



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Birsen ÇEVİK ÜNLÜ

KİTLE TURİZM DESTİNASYONLARINDA SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM  
GELİŞİMİNİN SOSYAL TEMSİL KURAMI AÇISINDAN İNCELENMESİ: ANTALYA  
ÖRNEĞİ

Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı  
Doktora Tezi

Antalya, 2022



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Birsen ÇEVİK ÜNLÜ

KİTLE TURİZM DESTİNASYONLARINDA SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM  
GELİŞİMİNİN SOSYAL TEMSİL KURAMI AÇISINDAN İNCELENMESİ: ANTALYA  
ÖRNEĞİ

Danışman

Prof. Dr. Ebru İÇİGEN

Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı

Doktora Tezi

Antalya, 2022

Akdeniz Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Birsen ÇEVİK ÜNLÜ 'nün bu çalışması jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği Ana  
Bilim Dalı Doktora Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Bayram BIÇAK (İmza)

Üye (Danışmanı) : Prof. Dr. Ebru İÇİGEN (İmza)

Üye : Prof. Dr. Beykan ÇİZEL (İmza)

Üye : Doç. Dr. Sedat ÇELİK (İmza)

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Caner ÜNAL (İmza)

|              |                                                                                                                                 |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tez Başlığı: | Kitle Turizm Destinasyonlarında Sürdürülebilir Turizm Gelişiminin Sosyal Temsil<br>Kuramı Açısından İncelenmesi: Antalya Örneği |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 29/06/2022

Mezuniyet Tarihi : 28/07/2022

## AKADEMİK BEYAN

Doktora Tezi olarak sunduğum “Kitle Turizm Destinasyonlarında Sürdürülebilir Turizm Gelişiminin Sosyal Temsil Kuramı Açısından İncelenmesi: Antalya Örneği” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

**Birsen ÇEVİK ÜNLÜ**





T.C.  
**AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**



... / ... / 20...

**TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU BEYAN BELGESİ**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Öğrenci Bilgileri</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                              |
| Adı-Soyadı                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Birsen ÇEVİK ÜNLÜ                                                                                                            |
| Öğrenci Numarası                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 20145204005                                                                                                                  |
| Anabilim Dalı                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Turizm İşletmeciliği                                                                                                         |
| Programı                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Doktora                                                                                                                      |
| <b>Danışman Öğretim Üyesi Bilgileri</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                              |
| Unvanı, Adı-Soyadı                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Prof. Dr. Ebru İÇİGEN                                                                                                        |
| <b>Doktora Tez Başlığı</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Kitle Turizm Destinasyonlarında Sürdürülebilir Turizm Gelişiminin Sosyal Temsil Kuramı Açısından İncelenmesi: Antalya Örneği |
| <b>Turnitin Bilgileri</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                              |
| Ödev Numarası                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 1875396592                                                                                                                   |
| Rapor Tarihi                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 26.07.2022                                                                                                                   |
| Benzerlik Oranı                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Alıntılar hariç: % 8 Alıntılar dahil: %. 9                                                                                   |
| <b>SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE,</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                              |
| <p>Yukarıda bilgileri bulunan öğrenciye ait tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 103 sayfalık kısmına ilişkin olarak Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esaslarında belirlenen filtrelemeler uygulanarak yukarıdaki detayları verilen ve ekte sunulan rapor alınmıştır.</p> <p>Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir:</p> <p>(X) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise:</p> <p>Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylarım.</p> <p>( ) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise:</p> <p>Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esaslarında öngörülen yüzdelerle sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.</p> |                                                                                                                              |
| <b>Gerekçe:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                              |
| <p>Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlere uygun olarak tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.</p> <p style="text-align: right;">Danışman Öğretim Üyesi<br/>Unvanı, Adı-Soyadı<br/>Prof. Dr. Ebru İÇİGEN</p> <p style="text-align: right;">İmza</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                              |

## İÇİNDEKİLER

|                         |      |
|-------------------------|------|
| ŞEKİLLER LİSTESİ .....  | iv   |
| TABLOLAR LİSTESİ .....  | v    |
| GRAFİKLER LİSTESİ ..... | vi   |
| ÖZET .....              | vii  |
| SUMMARY .....           | viii |
| TEŞEKKÜR.....           | ix   |
| GİRİŞ.....              | 1    |

## BİRİNCİ BÖLÜM

### SOSYAL TEMSİL KURAMI

|                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------|----|
| 1.1. Sosyal Psikolojiye Genel Bir Bakış .....                  | 3  |
| 1.2. Sosyal Temsillerin Doğuşu .....                           | 6  |
| 1.3. Sosyal Temsil Kuramının Tanımı ve Kapsamı .....           | 8  |
| 1.4. Sosyal Temsillerin Özellikleri .....                      | 10 |
| 1.5. Sosyal Temsillerin Oluşum Süreci.....                     | 13 |
| 1.5.1. Nesneleştirme (Objectification).....                    | 13 |
| 1.5.2. Demir Atma (Anchoring) .....                            | 14 |
| 1.6. Sosyal Temsillerin İşlevleri .....                        | 16 |
| 1.6.1. Sosyal Çevrenin Anlaşılması.....                        | 18 |
| 1.6.2. Gruplar Arası İlişkilerin Düzenlenmesi.....             | 18 |
| 1.6.3. Değerlendirme ve Meşrulaştırma .....                    | 19 |
| 1.7. Sosyal Temsillerle İlişkilendirilen Kavramlar .....       | 19 |
| 1.7.1. Değer .....                                             | 19 |
| 1.7.2. Norm.....                                               | 20 |
| 1.7.3. İnanç .....                                             | 20 |
| 1.7.4. Tema .....                                              | 20 |
| 1.7.5. Mit veya Mitos .....                                    | 20 |
| 1.7.6. İdeoloji.....                                           | 21 |
| 1.7.7. Tutum .....                                             | 21 |
| 1.8. Bilim ve Sosyal Temsil İlişkisi .....                     | 22 |
| 1.9. Turizm Alanında Yapılan Sosyal Temsil Araştırmaları ..... | 23 |

## İKİNCİ BÖLÜM39

### SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM GELİŞİMİ

|          |                                                                         |    |
|----------|-------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.1.     | Kitle Turizmi.....                                                      | 39 |
| 2.2.     | Kitle Turizminden Sürdürülebilir Turizme Geçiş.....                     | 40 |
| 2.3.     | Sürdürülebilirlik Kavramı.....                                          | 44 |
| 2.4.     | Sürdürülebilir Gelişme.....                                             | 45 |
| 2.4.1.   | Sürdürülebilir Gelişmeye Yön Veren Toplantılar .....                    | 46 |
| 2.4.1.1. | Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi Konferansı - Stockholm .....          | 47 |
| 2.4.1.2. | Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu – “Ortak Geleceğimiz” .....           | 48 |
| 2.4.1.3. | Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı - Rio de Janeiro ..... | 50 |
| 2.5.     | Sürdürülebilir Turizm Kavramı .....                                     | 51 |
| 2.5.1.   | Sürdürülebilir Turizmin Ortaya Çıkışı ve Gelişimi .....                 | 56 |
| 2.5.2.   | Sürdürülebilir Turizmin Amaçları ve İlkeleri.....                       | 62 |
| 2.5.3.   | Sürdürülebilir Turizm ve Çevre İlişkisi.....                            | 65 |
| 2.5.3.1. | Sürdürülebilir Turizm – Fiziksel Çevre İlişkisi.....                    | 66 |
| 2.5.3.2. | Sürdürülebilir Turizm – Ekonomik Çevre İlişkisi.....                    | 68 |
| 2.5.3.3. | Sürdürülebilir Turizm – Toplumsal Çevre İlişkisi .....                  | 68 |

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### ANTALYA’NIN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM GELİŞİMİ ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA

|        |                                                                                      |    |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.1.   | Araştırma Amacı.....                                                                 | 70 |
| 3.2.   | Araştırma Metodolojisi .....                                                         | 71 |
| 3.3.   | Araştırma Deseni .....                                                               | 72 |
| 3.4.   | Araştırma Örneklemi .....                                                            | 73 |
| 3.5.   | Veri Toplama Tekniği.....                                                            | 74 |
| 3.6.   | Verilerin Analizi .....                                                              | 76 |
| 3.7.   | Geçerlik ve Güvenirliğin Sağlanması .....                                            | 76 |
| 3.8.   | Bulgular.....                                                                        | 78 |
| 3.8.1. | İçerik Analizine Dair Bulgular .....                                                 | 79 |
| 3.8.2. | Kelime Bulutu (Word Cloud) Analizine Dair Bulgular .....                             | 86 |
| 3.8.3. | Çoklu Mütakabiliyet Analizine (Multiple Correspondence Analysis) Dair Bulgular ..... | 89 |

|                                                                  |            |
|------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>SONUÇ .....</b>                                               | <b>98</b>  |
| <b>KAYNAKÇA.....</b>                                             | <b>102</b> |
| <b>EK 1- Serbest Çağrışım Görüşme Formu .....</b>                | <b>114</b> |
| <b>EK 2- Gönüllü Katılımcı Bilgilendirme ve İzin Formu .....</b> | <b>115</b> |
| <b>EK 3- Kappa Analizi Tablosu (Kavramsal Çağrışım) .....</b>    | <b>116</b> |
| <b>EK 4- Kappa Analizi Tablosu (Görsel Çağrışım).....</b>        | <b>117</b> |
| <b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>                                             | <b>118</b> |



## ŞEKİLLER LİSTESİ

|                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Şekil 1.1 Sosyal Psikolojinin Çok Disiplinli Bir Şekilde Kavramsallaştırılması ..... | 5  |
| Şekil 2.1 Taşıma Kapasitesinin Belirleyicileri ve Etkileri .....                     | 56 |
| Şekil 2.2 Sürdürülebilir Turizm ve Sürdürülebilir Gelişme .....                      | 60 |
| Şekil 3.1 Çağrışımların Kelime Bulutu .....                                          | 87 |
| Şekil 3.2 Y Kuşağı Çağrışımlarının Kelime Bulutu .....                               | 88 |
| Şekil 3.3 X Kuşağı Çağrışımlarının Kelime Bulutu .....                               | 88 |
| Şekil 3.4 Baby Boomer Kuşağı Çağrışımlarının Kelime Bulutu .....                     | 89 |



## TABLOLAR LİSTESİ

|                                                                                                                                     |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tablo 1.1 Sosyal Temsillerin Temel Özellikleri .....                                                                                | 11 |
| Tablo 1.2 Temsilin Merkezi ve Periferik (Çevresel) Sisteminin Özellikleri.....                                                      | 12 |
| Tablo 1.3 Sosyal Temsiller ve Tutum Kavramlarının Karşılaştırılması.....                                                            | 22 |
| Tablo 1.4 Turizm Alanında Yapılan Sosyal Temsil Araştırmaları.....                                                                  | 24 |
| Tablo 2.1 Kitle ve Kitle Dışı Turizm.....                                                                                           | 40 |
| Tablo 2.2 Birleşmiş Milletler İnsani Çevre Konferansı İlkeleri.....                                                                 | 47 |
| Tablo 2.3 Brundtland Raporu Doğrultusunda Çevre ve Kalkınma Politikalarındaki Temel Hususlar.....                                   | 49 |
| Tablo 2.4 Sürdürülebilir Turizmin Beş Temel Göstergesi .....                                                                        | 54 |
| Tablo 3.1 Kappa ( $\kappa$ ) Analizi Tablosu .....                                                                                  | 77 |
| Tablo 3.2 Katılımcıların Demografik Bilgileri.....                                                                                  | 78 |
| Tablo 3.3 Otel İşletmecilerinin Antalya'nın Sürdürülebilir Turizm Gelişimi Çağrışımlarını Yansıtan Kod ve Kategoriler Tablosu ..... | 79 |
| Tablo 3.4 Çevresel Kategori İçerik Analizi Tablosu.....                                                                             | 80 |
| Tablo 3.5 Ekonomik Kategori İçerik Analizi Tablosu .....                                                                            | 81 |
| Tablo 3.6 Kültürel Kategori İçerik Analizi Tablosu.....                                                                             | 82 |
| Tablo 3.7 Sosyal Kategori İçerik Analizi Tablosu .....                                                                              | 83 |
| Tablo 3.8 Yönetimsel Kategori İçerik Analizi Tablosu .....                                                                          | 83 |
| Tablo 3.9 Katılımcıların Zihninde Canlanan Görsel Çağrışımlarını Yansıtan Kod ve Kategoriler Tablosu .....                          | 84 |

## GRAFİKLER LİSTESİ

|                                                                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Grafik 3.1 Kavramsal Çağrışımların Kuşak ve Eğitim Durumuna Dair Mütakabiliyet Analizi Grafiği.....                          | 90 |
| Grafik 3.2 Kavramsal Çağrışımların Kuşaklara Dair Mütakabiliyet Analizi Grafiği .....                                        | 91 |
| Grafik 3.3 Kavramsal Çağrışımların Eğitim Düzeyine Dair Mütakabiliyet Analizi Grafiği ...                                    | 92 |
| Grafik 3.4 Kavramsal Çağrışımların Eğitim Düzeyine ve Kuşaklara Dair Mütakabiliyet Analizi Grafiği (İlk 5 Yanıta Dair) ..... | 93 |
| Grafik 3.5 Görsel Çağrışımların Eğitim Düzeyine ve Kuşaklara Dair Mütakabiliyet Analizi Grafiği.....                         | 94 |
| Grafik 3.6 Görsel Çağrışımların Kuşaklara Dair Mütakabiliyet Analizi Grafiği .....                                           | 95 |
| Grafik 3.7 Görsel Çağrışımların Eğitim Düzeyine Dair Mütakabiliyet Analizi Grafiği .....                                     | 96 |
| Grafik 3.8 Görsel Çağrışımların Eğitim Düzeyine ve Kuşaklara Dair Mütakabiliyet Analizi Grafiği (İlk 5 Yanıta Dair).....     | 97 |

## ÖZET

Sosyal psikolojiyi bilimin temel bir alanı olarak ele alan Moscovici; dünyayı anlamının ve anlamlandırmanın bir yolu olarak sosyal temsilleri işaret etmiştir. Bu bağlamda, kitle turizm destinasyonu olan Antalya'nın sürdürülebilir turizm gelişiminin otel işletmecileri açısından sosyal temsillerini keşfetmek amaçlanmıştır. Araştırma amacı doğrultusunda nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Veri toplama tekniği olarak temsil içeriğinin kurucu unsurlarını keşfetmek için önemli bir teknik olarak görülen serbest çağrışım yöntemi tercih edilmiştir. Kartopu örnekleme yöntemi tercih edilerek 15/08/2021 ile 30/12/2021 tarihleri arasında 15 otel işletmecisi ile görüşülmüştür. Edinilen veriler bir nitel veri analiz yazılımına aktarılmış ve kodlanmıştır. Kodların benzerlik ve/veya farklılıklarına göre bir araya getirilerek oluşturulan kategoriler içerik analizi ile incelenmiştir. Beş temel kategori ortaya çıkmıştır; çevresel, ekonomik, kültürel, sosyal ve yönetimsel. Bu kategorilerin literatürde yer alan sürdürülebilir turizm göstergeleri ile benzerlik gösterdiği keşfedilmiştir. Ayrıca otel işletmecilerinin Antalya'nın sürdürülebilir turizm gelişimine dair temsillerinin en çok çevresel konularda olduğu görülmektedir. Kategoriler içerisinde yer alan çağrışımlar incelendiğinde en çok tekrarlanan temsillerinin rekreatif faaliyetler, istihdam ve şehir planlaması olduğu görülmektedir. Otel işletmecilerinin zihnindeki görseli keşfetmeye yönelik sorulan soruya verilen yanıtlar kodlandığında ise beş temel kategoriye ulaşılmıştır; doğa görseli, insan kaynakları görseli, kentsel görsel, turistik görsel ve yönetimsel görseldir. Doğal kaynaklar en çok tekrarlanan ve dolayısıyla en yaygın temsiller arasında yerini almıştır. Kelime bulutu analizi ile en çok tekrarlanan temsillerin; rekreatif faaliyetler (Y kuşağı), doğal kaynaklar (X kuşağı), şehir planlaması (Baby Boomer) olduğu resmedilmiştir. Son olarak çoklu mütakabiliyet analizi ile katılımcıların kuşaklarına ve eğitim düzeylerine dair sosyal temsillere yakınlıkları belirlenmiştir. Tüm bu bulgular ışığında literatüre teorik ve pratik katkılar sunulmuş ve araştırma kısıtları çerçevesinde ileride yapılacak araştırmalara yönelik öneriler getirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Sürdürülebilir turizm, Sosyal temsil kuramı, Temsiller, Serbest çağrışım yöntemi, İçerik analizi, Kelime bulutu, Çoklu mütakabiliyet analizi

## SUMMARY

### AN INVESTIGATION OF SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN MASS TOURISM DESTINATIONS FROM THE PERSPECTIVE OF SOCIAL REPRESENTATION THEORY: THE CASE OF ANTALYA

Moscovici, who considers social psychology as a fundamental field of science, pointed to social representations as a way of understanding and making sense of the world. In this context, it is aimed to explore the social representations of the sustainable tourism development of Antalya, which is a mass tourism destination, in terms of hotel operators (hotel owners). In line with the purpose of the research, the qualitative research method was preferred. As a data collection technique, free association method, which is seen as an important technique, was preferred in order to discover the constituent elements of the representation content. Snowball sampling method was preferred and 15 hotel operators (hotel owner) were interviewed between 15/08/2021 and 30/12/2021. The obtained data were transferred to a qualitative data analysis software and coded. The categories created by bringing the codes together according to their similarities and/or differences were examined by content analysis. Five basic categories emerged; environmental, economic, cultural, social and administrative. It has been discovered that these categories are similar to the sustainable tourism indicators in the literature. In addition, it has been seen that the representations of the hotel operators on the sustainable tourism development of Antalya are mostly on environmental issues. When the associations within the categories are examined, it is seen that the most repeated representations are recreational activities, employment and city planning. When the answers given to the question asked to discover the image in the minds of hotel operators were coded, five basic categories were reached; nature image, human resources image, urban image, touristic image and administrative image. Natural resources have taken their place among the most repeated and therefore the most common representations. With word cloud analysis, the most repeated representations were illustrated as recreational activities (Generation Y), natural resources (Generation X), urban planning (Baby Boomer). Finally, with the multiple correspondence analysis, the closeness of the participants to the social representations of their generation and education level was determined. In the light of all these findings, theoretical and practical contributions were made to the related literature and suggestions were made for future research within the framework of research limitations.

**Keywords:** Sustainable tourism, Social representation theory, Representations, Free association method, Content analysis, Word cloud, Multiple correspondence analysis

## TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın her aşamasında yardımlarını benden esirgemeyen, bilgi ve tecrübeleri ile çalışmamı yönlendiren, akademik gelişimime katkı sağlayan ve doktora eğitimime başladığım ilk günden beri danışmanlığımı yürüten Sayın Prof. Dr. Ebru İÇİGEN hocama;

Çalışma süresince değerli görüşlerini benimle paylaşan ve yardımcı olan Prof. Dr. Beykan ÇİZEL ve Prof. Dr. Bayram BIÇAK hocalarıma;

Beni her daim motive eden ve yardımcı olan Adnan ÖZTÜRK, Hatice KARAKAŞ ve Onur SELÇUK'a ve birlikte çok şey paylaştığım değerli arkadaşlarıma;

Akademik kariyer yapmama vesile olan ve emeği geçen tüm hocalarıma;

Maddi ve manevi desteklerini her zaman yanımda hissettiğim aileme;

Bu süreçte varlığıyla bana güç veren oğlum Yiğit Efe'ye;

Manevi desteğini asla eksik etmeyen eşim Kenan ÜNLÜ'ye ve emeği geçen herkese teşekkürü bir borç bilirim.

**Birsen ÇEVİK ÜNLÜ**

**Antalya, 2022**

## GİRİŞ

İnsanoğlunun var olduğu her alanda sosyal psikolojiden bahsetmek mümkün haldedir. Sosyal davranış bilimi olarak görülen sosyal psikoloji; herhangi bir bireyin yer aldığı grup içerisinde davranışlarının incelenmesine olanak sağlamaktadır. Sosyal psikolojiyi bilimin temel bir alanı olarak ele alan Moscovici ise; dünyayı anlamının ve anlamlandırmanın bir yolu olarak sosyal temsilleri işaret etmiştir.

