kendilerini bir kimlik bunalımı içinde, iki kültür arasında sıkışıp kalmış ve aidiyet arayışı içinde bulabilirler.

Otonomi: Bir önceki süreçten farklı olarak birey, perspektif esnekliği kazanmıştır. Kültürel farklılıklar artık birey için bir trajedi olmamaktadır. Benzerlikler ve farklılıklar geliştirebilir ve başarılarını anlamaya başlayabilir. Bu süreçlerde bireyler gelişme hissetmeye başlayabilir ve kendilerini bir "üçüncü kültüre" ait hissedebilirler.

Çift Salıncak: Bu süreçteki insanlar kültür farklılığından ve benzer yönlerinden faydalanmayı öğrenmektedirler. Kişiler bağımsız olabilir ama birbirlerine bağımlı olarak yaşarlar paradoksu birlik içinde birliği tasvir etmektedir. Sürecin son aşamasında açık görüşlülük ve duyarlı olmanın önemi anlaşılmaktadır. İnsanlar farklılıklarının üstesinden gelmeye çalışmakta ve onlardan uzaklaşmayı bırakmaktadır. Bir ölçüde bilgi sahibi olan etnik merkezli insanlar, diğer insanların kültürleri hakkında bilgi edinerek, farklı kültürlerden insanlar arasındaki farklılıklara saygı duymayı öğrenebilirler. Bu aşamada başkalarının kültürel bakış açılarını incelemeleri ve onları anlamaları

gerekmektedir. Yeni düşünce, bakış açıları, zihinsel esneklik, şefkat gösterebilme gibi davranışlara sahip olmak gerekmektedir. İki kişi bir çatışma sırasında birbirinden uzak durmayı tercih ediyor ve ortak bir zeminde buluşmanın bir yolunu bulamıyorsa, kültürel bir çatışmanın tatmin edici bir şekilde bitmesini beklemek anlamsız görünmektedir.

Son boyut olan etkileşim yeteneği, mevcut durumumuza etkili ve uyarlanabilir bir şekilde iletişim kurma yeteneğidir. Kültürlerarası etkileşim konusunda bir çatışma olması durumunda, insanlar birbirlerinin kültürel ve kişisel farklılıklarını anlayabilmeli ve birbirlerine sakince açıklamaya istekli olmalıdırlar. Birbirlerinin dertlerini “kulaklarıyla, gözleriyle, yürekleriyle” yani ses tonuyla, ritmiyle, mimikleriyle, bazen de sessizce dinlemeleri gerekmektedir. Bu aşama gözlem, açıklama ve belirsizlik içermektedir. Öncelikle karşı tarafın sözlü ve sözsüz davranışlarının gözlemlenmesi gerekmektedir. Kültürlerarası tartışmalar sırasında ortaya çıkan zihinsel ve davranışsal tepkiler daha sonra açıklanabilir. Örneğin: "Benimle konuşurken gözlerimin içine bakmıyorlar." Ardından, tanımladığımız davranışları gözlemlemek ve anlamak için birçok açıklama geliştirmeliyiz. Örneğin, “belki de kendi kültüründe göz temasından kaçınması saygılı olur; Belki de kültürünüz nedeniyle göz temasından kaçınmak utanç verici bir davranış olarak görülebilir. Son olarak, farklılıklara saygı duyarak ve etnosentrik yaklaşımı askıya alarak veya bu bilinmeyen durumdan memnuniyetsizliğimizi kabul ederek açık bir sonuca varabiliriz. Örneğin, "İletişimin bu kişinin kültürel bir geleneği olduğunu anlıyorum ama bundan mutlu değilim çünkü böyle bir ilişkide rahatsız edici." Bu davranışın kendi kültüründe gerçekten etik olup olmadığı konusunda şüphe duyulabilir. Bu tür çatışmaların gerçek nedenini anlamak için karşı tarafla özel bir iletişim ağı kurulmaktadır.

Diardorf (2004) ise kültürlerarası öğrenci koordinasyonu konusunda uzmanlaşmış 23 araştırmacı ile yaptığı çalışmada uyumun tanımını ve bileşenlerinin bir portresini çizmeye çalışmıştır. Araştırmasının sonucu, yazarın bileşenlerine dahil ettiği motivasyon, biliş ve beceri unsurlarına dayanan bir tanımdı; Bir kişinin kültürlerarası iletişim düzeyini davranış, bilgi/anlama ve yetenek gibi kriterlerin belirlediği sonucuna varmıştır Diardorf'un yaklaşımının ilk aşamasında, gerekli yaklaşımlardan bazılarının ayrı ayrı ele alınması gerekmektedir. Bunlar: saygı (diğer kültürlere saygı), açıklık (kültürler arası öğrenmeye açıklık, diğer kültürlerden insanlarla net iletişim), merak ve

keşif (belirsizlik ve belirsizliğe tolerans). Bir sonraki adım, dinleyerek, gözlemleyerek, yorumlayarak, analiz ederek, yargılayarak ve bağlantı kurarak bilgi ve anlayış kazanmaya çalışmaktır. Bu boyutta kültürel öz-farkındalığa, derin anlayışa, kültürel bilgiye (diğer insanların dünya görüşlerinin ve kültürel etkilerinin rolünü anlama), özel kültürel bilgiye ve sosyo-dilsel farkındalığa ihtiyacımız vardır. Sonuç olarak, uyum sağlama (farklı iletişim ve davranış tarzlarına; yeni kültürel çevreye uyum), esneklik (uygun iletişim ve davranış tarzlarının seçimi ve kullanımı), etnik kökene ilişkin göreceli görüşler ve şefkat gibi içsel yeteneklere sahip olduğumuz söylenebilir. İkinci aşamada, uyum süreci, kültürlerarası durumlarda etkili ve uygun davranış ve iletişim gibi dış sonuçlardan geçmektedir (Yıldırım, 2011).

2.2.2. Belirsizliğin/Tedirginliğin Azaltılması ve Yaşam Doyumu

Kültürlerarası etkileşim süreçlerinde öngörülemeyen durumlarla, tedirginlikle, başa çıkabilmeyi öğrenmeleri gerekmektedir. Bu öğrenim mutluluk düzeyine ulaşılması ve yaşamdan tatmin olunması hususlarında önem arz etmektedir. İnsanların maddi ve manevi yönden hayatlarından duyacakları memnuniyet “Yaşam doyumu” olarak tanımlanabilir (Şeker ve Akman, 2015). Bu kavram bazen "mutluluk" kavramıyla ilişkilendirilmeye çalışılır. Sheen ve Johnson, bireylerin “kaynaklara erişimleri, ihtiyaçlarını ve arzularını karşılamaları; Kendini ifade edebilmenin, kendini başkalarıyla ve geçmişle karşılaştırabilmenin kişinin mutluluğu hakkında bilgi verebileceğine inanmaktadır. Yine cinsiyet, yaş, gelir gibi kişisel özelliklerin mutluluğu etkilediğine inanmaktadır ancak bunlar ikincil unsurlardır ve yukarıda belirtilen dört unsur tarafından şekillendirilmektedir. Sosyal bilimlerdeki “mutluluk” tanımını yetersiz bulan bu iki sosyolog, bireyin mutluluk düzeyinin onun ihtiyaçlarına, kaynaklarına, kültürüne ve çevresine bağlı olduğunu savunmaktadır. Bireyler yeni bir kültürle tanıştıklarında genellikle birbirlerini “yerli” olarak görmezler ve temkinli davranırlar. Kültürler arasındaki farklılıklar nedeniyle birbirlerine karşı tutumlar belirsizdir ve yanlış anlaşılmalara açıktır. Kültürel iletişim sürecinde yaşam doyumunu artırmak ve mutluluk yaratmak için belirsizliği azaltmak, kaygıyı kontrol etmek/azaltmak, stresle başa çıkmak gerekir. Stereotipler, uygun iletişim, ağ oluşturma, gruplar arası tutumlar, kültürel özgünlük, kültürel benzerlik, ikinci dil becerileri ve alıcının kültürel bilgisi ile yakından ilişkili olabilir. Belirsizliği azaltmak, belirsizliği azaltmak için uygun stratejiler, şefkat

ve arkadaşlıklar kullanmayı içerir; Kaygının azaltılması, dışarıdakilerin motivasyonu, bu insanların psikolojik izolasyonu, alıcıların bu insanlara karşı tutumları ve alıcı kültürün dışarıdakilere karşı politikaları ile ilgilidir (Gökçel, 2012).

Yeni bir kültür içerisindeki bilinmeyenler gerilim oluşturabilmekte ve uyum süreci içerisinde yaşam doyumunu belirleme etkisine sahip olabilmektedir. Bireyler demografik ve psiko-sosyal koşulların, beraberinde getirebileceği durumları kontrol altında tutabilmeyi başarıyorsa yaşam doyumunda artış meydana gelebilecektir. Sonuç olarak hâkimiyetin yüksek oranda olması yaşam doyumunun da yükselmesini beraberinde getirecektir (Şan, M.K, 2005).

2.2.3. Kültür Şoku

Belirsiz, değişkenlik gösteren durumlar, sosyal ve kültürel farklılıklar bireylerin var olan kültürlerinden koparak yeni bir var oluşun içerisine düşmelerine sebebiyet verdiği için kültür şokları yaşanabilmektedir. Bu durum yeniliğin karşısında çözüm üretmemeyi, öfke ve birçok duygu karmaşasını içerisinde bulundurmaktadır (Adler, 1975).

Göçmen bir ülkeye ilk adımlarını attıktan sonra duygusal bir alana giren bireyler kendilerini uzaylı gibi hissedebilirler. Karşılaştıkları yeni kültür ile bireysellikleri arasındaki büyük fark, kültürel şok dediğimiz şeyi fark etmelerine yol açmaktadır. Kültür şoku süreci ve durumu, kişisel özellikler ve yeni kültür arasındaki uyumu belirleyebilmektedir. Kültürlerarası uyumun sağlanmasında yaşanan şoklar, coğrafya hareketlerinin olumsuz etkisi olarak görülmektedir. Bireyler girdikleri yeni toplumda yaşadıkları zihinsel ve duygusal stres nedeniyle stres yaşayabilirler. Bu psikolojik ve fiziksel süreç, bir kişinin neyi sevdiği konusunda belirsizliğe yol açabilir. Sonuç olarak stres yaşanması ve bunun zamanla artması bireylerde yalnızlığa, farklı duyguların hissedilmesine ve hareketsizliğe yöneltebilecektir.

Vatanını terk edip başka bir ülkeye göç eden hemen hemen tüm insanlar kültürel şok yaşamaktadır. Başlarına gelen bu yeni kültür, onları beklenmedik şekilde tatsız, beklenmedik yeni duygulara sürükleyebilir. Ziyaretçiler veya göçmenler, alıcının ve etkileşimde bulundukları kişilerin davranışlarını anlamaya başlayana kadar, kendilerini rahatsız, tereddütlü ve bazen kızgın ve duygusuz hissedebilir. Göçler

esnasında kültürlerin sahip olduğu değerler çatışmalar meydana getirebilir ve anlaşmazlıklara sebep olabilir. Bu sonuçlar ile kültür şoku ve krizler meydana gelebilmektedir (Yıldırım A, 2011).

2.2.4. Kültürel Bariyer

Kültürel bariyer, kültürel olarak bulunan farklılıkların kabul edilmemesi ve yeni kültüre yönelik olumsuz tutum sergilenmesi olarak tanımlanabilmektedir. Birbirinden farklı kültürlerin yan yana gelmesiyle birlikte meydana gelebilecek çatışmaların sebepleri arasında “ön yargılar, algısal farklılıklar, yanlış anlamalar, olumsuz stereotipler, kültürel şok, benmerkezci yaklaşımlar, şovenizm ve negatif manada milliyetçilik” sıralanabilir. Kültürel engeller, bireyin yabancı bir kültüre tepkisini olumsuz etkileyebilmektedir. Örneğin, kültürü onaylamamasına, ondan uzaklaşmasına ve onu olumsuz olarak yargılamasına yol açar. İki kültür arasındaki farklılıklar kültürel engeller oluşturmada önemlidir. Bu iki kültür birbirine ne kadar benzemezse, bireyin tutumları o kadar yabancılaşabilir ve kültürel yapıdan uzaklaşma olasılıkları o kadar artabilir. Aslında iki kültür arasındaki farklılıklar, insanların yeni bir kültüre yönelik olumsuz tutumlarını da belirleyebilir. Kültürel engeller bize iki kültür arasındaki farklılıklar hakkında bir fikir verse de göçmenlerin yeni kültüre tepkileri geldikleri ülkenin kültürünü tam olarak yansıtmamaktadır. Başka bir deyişle, ev sahibi ülkenin tepkilerine göre nesnel kültürünü belirlemek zor olacaktır. Çünkü psikolojik nedenler bazen kültürü aşmakta ve insanların geldikleri kültüre farklı tepkiler vermelerine neden olmaktadır (Yıldırım A, 2011).

Ayrıca, kültürel engellerin kültürel mesafe ile doğrudan ilişkili olduğu söylemine de karşı çıkmaktadırlar. Örneğin, göçmenin ve ikamet ettiği ülkenin halkının ortak kimliği ve kültürel unsurları uyum yerine çatışma yaratabilir. Ayrıca, tutarsızlıklar ve engeller yalnızca alıcı kültürler ve göçmenler arasındaki çatışmalardan kaynaklanmaz, aynı zamanda doğaları gereği yaygındır; Bu eski göçmenler ve benzeri yeni göçmenlerle ilgili olabilir. Göçmenler bir ülkeye vardıklarında, daha önce aynı etnik gruba, dine veya dile göç etmiş insanlara yardım etmeye gelebilirler.

2.2.5. Kültürel Uzaklık/Yakınlık

Kültürler arasındaki yakınlık ve uzaklık derecesi etkileşimi belirleyen hususlar içerisinde yer almaktadır. Farklı kültürel özelliklere sahip toplumlar veya toplum içerisindeki birimler arasında benzer sonuçlar meydana gelebilmektedir. Kültürel olarak çatışmaları; yakınlık ise bütünleşmeyi sağlayabilme ihtimali oluşturmaktadır. Bu anlamda kültürel mekân uyumu ve yaşam doyumunu azaltan bir faktördür. İki kültür arasındaki farklılıklar arttıkça insanların strese girme olasılıkları artmakta ve uyum süreçleri uzamaktadır (Sümer vd., 2008).

Kültürel mesafe/yakınlık hem ulus ötesi göçü hemde sosyal alt bölümlerin uyum ve etkileşim düzeyini de etkileyebilir. Örneğin, aynı etnik yapıya sahip mahallelerde yaşayan insanlar, daha karmaşık kültürel geçmişe sahip olanlara göre uyum sağlama olasılıkları daha yüksek olabilir. Kültürel benzerlikler ve farklılıklardan bağımsız olarak, kültürle etkileşime giren çoğu insanın olumludan çok olumsuz, faydalıdan çok zararlı ve yapıcı olmaktan çok zararlı bir durum yaşama olasılığı daha yüksektir (Adler, 1975). Başka bir deyişle, herhangi bir kültürel aidiyetten bağımsız olarak, bir insanın farklı kültürlerin kesişme noktasında zorluklarla karşılaşması kaçınılmaz görünmektedir. Bununla birlikte, kültürler arasındaki büyüyen uçurum bu zorlukları daha da şiddetlendirmektedir. Mesafe arttıkça felaketler artabilir ve farklı insanlar sosyal bütünleşmeyi korumak ve sosyal parçalanmayı önlemek için birleşebilir.

2.2.6. Irkçılık, Ayrımcılık, Önyargı

Beşeri bilimlerde ırkçılık, ayrımcılık ve ön yargı kavramları eşanlamlı olarak birbirinin yerine kullanılmaktadır. Karmaşıklığın giderilmesi ve kelimelerin kullanım alanlarının belirtilmesi gerekmektedir. Etnik grup (ulusal köken): “Kendilerini ait oldukları diğer sosyal yapılardan ayıran ortak özelliklere sahip olduklarını düşünen ve belirli kültürel davranışları yansıtan kişileri tanımlamak için kullanılan bir terimdir. Kabile veya soy anlamına gelen Yunanca kelimedenden türetilen etnik bir grup anlamını ifade etmektedir. "İrk" kavramında vurgulanan biyolojik veya genetik benzerliklerin yanı sıra kültürel unsurların benzerliğine de dikkat edilir. Ancak “derinin anlamı göz ardı edilmemekte, değiştirilmiş yaşam tarzı, gelenekler, dinler ve toplumda üretilen diller gibi kültürel unsurları içermektedir. Toplumun var olan kültürünü doğru bir

şekilde bulabilmek ve diğer kültürleri kültürel benzerlikleri açısından değerlendirebilmektir (Kirman, 2011).

İrk, cilt, renk, kafa yapısı, göz rengi, doku, burun gibi fiziksel görünüm bakımından diğerlerinden farklı olan bir gruptur. Sosyoloji ve antropolojide, ırk ayrımcılığı yapma ve yayınlama eğilimine benzediği için artık kullanılmamaktadır. Bununla birlikte, dört genel ırk kategorisi Kafkas, Moğol, Siyah (bir başka edebiyat türü, Zenci) ve Avustralya'dır. İrk ayrımcılığı, “yalnızca sosyal düzeyde ayrımcılığa uğrayan belirli bir insan grubunun fiziksel ve diğer özellikleri nedeniyle bir gruba eşit olmayan muamele” anlamına gelmektedir. Ayrımcılıkla ilgili özelliklere karşı ırk ayrımcılığını teşvik etmek olumsuz sosyal, psikolojik ve fiziksel özellikleri olan bir inanç sistemidir. Fiziksel farklılıklardan dolayı herhangi bir azınlığı etiketlemek, bireylerin ait oldukları kültürel değerlerden ve yaşam tarzından vazgeçmesine ve farklı toplumsal değerlere göre zorunlu olarak yaşamasına mecbur kılmak ırkçılık kapsamında sayılmaktadır.

Deniz ve Zengin tarafından 2018 yılında araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, basında yer alan ırkçılık, İslam karşıtlığı, düşük sınıf topluluk olarak görme gibi düşüncelerin turizm faaliyetlerini ne şekilde etkilediği; bu gibi yayınların turistlerin karar verme yönelimlerine etkileri ve turizm gelirlerine yansımaları ilgili kurumlar çerçevesindeki istatistik verileri ile açıklanmıştır. Araştırma sonucunda Avrupa ülkelerindeki ırkçı ve yabancı düşmanlığı içeren haberlerden ve siyasi açıklamalardan kaynaklı Avrupa'dan Türkiye'ye seyahat etmek isteyen vatandaşların olumsuz yönde etkilendiği tespit edilmiştir. Bu sebeplerden kaynaklı ciddi oranlarda turistlerin seyahat tercihlerinde değişiklikler yaşadığı ve bu durumun da turizm gelirlerinde kayıplara sebebiyet verdiği ifade edilmiştir

2.3. GÜVENLİK ve TURİZM SEKTÖRÜ İLİŞKİSİ

Emniyet ve güvenlik kavramları genellikle turizmin ön koşullarından birisidir. Ancak turizmde güvenlik konularının son yıllarda daha önemli hale geldiği yadsınamaz. Beklenmedik olumsuz ve tehlikeli durumların sonuçları turizmdeki güvenliğin önemini göstermektedir. Salgın hastalıklar, doğal afetler, terör saldırıları gibi beklenmedik olaylar ciddi oranda turizm faaliyetlerine yön vermektedir. Son yıllarda yaşanan salgın

hastalıklar ise turizm dâhil tüm alanları etkilemiş ve dengelerde farklılıklar oluşturmuştur.

Mansfeld ve Pizam (2006), ülke içerisindeki güvenliği tehdit eden tüm olay ve durumların sadece destinasyonları değil; tehdidin bulunduğu ülkenin vatandaşları, turistler ve turizm paydaşlarının da olumsuz olarak bu süreçten etkilendiğini belirtmektedir. Bunların yanı sıra güvenliğin sağlanmadığı alanların çevresindeki bölgelerin ve hatta turizm sisteminin ciddi olarak etkileneceğini savunmaktadır.

Örneğin, son yıllarda geçmişte yaşanan körfez krizi dolayısıyla bu ülkedeki turizm faaliyetleri etkilenmiş ve Türkiye'yi de seyahat destinasyonları arasında tehlikeli bir konuma getirmiştir.

Son zamanlarda dünya genelinde yaşanan olumsuz durumlardan dolayı turistlerin güvenlik konusuna gösterdiği özen artmış durumdadır. Turistler yaralanma ve ölüm gibi durumlarla karşılaşmamak ve beklentinin karşılanması için güvenlik tehdidi oluşturabilecek durumları seyahat kavramı içerisinde daha fazla önemsenmektedir (Fuchs ve Reichel, 2004; Sönmez ve Graefe, 1998b). Aslında, turistlerin evlerini terk etmelerini ve tanıdık olmayan bir çevrede kalmalarını gerektirdiğinden, turizm doğal olarak korku ve diğer çeşitli tehditlerle ilişkilendirilebilir (WTO, 1997).

Güvenlik kaygısı turistlerin sahip olduğu önemli bir endişe türü olarak sayılmaktadır. Turizm endüstrisi siyasi, etnik köken veya farklı problemlerin yanı sıra bölgedeki gerginliklerden hızlıca etkilenebilmektedir. Beklenmeyen olaylar seyahat planlamalarının değiştirmesinde önemli bir etkiye sahiptir. Bu durumların yanı sıra turistler doğal afetlerde veya planlanmış saldırılarda hedef olarak seçilebilir ve doğrudan etkilenebilirler. Bu nedenle turistler, kendi maliyet-fayda analizlerine dayanarak daha az pahalı ve daha az tehlikeli buldukları, ihtiyaç ve beklentilerini karşılayabilecek destinasyonları seçmektedir (Reisinger ve Mavondo, 2005; Sönmez ve Graefe, 1998). İş seyahati amacıyla gelen turistlerin aksine, eğlence ve dinlenme arayan turistler daha fazla özgürlüğe sahip olma eğilimindedir ve bu da destinasyondaki güvensizlik nedeniyle tatillerinin kesintiye uğrama olasılığını artırmaktadır (Sönmez ve Graefe, 1998).

Lepp ve Gibson (2003), Rohl ve Fesenmeier (1992), uluslararası pazarlamada bir destinasyonun rekabet gücünün, mekânın imajını geliştirmek, özellikle ziyaretçilerin korku ve endişelerini azaltmak ve böylece kendilerini güvende hissetmeleri ile yakından

ilişkili olduğunu belirtmişlerdir. Sönmez ve Graefe (1998a), Park ve Reisinger (2010), bu güveni hissetmek için potansiyel turistlere riskler ve gerçek durumlar hakkında daha doğru bilgiler verilmesi gerektiğini vurgulamıştır.

Emniyet ve güvenlik, yeni binyılda turizm endüstrisinin beş küresel itici gücünden biri olarak kabul edilmektedir (Chiang, 2000). Turizm sektöründeki en mühim hususlardan birisi güvenliğin oluşturulabilmesidir. Güvenlik ihtiyacı günlük faaliyet alanlarının dışında sosyal, özel, kamusal ve tatil alanlarında da önem teşkil etmektedir.

Turistik destinasyonların başarı durumu güvenliğin sağlanabilme düzeyine bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Ziyaretçileri hedef alan suçlar halka açık olarak işlenmesinden dolayı turist oranlarında ciddi düşüslere neden olabilmektedir. Ryan (1993) suç oranlarının ve durumlarının turizm faaliyetlerini önemli derecede etkileyebileceğini ve engelleyebileceğini ifade etmiştir.

1950'li yılların başından itibaren kitle turizminin yükselişi ile seyahat ve turizmde güvenlik ön plana çıkmıştır. Bu süreç kısaca aşağıda belirtilmektedir (Kovari ve Zimyani, 2011);

Tablo 2.1: Turizmde Değişen Güvenlik Kavramı

Dönem	Ana karakter	Özellikler, nitelikler
Kitle turizmi (1. dönem 1950-1970)	Turizmdeki temel sorun olarak güvenlik	-Turizm güvenliği bir veya iki boyutludur. Güvenlik konularının yalnızca birkaç unsuruna (kamu güvenliği, sağlık, yol güvenliği vb.) - Güvenlik açısından birkaç faktör önemliydi (örneğin sağlık ve hijyen konuları: 1. içme suyu, 2. aşı gereklilikleri, 3. tuvalet temizliği). - Güvenlik sorunları tüm bölgeyi değil, bir şehrin veya ülkenin imajını etkiler. -Seyahatteki riskler ve problemler uluslararası seviyeye yükseltilememiştir (uluslararası taşımacılık kuralları hariç) - Güvenlik sorunlarının çözümü esas olarak ulusal makamların kararlarına bağlıdır.
Kitle turizmi (2. dönem 1970-1990)	Turizmde güvenlik algısına dair konulara basitleştirilmiş yaklaşım	- Ek risk faktörleri, seyahat ve turizm ile ilişkilidir (uçak kaçıрма, sosyal mücadele aracı olarak terörist saldırılar). - Güvenlik tehditleri dünyanın bazı bölgelerinde (Orta Doğu, Bask Ülkesi vb.) bölgesel düzeye ulaşmaktadır. - Daha geniş uluslararası güvenlik iş birliğinin başlangıcı. - Emniyetle ilgili teknik gelişmeler; Hava Taşımacılığı - UNWTO, turist güvenliği konularına dikkat eder (Lahey Turizm Bildirgesi, 1989) -Kısmi çözümler oluşturulur. (Örneğin, El Al İsrail Havayolları davası)
Küresel turizme geçiş (3. dönem 1990-)	Turizmde güvenlik algısının karmaşık dönemi	- Küreselleşme, ulusal/bölgesel ekonomi, toplum ve kültür sonucunda; iletişim (İnternet), seyahat (turizm), birbirleriyle etkileşimlerini kolaylaştıran mal ve hizmet ticareti, turizmde güvenlik açısından (kişisel verilerin güvenliği, çevre güvenliği, doğal afetler, pandemiler vb.) yeni sorunlar yaratmaktadır. - Seyahat güvenliği, görmezden gelemeyeceğimiz küresel bir sorun haline gelmektedir. - Güvensizlikten etkilenen yer ve turist sayısı artmaktadır - Güvensizlik, bölgesel ve hatta küresel düzeyde turist akışlarında durgunluğa veya düşüşe neden olur (9/11). - Seyahat ve turizmde güvenlik kavramındaki temel değişiklikler, ortak eylem ihtiyacının anlaşılması.-

Kaynak: Kovari ve Zimanyi 2011.

Turistlerin maddi, manevi, fiziksel olarak korunması; psikolojik olarak bulundukları alanda endişe veya korku yaşamaması; seyahat ettikleri bölgede huzurlu zaman geçirmesi; sağlık problemi yaşamadan seyahatini sonlandırabilmesi turist güvenliğinin sağlandığını gösterecek önemli ölçütler olarak görülebilmektedir.

Yapılan araştırmalar turistlerin; güvenlik, rahat ve konforlu konaklama, hizmetin özel hissettirmesi, hizmet sektörü çalışanlarının hijyenik olarak düzgün ve temiz olması hususlarının değerlendirme aşamasında önemli bir yere sahip olduğu vurgulanmaktadır (Çalışkan, 2009).

Turist güvenliğinin sağlanması, memnuniyetin artması hususunda önemli bir unsur olarak görülmektedir. Bireyler seyahat edecekleri bölgelere karar verme aşamasında bu unsuru göz önünde bulundurabilmekte, konaklama alanlarında da güvenlik ve sağlık açısından herhangi bir problem olmadığını bilmek ve görmek istemektedir. Tesislerdeki turist güvenliği ve sağlığı turistlerin memnuniyet durumunu arttıran önemli ve tercihlerinde belirleyici bir etken olduğu görülmektedir. Tesis yöneticileri, turistik destinasyonların farklı yerleri keşfetme ve yeni mekânları görmeyi amaçladığını fakat turistlerin “ülkenin ve tesisin güvenlik açısından yeterli olduğunu bilmelerinden dolayı tekrar geldiğini belirtmektedir (Tütüncü, 2014).

Turistik seyahatlerde, turistlerin konaklama alanının güvenliği ve hizmet kalitesi gibi temel konular yeterli olmasa bile memnuniyet açısından yetersiz kalabilmektedir. Çünkü turistler ziyaret edilen bölgenin kültürel, tarihsel, doğal, mimari yönlerini keşfetmek istemekte ve yerel halkın yaşam biçimini merak etmektedir. Konaklama alanındaki imkânların eğlence mekânları, alışveriş merkezleri, tarihi alanları, kültürel yerlerinde de yeterli olmasını istemektedirler. Bu durum turistlerin kendilerini bölgedeki her anda ve her yerde “güvenli, huzurlu hissetme duygusu ile hareket edebilme” isteklerini göstermektedir.

Turistler alışılmış ve bilinen yaşam alanlarından uzaklaşarak farklı ve bilinmeyen alana geçmiş olmanın oluşturduğu psikolojik belirsizlik sebebiyle seyahat süreci içerisinde maruz kaldıkları herhangi bir olumsuz durum karşısında kolayca karamsarlık yaşayabilmektedir (Koyunoğlu, 2003).

Güvenlik geniş bir kavram olmakla beraber, mekânsal olarak da farklılık gösterebilmektedir. Turistler seyahat sürecinin başlangıcından bitişine kadar güvenliğe önem verebilmektedirler. Sınır kapıları, havaalanları, konaklama alanları, seyahat alanları, turistik mekânlar, alışveriş alanları da güvenlik hususunda yeterli düzeyde olması gerekmektedir. Turizm sektörü açısından önem arz eden güvenlik alanları aşağıda verilmiştir:

2.3.1. Havaalanında ve Sınır Kapılarında Güvenlik

Temel ulaşım sistemleri olan karayolu, demiryolu, denizyolu ve havayolu ulaşımının önemi artmaktadır. Havayolu ulaşımının diğer ulaşım türlerine göre önemli avantajlar barındırmaktadır (Bakırcı, 2012).

Ulaşım olanaklarının gelişmesi ile havayolu taşımacılığına olan talep de yadsınamaz bir şekilde arttırmıştır. Öte yandan, havayolu şirketlerinin rekabetleri sonucunda hava ulaşımının ucuzlaması bireylerin ulaşım tercihlerini hava ulaşımından yana kullanmasını hızlandırmıştır (Bayhan, 2014).

Turizm faaliyetine katılacak kişiler havayolu sayesinde uzak yerlere gidebilme şansı yakalamışlardır. Uzak mesafeler için harcanan zaman ve maliyet de azalmıştır. Havayolu ulaşımının erişilebilirlik ve bağlantı olanakları sağlaması ise ulaşım olanakları içerisinde havayolu ulaşımını ön plana çıkartmıştır (Pehlivan, 2010).

Bunun sonucu olarak Türkiye’de 2018 yılı verilerine göre 30.069.776 kişi havayolu ulaşımını tercih etmiştir. Aynı yıl içerisinde karayolu ile seyahat eden yolcu sayısı 8.414.461, denizyolu 988.700 ve tren 15.464 olmuştur (<http://www.kultur.gov.tr>; Güngör, 2019). Bu veriler de göstermektedir ki uçakla seyahat turistler açısından vazgeçilmez olmuş ve ilk sırada yerini almıştır.

Havayolu taşımacılığı içerisinde güvenlik birimlerinin görevleri kritik öneme sahiptir. Havaalanı yerleşkelerinde iç-dış alan güvenliklerinin oluşturulması seyahat şirketleri ve hususi seyahatler için son derece önemlidir. Havaalanlarına ya da çevresine düzenlenecek herhangi bir güvenlik tehdidi turistlerin destinasyona karşı olumsuz bir izlenime sahip olmalarına neden olacağı bir gerçektir. Bu nedenle havaalanlarındaki güvenlik unsurları turizm açısından son derece önemlidir. Havayolu ile yapılan seyahatlerin yanı sıra karayolu, denizyolu ve demiryolu sınırları için de güvenlik turistler için önemli bir etken olmaktadır (Bayhan, 2014).

Sınır kapılarında ülkeye giriş çıkış esnasında farklı prosedürler yürütülebilmektedir. Bu alanlarda bulunan güvenlik birimleri, turistlerin havaalanlarındaki güvenliğini de sağlamakla yükümlüdürler. Havaalanlarında sürekli bir hava dolaşımı olması dolayısıyla havaalanına veya havayolu taşıtlarına yönelik saldırılara açık görülebilmekte ve yıkıcı sonuçlar ile karşılaşılabilir. Bu sebeplerle havaalanlarında “fiziki güvenlik” yüksek düzeyde önemli bir etken olarak görülmektedir. Havaalanı güvenlik önlemlerinin minimum uluslararası düzeyde olması ve diğer ulaşım araçları ve yollarıyla uyum sağlaması gerekmektedir (Kubilay, 2006). Ülkemizdeki sınırların güvenliği konusu son zamanlarda ulusal ve uluslararası gündem içerisinde önemli konular arasında bulunmaktadır.

Türkiye sınırlarındaki tehditler “Cumhuriyet tarihi boyunca” değişkenlik göstermektedir. Fakat sınırlara yönelik bu tehditler sınır güvenliğinin sağlanmasına dair siyasi düşüncede ve güvenlik sisteminde ciddi bir değişime de sebebiyet vermiştir (Tekin, 2014).

Türkiye’nin sınırlarının güvenliğinde Türk Silahlı Kuvvetleri (TSK) uzun bir süre boyunca önemli bir rol oynamıştır. Bu durumun sebebi 1980’li yıllarında ilk yarısında “Kürt sorunu” mevzusu ile artış görülen terörist geçişlerinin engellenmesi hususunun önemli olduğunu vurgulamasıdır. Bunun yanı sıra sınır güvenliğini tehdit eden durumun sadece terör saldırıları olmadığı ve genellikle Suriye, İran ve Irak menşeli olan yasa dışı malların da getirilmeye çalışıldığı görülmüştür. Devletlerin kontrolü olmadan yapılan kanunlara uygunsuz şekilde gerçekleştirilen ülkeye giriş ve çıkışlar, sınır güvenliğinin geniş ve detaylı şekilde oluşturulmasını mecburi hale getirmiştir. Böylelikle güvenliğin oluşturulması için güvenlik kurumlarındaki çeşitlilik zorunlu olarak arttırılmıştır (Tekin,2014).

2.3.2. Yol Güvenliği

Turizm ve ulaşım arasında bir bağ bulunmaktadır. Turizm, ulaşım sistemleri sayesinde artmış; ulaşım ise turizm sayesinde gelişim sağlamıştır. Turizm amacıyla kullanılan ulaşım araçları turistlerin seyahat bölgelerine daha hızlı, güvenli ve sistemli bir şekilde ulaşmasını sağlayan önemli bir hizmet olmuştur.

UNWTO 2018 verilerine göre “uluslararası turizm hareketlerini katılan kişi sayısı” 1,4 milyardır. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılan araştırmada ise havayolu ulaşımı %76, karayolu ulaşımı %21, denizyolu ulaşımı %2,96 ve demiryolu ulaşımı %0,04 oranında tercih edilmektedir. Ulaşımı zor olan ama turistik açıdan yüksek bir talebe sahip olan bölgelerde de ulaşım imkânlarının gelişmesi ile turizm sektöründe payını alabilmektedir.

Ulaşım hizmetlerinin güvenli olması, bölgenin turizmde güvenli olduğunu gösteren önemli bir unsur olarak ele alınabilmektedir. Seyahat bölgesinde sıklıkla kazaların yaşanması, seyahat edecek olan insanların “ulaşım güvenliği olmayan bölge” algısını oluşturabilmektedir. Aynı zamanda seyahat esnasında oluşabilecek ulaşım

problemleri seyahat bölgesi tercihlerini etkilemekte ve bu durumdan kaynaklı olumsuz düşünceler oluşmasına sebebiyet verebilmektedir (Tekin, 2014).

2.3.3. Otellerde Güvenlik

Otellerde güvenlik kavramı konaklayanların mal güvenliği, can güvenliği ve sağlık güvenliği ile mülkiyetlerinin korunması biçiminde de açıklanabilmektedir (Gümüş, 2018). Turistlerin en önemli ihtiyacı otellerdeki güvenlik imkânlarıdır. Müşteriler, seyahatlerini gerçekleştirdikleri ortamlarda kendilerini “güvende” hissetmek ve güvenlik korkusu olmadan konaklamayı istemektedirler. Tüketiciler, hizmet kalitesinden memnun olsa dahi bulundukları alanda herhangi bir tehdit veya güvenlik kaygısı algılaması durumunda ortaya çıkan olumsuz algıyı değiştirmek çok da kolay değildir. Bu nedenle konaklama alanının güvenliği, otel hizmetlerinin kaliteli olması açısından dikkat edilmesi gereken konu olabilmektedir.

Otellerdeki müşteri memnuniyeti, bireyin bulunduğu alandaki bütün ihtiyaçlarını karşılayabilen işletmeler olarak düşünülmektedir. Müşteri tatmini konaklama isteği ile başlamakta ve otelden ayrıldığı ana kadar tüm süreci kapsayan olaylar zincirine bağlı olmaktadır.

Otel işletmecileri, güvenliğin önem arz etmesinden dolayı otel inşa alanının seçiminde dikkatli davranmak zorundadır. Otelin güvenlik açısından olumsuzluk oluşturabilecek konumda bulunması farklı sorunlara yol açabilecektir. Otel dışı sorun olarak görülmesine rağmen güvenlik açısından problem yaratabilecek otel konumları “güvenlik kaygısı” düzeyinde etkin bir sebep oluşturmaktadır.

Otel içerisinde kontrol edilemeyen sorunlar içerisinde yer alan yangın, kaza, hırsızlık ve ölüm gibi güvenliği tehdit eden durumlar olabilmektedir. Bu güvenlik problemlerini kontrol etme ve çözümleme hususunda çalışan güvenlik birimlerinin asıl amacı ise müşterilerin otel alanı içerisinde tüm sorunlardan uzak ve rahat şekilde hareket edebilmelerini sağlamaktır. Bu hususta önemli bir etkiye sahip olan karşılama personellerinin de turistlerin kendilerini güvenli ortamda hissetmeleri için doğru eğitime tâbi tutulması gerekmektedir (Gümüş, 2018).

2.3.4. Sokakta Güvenlik

Kamu düzeni hususundaki problemlerin olmaması, asayiş alanındaki düzenin sağlanması ülkeler için önem arz etmektedir. Tatil veya seyahat amacıyla ülkelere ziyaret gerçekleştiren bireyler, daha önceden bulunacağı ülkenin yaşayış sistemini yakından bilinmemesi ve tanımamasından dolayı farklı tedirginliklere sahip olabilmektedir. Belirtilen sebepler dâhilinde ülkeler içerisindeki asayiş güvenliğinin sağlanamaması problemi, turistlerin seyahat bölgesi seçiminde olumsuz bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Bölgede yaşanan taciz, tecavüz, kapkaç veya şiddet olayları seyahat etmekte olan turistlerin güvenlik düşüncesine doğrudan etki göstermektedir. Sosyal medya ve basın aracılığıyla çok geniş kitlelere yayılan ilgili haberler ise turistlerin yüksek oranda tercihlerinin değişmesine ve seyahat tercihlerinin bu güvenlik problemlerinin yaşanmadığı ülkelere destinasyonun lehine gerçekleşmesine sebebiyet verebilmektedir. Önemli bir konu olan sokaklardaki güvenlik ve asayiş emniyeti ülke turizm politikasında özen gösterilmesi ve dikkat edilmesi gereken bir husus olarak var sayılmaktadır (Bayhan, 2014).

Turizm etkinliklerinin gerçekleştiği yerler kentler ile sınırlı kalmamakta; ilçeler, beldeler, köyler, sokaklar ve diğer yerlerde de düzenlenmektedir. Özellikle macera ve dağcılık faaliyetleri, insan yerleşimlerinin az olduğu hatta olmadığı yerlerde tercih edilmektedir.

Köy ve belde gibi nüfus sayısının ve yerleşimin az olduğu bölgelerde güvenlik sorumluluğu polislerin dışında, jandarma kuvvetlerinin koruması altında yürütülmektedir. Jandarma veya farklı güvenlik kuvvetlerinin yürüttüğü emniyet sorumluluğuna ait politikaların, turizm hedeflerine hizmet edecek ve katkı sağlayacak şekilde düzenlenmesi gerekmektedir. Turizm ve turist güvenliğinin sağlanması için kontrollü şekilde uygulamaların düzenlenmesi ve güvenlik politikalarının dikkatli şekilde düzenlenmesi önemli bir etken haline gelmektedir (Bayhan, 2014).

Ziyaret bölgeleri doğal, tarihi, modern yapıya sahip olmasına rağmen ziyaretçi sayıları düşük olabilmektedir. Bunun sebebi ise insanların kendilerini güvende hissetmemesi gösterilmektedir. Ülkemizde de bu gibi durumların yaşandığı bölgeler olabilmektedir. Türkiye'nin bazı şehirlerinde güvenlik problemi hala yaşanabilmektedir.

Bu problemler arasında turistlere saldırılması, turistlerin taciz edilmesi veya soygunun gerçekleşmesi gösterilmektedir.

Ülkeler içerisindeki siyasi karışıklıklar, sokaklarda yaşanan çatışmalar, terör problemlerinin devam etmesi seyahat kararının verilmesi aşamasında olumsuz olarak etki göstermektedir. Bunların yanı sıra seyahat edilecek ülkeye komşu olan ülkelerdeki güvenlik problemleri dahi seyahat ülkesinin turizm potansiyelini dolaylı olarak etkileyebilmektedir (İçellioğlu, 2014).

Şehirlerdeki turizm güvenliğinin sağlanması için Türkiye’de Emniyet Genel Müdürlüğü “turizm uygulaması” gerçekleştirmektedir. Emniyet Genel Müdürlüğü turistlerin seyahatlerini güvenli ve huzurlu gerçekleştirebilmesi için çalışmalar yürüttüğünü belirtmektedir. Turistik faaliyetlerin yürütüldüğü kentlerin limanlarında, marinalarında, tekne turlarında, havaalanlarında, otobüs terminallerinde, demiryollarında, cadde ve sokaklarında, alışveriş alanlarında, eğlence mekânlarında, dinlenme tesislerinde “turizm uygulaması” yürütmektedir. Bu uygulama ile suç işleme amacı taşıyan kişilerin caydırılması, aranan şahısların ise yakalanması için sistematik çalışmalar gerçekleştirmektedir..

2.4. TURİZM’DE TURİST VE EV SAHİBİ TOPLUM İLİŞKİSİ

Turist ve yerel halk arasındaki ilişkiler, iki grup arasındaki etkileşim şekillerini ifade etmektedir. Turistler ziyaret edilen yerde en az 24 saat kalan kişileri tanımlamak için kullanılmaktadır. Yerel halk ise turizm bölgesinde yaşayan ve ziyaretçilere hizmet sunan kişiler için kullanılan tanımlamadır. Bu tanımlamalardan da anlaşılacağı üzere yerel halk ve turistlerin aynı alanı kullanmasından dolayı ortaya bir iletişim çıkmaktadır.

İki taraf arasındaki ilişkiler karşılıklı davranışları doğrudan etkileyebilmektedir. Turizmin sosyal ve kültürel olarak etkilerinin oluşturulmasında bu durum önem arz etmektedir. Etkileşim sonucundaki yansımalar özellikle yerel halk üzerinde gözlemlenebilir değişiklikleri ortaya çıkarabilmektedir. Yerel halkın turistlere yönelik davranış ve tutumları da seyahat oranlarının artmasında etki sağlayabilmektedir (Öztürk ve Yıldırım, 2018).

Yerel halk ve turistler arasındaki iletişim, turizm çalışmalarında önemli bir anlam ifade etmektedir. ve bu durum sonucunda ortaya iki tema çıkmaktadır. İlk olarak iki taraf arasındaki kültürel farklılıklar daha fazla anlamlı etkileşimler ortaya çıkarabilmektedir. İkinci olarak ise turizm faaliyetleri ile farklı kültürler ortak noktada buluşabilmektedir. Bir tarafta ev sahibi; elde edeceği geliri düşünürken, diğer yanda turist, abartılı şekilde çok sıcak misafirperver bir yaklaşım beklemektedir (Öztürk ve Yıldırım, 2018; Çolak, 2017) Turizmin etkilerini ve yerel halkın turizme karşı tutumlarını inceleyen modeller geliştirmiştir. Bunlar aşağıdaki modeller ve teorilerdir;

- ✓ Temas Hipotezi
- ✓ Doxey'in Rahatsızlık İndeksi Modeli/Tolerans Modeli
- ✓ Butler Yaşam Döngüsü Modeli
- ✓ Sosyal Mübadele (Değişim) Teorisi
- ✓ Duygusal Dayanışma Teorisi

2.4.1. Temas Hipotezi

Gordon W. Allport (1954) “Temas” hipotezini dini temaslar için önermiştir. Fakat psikolojik, sosyolojik ve kriminolojik grup çatışmalarında da gelişim kaydedebilmek için en faydalı yöntemlerden biridir (Fan vd., 2017). Pettigrew (1998), Allport varsayımını geliştirerek “Gruplar arası temas” hipotezini önermiştir. Temas hipotezi; grubu olmayan üyelerle olumlu temasın grubun tüm üyelerine genelleştirilebileceği ve grup üyesi olmayanlara karşı bir ön yargı varsa azaltılabilir varsayımını temel almaktadır (Küçükkömürler ve Sakallı Uğurlu, 2017; Nielsen, Nyland, Smyth, Zhang ve Zu, 2006).

Allport, gruplar arası ilişkileri geliştirmek için temasın güçlü bir araç olduğunu belirtmektedir. Ama, gruplar arası temasın olumlu etkilerine sahip olmak için; grupların statüsü eşit olmalı, hedefleri paylaşılmalı, ilişkileri iş birliği içinde olmalı ve yetkililer tarafından desteklenmelidir. Gruplar arasında temas bu dört koşulu sağlayarak oluştuğunda; klişeleri, önyargıları ve sosyal mesafeyi azaltabilmektedir (Allport, 1954). Ancak yapılan bazı çalışmalarda; sosyal temasın her zaman olumlu tutumların gelişimini etkilemediği, bazı durumlarda mevcut olumsuz tutumları daha da güçlendirebileceği savunulmaktadır (Çuhadar Gürkaynak, 2012). Bu çerçevede her iki

grubun da sosyal mesafe ve ön yargı gibi olumsuz tutumları azaltmak için güçlü bir etki yaratacak olumlu sosyal temaslarda bulunması gerekmektedir. Temas hipotezi, yerel halk ve turistlerin turizmdeki etkileşimi üzerine yapılan bazı çalışmalarda kullanılmıştır (Pizam vd., 2000).

Turizm alanında sosyal temas hipotezi ile ilgili çalışmalara yer verilmektedir. Araştırmalar farklı kültürlere sahip turist ve yerel halk arasındaki temaslara neticesinde olumlu veya olumsuz sonuçların ortaya çıkabileceğini göstermektedir. Olumlu anlamda sonuçlar sunan çalışmalara Bleasdale ve Tapsell'in (1999) Tunus'un turizm politikası hakkında yaptığı çalışma ve Amir ve Ben-Ari'nin (1985) Mısır'da tatil yapan İsrailli turistler hakkındaki çalışması gösterilebilir. Olumsuz sonuçlanan çalışmalara ise Pizam, Jafari ve Milman'ın 1991 yılındaki turistik amaçlarla Rusya'ya giden Amerikalı öğrenciler hakkındaki araştırma gösterilebilir.

2.4.2. Doxey'in Rahatsızlık İndeksi Modeli/Tolerans Modeli

Turizmin etkilerini ve yerel halk tarafından algılanma biçimini açıklamaya yönelik yapılan ilk ve önemli teorik modellerin başında Doxey (1975) tarafından açıklanan Irridex veya Irritation Index Modeli gelmektedir. Doxey (1975) turizmin, başlangıç zamanlarında yerel halk tarafından memnuniyetle karşılandığını ve turizme ilgi duyduğunu; turizmin ilerlemesiyle birlikte devam eden süreçte ise memnuniyetsizliğin, hatta düşmanlığın oluştuğunu ifade etmektedir. Doxey, turizm işletmelerinin artması ve turist-yerel halk arasındaki uyumsuzlukların yaşanması yerel sakinlerin tahammül düzeylerini düşürdüğünü savunmaktadır (Dağdeviren, 2015; Ayazlar, 2016).

Doxey'in Rahatsızlık İndeksi Modeli, yerel halkın turizme yönelik tutumlarındaki gelişimini dört aşamada açıklamaktadır. Model, turist ve turizm işletme oranlarındaki artışla birlikte yerel halkın algılarının olumlu düşüncelerden olumsuz düşüncelere dönüşeceğini ileri süren dört aşamalı bir görüşü ileri sürmektedir (Huimin ve Ryan, 2012; Dağdeviren, 2015; Pavlić ve Portolan, 2015).

Modelin ilk safhası olan coşku (euphoria), turizm gelişiminin ilk dönemlerinde bölgeyi nispeten az sayıda turist ziyaret etmektedir ve yavaş yavaş bölgeye yapılan

yatırımlarla yeni istihdam alanları yaratılmasından dolayı yerel halk hoşnutluk içerisinde olabilmektedir. Ayrıca turistlerin, ziyaret ettikleri bölgedeki yerel norm ve değerleri öğrenme ve paylaşma isteği yönündeki tutumlarının her zaman devam edeceğini sanması ve hatta yerel halkın turistlerle arkadaşlık kurma isteği bu safhada oluşmaktadır. Zaman geçtikçe turizmin gelişmesine paralel olarak bölgede turist ve turistik işletmelerin sayısında görülen artışlar ve bu yerlerin yabancı yatırımcıların elinde bulunması, yerel halkın hizmet eden konuma düşmesi aslında gerçekte olan durumu nihayetinde ortaya çıkararak artık coşku yoktur ve yerini ilgisizliğe (apathy) bırakarak ikinci safha olan ilgisizlik aşaması başlamaktadır. Bu aşamada, turist sayısı artmaya başlamaktadır. Turistik işletmelerin, turistin ve turizm pazarlamasında artış görülmeye başladığı dönemlerde turist ile yerel halk arasındaki ilişkiler ticari temelli kurulmakta ve önceleri yerel halk turistleri misafir olarak tanımlarken, daha sonra tanıdık bir manzara haline gelen turistler artık misafir olarak değil; tüketici olarak görülmeye başlanmaktadır. Turist ile yerel halk arasındaki ilişki artık daha resmi ve ticari nitelik taşımaya başlamaktadır (Huimin ve Ryan, 2012; Çetinkaya vd., 2013).

Demiroğlu ve İzgi, (2007) göre Doxey'in rahatsızlık (annoyance) aşamasında kitle turizminin, ev sahibi toplumun yapısını, kültürünü etkilemesi ve bundan dolayı yerel halkın turistleri "rahatsız edici" bulmalarına neden olacağını ifade ederler. Ardından, turizmin kitleselleşmesiyle beraber bölgede bir ekonomik faaliyet haline dönüşen turizm ve artan talepler toplumun sosyal yapısında ve doğal çevresine verdiği kayıp ve zararlar artık rahatsız edici boyuta ulaşmaya başlayabilir. Bu aşamada turistlerin sayısının önemli ölçüde artması nedeni ile turistler ile yerel halk arasında kaynaklar için rekabetin artacağı belirtilmektedir. Var olan bir plajı, bir otelin kapatması sonucu halkın kullanamaması sorununun yaşanmasına örnek olarak gösterilebilir. Üçüncü aşamadaki rahatsızlık, son aşamada düşmanlığa (antagonism) dönüşmektedir. Ev sahibi toplum açıkça turistlere ve turizm endüstrilerine karşı kızgınlık duyduğu düşmanlık aşaması başlamaktadır (Huimin ve Ryan, 2012). Düşmanlık adı verilen bu dönemde turistlere artık hoş bakılmamakla beraber düşmanlık safhasında, turistler ev sahibi toplumda meydana gelen kötü her şeyden sorumlu haline getirilebilir (Pavlić ve Portolan, 2015). Son aşamada turizme yönelik gelişmelerin süreklilik taşınamasından dolayı yoğun bir istilaya maruz kalan yerel halkın turistlere yönelik açık bir düşmanlık

sergileyebileceği düşünülmektedir. Doxey'nin geliştirdiği bu model sürdürülebilir turizm gereğini ortaya çıkarmaktadır (Çetinkaya vd., 2013).

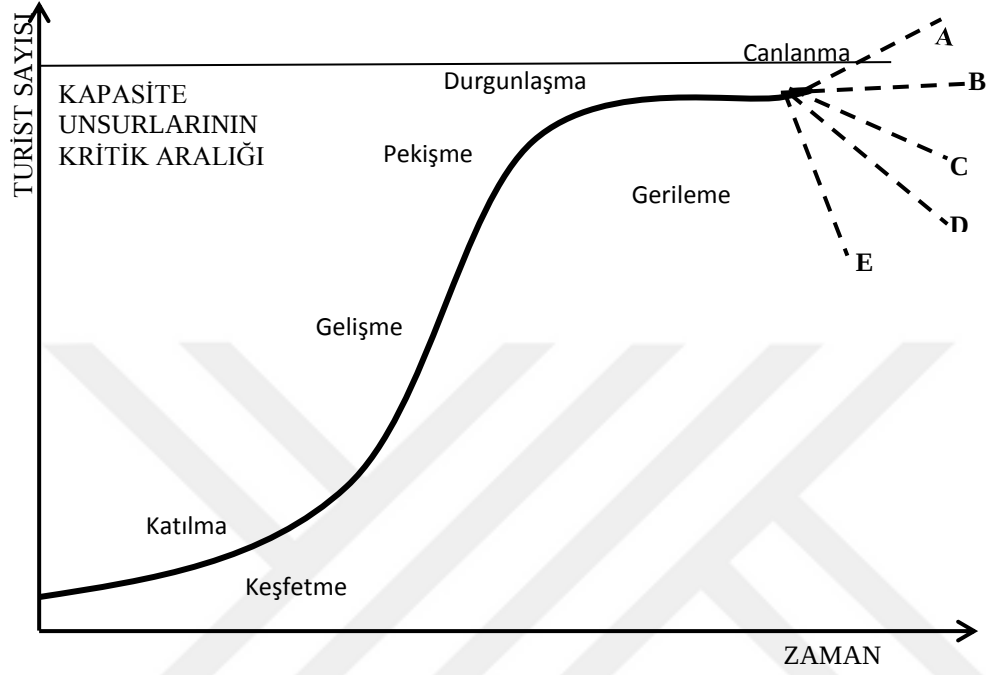
Diğer taraftan, turizmin etkilerinin çok boyutlu yapısı da dikkate alındığında, Doxey Rahatsızlık İndeksi Modelinin ağırlıklı olarak sosyal bir etki ölçüsü olmasından ötürü ve turizm gelişiminde yerel halkın kültürel etkileri ve yerel toplumun tutum ve reaksiyonlarında homojenlik olduğunu iddia etmektedir. Ancak toplumu homojen kabul ettiği ve toplum içerisinde ki algı ve tutumlarda ki çeşitliliği göz ardı etmesi nedeniyle teoriye yönelik eleştiriler bulunmaktadır. Bu nedenle, yerel toplumun demografik, kültürel gibi özellikleri arasında ayrımları netleştiremediğinden bu içsel faktörlerin göz ardı edildiği ileri sürülmektedir (Demiroğlu ve İzgi, 2007; Huimin ve Ryan, 2012; Çetinkaya vd., 2013; Pavlić ve Portolan, 2015; Dağdeviren, 2015).