Sosyal temsil kuramı, içinde yer aldığımız, yaşadığımız ve diğer insanlarla iletişim kurduğumuz toplumsal dünyayı anlamamızı sağlayan bir sosyal psikoloji kuramıdır. Çok çeşitli bağlamlarda kullanılan sosyal temsiller; bireyler tarafından oluşturulmakta ve sosyal gruplarda paylaşılmaktadır. Ayrıca sosyal temsiller zaman, mekân, kültürel değişimlere oldukça duyarlı ve dinamik bir yapıdadırlar. Merkezi ve çevresel öğelerden oluşan sosyal temsiller, son yıllarda turizm alanında yapılan araştırmalarda da sıkça karşımıza çıkmaktadır. Mevcut sosyal temsil araştırmaları incelendiğinde; çoğunlukla nitel araştırma yöntemlerinin tercih edildiği ve turizm planlaması, turizm gelişimi, sürdürülebilirlik gibi konuların yaygın olduğu görülmektedir.

İkinci Dünya Savaşı sonrası yaşanan teknolojik gelişmeler, çalışma saatlerindeki düzenlemeler, tatiller ve zamanla paket turların yaygınlaşması kitle turizm faaliyetlerine hız kazandırmıştır. Turistik destinasyonlar tüm çekicilik unsurlarıyla ziyaretçilere sunulmuştur. Böylece turizm dünyanın en büyük ekonomilerinden biri haline gelmiştir. Kitle turizminin pek çok olumlu etkisinin yanında, çevresel tahribat, betonlaşma, toplumsal etki, altyapı yetersizliği gibi birtakım olumsuz etkilerinin de olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Bu olumsuz turizm etkilerinin ve problemlerinin ele alınması ve daha uzun vadede canlılığın sağlanması adına “sürdürülebilirlik” ön plana çıkmıştır. Hem mevcut neslin ve ziyaretçilerin ihtiyaçlarının karşılanması hem de geleceğin fırsatlarının korunması adına sürdürülebilir turizm gelişimi uzmanlar ve sektör tarafından benimsenmeye başlanmıştır.

Yapılan literatür incelemesinde ülkemizde turizm alanında yapılan sosyal temsil araştırmalarının çok az sayıda olduğu görülmüştür. Özellikle kitle turizminin yaygın olarak devam ettiği Antalya’da sürdürülebilir turizm gelişiminin otel işletmecileri için ne anlama geldiği sosyal temsil kuramı bağlamında incelenmiştir. Bu hususta bu araştırmanın amacı; Antalya’nın sürdürülebilir turizm gelişiminin temsillerini belirlemektir. Araştırma amacı doğrultusunda nitel araştırma yöntemi tercih edilmiş olup yorumlamacı paradigma temelinde ve olgu bilim deseninde ilerlenmiştir. Amaçlı örnekleme yöntemi olan kartopu örnekleme yöntemi tercih edilerek 15 otel işletmecisi ile görüşülmüştür. Veri toplama tekniği olarak

temsil içeriğinin kurucu unsurlarını keşfetmek için önemli bir teknik olarak görülen serbest çağrışım yöntemi tercih edilmiştir.

Bu tez üç bölümden oluşmakta ve birinci bölümde Moscovici'nin öncüsü olduğu sosyal temsil kuramından bahsedilmiştir. Birinci bölümde; sosyal temsillerin doğuşu ve özellikleri, kuramın tanımı, kapsamı ve oluşum süreci, sosyal temsillerin işlevleri, sosyal temsillerle ilişkilendirilen kavramlar ve bilim – sosyal temsil ilişkisinden bahsedilmiştir. Ayrıca turizm alanında yapılan sosyal temsil araştırmaları tablo haline getirilerek detaylı incelenmiştir.

İkinci bölümde ise sürdürülebilir turizm gelişimi ile ilgili literatüre yer verilmiştir. Bu bölümde kitle turizminden sürdürülebilir turizme geçiş süreci, sürdürülebilirlik, sürdürülebilir gelişme, sürdürülebilir gelişmeye yön veren toplantılar ve alınan kararlara yer verilmiştir. Ayrıca sürdürülebilir turizm kavramından detaylı bahsedilerek sürdürülebilir turizmin çevresel ilişkilerine (fiziksel, ekonomik ve toplumsal) yer verilmiştir.

Son bölümde ise bu araştırmanın amacı, metodolojisi, deseni, örnekleme ve veri toplama tekniği detaylı yer almaktadır. Ayrıca içerik analizine dair, kelime bulutu analizine dair ve çoklu mütakabiliyet analizine dair araştırma bulgularına da bu bölümde yer verilmiştir.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### SOSYAL TEMSİL KURAMI

#### 1.1. Sosyal Psikolojiye Genel Bir Bakış

Sosyal psikolojinin sınırları içerisinde yer alan konular bir yandan sosyal bilimlerle diğer yandan ise psikolojinin diğer uzmanlık alanlarıyla ilişkisinde bir kavşak konumundadır. Açıkçası sosyal psikoloji insan ilişkileri ile ilgilenmekte ve bu anlamda insanın var olduğu her alanda sosyal psikolojinin yer alması olağan görülmektedir (Bilgin, 2014b: 4).

Sosyal psikolojinin tanımlanması noktasında farklı bakış açıları söz konusudur. Bu konudaki genel yaklaşım sosyal psikolojinin sosyal davranış bilimi olarak değerlendirilmesidir. Sosyal psikologlar sosyal davranış kuramını geniş anlamda kullanarak, duygu ve düşünceleri de kapsarken; sosyal psikolojide ise duygu, heyecan, tutum vb. olgular da yer almaktadır (Bilgin, 2014b: 7-8). G. Allport'a göre sosyal psikoloji "*bireylerin duygu, düşünce ve davranışlarının başkalarının gerçek, hayali ya da örtük varlığı karşısında nasıl etkilendiğinin bilimsel olarak araştırılması*" şeklinde tanımlanmıştır (Hogg ve Vaughan, 2007: 24). Bireyler, toplumlarda birden fazla grubun üyesi olabilmekte; grup içerisindeki diğer insanları etkileyebilmekte veya grupların bireyler üzerindeki etkisi artabilmektedir. Bu anlamda Güney (2011: 8) "*bireyin sosyal bir grup içindeki davranışlarını inceleyen bilim dalını*" sosyal psikoloji olarak ifade etmektedir. Arkonaç (2001: 3) ise sosyal psikolojiyi "*kişinin davranışlarının, hislerinin, düşüncelerinin başkalarının davranış ve/veya özelliklerinden etkilenme şekillerini ve onlar tarafından belirlenme şekillerini inceleyen modern bir psikoloji dalı*" olarak tanımlamıştır. Bu tanımdan da anlaşıldığı üzere sosyal psikolojinin inceleme nesnesini bireyler oluşturmaktadır. Aynı zamanda insanların başkalarının tutum, davranış ve inançlarını etkilemesi de sosyal psikolojinin temelinde yer almaktadır. Moscovici ise sosyal psikolojiyi; ı ışık tutması beklenen dini, siyasi ve kültürel fenomenleri göz önünde bulundurarak, bilimin temel bir alanı olarak ele almıştır (Moscovici, 1988: 212-213).

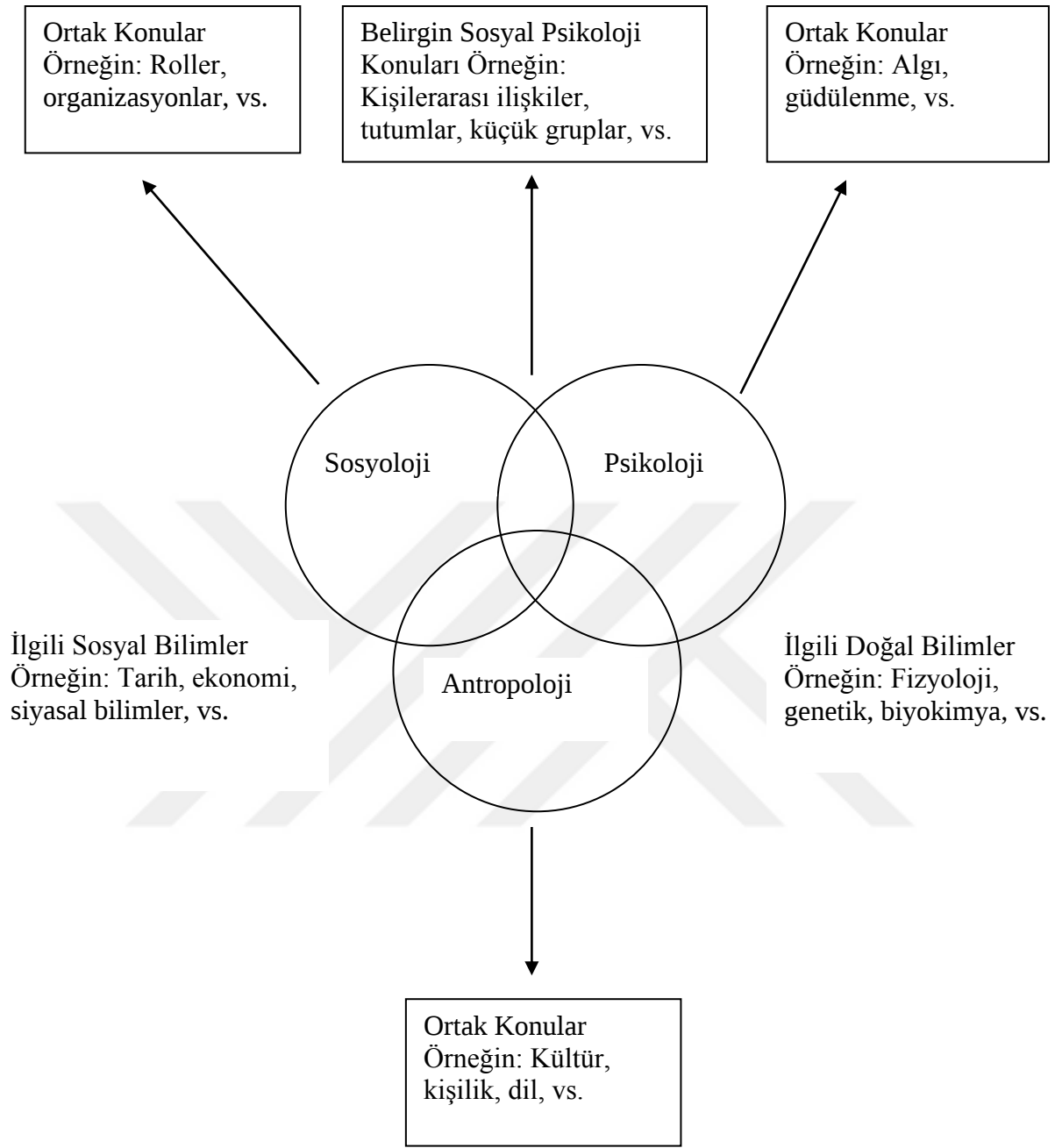
Sosyal psikolojinin insan ve toplumla olan ilişkisine rağmen bilimler tarihinde en son ortaya çıkan bilim dallarından biri olduğu ifade edilebilir (Bilgin, 2014b: 11). Bazı sosyal psikologlara göre sosyal psikoloji tarihi eski Yunan felsefesine kadar dayanmaktadır. Eflatun insan-toplum ilişkisini incelemiş, Aristo sosyal etki konusuna değinmiştir. Daha da eskiye gitmek gerekirse Hammurabi Kanunlarında dahi sosyal düzeni belirlemeye yönelik kanıtlar sosyal psikolojiye dayandırılabilir (Kağıtçıbaşı, 2013: 27).

17. yüzyıla kadar ele alınmış konular ise kapsam ve içerik bakımından sosyal psikolojik nitelikte olmasına rağmen farklı bir yaklaşım olarak nitelendirilmiştir (Usal ve Kuşluvan, 1999: 8). 17. ve 18. yüzyılda özellikle İngiliz filozoflar bireyin diğerleriyle ve toplumla olan ilişkisini araştırmışlar ve sosyal davranışın hangi güdülere dayandığını bulmaya çalışmışlardır. Ardından farklı bilim alanlarında yapılan çalışmalar sosyal psikolojinin bir bilim dalı olarak ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (Kağıtçıbaşı, 2013: 27-29). Fakat sosyal psikoloji alanı tarihsel açıdan incelendiğinde en somut uzantıların 20. yüzyılda olduğu ifade edilebilir. 20. yüzyılın başlarında İngiliz Psikolog Mc Dougall ve Amerikalı sosyolog Ross'un birbirinden haberdar olmadan yazdıkları "Sosyal Psikoloji" adlı ders kitapları ile bu alanda önemli gelişmelerin yaşandığı söylenebilir. Mc Dougall "insan" ve Ross ise "toplum" kavramlarıyla sosyal psikolojik yaklaşımlarını ortaya koymuşlardır (Usal ve Kuşluvan, 1999: 10). Ross sosyal davranışın temelinde taklit olayını görmüş ve insanların bireysel farklılıklarının yanında nasıl benzer davranışları sergilediklerini ve sosyal bir düzen kurabildiklerini incelemiştir. Mc Dougall ise davranışların temelinde içgüdülerin yattığı görüşünden yola çıkarak sosyal psikoloji alanına katkıda bulunmuştur (Kağıtçıbaşı, 2013: 32).

Mc Dougall ve Ross'un sosyal psikolojiye olan bu rastlantısal katkıları sosyal psikolojinin ikili özelliğini açığa çıkarmıştır; psikolojik sosyal psikoloji ve sosyolojik sosyal psikoloji. Psikolojik sosyal psikolojinin temel odağı bireysel olması ve kişinin sosyal uyaranlara verdiği karşılıktır. Bir psikolojik sosyal psikolog, grup içindeki bireyin davranışlarını ve nedenlerini birey seviyesinde anlamaya ve açıklamaya çalışmaktadır. Buna karşılık sosyolojik sosyal psikoloji ise bireysel farklılıklardan ziyade daha büyük gruplara veya insanların sosyo-ekonomik durumu, toplumsal rolleri ve kültürel normları gibi toplumsal değişkenlere odaklanmıştır (Franzoi, 2000: 7).

Sosyal psikoloji, sosyoloji ve psikolojinin kesişim noktasında yer almakta ve her iki alanın yetersiz kaldığı durumlarda sosyal psikoloji devreye girmektedir. Örneğin birey-toplum ilişkisinde psikolojinin, bireyin belirli bir sosyal ortamda yaşadığını; sosyolojinin ise bireylerin bulunduğu ortama kendi özelliklerini getirdiğini göz önünde bulundurması gerekmektedir. Elbette sosyal psikoloji "*insanın kökenini, biyolojik yapısını, somatik özelliklerini, kültürel belirtilerini, toplumsal davranışlarını konu edinen ve bunları kendine özgü yöntemleriyle inceleyen*" antropoloji ile de yakından ilişkilidir (Güney, 1998: 16).

Şekil 1.1'de sosyal psikolojinin çok disiplinli bir şekilde kavramsallaştırılması yer almaktadır.



**Şekil 1.1 Sosyal Psikolojinin Çok Disiplinli Bir Şekilde Kavramsallaştırılması**

**Kaynak:** Kağıtçıbaşı, 2013: 24

Sosyal psikolojinin coğrafik açıdan gelişimi incelendiğinde ise Amerika’da çok sayıda sosyal psikoloğun çalışmalarıyla bilim dalları arasındaki yerini almaya başlamıştır. Bu süreçte Avrupalı araştırmacıların da önemli katkılar sağladığı, fakat 20. yüzyıla kadar daha geri planda oldukları gözlenmiştir. Avrupa Birliği’nin kurulmasından sonra sosyal psikolojinin giderek örgütlenen bir yapıya kavuşması ve Avrupa Deneysel Sosyal Psikoloji Birliği’nin açılması sosyal psikoloji için önemli gelişmelere olanak sağlamıştır (Bilgin, 2014b: 14-15). Sosyal temsiller teorisi de bu gelişmeler sonucunda ortaya çıkmıştır.

## 1.2. Sosyal Temsillerin Doğuşu

Bireylerin dünyayı anlama ihtiyacını karşılamak amacıyla ortaya çıkan sosyal temsiller (Cirhinlioğlu vd., 2006: 163); toplulukları, örgütleri ve grupları bir araya getiren, toplumsal bağlar üreten, yaygın bilişlerle sonuçlanan ortak anlam oluşturma süreçleriyle ilgilidir (Höijer, 2011: 3). Sosyal temsil kuramı sosyal psikoloji alanına bir yenilik olarak girmiştir. Daha sonra bilişsel psikolojinin tek bileşeni halini almış ve diğer bilim dallarına yayılmaya başlamıştır (Moscovici, 1988: 212). Sosyal temsillerin toplumlarda oluştuğu bilinirken; Moscovici'den önce temsillerin yapısının veya iç dinamiklerinin ayrıntılı olarak incelenmediği ifade edilmektedir. Bu nedenle Moscovici bir kavram olarak görülen sosyal temsilleri bir fenomen haline dönüştürmüştür (Moscovici, 2000: 30). Sosyal temsil kuramının öncüsü olan Serge Moscovici sosyal psikolojinin, savaş sonrası politik, ekonomik ve endüstriyel sorunların yanı sıra bu konulara çözüm bulma potansiyeline sahip bir disiplin olduğunu düşünmüştür (Marková, 2017: 360). Moscovici 1960'lı yıllardan itibaren sosyal temsiller üzerine araştırmalar yapmış ve çok sayıda makale, bildiri ve kitabı bulunmaktadır. Psikanalist eşi ve siyasetçi oğlu ile Paris'te yaşayan Moscovici, 15 Kasım 2014 tarihinde ölmüştür.

Sosyal temsillerin kavram olarak temeli ise Durkheim'den gelmektedir. 1898'de Fransız sosyolog Emile Durkheim tarafından ortaya atılan “kolektif temsilcilik” kavramı yirminci yüzyılın başlarında uzun bir süre kullanılmazken; 1960'lı yılların başlarına doğru Moscovici bu kavram üzerinde çalışarak sosyal temsil kuramını hayata geçirmiştir (Rateau vd., 2011: 480). Durkheim'in bakış açısına göre kolektif temsiller; bilim, din, mit ve dönemin modalitesini içeren bir dizi entelektüel formlar olarak tanımlamıştır. Aslında, bir toplum içerisinde meydana gelen her türlü düşünce, duygu veya inanış dahil edilmiştir (Moscovici, 2000: 30). Ancak Moscovici Durkheim'den farklı bir bakış açısı yaratmış; sosyal psikoloji alanında bu yaklaşımın daha farklı incelenmesi gerektiğini savunmuştur. Durkheim bireysel temsile karşı kolektif temsilleri koyarak sosyolojik olguların özelliklerini açıklamayı hedeflemiştir. Durkheim bu anlamda bireysel temsilleri değişken ve istikrarsız olarak nitelendirirken; kolektif temsilleri zihinsel sosyal üretimler olarak görmekte, istikrarlı ve objektif olarak nitelendirmektedir (Bilgin, 2014b: 353). Ayrıca Durkheim'e göre, bireysel temsiller bireysel şuuru temel alırken kolektif temsiller toplumda karşılıklı olarak yapılmaktadır (Rateau vd., 2011: 481).

Moscovici, Durkheim'in kolektif temsiller yaklaşımına iki önemli niteliği eklemek durumunda kalmıştır (Moscovici, 2000: 31-33):

- “*Sosyal temsiller ne bildiğimizi anlamanın ve iletmenin spesifik bir yoludur.*” Niteliği ile dünyayı anlamlandırmanın ve anlatmanın daha anlamlı bir yolu olarak temsilleri işaret etmiştir. Ayrıca temsillerin imge veya anlam vurgusuna dikkat çekerek; her imgenin bir düşünce/fikre ve her düşünce/fikrin de bir imgeye eşit olduğunu savunmuştur.
- Moscovici, Durkheim’in temsil kavramının daha durağan olduğunu iddia ederek bu durumun günümüz şartlarına uygun olmadığını savunmuştur (Höijer, 2011: 4).

Ayrıca Moscovici’ye göre sosyal temsiller sosyal varlıklar olarak görülmektedir. Bu anlamda temsiller; ortaya çıkarlar, değişirler ve yeniden biçimlenip tekrar ortaya çıkabilmektedirler. Moscovici de temsillerin bu niteliğinden dolayı Durkheim’in kolektif terimi yerine “sosyal” terimini kullanmanın daha uygun olduğu ifade etmiştir (Moscovici, 2000: 31-33). Durkheim, hem temsilleri bireysel-toplu, birey-toplum veya kararlı-kararsız gibi ayırtırmakta hem de olguları iki farklı evrene ayırmaktadır; bir grup psikolojik diğer grup ise sosyolojik açıklamalara muhtaç kalmaktadır. Fakat sosyal psikoloji bu tür ayrımlar yaptığında; bireyler, toplum ve onların yaygın temeli arasındaki ilişkilerin araştırılmasını engelleyebilmektedir. Kısaca Moscovici’ye göre Durkheim’in temsil kavramı geniş bir entelektüel sınıfla ilgilenmektedir (Moscovici, 1988: 212-218).