2.4.3. Butler Yaşam Döngüsü Modeli (Turizm Alanı Yaşam Döngü Modeli)

“Turizm Yaşam Döngü Modeli” Butler tarafından ortaya koyulan turizmin gelişimi ile ilgili bir modeldir. 1980 yılında ortaya çıkan model turizm bölgesinin nasıl geliştiğini ve gelişimin açıklanması amacıyla dönemlerin belirtildiği bir yaklaşımdır. Bu dönemler; “Keşif”, “İştirak veya Katılım”, “Büyüme veya Çoğalma”, “Pekişme”, “Durgunluk veya Doygunluk”, “Gerileme” ve “Yeniden Canlanma” olarak sıralanmaktadır (Butler, 1980; Altıntaş, 2010; Ekici ve Çizel, 2014).

Butler'ın (1980) geliştirdiği model altı aşamadan meydana gelmektedir (Çetinkaya vd., 2013). Butler, modelini tıpkı üretim sektöründeki bir üründe olduğu gibi bir ürün yaşam döngüsü teorisine dayalı olarak bu modeli altı aşamalı (yedi olasılıklı) şeklinde oluşturmuştur. Bu aşamaları: “*keşfetme (exploration)*, *katılma (involvement)*, *gelişme (development)*, *pekişme (consolidation)*, *durgunlaşma (stagnation)*, *gerileme/düşüş (decline)* veya *canlanma (rejuvenation)*” (Yavuz ve Unur, 2021) şeklinde kavramsallaştırmıştır (Şekil, 2.1). Modelin aşamaları ve aşamaların özellikleri ayrıntılı şekilde açıklanmaktadır.

Şekil 2.1: Butler'ın Turizm Yaşam Döngüsü Modeli: Bir Turistik Bölgenin Varsayılan Evrimi



Kaynak: Butler, 1980.

Tablo 2.2: Butler’ın Turizm Yaşam Döngüsü Modelindeki Aşamalar

AŞAMALAR	AŞAMA ÖZELLİKLERİ
KEŞFETME	Turistik destinasyonu keşfeden çok az sayıda turist bulunmaktadır. Ziyaretçiler, bölgenin doğal ve kültürel çekiciliğine ilgi duymaktadır. Az sayıda turist bulunurken, turistler için özel tesisler bulunmamaktadır. Turistlerin ihtiyaçlarının çoğunluğu yerel halk tarafından karşılanmaktadır. Bu sebeple turist ile yerel halk arasında yakın ve yoğun ilişkilerin artması beklenir.
KATILMA	Bu aşamada turist sayısı artmaya başlar. Yerel halk ile turizm sektörü arasında sınırlı bir etkileşim yaşanmaya başlamaktadır. Turistler için özel tesisler sunulmaya başlayacaktır. Yerel halk, turistlerin ihtiyaçlarını karşılayabilmek için mal ve hizmet üretiminde çalışmaya başlar. İlişkiler ticarileşmeye başlasa da iletişimin yüksek düzeyde kalması beklenmektedir. Turizm faaliyetlerinin çoğunluğu ise yerel işletmelerin gözetimindedir. Turizm hareketleri henüz yeni başladığından rekabetin düşük, karlılığın oldukça yüksek olduğu bir evredir. Ayrıca, turistler için ulaşım ve diğer hizmetlerin sağlanması adına kamu idareleri üzerinde baskılar kurulur.
GELİŞME	Bu evrede, turistik destinasyonda aktivitelerin çeşitliliğinde artış yaşanır. Bölgenin bilinirliğinin artmasıyla az tanınan bir bölgeden çıkıp, bir turizm pazarına dönüşür. Yabancı işletmeler, piyasada artış gösterir. Turizm sektörü adına dışarıdan gelen yatırımcılar için işgücünün varlığı, zirve dönemlerinde kitle turizmiyle birlikte turist sayısının artması ve müşteri türünün çeşitlendiği ve turist sayısının yerel halk nüfusunu aşması söz konusu olduğu bir evredir.
PEKİŞME	Turizm, yerel ekonomide önemli bir ağırlığa sahip olup büyümeye devam etmektedir. Sektör, belirli bir olgunluk seviyesine ulaşmıştır. Bölgede turist sayısı artmaya başlar ancak sezonda turist sayısı yerel halktan fazla olsa bile artış hızında azalma görülmektedir. Bu nedenle turizmde mevsimselliğin azalması, sezonun uzatılması ve bölgeye daha fazla turistin gelmesi için yoğun reklam ve pazarlama faaliyetleri gerçekleşmesi bu aşamaya has diğer özelliklerdir. Ayrıca, turist sayısının fazlalığı ve çoğu ticari faaliyetlerin turistlere yönelik yapılmasından özellikle turizmden doğrudan gelir elde edemeyen yerel halkın turizm faaliyetlerine karşı olumsuz tepki vermesine yol açacaktır. Talebin ve rekabetin en yüksek seviyeye ulaştığı ve fiyatların da bu nedenle en düşük düzeye indiği ve karların azaldığı aşamadır.
DURGUNLAŞMA	Bölge eski imajını kaybeder. Karların, fiyatların düştüğü ve rekabetin azaldığı evredir. Turizm faaliyetleri bölgeye eskiden beri gelen turistlerle sürdürülmeye çalışılır. Bölge, turist sayısı en üst seviyeye ulaşarak taşıma kapasitesini aşmıştır. Bu nedenler bölgede ekonomik, sosyal ve çevresel sorunlar ortaya çıkmaya başlamıştır.
GERİLEME	Bu aşamada, bölge diğer turistik destinasyonlarla rekabet edemez. Kısa süreli konaklayan turistleri ağırlar. İşletmeler hızla el değiştirmeye başlar. Bölge turistik özelliklerini kaybedebilir.
CANLANMA	Son olan bu evrede, bölgeye ilişkin başarılı ve köklü bir turizm planı hazırlanırsa ve farklı turist pazarlarına yönelerek veya daha önce bölgede turizme hiç açılmamış doğal kaynaklar değerlendirilerek bölge tekrar eski haline göre daha iyi bir gelişim süreci sergileyebilir.

Kaynak: Butler, 1980: 6-9.

Turizm destinasyonları kendi içerisinde farklı özellikler barındırmakta; yerli halk içerisinde de farklı gelenekler bulunabilmektedir. Açıklanan dönemlerin bazıları

bölgesel olarak farklılık gösterebilmektedir. Turizm destinasyonları kendi içerisinde farklı süreç ve aşamalardan oluşabilmektedir (Butler, 1980).

Turizm faaliyetlerinin artış göstermesi, yerel halkın bu destinasyonlardan memnun kalma düzeylerinin artması ile bağlantılıdır. Yerel halkın turizm faaliyetlerinden mutlu olması ile birlikte turizm hareketlerinin de artış göstereceği düşünülmektedir. Yerel halktaki mutluluk turizm hareketlerine desteği beraberinde getirmesi sebebiyle olumlu sonuçlar oluşturduğu daha önceki çalışmalarla ortaya konulmuştur (Ko ve Stewart, 2002; Vargas-Sanchez vd., 2009).

Destinasyon sakinlerinin turizme ilişkin tutum ve davranışlarının belirlenmesi amacıyla yürütülen çalışmalarda sıklıkla yararlanılan teorilerden birisi de ‘‘Sosyal Değişim Teorisi’’ dir. Teori, yerli halk tarafından turizmin gelişmesine yönelik verdiği önem ve desteğin, turizm maliyetlerini geçmemesi durumunda devam ettirilebildiğini ifade etmektedir. Bunun yanı sıra yerel halk değişimi yaşamadan önce mevcut durumlarında değişiklik yaşamadan fayda elde etmeleri gerektiğini belirtmektedir.

2.4.4. Sosyal Mübadele (Değişim) Teorisi

Toplum davranışlarını araştıran bir bilim olarak sosyoloji bilimi turizmi oluşturan ana etmenlerden biridir. Toplum içindeki dönüşüm ve farklılaşmaların nasıl ve neden olduğunu araştırıp tüm bu değişimlerin aslında bireylerin değişimlerinin toplu bir yansıması olduğunu açıklamaktadır. Turizm sektöründe, hem sunulan hizmet hem de alınan soyut ürün insan temelli olduğundan sosyolojinin temel çalışma alanlarından birisi olmaktadır (Sarı ve Kulualp, 2019). Turizm gelişiminin bölge ve yerel halk üzerinde sağladığı faydaları bu gelişim sonucunda elde ettikleri kazanımlar ile karşılaştırıldığında sahip olunan avantajın olumlu olması durumunda gelişime katılım sağlayabilecekleri yönünde işleyiş gösteren bir modeldir (Çalışkan vd., 2018).

Sosyal Değişim Teorisi sosyolojik bir teori olup, grup ve birey arasın olan kaynak değişimini anlamak amacıyla ortaya atılan bir teoridir (Nunkoo, 2016). Bu teori ile ilgili matris Tablo 2.3’de verilmiştir.

Tablo 2.3: Sosyal Değişim Sonuç Matrisi

B Aktörünün Gücü (Destinasyon Geliştiricisi)

Yüksek A Aktörünün Gücü (Yerel Halk) Düşük	Çeyrek 1 Dengeli Sosyal Değişim Turizm Gelişiminde her iki aktörün faydalanması	Çeyrek 2 Dengesiz Sosyal Değişim Aktör A avantajlı Aktör B dezavantajlı
	Çeyrek 3 Dengesiz Sosyal Değişim Aktör A dezavantajlı Aktör B avantajlı	Çeyrek 4 Dengeli, Ödül Olmayan Sosyal Değişim

Kaynak: Nunkoo, 2016: 592

Ap (1992)'e göre, Şekil 2'de gösterilen Sosyal Değişim Matrisinin çeyrek 1'de, hem yerel halkın hem de turizm geliştiricisi olarak her iki aktörün ihtiyaçlarının karşılanması sosyal değişim sürecindeki memnuniyetin sonucu olarak değişime katılımı arttırır. Yerel halkın ekonomik, sosyal ve psikolojik refahını iyileştirmek sivil yetkililer, yerel işletmeler ve bölge sakinlerinin turizm gelişimini teşvik etmesini sağlamaktadır. Nunkoo (2016)'ya göre, Çeyrek 2 ve Çeyrek 3, bir tarafın değişimde olduğu dengesiz bir sosyal değişim durumunu göstermektedir. Değişim, daha çok güce sahip olan için avantajlı daha az güce sahip olan için ise dezavantajlıdır. Buna göre gelişim olumlu veya olumsuz olarak ilerlemekte ve tutumlar buna göre şekillenmektedir. Çeyrek 4, her iki aktörün de düşük güç seviyelerine sahip olduğu bir durumu göstermektedir. Değişim sürecinde kullanılan kaynaklar çok az veya sınırlı değere sahip olduğunda bu her iki aktör için de çok az fayda sağlayan karşılıksız bir değişim olmaktadır. Yerel halk turizm gelişimi sürecinde ekonomik veya sosyal herhangi bir fayda elde edemediğinde gelişime verdiği desteği bırakmaktadır.

Sosyal değişim, hem turistlerin hem de yerel halkın bir anlaşma sürecine girmesi anlamına gelmektedir, gerçek amaç bu faydaları en üst seviyeye çıkarmaktır. Ap (1992)'e göre yerel halk için değişimi başlatmanın öncelikli olan sebebi, toplumun ekonomik refahının sağlanması ve sosyal yaşamın iyileştirilmesidir. Bu faydalar sakinlerin algıları ve tutumlarını belirlerken turizme yönelik davranışlarını da

şekillendirir. Kulualp ve Sarı (2019)'e göre, sosyoloji ve sosyal psikoloji temel alınarak sosyal değişim teorisinin ana prensipleri şu şekilde belirtilmektedir;

- Kişiler, diğer şahıslar ile oluşturdukları yaklaşımlarda olumlu bir karşılık beklentisi içinde bulunmaktadır,
- Sunulan olumlu karşılıklar devam ettiği sürece ilişkiler gelişmekte ve devam etmektedir,
- Kişilerden biri mükâfatları vermeye devam eder ve bu diğerine için uygun olursa ilişki sürekliliğini sağlamaktadır,
- İki taraf arasındaki anlaşmanın ekonomik yönü çıkarlardan, anlaşmanın sonuçları ise çıkarlar ile tutarlı olmalıdır

Sosyal Değişim Teorisi, yerli halkın turizme karşı bakış açılarını ortaya çıkarmak için kullanılmaktadır. Sosyal Değişim Teorisi turizm işletmelerdeki ekonomik ve sosyal boyutları nasıl etkiler sorusuna cevap aramaktadır. Araştırmalara ve literatüre bakıldığında zaman Sosyal Değişim Teorisi, yerel halkın turizmden sağladığı etki ne kadar fazla ise o kadar katkı sunmaktadır. Yani turizmin ortaya koyduğu olumlu sonuçlar, olumsuz sonuçlara göre daha fazla ise yerel halkın turizme karşı olan bakış açısının olumlu olacağını, diğer sonuçlarda ise yerel halkın turizme olan desteğinin düşeceğini göstermektedir. Bu konular göz önüne alınacak olursa turizme verilen desteği birden çok faktör etkilemektedir. Bunlar gelir durumu, eğitim seviyesi, yaş ve geçim kaynağının turizm olup olmaması gibi sıralanabilir (Çıkrık vd., 2018).

2.4.5. Duygusal Dayanışma Teorisi

Kişilerin başkalarıyla tamamlanmış hissini yaşaması, kişinin başkalarıyla temas halinde olması, kişilerin duygusal yakınlıkları anlaması “Duygusal dayanışma” olarak açıklanmaktadır (Hammarstr, 2005). Woosnam ve Norman (2010), “Duygusal Dayanışma Ölçeğini ortak inanç ve davranışların, turist ile iletişimin dayanışmaya ve yerel halkın turizm sektörünün gelişmesine dair tutumlarını incelemek amacıyla ortaya koymuşlardır. Ölçek 3 faktörden oluşmaktadır:

- Ziyaretçilere karşı hoşgörülü davranma,
- Duygusal yakınlık gösterme,
- Sempatî duyma.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE TATİL YAPMA DURUMUNA GÖRE UKRAYNA HALKININ TÜRKLERE ve TÜRKİYE’YE BAKIŞ AÇISI ÜZERİNE ARAŞTIRMA

3.1. ÇALIŞMA ALANI

3.1.1. Ukrayna ve Kiev

Ukrayna 603.628 km²’lik yüz ölçümüyle Orta ve Doğu Avrupa’nın en büyük ülkesi olarak görülmektedir. Ukrayna’nın komşuları kuzeyde Beyaz Rusya; doğu ve kuzeydoğuda Rusya; batıda Polonya, Slovakya ve Macaristan; güneybatıda Romanya ve Moldova’dır. Aynı zamanda Karadeniz ve Azak Denizi’ne kıyısı olan bir ülkedir. Ukrayna merkeziyetçi yönetim şekline sahip bir devlettir ve 24 bölgeden oluşmaktadır. Ukrayna parlamenter sisteme sahip cumhuriyet ülkesi olmasından dolayı Ukrayna’nın devlet gücünün en yüksek organı Verkhovna Rada olarak kabul edilmiştir. Ukrayna’nın başkenti olan Kiev, ülkenin en büyük şehridir. Ukrayna’nın güncel nüfusu 1 Ağustos 2021 tarihinde yapılan sayıma göre 41,3 milyondur (Ukrayna İstatistik Kurumu 2021). Nüfusunun %77,8’i Ukraynalı, %17,3’ü Rus ve %4,9’u farklı etnik kökenlere sahip kesimlerden oluşmaktadır. Ukrayna’nın resmî dili olan Ukraynaca, Rusça diline çok yakın bir dil olmasına rağmen farklı bir yapıya sahiptir ve ülkede ikinci olarak en çok konuşulan dil Rusçadır.

Sovyet Sosyalist Cümhuriyetler Birliği’nin (SSCB) 1991 yılında dağılmasıyla birlikte Ukrayna 21 Ağustos’ta bağımsızlığını ilan etmiştir. Ukrayna’nın bağımsızlığını ilan etmesinin ardından ekonomi olarak zorlu bir geçiş yaşanmış ancak 1996 yılında şu an ki para birimi olan Grivna’ya (UAH) geçişiyle birlikte ekonomik yönden iyileşme süreci başlamıştır (Avrasya Uygulama ve Araştırma Merkezi 2012). Ukrayna’da şu an asgari geçim 2.379 UAH olarak belirtilmekte; aylık asgari ücret ise 6.000 UAH (220 Dolar) olarak sabitlenmektedir (Ukrayna Ekonomi Bakanlığı, 2021). Ukrayna ülke ekonomisinin büyük bir kısmını tarım ve sanayi sektörü üretimi oluşturmaktadır. Aynı zamanda diğer ülkeler içerisinde en fazla ayçiçek yağı, tahıl, şeker, bal, yumurta ve kümes hayvanı üreticilerinden biridir. Ukrayna uzay teknolojisi konusunda da kendisini

geliştirmeye devam etmektedir (Zyla, 2018). Ukrayna sanayisi, tarımının yanı sıra birçok zengin maden ve kömür yataklarına da sahiptir. Bunların yanı sıra ulaşımı ve enerji tesisleri de gelişmiş durumdadır.

1991'de Kiev bağımsız Ukrayna'nın başkenti oldu. Kiev ülkenin en büyük ve nüfusun en fazla olduğu şehridir. Kiev'in nüfusu II.Dünya Savaşı yıllarında aniden 930,000'den 180,000'e düşmüşse de 15 yıl içinde toparlanıp %513.5 artarak 1,104,334 olmuştur, 2019 verilerine göre şehrin nüfusu 2,914,273'dür (Kiev İstatistik Kurumu, 2019). İçinden Dinyeper nehri geçer. Altyapısına Sovyetler Birliği döneminde önem verilerek yapılması sayesinde, şehirde ulaşım rahattır. Şehirde metrolar vardır. Kiev Metrosu dünyanın en büyük metrolarından biridir. Çok derine inşa edilmiştir. Kiev Ukrayna'nın en fazla turist çeken şehirlerinden biridir. Türk turistlerin Ukrayna'da en çok tercih ettiği destinasyonlardan biridir aynı zamanda.

3.1.2. Ukrayna ve Türkiye İlişkileri

Ukrayna kavramı Türkçe kaynaklarda, 1500'lü yılların başından beri coğrafya terimi olarak yer almaktadır. Türk ve Ukraynalılar arasındaki temaslar Kırım Tatarlarının Ukrayna topraklarına yaptığı akınlarla başlamıştır. Daha sonra 1475 yılında Osmanlı İmparatorluğu hâkimiyetine giren Kırım Hanlığı 1648 yılına kadar Kiev, Podillya, Volyn ve diğer bölgelere akınlar yapmaya devam etmiştir. Ukrayna Kazaklarının Osmanlı topraklarına yaptığı akınlar zamanında Osmanlı'nın o bölgedeki hâkimiyetine zarar vermiştir (Aydın, 2015).

Türkiye Ukrayna ilişkileri 1648 yılında Hetman Himelnitski'nin Polonya'ya karşı koymak için Bahçesaray'da Kırım Hanı İslam Giray ile anlaşmasıyla ve Osmanlı İmparatorluğu'nun bunu onaylamasıyla başka boyut kazanmıştır. Bu anlaşma sonucunda Himelnitski, Kiev'i Polonyalılardan almış ve Ukrayna'nın bağımsızlığını ilan etmiştir. Daha sonra Osmanlı İmparatorluğu Himelnitski'yi tanıyarak Ukrayna ile 1649 yılında anlaşma imzalamıştır. Bu anlaşma sonucu Osmanlı, Ukrayna Kazaklarına Karadeniz kıyılarında ticaret yapma hakkı tanımıştır (Kırımlı, 1988). O dönem yine İstanbul'da Ukrayna Kazaklarının temsilciliği açılmıştır.

Türkiye, Ukrayna kavramının ülke olarak anlam kazanmasında da öncülük eden devletler arasında yer almıştır. 1678 yılında Himelnitski'nin hatmanlık

görevlendirilmesinde, o zamana kadar kullanılan Rus sözcüğü yerine Ukrayna ifadesi kullanılmıştır. Önceden belirlenmiş sınır bölgesi anlamında kullanılan Ukrayna böylelikle ülke ismi olarak kullanılmaya başlanmıştır (Aydın, 2015).

Çarlık Rusyasının dağılmasıyla birlikte Ocak 1919'da Ukrayna Millî Cumhuriyeti bağımsızlığını ilan etmiştir. Osmanlı Devleti, Ukrayn'nın ilk tanıyanlar devletler arasında yer almış ve hızlı bir şekilde Ahmed Muhtar Bey büyükelçi olarak, Ahmed Ferid Bey ise konsolos olarak atanmışlardır. Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasının ardından Ocak 1922 tarihinde, Ankara'da iki ülke arasında Türkiye-Ukrayna Dostluk Antlaşması imzalanmıştır (Tchernikov, 2003).

Ukrayna Türkiye ilişkileri SSCB'den bağımsız 1980'li yıllara kadar devam etmiştir (Kayaer, 2004). SSCB'nin dağılmasından sonra 24 Ağustos 1991'de Ukrayna bağımsızlığını ilan etmiştir. Bağımsızlığı ilk tanıyanlarda birisi de Türkiye Cumhuriyeti olmuştur. Türkiye, Ukrayna'nın bağımsızlığını 16 Aralık 1991 tarihinde tanımış, diplomatik ilişkiler ise 3 Şubat 1992 tarihinde kurulmuştur.

Rusya 27 Şubat 2014'te önce Kırım'ı, devamında Ukrayna'nın Donetsk ve Lugansk bölgelerini işgal etmiştir. Türkiye Cumhuriyeti ise Rusya'nın bu işgalini tanımadığını bildirmiş ve Türk hava şirketlerinin Kırım'a uçuşlarını yasaklamıştır. Türkiye'nin bu hamlesiyle birlikte Türkiye-Ukrayna ilişkileri farklı bir stratejik beraberliğe sebebiyet vermiştir.

Türkler ve Ukraynalıların ilişkilerinin çok eski tarihlere dayanmasından dolayı Ukrayna tarih kitaplarında Türk milleti çoğunlukla olumsuz gösterilmektedir (Arabacı, 2019). Bir kısım kaynaklarda Osmanlı İmparatorluğu zorbalık (tiranlık) ile despot sultanlar tarafından yönetilmiştir. Fatih Sultan Mehmet için “işgalci”, Yavuz Sultan Selim için “korkunç”, Sultan II. Abdülhamit için “azınlıkları öldürmek isteyen eli kanlı cani ve zalim bir zorbadır” ifadeleri kullanılmıştır (Arabacı, 2019). Bunun yanı sıra öğrencileri etki altına almak amacıyla Osmanlıların Balkanları istila ederek dehşet verici bir katliam ve yağmalama yaptıkları öne sürülmektedir. Ders kitaplarında, Türklerin, Hristiyan olan insanları Müslüman yapmak için eziyetlerde bulunduğu, Hristiyanları yol, hisar ve köprü inşaatlarında zorla çalıştırdıkları gibi iddialar yer almaktadır (Arabacı, 2019).

Türkler ve Ukraynalılar arasındaki ilişkiler son yıllarda pozitif yönde ivme kazanmaya devam etmektedir. Araştırmacının kişisel tecrübelerine göre yukarıdaki bilgilerle büyüyen nesilde oluşan Türk milleti karşıtlığı son yıllarda sempatiye dönüşmektedir. Buna en büyük etkenlerden birisi de yukarıda belirtilen 2014 yılında başlayan ve günümüze kadar süren destekten dolayı olduğu düşünülmektedir. Bu sayede Ukraynalılar ve Türkler arasındaki ilişkiler daha da sıkılaşmış ve aradaki bazı ön yargıların ortadan kalkmasına vesile olmuştur. İki ülke arasındaki seyahatlerin artması iki ülke insanların birbirlerinin kültürünü daha iyi tanımasına neden olmaktadır. Bazı yazarlara göre ise bu tarihi bilgiler Rus devletinin yıllarca yaratmak istediği Türk düşmanlığından kaynaklanmaktadır (Kopranov, 2021). Bu yüzden Türklere karşı ön yargısız ve farklı bakış açısıyla yanaşmaya başlamışlardır.

Ukrayna ve Türkiye arasında 27 Kasım 1996 tarihinde Kültür Alanında İşbirliği Anlaşması yapılmış ve 22 Aralık 2011 tarihinde İşbirliği Programları yürütülmeye başlanmıştır. Bu çerçevede kültür ve beşeri alanları geliştirilmeye çalışılmaktadır. İşbirlikleri iki ülke arasındaki kültür, beşeri, resmî, sanat ve doğrudan temasların ileri düzeyde geliştirilmesine vesile olmuştur (Kuzma, 2018). Üniversitelerde Türk Dili ve Edebiyatı bölümleri açılmış, Türk kültürünü yaygınlaştırmak için çeşitli festivaller ve davetler yapılmıştır. Türkiye’de ise güzel sanatlar, folklor, modern dans, heykel, yemek kültürü, sinema ve televizyon etkinlikleri düzenlenmiştir (Kuzma, 2018; Kayaer, 2004).

Ülkeler arası bağların kuvvetlenmesi için Kiev-Ankara, Odesa-İstanbul ve Skadovsk-Zonguldak arasında kardeşlik bağları oluşturulmuştur. Bu bağların devam ettirilmesi için Donetsk-İzmir, Kırım Özerk Cumhuriyeti-Antalya ve Rivne-Aydın gibi iller arasında da işbirliklerine devam etme kararı ortak olarak alınmıştır. Bu bağların oluşturulmasının esas amacı diplomatik ilişkilerin güçlendirilmesi değil; farklı programlar ile kültürlerin tanıtımının sağlanması ve geleceğe aktarılmasıdır. Buna örnek olarak ise şehirler arasında her yıl gerçekleştirilen çocuk değişim programları gösterilebilir. Bu çocuk değişim programları Sumı-Muğla ve Skadovsk-Zonguldak arasında düzenli olarak gerçekleşmektedir.

Ukrayna’nın bağımsızlığı ile beraber iki ülke arasında eğitim ve kültür alanlarında yaşanan gelişimlerin yanı sıra bilim ve teknoloji alanlarında da büyük ve

önemli sonuçlar elde edilmeye başlanmıştır. 2016-2017 yılında Ortak Strateji Planlama Grubu kurulmuş olup iki ülke arasında havacılık, filo, gemi yapımı; uzay, yer sistemleri; mühendislik, teknik donanım gibi farklı alanlarda stratejik işbirliği çalışmaları sürdürülmektedir (Dışişleri Bakanlığı, 2019).