Moscovici temsillerin toplumun bir ürünü değil, bu toplumu oluşturan sosyal grupların ürünleri olduğunu düşünmekte ve sosyal temsillerin ortaya çıkışı ve iletilmesini açıklayan iletişim süreçlerine odaklanmaktadır. Ayrıca sosyal temsillerin incelenmesinin kurulmuş ve dar kapsamlı bir kuramsal çerçeve içinde değil; bir paradigma, bir düşünce dizisi ve bir bilgi yapılandırma aracı çerçevesinde yer almasını sağlamaktadır (Rateau vd., 2011: 481).

Jodelet (2008: 413-417) ise sosyal temsillerin gerçek anlamda “sosyal” bir sosyal psikoloji yaratmaya çalışan nesnesi ve yenilikçi niteliğini üç noktada vurgulamıştır: Sağduyu düşüncesine odaklanma, gerçekliğin oluşumundaki rolü ve karmaşıklığı. Jodelet sosyal temsil kuramının yayılmasını dönemlere bölerek incelemiştir:

- Birinci dönem, 60’lı yılların sonlarında ve 70’lerin başında sosyal temsil kavramının çatısı altında yayınlanan çalışmaların olgunlaşma yıllarına tekabül etmektedir.
- İkinci dönemde, 60’lı yılların başından itibaren, Moscovici’nin önerilerinin açıkça tekrar ele alındığı birçok Fransızca yayın çıkmıştır ve bunların çoğu psiko-sosyolojik ve sosyolojik nitelikteki araştırmalardır. Psikanaliz ile ilgili araştırmalar doğrultusunda, sosyal gruplarla ilişkili imgelerdeki değişiklikler, inançlar ve tutumlar ve bireyler ile sosyal dünya arasındaki ilişkilerin modları üzerinde durulmuştur. Eğitim, sağlık, toplumsal cinsiyet, gruplar, çocukluk, adalet, vb. çeşitli alanlarda

temsillerin içeriğinin ve yapısının sosyal ve tarihsel olarak belirlenmesini vurgulamak için niteliksel ve niceliksel yöntemlerin bir kombinasyonu kullanılmıştır.

- Üçüncü dönem ise 1979'da R. Farr ve S. Moscovici tarafından Avrupa Sosyal Psikoloji Laboratuvarı'nda düzenlenen sosyal temsiller konferansı ile başlatılmıştır. Bu dönemde Avrupa'da özellikle Avusturya, İngiltere, Almanya, İtalya ve İspanya'da bu araştırmalara ilgi artmış ve hız kazanmıştır.
- Dördüncü dönem 80'lerin sonunda başlamış; araştırma ve kuramda temsil kavramının sosyal bilimlerde benimsenmesi damgasını vurmuştur. Artık sosyal temsil kuramı araştırmaları gitgide yaygınlaşmıştır.

Özetle, Fransız sosyolojik geleneğinin mirasçısı olarak, 1960'ların başında Moscovici tarafından temeli oluşturulan sosyal temsil kuramı, sosyal psikolojideki en önemli teorilerden biri haline gelmiştir. Başta sosyal psikoloji olmak üzere ve diğer alanlarda çok sayıda araştırmacıyı ve uygulayıcıyı bir araya getirmiştir. Araştırmacılar bu kuramı, bireylerin ve grupların toplumsal gerçekliği detaylandırma, dönüştürme ve iletişim kurma biçimlerini anlayabilmemizi ve açıklayabilmemizi sağlayan esnek ve kavramsal bir çerçeve olarak görmüşlerdir (Rateau vd., 2011: 477).

### 1.3. Sosyal Temsil Kuramının Tanımı ve Kapsamı

Sosyal temsil kuramı, modern toplumlarda psikososyal olayları araştırmak için yeni kavramlar ve fikirlerin sosyal psikolojik bir çerçevesi olarak görülmüştür (Wagner vd., 1999: 95-96). Sosyal temsiller, içinde yaşadığımız ve diğer insanlarla iletişim kurduğumuz toplumsal dünyayı anlamamızı ve paylaşılan perspektiflerin oluşmasını sağlayan bir sosyal psikoloji kuramıdır. Bu paylaşılan perspektifler, bireylerin kararlarını temel alan ve dünyada kabul gören geniş bir bilgi ağı oluşturmaktadır (Dickinson ve Robbins, 2007: 117). Sosyal temsil kuramı çok çeşitli bağlamlarda kullanılmıştır ve sosyal psikoloji içerisinde genellikle belirli bilimsel kavramların veya uzmanlık bilgisinin toplum tarafından nasıl algılanıp temsil edildiği ile ilgili teorik bir birimi temsil etmektedir (Becken, 2016: 33).

Sosyal temsiller bireyler tarafından oluşturulmakta ve sosyal gruplarda paylaşılmaktadır (Pearce, 2005: 180; Wagner vd., 1999: 96; Dickinson ve Robbins, 2007: 117). “Sosyal” teriminin de ima ettiği şekilde, gruplar bu temsilleri sosyal etkileşim yoluyla üretmekte ve paylaşmaktadırlar (Dickinson ve Robbins, 2007: 117). Moscovici sosyal temsillerin zaman, mekân ve kültürel değişimlere duyarlı ve dinamik bir yapıda görülmesi gerektiğini ve diğerlerini etkileme konusunda hassas olduklarını savunmuştur (Pearce, 2005: 180). Bu anlamda sosyal temsillerin sosyal olarak üretilen bilgi olduğu ve insanların dünyayı

nasıl gördüklerini yansıttığı ifade edilebilir (Howarth, 2006: 72; Pearce ve Chen, 2012: 400; Schliephack ve Dickinson, 2017: 184). Bireyler ve gruplar genellikle temsilleri iletişim ve iş birliği sırasında üretmişlerdir, bu sebeple temsiller bireylerden izole edilemez. Kısaca sosyal temsiller oluşur, yayılır, bazen yeni temsiller olarak ortaya çıkar ve kimi eski temsiller de yok olmaktadır. Burada önemli olan bir temsili anlamak ve açıklayabilmektir (Moscovici, 2000: 27).

İlgili yazında sosyal temsillerle ilgili çeşitli açıklamalar ve tanımlamalara ulaşmak mümkündür. Temsillerin tarihiyle birlikte incelenmesi nedeniyle de zengin bir kavram olduğu ifade edilebilir. Jodelet sosyal temsillerin *“insanların yaşananları yorumlamaya imkân sağlayan çeşitli anlamları yoğunlaştıran imgeler; olguları, şartları ve bireyleri sınıflandırmaya yarayan kategoriler ve onlar hakkında gerçeklerin kurgulanmasını sağlayan teoriler”* olduğunu ifade etmiştir (Howarth, 2006: 67). Moscovici (1981: 181) ise sosyal temsilleri şu şekilde açıklamaktadır: *“Bireysel iletişimlerde sırasında günlük yaşamdan kaynaklanan bir dizi kavram, ifade ve açıklama. Toplumumuzda geleneksel toplumlardaki mit ve inanç sistemlerine eşdeğerdirler; hatta sağduyunun çağdaş versiyonu olduğu söylenebilir.”*

Benzer bir sosyal temsil tanımı ise Pearce vd. (1996: 39) tarafından yapılmıştır: *“Sosyal temsil teorisi, insanların günlük yaşantılarında nasıl ve ne düşündüklerini ve bu düşünceleri daha geniş bir toplumsal gerçekliğin nasıl etkilediğini tanımlama ve anlama ile ilgilidir. Değerler, faydalar ve dünyanın nasıl işlediğine dair sağduyu açıklamaları içeren meta sistemler olarak görülebilirler. Sosyal temsiller aynı zamanda ortak bilgi stoğunu da içine almış gibi görülebilir.”*

Halfacree (1993: 29) sosyal temsillerin *“görülebilir ve cevap verilmesi gereken şeylere yön veren, görünümü ve gerçekliği ilişkilendiren ve hatta gerçekliği tanımlayan örgütsel zihinsel yapılar”* olduğunu belirtmiştir. Suess ve Mody (2016: 22) ise bu kuramın, kişilerin sosyal ve fiziksel çevrelerindeki uyarıcı ve deneyimin karmaşıklığını nasıl anladığını ve açıkladığını özetlemeye çalıştığını savunmuştur. Kısaca *“bir sosyal temsil; bir toplumsal grup için nesne oluşturan aktörlerin sözlü ve açık davranışlarında düşünce ve duyguların ifade edildiği topluluktur.”* (Wagner vd., 1999: 96). Tüm bu tanımlardan yola çıkarak sosyal temsillerin; bireyler tarafından oluştuğu, sosyal etkileşim yoluyla diğerlerine aktarıldığı ve günlük yaşantılarda yer aldığı ifade edilebilir.

Sosyal temsil kuramı, modern toplumlardaki psikososyal olayları incelemek için çeşitli kavram ve düşüncelerden oluşan sosyal psikolojik bir çerçevedir (Shen vd., 2016: 292). Bu kuram insan ile fiziksel ve sosyal çevre arasındaki ilişkileri yöneten gerçekliğin yorumlanması sisteminden oluşur ve onların davranışlarını, uygulamalarını ve tüketimlerini

belirleyebilmektedir (Lebrun, 2015: 512). Moscovici'ye göre sosyal temsil kuramı insan psikolojisini çağdaş, sosyal ve kültürel sorunlarla birleştiren bağlantıları aydınlatmayı umut etmektedir (Howarth, 2006: 65). Sosyal temsiller özellikle tanıdık olmayan kavramlarla bağlantılı olarak, insanların kendilerini dünyaya yönlendirmelerini ve iletişim kurmalarını sağlamaktadırlar (Schliephack ve Dickinson, 2017: 184); ve sosyal temsillerin amacının bilinmeyen bilindik hale getirmek olması nedeniyle (Moscovici, 2000: 37), toplumsal ihtiyaçların bir kısmını karşıladığı da ifade edilebilir. Bu ihtiyaçlardan bazıları düşünsel veya bilişsel düzenle ilgili bazıları da ritüelleri de içeren daha genel eylemlerle ilgilidir (Moscovici, 1988: 228). Bu doğrultuda sosyal temsillerin bireyi topluma bağladığı; çünkü psikolojik olarak insanların yalnızca topluluğa atıfta bulunarak, çoğunluğun ortaya çıkardığı bilgileri işleyip aktardığı ifade edilebilir (Bauer ve Gaskell, 1999: 167).

Bidjari (2011: 1595)'ye göre sosyal temsiller, davranışçılığın ve bilişselliğin kademeli olarak düşüşünün ardından yaratılmıştır. Davranışçılar zihinsel olgular dikkate alınmadan davranış özelliklerini durum özelliklerine göre analiz etmektedirler (Uyarıcı-Cevap). Bilişselciler de insanın sosyal çevresi hakkında yaptığı yorumlara göre insan davranışlarını analiz etmektedirler (Uyarı- Organizma -Cevap). Sosyal temsil teorisi ise, bireyin toplumsal çevresini yorumlayıp yapılandırma biçimine (Organizma-Uyarıcı-Organizma-Yanıt) göre insan davranışlarını analiz etmektedirler.

Moscovici (1973: 13)'ye göre bir sosyal temsilin değerler, fikirler ve uygulamalar sisteminden daha fazla fonksiyonu mevcuttur: Birincisi bireylerin maddi ve sosyal dünyasında kendilerini yönlendirmesini ve hâkim olmasını olanaklı kılması; diğeri ise bireylerin kendi dünyalarını çeşitli yönleriyle isimlendirmesi, sınıflandırması ve sosyal değişim için bir kod sağlanmasıyla oluşan iletişimi mümkün hale getirmesidir. Howarth (2006: 72) ise sosyal temsillerin çoğu zaman yalnızca eylemde belirgin olduğunu savunmuştur. Sosyal temsiller eylemlerimizi veya başkalarının eylemlerini nasıl açıklayacağımız konusunda etkide bulunur, ancak sosyal eylemlerimiz veya daha toplu olarak sosyal uygulamalarımız yoluyla kapsanır ve geliştirilirler.

#### **1.4. Sosyal Temsillerin Özellikleri**

Moscovici'nin kuramında, temsil süreci sosyal ve kolektif boyutu ile karakterize edilmiştir: Temsiller, toplumsal nesnelerle ilgili ortak yapılardır ve temsil süreci sadece belirli şartlar yerine getirildiğinde mümkün olabilmektedir. Örneğin; bir grup bireyin bilinmeyen ya da karmaşık bir nesne ile karşılaşması gerekir ve bu nesnenin kavramsal ya da pratik olarak dağıtılması gerçek sosyal etkilere sahip olmalıdır (Moliner ve Tafani, 1997: 689).

Sosyal temsil araştırmacıları genellikle bir toplumsal olgu veya nesne ile ilgili konuşma ve eylemleri incelemektedirler. Konuşmada insanlar özellikleri ve anlamları kendi sosyal dünyalarının bir parçası olan bir nesneye atfetmektedirler. Aynı şekilde, insanların eylemleri de dünyadaki paylaşılan kavramlara dayanılarak koordine edilerek uyumlu hale getirilmektedir. Pearce (2005: 181) ise sosyal temsillerin özelliklerini farklı açılardan değerlendirerek tablo haline getirmiştir.

**Tablo 1.1 Sosyal Temsillerin Temel Özellikleri**

| Sosyal temsiller için fikirlerin tanımlanması    | Açıklayıcı ifade                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Bilgi sistemleri                                 | Sosyal temsiller değer, inanç ve tutumları içeren günlük bilginin karmaşık meta-sistemleridir. Temsiller kendi başına mini teoriler veya bilgi dallarıdır.                                                      |
| İçerik ve yapı                                   | Bilgi sisteminin hem yapısı hem de içeriği önemlidir.                                                                                                                                                           |
| Merkezi ve çevresel elementler                   | Merkezi elementler değiştirilmesi zor olan çekirdek fikirlerdir ve reddedilemez olarak görülmektedirler. Çevresel elementler ise sosyal temsillerin operasyonel bölümleridir; eylem için koşullu kılavuzlardır. |
| Gerçeklik organizasyonu                          | Sosyal temsiller gerçekliğin organize edilmesi ve tanımlanmasına yardımcı olmaktadır; fakat temsiller sadece bilişsel özetler değil, aynı zamanda eylem ve tepki için rehberler içermektedir.                   |
| Çatışmalara uygulanması                          | Sosyal temsiller grup bilgi sistemlerini karşılaştırarak ve gücünü tanıyarak çatışmanın anlaşılmasına yardımcı olmaktadır.                                                                                      |
| İletişimin merkeziliği                           | Sosyal temsiller bireysel değil, sürekliliğinin sağlanması için iletişimle paylaşılan genel inanışlardır.                                                                                                       |
| Belirsizlik                                      | Sosyal temsiller bilinmeyen bilindik yapmaktadırlar.                                                                                                                                                            |
| Süreç olarak metafor                             | Analizler, metaforlar ve karşılaştırmalar aracılığıyla sosyal temsiller mevcut veya genişletilmiş anlayışa uyan ve yeni bilgiler sentezlemektedirler.                                                           |
| Görüntü                                          | Sosyal temsiller genellikle bir görüntü ve görsel bileşene sahiptirler.                                                                                                                                         |
| Dış görünürlük                                   | Sosyal temsiller sosyal ve kültürel eserlerde ve formlarda görülebilir.                                                                                                                                         |
| Kimlik                                           | Sosyal temsillerin paylaşılması grup bilgilerinin ve davranışlarının tanımlanmasında merkez olarak görülmektedir.                                                                                               |
| Dinamik                                          | Sosyal temsiller bilginin değişen sistemleridir. Bireyler sosyal temsilleri etkilemekte ve değişim yaratmaktadırlar ancak medya gibi daha büyük iletişim süreçlerini de gerçekleştirmektedir.                   |
| Sosyal bağlantı                                  | Sosyal temsiller insanları birbirine bağlayan söylem ve etkileşim için bir ortaklık sağlamaktadırlar.                                                                                                           |
| Diğer bilgi alanları                             | Sosyal temsiller din veya bilim gibi diğer bilgi sistemlerinden etkilenebilmekte ve karşılık olarak bu sistemleri etkileyebilmektedirler.                                                                       |
| Kültürel açıdan bağlı-kültürel açıdan paylaşılan | Sosyal temsiller kültür içinde ve kültürler arasında farklılık gösterebilmekte ancak kültürler ve gruplar arasında paylaşılan temalara dikkat edilmesi gerekebilir ve üzerinde çalışılmalıdır.                  |

**Kaynak:** Pearce, 2005:181'den Türkçe 'ye uyarlanmıştır.

Bilgin (2014b: 358) ise sosyal temsillerin özelliklerini şu şekilde sıralamıştır: Sosyal temsiller daima bir şeyin temsidir ve resmedici bir özellik taşımaktadır. Sosyal temsiller sembolik ve işaret eden bir özelliktir. Ayrıca sosyal temsiller yapıcı, özerk ve yaratıcıdır. Son olarak sosyal temsillerin daima sosyal bir yanı mevcuttur.

Sosyal temsillerin özelliklerine bakıldığında organizasyon, paylaşım ve toplu üretim kavramları ön plana çıkmaktadır (Rateau vd., 2011: 478-479). Sosyal bir temsil oluşturan unsurların birbirleriyle etkileşime girdiği; insanların bu çeşitli unsurlar arasında ilişki kurma konusunda iş birliği yaptığı ifade edilebilir. Ayrıca temsiller toplu olarak daha global bir iletişim ağı yoluyla üretilir ve bireyler arasındaki alışveriş ve kitlesel iletişim, bir grubun üyelerinin sosyal bir temsil oluşturacak unsurları paylaşmasına izin vermektedir. Böylece paylaşım süreci çeşitli görüş, bilgi ve inançlara toplumsal geçerlilik kazandırmanın yanında aynı zamanda bir uzlaşmanın ortaya çıkmasını da desteklemektedir. Abric (1993: 75) ise sosyal temsillerin çelişkili iki temel özelliğinden bahsetmiştir: Birincisi, sosyal temsiller hem durağan ve hareketli hem de katı ve esnektir; ikincisi ise sosyal temsiller hem fikir birliği içindedir hem de bireylerarası güçlü farklılıkların olduğu görülmüştür.

**Tablo 1.2 Temsilin Merkezi ve Periferik (Çevresel) Sisteminin Özellikleri**

| <b>Merkezi Sistem</b>                                                                               | <b>Periferik (Çevresel) Sistem</b>                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kolektif bellek ve grubun tarihi ile bağlantılıdır.                                                 | Kişisel deneyim ve geçmiş tarihlerin entegrasyonunu sağlamaktadır.                                                                     |
| Görüş birliğini – Grubun homojenliğini tanımlamaktadır.                                             | Grubun heterojenliğini desteklemektedir.                                                                                               |
| İstikrarlı<br>Tutarlı<br>Katı                                                                       | Esnek<br>Evrime açık                                                                                                                   |
| Temsilin içinde geliştiği bağlama duyarsızdır.                                                      | Temsilin içinde geliştiği bağlama duyarlıdır.                                                                                          |
| Fonksiyonları:<br>-Temsilin anlamını oluşturmaktadır.<br>-Temsilin organizasyonunu belirlemektedir. | Fonksiyonları:<br>-Somut gerçekliğe uyumu sağlamaktadır.<br>-İçeriğin farklılaşmasını sağlamaktadır.<br>-Merkezi sistemi korumaktadır. |

**Kaynak:** Abric, 1993: 76'dan Türkçe 'ye uyarlanmıştır.

Abric (1993: 75-78) farklı bir yaklaşımla sosyal temsili oluşturan bilişsel öğelerde merkezi veya periferik (çevresel) özellikte olduğunu savunmuştur ve bu düşünce merkezi çekirdek teorisine dayandırılmıştır. Merkezi öğeler temsilin oluşmasının ve korunmasının koşulu olarak nitelendirilmektedir. Bunlar bir yandan temsilin diğer öğelerinin anlamını üretir ve aynı zamanda diğer öğelerle olan ilişkileri düzenlemektedir. Kısaca temsilin olmazsa olmaz öğeleridir denilebilir. Diğer yandan periferik öğeler ise zorunlu olmayan fakat temsilin duruma veya kişiye uyarlaması konusunda önemlidir. Gerçeklik ile çekirdek arasında tampon olarak ifade edilebilir (Bilgin, 2014b: 361).

### 1.5. Sosyal Temsillerin Oluşum Süreci

Moscovici (Bidjari, 2011: 1594) tarafından ortaya atıldığı üzere, sosyal temsiller iki yönlü bir işleve sahiptir: Sosyal temsiller bir yandan bireyin çevreyi kontrol etmesini sağlarken; aynı zamanda nesneleri belirlemek ve derecelendirmek amacıyla grup üyelerine sosyal kategoriler ve ortak kodlar sunduğu için iletişimi kolaylaştırmaktadır. İnsanlar sürekli bilgi bombardımanının olduğu çevreyi, anlamlandırmak için onu daha basit ve anlaşılabilir hale getirmek durumundadırlar. Yani, bireyler edinimlerini yeniden yapılandırmaktadırlar (Rateau vd., 2011: 477-478). Bu açıdan düşünüldüğünde sosyal temsiller önemli olguların anlaşılmasında mantıklı bir yol sunmaktadır (Howarth, 2006: 69).

Moscovici sosyal temsillerin oluşum sürecinin “nesneleştirme” ve “demir atma” olarak iki temel aşamadan oluştuğunu ifade etmiş (Moscovici, 2000: 42; Rateau vd., 2011: 482; Bilgin, 2014b: 367; Shen vd., 2016: 293) ve bu aşamaları “mekanizma” olarak nitelendirmiştir. Moscovici’ye göre bu mekanizmalar; bireyin zihnindeki bir şeyi daha önceki bilgileriyle çağırarak, kategorize eden ve isimlendirerek zihinde nesnel bir yapıya kavuşmasını sağlayan süreci tamamlamaktadır (Moscovici, 2000: 42).

#### 1.5.1. Nesneleştirme (Objectification)

Bu kuramın aşamalarından biri nesneleştirme olarak adlandırılmıştır. Nesneleştirme; düşüncede var olan soyut bir şeyi somut hale getirmek veya yok olanı bir varlığa dönüştürmektedir (Moscovici, 2000: 42; Höijer, 2011: 12). Nesneleştirme; yeni bir nesnenin iletişim yoluyla, hızla basitleştirilmesini, resimlendirilmesini ve diyagram haline getirilmesini sunan bir yol olarak görülmektedir (Rateau vd., 2011: 482). Bilgin (2014b: 367) bu kavramı “şeyleştirme” olarak kullanmış ve soyut olanın somutlaştırma süreci olarak nitelendirmiştir. Böylece anlaşılmaz veya gizemli olan şeyler daha somut bir nitelik kazanmakta ve bireyler arası iletişim kolaylaşmaktadır. Şeyleştirme süreciyle birlikte aşk, dostluk, eğitim vb. somut olmayan şeyler somut deneyim veya yaşantılara indirgenmektedir.

Nesneleştirme, gerçekten uzak olma fikrini doyurmakta ve onu gerçekliğin özüne dönüştürmektedir. Aynı zamanda kesin olmayan bir bilgi veya varlığın ikonik (görüntüsel) kalitesini keşfetmektedir. Ya da varlığı bilinen şeylerin resmedilmesi şeklinde de ifade edilebilir. Moscovici “Tanrının” görülmez olduğu fakat “Tanrı Baba” diyerek onun görünür bir pozisyona getirildiğini ifade ederek nesneleştirmeye bir örnek vermiştir (Moscovici, 2000: 49).

Nesneleştirme potansiyel olarak tehditkâr veya soyut bir fikri somutlaştırmaktadır. İmgeler, materyal örnekler, modeller ve sözlü metaforlar günlük yaşamda kullanıldığı gibi

dünyayı anlamak ve kavramak için de genel anlamlar içermektedirler (Bauer ve Gaskell, 1999: 172). Böylece, nesnelere yeni anlamlar atamakta ve bu nesnenin sağduyu gerçeğine nasıl entegre edildiğini anlamayı kolaylaştırmaktadır (Shen vd., 2016: 293).

Nesneleştirme aşamasında, nesnenin farklı özellikleri bağlamsal olarak ortaya çıkarılmakta; kültürel ve normatif kriterlere göre yeniden düzenlenmektedir. Nesnenin farklı yönleri, ait oldukları alandan, kendi realitelerini yansıtarak onları daha kolay kontrol edebilen gruplar tarafından ayrılırlar. Bu unsurlar Moscovici'nin mecazi bir çekirdek olarak nitelendirdiği unsurları bir araya getirerek; nesneyi somut ve seçici bir biçimde yeniden üreten tutarlı bir görselleştirme sunmaktadır (Rateau vd., 2011: 482-483).

Hakoköngäs ve Sakki (2016: 648) nesnelendirmenin üç temel aşamasından bahsetmiştir: Birinci aşama kesin olmayan bir nesnenin veya fikrin ikonik kalitesini keşfetmek ve bir kavramı bir görüntüye dönüştürmektir. İkinci aşamada, temsil edilebilir ya da görüntülere, simgelere veya metaforlara dönüştürülebilen kavramlar, mecazi bir çekirdek olarak adlandırılan bir kalıba entegre edilmektedir. Son aşamada ise mecazlı çekirdek, eskiden soyut bir olgu ile bağlantılı olarak günlük bir konu haline gelmektedir.

### 1.5.2. Demir Atma (Anchoring)

Sosyal temsil kuramının diğer aşaması ise demir atmadır. Bireyler bir konu veya olgu hakkında fikirleri olmadığında, o şeyi tanımlamak için daha önceden edindikleri bir kavramla ilişkilendirmeye ve açıklamaya çalışmaktadırlar. Bu durum toplumda yeni olan bir olayın, toplumdaki diğerlerine aktarılması sürecinde de geçerli olmaktadır (Çetin ve Sönmez, 2015: 194). Sosyal temsil kuramında farklı fikirlerin sıradan kategorilere ve imgelere indirgenmesi daha bilindik kavramlarla ilişkilendirilmesi süreci “demir atma” olarak isimlendirilmekte (Moscovici, 2000: 42) ve bu aşama anlamsız anlamlı hale getirme süreci olarak ifade edilmektedir (Shen vd., 2016: 293). Bu süreçle birlikte yabancı olan fikirler tanıdık fikirler haline gelmekte ve bir toplumun ortak referans çerçevelerinin bir parçasına dönüşmektedir.

Demir atma; “*bireyin zihninde yabancı veya rahatsız edici bir şeyi daha önceden bildiği kategorilerle karşılaştırarak uygun kategoriye yerleştirmesi*” sürecidir (Moscovici, 2000: 42). Bilgin (2014b: 368) ise demirleme sürecini yabancı olanın tanıdık hale getirilmesi olarak tanımlamaktadır. Demirleme şeyleştirme sürecinin genişletilmiş hali olarak görülmüş; demirlenen şeyin doğasının bozulduğunu ve kategorilerin değiştiğini savunmuştur. Fakat bu süreç sayesinde yenilik oluşur, gerçekliğin yorumlanması mümkün hale gelir ve sosyal ilişkiler yönlendirilmeye başlamaktadır. Benzer şekilde Rateau vd. (2011: 483) de demirlemenin nesneleştirme sürecini tamamlayan, bir nesnenin yerini birey veya grubun

düşünce sisteminde bulması olarak ifade etmiştir. Temel bilgi üretim moduna ve benzeşim ilkesine bağlı olarak, yeni bir nesne halihazırda bilinen ve tanıdık kategorilere dönüştürülmektedir. Kısacası demirleme, yeni bir fikir veya olgunun bilinen bir olgu veya bağlamla ilişkilendirilmesidir (Höijer, 2011: 7).

Doise'e göre, temsiller yalnızca iletişim yoluyla sosyal oyuncuları interaktif durumlarda yerleştiren sosyal dinamikte öngörülebilir. Bu sosyal dinamik, önemli konular etrafında şekillendirildiğinde, bireylerin toplumsal entegrasyonu ile ilgili olarak belirli pozisyon almayı sağlamaktadır. Kısaca verilen bir sorunda ifade edilen pozisyonların, esas olarak, Moscovici'nin demirleme sürecine atıfta bulunan bireylerin sosyal üyeliğine bağlı olduğu söylenebilir. Fakat Doise, bu pozisyonların üretildikleri durumlara bağlı olduğunu da vurgulamaktadır (Rateau vd., 2011: 485).

Demirleme süreci yeni buluşların, fikirlerin, nesnelerin veya bireylerin isimlendirilmesi ve sınıflandırılmasını da içermektedir (Bauer ve Gaskell, 1999: 172). Yabancı veya bilinmeyen bir olgunun tanıdık bir bağlama yerleştirilmesinde isimlendirme kullanılmaktadır. Böylelikle yeni olgu gizlilik veya anlaşılmazlıktan kurtarılmaktadır (Höijer, 2011: 7). Moscovici isimlendirme yapılmadan sınıflandırma yapılamayacağını altını çizmektedir. Yani bu iki mekanizma hem birbirini tamamlamakta hem de birbirinden oldukça farklı aktiviteler olarak görülmektedir (Moscovici, 2000: 46).

Sınıflandırmada ise birini veya bir şeyi kategorize etmek, hafızada saklanan bir paradigma seçmek ve onunla olumlu veya olumsuz bir ilişki kurmak anlamına gelmektedir. Örneğin bir radyo kanalı açıldığında ne olduğu bilinmeyen bir programın ortalarında ise konuşulanlar veya müziklerden bu programın daha önceden bilinen bir programla benzerlik gösterdiği düşünülebilir ve aynı kategoriye yerleştirilebilir (Moscovici, 2000: 43).

Sınıflandırma yabancı nesnelerin belirli bir sınıfı temsil eden prototipleri ile karşılaştırılmasını kapsamaktadır. Bu süreç genelleme ve özelleştirme olmak üzere iki şekilde meydana gelebilmektedir (Cirhinlioğlu vd., 2006: 166). Genelleme; sınıflandırılan olgunun bir özelliğinden yola çıkarak onu kategori haline dönüştürmektir. Bu anlamda sınıflandırılan olgunun hangi kategori veya sınıf altında olduğu belirlenmektedir. Genelleme sürecinden sonra özelleştirme aşaması gelmektedir; burada sınıflandırılan olgunun incelenmesi ve farklılıkların keşfedilerek özelleştirilmesi söz konusudur (Çetin ve Sönmez, 2015: 195).

Kısaca isimlendirme ve sınıflandırma temsillerin demirlenmesinde iki temel aşama olarak değerlendirilmektedir (Moscovici, 2000: 46; Çetin ve Sönmez, 2015: 195). Bu anlamda sınıflandırılmamış ve isimlendirilmemiş şeyler yabancı veya var olmayan olarak ifade edilmektedir. Moscovici bireylerin bir şeyleri değerlendirme, kendilerine ve diğer insanlara

aktarma fırsatı olmuyorsa; bir direnişle karşı karşıya olduklarını iddia etmiştir. Bu tür direnişlerin üstesinden gelmenin ilk adımı, edinilen şeyi daha önceden edinilen bir kategoriye yerleştirmek ve bilindik bir isimle sınıflandırmaktır (Moscovici, 2000: 42-44).

1970’li yılların sonlarında ortaya çıkan AIDS hakkında insanların neler düşündüğü incelenmiş ve sosyal temsil kuramı temelinde önemli bir örnek olarak yerini almıştır. AIDS hakkında henüz yeterli bilimsel araştırmalar yapılmamışken, insanlar kulaktan dolma bilgilerle AIDS hakkında birtakım teoriler ortaya atmışlardır. Böylelikle AIDS hastalığının sosyal temsilleri keşfedilmeye çalışılmıştır. İnsanlar AIDS’i “frengi gibi cinsel yolla bulaşan bir hastalık” olarak tanımlamışlar ve “Tanrı’nın cezası” olarak nitelendirmişlerdir. Ayrıca AIDS’lileri de “günahkâr” olarak ifade etmişlerdir. Burada insanlar hastalığın özelliklerinden yola çıkarak daha önceden bildikleri frengiye benzetmişler ve bu durum demirlemeye örnek gösterilmiştir (Wagner vd., 1999: 97-98). Demirleme ve nesnelendirmeye bir başka örnek ise 1997’li yıllardan genetik mühendisliği gösterilebilir. Genel olarak genetik mühendisliğinde “Klonlama” terimi demirleme; “Koyun Dolly” ise “yetişkin nükleik transfer teknikerinin” nesnelendirmesi halini almıştır (Bauer ve Gaskell, 1999: 172).

Özetle sosyal temsil kuramı iki temel sonucu barındırmaktadır. Her şeyden önce bu kuram demirleme olmadan algılama ve düşünme fikrini ile algılama ve düşünmedeki önyargı fikrini dışlamaktadır. Her sınıflandırma sistemi ve sistemler arası ilişkiler net bir pozisyon ve fikir birliği bakış açısını öngörmektedir. Bahsi geçen önyargılar, bireyin bilişsel veya sosyal eksikliği veya sınırlılığına değil; bir birey veya grubun bakış açısındaki normal bir farklılığa vurgu yapmaktadır. İkincisi ise, sınıflandırma ve isimlendirme sistemi ayrı varlıklar olarak düşünülen bireyler ve nesnelerin sadece sınıflanması ve etiketlenmesi anlamına gelmemektedir. Temel amaç, insan davranışlarının arkasındaki niyet ve güdülerin anlaşılması ve özelliklerinin yorumlanmasını kolaylaştırmaktır (Moscovici, 2000: 48-49).

## 1.6. Sosyal Temsillerin İşlevleri

Sosyal temsiller, toplumsal gerçekliğin ve bir toplumun sosyal yapısının ana bileşenleri olarak görülmektedir (Fraser, 1994: 3). Ayrıca sosyal temsiller, çalışma konusunun çoklu sosyal perspektif içerdiği, bir değişimden kaynaklanan güçlükleri, zorlukları ve çatışmaları öngördüğü ve fikirlerin kamusal alana iletilmesini içerdiği durumlarda uygundur. Sosyal temsiller bilişsel şemalar (bir grup insan arasında sosyal olarak kurulan ve paylaşılan bir bilgi formu) olarak da ifade edilebilir (Bidjari, 2011: 1594-1595).

Temsiller iletişimle ve bireylerin zihinlerinde somutlaştırılmakta ve dil benzeri şeklinde paylaşılmaktadır. Bu anlamda temsiller gözlemlenebilir çıktıklarıyla (ayrıntılı bir fikir,

tasarlanmış bir nesne, bir temsil) bir aktivite (temsil süreci) olarak nitelendirilebilir (Bauer ve Gaskell, 1999: 165). Moscovici'nin sosyal temsiller konusundaki yaklaşımları ve tanımlarından yola çıkarak “*ikili işlevi olan bir değerler, fikirler ve pratikler sistemi*” olduğu sonucuna ulaşılabilmektedir (Bidjari, 2011: 1594; Bilgin, 2014b: 363). Bu ikili işlevden kasıt; öncelikle bireylerin çevrelerine hâkim olmaları ve bu çevreleri yönlendirebilmeleri, ardından bir topluluğun üyelerine içinde bulundukları çevrenin tarihini ve daha genel anlamda dünyanın çeşitli yönlerini tarif etmeye yönelik bir kod üretmeleridir. Böylelikle bireyler arasındaki iletişim ve etkileşim kolaylaşmaktadır (Moscovici, 1973: 13; Wagner vd., 1999: 96; Dryjanska, 2015: 292).

İnsan ilişkilerinde bir gereklilik halini alan sosyal temsiller, bireylerin içinde bulunduğu toplulukta diğerlerinden gelen bilgileri anlamayı ve iletişim kurmayı kolaylaştırmaktadır. Aslında bir anlamda sosyal temsiller olmadan bireylerin diğerleriyle olan iletişimlerinde kopukluklar söz konusu olacağından, sosyal temsiller bir gereklilik halini almıştır. Sosyal temsil kuramıyla ilgili araştırmaları bulunan Farr (1994: 167)'a göre genel olarak, bir temsil üç unsur arasındaki ilişkiyi karakterize edebilir:

- Temsillerin konuları veya taşıyıcıları,
- Temsil edilen bir nesne, somut bir varlık veya soyut fikir,
- Temsilin anlamlı olduğu bir sosyal grubun bir projesi veya pragmatik bağlamı.

Cirhinlioğlu vd. (2006: 171)'ne göre sosyal temsillerin temel fonksiyonu tanıdık olmayan bazı belirsiz olguların bilindik hale getirmesidir. Bireyler içinde bulunduğu çevreden çok sayıda yabancı veya rahatsız edici bilgilerle karşılaşmaktadırlar. Böyle durumlarda temsiller temel işlevlerini yerine getirmekte ve bu bilgileri dışarıdan içeriye, uzaktan yakına transfer sürecini yürütmektedirler. Bu transferle birlikte bilinmeyenler daha önceden edinilen kategorilere yerleştirilmektedir.

Genel olarak, sosyal temsiller toplumsal evrimle şekillenen kültürel organlardır; daha iyi bir yaşayış için grup iş birliğini destekleme konusunda pragmatik bir işlevleri bulunmaktadır (Lahlou, 2001: 5). Abric ise sosyal temsillerin işlevlerini, nesneye ilişkin bilgiyi gruba sağlamak, grup kimliğini korumak, nesne ile ilgili eylem ve uygulamaları yönlendirmek ve bu uygulamaları meşrulaştırmak olarak özetlemiştir (Wachelke, 2012: 731). Bu özetten de anlaşılacağı üzere dört temel işleve odaklanılmıştır. Bunlar (Bilgin, 2014b: 366):

**Bilgi işlevi:** Sosyal temsiller gerçekliğin anlaşılması ve açıklanmasını sağlamaktadır.

**Kimlik işlevi:** Sosyal temsiller bireylerin sosyal grup içerisinde kimliklerini tanımlayarak grupların özelliklerini korumaktadırlar.

**Yönlendirme işlevi:** Sosyal temsiller bireylerin düşüncelerini şekillendirerek, davranışlarını yönlendirmektedirler.

**Meşrulaştırma işlevi:** Bireylerin içinde bulundukları çevrede sosyal konumlarını koruyup, pekiştirmektedirler.

Bilgin (2014b: 364) ise sosyal temsilleri işlevlerine göre üç açıdan değerlendirmiştir. Bunlar; “sosyal çevrenin anlaşılması”, “gruplar arası ilişkilerin düzenlenmesi” ve “değerlendirme ve meşrulaştırma”.

### 1.6.1. Sosyal Çevrenin Anlaşılması

Sosyal temsillerin temel amacı, gerçekliklerin anlaşılması ve diğerlerine aktarılmasıdır. Daha önce de bahsedildiği gibi, bir toplulukta yeni, farklı veya yabancı herhangi bir şeyi daha önceden edindiğimiz bilgi formlarıyla tamamlayıp tanıdık hale getirmek sosyal temsillerin temeli olarak görülmektedir. Bu bilgi formlarından üzerinde durulması gerekenler; kategorizasyon, nedensel atıf ve şemalaştırma sürecidir (Bilgin, 2014b: 364).

Karmaşık dünyayı anlama ve anlamlandırma noktasında bireylerin bu karmaşıklığı daha sade ve anlaşılabilir bir hale dönüştürmesi kategorizasyon olarak ifade edilebilir. Bir topluluk içinde yer alan bireyler, karşılaştıkları uyaranları hemen algılayıp sistematik bir şekilde kategorizasyon işlemini yapmaktadırlar. Nedensel atıf ise bireyin çevresinde olan her şeyi kavrayışını organize eder. Atıf hem mevcut temsilleri kullanmakta hem de yeni temsillerin oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Şemalar ise bireyin içinde yaşadığı çevre ile ilgili bilgi kaynağı olarak görülen bilişsel yapılardır ve bireyin algı ve davranışlarında etkiye sahiptirler. Bu nedenle şemalaştırma süreci temsillerin oluşmasında önemli rol oynamaktadır.

### 1.6.2. Gruplar Arası İlişkilerin Düzenlenmesi

Sosyal temsillerin ikinci işlevi ise gruplar arası ilişkilerin düzenlenmesidir. Ayrıca sosyal temsiller grupların davranış ve iletişim şeklinde de yönlendirmelere sahiptir. Burada önemli olan, sosyal temsillerin hem bir grubun diğer gruplarla etkileşimini hem de her grubun sosyal gerçekliğini kendi değerleriyle uyumlu hale getirmesini sağlamasıdır. Özetle, sosyal temsiller yalnızca kişilerin ve grupların sosyal nesnelerin yorumlanmasını kolaylaştırmakla kalmayıp, aynı zamanda bu nesnelerle ve sosyal çevre arasındaki ilişkiyi de ifade etmeyi amaçlamaktadır (Wagner vd., 2000: 303). Bu amaçla sosyal temsiller; bireylerin ve grupların

değerlendirmelerini, beklentilerini ve nesnelere yönelik amaçlanan eylemleri yönlendirmeye çalışmaktadırlar (Bauer ve Gaskell, 1999: 168).