İki ülke arasındaki ekonomik ilişkiler de gelişmeye devam etmektedir. Türkiye'nin Ukrayna'ya ihracatı 2019 yılında 2,156 milyar ABD doları iken, Ukrayna'dan Türkiye'ye ithalat 2,725 milyar ABD dolarıdır. İki ülke arasındaki ticaret hacmi 4,881 milyar ABD doları olarak kaydedilmiştir. Ukrayna'da Türk firmaları yaklaşık 3 milyar dolar yatırım yapmışlardır. Türk müteahhitlik şirketleri Ukrayna'da, 2019 yılına kadar 184 proje çerçevesinde toplam 6,28 milyar dolarlık çalışma gerçekleştirmiştir (Dışişleri Bakanlığı, 2019).

3.1.3. Türkiye ve Ukrayna Arasında Turizm Hareketleri

Türkiye ve Ukrayna arasındaki turizm işbirliği 30 Nisan 1994 tarihinde imzalanan anlaşma çerçevesinde devam etmektedir (Dışişleri Bakanlığı, 2019). İki ülke arasında sağlanan işbirliği ile turizm faaliyetlerine yönelik bilgi alışverişi yapılmakta, turizm kurumlarının ve örgütlerinin düzenlenen fuar ve borsalara katılımı teşvik edilmekte ve karşılıklı ortak yatırım projeleri gerçekleştirilmektedir. Bunların yanı sıra iki ülkenin Mart 2017'de imzaladığı Vize Muafiyeti Sözleşmesi turist sayılarının artışına büyük oranda katkı sağlamıştır (Vusata, 2019).

Ukraynalı turistler Türkiye'de yoğun olarak İstanbul şehrini ve Akdeniz Bölgesini tercih ederken; Türk turistler Ukrayna'nın çoğunlukla Kiev, Lviv ve Odesa şehirlerine seyahat etmektedir. Ukraynalı turistler Türkiye'de Muğla, Antalya, İzmir gibi tatil merkezlerinin yanı sıra İstanbul gibi kültür merkezi olan ve Hristiyanlık tarihi ile ilgili yerleri tercih etmektedirler (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021). Ukraynalıların turizm konusunda genel olarak kültür, sağlık, yaz ve kış sezonu turizmleri yoğun sebepler içerisinde yer almaktadır (Dışişleri Bakanlığı, 2019). Türkiye seyahatlerinin popüler olduğu Ukrayna'dan Türkiye'ye 2018 yılında 1 milyon 386 bin turist seyahat etmiştir. 2019 yılında ise bu rakam 1.547.996 olmuştur. En son verilere göre 2.060.008 Ukraynalı turist Türkiye'ye giriş yapmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021).

Kiyev Türk turistlerin en çok tercih ettiği şehirlerden biridir. Kiev’de bir çok kaliteli otellerin yanı sıra çok sayıda hostel ve günlük apartlar vardır. İki havaalanı bulunan Kiev ulaşım açısından da çok rahattır. Bu da Türklerin Kievi tercih etmelerindeki en büyük etkenlerden biridir.

Tablo 3.1: Türkiye’ye Gelen Ukraynalı Turistlerin İstatistik Bilgileri

Yıllar	Türkiye’ye Gelen Ukraynalı Turist sayısı (bin)	Toplam Turist İçindeki Payı (%)	Ukraynalı Turistlerin Tercih Ettiği İller	Kalış Süreleri (gün)
2016	802.761	1,35		5,0
2017	848.432	1,37		4,0
2018	903.048	1,25	Antalya,	4,3
2019	1.547.996	3,44	İstanbul,	4,0
2020	1.321.961	7,83	Muğla,	3,7
2021	2.782.801	8,34	İzmir,	3,6
			Nevşehir (Kapadokya)	

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021.

Tablo 3.2: Ukrayna’ya Giden Türk Turistlerin İstatistik

Yıllar	Ukrayna’ya Giden Türk Turist Sayısı (Sayı)	Toplam Turist İçindeki Payı (%)	Türk Turistlerin Tercih Ettiği Şehirler
2016	199.618	1.49	
2017	270.695	1.90	Kiev, Lviv, Odesa, Kharkiv
2018	313.558	2.18	
2019	306.428	2.23	
2020	149.183	7.83	
2021	171.955	5.56	

Kaynak: Ukrayna Ulusal Turizm İstatistikleri Sistemi (HCTC, 2021)

Ukrayna’yı ziyaret eden Türkler Kiev, Lviv, Odesa, Kharkiv gibi büyük ve ulaşımı kolay olan şehirleri tercih etmektedirler. 2014 yılında Kırım sorunuyla başlayan ekonomik kriz Türk turistler için bir fırsat haline gelmiştir. Ukrayna’yı 2016 yılında 199.618, 2017 yılında 270.695, 2018 yılında 313.558 Türk turist ziyaret etmiştir sonrasında Covid-19 nedeniyle tüm dünyada yaşanan kriz nedeniyle turist sayısında azalma olmuştur. 2019 yılında 306.428 kişi Ukrayna’yı ziyaret ederken, 2020 yılında 149.183’e düşmüş sonrasında ise 2021 yılında 171.955 kişi olmuştur.

3.2. ÇALIŞMANIN AMACI ve ÖNEMİ

Uluslararası turizmin, turist kabul eden ülkeler üzerindeki ekonomik etkisinin yanı sıra dünya ülkeleri arasındaki kültürlerarası anlayışı güçlendirdiğine inanılmaktadır. İnsanların bir ülkeden diğerine hareketinin, kolay iletişim ve kişilerarası

iletişime olanak sağladığı ve kültürel engelleri yıktığı tartışılmaktadır (D'Amore, 1988). Turizm, geleneklerin korunması, aktarılması ve sosyal iletişim yoluyla kültürün devamlılığı için bir araç haline gelmiştir (Gudkov, 2003).

İki ülke arasındaki turizm hareketleri, anlayışı ve barışı tetikleyebilmektedir. Uluslararası anlayışa katkıda bulunan bu tetikleme sayesinde turizm hareketlerinin olduğu iki ülke arasındaki ihtilafları yatıştırabilir ve mani olunabilir (Başaran ve Akdevelioğlu, 2017). Literatürde turizmin ekonomik, çevresel etkileriyle ilgili birçok sayıda çalışma mevcut durumdadır (Bannikova ve Merdeşeva 2019; Ozturk, Ozer ve Çalışkan, 2015; Fleming ve Toepper 1990; Gokovali 2010; Gorbileva 2014; Gurova 2019; Kabirov 2009; Kraşennikov ve Kraşennikov 2019; Li vd., 2014; Nematpour ve Faraji 2019; Sanchez del Río-Vázquez, Rodríguez-Rad ve Revilla-Camacho 2019; Stynes 1997; Sunlu 2003; Vinogradova.M 2010; Zhang, Madsen ve Jensen-Butler 2007) fakat turizmin uluslararası barışa, anlayışa katkısını ve etkisini ele alan çalışmalarda eksiklik gözlemlenmektedir (Ryan vd. 1996; Salazar ve Salazar 2006; Shin 2008).

Yapılan araştırmalar sonucunda Ukrayna ve Türkiye arasındaki ekonomik ilişkiler, siyasi bağlantılar, askerî ilişkiler, eğitim ve enerji konularında birçok çalışmaya rastlanmıştır (Arabacı 2019; Drozd 2019; Sofienko 2019; Tümer 2020; Vusata 2019). Ancak turizm faaliyetlerinin Ukraynalıların Türklere ve Türkiye'ye bakış açısına etkisini inceleyen çalışma sayısının oldukça az olduğu görülmüştür.

İki ülke arasındaki ilgili konular üzerine yapılan incelemelerin sınırlı sayıda olması ve kapsayıcı niteliklere sahip olmaması gibi nedenlerle yapılan araştırmanın literatüre katkıda bulunabileceği öngörülmüştür. Bu çalışma ile turizmin, özellikle Doğu-Batı, Hristiyan-Müslüman toplumları arasında, anlayışa ve bölgesel barışa katkı sağlanmasına ilişkin veri ve öneri geliştirilmesi amaçlanmıştır.

Bu çalışmada son yıllarda büyük oranda artış gösteren turizm pazarlarından biri olan Ukrayna halkının Türkiye ve Türklere yönelik bakış açıları ve söz konusu bakış açısının tatil yapma durumuna göre değişip değişmediği incelenmiştir. Bu nedenle, turizm planlamasına ve pazarlamasına katkı sağlanmasının ötesinde, turizmin toplumlar arası kültürel anlayış ve barış duygusunu artırıp artırmadığı konusunda empirik veri

sağlaması konularında hazırlanan tez çalışmasının alanyazına katkı sağlayacak boyutta olduğu düşünülmektedir.

3.3. HİPOTEZLER

Doğruluğunun ya da yanlışlığının test edilmesi amacıyla olaylar, olgular ya da davranışlar ile ya da aralarındaki ilişkiler ile ilgili ortaya atılan varsayım ya da önermeler, hipotezi oluşturmaktadır (Kozak vd., 2015). Hipotezlerin çalışmalar kapsamında oluşturulması ve değerlendirilmesinden dolayı desteklenebildiği gibi yanlışlanabilir özelliği de bulunmaktadır.

Bu araştırmanın hipotezleri ise aşağıda belirtilmiştir:

H1: Türkiye’de tatil yapma durumuna göre Ukraynalıların Türkiye’ye ve Türklere karşı görüşlerinde anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H2: Türkiye’de tatil yapma sayısına göre Ukraynalıların Türkiye’ye ve Türklere karşı görüşlerinde anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H3: Konaklama süresine göre Ukraynalıların Türkiye’ye ve Türklere karşı görüşlerinde anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H4: Tatil yeri seçimine göre Ukraynalıların Türkiye’ye ve Türklere karşı görüşlerinde anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Bunun ötesinde, katılımcıların demografik özelliklerinin algılarda farklılık yaratıp yaratmadığı da çalışma kapsamında irdelenmiş olup bu çerçevede oluşturulan hipotezler aşağıda verilmiştir.

H5: Cinsiyete göre Ukraynalıların Türkiye’ye ve Türklere karşı görüşlerinde anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H6: Medeni durumuna göre Ukraynalıların Türkiye’ye ve Türklere karşı görüşlerinde anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H7: Yaş durumuna göre Ukraynalıların Türkiye’ye ve Türklere karşı görüşlerinde anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H8: Eğitim seviyesine göre Ukraynalıların Türkiye’ye ve Türklere karşı görüşlerinde anlamlı bir farklılık olup bulunmaktadır.

3.4. ÇALIŞMANIN SINIRLILIKLARI

Her çalışmada olduğu gibi bu araştırmanın da belirli sınırlılıkları vardır. Dolayısıyla, çalışma bulgu ve sonuçlarının, araştırmanın sınırlılıkları göz önünde bulundurularak değerlendirilmelidir. Örneklem yöntemi sonuçların genellenebilirliğini kısıtlamaktadır. Çalışmanın Ukrayna'nın başkenti Kiev'de ve oranın yerel halkıyla yapılması bu çalışmanın farklı yerel toplumlara ve çevrelere yönelik yorumlanmasını ve genellenmesini imkânsız kılmaktadır. Çalışmadaki verilerin anket aracılığıyla toplanması çalışmanın diğer sınırlılıklarından biridir.

Verilerin toplandığı dönemde (20 Şubat 2021- 10 Nisan 2021) tüm dünyada COVID -19 salgını ile yaşanan karantina durumundan dolayı insanlarla yüz yüze temas kurulamadığı için anketlerin çoğunluğu çevrim içi uygulanmıştır. Çalışmanın genel olarak genç yaştaki bireylerden oluşmasının temel nedeni anketlerin çevrim içi yapılmak zorunda olması ve dolayısıyla gençlerin orta yaş ve 60 yaş üstü vatandaşlara nazaran bu tür çalışmalara daha aşina olmasıdır. Bu yüzden katılımcıların çoğunluğu gençlerden oluşmaktadır. Bu durum çalışmanın diğer bir sınırlılığını oluşturmaktadır. Çalışmanın tamamının yüz yüze yapılması ve daha farklı yaş gruplarına ulaşılması durumunda farklı sonuçların elde edileceği düşünülmektedir. Nicel çalışmalar katılımcıların görüşlerinin yüzeysel elde edilmesine sebep olmaktadır. Derinlemesine görüşmeler yoluyla yapılan çalışmalar ile algıların ve temellerinde yatan nedenlerin detaylı incelenebileceği ve farklı sonuçlara ulaşılabilceği düşünülmektedir.

3.5. YÖNTEM

Araştırma kapsamında nicel araştırma yöntemlerinden biri olan betimsel araştırma modelinden yararlanılmıştır. Nicel araştırma yöntemi karmaşık olgu ve olayları nesnelleştirerek, gözlemlenebilir, ölçülebilir ve sayısal olarak ifade edilebilir bir şekilde ortaya koyan bir araştırma türüdür (Kozak vd., 2015). Nicel araştırmanın genellenebilir sonuçlar üretebilir olması, farklı gruplar arasında farklılaştırma yapabilmesi, belirli bir yapı içerisindeki ilişkilerin incelemesine yaraması, sonuçların karşılaştırılabilir olması bu araştırmanın avantajları olarak ifade edilmektedir (Kozak vd., 2015).

Bir örnekleme yöntemi olarak farklı ve yaygın olarak kullanılan kavram ya da araştırmalar arasındaki ilişki çalışmaları için yararlı olan (Dhivyadeepa, 2015) Kolayda Örnekleme Yönteminden yararlanılmıştır. Olasılık dışı yöntemlerde temsil gücünün düşük olması ve örneklem belirlemede güçlük çekmesi (Lawrence, 2006) gibi sınırlılıkları olmakla birlikte, verilerin güvenilirliğini sağlamak için araştırma ve veri toplama süreçlerinde örneklemin evreni temsil etmesine yönelik tedbirler alınmaya çalışılmıştır. Kolayda örnekleme evreni temsil edebilecek ve araştırmaya katılmak isteyen tüm kesimlerin dahil edilebildiği bir tesadfi olmayan örnekleme yöntemidir. Verilerin kolay, hızlı ve ekonomik şekilde toplanmasına olanak tanır (Malhotra, 2004: Aaker vd., 2007, Zikmund, 1997). Kolayda örnekleme yönteminin avantajları kısaca aşağıdaki gibi belirtilebilir:

- Ulaşılması en kolay katılımcılara uygulandığı için anket uygulamasının en uygun maliyet, enerji ve sürede yapılmasına imkân tanınması,
- Araştırmaya katılmak isteyen herkesin katılmasına olanak tanınması,
- Ankete cevap veren herkesin örneğe dâhil edilmesidir.

Araştırmanın evrenini Ukrayna'nın başkenti Kiev'de ikamet eden Ukrayna vatandaşları oluşturmaktadır. Araştırmacının hedef kitle seçiminde, araştırmanın yapıldığı ülkede yaşamış ve eğitim almış olması, ülkeye ziyaret ve ülke ile ilgili araştırma yapılmasında herhangi bir engeli bulunmaması gibi unsurlar da etkin olmuştur. Bu çalışmanın araştırma kitlesine ulaşılmasında araştırmacının yakın çevresinde bulunan ve eğitim sektöründe yönetici konumunda çalışan uzman bir kişinin görüşlerine başvurulmuştur. Sekaran (2000), bir milyon ve üzerindeki evren büyüklükleri için 384 örneklemin yeterli olacağını belirtmektedir. Bu çerçevede, çalışma kapsamında elde edilen 423 adet anket verisinin yeterli olduğu kabul edilmiştir.

Araştırmada yer alan alt ölçeklere ilişkin güvenilirlik ve geçerlilik analizleri yapıldıktan sonra araştırma değişkenlerinin arasındaki etkileşimi incelemek, değişkenler üzerindeki doğrudan ve dolaylı etkileri belirlemek ve araştırma modelini test etmek için korelasyon, t-testi ve ANOVA analizleri uygulanmıştır.

3.6. VERİ TOPLAMA ARACI

Tez kapsamında veriler, anket tekniğinden yararlanılarak elde edilmiştir. Daha geniş ve daha çok sayıda örnekleme ulaşılabilmesi, para, zaman ve enerji maliyetinin azalması, veri inceleme aşamasında tarafsızlığının daha kolaylaşması gibi unsurlar anket tekniğinin avantajları olarak gösterilebilir (Kozak vd., 2015).

Türkiye’yi daha önce ziyaret etmiş ya da ziyaret etmemiş Ukraynalılar arasındaki Türkiye’ye ve Türk halkına bakış açısı farklılıklarının incelendiği bu çalışmada anket formu, Tribe ve Snaith (1998) tarafından kullanılan HOLSTAT ve BİLGESAM (2013) tarafından yapılan “Dünyada Türkiye Algısı” ölçekleri ile Var vd. (1989), Kock, Josiassen, Assaf (2016) tarafından yapılmış çalışmalardan yararlanılarak oluşturulmuştur. Anket formu 2 bölümden oluşmuştur. İlk bölümde, katılımcıların Türkiye ve Türkler hakkında görüşlerinin derlendiği toplam 39 ifade yer alırken, ikinci bölümde Türkiye’de tatil yapıp yapmama durumu, Türkiye’de yapılan tatil sayısı, türü ve konaklama süresinin yanı sıra, katılımcıların demografik bilgileri (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durum, meslek) verileri derlenmiştir.

3.7. BULGULAR ve ANALİZLER

Tüm analizler SPSS paket istatistik programı yardımıyla yapılmıştır. Öncelikle katılımcıların demografik özelliklerinin frekansları değerlendirilmiş sonrasında elde edilen verilerin analizleri gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda, öncelikle, verilerin normal dağılımları, kayıp veri olup olmadığı incelenmiştir. Araştırmada kullanılan veriler üzerinden analizlerin gerçekleştirilebilmesi için verilerin normal dağılım göstermesi gerekmektedir (Büyüköztürk vd., 2012). Gürbüz ve Şahin (2014), verilerin normal dağılımını tespit etmek için çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılması gerektiğini ifade etmiştir. Skewness değerlerinin 3’den, Kurtosis değerlerinin ise 10’dan düşük olması durumunda verilerin normal dağıldığı kabul edilmektedir (Kline, 2011). Bu araştırmada Skewness değerlerinin 0.432 ile -3.173 arasında, Kurtosis değerlerinin ise -1.169 ile 9.451 arasında değiştiği tespit edilmiştir. Dolayısıyla Skewness değerlerindeki küçük sapma göz ardı edilebileceği ve verilerin normal dağıldığı kabul edilmiştir. Sonrasında eksik veri analizi yapılmış ve en fazla “Türk kadınlarının özgürce yaşayabildiklerini

düşünüyorum” ifadesinde 13 adet (%3,1) eksik veri olduğu tespit edilmiş ve eksik verilerin oranı %5’ten az olduğu için herhangi bir işlem yapılmamıştır (Schafer, 1999).

Veri azaltılmasına gidilebilmesi ve genel faktörler üzerinden değişkenler arasındaki ilişkilerin sınanabilmesi için faktör analizi yapılmıştır. Anket formu, literatürde yer alan diğer çalışmalardan yararlanılarak oluşturulduğu ve çalışma alanında ilk kez sınındığı için Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) uygulanmıştır.

Çalışmanın hipotezlerinin sınanması amacıyla, oluşan faktör yapıları üzerinden, Ukrayna vatandaşlarının Türkiye ve Türkler hakkındaki görüşlerinde farklılık olup olmadığı farklılık analizleri ile sınanmıştır. Nihai olarak algıların, katılımcıların demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir.

3.7.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Tablo 3.3: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

	Grup	N (sayı)	%
Cinsiyet	Kadın	272	64,3
	Erkek	143	33,8
	Cevapsız	8	1,9
	Toplam	423	100,0
Yaş	18-22 yaş arası	72	17,0
	23-27 yaş arası	148	35,0
	28-32 yaş arası	54	12,8
	33-37 yaş arası	32	7,6
	38+ yaş arası	49	11,6
	Cevapsız	68	16,1
	Toplam	423	100,0
Eğitim Durumu	İlkokul	1	,2
	Ortaokul	27	6,4
	Lise	47	11,1
	Ön lisans	58	13,7
	Üniversite	177	41,8
	Yüksek Lisans - Doktora	95	22,5
	Cevapsız	18	4,3
	Toplam	423	100,0
Medeni Hal	Evli	229	54,1
	Bekâr	157	37,1
	Cevapsız	36	8,8
	Toplam	423	100,0

Tablo 3.4: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı (Devam)

Meslek	Ev Hanımı	23	5,4
	İşsiz	19	4,5
	Öğrenci	45	10,6
	Esnaf	6	1,4
	Emekli	8	1,9
	Ücretli çalışan	212	50,1
	Kamu personeli	59	13,9
	İş sahibi	39	9,2
	Cevapsız	12	3,0
	Toplam	423	100,0
Tatil Yapma Durumu	Evet	170	40,2
	Hayır	253	59,8
	Cevapsız	0	0
	Toplam	423	100,0

Yukarıdaki tabloda gösterildiği üzere, araştırmaya toplam 423 kişi katılım göstermiştir. Verilere göre katılımcıların %64,3'ü kadınlardan, %33,8'i erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların %0,2'si ilkokul, %6,4'ü ortaokul, %11,1'i lise, %13,7'i ön lisans, %41,8'i üniversite, %22,5'i yüksek lisans ve doktora eğitim düzeyine sahiptir. Bu verilere göre katılımcıların eğitim durumunun yüksek olduğunu görülmektedir. Katılımcıları medeni durumlarına göre değerlendirdiğimizde %54,1'i evli, %37,1'i bekârdır, %9,8'i bu soruya cevap vermemiştir. Katılımcıların çalışma durumları ise şöyledir: %5,4'ü ev hanımı, %4,5'i işsiz, %10,6'ı öğrenci, %1,4'ü esnaf, %1,9'u emekli, %50,1'i ücretli çalışan, %13,9'u kamu personeli, %9,2'si ise iş sahibidir. Tatil yapma durumuna göre ise %40,2'i tatil yapmış %59,8'i ise tatil yapmamıştır. Söz konusu veriler, örneklemin farklı sosyoekonomik özelliklere sahip katılımcıların görüşlerinin derlendiğini vurgulamaktadır.

3.7.2. Faktör Analizi

Faktör analizi, çok sayıda değişkeni yönetilebilmek ve daha anlaşılır olan daha küçük bir veri kümesine küçültmek için kullanılmaktadır. Başka bir deyim ile faktör analizi, aynı yapıyı veya belirli bir özelliği ölçmeyi amaçlayan çok sayıda değişkenden daha az sayıda anlamlı değişken elde etmeye yönelik çok değişkenli bir istatistik yöntemidir (Kline, 2011). Özdamar (2002) faktör analizini gizli kalıpları bulmak, bu kalıpların nasıl örtüştüğünü göstermek ve birden fazla kalıpta hangi özelliklerin

görüldüğünü göstermek için kullanılan bir yol şeklide ifade etmiştir. Ayrıca kümedeki benzer ögeler için bir değişken kümesi oluşturmak amacıyla kullanılmaktadır (bu değişken kümelerine boyutlar denilmektedir). Araştırmanın geçerliliğini ve ölçüm kalitesini belirlemek için faktör analizi çok önemli olarak görülmektedir (Yaşlıoğlu, 2017; Gürbüz ve Şahin, 2017; Büyüköztürk, 2002).

Bir "faktör", benzer tepki modellerine sahip bir dizi gözlemlenen değişkendir; Doğrudan ölçülmeyen gizli bir değişkenle (Büyüköztürk, 2002) ilişkilendirilirler. Faktörler, faktör yüklerine veya açıklayabilecekleri verilerdeki varyasyonlara göre listelenmektedir (Yaşlıoğlu, 2017; Büyüköztürk, 2002). Faktör analizi için gerekli ön koşullar şunlardır (Yaşlıoğlu, 2017);

- Tüm işaretler nicel olmalıdır,
- Gözlem sayısı, değişken sayısının en az iki katı olmalıdır,
- Örnek tek tip olmalıdır,
- Orijinal değişkenler simetrik olarak dağıtılmalıdır,
- İlişkili değişkenler üzerinde faktör analizi yapılmaktadır.

Araştırmada kullanılan anket formu, farklı ölçeklerden uyarlanmış ve alanda ilk kez uygulanmış olmasından dolayı faktör yapısını belirlemek amacıyla açımlayıcı faktör analizi (AFA) kullanılmıştır. Raykov ve Marcoulides (2008) AFA yönteminin, araştırmanın psikolojik yapısı hakkında öngörü kazandırdığını ve çok sayıda değişkenin daha az sayıda faktörle özetlenmesini sağladığını ifade etmektedir. AFA, *“birbirleri ile ilişkili “p” sayıda değişkenden daha az sayıda ve birbirlerinden bağımsız yeni değişkenler (faktör) türetmek üzere yararlanılan bir tekniktir”* (Tabachnick ve Fidell, 2001; Akt. Büyüköztürk, 2002).

Örneklemin yeterli olup olmadığını öğrenmek için Kaiser-Mayer testi uygulanmıştır. Kaiser-Mayer testinin %60 ve üzerinde olması örneklemin yeterli olduğunu kanıtlamaktadır (Kline, 1994; Akt. Büyüköztürk, 2002; Kozak vd., 2015). Faktör yükü değerinin 0.30 ve üzeri olması genel olarak kabul edilmektedir. Öz değeri 1 ve üzerinde olanlar dikkate alınmıştır. Değişkenlerin faktör yüklerinin en düşük değerinin 0,457 çıkması, dolayısıyla değerlerin hepsinin 0,4 üzerinde olması analizlerin uygun olduğunu göstermektedir.

Analizde döndürme faktörü (rotation factor) kullanılmıştır. Döndürme faktörünün amacı, faktör yüklerinin basit bir yapısını belirlemek ve araştırma yapanlara daha kolay yorumlamasını ve karar vermesini sağlamaktır. İki tür döndürme yöntemi bulunmaktadır. Eğik (oblique) döndürme türü- faktörlerin birbiriyle ilişkili olduğu bir dönüşümdür. Eğik döndürmenin avantajı: uygulanmasının bir sonucu olarak ortogonal faktörler elde edildiğinde, bu ortogonalliğin gerçekten içlerinde olduğundan ve yapay olarak tanıtılmadığından emin olabilmemizi sağlamasıdır. İkinci döndürme türü ise dikey döndürmedir (orthogonal). Dikey döndürme türü- sonraki her bir faktör, öncekilerden kalan değişkenliği maksimize edecek şekilde belirlenir, böylece faktörler birbirinden bağımsız, birbiriyle ilişkisiz hale gelmektedir (Kline, 1994 Akt. Büyüköztürk, 2002). Tez kapsamında Eğik döndürme yöntemlerinden “Promax” kullanılmıştır.