### 1.6.3. Değerlendirme ve Meşrulaştırma

Sosyal temsillerin son işlevi ise değerlendirme ve meşrulaştırmadır. Sosyal temsiller bir bilgi formu olarak nitelendirilmekte ve genellikle bu bilgiler değerlendirmeye yöneliktir. Bilgin (2014b: 365-366) temsil sürecine bağlı değerlendirmeleri iki farklı aşamada incelemiştir:

- Sosyal temsilin oluşması değerlendirme ağırlıklı bir sürecin ürünü olarak ifade edilebilir. Bireylerin sosyal ilişkilerinde etkili olan genel değer ve inançlar aynı zamanda temsillerin yapısını da belirlemektedir.
- Sosyal temsiller yargı temelinde oluşmasına rağmen, bu yargının basit bir ifadesi olarak görülmemelidir. Kısacası, temsil süreci ve değerlendirme faaliyetleri iç içedir ve nesnenin kabul edilmesini veya edilmemesini destekleyen bir meşrulaştırmaya sebep olmaktadır.

## 1.7. Sosyal Temsillerle İlişkilendirilen Kavramlar

Sosyal temsillerle ilgili yapılan araştırmalar neticesinde sosyal temsil kavramıyla ilişkilendirilen bazı kavramlara ulaşılmıştır. Bunlardan kimileri sosyal temsil kavramıyla benzer görünmekle birlikte özünde farklılıkları da barındırmaktadır.

### 1.7.1. Değer

Sosyal temsillerle ilişkilendirilen kavramlardan biri değerlerdir. Değerler, birey veya toplumları birbirinden ayıran önemli duyguların oluşturduğu bir terim olarak nitelendirilmekte ve bir nesne veya obje arasındaki ilişkiden doğabileceği ifade edilmektedir (Silah, 2005: 228-275). Bir topluma ve onun kültürüne anlam kazandıran değerler; insanların üzerinde uzlaşmaya vardığı davranış standartları olarak kabul edilmektedir. Genel olarak değerlerin; kalıcılık, bir inanç sistemi ve davranış biçimi olması, tercih edilebilir olması gibi temel özellikleri mevcuttur. İnsan davranışlarını etkileyen faktörlerden olan değer; belli bir davranış şeklinin ya da yaşam amacının bir diğerinden daha üstün olduğu yönündeki derin ve istikrarlı inanç olarak ifade edilmektedir (Bilgin, 2003: 80-81). Bu inanç aslında neyin iyi veya neyin kötü olduğuna ilişkindir. Değerler ilgili oldukları alanlara göre farklılaştıkları gibi (iş değerleri, aile değerleri vb.) nihai amaçları (terminal değerler) ya da bunlara götüren davranışlara (araçsal değerler) ilişkin oluşlarına göre de farklılaşmaktadırlar.

### 1.7.2. Norm

Sosyal temsillerle ilişkilendirilen diğer bir kavram ise normlardır. Arkonaç (2008: 249) normu “*bir sosyal birimin üyeleri için kabul edilebilir ve edilemez tutum ve davranışların yayılımını tarif eden bir değerler ölçeği*” olarak tanımlamıştır. Normlar bireylerin davranışlarını etkilemekte ve aynı zamanda bireylerin içinde bulundukları çevreleri yapılandırma olanağı sunmaktadır. Aslında “*grup üyeliğini tanımlayan ve grupları birbirinden farklılaştıran tutumsal ve davranışsal tek biçimlilik*” olarak da ifade edilebilir (Hogg ve Vaughan, 2007: 691). Normlar sosyal temsillerin çoğunluğunda yer almaktadır ve sosyal temsiller belirli ölçüde normlara bağlıdır. Bilgin (2003: 258) ise normu “*bireyin yetenekleri, davranışları ve görüşleri konusunda referans aldığı standart*” olarak tanımlamaktadır.

### 1.7.3. İnanç

İnanç “*ferdin dünyasının bir yönüne ait idrak ve bilgilerin bir organizasyonu*” olarak ifade edilmektedir (Krech ve Crutchfield, 2007: 227). Genellikle inançlar davranışları kavrayış açısından sınırlar oluşturmakta ve ideolojik açıdan geniş bir şeyler ve koşullar kategorisini kucaklamaktadırlar (Bilgin, 2014b: 356). Benzer şekilde inançlar da sosyal temsilleri etkileyebilmektedir. İnanç kavramı psikolojik açıdan incelendiğinde; bireyin herhangi bir nesneye ilişkin bilişsel bilgisini ifade etmektedir (Bilgin, 2003: 167). Bu anlamda inanç bir şeyin varlığına veya doğruluğuna inanma olgusu veya bu inanışın ifadesidir.

### 1.7.4. Tema

Temalar ise önceden oluşturulmuş epistemik formatlar olarak ifade edilmekte ve pratik bilginin hangi çevrede mümkün olabileceğini göstermektedirler. Markova’nın tanımıyla “*kültürel olarak paylaşılmış ilkel anlayışlar, imajlar ve kategorilerdir*” (Bilgin, 2014b: 357). Ahlaklı-ahlaksız, özgür-baskıcı gibi zıtlıkların sosyal düşüncede ifade edilmesiyle temaya dönüşmekte ve böylece sosyal temsiller oluşmaya başlamaktadır.

### 1.7.5. Mit veya Mitos

Mit veya mitos olarak nitelendirilen kavram da yine sosyal temsillerle benzer görülmüştür. Moscovici (1981: 181) sosyal temsillerle ilgili “*toplumumuzda geleneksel toplumlardaki mit ve inanç sistemlerine eşdeğerdirler.*” ifadesini kullanmıştır. Bu anlamda mit ve sosyal temsil kavramlarının eşdeğer olduğu düşüncesine karşın Bilgin (2014b: 354)) mitosların daha ilkel toplumlara özgü olduğunu savunmuştur. Bu bakımdan da sosyal

temsillerin bilimsel kavramların sağduyuya geğişiyle ilgili görülmesini  ne sürmüş; mitler ve sosyal temsillerin farklı olduğunu ifade etmiştir.

#### 1.7.6. İdeoloji

Bilgin (2014b: 354) sosyal temsillerle benzer görülen bir kavram olan ideolojileri, birtakım entelektüel ve pratik etkinliklerin global ifadesi olarak tanımlamaktadır. Herhangi bir kültüre ait değerler ve inançlar ideoloji gibi daha büyük bir sosyal yapı altında toplanmaktadır. Franzoi (2000: 14) ideolojiyi *“kendini ve diğer grupları açıklayan bir sosyal grubun  yeleri tarafından tutulan değerler ve inançlar dizisi”* olarak tanımlamaktadır. Homojen toplumlar sadece bir ideolojiye sahip olmasına rağmen farklı kültürleri barındıran toplumlarda çoklu ideolojiler bulunmaktadır. Arkonaç (2008: 7) ise ideolojiyi biraz daha farklı tanımlayarak; inanç, değer ve uygulamalardan oluşan hayat tarzı, sağduyu olarak ifade etmiştir.

#### 1.7.7. Tutum

Tutum ise sosyal psikolojideki önemli ve temel kavramlardan biridir ve başkalarıyla olan etkileşimleri sırasında insanlar tarafından inşa edilen dünyanın versiyonudur (Bidjari, 2011: 1593). Moliner ve Tafani (1997: 687) “tutum” ve “sosyal temsil” kavramları arasındaki teorik bağlantıya yönelik araştırma yapmışlardır. Bu araştırmada iki deneysel çalışma sonucunda; nesnelere yönelik tutumların, nesnelerin temsillerinin değerlendirici bileşenlerine dayandığı ve bir nesne hakkındaki tutum değişikliğinin, nesnenin değerlendirme boyutundaki değişikliklerle birlikte olabileceği sonuçlarına ulaşılmıştır. Tutumlar sadece bireysel bilişsel süreçlerin bir sonucu değil aynı zamanda sosyal ve kültürel temsille ilişkilidir. Sosyal düşünce teorisine göre, temsiller sınıflandırılmış bir sisteme dayalı modellenmiş tutuma yol açmaktadır. Tutum yaklaşımı genel olarak; bireylerin belirgin bir obje ya da duruma karşı vermiş oldukları tepkilere odaklanır. Tutumları tarihsel açıdan incelediğimizde bugün ki sosyal temsille çok benzer olduğunu ifade edilebilir (Bidjari, 2011: 1593).

Fraser’e göre tutumların ve sosyal temsillerin aynı hedefleri gerçekleştirmek için birbirine alternatif fakat aynı zamanda uyumlu çerçeveler sağlamaktadır. Fraser (1994: 3-5) de benzer şekilde “sosyal temsil” ve “tutum” kavramlarını açıklayıp benzerlik ve farklılıklarını incelemiştir.

**Tablo 1.3 Sosyal Temsiller ve Tutum Kavramlarının Karşılaştırılması**

| Sosyal Temsiller                                                                                   | Tutumlar                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| İnançların yapılandırılmış bir sistemidir.                                                         | Daha sınırlı, daha ayırık, daha dar odaklanmıştır.                                                          |
| Ayrıntılı içeriği önemli görmektedir.                                                              | Son yıllarda tutumlar içerik yerine süreç açısından incelenmiştir.                                          |
| Genellikle daha doğalcı, tanımlayıcı yöntemlerle incelenir ve bulgular bazen nitel olarak sunulur. | Deneyisel ortamlarda incelenmekte ve sofistike nicel tekniklerle değerlendirilmekte ve analiz edilmektedir. |
| Dünya görüşleri içinde yaygın olarak paylaşılan grup içi benzerlikleri incelemek için kullanılır.  | Grup içi farklılıkları ölçmede kullanılmaktadır.                                                            |
| Yapılandırılmış bir inanç sistemidir.                                                              | Bir gerçeklik parçasının nispeten kendine yeten bir görünümüdür.                                            |

**Kaynak:** Fraser, 1994: 3-5'ten geliştirilerek tablo haline getirilmiştir.

Pearce ve Chen (2012: 400) sosyal temsillerin bir tutum kümesinden başka üç yolu olduğunu ifade etmiştir: Birincisi, temsiller ortak kültürü oluşturur ve böylece sembolik sınırları ve dolayısıyla sosyal grupların ve toplulukların kimliklerini oluştururlar. İkincisi, temsiller sosyal, iletişimsel ve toplumsal etkileşim süreçleri yoluyla topluca oluşturulup onaylanır ve bu nedenle yalnızca bir kişiye ait olduğu görülmez. Son olarak da temsiller toplumsaldır, çünkü içerikleri ve özel biçimleri, tarihsel veya ekonomik iklimin yanı sıra toplumsal uygulamalar ve genel kültürel bağlamdan etkilenir. Bilgin (2014b: 354-355) göre ise tutumlar daha az istikrarlı ve spesifik bir konuya ilişkin görüşlerdir ve temsillere göre davranışla bağları daha doğrudandır.

### 1.8. Bilim ve Sosyal Temsil İlişkisi

Moscovici, bilim ve sosyal temsillerin birbirinden oldukça farklı olduğunu ve üzerinde durulmasının gerekli olduğunu ileri sürmüştür. Bilim, bilindik olanı daha az bilinir hale getirirken; sosyal temsiller bilinmeyen bilindik hale getirme çabasıdadır (Moscovici, 2000: 41; Öner, 2002: 33). Bu anlamda yaygın olarak verilen örnek; insanların “su” olarak bildiğini bilim dünyası “H<sub>2</sub>O” olarak kabul etmektedir. Günlük yaşamda kullanılan kavramlar, bilim dünyasının karmaşık ve anlaşılması zor kavramlarının daha tanıtık veya bilindik hale getirilmesiyle oluşmaktadır.

Moscovici'ye göre bilim eskiden sağduyuya dayalıydı ve sağduyuyu daha az yaygın hale getiriyordu; fakat şimdilerde sağduyu bilimi daha yaygın hale getirmektedir (Moscovici, 2000: 41). Başka bir ifade ile sosyal temsiller bilimden günlük yaşantılara dönüşümdür. Bilim mantığa dayanırken; otoriteden ve geleneklerden bağımsızdır (Cirhinlioğlu vd., 2006: 167).

Sosyal temsillerde fikir birliğinden söz edilirken, aynı zamanda bireylerarası güçlü farklılıkların olduğu da ifade edilebilir; ancak bilim için böyle bir durum söz konusu değildir.

Bilim ve sosyal temsiller arasında mevcut farklılıklara rağmen benzerlikler de söz konusudur. Bilimden çıkan buluşlar sağduyu içinde yeni bir temsil kazanmaktadırlar. Böylece bilim, sosyal temsillerin konusu olmakta ve sosyal temsiller üretmektedirler. Bilimsel olarak incelenen kuramlardan ortaya çıkan kavramlar ve teknik terimler; günlük konuşmanın konusu olmaya başlamakta ve bilindik kavramlara dönüşmektedirler (Öner, 2002: 33). Bilim ve sosyal temsiller hem farklılıklara sahip hem de birbirini tamamlamaktadır. Bilimsel araştırmalar sonucunda ortaya çıkan kavramlar ve bilgiler günlük yaşamda bireylerin sağduyu süzgecinden geçerek oluşmaktadır. Böylelikle bilimden gelen soyut ve anlaşılmaz kavramlar daha anlaşılabilir ve somut imge, nesne vb. halini almaktadır.

### **1.9. Turizm Alanında Yapılan Sosyal Temsil Araştırmaları**

Fransız sosyolojik geleneğinin mirasçısı olarak, 1960'ların başında Moscovici tarafından temeli oluşturulan sosyal temsil kuramı sosyal psikoloji alanındaki pek çok araştırmaya yön vermiştir. Bu araştırmalar içerisinde, turizm alanında yapılan ve ulaşılabilen yayınlar bir tablo haline getirilmiş ve Tablo 1.4'te yer almıştır. Bu araştırmalar genel olarak değerlendirildiğinde, sosyal temsil araştırmaları 90'lı yıllarda başlamış ve günümüzde de araştırma konusu olmaya devam etmektedir. Tablo 1.4'te yer alan yayınların büyük bir kısmında nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Turizm planlaması, turizm gelişimi, ulaştırma, sürdürülebilirlik vb. en çok araştırılan konular arasında yer almakta ve sosyal temsillerin belirlenmesi hususunda çoğunlukla yerel halk ve turistlerle iletişime geçilmiştir.

**Tablo 1.4 Turizm Alanında Yapılan Sosyal Temsil Araştırmaları**

| Yayın Yılı | Yazar/Yazarlar                                | Yayın Başlığı                                                                              | Yayınlandığı Yer               | Araştırma Yöntemi ve Kullanılan Analizler                                                                                                                                                             | Araştırma Sonuçları                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1999       | Fisun Yüksel<br>Bill Bramwell<br>Atila Yüksel | Stakeholder interviews and tourism planning at Pamukkale, Turkey                           | Tourism Management             | <ul style="list-style-type: none"><li>• Nitel</li><li>• Yüzyüze, yarı yapılandırılmış görüşme</li><li>• İç tutarlılık</li><li>• Çerçeve yaklaşımı</li><li>• Betimsel analiz</li></ul>                 | <ul style="list-style-type: none"><li>• Turizm önemli çevresel problemlere neden olmaktadır.</li><li>• Kamu kesiminin tepkisi belirsizdir.</li><li>• Koruma ve geliştirme planının uygulanması önemli ekonomik ve sosyal sorunlara neden olmaktadır.</li></ul>                          |
| 2001       | Annette Pritchard<br>Nigel J. Morgan          | Culture, identity and tourism representation: Marketing Cymru or Wales?                    | Tourism Management             | <ul style="list-style-type: none"><li>• Nitel</li><li>• Broşür incelemesi</li><li>• İçerik analizi</li><li>• Söylem analizi</li></ul>                                                                 | <ul style="list-style-type: none"><li>• Galler markalama çalışmaları daha derinden ve çeşitli algılanmaktadır.</li><li>• Yerel kamu broşürlerine göre; manzara, yerel halk ve alternatif temsiller ortaya çıkmıştır.</li></ul>                                                          |
| 2003       | Konstantinos Andriotis<br>Roger D. Vaughan    | Urban residents' attitudes toward tourism development: The case of Crete                   | Journal of Travel Research     | <ul style="list-style-type: none"><li>• Nicel</li><li>• Yüzyüze anket</li><li>• Faktör analizi</li><li>• Kümeleme analizi</li><li>• Varyans analizi</li><li>• Geçerlik</li><li>• Güvenirlik</li></ul> | Üç temel Grup oluşmuştur: <ul style="list-style-type: none"><li>• Turizmin faydalarını takdir edenler,</li><li>• Turizmin çevresel ve sosyal maliyetleri üzerinde fikir birliği sağlayamayanlar,</li><li>• Turizmin ekonomik faydalarına karşı daha düşük beğeni gösterenler.</li></ul> |
| 2007       | Janet E. Dickinson<br>Derek Robbins           | Using the car in a fragile rural tourist destination: a social representations perspective | Journal of Transport Geography | <ul style="list-style-type: none"><li>• Nitel</li><li>• Gezi günlükleri incelemesi</li><li>• Doküman incelemesi</li></ul>                                                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>• Toplu taşımacılık daha ileriye taşınmalıdır.</li><li>• Bisiklete binmek eğlenceli bir deneyimdir.</li><li>• Yerel gezilerde yürüyüşler teşvik edilmelidir.</li><li>• Konaklama alanlarında harita ve tabelalar artırılmalıdır.</li></ul>        |

| Yayın Yılı | Yazar/Yazarlar                                       | Yayın Başlığı                                                                                       | Yayınlandığı Yer                 | Araştırma Yöntemi ve Kullanılan Analizler                                                                                                                                                                       | Araştırma Sonuçları                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------|------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2007       | Gianna Moscardo<br>Philip L. Pearce                  | The rhetoric and reality of structured tourism work experiences: A social representational analysis | Tourism Recreation Research      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Karma</li> <li>• Yarı yapılandırılmış görüşme</li> <li>• Anket</li> <li>• Doküman incelemesi</li> <li>• İçerik analizi</li> </ul>                                      | İki temel temsil ortaya çıkmıştır: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Yetenek oluşturmaya ve işverenleri/öğrencileri için risk azaltmaya odaklı,</li> <li>• Öğrenci ve işverenleri birbirine bağlayan, operasyonel sorunları azaltmaya yönelik fırsatlara odaklı.</li> </ul>                                               |
| 2009       | Yong Zhou<br>John Ap                                 | Residents' perceptions towards the impacts of the Beijing 2008 Olympic Games                        | Journal of Travel Research       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nicel</li> <li>• Anket</li> <li>• Faktör analizi</li> <li>• Güvenirlik</li> <li>• Kümeleme analizi</li> <li>• Ayırma analizi</li> </ul>                                | Yerel halkın Pekin 2008 Olimpiyatlarına yönelik algılarını etkileyen en temel unsurlar: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Yerel halkın kamu performansı hakkındaki görüşleri/tutumları,</li> <li>• Turizm gelişiminin artırılması,</li> <li>• Turizm-endüstri iş deneyimi.</li> </ul>                                     |
| 2009       | Gianna Moscardo                                      | Tourism and quality of life: Towards a more critical approach                                       | Tourism and Hospitality Research | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nitel</li> <li>• Web site incelemesi</li> <li>• Doküman incelemesi</li> </ul>                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Turizmin sosyal temsilleri turistlerin yaşam kalitesine nasıl etkide bulunduğuna yönelik değerlendirmelere yer verilmiştir.</li> </ul>                                                                                                                                                  |
| 2009       | Janet E. Dickinson<br>Derek Robbins<br>John Fletcher | Representation of transport a rural destination analysis                                            | Annals of Tourism Research       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Karma</li> <li>• Derinlemesine görüşme</li> <li>• Anket</li> <li>• Uyum analizi</li> <li>• Kümeleme analizi</li> <li>• Faktör analizi</li> <li>• Güvenirlik</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Otobüs arabaya alternatif olarak görülen bir temsildir. Bu anlamda kullanımını teşvik etmek için iyileştirmeler gereklidir.</li> <li>• Bazı katılımcılar turizm etkilerini kavramsallaştırmakta zorlanmakta ve ziyaretçiler araçları için ek maliyetlerden kaçınmaktadırlar.</li> </ul> |
| 2010       | Elina Meliou<br>Leonidas Maroudas                    | Understanding tourism development: A representational approach                                      | Tourismos                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nitel</li> <li>• Serbest çağrışım yöntemi</li> <li>• Uyum analizi</li> </ul>                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ortaya çıkan temsiller: Otorite, tanıtım, çevre, yönetim ihtiyacı, kültürel aktiviteler.</li> </ul>                                                                                                                                                                                     |

| Yayın Yılı | Yazar/Yazarlar                              | Yayın Başlığı                                                                    | Yayınlandığı Yer                         | Araştırma Yöntemi ve Kullanılan Analizler                                                                                                                        | Araştırma Sonuçları                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------|---------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2010       | Brent Moyle<br>W. Glen Croy<br>Betty Weiler | Community perceptions of tourism: Bruny and Magnetic Islands, Australia          | Asia Pacific Journal of Tourism Research | <ul style="list-style-type: none"> <li>Nitel</li> <li>Derinlemesine görüşme</li> <li>Nitel analiz</li> </ul>                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Magnetik Ada’ında, tatil köylerinin gelişimi, turist profillerinin değişimi ve sosyal çevrede yaşanan değişimler; Burny Ada’ında ise aşırı kalabalık ada yapısı kilit faktörlerdir.</li> </ul>                                                                                                          |
| 2011       | Gianna Moscardo                             | Exploring social representations of tourism planning: Issues for governance      | Journal of Sustainable Tourism           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Nitel</li> <li>Turizm planlama modellerinin incelenmesi</li> <li>İçerik analizi</li> </ul>                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>Turizm planlamasında yerel halk daha az bir öneme sahiptir; turist ihtiyaçları daha baskındır.</li> <li>Turizm planlama modellerinin çoğunluğu turizmin tüm avantaj ve maliyetleri üzerinde dar kapsamlı kalmıştır.</li> <li>Modellerde ekonomik olmayan faktörlere çok az önem verilmiştir.</li> </ul> |
| 2012       | Philip L. Pearce<br>Tingzhen Chen           | Citizens’ representations of China’s Golden Weeks                                | Asia Pacific Journal of Tourism Research | <ul style="list-style-type: none"> <li>Nicel</li> <li>Anket</li> <li>Ki kare analizi</li> <li>Betimleyici analiz</li> </ul>                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>En yaygın olumsuz temsil kalabalıktır.</li> <li>Diğer temsilleri ise; fiyat, uzun tatil dönemi, aile ve arkadaşlarla birlikte olma ve dinlenme olarak belirlenmiştir.</li> </ul>                                                                                                                        |
| 2014       | Anne-Marie Lebrun                           | Representations of a destination city break. Analysis based on free associations | Journal of Travel & Tourism Marketing    | <ul style="list-style-type: none"> <li>Karma</li> <li>Serbest çağrışım yöntemi</li> <li>Anket</li> <li>Varyans analizi</li> <li>Mann-Whithney U testi</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Farklı jenerasyonların destinasyonun sosyal temsillerinde bir farklılığa neden olmamaktadır. Benzer şekilde destinasyon memnuniyetlerinde farklılık bulunmamaktadır.</li> </ul>                                                                                                                         |

| Yayın Yılı | Yazar/Yazarlar                                      | Yayın Başlığı                                                                                   | Yayınlandığı Yer                          | Araştırma Yöntemi ve Kullanılan Analizler                                                                                                                                                                   | Araştırma Sonuçları                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2014       | Yong Zhou<br>Tracy (Ying) Lu<br>Joanne Jung-Eun Yoo | Residents' perceived impacts of gaming development in Macau: Social representation perspectives | Asia Pacific Journal of Tourism Research  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Nicel</li> <li>Anket</li> <li>Betimleyici analiz</li> <li>Faktör analizi</li> <li>Kümeleme analizi</li> </ul>                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Ortaya çıkan temsiller: Kararsızlar ve akılcılardır.</li> </ul> <p>Bu temsilleri etkileyen temel faktörler:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kişisel gelir,</li> <li>Kumar turizminin yerel halkın gelirini artıracığına dair algılar,</li> <li>Bu turizm çeşidinin gelişmesinde kamu performansından memnuniyet.</li> </ul> |
| 2014       | J. Carlos Monterrubio<br>Konstantinos Andriotis     | Social representations and community attitudes towards spring breakers                          | Tourism Geographies                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Nicel</li> <li>Anket</li> <li>Güvenirlilik</li> <li>Varyans analizi</li> <li>Kümeleme analizi</li> </ul>                                                             | <p>Üç temel kümeye ulaşılmıştır:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Bahar tatilini destekleyenler,</li> <li>Bahar tatili konusunda kararsız kalanlar,</li> <li>Bahar tatilcilerinin bölgeye sağladıkları kazanımlar ve olumsuzlukların farkında olanlar.</li> </ul>                                                                                                   |
| 2015       | Muharrem Çetin<br>Elif Eşiyok Sönmez                | Sosyal temsil kuramı bağlamında kurumsal reklamlar: Türk Hava Yolları örneği                    | İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Nitel</li> <li>Reklam görseli incelemesi</li> <li>Doküman incelemesi</li> </ul>                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Türk Hava Yolları'nın yedi reklam görseli Sosyal Temsil Kuramının temeli olan demir atma ve nesneleştirme süreci açısından değerlendirilmiştir.</li> </ul>                                                                                                                                                                             |
| 2015       | Anne-Marie Lebrun                                   | Representation of cruise: Cruisers and noncruisers cross views                                  | International Journal of Tourism Research | <ul style="list-style-type: none"> <li>Karma</li> <li>Yüzyüze görüşme</li> <li>Anket</li> <li>Varyans analizi</li> <li>Uyum analizi</li> <li>Serbest çağrışım yöntemi</li> <li>Benzerlik analizi</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Kruvaziyer turizmine katılanların bu turizme yönelik temsilleri; gemi, deniz, tatil, dinlenme, ziyaret ve lüks; katılmayanların ise deniz, dinlenme, lüks, toplantı ve ziyarettir.</li> </ul>                                                                                                                                          |

| Yayın Yılı | Yazar/Yazarlar                                                | Yayın Başlığı                                                                                                                                       | Yayınlandığı Yer                              | Araştırma Yöntemi ve Kullanılan Analizler                                                                                                          | Araştırma Sonuçları                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------|---------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2015       | Philip L. Pearce<br>Mao-Ying Wu<br>Tingzhen Chen              | The spectacular and the mundane: Chinese tourists' online representations of an iconic landscape journey                                            | Journal of Destination Marketing & Management | <ul style="list-style-type: none"> <li>Nitel</li> <li>Fotoğraf incelemesi</li> <li>Doküman incelemesi</li> <li>Betimsel analiz</li> </ul>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>Çevrimiçi paylaşılan fotoğrafların sosyal temsilinde ortamın muhteşem fiziksel ve çevresel özellikleri canlandırdığı ifade edilmektedir.</li> </ul>                                                                                            |
| 2015       | Laura Dryjanska                                               | A social psychological approach to cultural heritage: memories of the elderly inhabitants of Rome                                                   | Journal of Heritage Tourism                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Nitel</li> <li>Derinlemesine görüşme</li> <li>İçerik analizi</li> </ul>                                     | <p>Dört temel tematik alan oluşmuştur:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Pazarlar</li> <li>Ulaşım</li> <li>Tibet Nehri</li> <li>Borgo (el sanatları ve sanayi)</li> </ul>                                                                                                    |
| 2016       | Elsa Correia Gavinho                                          | Tourism in Aït Bouguemmez (Central High Atlas, Morocco): Social representations of tourism and its impacts in the perception of the local community | European Journal of Tourism Research          | <ul style="list-style-type: none"> <li>Nitel</li> <li>Yapılandırılmamış ve yarı yapılandırılmış görüşme</li> <li>İçerik analizi</li> </ul>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>Sosyal temsiller iş ve ekonomik gelir sağladığından, yaşam standardı ile ilişkilendirilmiştir.</li> <li>Bölge kültürel ve çevresel turizm sürdürülebilirliği ile bilinmektedir.</li> </ul>                                                     |
| 2016       | Marika Gon<br>Linda Osti<br>Harald Pechlaner                  | Leisure boat tourism: residents' attitudes towards nautical tourism development                                                                     | Tourism Review                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>Nicel</li> <li>Anket</li> <li>Kümeleme analizi</li> <li>Ki Kare analizi</li> <li>Varyans analizi</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Tekne turizminin, turizm gelişimi ve uluslararası turistlerin cazibesi için önemli bir etken olduğu belirlenmiştir.</li> <li>Üç homojen grup elde edilmiştir: Bu turizm türünü destekleyenler, temkinliler, şüpheçiler.</li> </ul>             |
| 2016       | Suyan Shen<br>Jin Zhao<br>Jian Xu<br>Jianying Guo<br>Lina Shi | Understanding tourism development of historic districts from a representational perspective                                                         | Journal of Tourism and Cultural Change        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Nitel</li> <li>Yüzyüze görüşme</li> <li>Betimsel analiz</li> </ul>                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>Bölgede turizm gelişiminin “evlerin yetersizliği” ve “geleneksel kültürün kaybolması” gibi olumsuz etkileri dikkat çekmiştir.</li> <li>Geleneksel medya ve sosyal medya bu gelişimde oldukça önemli imgeler olarak yerini almıştır.</li> </ul> |

| Yayın Yılı | Yazar/Yazarlar                                            | Yayın Başlığı                                                                                                                                                     | Yayınlandığı Yer               | Araştırma Yöntemi ve Kullanılan Analizler                                                                                                                                                                          | Araştırma Sonuçları                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2016       | Po-Hsin Lai<br>Yi-Chung Hsu<br>Stephen Wearing            | A social representation approach to facilitating adaptive co-management in mountain destinations managed for conservation and recreation                          | Journal of Sustainable Tourism | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nitel</li> <li>• Yüzyüze görüşme</li> <li>• Betimsel analiz</li> </ul>                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tayvan'daki Yushan Ulusal Parkı'nın üç farklı grup tarafından sosyal temsillerine ulaşılmıştır: Profesyonel rehberler, dağcılar ve dağ turistleri.</li> </ul>                                                                                                                                                                          |
| 2016       | Courtney Suess<br>Makarand Mody                           | Gaming can be sustainable too! Using social representation theory to examine the moderating effects of tourism diversification on residents' taxpaying behavior   | Tourism Management             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nicel</li> <li>• Anket</li> <li>• Betimsel analiz</li> <li>• Açıklayıcı faktör analizi</li> <li>• Doğrulayıcı faktör analizi</li> <li>• Yapısal eşitlik modeli</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Turizmde ekonomik bağımlılığın yüksek olması nedeniyle, turizmin ekonomik ve sosyal etkilerinin daha olumlu algılanmasını sağlamıştır.</li> </ul>                                                                                                                                                                                      |
| 2016       | Susanne Becken                                            | Peak Oil: A hidden issue? Social representations of professional tourism perspectives                                                                             | Journal of Sustainable Tourism | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nitel</li> <li>• Serbest çağrışım yöntemi</li> <li>• Yüzyüze, telefonla ve Skype ile görüşme</li> <li>• Betimsel analiz</li> <li>• Uyum analizi</li> </ul>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Akademisyenler ve uzmanlar tek bir grup olarak “olgusal yorumlar” ve “bilginin rolüne” vurgu yaparken; devlet uzmanları ise “alternatif enerji kaynaklarına” odaklanmıştır.</li> </ul>                                                                                                                                                 |
| 2017       | Po-Hsin Lai<br>Angus Morrison-Saunders<br>Sidsel Grimstad | Operating small tourism firms in rural destinations: A social representations approach to examining how small tourism firms cope with non-tourism induced changes | Tourism Management             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nitel</li> <li>• Yarı yapılandırılmış görüşme</li> <li>• Betimsel analiz</li> </ul>                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gloucester'in mevcut temsilleri “doğal ve kırsal nitelikler”, “öz kimlik” ve “toplum duygusu” olarak belirlenmiştir.</li> <li>• Artan madencilik faaliyetleriyle Gloucester'in “değiştirilmiş bir manzara”, “kırsal özellikleri kaybolmuş bir topluluk” ve “öz kimlik duygusunun eskisi gibi olmayacağı” bir yer olacaktır.</li> </ul> |

| Yayın Yılı | Yazar/Yazarlar                                | Yayın Başlığı                                                                                                                      | Yayınlandığı Yer                                                   | Araştırma Yöntemi ve Kullanılan Analizler                                                                                                                                                        | Araştırma Sonuçları                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2017       | Susanne Becken                                | Evidence of a low-carbon tourism paradigm?                                                                                         | Journal of Sustainable Tourism                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Nitel</li> <li>Serbest çağrışım yöntemi</li> <li>Betimsel analiz</li> <li>Uyum analizi</li> </ul>                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>Araştırma bulguları dört temel olguya odaklanmıştır: Küresel ekonomi, ulaştırma, enerji arzı, sürdürülebilirlik.</li> </ul>                                                                                                                                 |
| 2017       | Johanna Schliephack<br>Janet E. Dickinson     | Tourists' representations of coastal managed realignment as a climate change adaptation strategy                                   | Tourism Management                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Karma</li> <li>Anket</li> <li>Açıklayıcı faktör analizi</li> <li>Kümeleme analizi</li> <li>İçerik analizi</li> </ul>                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Genel olarak turistler tarihi kıyıların yönetimi hakkında zayıf bir anlayışa sahiptir.</li> </ul>                                                                                                                                                           |
| 2017       | Annamaria Silvana de Rosa<br>Laura Dryjanska  | Visiting Warsaw for the first time: Imagined and experienced urban places                                                          | International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research | <ul style="list-style-type: none"> <li>Nicel</li> <li>Anket</li> <li>İlişkisel ağ analizi</li> <li>Betimleyici analiz</li> <li>Uyum analizi</li> <li>Ki Kare analizi</li> <li>T Testi</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Ziyaretçilerin Varşova temsilleri, geziden önce “komünist” iken geziden sonra “yeşil başkente” dönüşmüştür.</li> <li>Lehçe dili “iletişimsel bir engel” olarak görülmüştür.</li> </ul>                                                                      |
| 2018       | Aishath Shakeela<br>David Weaver              | “Managed evils” of hedonistic tourism in the Maldives: Islamic social representations and their mediation of local social exchange | Annals of Tourism Research                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>Karma</li> <li>Yarı yapılandırılmış görüşme</li> <li>Anket</li> <li>Güvenirlilik</li> <li>Ki Kare analizi</li> <li>İçerik analizi</li> </ul>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>Kısaca, Huraa sakinleri turizmin sağladığı faydaları takdir etmekte ve desteklemektedir.</li> </ul>                                                                                                                                                         |
| 2018       | Wan-Fei Wang<br>Yao Chang<br>Philip L. Pearce | China's first Tourism Law: representations of stakeholders' responses                                                              | Journal of Tourism and Cultural Change                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Nitel</li> <li>İçerik analizi</li> <li>Doküman incelemesi</li> </ul>                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Paydaşların çoğunluğu (%70) bu yeni turizm kanununun uygulanmasına yönelik olumlu tutum sergilemişlerdir.</li> <li>Beklenmedik bir şekilde, yeni kanunun ek yönetim gerektiren başka anlaşmazlıklar için de bir katalizör olduğu keşfedilmiştir.</li> </ul> |

| Yayın Yılı | Yazar/Yazarlar                                                               | Yayın Başlığı                                                                                                                                 | Yayınlandığı Yer                                                                        | Araştırma Yöntemi ve Kullanılan Analizler                                                                                                                                                     | Araştırma Sonuçları                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------|------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2019       | Konstantina Zerva<br>Saida Palou<br>Dani Blasco<br>J. Antonio Benito Donaire | Tourism-philia versus tourism-phobia: Residents and destination management organization's publicly expressed tourism perceptions in Barcelona | Tourism Geographies<br>An International Journal of Tourism Space, Place and Environment | <ul style="list-style-type: none"> <li>Nitel</li> <li>Yerel halkın görüşlerinin yer aldığı bir süreli yayın dergisi incelenmiş</li> <li>İçerik analizi</li> <li>Doküman İncelemesi</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Turizm yerel halk ve destinasyon yönetimi kuruluşlarınca şehrin kimliğinin bir parçası olarak görülmektedir.</li> <li>Yerel halkın turizm fobisi algısı ile destinasyon yönetimi kuruluşlarının turizm felsefi algısı arasında net bir ayrım söz konusudur.</li> </ul>                                                                                               |
| 2019       | Carlos Monterrubio                                                           | Hosts and guests' social representations of nudism: A mutual gaze approach                                                                    | Annals of Tourism Research                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>Nitel</li> <li>Görüşme</li> <li>Kolayda ve Kartopu Örnekleme</li> </ul>                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>Çıplaklar, çıplaklığı (Nudizm) bir yaşam biçimi olarak görürken, yerel halk çıplaklar alanı dışında bunu ahlaki olarak kabul edilemez görmektedirler.</li> <li>Çıplaklar yerel halk hakkında olumlu algıya sahiptirler fakat çıplaklığın mekânsal yaptırımlarından hoşnut değildir.</li> </ul>                                                                       |
| 2019       | Philipp Wassler<br>Thi Hong Hai Nguyen<br>Le Quyen Ma<br>Markus Schuckert    | Social representations and resident attitudes: A multiple-mixed method approach                                                               | Annals of Tourism Research                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>Çoklu Karma Yöntem</li> <li>Anket</li> <li>Yüzyüze Görüşme</li> <li>Kümeleme analizi</li> <li>Ki Kare analizi</li> </ul>                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>Sunulan çoklu karma yöntem ile yapılan çalışmalar için tarihsel ve sosyo-politik faktörlerin daha iyi anlaşılmasını sağlamaktadır.</li> <li>Ayrıca sosyal temsillerin bağlamsal bir anlayışını sunmaktadır.</li> <li>Önerilen yöntem ile yerel halkın sosyo psikolojisinin yanı sıra diğer paydaş gruplarının daha iyi anlaşılması umudu öngörülmektedir.</li> </ul> |
| 2020       | Alessandro Inversini<br>Isabella Rega<br>Izak van Zyl                        | Internet representations of voluntourism fail to effectively integrate tourism and volunteering                                               | Tourism Geographies<br>An International Journal of Tourism Space, Place and Environment | <ul style="list-style-type: none"> <li>Nitel</li> <li>İçerik analizi</li> <li>Kümeleme analizi</li> </ul>                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Üç küme elde edilmiş; gönüllülük deneyiminin kendisiyle ilgili, turistik deneyime odaklı ve gönüllülük seyahatinin tamamını kapsayan şeklinde.</li> <li>Gönüllülüğün internet temsillerinin, turizm ve gönüllülük etkisini tam olarak entegre edemediği, bu durumda endüstrinin etkili pazarlamasına karşı koyduğu sonucuna ulaştırmıştır.</li> </ul>                |

Yuksel vd. (1999: 351-356) bir Dünya Mirası olan Pamukkale’de Koruma ve Geliştirme Planı’nın uygulanmasıyla ilgili görüşleri temsil eden paydaşlarla görüşmeler yapmışlardır. Bu görüşmeler sonucunda üç temel temsile ulaşılmıştır: Birincisi, turizm önemli çevresel problemlere neden olmakta; ikincisi, kamu kesiminin tepkisi net değildir ve sonuncusu ise, bahsi geçen planın uygulanması önemli ekonomik ve sosyal sorunlara neden olmaktadır. En yaygın şikâyet ise planda yer alan pratik işlemlerin sıralamasının zayıf bir şekilde yönetildiği ve planın etkinliğini zayıflattığıdır. Turizm planlamasıyla ilgili bir araştırmayı da Moscardo (2011: 423) yapmıştır. Moscardo sosyal temsil kuramı yaklaşımıyla resmi turizm planlaması aşamalarını incelemiştir. Mevcut turizm planlama modelleri içerik analizi ile değerlendirilmiş ve sosyal temsilleri keşfetmek amaç edinilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre turizm planlamasında yerel halkın küçük bir öneme sahip olduğu ve turist ihtiyaçlarının daha baskın olduğu ifade edilmiştir. Ayrıca çoğu planlama modelinin turizmin tüm avantajları ve maliyetleri üzerinde dar kapsamlı olduğu; ekonomik olmayan faktörlere çok az dikkat edildiği belirtilmiştir.

Turizm alanında ve sosyal temsil kuramı temelinde yapılan çalışmalardan bir diğeri ise Girit Adası’nda kent sakinlerinin turizme yönelik tutumlarının değerlendirilmesidir. Andriotis ve Vaughan (2003: 172-181) araştırma bulgularına dayanarak turizmde eğitim ve istihdamı, adanın sakinlerinin tutumlarını etkileyen önemli faktörler olarak ifade etmişlerdir. Tutumlardan yola çıkarak üç küme üretilmiştir: Destekleyenler (turizmin faydalarını takdir edenler), toplumsal ve çevresel olarak endişeli olanlar (turizm genişlemesinden kaynaklanan çevresel ve sosyal maliyetler üzerinde fikir birliği sağlayamayanlar) ve ekonomik şüpheciler (turizmin ekonomik faydalarından daha düşük beğeni gösterenler). Destekleyicilerin neredeyse tamamen turizm gelişiminden etkilendiği ve turizmin işgücü ve hükümet gelirleri gibi bölgeye olan ekonomik faydalarının farkında oldukları ortaya çıkmıştır. Endişeliler ise turizm gelişiminin çevresel maliyetlere katlanmayı gerektirdiği konusunda hemfikir olmalarına rağmen, turizmin faydalarının maliyetlerden fazla olduğu konusunda fikir birliği sağlayamamışlardır. Son küme olan ekonomik şüphecilerde ise turizm gelişimin işgücü oranı ve Girit’in gelirleri konusunda negatif tutuma sahip oldukları keşfedilmiştir.