Analiz kapsamında,

- Ukrayna ile Türkiye arasındaki ilişkilerin olumlu olduğunu düşünüyorum,
- Türk arkadaşlarım vardır,
- Türklere karşı sempati duyuyorum,
- Tarihi bilgiler nedeniyle Türklere karşı bir ön yargım yok,
- Müslümanların genellikle iyi insanlar olduğunu düşünüyorum,
- Türklerin/Müslümanların kadınlara iyi davrandığını izledim/okudum/duydum,
- Ukrayna’daki Türklerin sorun çıkardıklarını düşünüyorum,

ifadeleri faktör yüklerinin 0,5’in altında olmasından dolayı analizden çıkarılmıştır. Analiz sonucunda Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0.863, communalities değerlerinin en düşüğü 0.414 olan toplam varyansın %70.766’sını açıklayan 9 faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. Ancak, “Ukrayna’daki Türklerin maddi durumları iyidir”, “Son yıllarda Türkler tarafından Ukrayna’ya fazla talep var” ifadelerinden oluşan faktörün güvenirlik değerinin 0.541 çıkmasından ve 0.6 eşik değerinin (Kline, 2011) altında olması nedeniyle söz konusu faktör analiz dışı tutularak AFA yeni değişken kümesiyle yenilenmiştir. Yapılan yeni analiz sonuçlarına göre toplam varyansın %74.940’nı açıklayan ve “Türkiye’de Yaşam Algısı”, “Türklerin Kişisel Özellikleri”, “Türkiye ve Ukrayna İlişkileri”, “Türkiye’de Kadın Hakları”, “Türklerin Olumlu Karakteristik Özellikleri”, “Türkler ve Ukraynalılar Arasındaki Evlilik”, “Türkiye’de

Siyasi Ortam”, “Türklerin Ukraynalı Kadınlara Bakışı” şeklinde isimlendirilen 8 faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. KMO değerinin (0.864) 0.60’ın üzerinde olması örneklem yeterliliğinin analiz yeterliliğini sağlama düzeyinin çok iyi olduğunu vurgulamaktadır. Faktör analizinin sonuçları aşağıdaki tabloda gösterilmektedir;

Tablo 3.5: Açımlayıcı ve Doğrulamalı Faktör Analizi Sonuçları

FAKTÖRLER	Faktör Yüğü	Güvenirlik Cronbach's Alpha)	Özdeğer (Eigenvalue)	Açıklanan Varyans	Ort.	St. Sapma	Mod
F1. Türkiye’de Yaşam Algısı		0,891	9,737	32,457	3,9607	0,91846	5
1. Türkiye’de insan haklarına saygı gösterildiğini düşünüyorum	0,832						
2. Türkiye’nin demokratik bir ülke olduğunu düşünüyorum	0,735						
3. Türkiye’de barışçı bir ülke olduğunu düşünüyorum	0,882						
4. Türkiye huzurlu bir ülke olduğunu düşünüyorum	0,746						
5. Türkiye’nin komşu ülkelerle ilişkilerinin iyi olduğunu düşünüyorum.	0,781						
6. Türkiye’nin turistler için güvenli bir ülke olduğunu düşünüyorum	0,849						
7. Türkiye’ye seyahat etmenin güvenli olduğunu düşünüyorum	0,641						
F2. Türklerin Kişisel Özellikleri		0,894	3,214	10,713	3,9965	0,91499	5
8. Türkler misafirperverdir	0,622						
9. Türkler dürüst insanlardır	0,901						
10. Türkler samimi insanlardır	0,946						
11. Türkler güvenilir insanlardır	0,856						
12. Türkler arkadaş canlısıdır.	0,746						
F3. Türkiye ve Ukrayna İlişkileri		0,891	2,319	7,729	3,9976	1,06748	5
13. Türkiye ile UkraynaHata! Yer işareti tanımlanmamış. arasında daha fazla işbirliğine gidilmesini destekliyorum	0,825						
14. Ukrayna’nın Türkiye’ye güvenebileceğini düşünüyorum.	0,711						
15. Yeni yapılan vize anlaşmasını destekliyorum	0,870						
16. Yapılan vize anlaşması benim için faydalı olduğunu düşünüyorum.	0,883						
F4. Türkiye’de Kadın Hakları		0,865	2,158	7,194	3,2971	0,97857	3
17. Türk kadınlarının özgürce yaşayabildiklerini düşünüyorum	0,684						
18. Türkiye’de kadınlara karşı saygılı davranıldığını düşünüyorum	0,854						
19. Türklerin kadınlara karşı nazik davrandığını düşünüyorum	0,798						
20. Türkiye’de kadınlar ile erkekler arasında eşitlik olduğunu düşünüyorum	0,715						
F5. Türklerin Olumlu Karakteristik Özellikleri		0,835	1,505	5,016	3,7821	0,93498	4/5
21. Türklerin ırkçı olmadığını düşünüyorum	0,730						
22. Türklerin kaba olmadığını düşünüyorum	0,940						
23. Türklerin agresif olmadığını düşünüyorum	0,876						
24. Türklerin genellikle iyi insanlar olduğunu düşünüyorum	0,614						

Tablo 3.4: Açımlayıcı ve Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları (Devam)

FAKTÖRLER	Faktör Yüğü	Güvenirlık Cronbach's Alpha)	Özdeğer (Eigenvalue)	Açıklanan Varyans	Ort.	St. Sapma	Mod
F6. Türkler ve Ukraynalılar arasında Evlilik		0,840	1,279	4,264	3,8392	1,18898	5
25. Türk erkekleri ile Ukraynalı kadınlar arasındaki evlilikler hakkında olumlu düşünüyorum	0,872						
26. Türk kadınları ile Ukraynalı erkekler arasındaki evlilikler hakkında olumlu düşünüyorum	1,000						
F7. Türkiye’de Siyasi Ortam		0,911	1,164	3,880	3,5355	1,01057	3
27. Türkiye’de siyasi ortamın iyi olduğunu düşünüyorum	0,901						
28. Türkiye’de siyasetin istikrarlı olduğunu düşünüyorum.	0,869						
F8. Türklerin Ukraynalı Kadınlara Bakışı		0,744	1,106	3,688	3,070	1,20248	4
29. Türklerin Ukrayna’ya gelme sebebi kadınlar olduğunu düşünüyorum	0,925						
30. Türklerin Ukraynalı kadınlara cinsel obje olarak baktıklarını düşünüyorum	0,800						
Kaiser Meyer Örnekleme Yeterliği	0,864						
Bartlett’in Yaklaşık Ki-Kare Değeri	7704,265						
Küresellik Sd	435						
Testi Anlamlılık	0,000						

3.7.3. Farklılık Analizleri

Çalışmanın hipotezleri farklılık analizleri ile sınanmıştır. Bu kapsamda, iki değişkenli gruplar (Türkiye’ye gelip gelmeme durumu, Türkiye’ye kaçınıcı kez geldiğı, tatil yeri tercihi, tatil türü tercihi, konaklama süresi, cinsiyet, medeni durum) için “t-testi”, ikiden fazla olan gruba sahip olan değişkenler (yaş, eğitim durumu) için ise Tek-Faktörlü Varyans Analizi (ANOVA) ve *post hoc* testlerinden faydalanılmıştır. Çalışma kapsamında yapılan gruplandırmalar aşağıda açıklanmaktadır;

- Tatil yapma durumuna göre 2 grup halinde değerlendirilmiştir. Birinci grup tatil yapanlar (Evet) ikinci grup ise tatil yapmayanlar (Hayır) olarak ele alınmıştır.
- Açık uçlu soru ile derlenen tatil yapma sayısına göre ise katılımcılar 3 gruba ayrılmıştır. Birinci grup 1 kere tatil yapanlardan, ikinci grup 2-3 kere tatil yapanlardan ve üçüncü grup ise 4 veya daha fazla tatil yapanlardan oluşmaktadır.
- Katılımcılar, konaklama süresine göre 3 grup halinde ele alınmıştır. Birinci grup 1-7 gün arası tatil yapanlarda, ikinci grup 8-14 gün arası tatil yapanlardan ve üçüncü grup ise 15 ve daha fazla tatil yapanlardan oluşmaktadır. Veriler açık uçlu soru yoluyla derlenmiştir.

- Tatil yeri bilgisi açık uçlu soru olarak sorulmuştur ve katılımcıların cevaplarına “Sahil bölgeleri” ve “Diğer alanlar” şeklinde iki grup olarak gruplandırılmıştır.
- Cinsiyete ve medeni duruma göre ise sırasıyla “Kadın / Erkek” ve “Evli/bekar” olarak 2 grup halinde analiz yapılmıştır.
- Yaşa göre önce ilk grup olarak Z kuşağındakiler ele alınmıştır, daha sonra 5'er yıllık gruplar halinde düzenlenmiştir. 18-22 yaş aralığındaki katılımcılar ilk grubu oluştururken, ikinci grubu 22-27, üçüncü grubu 28-32, dördüncü grubu 33-38 ve son olarak beşinci grubu ise 38 ve üstü yaş aralığına sahip olan katılımcılar oluşturmaktadır. Araştırma verilerinin çevrimiçi düzenlenmes nedeniyle katılımcıların çoğunluğunun internet kullanımına aşina daha genç bireylerden oluşması yaş gruplarının bu şekilde oluşmasının temel nedenidir.
- Eğitim durumuna göre ise 4 grup halinde değerlendirilmiştir. Birinci grup Lise ve altı, ikinci grup önlisans, üçüncü grup üniversite ve dördüncü grup ise yüksek lisans mezunlarından oluşmaktadır.

İkili gruba sahip değişkenlerin grupları arasında farklılık olup olmadığını tespit etmek için t-testi yapılmıştır (Büyüköztürk, 2002). T-testi, ikili gruba sahip değişkenlerde gruplar arasında istatistiki anlamlı farklılık olup olmadığını test etmek için sıklıkla kullanılmaktadır. Araştırmada bağımsız t-testi uygulanmıştır. T-testinin uygulanması için bazı şartların oluşması gerekmektedir: Bağımsız değişken kategorik olmalıdır, karşılaştırılacak değişkenler nümerik veri içermelidir, karşılaştırma yapılacak değişken grup başına en az 20 gözlem içermelidir. Bunlara ek olarak: matematiksel olarak daha az sayıda gözlem ile de uygulanabilir ancak t-testinin istatistiki olarak anlamlı çıkması için gruplar arasındaki farkın çok büyük olması gerekmektedir, varyanslar homojen olmalıdır, aykırı değerler barındırmamalıdır (Büyüköztürk, 2002; Yaşlıoğlu, 2017)

Farklılık analizlerinde ikiden daha fazla grup arasındaki anlamlı farklılıkların belirlenebilmesi için tek yönlü ANOVA testi kullanılmaktadır. ANOVA testi grupların birbirinden farklı olup olmadığı bilgisine ulaşılmasını sağlamaktadır (Yaşlıoğlu, 2017). Araştırmalarda ANOVA testinin uygulanabilmesi için bazı gerekliliklere ihtiyaç duyulmaktadır: Verilerin grupta normal bir dağılıma sahip olması, grup varyanslarının birbirlerine eşit olması, grupların birbirinden farklı ve rastgele seçilmiş olması ve aynı

gruptaki bireylerin birbirlerinden bağımsız ve rastgele seçilmiş olması olarak belirtilebilir. Gruplar arası farklılıkların belirlenebilmesi için Post-Hoc testleri kullanılmaktadır. Yani Tek Yönlü ANOVA grupların farklı olup olmadığını gösterirken Post-Hoc testleri ise hangi grupların birbirinden farklı olduğunu göstermektedir. Post-Hoc (Latince, “bundan sonra” anlamına gelmektedir) deneysel verilerinizin sonuçlarını analiz etmek anlamına gelmektedir (Büyüköztürk, 2014). Araştırma kapsamında, gruplar arasında farklılık olup olmadığı, ANOVA’nın varsayımı olan varyansların homojenliğinin sağlandığı durumlarda ANOVA, sağlanmadığı durumlarda ise Welch testleri ile irdelenmiştir.

Varyansların homojen dağılıp dağılmadığı Levene testi ile incelenmiştir. Levene testi sonuçlarına göre F2, F4, F5 ve F7’nin varyanslarının homojen dağıldığı, ancak F1, F3, F6, F8’in varyanslarının homojenlik koşulunun sağlanmadığı tespit edilmiştir. Bu çerçevede, gruplar arasında farklılık olup olmadığı F2, F4, F5 ve F7 için ANOVA testi ile F1, F3, F6, F8 için ise Welch testi ile analiz edilmiştir. Buna göre F1, F3, F6, F8 arasından farklılık olduğu sonucuna varılmıştır. Farklılıkların belirlendiği tüm faktörlerde varyanslar eşit dağılmadığı için bu faktörlerdeki farklılıkların hangi gruplar arasında olduğu Games-Howell *post hoc* testi ile irdelenmiştir. Games-Howell test istatistiği, hem “student t”, hem de genişletilmiş “t” modülü tabanında çalıştığı için bu test istatistiğine “liberal çoklu karşılaştırma testi” adı verilmektedir (Games, 1971). Games-Howell testi, eşit olmayan varyanslar ve eşit olmayan örneklemeler için güvenilir sonuçlar üretmektedir. Analiz sonuçları bütüncül olarak EK-1’de gösterilmekte olup, kısaca aşağıda tartışılmaktadır;

Türkiye’de Tatil Yapıp Yapmama Durumuna Göre: Yapılan sınama sonucunda F1, F2, F3, F5 ve F6 için anlamlılık düzeyi iki yönlü değeri 0.05’ten küçük olduğu için Türklerin insan haklarına saygı gösterip göstermediği; Türkiye’nin demokratik olup olmadığı; Türkiye’de barış olup olmadığı; Türklerin kişisel özellikleri; Türkiye ve Ukrayna arasındaki ilişkiler; Türklerin agresif, ırkçı, kaba olup olmadığı; Türkler ve Ukraynalılar arasındaki evlilik konularında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Dolayısıyla H1 kısmen desteklenmektedir.

Tablo 3. 6: Türkiye’de Tatil Yapıp Yapmama Durumuna Göre Farklılık Analizi.

		Varyansların Eşitliği için Levene Testi		Ortalamaların Eşitliği için t-testi						
		F	Anlamlılık.	t	df	Anlamlılık (2-yönlü)	Ortalama Fark	Std. Hata Farkı	95%Farkın Güven Aralığı	
									Alt Sınır	Üst Sınır
F_1	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	0,836	0,361	3,537	421,000	0,000	0,3180	0,0900	0,1414	0,4950
	Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			3,559	367,358	0,000	0,3180	0,0894	0,1424	0,4941
F_2	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	5,120	0,024	4,265	421,000	0,000	0,3800	0,0890	0,2047	0,5548
	Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			4,413	398,137	0,000	0,3800	0,0861	0,2106	0,5489
F_3	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	9,481	0,002	3,404	421,000	0,001	0,3560	0,1047	0,1505	0,5620
	Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			3,509	394,809	0,001	0,3560	0,1015	0,1567	0,5558
F_4	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	0,954	0,329	1,435	421,000	0,152	0,1390	0,0970	-0,0515	0,3299
	Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			1,426	352,283	0,155	0,1390	0,0976	-0,0528	0,3312
F_5	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	5,623	0,018	4,429	421,000	0,000	0,4020	0,0908	0,2237	0,5808
	Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			4,565	394,525	0,000	0,4020	0,0881	0,2290	0,5755
F_6	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	7,841	0,005	3,135	421,000	0,002	0,3660	0,1168	0,1367	0,5959
	Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			3,221	390,918	0,001	0,3660	0,1137	0,1427	0,5898
F_7	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	0,338	0,561	1,131	421,000	0,259	0,1130	0,1003	-0,0837	0,3105
	Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			1,135	364,311	0,257	0,1130	0,0999	-0,0831	0,3099
F_8	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	0,644	0,423	0,884	421,000	0,377	0,1060	0,1194	-0,1291	0,3403
	Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			0,895	374,610	0,371	0,1060	0,1180	-0,1264	0,3375

Türkiye’de Tatil Yapma Sayısına Göre: Tatil sayısına olup yapılan sına sonucunda F1 ve F7 için anlamlılık düzeyi değeri 0.05’ten küçük olduğu için H2 kısmen desteklenmektedir. Türkiye’de tatil sayısına göre katılımcıların, Türkiye’de Yaşam Algısı ve Türkiye’de siyasi ortam konularındaki görüşlerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu sonucuna varılmaktadır. Türkiye’ye 8 ile 14 gün arası tatile gelenler 1-7 gün arası tatile gelenlere nazaran daha olumlu düşüncelere sahip oldukları anlaşılmaktadır (Tablo 3.6).

Konaklama Süresine Göre: Konaklama süresi değişkeni 2’den fazla seçenek ile değerlendirildiğinden tek yön ANOVA testi kullanılmıştır. Yapılan sına sonucunda F4, F6 ve F7 için anlamlılık düzeyi iki yönlü değeri 0.05’ten küçük olduğu için H3 kısmen desteklenmiştir. Türkiye’ye 2 veya 3 kere ziyaret eden katılımcılar Türkiye’de sadece birkere bulunan katılımcılara nazaran F4,F6 ve F8 faktörleri için daha olumlu düşüncelere sahip oldukları anlaşılmaktadır (Tablo 3.7).

Tablo 3. 7: Türkiye’de Tatil Yapma Sayısına Göre Farklılık Analizi Sonuçları

	Varyansların Homojenlik Testi				ANOVA Testi (Varyans Analizi)		Welch Testi				Games-Howell Testi			
Faktörler	Levene İstatistiği	df1	df2	Anlamlılık	F	Anlamlılık	İstatistik ^a	df1	df2	Anlamlılık	Gruplar Arası Farklılık	Ortalama Farkı (I-J)	Std. Hata	Anlamlılık
F1	,573	2	139	,565	,458	,634	,543	2	60,851	,584				
F2	1,292	2	139	,278	1,713	,184	2,261	2	59,946	,113				
F3	1,174	2	139	,312	1,972	,143	2,700	2	57,590	,076				
F4	,627	2	139	,536	7,834	,001	7,252	2	55,227	,002	1 kere – 2/3 kere	-,70177*	,18886	,001
F5	1,418	2	139	,246	,114	,893	,087	2	55,943	,917				
F6	2,629	2	139	,076	3,792	,025	4,703	2	57,018	,013	1 kere – 2/3 kere	-,62546*	,20350	,008
F7	,417	2	139	,660	3,147	,046	3,271	2	55,276	,045	1 kere – 2/3 kere	-,46951*	,18264	,034
F8	,470	2	139	,626	1,323	,270	1,206	2	54,565	,307				

Tablo 3 8: Türkiye’de Konaklama Süresine Göre Farklılık Analizi Sonuçları

Faktörler	Varyansların Homojenlik Testi				ANOVA Testi (Varyans Analizi)		Welch Testi				Games-Howell Testi			
	Levene İstatistiği	df1	df2	Anlamlılık	F	Anlamlılık	İstatistik	df1	df2	Anlamlılık	Gruplar Arası Farklılık	Ortalama Farkı (I-J)	Std. Hata	Anlamlılık
F1	,587	2	142	,557	3,550	,031	3,416	2	69,290	,038	1/7 gün – 8/14 gün	-,48175*	,19681	,046
F2	2,126	2	142	,123	,344	,710	,282	2	67,327	,755				
F3	2,416	2	142	,093	1,078	.,343	1,027	2	68,580	,363				
F4	4,972	2	142	,008	1,141	,323	,916	2	62,063	,405				
F5	3,201	2	142	,044	,350	,706	,299	2	65,191	,743				
F6	2,132	2	142	,122	2,132	,241	1,550	2	66,307	,220				
F7	1,327	2	142	,269	1,327	,015	4,333	2	72,435	,017	1/7 gün-15ve daha fazla gün	-,63896*	,21641	,012
F8	,053	2	142	,949	,053	,697	,357	2	69,208	,701				

Tatil Yeri Türüne Göre: Tatil yeri değişkeni 2 seçenekli bir değişken olduğundan Bağımsız t-testi kullanılmıştır. Yalnızca F1 için anlamlılık düzeyi iki yönlü değeri 0.05'ten küçük olduğu için ve tatil yeri seçimine göre katılımcıların Türkiye'de insan haklarına saygının olup olmadığına, Türkiye'de barış olup olmadığına, Türkiye'nin huzurlu bir ülke olup olmadığına dair konulardaki görüşlerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır sonucuna varılmıştır. H4 kısmen desteklenmiştir.

Cinsiyete Göre: Cinsiyete göre yapılan sına sonucunda F2 ve F3 için anlamlılık düzeyi iki yönlü değeri 0.05'ten küçük olması cinsiyete göre katılımcıların Türklerin kişisel özellikleri (dürüst, samimi, güvenilir olup olmadığı) ve Türkiye ve Ukrayna arasındaki ilişkiler konusunda görüşlerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla H5 kısmen desteklemektedir.

Medeni Duruma Göre: Medeni durum değişkeni 2 seçenekli bir değişken olduğundan Bağımsız t-testi kullanılmış olup yapılan sına sonucunda F2, F3, F4, F5, F7 ve F8 için anlamlılık düzeyi iki yönlü değeri 0.05'ten küçük olduğu için H6 desteklenmiştir. Medeni duruma göre katılımcıların Türklerin kişisel özellikleri (dürüst, samimi, güvenilir olup olmadığı), Türkiye ve Ukrayna arasındaki ilişkiler, Ukraynalılar arasında Evlilik ve Türkiye'de siyasi ortam, Türklerin agresif, ırkçı, kaba olup olmadığı, Türkiye'de siyasi ortam ve Türklerin Ukraynalı kadınlara bakışlarına yönelik konulardaki görüşlerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu sonucuna varılmıştır.

Yaş Göre: Yaş değişkeni 2'den fazla seçenek ile değerlendirildiğinden tek yön ANOVA testi kullanılmıştır. Yapılan sına sonucunda F2 ve F8 için anlamlılık düzeyi iki yönlü değeri 0.05'ten küçük olduğu için H7 kısmen desteklenmiştir. Yaş durumuna göre Türklerin Kişisel Özellikleri ve Türklerin Ukraynalı kadınlara bakış açısı konularında ki görüşlerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır sonucuna varılmıştır (Tablo 3.8).

Eğitim Durumuna Göre: Eğitim durumu değişkeni 2'den fazla seçenek ile değerlendirildiğinden tek yön ANOVA testi kullanılmıştır. Yapılan sına sonucunda F3, F6 ve F8 için anlamlılık düzeyi iki yönlü değeri 0.05'ten küçük olduğu için H8 kısmen desteklenmiştir. Eğitim seviyesine göre katılımcıların Türkiye ve Ukrayna arasındaki ilişkiler, Türkler ve Ukraynalılar arasındaki evlilik ve

Türklerin Ukraynalı kadınlara nasıl baktığı ile ilgili konulardaki görüşlerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır sonucuna varılmaktadır. (Tablo 3.9)



Tablo 3. 9: Yaş Değişkenine Göre Farklılık Analizi Sonuçları

Faktörler	Varyansların Homojenlik Testi				ANOVA Testi (Varyans Analizi)		Welch Testi				Games-Howell Testi			
	Levene İstatistiği	df1	df2	Anlamlılık	F	Anlamlılık	İstatistik	df1	df2	Anlamlılık	Gruplar Arası Farklılık	Ortalama Farkı (I-J)	Std. Hata	Anlamlılık
F1	3,065	4	350	,017	,489	,744	,488	4	114,951	,744				
F2	3,432	4	350	,009	4,512	,001	4,539	4	119,267	,002	18/22 yaş – 28/32 yaş	-,63588*	,15298,	,001
											28/32 yaş - 23/27 yaş	,35347*	,12009	,032
F3	3,030	4	350	,018	1,319	,263	1,570	4	118,641	,187				
F4	5,125	4	350	,001	1,054	,379	,906	4	117,867	,463				
F5	,574	4	350	,682	1,678	,155	1,806	4	119,386	,132				
F6	2,196	4	350	,069	2,318	,057	2,314	4	120,200	,061				
F7	,077	4	350	,989	1,098	,357	1,129	4	119,579	,346				
F8	1,338	4	350	,255	2,659	,033	2,991	4	121,876	,021	18/22 - 38+ yaş	,65391*	,19481	,009

Tablo 3. 10: Eğitim Değişkenine Göre Farklılık Analizi Sonuçları

Faktörler	Varyansların Homojenlik Testi				ANOVA Testi (Varyans Analizi)		Welch Testi				Games-Howell Testi			
	Levene İstatistiği	df1	df2	Anlamlılık	F	Anlamlılık	İstatistik ^a	df1	df2	Anlamlılık	Gruplar Arası Farklılık	Ortalama Farkı (I-J)	Std. Hata	Anlamlılık
F1	2,786	3	401	0,041			1,777	3	163,500	0,154				
F2	1,604	3	401	0,188	1,041	0,374								
F3	11,137	3	401	0,000			3,660	3	188,218	0,013	Ön lisans-Üniversite	0,43793*	0,13297	0,006
F4	1,037	3	401	0,376	0,565	0,638								
F5	1,871	3	401	0,134	4,878	0,002					Lise ve Altı-Ön lisans	-0,58483*	0,16302	0,002
											Lise ve Altı-Üniversite	-0,34405*	0,12845	0,046
F6	8,327	3	401	0,000			4,298	3	178,501	0,006	Lise ve Altı-Ön lisans	-0,64736*	0,18030	0,003
F7	1,196	3	401	0,311	0,380	0,768								
F8	9,262	3	401	0,000			2,980	3	180,817	0,033	Lise ve Altı-Üniversite	0,41944*	0,15758	0,042

SONUÇ ve ÖNERİLER

Turizm dünyanın en büyük ve en hızlı büyüme gösteren endüstrilerinden birisidir. İnsanların yaşamında çok önemli ekonomik ve sosyal olay haline gelmiş durumdadır (Çalışkan, 2003). Her yıl dünyayı dolaşan bir milyardan fazla turistle (UNWTO, 2018-2021) turizm, tüm uluslardan insanları hem ev sahibi hem de misafir olarak çeken dünya çapında bir sosyal ve kültürel fenomen haline gelmiştir. Turizmin temel deneyimi – yeni bir yeri ziyaret etmek, insanları ve kültürüyle tanışmak – turizmin bir barış aracı olarak rolünü tanımlayan dönüştürücü bir yöndür. İnsanların bu kadar seyahat etmesi ve farklı kültürlerle tanışması diyalog ve alışverişi teşvik etmekte, kültürel engelleri ortadan kaldırmakta, hoşgörü, karşılıklı anlayış ve saygı değerlerini teşvik etmektedir. Sürekli olarak uyumlu bir arada yaşama mücadelesi veren bir dünyada, turizmin benimsediği bu değerler, daha barışçıl bir gelecek inşa etmenin ayrılmaz bir parçasıdır. Barış, seyahat ve turizmin temel taşı görevini üstlenmekte ve sosyal büyüme, gelişme için esas konum olmaktadır (Wohlmuther ve Winterstainer, 2014).

Bu bağlamda yapılan araştırmada turizm hareketlerine göre Ukraynalıların Türk toplumuna ve Türkiye'ye bakış açıları ölçülmüştür. Ukraynalı turist sayısı son yıllarda artış göstermiştir ve Ukrayna, Türkiye'ye en çok turist gönderen ülkeler arasında ilk 5 ülke arasında yerini almaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020). Son yıllarda Ukrayna'yı ziyaret eden Türk turist sayısı da çoğalmaktadır. Bu da iki ülke vatandaşları arasındaki kültürel etkileşime neden olmaktadır.

Veriler anket formu ile elde edilmiştir. Ukraynalıların Türkiye ve Türklere karşı bakış açısını değerlendirmeye yönelik 39 soru sorulmuştur ve veriler Ukrayna Kiev'de ikamet eden yetişkinlerden derlenmiştir. Sonrasında soruların ortak bir yapıda bir araya getirilebilmesi ve yorumlanabilmesi için faktör analizi yapılmış ve faktör analizinde "Türkiye'de Yaşam Algısı", "Türklerin Kişisel Özellikleri", "Türkiye ve Ukrayna İlişkileri", "Türkiye'de Kadın Hakları", "Türklerin Olumlu Karakteristik Özellikleri", "Türkler ve Ukraynalılar arasında Evlilik", "Türkiye'de Siyasi Ortam", "Türklerin Ukraynalı Kadınlara Bakışı" şeklinde isimlendirilebilecek faktörler oluşmuştur.

Yapılan faktör analizi sonucunda ilk olarak “Türkiye’de Yaşam Algısı” faktörünün ortalaması 3,9607 olarak çıkmıştır. En düşük puanın 1 olduğu en yüksek puan ise 5 olduğu değerlendirilmedi; Ukraynalılar Türkiye’de insan haklarına saygı duyulduğunu, demokrasinin olduğunu ve Türkiye’nin güvenli olduğunu düşünmektedirler.

İkinci olarak “Türklerin Kişisel Özellikleri” faktörünün 1 ile 5 arası değerlendirilmedi ortalaması 3,9965 olarak ortaya çıkmıştır. Genel olarak Ukraynalılar Türklerin samimi, misafirperver, güvenilir, arkadaş canlısı olarak görmektedirler. Üçüncü olarak “Türkiye ve Ukrayna İlişkileri” faktörünün ortalaması 3,9976’dır. Bu sonuca bakıldığında Ukraynalılar iki ülke arasındaki ilişkileri desteklemekte ve devam etmesini istemektedirler. Dördüncü olarak “Türkiye’de Kadın Hakları” faktörünün ortalaması 3,2971’dir. Ukraynalılar Türkiye’de kadın haklarına saygı ve kadın ve erkek arasında eşitlik konusunda olumsuz olmamakla birlikte diğer faktörler kadar olumlu düşüncelere de sahip olmadıkları anlaşılmaktadır.

Beşinci olarak “Türklerin Olumlu Karakteristik Özellikleri” faktörünün ortalaması 5 üzerinden 3,7821 olarak sonuçlanmıştır. Ukraynalılar genel olarak Türklerin ırkçı ve kaba olmadığını düşünmekte ama Türklerin saldırgan olduğunu düşünmektedirler. Sektör çalışanlarının çoğunluğu üniversite mezunu olmaması veya yaşadıkları ekonomik sıkıntıların dışı vuruşu saldırgan davranış göstermelerine neden olabilir. Altıncı olarak “Türkler ve Ukraynalılar Arasında Evlilik” faktörünün ortalaması 3,8392 olarak tespit edilmiştir. Ukraynalılar, Türkler ve Ukraynalılar arasındaki evliliğe olumlu bakmaktadırlar.

Yedinci olarak “Türkiye’de Siyasi Ortam” faktörünün ortalaması 3,5355’dir. Dolayısıyla, katılımcıların Türkiye’deki siyasi ortam hakkında olumluya yakın görüşe sahip oldukları anlaşılmaktadır. Son ve sekizinci olan “Türklerin Ukraynalı Kadınlara Bakışı” faktörünün ortalaması 3,0697’dir. Faktörün altında Türklerin Ukrayna’ya gelme sebeplerinin kadınlar ile ilgisi ve kadınlara cinsel obje olarak bakıp bakmadığı konusundaki düşünceleri sorulmuştur. Yapılan anket sonuçlarına göre “Türklerin Ukraynalı kadınları cinsel obje olarak gördüğünü düşünmekteyim”

ifadesine çoğunluk “tamamen katılıyorum” veya “kısmen katılıyorum” seçeneklerini tercih etmiştir

Katılımcıların en olumlu düşündükleri faktörlerin “Türklerin Kişisel Özellikleri” (ort.= 3,9963) ve “Türkiye Ukrayna İlişkileri” (ort.= 3,9976) olduğu tespit edilmiştir. “Türkiye’de Kadın Hakları (ort.=3,2971) ve “Türklerin Ukraynalı Kadınlara Bakışı” (Ort.=3,0697) faktörlerine yönelik olarak ise genellikle olumsuz bir bakış açısı olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmanın temel amacı bireylerin görüşlerinde turizm faaliyetlerinin farklılık oluşturup oluşturmadığının incelenmesi olduğu için Türkiye’de tatil yapıp yapmama durumu, yapılan tatil sayısı, konaklama süresi, tatil yeri seçimi, değişkenlerinin yanı sıra, katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık analizleri gerçekleştirilmiştir.

Türkiye’de tatil yapıp yapmama durumuna göre katılımcıların cevaplarına bakıldığında tatil yapanlar yapmayanlara nazaran “Türklerin Yaşam Algısı”, “Türklerin Kişisel Özellikleri”, “Türkiye Ukrayna İlişkileri”, “Türklerin Olumlu Karakteristik Özellikleri” ve “Türkler ve Ukraynalılar Arasındaki Evlilik” konularında daha olumlu düşüncelere sahip oldukları tespit edilmiştir. Türkiye’yi daha önce ziyaret edenler Türklerin insan haklarına saygı gösterdiğini, Türkiye’nin demokratik, huzurlu ve güvenli bir ülke olduğunu düşünmektedir. Türklerin misafirperver, dürüst, samimi olduğunu ve aynı zamanda ırkçı, kaba olmadıklarını düşünmektedirler. Bu sonuç Geçit (2017) tarafından yapılan çalışmanın sonuçlarını desteklemektedir. Ateşoğlu ve Türker (2013) tarafından yabancıların Türkiye imajını ölçmek için İstanbul, Antalya, Muğla ve Kapadokya’da yaptıkları araştırma sonucunda katılımcıların Türkiye’yi ziyaret etmeden önce olumsuz olan düşünceleri ziyaret sonrasında genel olarak olumlu yönde değiştiğini göstermektedir. Ama aynı çalışmada, yapılan bu çalışmanın aksine katılımcıların Türklerin dürüst ve güvenilir olmadığı düşünülmektedir (Ateşoğlu ve Türker, 2013).

Turistlerin gelmeden önce olumsuz düşüncelere sahip olmalarının nedeni Türkiye ve Türkler ile alakalı uluslararası medyada yer alan olumsuz haberler olduğu düşünülmektedir (Ateşoğlu ve Türker, 2013; Alver, 2001). Örneğin Alver (2001)

tarafından yapılan araştırmada Alman basınında Türkler eğitimsiz, demokrasi geleneğine sahip olmayan, kendi gettolarına çekilmiş, şiddete eğilimli bir topluluk olarak gösterilmektedir.

Tatil sayısına göre katılımcıların cevaplarına bakıldığında tatil sayısı çoğaldıkça katılımcıların görüşlerinin daha olumlu olduğu belirlenmiştir. Tatil sayısının artmasıyla birlikte “Türkiye’de kadın hakları”, “Türkler ve Ukraynalılar arasındaki evlilik” ve “Türkiye’deki siyasi ortam” konuları hakkında daha olumlu düşüncelerin de arttığı tespit edilmiştir. Tatil sayısına göre katılımcı düşüncelerinin olumlu yönde değişmesinin nedeni olarak katılımcıların yerel halkla daha fazla etkileşimde bulunması gösterilebilir. Yerel halkla daha fazla iletişim ve etkileşim kurulmasının; alınan hizmetin kişileri mutlu etmesi, alınan hizmetin ödenen ücrete değmesi gibi daha önce olumsuz olan bakış açılarını olumlu yönde değişmesine katkıda bulunduğu düşünülmektedir.

Konaklama süresine göre incelendiğinde, konaklama süresi çoğaldıkça “Türkiye’de yaşam algısı” ve “Türkiye’de Siyasi ortam” konularında Türklere ve Türkiye’ye bakış açılarında katılımcıların görüşleri daha olumlu olduğu belirlenmiştir. Turistler yerel halkla daha uzun süre etkileşim kurduklarından dolayı düşünceleri olumlu yönde değişiklik gösterdiği düşünülmektedir. Dolayısıyla, turist–yerel halk etkileşimini arttıracak konaklama ve turizm türlerinin geliştirilmesi ile daha farklı ve daha olumlu sonuçlar elde edilmesi olası görünmektedir.

Tatil yeri türüne göre bakıldığında, sahil kısmına gelen katılımcıların görüşleri ile diğer kısımlara gelen katılımcıların görüşleri arasında fark olduğu görülmüştür. Sahil kısmında tatil yapanlar Türkiye’nin politik ortamının daha iyi olduğunu ve daha demokratik olduğunu düşünmektedir. Sebep olarak: sahil kısımlarındaki en önemli gelir payının turizmden sağlanması ve bu durumdan dolayı yapılanmaların, faaliyetlerin ve uygulamaların çoğunun turistlere ve turistlerin kendilerini daha rahat hissetmesine yönelik yapılması gösterilebilir. Sahil kısmında çalışanların çoğunun ve yerel halkın tek gelir kaynağı turistler olduğundan dolayı gündelik problemlerini, sıkıntılarını onlara yansıtmamaktadır. Bu olay da turistlerde yerel halkın ve çalışanların sıkıntılarının olmadığını, demokrasinin üst seviyede olduğunu ve uygulanan politikaların doğru olduğunu düşünmesine neden olabilir.

Diğer illerin (katılımcıların çoğunun İstanbul, İzmir ve Ankara diye belirttiklerini göz önünde bulundurularak) kalabalık olması, gündelik ülke içi problemlerle daha iç içe bulunması, insanların gündelik problemlerinin turistlere yansması gibi durumlar farklı düşünce yapılarının oluşmasına sebep olarak gösterilebilir. Tunç (2003) araştırmasında, Antalya'ya tatile gelen yabancı katılımcıların çoğunun (42,9'u) Türkiye'de demokrasinin iyi olduğunu düşündüğü sonucuna varmıştır. Araştırmanın sonuçları çalışma ile benzerlik göstermekte ve verileri desteklemektedir.

Demografik özelliklerine göre farklılıklar olup olmadığına bakıldığında cinsiyete, medeni duruma, eğitim durumuna ve yaşa göre farklılık göstermektedir. Cinsiyete göre katılımcıların görüşlerine bakıldığında erkek katılımcılar kadın katılımcılara nazaran Türkler ve Türkiye hakkında daha olumlu düşüncelere sahiptirler. Erkek katılımcılar “Türklerin karakteristik özellikleri” ve “Türkiye Ukrayna arasındaki ilişkiler” konusunda daha olumlu düşünmektedirler. Türkiye ve Ukrayna arasındaki vizesiz seyahatin resmiyet kazanmasından sonra (2012) Ukrayna'ya düzenlenen sefer sayıları çoğalmıştır. Bu da daha fazla Türk turistin Ukrayna'yı ziyaret etmesine vesile olmuştur. Ukraynalı kadınlara göre ziyaret edenlerin çoğu “seks” için Ukrayna'ya gelmektedir (Euronews, 2019). Türkiye'ye gelen kadınlara karşı olumsuz davranışların da etkenlerden biri olabileceğini düşündürmektedir. Ateşoğlu ve Türker (2013) yaptığı bir çalışmada Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin algıladıkları ülke imajı üzerine değerlendirmelerde bulunmuşlardır. Çalışma sonucundaki veriler ile yapılan araştırmanın sonucu benzerlik gösterir niteliktedir. Çalışma sonucuna göre kadın katılımcıların erkek katılımcılara nazaran olumsuz bir Türk insanı imajına sahip oldukları gözlemlenmiştir. Ateşoğlu ve Türker tarafınan yapılan çalışma sonucunda bunun temel kaynağının Alanya ve Marmaris gibi gece hayatının ve eğlencenin yoğun olduğu bölgelerde tacize varan olumsuz davranışların ve tecavüz vakalarının yaşanması gösterilmektedir (Ateşoğlu ve Türker, 2013). Bir diğer neden olarak ise yabancı yayın organlarında Türk erkeklerinin olumsuz imaj ile gösterilmesi olabilir. İngiltere'nin en ünlü gazetelerinden biri olan “Times” gazetesinde Türkiye'ye seyahat etmeyi düşünen İngiliz kadınlara Türk erkekleri hakkında uyarılara yer verilmiştir. Haberde uzun süreliğine gitmek isteyen İngiliz kadınlarının Türkiye'ye seyahat etmemeleri tavsiye edilirken, kısa süreli kalışlarda ise Türk erkeklerine sert

ve soğuk davranmaları önerilmiştir (Tunç, 2003). Geçmiş yıllara nazaran son dönemde bu konu hakkında yapılan çalışmalara rastlanmamıştır. Dolayısıyla turizm ve seks ilişkisi, turizmde taciz olayları konuları farklı biçimde ele alınması gerektiği düşünülmektedir.

Medeni duruma göre katılımcıların görüşlerine bakıldığında, “Türklerin Kişisel Özellikleri”, “Türkiye ve Ukrayna İlişkileri”, “Türkiye’de Kadın Hakları”, “Türklerin Olumlu Karakteristik Özellikleri”, “Türkiye’de Siyasi Ortam” konularında bekârlar evlilere nazaran daha olumlu düşünmektedirler. Evliler ise “Türklerin Ukraynalı Kadınlara Bakışı” ile ilgili sorulara bekârlara nazaran daha olumlu düşüncelere sahiptir. Katılımcıların, evlilikler konusundaki tecrübeleri veya çevrelerinde Türklerle evli olanların aile hayatından edindikleri tecrübeler çerçevesinde böyle düşünceye sahip olabilecekleri düşünülmektedir. Aynı şekilde, yukarıdaki yorumlara paralel şekilde, olumsuz yaklaşımlardan en çok bekârların mustarip olmasının da bu sonuca neden olduğu mütalaa edilmektedir.

Yaşa göre Ukraynalıların Türkler ve Türkiye’ye bakış açılarında “Türklerin Kişisel Özellikleri” ve “Türklerin Ukraynalı Kadınlara Bakışı” konularında farklılık vardır. İkinci faktör olan “Türklerin Kişisel Özellikleri” hakkında 28-32 yaş aralığında ki katılımcılar 18-22 yaş aralığında ki katılımcılara nazaran daha olumlu düşüncelere sahiptirler. Sekizinci faktör olan “Türklerin Ukraynalı Kadınlara Bakışı” hakkında ise 38 yaş ve üstü olan katılımcılar 18 ve 22 yaş aralığında ki katılımcılara nazaran daha olumlu düşüncelere sahiptirler. Bunun nedeninin 28 ve üstü katılımcıların hayat tecrübeleri ve olgunlukları diğer daha genç katılımcılara nazaran daha olumlu bakış açılarına sahip olmalarına sebep olduğu düşünülmektedir. Eğitim durumuna göre ise “Türkiye Ukrayna İlişkileri”, “Türklerin Olumlu Karakteristik Özellikleri”, Türkler ve Ukraynalılar Arasındaki Evlilik”, “Türklerin Ukraynalı Kadınlara Bakışı” konuları hakkında farklılık olduğu tespit edilmiştir. Ön lisans mezunları “Türkiye Ukrayna İlişkileri” sorularına üniversite mezunlarına nazaran daha olumsuz cevaplar vermişlerdir. Lisans ve altı mezunları ise “Türklerin Olumlu Karakteristik Özellikleri” hakkında sorular sorulara üniversite mezunlarına nazaran daha olumsuz cevaplar vermişlerdir. Aynı şekilde “Türkler ve Ukraynalılar Arasındaki Evlilik” ve “Türklerin Ukraynalı Kadınlara Bakışı” konularında da lise ve

altı eğitim kurumlarından mezun olanlar üniversite mezunlarına nazaran daha olumsuz düşüncelere sahiptir. Genel olarak bakıldığında eğitim seviyesi yükseldikçe Türkiye ve Türklere karşı bakış açıları olumlu yönde değişiklik göstermektedir. Bu da Koçak (2016) tarafından yabancı turistlerin Türkiye marka imajı ve Türk imajı hakkındaki algısı üzerine yaptığı çalışmanın sonuçlarıyla örtüşmektedir. Bu değişimin nedeninin ortaokul ve lise seviyelerindeki tarih kitaplarında Türklerin barbar, vahşi, kaba, sert olarak gösterilmesinden kaynaklı olduğu düşünülmektedir. Lise ve altı eğitim seviyesine sahip olan kişilerin, tarih ile ilgili eğitimlerinde öğrendikleri bilgiler ile düşünmesi ve haberlerden etkilenerek değerlendirmesinden kaynaklı olduğu varsayılmaktadır. Daha sabit fikirli kaynaklardan bilgi sahibi olunmasının bu gibi düşünceleri destekleyeceği düşünülmektedir. Uluslararası basında Türklere karşı yapılan propagandalardan dolayı, ortaokul ve lise tarih kitaplarında Türkleri düşman olarak gösterilmesinden dolayı olumsuz düşüncelere sahip olabilecekleri düşünülmektedir.

Arabacı (2019), Ukrayna eğitim sisteminde ortaokul ve lise tarih kitaplarındaki Türk imajını incelemiştir. Elde edilen sonuç çalışmanın sonucunu destekler niteliktedir. Yapılan araştırmanın sonucuna göre Ukrayna’da ortaokul ve lise düzeyindeki tarih kitaplarında Türklere karşı olumsuz bir bakış açısı vardır. Başka bir örnek olarak Alver (2001) tarafından yapılan ve Alman gazetelerindeki olumsuz Türk ve Türkiye imajıyla ilgili çalışmanın sonuçları gösterilebilir. Çalışmanın sonuçları araştırma verileri ile örtüşmektedir.

Genel olarak katılımcıların olumsuz düşüncelere sahip oldukları 2 faktör vardır. Bunlar “Türkiye’de kadın hakları” ve ”Türklerin Kadınlara Bakışı” faktörleridir. Bunun sebebi, Türk toplumunun ataerkil bir toplum olması olabilir. Ukraynalılar Müslüman toplumlarda kadınlara karşı erkeklerin baskıcı olduğunu, çok eşliliğin normal karşılandığı gibi “streotiplerin” olduğunu, kadınların erkeklere oranla daha az hak sahibi olduğunu, eşitliğin olmadığını düşünmektedir. Ukrayna’da yayınlanan “Українська Правда” (Ukrainska Pravda) gazetesindeki habere göre Ukraynalıların Müslümanlara karşı 10 farklı steriotip (ön yargı) olduğunu belirtmiştir. Söz konusu haberde Ukraynalıların “Müslüman erkekleri çok eşlidir, kadınlar hicap takmak zorundadır (diğer bir ifade ile kadınlar istemese bile kapalı

olmaya zorlanmaktadır), erkekler/eşler kadınlara karşı sert davranır, kadın-erkek eşitliği yoktur, kadınların herhangi hakkı yoktur, kadınlar erkeklere tabi olmalıdır gibi ön yargılara sahip olduğu ifade edilmiştir (Ukrainska Pravda, 2021). Aşağıda söz konusu haberden bir kesit (orijinali ve Türkçe çevirisi) sunulmaktadır;

<i>“Мусульманські чоловіки багатоженці?”</i>	Türk erkekleri çok eşli midir?
<i>Жінки в ісламі обов'язково носять хіджаб?</i>	İslam'da kadınlar hicap taşımak zorunda mıdır?
<i>А може, всі вони взагалі терористи і треба триматися від них якнайдалі?</i>	Belki de onların hepsi teröristtir ve onlardan uzak durmak gerekiyordur?
<i>Ці та інші стереотипи продовжують ширитися. Не можна сказати, що масова культура та загальне інформаційне поле сформували в українців правдиве уявлення про ісламську культуру: часто наші співвітчизники не особливо прихильні до мусульман”.</i>	Bu ve bunun gibi stereotipler (önyargılar) yayılmaya devam etmektedir. Kitle kültürünün ve genel bilgi alanının Ukraynalılarda gerçek bir İslam kültürü fikri oluşturduğu söylenemez: çoğunlukla yurttaşlarımız (Ukraynalılar) Müslümanlara pek sempati duymamaktadırlar

Kaynak: Ukrainska Pravda, (2021)

Sonuç olarak Ukraynalıların Türklere ve Türkiye'ye olan bakış açılarının bazı unsurlar dışında genel olarak olumlu olduğu söylenebilir. Türkiye'yi sadece güvenli bir turizm destinasyonu olarak değil aynı zamanda güvenebileceği bir dost ülke olarak görmektedirler. Siyasi ilişkileri desteklemektedir ve ilişkilerin devam etmesini istemektedirler.

Araştırma tezinin ana fikri olan “Turizm uluslararası anlayışa katkıda bulunuyor mu? “sorusunun cevabı olarak turizm hareketlerinin uluslararası anlayışa, kültürel etkileşime, barışa katkıda bulunduğu söylenebilir. İki ülke arasındaki turizm hareketleri, iki farklı kültürden olan Ukraynalıların ve Türklerin birbirini daha iyi tanımasına, ön yargıları ortadan kaldırmasına vesile olmaktadır. Bu çerçevede, çalışma bulguları ışığında hem akademik alanyazın hem de yapılabilecek uygulamalara yönelik oluşturulan öneriler aşağıda belirtilmektedir;

Akademik alanda;

- Bu çalışmada Ukraynalıların turizm hareketlerine göre Türklere ve Türkiye'ye bakış açıları değerlendirilmiştir. Aynı şekilde Türklerin Ukraynalılara ve Ukrayna'ya bakış açısını değerlendiren çalışmaların yapılması önerilmektedir.

- Türkiye ve Ukrayna arasındaki turizm ilişkilerinin (seyahat nedenleri, turist profili, tercih edilen tatil türü, tatil bölgesine ve dönemine göre) daha detaylı araştırmalar yapılarak incelenmesi gerektiği düşünülmektedir.
- Araştırma Ukrayna'nın başkenti Kiev'de gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla Ukrayna'nın diğer yerleşimlerinde (kentsel ve kırsal alanlardaki farklılıkları anlayabilecek düzeyde) yapılması halinde farklı sonuçlar elde edilebileceği varsayılmaktadır. Örneğin, Ukrayna'da radikal milliyetçi bir parti olan Svoboda (Özgürlük) partisi 2010 yerel seçimlerinde doğu bölgesinde yeterli oy alamazken batı bölgesinde bir belediye başkanlığı kazanmış ve birçok kasaba belediye meclisinde etkili oranlara ulaşmışlardır (Subaşı, 2011). Aynı zamanda Reyting (Рейтинг) (2012) isimli bir sosyal araştırma grubunun patriotizm (milliyetçilik/vatanseverlik) üzerine yaptığı bir çalışmada Ukrayna'nın batısında, patriotizmin yükseldiği ve ülkesiyle ve diliyle en fazla gurur duyan Ukraynalıların bu şehirlerde olduğu sonucuna varılmıştır (Reyting, 2012). Dolayısıyla daha farklı politik görüşlere sahip kesimlerde yapılması veya bu kesimleri de inceleyecek şekilde yapılması durumunda daha farklı sonuçlara ulaşılabileceği düşünülmektedir.
- Aynı zamanda, turizmin kültürel anlayışa etkileriyle ilgili daha detaylı ve daha fazla çalışmanın yapılması gerektiği sonucuna varılmıştır. Dolayısıyla çalışmanın sonuçlarının Türkiye ve Ukrayna arasındaki turizm ilişkilerinin olasılıklı örnekleme yöntemleri ve daha büyük örneklem grupları ile sınanmasının ötesinde benzer çalışmaların Türkiye'ye turist gönderen diğer ülkeler üzerinde de yapılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.
- Araştırma kapsamında incelenen “Türklerde kadınlar ile erkekler arasında eşitliğin olduğunu düşünüyorum” yargısına verilen olumsuz cevaplar farklı bir çalışmada yüz yüze görüşmelerle daha detaylı araştırılabilir ve farklı sonuçlar ortaya çıkabilir. Diğer yandan, “Türklerin Ukrayna'ya gelme sebebinin kadınlar olduğunu düşünüyorum” ve “Türklerin Ukraynalı kadınları cinsel bir obje olarak gördüğünü düşünüyorum” ifadeleri ayrı bir

inceleme alanı olarak araştırılabilir. Bu çerçevede, Türklerin Ukrayna'ya seyahatlerinin temel motivasyonunun ne olduğu araştırılabilir.

- Dünyada Türkiye imajı üzerine çalışmaların yeterli sayıda olmadığı gözlemlenmiştir. Bu konuda daha fazla araştırma yapılması önerilmektedir. Aynı zamanda Türkiye'de ve Türklerde farklı milletlerin imajına yönelik araştırmalar yapılması gerekmektedir. Yabancı ülkelerdeki Türkiye imajının olumlu yönde geliştirmesine ve değiştirilmesine yönelik çalışmaların artırılması gerektiği düşünülmektedir

Uygulama ve Politika Alanında;

- Türkiye'nin turizmde markalaşma çalışmalarına devam ederek, imaj ve algı yönetimi üzerinde daha etkin olması gerekmektedir. Bu kapsamda, dünya medyasında Türkiye ve Türkler hakkında çıkan algılara ve propagandaların etkisinin azaltılması anlamında olumlu haberlerin yapılması hususunda çalışmalar önerilmektedir. Turizmin, ülke markalaşması açısından önemi üzerinde farklı çalışmaların yürütülmesinin önem arz ettiği düşünülmektedir. Bu çerçevede, tanıtım faaliyetleri kapsamında sadece tesislere değil; Türk tarihi ve kültürünün zenginliğine ve ilgi çekiciliğine vurgu yapılması yönünde ihtiyaç olduğu gözlemlenmiştir.
- Türk ve diğer milletlerin kültürlerini tanıtıcı etkinlikler önemli çalışmalar olarak görülmektedir. Örneğin Ukrayna-Türkiye arasındaki tarihi ön yargıları ortadan kaldırmak amaçlı ortak çalışmalar yapılması desteklenmelidir. İki ülke arasındaki ön yargıları ortadan kaldırmak için ülkeler arasında kültürel etkileşimi artırmak gerekmektedir.
- Çalışma kapsamında irdelenen Ukrayna da dâhil olmak üzere tarih kitaplarında Türk imajını olumsuz olmasının, genç nesillerin Türkiye ve Türklere olumsuz bakmalarına neden olduğu düşünülmektedir. Bu yüzden Türkiye ve Ukrayna (ve diğer ülkeler) arasındaki politik ilişkilerin de iyi olmasının avantajından yararlanılarak tarihe yönelik bilgilerin daha objektif şekilde gözden geçirilmesi ve müfredatın bu yönde düzenlenmesine ilişkin lobi faaliyetleri ve akademik çalışmalar yürütülmelidir. Kültürlerin

tanıtılması ve milletler arasındaki tarihi ön yargıları ortadan kaldırmak amaçlı ortak çalışmalar yapılması desteklenmelidir.