Benzer bir araştırma ise Kuzey Ege Denizi, Yunanistan’daki Sakız Adası’nda yapılmıştır. Meliou ve Maroudas (2010: 118-124) katılımcıları Sakız Adası’ndaki orta ve büyük ölçekli otellerde turistlerle etkileşim halinde olan turizm çalışanları arasından tesadüfi örnekleme yöntemiyle seçmişlerdir. Ayrıca ağırlıklı olarak turizm eğitimi alan lisansüstü öğrencileri de araştırmaya dahil edilmiştir. Bu araştırmada serbest çağrışım yöntemi kullanılmış ve her katılımcının, “turizm gelişimini” düşünürken aklına gelen ilk beş düşüncüyü

veya imgeyi sunması istenmiştir. Turizm gelişimi kavramı maddi bir boyut gösteren konaklama ve ulaşım imgeleriyle demirlenmiştir. “Otorite”, “tanıtım”, “çevre”, “yönetim ihtiyacı” ve “kültürel aktivite” temsilleri ön plana çıkmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, turizm gelişiminin sadece maddi ve ekonomik anlamda değil, aynı zamanda önemli kültürel, ahlaki ve politik boyutlara da sahip olduğunu görülmüştür. Moyle vd. (2010: 353-362) de Burny ve Magnetic Adalarındaki yerel halkın turizm gelişimi ve etkileri hakkındaki algılarını sosyal değişim ve sosyal temsil kuramları çerçevesinde araştırmışlardır. Magnetik Adası’nda tatil köylerinin gelişimi, turist profillerinin değişimi ve sosyal çevrede yaşanan değişimler; Burny Adası’nda ise aşırı kalabalık ada yapısı kilit faktörler olarak ortaya çıkmıştır.

Yine bir başka araştırmada Gon vd. (2016: 180-185) eğlence botu turizmi etkilerinin kıyı bölgelerindeki yerel topluluklar tarafından nasıl algılandığını analiz etmişlerdir. Birincil veriler, Adriyatik Denizi’nin kuzey kesimindeki kıyı belediyelerinde yaşayan yerel halk arasından toplanmış ve araştırmada anket yöntemi tercih edilmiştir. Araştırma sonuçları incelendiğinde; tekne turizminin turizm gelişimi ve uluslararası turistlerin cazibesi için bir katalizör olarak görüldüğü ortaya çıkmış ve üç homojen grup belirlemiştir; bu turizm türünü destekleyenler, temkinliler ve şüpheciler. Görüşülen yerel halkın büyük bir kısmını oluşturan destekleyici grubu, uluslararası turistleri çekmek için bu tip turizm faaliyetlerini ve yapılan yatırımları desteklemektedir. Destekleyicilerin aksine şüpheciler, bu tür turizmin tanıtımında ve uluslararası turistleri çekmek için yatırım yapmada daha az eğilimli görülmüşlerdir. Temkinliler ise reklam ve tanıtım faaliyetleri konusunda daha az eğilimli olmakla birlikte aynı zamanda eğlence botu turizmini düşük sezonda belediyeyi canlı tutma konusunda bir yol olarak görmektedirler.

Shen vd. (2016: 291-300) ise Çin’deki tarihi bir destinasyonun turizm gelişimini yine sosyal temsil kuramı açısından incelemişlerdir. Yerli hakla yapılan (26 katılımcı) araştırmada yüz yüze görüşme yöntemi tercih edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, başlangıçta turizm gelişiminin olumsuz etkileri (evlerin yetersizliği ve geleneksel kültürün kaybolması gibi) dikkatleri çekmiştir. Sosyal temsil kuramı çerçevesinde demirleme sürecine inşaat, restorasyon ve yıkım imgeleri yansımış; nesnelendirme sürecinde ise bu tarihi bölgeden ayrılma veya yaşamaya devam etme ve turizm gelişimine katkıda bulunma konuları ön plana çıkmıştır. Ayrıca geleneksel medya ve sosyal medya turizmin gelişiminde oldukça önemli imgeler olarak görülmüştür.

Yapılan büyük turistik etkinliklerde de sosyal temsil araştırmaları yapılarak yerel halkın algıları belirlenmeye çalışılmıştır. Örneğin; Zhou ve Ap (2009: 78-85) yerel halkın Pekin 2008 Olimpiyatlarına ve bunun etkilerine yönelik algılarını belirlemeye çalışmıştır.

Toplumsal-psikolojik etkiler, kentsel kalkınma etkileri, ekonomik kalkınma etkileri ve sosyal yaşam etkileri olmak üzere dört boyuttan oluşan bir ölçek geliştirilmiş ve katılımcılara telefon görüşmeleriyle ulaşılmıştır. Bu dönemde aşırı kalabalığın oluşması ve genel olarak fiyatların yüksek olması yerel halkın Pekin 2008 Olimpiyatlarına karşı olan algılarında belirsizliğe neden olmuştur. Yerel halkın Pekin 2008 Olimpiyatlarına yönelik algılarını etkileyen en önemli üç unsur keşfedilmiştir; sakinlerin hükümet performansı hakkındaki görüşleri, tutumu ve daha fazla turizm gelişim tercihleri ile turizm-sanayi iş deneyimi.

Diğer bir örnek ise Pearce ve Chen (2012: 395-411) tarafından sosyal temsil kuramı temelinde “Golden Week” olarak adlandırılan tatil dönemlerinin algılanan avantaj ve dezavantajlarını belirlemeye çalışmasıdır. Türkçe karşılığı “Altın Hafta” olan bu tatil aslında üç gün olmakla birlikte; hükümetin bu tatil gününü iş günlerine dek getirmesiyle hafta sonu tatillerinin de eklenmekte ve böylece yedi günlük bir tatil ortaya çıkmaktadır. İnsanlar bu bir haftalık tatilleri için çok önceden rezervasyon yapmakta ve turizm hareketliliğine katılmaktadırlar. Bu çalışmada katılımcıların demografik bilgilerinin sorulduğu, Golden Week ile ilgili açık uçlu soruların yer aldığı anket Çin’in beş turistik bölgesinde (Beijing, Shanghai, Xi’an, Quanzhou ve Guangzhou & Guangxi) katılımcılara yöneltilmiştir. Kartopu örnekleme yöntemi kullanılarak 450 adet anketin geri dönüşü sağlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre en yaygın olumsuz algılamaların “kalabalık” olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırmanın yapıldığı destinasyonlarda Golden Week boyunca oluşan kalabalığın pek çok turist için kâbus olarak algılandığı ve bu sonucun önceki çalışmaları destekler nitelikte olduğu araştırmacılar tarafından belirtilmiştir. Diğer bir önemli temsili ise “fiyat” olduğu ve ulaşım, konaklama gibi giderlerin bu hafta boyunca normal dönemlere göre iki veya üç kat daha yüksek olduğu ifade edilmiştir. Ayrıca katılımcılardan edinilen veriler doğrultusunda “uzun tatil dönemi”, “aile ve arkadaşlarla birlikte olma”, “dinlenme” gibi olumlu algılamaların da olduğu bilgisine yer verilmiştir.

Monterrubio ve Andriotis (2014: 288-300) ise bahar tatilcilerine karşı yerel halkın tutumlarını incelemek amacıyla Acapulco’da (Meksika) 157 kişiye anket yapmışlardır. Bahar tatili Amerika Birleşik Devletleri, Karayipler ve Meksika’da (Şubat sonundan başlayıp Nisan başlarına kadar) sahil beldelerine giden binlerce Kuzey Amerika Koleji öğrencisinden oluşan bir seyahat fenomenidir. Edinilen veriler doğrultusunda bahar tatilcilerine yönelik tutumlar ışığında üç temel kümeye ulaşılmıştır. Birinci kümeyi bahar tatilini destekleyenler oluşturmakta ve bu tatilcilerin topluma çeşitli faydalar sağladığına inanılmaktadır. En temel faydasının istihdam ve yöredeki ticareti canlandırdığı düşüncesidir. İkinci kümede ise bahar tatili konusunda kararsız olanlar yer almakta ve bahar tatilcilerin yöredeki istihdam ve yerel

ekonomiye olan katkısı konusunda emin değildirler. Son küme ise gerçekçiler olarak isimlendirilmiş ve bu kümedeki bireyler bahar tatilcilerinin yöreye sağladıkları kazanımların ve olumsuz etkilerinin farkındadırlar. Araştırma sonuçları incelendiğinde Acapulco halkının bahar tatili döneminde alkol tüketimi, gürültü ve çöplerin arttığı konusunda benzer düşüncelere sahip oldukları fakat bu turistik faaliyetin ekonomik faydaları sebebiyle desteklendiği görülmüştür.

Sosyal temsil araştırmaları kumar turizminde de karşımıza çıkmaktadır. Örneğin, Zhou vd. (2014: 579-585) bu kuram temelinde yerel halkın kumar turizmine yönelik algıladıkları etkileri araştırmak amacıyla, kumar turizminin patlama yaptığı Macau’da (Çin) 396 kişiyle anket yapmış ve iki sosyal temsil grubu belirlemişlerdir; “kararsızlar” ve “akılcılar”. Araştırma verilerini toplama konusunda telefonla görüşme yöntemi tercih edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre yerel halkın temsillerini etkileyen üç temel faktörün ise; kişisel gelir, kumar turizminin kişisel / aile gelirini artırabileceğine dair algılamalar ve bu turizm çeşidinin geliştirilmesinde hükümet performansından memnuniyet olduğu görülmüştür.

Kumar turizminin yaygın olduğu Las Vegas bölgesindeki turizm yetkilileri ise, turizm endüstrisinin kentsel alanların dışındaki kırsal toplulukların canlılığını artırmak için bir strateji olarak çeşitlendirilmesini önermiştir. Suess ve Mody (2016: 20-32) ise bu öneri doğrultusunda, turizm çeşitliliğini ve yerli halkın vergi ödeme davranışını sosyal temsil kuramı çerçevesinde ele almışlardır. Araştırma verileri anket yoluyla sağlanmış ve araştırmanın evrenini 18 yaşını doldurmuş Las Vegas’ın yerel halkı oluşturmaktadır. Yapılan araştırma sonucunda; turizmde ekonomik bağımlılığın daha yüksek olması turizmin olumlu ekonomik ve sosyal etkilerinin daha olumlu algılanmasına neden olacağını ifade edilmiştir. Yine, alternatif turizm gelişimine daha fazla destek verdiklerini belirten yerel halkın, yaşam alanlarında turizmin gelişmesine destek olmak için daha yüksek vergiler ödemeye razı olacakları edinilen bulgular arasındadır.

Kırsal turistik destinasyonlarda ulaştırmanın sosyal temsillerini belirlemeye yönelik araştırmalar da bulunmaktadır. Örneğin; Dickinson ve Robbins (2007: 116-125) ziyaretçi deneyiminin bir bölgede dolaşma kabiliyetiyle doğrudan ilişkili olduğunu belirterek; İngiltere’nin doğal kırsal alanlarında bu hareketliliğin birtakım sorunlara neden olduğunu savunmaktadırlar. Bu anlamda Moscovici’nin sosyal temsil yaklaşımını kullanarak ziyaretçilerin hareketlilik deneyimlerini ortaya çıkarmayı amaç edinmişlerdir. Purbeck’te (İngiltere, Dorset) yoğun sezon boyunca ziyaretçilerin ulaşım seçeneklerini ve hareket kabiliyetlerini keşfetmek amacıyla gezi günlükleri kullanılmıştır. Seyahat günlüğü katılımcılara yüz yüze görüşmelerde açıklanmış ve günlükler ziyaretçilerden hafta sonlarında

toplanmıştır. Araştırmada kullanılan günlük genel olarak seyahat kalıpları hakkında nicel bilgi üretmeye yönelik olmuştur; yolculukların amacı, güzergahı, kat edilen mesafe ve ziyaret edilen mekanlar vb. Araştırma sonuçları doğrultusunda yazarlar toplu taşımacılığın geliştirilmesinin yanında, bisiklete binmenin eğlenceli bir deneyim olduğunu, yürüyüşlerin yerel geziler için teşvik edilmesi gerektiğini ve ziyaretçilerin konaklama alanlarında tabela ve harita sağlanmasıyla yeterli bilinçlenmenin sağlanacağını vurgulamıştır.

Sosyal temsil kuramı bağlamında kültürel miras konusunda yapılan bir araştırma da mevcuttur. Dryjanska (2015: 38-48) Roma'nın üç tarihi bölgesinden toplam 64 kişiyle yapılan görüşmeler sonucu elde ettiği verilere göre; bir yandan kirlilik ve karmaşanın Roma sokaklarında hissedildiğini; diğer yandan Roma'nın zarıflığı ve estetiği temsil ettiğini ifade etmiştir. Odak gruplarından ve yaşlı katılımcılarla yapılan derinlemesine görüşmelerden dört ana tematik alan oluşmuştur; pazarlar, ulaşım, Tiber Nehri ve Borgo (el sanatı ve sanayi). Katılımcıların çoğunluğunun söyleminde pazarlar önemli bir rol oynamıştır. Pazarların bir taraftan kirli, kaotik, kontrol edilemez bir şekilde sokaklara yayıldığı; diğer yandan 1928'de inşa edilen neoklasik mahalle pazarı gibi şık ve estetik çekiciliğe sahip olduğu görülmüştür. Yine önemli bir boyut olan ulaşım, Roma sakinlerine göre zıtlıkları barındırmaktadır. Bir yandan sayısız araba, otobüs, tramvay ve metro ile caddelerin oldukça karmaşık ve gürültülü bir hal aldığı, aynı zamanda bu modern ulaşım sisteminin karmaşık yönetim sisteminin bir meyvesi olduğu ve ulaşım anlamında faydalı olduğu bakış açısına ulaşılmıştır. Eskiden insanların romantik yürüyüşler yaptığı, balık tuttuğu veya yüzdüğü Tiber Nehri için korku senaryosu benzetmesi yapılmıştır.

Lebrun (2015: 513-515) ise kruvaziyer turizmine katılanlar ve katılmayanların bakış açılarını sosyal temsil kuramı temelinde araştırmıştır. Kruvaziyerin bu iki grup açısından sosyal temsillerini tanımlayıp, karşılaştırma yapmak araştırmanın amacını oluşturmuştur. Araştırmada kullanılan anket dört bölümden oluşmaktadır; serbest ilişkilendirme, kısıtlamalar, seyahat niyeti ve katılımcıların demografik bilgileridir. Ampirik çalışma için gerekli olan bilgiler ise yüz yüze görüşmeler yoluyla toplanmıştır. Kruvaziyer turizmine katılanların bu turizm türüne yönelik temsilleri; gemi, deniz, tatil, dinlenme, ziyaret, lüks vb. kavramlar olduğu görülürken; diğer grubun temsilleri ise deniz, dinlenme, lüks, toplantı, ziyaret gibi benzer kavramlar olduğu görülmüştür. Temsillerin çoğunluğu her iki grupta da yer almakla birlikte bazı farklılıkların da olduğu gözlemlenmiştir; "havuz" ve "harika" kavramları kruvaziyer turizmine katılanların temsillerinde yer alırken; diğer grupta "pahalı", "batmak" ve "daha üst" kavramları yer almıştır.

Yapılan araştırmalar incelendiğinde sürdürülebilirlik, iklim değişikliği gibi global konularda da sosyal temsillerin belirlendiği görölmüştür. Örneğin, Becken (2016: 31) petrol üretiminin zirve noktasına ulaşması (Peak Oil) konusunda turizm uzmanlarının algılarını sosyal temsil kuramı açısından değerlendirmiştir. Peak Oil temsillerini oluşturan temel ve çevresel unsurları keşfetmek amacıyla; dünya çapında 101 turizm uzmanından Peak Oil hakkındaki düşüncelerini ve hislerini anlatan beş kelime ve üç zihinsel görüntü sağlanmıştır. Demirleme sürecine; ekonomik etkiler, alternatif enerji kaynakları, sürdürülebilirlik ve iklim değişikliği imgeleri yansımıştır. Özellikle dört profesyonel alt grubun her birinin (akademisyenler, danışmanlar, hükümet ve endüstri temsilcileri) belirgin biçimde farklı temel inançlara sahip olduğu görölmüştür. Peak Oil ile turizm sektörünün ilgili olup olmadığı ve turizm sektörünün olumsuz etkilere yönelik bir önlem alıp almayacağı konusunda herhangi bir fikir birliğine ulaşılamamıştır. Akademisyenler ve danışmanlar tek bir grup olarak “olgusal yorumlar” ve “bilginin rolü”ne vurgu yaparken; hükümet uzmanlarının ise “alternatif enerji kaynakları”na odaklandığı ifade edilmiştir. Becken (2017: 832) bir başka araştırmasında yine benzer bir konuya değinerek, turizm uzmanlarının; turizm büyümesi, petrolün zirveye ulaşması, turizm için riskler ve düşük karbonlu turizm gibi konulardaki görüşlerinin sosyal temsillerini belirlemeyi amaçlamıştır. Çeşitli turizm uzmanları ile serbest çağrışım yöntemiyle görüşmeler sağlanmıştır. Araştırma bulgularının dört olguya odaklandığı görölmüştür; küresel ekonomi, ulaştırma, enerji arzı ve sürdürülebilirlik.

Bazı sahil destinasyonlarında iklim değişikliği ve erozyon gibi doğa olayları nedeniyle bu tür bölgelerin yönetiminde birtakım stratejik değişiklik kararları alınmaktadır. Schliephack ve Dickinson (2017: 182-185) ise bu anlamda kıyı kaynaklarının nasıl değiştiğini ve gelecekteki ziyaretler için hangi sonuçları ortaya koyacağını sosyal temsil kuramı çerçevesinde incelemiştir. Bu doğrultuda turistlerin bakış açılarını değerlendiren yazarlar araştırmada anket yöntemini tercih etmişlerdir. Yeniden düzenlenmenin turistik temsillerini keşfetmek için İngiltere Koruma Örgütü tarafından yönetilen Studland Plajı tercih edilmiştir. Genel olarak turistlerin tarihi kıyı yönetimi stratejilerine bağlı yönetilen yeniden düzenlenme hakkında zayıf bir anlayışa sahip oldukları anlaşılmıştır.

Lai vd. (2017: 164-168) ise kırsal destinasyonlarda küçük turizm işletmelerinin turizmden kaynaklı olmayan değişimlerle nasıl baş ettiklerini sosyal temsil kuramı çerçevesinde incelemişlerdir. Gloucester organik tarım, su kültürü, bağcılık gibi çeşitli tarımsal faaliyetlerin yaygınlaştığı bir bölgedir. Aynı zamanda bölgenin zengin maden kaynakları, maden endüstrisini cezbetmiştir. Araştırmaya 24 küçük konaklama işletmecisi katılmış ve yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi tercih edilmiştir. Gloucester araştırmasında

iki yaklaşım sergilenmiştir; birincisinde bölgenin mevcut durumunun temsillerini, ikincisinde ise artan madencilikle birlikte gelecekteki temsilleri ortaya koymaktır. Gloucester'in mevcut temsilleri incelendiğinde “doğal ve kırsal niteliklerin”, “öz kimlik” ve “toplum duygusunun” ön planda olduğu görülmüştür. Artan madencilik faaliyetleriyle birlikte Gloucester'in gelecekteki muhtemel temsilleri ise “değiştirilmiş bir manzara”, “kırsal özellikleri kaybolmuş bir topluluk”, “doğal cazibesi kaybolmuş” ve “öz kimlik duygusunun eskisi gibi olmayacağı” bir yerdir.

Yine bir başka çalışmada bir turist destinasyonu olarak Varşova'nın sosyal temsilleri belirlenmeye çalışılmıştır. Fransa, Almanya, İtalya, İspanya, Polonya, Birleşik Krallık ve Amerika Birleşik Devletleri'nden Varşova'ya seyahat eden turistlerin ziyaret öncesi ve ziyaret sonrası görüşmeler yapılarak; sosyal temsil kuramı çerçevesinde mevcut temsillerin ziyaret sonrasındaki dönüşümü incelenmiştir. Araştırmada anket yoluyla veri toplama yoluna gidilmiş ve 210 turiste ulaşılmıştır. Ulaşılan bulgular doğrultusunda ziyaret öncesi Varşova'nın temsili “komünist” iken; ziyaret sonrasında “yeşil başkent” olduğu ifade edilmiştir. Ayrıca Lehçe dili şehirdeki yerlerin spesifik isimlerini hatırlamakta “iletişimsel bir engel” olarak görülmüştür (de Rosa ve Dryjanska, 2017: 321).