- Her şey dâhil konaklamaların yanı sıra, gelen turistlerin yerel insanlarla ve kültürle tanışmasını sağlayacak faaliyetlerin ve paketlerin hazırlanması ve oluşturulması gerekmektedir. Aynı şekilde, Ukrayna kültürünü ve yerel halkını tanıtacak faaliyetlerin gerçekleştirilmesi gerekmektedir.
- Bir ürün veya hizmetin turiste farklı fiyatlarla uygulanması, turistlere verilen daha yüksek fiyatlar Türklere ve Türkiye'ye bakış açılarının olumsuz yönde değişmesine neden olmaktadır (Koçak, 2016). Bu konuda yerel yönetimler veya devlet kurumları tarafından önlem alınması gerekmekte ve bir fiyat politikası çalışması yapılması önerilmektedir. Meslek odaları tarafından çalışanlara eğitim verilerek bilinçlendirilme çalışmalarına ihtiyaç duyulduğu gözlemlenmiştir.
- Kadın hakları konusunda devlet yetkilileri başta olmak üzere yerel yönetimlerin ve STK'ların, gerekli önlemlerin alınması ve sorunların çözümü için gayret sarf etmeleri önem arz etmektedir. Türkiye'de kadın haklarının ihlal edildiğine ve saygı duyulmadığına ilişkin yönelik daha olumsuz bakış açısının oluşması, gelen kadın turistler için bir tehdit unsuru oluşturabilir. Bu konuya yönelik aydınlatıcı araştırmaların yapılması ve bu algının giderilmesine yönelik faaliyetlerin/organizasyonların yapılmasının gerekli olduğu tespit edilmiştir.
- Turizm personeli, turistlerin ülkeye ve ülke insanlarına yönelik algılarının oluşumunda çok etkilidir. Ama turizm sektöründe düşük maaşa çalışan eğitimsiz insan sayısı oldukça çoktur (Ateşoğlu ve Türker, 2013). Sektörde Turizm eğitimi almış eğitimli çalışanların çoğalması gerekmektedir. Dolayısıyla, meslek niteliklerine ilişkin mevzuatın kısa süre içinde tamamlanması ve sektörde çalışanların teknik niteliklerini yükseltici çalışmaların aralıksız sürdürülmesi gerektiği savunulmaktadır. Böylelikle hizmet kalitesinin yükseltilmesi ve çalışanlar ile turistler arasındaki ilişkilerin

daha nitelikli hale getirilmesi yolu ile Türkiye ve Türklere yönelik algının iyileşmesine de katkı sağlanabileceği düşünülmektedir.



EKLER

EK-1: Tatil Durumuna Göre Bulgular

			Varyansların Eşitliği için Levene Testi		Ortalamaların Eşitliği için t-testi						
			F	Anlamlılık.	t	df	Anlamlılık (2-yönlü)	Ortalama Fark	Std. Hata Farkı	95%Farkın Güven Aralığı	
										Alt Sınır	Üst Sınır
TATİL YERİ TÜRÜNE GÖRE	F_1	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	9,036	0,003	3,566	136,000	0,001	0,5892	0,1652	0,2625	0,9158
		Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			2,946	37,461	0,006	0,5892	0,2000	0,1841	0,9942
	F_2	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	3,220	0,075	1,325	136,000	0,187	0,2107	0,1590	-0,1038	0,5251
		Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			1,222	41,868	0,229	0,2107	0,1725	-0,1374	0,5587
	F_3	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	0,050	0,823	-0,489	136,000	0,626	-0,0796	0,1629	-0,4017	0,2424
		Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			-0,517	50,289	0,608	-0,0796	0,1542	-0,3892	0,2300
	F_4	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	6,418	0,012	0,129	136,000	0,897	0,0249	0,1921	-0,3551	0,4048
		Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			0,112	39,023	0,912	0,0249	0,2226	-0,4255	0,4752
	F_5	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	0,579	0,448	-0,237	136,000	0,813	-0,0420	0,1768	-0,3916	0,3077
		Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			-0,229	44,268	0,820	-0,0420	0,1831	-0,4109	0,3270
	F_6	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	2,420	0,122	1,113	136,000	0,268	0,2602	0,2338	-0,2022	0,7225
		Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			1,034	42,249	0,307	0,2602	0,2516	-0,2475	0,7678
	F_7	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	0,800	0,373	-0,171	136,000	0,865	-0,0343	0,2006	-0,4310	0,3625
		Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			-0,159	42,259	0,875	-0,0343	0,2158	-0,4698	0,4012
	F_8	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	9,036	0,003	-0,995	136,000	0,322	-0,2250	0,2262	-0,6724	0,2224
		Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			-1,246	69,770	0,217	-0,2250	0,1806	-0,5851	0,1351

Ek-2: Demografik Özelliklere Göre Bulgular

			Varyansların Eşitliği için Levene Testi		Ortalamaların Eşitliği için t-testi						
			F	Anlamlılık	t	df	Anlamlılık (2-yönlü)	Ortalama Fark	Std. Hata Farkı	95%Farkın Güven Aralığı	
										Alt Sınır	Üst Sınır
CİNSİYET	F_1	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	0,000	0,982	1,707	413,000	0,089	0,1618	0,0948	-0,0245	0,3482
		Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			1,701	286,059	0,090	0,1618	0,0951	-0,0254	0,3491
	F_2	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	8,760	0,003	-1,942	413,000	0,053	-0,1842	0,0949	-0,3707	0,0023
		Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			-2,101	357,233	0,036	-0,1842	0,0877	-0,3566	-0,0118
	F_3	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	11,750	0,001	-2,204	413,000	0,028	-0,2427	0,1101	-0,4592	-0,0262
		Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			-2,391	359,411	0,017	-0,2427	0,1015	-0,4423	-0,0431
	F_4	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	0,021	0,884	-1,339	413,000	0,181	-0,1350	0,1008	-0,3331	0,0631
		Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			-1,330	283,019	0,185	-0,1350	0,1015	-0,3348	0,0648
	F_5	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	0,338	0,561	-1,763	413,000	0,079	-0,1707	0,0968	-0,3611	0,0196
		Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			-1,798	304,917	0,073	-0,1707	0,0950	-0,3576	0,0161
	F_6	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	5,180	0,023	-0,431	413,000	0,667	-0,0530	0,1228	-0,2944	0,1885
		Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			-0,443	311,903	0,658	-0,0530	0,1195	-0,2881	0,1821
	F_7	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	0,001	0,974	-1,271	413,000	0,204	-0,1323	0,1041	-0,3368	0,0723
		Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			-1,282	295,603	0,201	-0,1323	0,1032	-0,3354	0,0708
	F_8	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	3,998	0,046	-1,473	413,000	0,142	-0,1813	0,1231	-0,4232	0,0607
		Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			-1,524	317,727	0,128	-0,1813	0,1189	-0,4153	0,0527

MEDENİ DURUM	F_1	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	4,306	0,039	-0,761	384,000	0,447	-0,0736	0,0967	-0,2637	0,1166
		Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			-0,743	307,143	0,458	-0,0736	0,0990	-0,2683	0,1212
	F_2	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	0,481	0,488	-2,045	384,000	0,042	-0,1937	0,0947	-0,3799	-0,0075
		Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			-2,066	346,883	0,040	-0,1937	0,0937	-0,3780	-0,0093
	F_3	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	0,312	0,577	-2,787	384,000	0,006	-0,2713	0,0974	-0,4627	-0,0799
		Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			-2,810	344,787	0,005	-0,2713	0,0966	-0,4612	-0,0814
	F_4	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	2,783	0,096	-2,441	384,000	0,015	-0,2458	0,1007	-0,4437	-0,0478
		Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			-2,481	353,588	0,014	-0,2458	0,0991	-0,4406	-0,0510
	F_5	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	1,333	0,249	-2,490	384,000	0,013	-0,2372	0,0953	-0,4246	-0,0499
		Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			-2,512	345,752	0,012	-0,2372	0,0944	-0,4230	-0,0515
	F_6	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	0,011	0,915	0,449	384,000	0,654	0,0556	0,1239	-0,1879	0,2992
		Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			0,449	335,544	0,654	0,0556	0,1239	-0,1880	0,2993
	F_7	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	2,411	0,121	-3,373	384,000	0,001	-0,3515	0,1042	-0,5564	-0,1466
		Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			-3,340	323,662	0,001	-0,3515	0,1053	-0,5585	-0,1444
	F_8	Varsaynsların eşit olduğu varsayımı	0,933	0,335	2,189	384,000	0,029	0,2620	0,1197	0,0267	0,4973
		Varsaynsların eşit olmadığı varsayımı			2,207	344,651	0,028	0,2620	0,1187	0,0285	0,4955

Ek-3. Anket Formu

Uygulanan versiyon

Уважаемый Участник!

Участие в анкете в котором будет исследоваться взгляды Украинского народа к Туркам и Турции является добровольным. Ваша личная информация никоим образом не запрашивается в форме опроса, и ваши мнения будут использоваться только в академических исследованиях, конфиденциальность будет соблюдаться и не будет передаваться другим учреждениям. Опрос займет максимум 15 минут. Спасибо за ваш интерес и заботу. Если у вас есть какие-либо вопросы по поводу исследования, вы можете связаться с нами.

Мардали АРСЛАНОВ +38 093 XXX XX XX

<i>Пожалуйста, укажите, согласны ли вы с утверждениями, приведенными ниже.</i>	Полностью не согласен	Частично не согласен	Не знаю	Частично Согласен	Полностью согласен
1. Я думаю что в Турции уважают права человека					
2. Я думаю что Турция является демократической страной					
3. Я думаю что в Турции есть мир					
4. Я думаю что Турция это мирная страна					
5. Я думаю что Турция в хороших отношениях с соседними странами					
6. Я думаю что Турция является безопасной страной для туристов					
7. Я думаю что в Турции хорошая политическая обстановка					
8. Я думаю что в Турции стабильное политическое состояние					
9. Я думаю что Турция и Украина в хороших отношениях					
10. Я поддерживаю дальнейшее сотрудничество между Украиной и Турцией					
11. Я думаю что Украина может рассчитывать на Турцию					
12. Я поддерживаю новое визовое соглашения					
13. Я думаю, что визовое соглашение выгодно для меня.					
14. Турки гостеприимны					
15. Турки честные люди					
16. Турки искренние люди					
17. Турки надежные люди					
18. Турки дружелюбны..					
19. У меня есть друзья Турки					
20. Мне нравятся Турки (как люди)					
21. Я думаю, что турки не расисты					
22. Я думаю, что турки не рубы					
23. Я думаю, что турки не агрессивны					
24. Я думаю, что турки в общем хорошие люди					
25. У меня есть предубеждения против Турков из-за исторических данных					
26. Я думаю, что Мусульмане в общем хорошие люди					
27. Я слышал/читал/смотрел, что Турки/Мусульмане хорошо относятся к женщинам					
28. Я думаю, что турки в Украине действуют в соответствии с законами Украины					
29. Я думаю, что турки в Украине вызывают проблемы					
30. Финансовое положение турков в Украине хорошее					
31. Я думаю, что причина приезда турков в Украину – женщины					
32. В последние годы наблюдается большой спрос на Украину со стороны Турков					
33. Я думаю что Турчанки живут свободно					

34. Я думаю что в Турции с уважением относятся к женщинам					
35. Я думаю, что Турки были добры к женщинам					
36. Я думаю, что в Турции есть равенство между женщинами и мужчинами					
37. Я думаю, что турки рассматривают украинских женщин как сексуальные объекты					
38. Я положительно отношусь к бракам между Турками и Украинками					
39. Я положительно отношусь к бракам между Турчанками и Украинцами					

Вы отдыхали раньше в Турции?.

Да

☐

Нет

☐

Сколько раз вы отдыхали в Турции?

Сколько дней вы там пребывали?

В каком городе вы были?:

Какой вид отдыха у вас был:

☐
☐
☐
☐
☐

Море-песок-солнце
 Спортивный туризм
 Культурный туризм
 Зимний туризм
 Другое

☐
☐
☐
☐

Медицинский\термальный
 Природный Туризм
 Религиозный туризм
 Конференции

Демографические Вопросы

Пол

☐

Женский

☐

Мужской

Возраст:

Образование

☐

Не ходил в школу

☐

Начальная школа

☐

Средняя школа

☐

Закончил Школу

☐

Колледж

☐

Университет

☐

Магистратура

☐
☐

Семейное положение

☐

Не женат / не замужем

☐

Женат / Замужем

Чем вы занимаетесь?

☐

Домохозяйка

☐

Без Работы

☐

Студент

☐

Ремесленник

☐

На пенсии

☐

Работник (на зарплату)

☐

Государственный работник

☐

Собственный бизнес

Какой у вас месячный доход (по желанию)?

Türkçe Çevirisi

Sayın katılımcı

Ukrayna vatandaşlarının Türkiye ve Türkler hakkındaki görüşlerinin derlenmesi amacıyla yapılan bu çalışmaya katılmak gönüllülük esasına dayanmaktadır. Anket formunda kişisel bilgileriniz herhangi bir şekilde istenilmemekte olup görüşleriniz sadece akademik çalışmalarda kullanılacak, gizliliğe riayet edilecek ve başka kurumlarla paylaşılmayacaktır. Anketin doldurulması en fazla 15 dakikanızı alacaktır. Göstermiş olduğunuz ilgi ve özen için teşekkür ederiz. Çalışma ile ilgili her hangi bir sorunuz olduğunda aşağıdaki isimle iletişim kurabilirsiniz.

Mardali ARSLANOV +380 93 XXX XX XX

Aşağıda verilmiş olan ifadelere katılıp katılmadığınızı ve seviyesini belirtiniz lütfen.	Kesinlikle Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Ne katılıyorum Ne de katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1. Türkiye’de insan haklarına saygı gösterildiğini düşünüyorum					
2. Türkiye’nin demokratik bir ülke olduğunu düşünüyorum					
3. Türkiye’de barış olduğunu düşünüyorum					
4. Türkiye huzurlu bir ülke olduğunu düşünüyorum					
5. Türkiye’nin komşu ülkelerle ilişkilerinin iyi olduğunu düşünüyorum.					
6. Türkiye’nin turistler için güvenli bir ülke olduğunu düşünüyorum					
7. Türkiye’ye seyahat etmenin güvenli olduğunu düşünüyorum					
8. Türkiye’de siyasi ortamın iyi olduğunu düşünüyorum					
9. Türkiye’de siyasetin istikrarlı olduğunu düşünüyorum.					
10. Ukrayna ile Türkiye arasındaki ilişkilerin olumlu olduğunu düşünüyorum					
11. Türkiye ile Ukrayna arasında daha fazla işbirliğine gidilmesini destekliyorum					
12. Ukrayna Türkiye’ye güvenebileceğini düşünüyorum.					
13. Yeni yapılan vize anlaşmasını destekliyorum					
14. Yapılan vize anlaşması benim için faydalı olduğunu düşünüyorum.					
15. Türkler misafirperverdir					
16. Türkler dürüst insanlardır					
17. Türkler samimi insanlardır					
18. Türkler güvenilir insanlardır					
19. Türkler arkadaş canlısıdır.					
20. Türk arkadaşlarım vardır					
21. Türklere karşı sempati duyuyorum					
22. Türklerin ırkçı olmadığını düşünüyorum					
23. Türklerin kaba olmadığını düşünüyorum					
24. Türklerin agresif olmadığını düşünüyorum					
25. Türklerin genellikle iyi insanlar olduğunu düşünüyorum					
26. Tarihi bilgiler nedeniyle Türklere karşı bir önyargım yok					
27. Müslümanların genellikle iyi insanlar olduğunu düşünüyorum					
28. Türklerin / Müslümanların kadınlara iyi davrandığını izledim/okudum/duydum					
29. Ukrayna’daki Türklerin sorun çıkardıklarını düşünüyorum					
30. Ukrayna’daki Türklerin maddi durumları iyidir					
31. Türklerin Ukrayna’ya gelme sebebi kadınlar olduğunu düşünüyorum					
32. Son yıllarda Türkler tarafında Ukrayna’ya fazla talep var					
33. Türk kadınlarının özgürce yaşayabildiklerini düşünüyorum					
34. Türkiye’de kadınlara karşı saygılı davranıldığını düşünüyorum					

35. Türklerin kadınlara karşı nazik davrandığını düşünüyorum					
36. Türklerde kadınlar ile erkekler arasında eşitlik olduğunu düşünüyorum					
37. Türklerin Ukraynalı kadınlara cinsel obje olarak baktıklarını düşünüyorum					
38. Türk erkekleri ile Ukraynalı kadınlar arasındaki evlilikler hakkında olumlu düşünüyorum					
39. Türk kadınları ile Ukraynalı erkekler arasındaki evlilikler hakkında olumlu düşünüyorum					

Türkiye’de tatil yaptınız mı?

Evet ☐ Hayır ☐

Türkiye’de kaç kere tatil yaptınız?

Ne kadar süre kaldınız?

Hangi il(ler)de konakladınız?:

Ne tür bir tatil yaptınız:

☐ Deniz-kum-güneş
☐ Spor turizmi
☐ Kültürel turizm
☐ Kış turizmi
☐ Diğer

☐ Sağlık/termal turizmi
☐ Doğa turizmi
☐ Dini turizmi
☐ Kongre turizmi

DEMOGRAFİK BİLGİLER

Cinsiyet

☐ Kadın

☐ Erkek

Yaş:

.....

Eğitim durumunuz

☐ Okula gitmedim
☐ Lise
☐ Yük. Lisans-Doktora

☐ İlkokul
☐ Ön lisans

☐ Ortaokul
☐ Üniversite

Medeni durum

☐ Bekâr

☐ Evli

Ne iş yapıyorsunuz?

☐ Ev hanımı
☐ Esnaf
☐ Kamu personeli

☐ İşsiz
☐ Emekli
☐ İşadamı / Sanayici

☐ Öğrenci
☐ Ücretli çalışan

Aylık geliriniz yaklaşık ne kadardır?

.....

KAYNAKÇA

- Aaker, D.A., Kumar, V. ve Day, G.S., (2007). *Marketing Research*, 9. Edition, John Wiley ve Sons, Danvers
- Adler, F. (1975). *Sisters in crime: The rise of the new female criminal*. New York: McGraw-Hill.
- Aksoy, Z. (2012). Uluslararası Göç ve Kültürlerarası İletişim. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5 (20), 292-303.
- Aktaş, Ö. (2015). 5-10. Sınıf öğrencilerinin savaş ve barış kavramına yükledikleri anlamların resimler yoluyla incelenmesi. *Turkish History Education Journal*, 4 (2), 64-86.
- Aktürk, S., Durak, S. ve Arslan, T. V. (2019). Otantiklik ve metalaşma kavramlarının turizmin sürdürülebilirliği çerçevesinde Taraklı ve Cumalıkızık bölgeleri üzerinden okunması. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 13 (19), 2200-2225.
- Albayrak, A. ve Kırova, S. (2019). Sosyal mübadele teorisi kapsamında sosyal taşıma kapasitesi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5 (1), 91-100.
- Allport, G. W. (1954). *The nature of prejudice*. Reading, MA: Addison-Wesley
- Altıntaş, V. (2010). *Turizm gelişiminin yerel halkın yaşam kalitesi üzerine etkisi: Alanya bölge modeli* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Alver, F. (2001). Alman Basınında Türkler ve Türkiye, Kurgu, *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Dergisi* No:18, Eskişehir 2001: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 135- 155.
- Amir, Y. ve Ben-Ari, R. (1985). International tourism, ethnic contact, and attitude change. *Journal of social issues*, 41 (3), 105-115.
- Anastasiopoulos, P. G. (1992). Tourism and attitude change: Greek tourists visiting Turkey. *Annals of Tourism Research*, 19 (4), 629-642.

- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C. ve Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32 (4), 1056-1076.
- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19 (4), 665-690
- Askjellerud, (2006). *Tourism and peace: The traveller*. IIPT Occasional Paper No. 4.
- Ateşoğlu, İ. ve Türker, A. (2013). Türkiye'yi Ziyaret Eden Turistlerin Algıladıkları Ülke İmajı ve Olumsuz Algılara İlişkin Çözüm Önerileri. *Yeni Fikir Dergisi*, 5 (10), 1-135.
- Avcıkurt, C. (2009). The mature age market in Europe and its influence on tourism. *Tourism Review. com*.
- Avcıkurt, C., Karaman: ve Köroğlu, A. (2007). Turizmin sosyo-kültürel etkileri. Melih Bulu ve İ. Hakkı Eraslan (Editörler) içinde, *Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar*. İstanbul: Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) Yayınları.
- Ayazlar Arslan, R. (2017). Residents' attitudes towards rural tourism. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16 (1), 53-69.
- Aydın, M. (2015). Tarih boyunca Türkiye-Ukrayna ilişkileri. *Güneydoğu Avrupa Araştırmaları Dergisi*, (28), 31-44.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2006). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bakırcı, M. (2012). Ulaşım coğrafyası açısından Türkiye'de havayolu ulaşımının tarihsel gelişimi ve mevcut durumu. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 25, 340-377.
- Balaguer, L. ve Cantavella-Jorda, M., (2002). Tourism as a long-run economic growth factor : the Spanish case. *Applied Economics* 34; 877-884.
- Bayhan, İ. (2014). *Turistlerin güvenlik algısı üzerine bir alan araştırması* (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- Beer, F. (1990) The reduction of war and the creation of peace. İçinde Smoker, P., Davies, R. ve Munske, B. (Eds.), *A Reader in Peace Studies* (ss. 15- 20). Oxford: Pergamon Press
- Berber, Ş. (2003). Sosyal değişme katalizörü olarak turizm ve etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9, 205-221.
- Berger-Schmitt, R. (2002). Considering social cohesion in quality of life assessments: concepts and measurement, *Social Indicators Research*, 58(1), 403-428.
- Bleasdale, S. ve Tapsell, S., (1999). Social and cultural impacts of Tourism Policy in Tunisia. İçinde Robinson M ve Boniface P, (Editörler), *Tourism and Cultural conflicts*. CABI; Oxford.
- Boz, A. ve Serçek, S. (2019). *Business and Economics*. Mark Twain in Context. 161–170.
- Britton, S. (1996). Tourism, dependency and development. İçinde, Apostolopoulos, Y. Leivadi, S. y Yiannakis, A. (eds.), *The Sociology of Tourism*, (ss. 155-172). Londra, Routledge,
- Butler, R.W. (1980). The concept of tourist area cycle of evolution: Implications for management of resouces. *Canadian Georapher*, 24, 5-12.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör analizi: Temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 32 (32), 470-483
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. Ç., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemleri* [Scientific research methods]. Ankara, Turkey: Pegem Akademi Yayınları.
- Çalışkan, U. (2003). *Turizmin Yerel Halk Üzerindeki Etkileri ve Kuşadası İlçesi Uygulaması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Çalışkan, U. (2009). *Turist Sağlığı Güvenliğinin Analizi: Türkiye Termal Tesisler Uygulaması*. Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

- Çalışkan, U., Özer, Ö., ve Tütüncü, Ö., (2018). *Yerel Halkın Turizme Bakış Açısı ve Turizm, Planlamasına Etkisi*. İçinde, T. Birişçi, A. Kalaycı Önaç (Ed.), *Kuşadası Peyzaj Değerleri*. (ss. 147-166). TMMOB Peyzaj Mimarları Odası, Aydın.
- Cantle, T. (2004). *The End of Parallel Lives? The Report of the Community Cohesion Panel*, Home Office, London
- Çeken, H. (2008). *Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme*, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi (C.X,S II), 293-306.
- Çelik, A. K., Özcan, S., Topcuoğlu, A. ve Yildirim, K. E. (2013). *Effects of the tourism industry on the balance of payments deficit*. *Anatolia*, 24 (1), 86–90.
- Çetinkaya, G., Dedemen, O. (2013). Golf Turizmine Yönelik Yerel Halkın Algılarının Belirlenmesi: Antalya/Belek Örneği. *Turar Turizm ve Araştırma Dergisi*, 2 (1): 24-45.
- Chauhan, V. ve Khanna, S. (2008). Tourism: A Tool for Crafting Peace Process in Kashmir, J&K, India. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 4 (2): 69-89.
- Chiang, L. C. (2000). Strategies for safety and security in tourism: a conceptual framework for the Singapore hotel industry. *Journal of Tourism Studies*, 11 (2), 44-52.
- Cho, M. (2007). A re-examination of tourism and peace: The case of the Mt. Gungang tourism development on the Korean Peninsula. *Tourism Management*, 28 (2), 556-569.
- Çıkrık, R., Yılmaz, İ. ve Toprak, L. S. (2018). Türkiye’de turizmin etkileri konusunda yerel halkın bakış açısını ortaya koyan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi, *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 1 (1), 17-29.
- Çımat, A. ve Bahar, O. (2003). Turizm sektörünün Türkiye ekonomisi içindeki yeri ve önemi üzerine bir değerlendirme. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 6, 1-18
- Civelek, A. (2010). Turizmin sosyal yapıya ve sosyal değişmeye etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, ss. 331-350.

- Çolak Yıldız, E. ve Çalışkan, U. (2018). Turizme yakın ama turizmden uzak yerel halkın turizme bakışı: Muğla Menteşe ilçesi örneği. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*.
- Çolak, E. (2017). Muğla halkının turizm olgusuna ve turizm etkilerine bakış açılarını anlamaya yönelik bir alan araştırması. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi) Muğla*.
- Crandall, L. (1987). The social impact of tourism on developing regions and its measurement. *The Social Impact of Tourism on Developing Regions And Its Measurement*, 373-383.
- Çuhadar Gürkaynak, E. (2012). Toplumsal Temas: Önyargı ve Ayrımcılığı Önlemek İçin Bir Sosyal Değişim Aracı Olarak Kullanılabilir mi? K. Çayır ve M. Ayan Ceyhan (Editörler), *Ayrımcılık: Çok Boyutlu Yaklaşımlar* (s. 255-265). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları No: 393.
- Dağdeviren, A. (2015). *Yerel halkın turizmin sosyo-kültürel etkilerini algılamalarının yaşam tarzı boyutuyla incelenmesi*. Yayımlanmamış doktora tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Dağdeviren, A. ve Tayfun, A. (2018). Local People's Perceptions Regarding Socio-Cultural Impacts of Tourism. *Tourism & Development Studies*, 31.
- D'Amore, L. J. (1988). Tourism—A vital force for peace. *Tourism Management*, 9 (2), 151-154
- Demiroğlu, O. C. ve İzgi, M. T. (2007). Sürdürülebilirlik Kavramı Açısından Yerel Halkın Turizme Yaklaşımının Analizi: Taraklı, Göynük ve Mudurnu'da Bir Anket Çalışması; I. *Ulusal Türkiye Turizm Kongresi, Sakarya Üniversitesi Karasu Meslek Yüksek Okulu Kongre Bildiri Kitabı*, 19-36.
- Dhivyadeepa, E. (2015). *Sampling Techniques in Educational Research*. Solapur, Hindistan: Laxmi Book Publication.
- Diardorf, D. K. (2004). *The Identification and Assessment of Intercultural Competence as A Student Outcome of International Education at Institutions of Higher Education in The United States*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Raleigh:

North Carolina State University Department of Adult and Community College Education.

- Dilek, E., Çoban, Ö. ve Harman: (2017). Hasankeyf halkının turizmin gelişimine yönelik tutumu, *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 6 (2), 59-72.
- Dilek, N. K., Dilek, S. E. ve Gümüş, M. (2016). Otel çalışanlarının turizm ve barış ilişkisine yönelik metaforik algıları. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 6 (2/1), 1-15.
- Dkhili, H. (2018). Environmental performance and institutions quality: evidence from developed and developing countries. *Marketing and Management of Innovations*, 3, 333-244.
- Doğan, H. ve Üngüren, E. (2010). Alanya halkının turizme sosyo-kültürel açıdan bakışı. *e- Journal of New World Sciences Academy*, 5 (4)
- Doğan, H. Z. (1987). *Turizmin sosyo kültürel temelleri*. Aydın Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu.
- Doğan, H.Z. (2004). *Turizmin sosyo-kültürel temelleri* (İkinci Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Dörnyei, Z. ve Csizer, K. (2005). The effects of intercultural contact and tourism on language attitudes and language learning motivation. *Journal of Language And Social Psychology*, 24 (4), 327- 357.
- Doxey, G.V. (1975). A Causation Theory of Visitor-Resident Irritants: Methodology and Research Inferences. *The Impact of Tourism, Sixth Annual Conference Proceedings of The Travel Research Association*, Salt Lake City: Bureau of Economic and Business Research, University of Utah, s. 195.
- Dukes, T. ve Musterd, S. (2012). Towards social cohesion: bridging national integration rhetoric and local practice: the case of the Netherlands. *Urban Studies*, 49 (9), 1981-1997.
- Dusenko, S. B. (2011). Социология туризма: Социально-культурный аспект. *Среус plus*, (4), 18-26.

- Edgell Sr, D. L., Allen, M. D., Smith, G. ve Swanson, J. R. (2008). Political and foreign policy implications of tourism. *Tourism policy and planning*, 141.
- Edgell, J., Meister, G. E. ve Stamp, N. (2008). Global sourcing trends in 2008. *Strategic Outsourcing: An International Journal*.
- Ekici, R. ve Çizel, B. (2014). Yerel halkın turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumlarının destinasyonların gelişme düzeylerine göre farklılıkları. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11 (3).
- English, E. P. (1986). *The great escape? an examination of north-south tourism*. Ottawa: The North South Institute.
- Euronews (2019) *Ukrayna'ya Türk akını; Her gün 20 uçak kalkıyor,kimler niçin gidiyor?*. <https://tr.euronews.com/2019/01/31/ukrayna-ya-turk-akini-her-gun-20-ucak-kalkiyor-kimler-nicin-gidiyor> (Erişim tarihi 03.03.2022)
- Fan, D. X., Zhang, H. Q., Jenkins, C. L., and Tavitiyaman, P. (2017). Tourist Typology in Social Contact: An Addition to Existing Theories. *Tourism Management* (60), 357-366.
- Fellows (2011) ATA (American, Turkey and Armenian) Fellows (2011). Tourism for peace: Theory put in practice for Turkey and Armenia. *The Journal of Tourism and Peace Research*, 2 (2), i-viii.
- Fuchs, G. ve Reichel, A. (2004). Cultural differences in tourist destination risk perception: An exploratory study. *Tourism*, 52 (1), 21-37.
- Furnham, A. (1988). The Adjustment of Sojourners. Y. Y. Kim ve W. B. Gudykunst (Ed.) *Cross-Cultural Adaptation Current Approaches içinde* (s. 42-61). *International and Intercultural Communication Annual Volume XI 1987*. California: SAGE Publications.
- Galtung, J. (1990). Cultural violence. *Journal of peace research*, 27 (3), 291-305.
- Games, P. A. (1971). Multiple comparisons of means. *American Educational Research Journal*, 8 (3), 531-565.

- Geçit, E. (2017). *Yabancı ülkelerden gelen turistlerin Türkiye hakkındaki imaj algılamaları: Antalya ilinde bir uygulama* (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi,) Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Gelbman, A. (2010). Border tourism attractions as a space for presenting and symbolizing peace. *Tourism, Progress and Peace*, 83-98.
- Gladstone, W., Curley, B. ve Shokri, M. R. (2013). Environmental impacts of tourism in the Gulf and the Red Sea. *Marine Pollution Bulletin*, 72, 375-388. <https://doi.org/10.1016/j.marpolbul.2012.09.017>
- Glaser, J. M. ve Gilens, M. (1997). Interregional migration and political resocialization: A study of racial attitudes under pressure. *The Public Opinion Quarterly*, 61 (1), Special Issue on Race (Spring), 72-86.
- Goeldner, C. (1989). Tourism- A vital force for peace. *Tourism Management*, 27 (3), 166-168
- Gökçe, B. (1976). Aile ve aile tipleri üzerine bir inceleme. *Hacettepe Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 8, 1-2.
- Gökçel, R. (2012). Romen-Türk Kültürel Etkileşiminin Romen Diline Yansımaları. *Motif Akademi Halk Bilimi Dergisi*, 2 (67), 67-82.
- Gökmen, Ç. E. (2018). turizm sektöründe göçmen emeği: Nitelikli emek mi? Ucuz emek mi?. *Çalışma ve Toplum*, 1 (56), 139-165.
- Graburn, N. H. H. (1983). Tourism and prostitution. *Annals of Tourism Research*, 10 (3), 437-443
- Gudkov.D.D.,. (2003.) Теория и практика межкультурной коммуникации, Москва: Гнозис, – 288 с
- Gülbahar, O. (2009). Turizmin Bölgelerarası Gelişmişlik Farklarını Gidermedeki Rolü (Türkiye Örneği). *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23 (1), 19-47
- Güler Ç. (2008). *Kişisel Hijyen, Çevre ve Sağlık*. (Çevre Dizisi 10). Ankara: Yazıt Yayıncılık.
- Güler, (2006). Otel Mutfaklarının Planlamasında Hijyen Faktörü. *Eskişehir Ticaret Odası Dergisi*, 100 (23): 70-72.

- Güler,S, (2009). Rekabet Avantajı Yaratmada Otel Mutfaklarında Gıda Güvenliği Sistemlerinin Kullanılması, 3. *Ulusal Gastronomi Sempozyumu* (17-18 Nisan 2009) Antalya.
- Gümüş, U. T. (2018). *Konaklama İşletmelerinde Maliyet Kontrol Süreci ve Oda – Menü Maliyetlerinin Belirlenmesi Denizli’deki Küçük Ölçekli Bir Konaklama İşletmesinde Uygulama*. (1.Baskı).İstanbul: Hiper Yayıncılık.
- Güngör, A. (2019). *Havayolu Ulaştırma Hizmetlerinin Turizm Talebi Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesi: Edremit ve Güllük Körfezi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Gürbüz, A. (2002). Turizmin sosyal çevreye etkisi üzerine bir araştırma. *Teknoloji Dergisi*, 1 (2), 49-59 .
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2014). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 271.
- Gürkan, Ç.; G., Polat, D.D. ve Demiralay, T. (2015). Turistlerde Çevre Bilincinin Çevreye Duyarlı Müşteri Davranışı ve Çevreye Duyarlı Konaklama İşletmelerinde Kaşma Tercihleri Üzerindeki Etkisi. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 114-133.
- Gursoy, D., Jurovski, C. ve Uysal, M. (2002). Resident Attitudes A Structural Model Approaching. *Annals of Tourism Research*, 29 (1), 79-105.
- Hall, C. M. (2001). Trends in ocean and coastal tourism: the end of the last frontier?. *Ocean & Coastal Management*, 44 (9-10), 601-618.
- Hall, C.M., Timothy, A.J. and Duval, D.T. (2003). Security and Tourism: Towards a New Understanding. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 15 (2/3), 1-18.
- Hammarstr, G. (2005). *The construct of intergenerational solidarity in a lineage perspective: A discussion on underlying*
- Huimin, G. ve Ryan, C. (2012). Tourism destination evolution: A comparative study of Shi Cha Hai Beijing Hutong businesses’and residents’attitudes. *Journal of Sustainable Tourism*, 20 (1), 23-40.

- İçellioğlu, C. (2014). Kent Turizmi ve Marka Kentler: Turizm Potansiyeli Açısından İstanbul'un Swot Analizi. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2014 (1): 37-55.
- Jafari, J. (1989). Structure of tourism. *Structure of tourism.*, 437-442.
- Jupp, J.J. (2007). *The quest for harmony*, İçinde Jupp, J., Nieuwenhuysen, J. and Dawson, E. (Eds), *Social Cohesion in Australia* (ss. 9-20), Cambridge University Press, New York.
- Jurowski, C. ve Gursoy, D. (2004). Distance Effects on Residents' Attitudes Toward Tourism. *Annals of Tourism Research*, 31 (2), 296-312.
- Kaplan, M. (2010). *Kültür ve Dil*. (33. Basım). İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Kariel, Herbert G. ve Patricia E. Kariel. 1982. Socio-Cultural Impacts of Tourism: An Example from the Austrian Alps. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography* 64 (1):1-16.
- Kavallinis, I. ve Pizam, A. (1994). The environmental impacts of tourism—whose responsibility is it anyway? The case study of Mykonos. *Journal of Travel Research*, 33 (2), 26-32.
- Kaya, İ. (1997). *Sürdürülebilir Turizm Kalkınması ve Ülkemiz açısından Bir Değerlendirme*, Balıkesir: Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Kayaer, M. (2004). *Ukrayna ve Türkiye-Ukrayna ilişkileri* (Yayın No. 147105). [Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi].
- Kearns, A. ve Forrest, R. (2000). Social cohesion and multilevel urban governance. *Urban studies*, 37 (5-6), 995-1017.
- Kelly, I. (1999). Peace through tourism: a SWOT analysis, IIPT Paper No. 2, : www.iipt.org (Erişim tarihi: 03.10.2021)
- Kelly, I. (2006). *The Peace Proposition: Tourism as a Tool for Attitude change*. IIPT Occasional. No.9. www.iipt.org/educators/OccPap09.pdf (Erişim tarihi: 03.10.2021)
- Kelly, I. (2012). Peace through tourism: An implementation guide. *The Journal of Tourism and Peace Research*, 2 (2), 32-49.

- Keskin, E. ve Çontu, M. (2011). Mustafapaşa (SİNASOS) Kasabasında Yaşayan Halkın Turizme Bakış Açısını Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3 (2), 37-55.
- Khamouna, M. ve Zeiger, J.B. (1995). Peace through tourism. *Parks & Recreation*, 30 (9), 80- 86.
- Kim, S.S., Prideaux, B. ve Prideaux, J. (2007). Using tourism to promote peace on the Korean Peninsula. *Annals of Tourism Research*, 34 (2), 291-309 .
- Kim: S. ve Prideaux, B. (2003). Tourism, peace, politics and ideology: Impacts of the Mt. Gungang tour project in the Korean Peninsula. *Tourism Management*, 24, 675-685.
- Kiev İstatistik Kurumu, (2019) Kiev Nüfus İstatistiği <http://www.kiev.ukrstat.gov.ua> (Erişim tarihi: 12.12.2021).
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling* (3rd ed.). New York: Guilford Press..
- Ko, D. W. ve Stewart, W. P. (2002). A structural equation model of residents' attitudes for tourism development. *Tourism management*, 23 (5), 521-530.
- Koçak, N. (2007). ISO 22000: Gıda Güvenliği Yönetim Sistemleri Uygulama Sürecinde Temel Adımlar. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 9 (4): 135-159.
- Koçak, Y. (2016). *Yabancı turistlerin Türkiye marka imajı ve Türk imajı hakkındaki algısı: Sabiha Gökçen Havalimanı örneği* (Yayınlanmış Yüksek Lisan Tezi) Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Kock, F., Josiassen, A. ve Assaf, A. G. (2016). Advancing destination image: The destination content model. *Annals of tourism research*, 61, 28-44.
- Kopranov Kardeşler, (2021) im. Тараса Шевченка''youtube kanalı Kopranov Kardeşler tarafından yazılan Ukrayna Tarihi'' (2018) kitabının özeti. https://www.youtube.com/watch?v=k-8wn_4pZlw (Erişim tarihi: 03.03.2022)

- Kort, P. M., Alfred .G, Josef L. H, Gustav F., Andreas N. ve Richard F. H. (2002). Environmental Effects of Tourism Industry Investments: An Inter-Temporal Trade-Off. *Optimal Control Applications and Methods* 23 (1):1–19.
- Kovari, I. ve Zimanyi, K. (2011). Safety and Security In The Age Of Global Tourism. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, vol. 05
- Koyunoğlu: (2003). *Turist Sağlığı, Turist Sigortası ve Tüketicinin Korunması*. (1.Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, Akoğlan M. ve Kozak, M. (2015). *Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar* (Yenilenmiş 18. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, M.A. ve Kozak, M. (2011). Genel turizm. Ankara: Detay Yayıncılık
- Kubilay, B. (2006). *Turizmde Can ve Mal Güvenliği, Turistlerin Türkiye’de Can ve MalGüvenliğine İlişkin Uygulamalara Bakışı*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Ankara
- Küçükkömürler.S ve Sakallı Uğurlu, N (2017). Gruplar Arası İlişkileri Düzenlemede Sosyal Temas Kuramları: Gruplar Arası, Yayılmacı ve Hayali Temas. *Nesne Psikolojisi Dergisi*, 5 (9), 1-31.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2021). *Turizm İstatistikleri* <https://www.ktb.gov.tr> (Erişim tarihi:04.03.2022)
- Kuzma, M. (2018). *1990'dan günümüze Türkiye-Ukrayna ilişkileri* (Yayın No. 506846). Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi.
- Lankford, S. V. ve Howard, D. R. (1994). Developing a Tourism Impact Attitude scale. *Annals of Tourism Research*, 21 (1), 121-139
- Lankford: V., Grybovyh, O. ve Lankford, J. K. (2008). Context for peace and community tourism: a worldview framework. *World Leisure Journal*, 50 (3), 199-208.
- Lawrence, D. (2006). *Enhancing self-esteem in the classroom*. (3rd Edition). London: Paul Chapman Publishing.

- Lepp, A. ve Gibson, H. (2003). Tourist roles, perceived risk and international tourism. *Annals of Tourism Research*, 30 (3), 606-624.
- Litvin, S. W. (1998). Tourism: The world's peace industry? *Journal of Travel Research*, 37 (1), 63–66
- Long, P.H (2012). Tourism Impacts and Support for Tourism Development in Ha Long Bay, Vietnam: An Examination of Residents' Perceptions. *Asian Social Science* 8 (8):28–39.
- Malhotra, N. K. (2004). *Marketing Research an Applied Orientation*, 4. Edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey
- Mathieson, A. ve Wall, G. (1982). *Tourism, economic, physical and social impacts*. Longman.
- Matthews, H. G. ve Richter, L. K. (1991). Political science and tourism. *Annals of Tourism Research*, 18 (1), 120-135.
- Mbaiwa, J.E. (2005) Enclave tourism and its socio-economic impacts in the Okavango Delta, Botswana. *Tourism Management* 26, 157–172.
- McIntosh, R. W., Goeldner, C. R. ve Ritchie, J. R. B. (1995). *Tourism, principles, practices, philosophies*. 7th ed. New York: John Wiley & Sons, Inc
- Meyer, J.P. ve Allen, N.J. (1997). *Commitment in the Workplace*. Theory, Research and Application. Londra: Sage Publications.
- Mihalic, T. (1996). *Ecological labelling in tourism*. Pinter Publishers.
- Milman, A., Reichel, A. ve Pizam, A. (1990). The impact of tourism on ethnic attitudes: The Israeli – Egyptian case. *Journal of Travel Research*, 29 (2), 45-49.
- Müller, H. (2003). Begriff, Theorien und Praxis des Friedens. *Die neuen Internationalen Beziehungen. Forschungsstand und Perspektiven in Deutschland*, 209-250.
- Nguyen, H. V. ve Nguyen, T. T. (2012). *The influence of local residents' perceptions on their support for volunteer tourism projects*. Case Study: Sapa, Vietnam

- Nielsen, I., Nyland, C., Smyth, R., Zhang, M. ve Zu, C. J. (2006). Effects of Intergroup Contact on Attitudes of Chinese Urban Residents to Migrant Workers. *Urban Studies*, 43 (3), 475-490.
- Nunkoo, R. ve Ramkissoon, H. (2011). Developing a community support model for tourism. *Annals of Tourism Research*, 38 (3), 964-988.
- Nunkoo, R. (2016). Toward A More Comprehensive Use of Social Exchange Theory to Study Residents' Attitudes to Tourism''. *Procedia Economics and Finance*, 39: 588- 596.
- Nunkoo, R., ve Ramkissoon, H. (2011). Residents' satisfaction with community attributes and support for tourism. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 35 (2), 171-190.
- Özdamar, K. (2002). *Paket Programları İle İstatistiksel Veri Analizi (Çok Değişkenli Analizler)* 2, 4. Baskı, Eskişehir.
- Öztürk, B., Özer. Ö. ve Çalışkan, U. (2015). The Relationship between Local Residents' Perceptions of Tourism and Their Happiness: A case of Kusadasi. *Tourism Review*, 70 (3), 232–242.
- Öztürk, Y. ve Seyhan, K. (2005). Konaklama İşletmelerinde Sunulan Hizmet Kalitesinin Artırılmasında İşgören Eğitiminin Yeri ve Önemi. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16 (2): 170-182.
- Pan: (2015). Peace through tourism. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, DOI: 10.1080/13032917.2014.1003748.
- Park, K. ve Reisinger, Y. (2010). Differences in the perceived influence of natural disasters and travel risk on international travel. *Tourism Geographies*, 12 (1), 1-24
- Pavlić, I. ve Portolan, A. (2015). Irritation Index, Tourism. İçinde J. Jafari, and H. Xiao (Eds.), *Encyclopedia of Tourism*, (ss. 1-2). İsviçre: Springer International Publishing.
- Pearce, P. L. (1982). Perceived changes in holiday destinations. *Annals of Tourism Research*, 9 (2), 145-164.

- Pehlivan, E. (2010). *Ulaşım Faaliyetlerinin Turizm Faaliyetlerine Etkisi: İstanbul Örneği*, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Perry Hobson, J. S. ve Ko, G. (1994). Tourism and politics: the implications of the change in sovereignty on the future development of Hong Kong's tourism industry. *Journal of Travel Research*, 32 (4), 2-8.
- Pettigrew, T. ve Tropp, L. R. (2006). A meta-analytic test of intergroup contact theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90 (5), 751-783.
- Pettigrew, T. (1998). Intergroup contact theory. *Annual Review of Psychology*, 49, 65-85
- Pizam, A. ve Mansfeld, Y. (2006). *Tourism, Security and Safety: From Theory to Practice*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Pizam, A., Jafari, J. ve Milman, A. (1991). Influence of tourism on attitudes: US students visiting USSR. *Tourism management*, 12 (1), 47-54.
- Pizam, A., Uriely, N. ve Reichel, A. (2000). The Intensity of Tourist-Host Social Relationship and Its Effects on Satisfaction and Change of Attitudes: The Case of Working Tourists in Israel. *Tourism Management* (21), 395-406
- Pranil, K. U. (2014). Peace sensitivity in tourism codes of conduct at destinations in conflict: A case study of partnership actions in Pokhara, Western Nepal. İçinde C. Wohlmuther ve W. Wintersteiner (Eds.), *International Handbook on Tourism and peace*. Drava, (ss. 230-246)
- Ratz, T. (2000). The socio-cultural impacts of tourism case of lake Balaton. *Research Support Scheme*, 1-20.
- Raykov, T. ve Marcoulides, G. A. (2008). *An introduction to applied multivariate analysis*. Routledge.
- Reisinger, Y. ve Mavondo, F. (2005). Travel anxiety and intentions to travel internationally: Implications of travel risk perception. *Journal of Travel Research*, 43 (3), 212-225.

- Resmi Gazete, (2000). *Turizm Tesisleri Yönetmeliği. Sağlık, Temizlik ve Çevre Korunmasına Yönelik Önlemler.*
<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2000/07/20000706.htm>. (Erişim tarihi: 05.10.2021)
- Rusu, S. (2011). Tourism multiplier effect. *Journal of Economics and Business Research*, 17(1), 70-76.
- Ryan, C. (1993). Crime, Violence, Terrorism and Tourism. An Accidental or Intrinsic Relationship? *Tourism Management*, 14: 173-183.
- Salazar, N. B. (2006). Building a Culture of Peace through Tourism: Reflexive and analytical notes and queries. *Universitas humanística*, (62), 319-336.
- Sekaran, U. (2000). Research Methods for Business, A Skill-Building Approach (3. Baskı). John, New York: Wiley and Sons.
- Subaşı, D. (2011) Bir Gün Gazetesi: “Ukrayna’da ırkçılık ve svoboda (özgürlük)”
<https://www.birgun.net/amp/haber/ukrayna-da-irkcilik-ve-svoboda-ozgurluk-7628> (Erişim tarihi: 04.03.2022)
- Şan, M. K. (2005). Farklılık ve Çokkültürlülük Siyasetleri Üstüne Bir Deneme. *Milel ve Nihal*. 3 (1-2), 67-114.
- Sanchez del Rio-Vazquez, M. E., Rodríguez-Rad, C. J. ve Revilla-Camacho, M. Á. (2019). Relevance of social, economic, and environmental impacts on residents’ satisfaction with the public administration of tourism. *Sustainability*, 11 (22), 6380.
- Sarı, Ö. ve Kulualp, H. G. (2019). Tüketici Davranışına Göre Müşteri Sadakat Programı Algısının İlişkisel Pazarlama Kapsamında İncelenmesi. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (IBAD)*, 4 (3), 507-528.
- Schafer, J. L. (1999). Multiple imputation: A primer. *Statistical Methods in Medical Research*, 8 (1), 3–15.
- Scott, J. (2012). Tourism, civil society and peace in Cyprus. *Annals of Tourism Research*, 39 (4), 2114- 2132

- Seçilmiş, C. (2005). *Turistlerin Ziyaret Ettikleri Yörelerdeki Güvenlik Algılamaları ve Turizmde Güvenlik Eğitimi*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- Seçilmiş, C., Ünlüöner, K. (2009). İstanbul’u Ziyaret Eden Turistlerin Güvenlik Algılamaları Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1 (1): 65-84
- Sims, V. M. ve Patrick, J. R. (1936). Attitude toward the Negro of northern and southern college students. *The Journal of Social Psychology*, 7 (2), 192-204.
- Salustiano, D. Campo (1970.) Changes in Cultural Models Due to the Growth of International Tourism in Spain, *Sociological Abstracts*, 18 (5), 783.
- Sönmez.F ve Apostolopoulos, Y. (2000). Conflict resolution through tourism cooperation? The case of the partitioned island-state of Cyprus. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 9 (3), 35-48.
- Sönmez: F. ve Graefe, A. R. (1998a). Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. *Annals of Tourism Research*, 25 (1), 112-144.
- Sönmez: F. ve Graefe, A. R. (1998b). Determining future travel behavior from past travel experience and perceptions of risk and safety. *Journal of Travel Research*, 37 (2), 171-177
- Sümer, S., Poyrazlı, S. ve Grahame, K. (2008). Predictors of Depression and Anxiety Among International Students. *Journal of Counseling & Development*, 86, 429-437
- Swarbrooke, J. (1999). Towards a new approach to sustainable tourism management. *Sustainable tourism management*, 41-44.
- Sykes, J. B. (1976). *The concise oxford dictionary of current English*. Oxford: The Clarendon Press.
- Tabachnick, B. G ve Fideli, L.S. (2001). *Using Multivariate Statistics (Fourth Edition)*. Boston: Ally And Bacon.
- Tarhan, M. ve Altun, A. (2016). UNESCO ve barış eğitimi. *Uluslararası Alan Eğitimi Dergisi*, 2 (2), 58-71.

- Tayfun, A. (2002). Turist yerli halk etkileşimi üzerine bir araştırma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 1 - 12
- Taylan: V. (2004). *Turizm İşletmelerinde Gıda Güvenliği ve HACCP*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Tchernikov, I. (2003). Mustafa Kemal Atatürk ve Türkiye-Ukrayna İlişkileri (1918-1938) (Çev. B. Türkdoğan). *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, Cilt: XIX, Sayı: 55., s. 317-327.
- Tekin, F. (2014). *Sınırın Sosyolojisi: Ulus, Devlet ve Sınır İnsanları*. (1.Baskı). İstanbul: Açılım Kitap
- Torbiörn, I. (1988). *Culture Barriers as a Social Psychological Construct-an Empirical Validation*. Y. Y. Kim ve W. B. Gudykunst (Ed.). *Cross-Cultural Adaptation Current Approaches* (s. 168-190). Newbury Park, CA: Sage.
- Tribe, J. ve Snaith, T. (1998). From SERVQUAL to HOLSAT: holiday satisfaction in Varadero, Cuba. *Tourism management*, 19 (1), 25-34.
- Tunç, A. (2003). Dünyadaki Türkiye imajının turizm sektörüne etkisi ve bir uygulama. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1), 38-54.
- Türkiye Dışişleri Bakanlığı, (2019)''Türkiye Ukrayna Siyasi İlişkileri'' https://www.mfa.gov.tr/turkiye-ukrayna-siyasi-iliskileri_.tr.mfa (erişim 03.03.2022)
- Turner, L. ve Ash, J. (1975). *The golden hordes: International tourism and the pleasure periphery*. Constable & Robinson.
- Tütüncü, Ö., Kiremitçi, İ., Çalışkan, U. (2011). Sağlık Turizmi, Güvenlik ve Kalite. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22 (1): 91-93.
- Ukrainska Pravda:''Вірю – не вірю: 10 стереотипів про мусульман'' <https://life.pravda.com.ua/society/2021/02/8/243874/> (Erişim tarihi: 02.05.2022)
- Ukrayna İstatistik Kurumu, (2020) Ukrayna Turizm İstatistikleri . <http://www.ukrstat.gov.ua> (Erişim tarihi: 02.03.2022)

- Ukrayna Ulusal Turizm İstatistikleri Sistemi, (2021) HCTC “Дашборди туристичної статистики України 2009-2020”
https://www.ntoukraine.org/nsts_analytics_ua.html (Erişim tarihi: 04.04.2022)
- Ukrayna Ekonomi Bakanlığı (2019). *Економіка України*.
<https://me.gov.ua/?lang=uk-UA> (Erişim tarihi: 03.03.2022).
- United Nations World Tourism Organization (2020) *UNWTO Tourism Highlights*
<https://www.unwto.org> (Erişim tarihi: 02.11.2021)
- Uslu, A ve Davras, Ö. (2020). Destinasyon Seçimini Belirleyen Faktörlerin Destinasyon Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi: Fethiye’de İngiliz Turistler Üzerinde Bir Araştırma, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (1): 679-696
- Var, T. (1989). Tourism and world peace: The case of Argentina. *Annals of Tourism Research*, 16 (3), 431-434.
- Var, T., Brayley, R. ve Korsay, M. (1989). Tourism and world peace: Case of Turkey. *Annals of Tourism Research*, 16 (2), 282-286.,
- Wintersteiner, W. ve Wohlmuther, C. (2014). Peace sensitive tourism: How tourism can contribute to peace. *International handbook on tourism and peace*, 31-61.
- Woosnam, K. M. ve Norman, W. C. (2010). Measuring residents’ emotional solidarity with tourists: Scale development of Durkheim’s theoretical constructs. *Journal of Travel Research*, 49 (3), 365–380.
- World Travel Tourism Council, (2020) WTTC “Global Economic Impact And Trends 2020” <https://wttc.org> (Erişim tarihi: 05.05.2021)
- WTO (1997). *Tourist Safety and Security: Practical Measures for Destinations (2nd ed.)*. Madrid: World Tourism Organization.
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: Keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, 74-85.
- Yeşiltaş, M. (2015). *İç Savaşa Komşu Olmak Türkiye’nin Suriye Sınır Güvenliği Siyaseti. Analiz*. İstanbul: Seta, Turkuvaз Matbaacılık Yayıncılık.

- Yıldırım A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. 8. Basım. Ankara: Seçkin Yayıncılık
- Yıldırım, M ve Deniz, F. Ö. (2018). Turizmin yerel halkın sosyo-kültürel yapısına etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (2), 79-91
- Yılmaz, İ. (2017). *İl il Türkiye’de turizmin çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri (içerik analizine dayalı bibliyometrik bir yaklaşım)*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Zaei, M. E. ve Zaei, M. E. (2013). The impacts of tourism industry on host community. *European Journal of Tourism Hospitality and Research*, 1 (2), 12-21.
- Zikmund, W. G. (1997). *Business Research Methods*, 5. Edition, The Dryden Press, Orlando.
- Zyla, R. P. (2018). Ukraine as a Nuclear Weapons Power. In *Nuclear Energy and Security in the Former Soviet Union* (ss). 121-137). Routledge.