Sosyal temsil kuramı sadece sosyal psikoloji alanında değil diğer araştırma alanlarında da gün geçtikçe yerini almaktadır. Özellikle turizm alanlarında sosyal temsil araştırmalarının yapılması; turizm planlaması, turizm gelişimi, pazarlama, sürdürülebilirlik gibi konularda belirgin noktalara odaklanılmasını sağlayacağından oldukça faydalı görülmektedir.

## İKİNCİ BÖLÜM

### SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM GELİŞİMİ

#### 2.1. Kitle Turizmi

İkinci Dünya savaşı sonrasında yaşanan çalışma saatlerindeki düzenlemeler, tatiller ve teknolojik vb. önemli gelişmeler turizm faaliyetlerinin canlanmasına neden olmuştur. Zamanla paket turlarının yaygınlaşması ve turizme olan talebin hızlı artışı turizm yatırımlarının da ivme kazanmasını sağlamıştır. Böylelikle turizm dünyanın en büyük ekonomilerinden biri haline gelmiştir (Lozano-Oyola vd., 2012: 659; Soyak, 2013: 2-6). 2018 yılında dünya genelinde turist sayısı incelendiğinde 1.4 milyar kişinin seyahat ettiği bilinmektedir (UNWTO, 2018).

Geçmişten günümüze en hızlı gelişen sektörlerden biri olan turizm faaliyetlerinin tarihsel gelişimine bakıldığında tekerleğin icadına, Sümerlilere kadar incelenebilir. Daha yakın geçmişe bakmak gerekirse ulaşım teknolojilerinde yaşanan gelişmeler seyahatlerin artmasını sağlayan temel unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Buharlı gemi ve lokomotifler, otomobiller ve daha sonra uçaklar kitlesel seyahatlerde önemli rol oynamaktadır (Yıldız, 2011: 56-57).

1841’de Thomas Cook tarafından gerçekleştirilen “Büyük Tur” adlı faaliyet ile birlikte kitle turizmi yaygınlaşmaya başlamıştır (Gormsen, 1997: 39). Bu andan itibaren Yunanistan’daki Antik Kent’ten Mısır veya Hindistan gibi daha uzak noktalara da kitlesel seyahatler gerçekleştirilmiştir. Bu turizm türünün en tipik özelliği bireylerin daha çok paket turları tercih etmeleridir (Kozak vd., 2001).

80’li yıllar ve sonrasında ülkemizde de turizm faaliyetleri hızlı bir gelişim göstermiştir. Bu gelişimde hükümetlerin turizm konusunda yapmış oldukları yasal düzenlemeler en önemli payı oluşturmaktadır. Çeşitli teşviklerle turizm faaliyetleri desteklenmiş ve kitle turizmi hız kazanmıştır (Dalgın vd., 2015: 176).

Kıyı kesimlerde son 50 yıldır büyük-ölçekli paket turizmi önemli bir role sahiptir. Eğlence amaçlı artan taleplerin karşılanması amacıyla kıyı şeritlerinde destinasyonların geliştiği açıkça görülmektedir. Bu durum kitle turizmi olarak nitelendirilmektedir (Goffi vd., 2019: 544). Kitle turizmi, “*turistlerin bir turizm dağıtım kurumunun sunduğu bir ya da iki haftalık bir tur paketini satın alarak gruplar halinde yaptıkları turizm faaliyeti*” olarak tanımlanmıştır (Tekeli, 2001: 4). Poon (1993: 32) ise kitle turizmini “*toplu müşterilere satış için sabit fiyatlarla standartlaştırılmış eğlence hizmetlerinin büyük ölçekli paketlerle*

*sunulması olgusu*” şeklinde tanımlamıştır. Goffi ve arkadaşları (2019: 546) kitle turizminin ve kitle dışı turizmin farklı özelliklerini şu şekilde tablo haline getirmiştir.

**Tablo 2.1 Kitle ve Kitle Dışı Turizm**

| Kitle Turizmi              | Kitle Dışı Turizm | Kitle Turizmi           | Kitle Dışı Turizm               |
|----------------------------|-------------------|-------------------------|---------------------------------|
| Çok sayıda insan           | Az sayıda insan   | Büyük altyapılar        | Düşük altyapılar                |
| Tur operatörü odaklı       | Bağımsız          | Yüksek yoğunluk         | Düşük yoğunluk                  |
| Standartlaştırılmış        | Kişileştirilmiş   | Yabancı kontrollü       | Yerel sahiplik                  |
| Genelleştirilmiş           | Özelleştirilmiş   | Yapay çekicilik         | Doğal çekicilik                 |
| Homojen                    | Heterojen         | İthal ürünler           | Yerel ürünler                   |
| Katı                       | Esnek             | Sızıntılar              | Yerel bağlantılar               |
| Niceliksel                 | Niteliksel        | Yerlilerden uzak        | Yerlilerle etkileşimli          |
| Statik                     | Dinamik           | Meta kültürel kimlikler | Kültürel kimliklere saygı duyma |
| Fordist                    | Post-Fordist      | Çevresel bozulma        | Çevresel koruma                 |
| Düşük fiyat                | Kalite            | Toplumsal zarar         | Toplumsal fayda                 |
| Farklılaşmayan             | Segmentli         | Yerel sömürü            | Yerel güçlendirme               |
| Metalaştırılmış            | Otantik           | Plansızlık              | Planlı                          |
| Yenilenen                  | Eşsiz             | Sorumsuz                | Sorumlu                         |
| Deniz, güneş ve kum odaklı | Çeşitli ilgiler   | Sürdürülemez            | Sürdürülebilir                  |

**Kaynak:** Goffi, Cladera ve Pencarelli, 2019: 546’dan Türkçeye çevrilmiştir.

Tablo 2.1’de özetlendiği gibi kitle turizminin çevresel bozulma, toplumsal zarar, plansız yapılaşma vb. olumsuz etkileri bulunmaktadır. Bu durum bireyleri alternatif turizm türlerine yöneltmeye başlamış ve sürdürülebilirliğin daha önemli olduğu yönünde farkındalık oluşmaya başlamıştır.

## 2.2. Kitle Turizminden Sürdürülebilir Turizme Geçiş

Sürdürülebilirlik olgusu küresel ihtiyaçlar doğrultusunda sürekli bir değişim içerisinde (Dönmez, 2016: 5). Özellikle sanayileşme ile ekonomik büyüme, nüfusun, üretimin ve toprakların kullanımının artmasına dolayısıyla tüketimde büyük artışlar yaşanmasına neden olmuştur. Maalesef bu ilerleyiş nedeniyle kıt kaynakların tükenmesi durumu ve birtakım çevresel sorunlar açığa çıkmıştır. Bu doğrultuda bilinçsiz ve aşırı tüketimin önüne geçmek için pek çok araştırmacı sürdürülebilirlik kavramına odaklanmaya başlamıştır. Çevresel kaynakların turizmin temelinde yer alması nedeniyle sürdürülebilirlik kavramı turizm açısından da önem kazanmaya başlamıştır.

Turizm sektörünün sosyal ve ekonomik katkılarıyla birlikte önemli bir alan olması ülkelerin kıyasıya rekabete girmelerine neden olmuştur. Türkiye’de de bu doğrultuda turizme ağırlık verilerek oldukça fazla yatırımlar yapılmıştır. 80’li yıllardan itibaren devletin de desteğiyle turizm sektörü ciddi gelişmeler göstermiş; özellikle kitlesel turizm ile birlikte yabancı turist sayısında oldukça fazla artış yaşanmıştır (Biçici, 2013: 20). Turistik bir destinasyonun doğal, kültürel, tarihi, geleneksel ve fiziksel değerleri turistlere sunulurken bölgeler pazarlanmıştır. Böylece turizm sektörü yıllar boyunca kitle turizminden beslenmiştir (Altanlar ve Akıncı, 2011: 2). Elbette bu hızlı gelişim bir takım yetersizlikleri de beraberinde getirmiştir (Kaypak, 2010: 93). Fakat o zamanlarda turizm sektörünün ekonomik getirilerine odaklanılmış ve yerel halk için önemli olan doğal kaynaklar, sosyal ve kültürel değerler ikinci planda kalmıştır (Biçici, 2013: 20).

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin kıyı bölgelerindeki büyük ölçekli turizmin, bölgesel ve ulusal ekonomiler, yerel kültür, fiziki altyapı ve çevre üzerinde olumlu ve olumsuz etkilere sahip olduğu ifade edilmektedir (Gormsen, 1997: 53). Son zamanlarda olumsuz etkiler konusuna fazlaca odaklanılmakta ve turizmin sürdürülebilirliğini sağlama konusunda hem akademisyenler, hem de yerel yönetimler veya işletmeler tarafından çeşitli araştırmalar yapılmakta ve öneriler getirilmektedir (Lozano-Oyola vd., 2012). Bu anlamda turizm faaliyetlerinin doğal ve kültürel değerler üzerinde olumsuz etkilerine odaklanılmıştır. Bu durumun turizmin kendi geleceği için olumsuzluklar meydana getirdiği ve genel olarak kaynakların tükenmesi riski fark edilmeye başlanmıştır; alternatif turizm, yeşil turizm, ekoturizm, doğa turizmi, özel ilgi turizmi ve sürdürülebilir turizm kavramları ortaya çıkmıştır (Erdoğan, 2003: 3-4; Uğuz ve Uğuz, 2011: 334).

Geleneksel olarak, turizmin en ciddi olumsuz etkilerinin yaratılmasından kitle turizmi faaliyetleri sorumlu sayılmakta ve sonuç olarak büyük ölçekli turizm doğası gereği sürdürülebilirliğin gereklerini yerine getiremediği düşünülmektedir (Budeanu, 2005: 92). Kitle turizmiyle birlikte destinasyonlara çok sayıda turist gelmesi, ziyaret ve konaklamaları aynı zamanda fiziksel ve sosyal çevreye bir takım olumsuz etkilere neden olmuştur. Bu anlamda kitle turizminin en önemli etkileri arasında; çevresel ve görsel kirlilik, ekolojik dengenin bozulması, sosyal ve kültürel değerlerin değişmesi söz konusudur (Biçici, 2013: 22). Zamanla yaşanan bu olumsuzluklarla, turizm gelişiminde sürdürülebilirliğin sağlanmasının hayati öneme sahip olduğu idrak edilmiştir (Altanlar ve Akıncı, 2011: 2). Çünkü kitle turizminin bu kontrolsüz gelişimi kaynakların aşırı kullanılmasına ve dolayısıyla destinasyonların çekiciliklerini kaybetmesine sebep olmaktadır (Bošković vd., 2020: 2766).

Çekiciliklerini kaybeden destinasyonlarda ise turizm faaliyetlerinde düşüş yaşanması kaçınılmazdır.

Kitle turizmiyle birlikte yaşanan çevresel olumsuzluklar kadar ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda da bir takım olumsuz etkiler görülmüştür. Ekonomik açıdan bakıldığında kitle turizminin destinasyonlara sağladığı istihdam olanaklarındaki artış, yerel işletmelerde gelir artışı, yaşam kalitesinde iyileşmeler vs. dikkat çekmektedir (McDowall ve Choi, 2010: 41). Ancak kitle turizminin mevsimsellik özelliği nedeniyle istihdamda istikrarsızlık oluşturması, yaşam maliyetini artırması, zaman zaman yabancı işgücüne yönelimlerin olması gibi olumsuz ekonomik etkiler de söz konusudur. Kitle turizminin sosyal açıdan da pek çok olumlu ve olumsuz etkileri olduğu yapılan akademik araştırmalarla desteklenmektedir. Örneğin turizm faaliyetlerinin yoğun olduğu alanlarda kamu altyapılarını kullanımda tıkanıklık (Brunt ve Courtney, 1999), suç oranlarında artış (Tosun, 2002), uyuşturucu kullanımı (Haralambopoulos ve Pizam, 1996) gibi olumsuzlukların yaşandığı belirtilmektedir. Genel olarak turizm ile birlikte; yerel halkın el sanatları geleneklerini canlı tutması, yerel kültürün korunması ve bölge sakinleri ile turistler arasında kültürel etkileşimin olması gibi olumlu etkiler yaşanırken (Gursoy ve Rutherford, 2004) yandan da geleneklerin kaybı (McCool ve Martin, 1994: 29), yerel kültür veya kültürel mirasın sanallaştırılması, önemsizleşmesi gibi olumsuz kültürel etkiler de söz konusudur (Besculides vd., 2002: 307).

Nüfusun artması, sanayileşme ve kentleşme gibi faktörler de bazı çevresel sorunlara yol açmaktadır. Elbette turizm de çevresel kaynaklarla iç içe olduğundan turizm açısından yaşanan olumsuzluklar oldukça önemlidir. Çünkü turizm çevresel kaynaklardan, tarihi ve kültürel değerlerden beslenmektedir. Turizmde tüketimin de yoğun olduğu düşünüldüğünde sürdürülebilirliğin sağlanmasında; planlı yapılaşma, kaynakları değerlendirerek koruma ve geleceğe devamlılığını sağlayarak bırakma gibi yaklaşımların hakim olması gerekmektedir (Seyhan ve Yılmaz, 2010: 52). Kitle turizmi dünyadaki yerel ve sosyo-kültürel maliyetler, politika yapıcılarını uluslararası, ulusal ve toplumsal düzeylerde sanayiye yönelik tutumlarını yeniden incelemeye itmiştir (Ioannides, 1995: 583). Tipik tatil aktivitelerinin büyük bir kısmı da doğrudan bir destinasyondaki doğal kaynaklara bağımlıdır ve bu nedenle turizm planlamacıları giderek artan şekilde çevresel konuları dikkate almak durumundadırlar (Dolnicar ve Leisch, 2008: 672). Deniz kıyıları boyunca kitle turizmi başladığı zaman, yenilenebilir olarak kabul edilen doğal kaynaklarla ilgili olarak çok az sınırlamanın var olduğuna inanılmıştır (Gormsen, 1997: 53). Bu arada, ekonomik açıdan başarılı bir turizmin, orijinal çekiciliğin özelliklerinin de aşıldığı ortaya çıkmıştır. Böylelikle, hedef bölgelerdeki

maliyetleri en aza indirmek için, gelecekteki turizm gelişmelerinin sürdürülebilir olması gerektiği yönünde giderek artan bir farkındalık oluşmuştur.

Sürdürülebilirlik, olumsuz turizm etkilerinin, sorunlarının ele alınması ve uzun vadeli canlılığın devamlılığı için bir araç olarak önemli görülmektedir (Liu, 2003: 460). Saarinen (2006: 1123)'e göre Akdeniz'de yer alan ve kitle turizminin geliştiği destinasyonlarda olumsuzluklar daha erken kendini göstermiştir. Weaver (2012: 1030) ise sürdürülebilirliğin ortaya çıkmasında ve toplumsal bir norm halini almasında; doğal kaynakların kıtlığı, yeşil teknolojilerin gelişmesi, iklim değişikliğinin farkına varılması, yaşanan ekonomik krizler, kurumsallaşmış çevrecilik ve iletişimde yaşanan hızlı gelişimin önemli olduğunu savunmuştur. Clarke (1997: 224) ise “sürdürülebilir turizm” kavramının kullanılma zamanına odaklanmış ve bu kavramın kullanılmasının kitle turizminden uzaklaşılmasıyla başladığını ifade etmektedir. Bu anlamda yaşanan sosyal ve çevresel olumsuzluklar yalnızca kitle turizmiyle ilişkilendirilmiştir.

Bahsi geçen gelişmeler nedeniyle, resmi kuruluşlar sadece ilgili yasaları yayınlamakla kalmayıp, aynı zamanda turistlerin kendilerini unutmamaları için yatırımcıların, tur operatörlerinin ve diğer özel ve resmi aktörlerin faaliyetlerinin etkin bir şekilde kontrol edilmesi ve izlenmesine yönelik mekanizmaları da kurmak durumunda kalmışlardır (Gormsen, 1997: 53). Tüm katılımcılar ekolojik açıdan sürdürülebilir bir kalkınma ortak anlayışı altında etkin bir şekilde iş birliği yaptıklarında, turizm kıyı alanlarının geleceğine olumlu katkılar sağlanabileceği düşünülmektedir. Yararlı yönleri nedeniyle, turizm çoğu ülkede güçlü bir şekilde teşvik edilmektedir ve büyümeye devam etmesi beklenmektedir (Budeanu, 2005: 93). Aynı zamanda, turizmin geniş çaplı gelişmelerinde doğa, toplumlar ve kültürler üzerinde potansiyel olarak etkileri olduğu yönünde artan bir fark bulunmaktadır. Bu nedenle, sorumlu turizm uygulamalarına yönelik kaygılar, geçmişteki hataları düzeltmeye ve gelecektekilerin oluşmasını engellemeye odaklanmalıdır. Ayrıca, turizmin toplumun sürdürülebilirliğe doğru ilerlemesine yardımcı olması için, mevcut turizm politikaları ve stratejilerinin her düzeyde açık bir önleyici yaklaşımın benimsenmesi gerekmektedir.

Açıkçası turizm, turizm deneyiminin üretimi için temel bileşen olarak çevresel kaynakları gerektirmektedir. Bu nedenle bir yandan turizm deneyimi üretirken diğer yandan da çevresel unsurların sürdürülebilirliği esas alınmalıdır (Williams ve Ponsford, 2009: 396). Sürdürülebilir turizm bazen özel bir turizm türü olarak algılanabilmekte fakat, uzun vadede yaşanabilir olması için her turizm türünün sürdürülebilir olması gerektiği anlaşılmaktadır (Sharpley, 2002). Bu anlamda çevrenin korunması, doğal kaynakların dengeli kullanımı ve yerel toplulukların geliştirilmesi sürdürülebilir turizmin en temel hedefleri haline gelmelidir.

### 2.3. Sürdürülebilirlik Kavramı

Sürdürülebilirliğin temelinde herhangi bir sistemin değişime uğramadan ve aşırı tüketilmeden devamlılığının sağlanarak gelecek nesillere aktarılması düşüncesi hakimdir (Kaypak, 2010: 98). Tarım, teknoloji, turizm vb. pek çok alanda sürdürülebilirliğin sağlanması temel konular arasında yer almaktadır. Bunun esas nedeni ise insanların geleceği için kaynakların korunarak devamlılığın sağlanmasıdır (Beyhan ve Ünügür, 2005: 80). Bu anlamda sürdürülebilirlik kavramı her alanda olduğu gibi turizm alanında da gün geçtikçe yaygınlaşan bir terim halini almıştır.

Sürdürülebilirlik fikri, Dünya Koruma Stratejisi ve Brundtland Raporu (WCED, 1987) aracılığıyla popülerleşmiş ve turizm sektöründe güçlü bir hale gelmiştir. Bu raporda, operasyonel netlik olmamakla birlikte kaynakların bugünün ihtiyaçlarının korunarak ve gelecek nesillerin de ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde kullanılması esasına odaklanılmıştır. Burada “nesiller arası”na vurgu yapılarak kullanma eşitliğinin sağlanması fikri esas alınmıştır (Weaver, 2012: 1030). Buradaki eşitlik kavramı kaynakların bugünün ve gelecek nesillerin bireyleri tarafından adil kullanımı şeklinde yorumlanabilir (Kaypak, 2010: 99). Weaver (2012) ise, sürdürülebilirliği hem yerel hem de küresel olarak mevcut faydaları en üst düzeye çıkarırken belirli bir faaliyetin doğrudan ve dolaylı maliyetlerini en aza indirmeye çalışan stratejik yönetim ile ilişkilendirmektedir. Esas olarak, sürdürülebilirlik, duruma göre değişebilen stratejileri tanımlamak için istenen bir son durumu (denge durumu) sağlamaktadır. Dolayısıyla, ekonomik kalkınmanın bir hedefi olarak sürdürülebilirlik, teknik analizin bir fonksiyonundan ziyade bir toplumsal yargı olarak görülmektedir. Bu nedenle, geleceğe yönelik herhangi bir turizm politikasında sürdürülebilirliğin tanımları ve anlamları çok önemlidir (McCool vd., 2001: 124).

Sürdürülebilirlik, turizmi geliştirme yönündeki tartışmalar arasında en yaygın kavram olarak görülmektedir. Aynı zamanda kavramın tam tanımı konusunda hem uygulayıcılar hem de akademisyenler arasında net bir ortak görüş bulunmamakla birlikte çeşitli tanımlar mevcuttur (Cooper vd., 2005: 260). “*Belirli bir ekosistemin kesintisiz, aşırı kullanılarak tüketilmeden ve bozulmadan devamlılığının sağlanmasına*” sürdürülebilirlik denilmektedir (Sezgin ve Karaman, 2008: 429). Buradaki temel husus kaynakların devamlı olarak değerlendirilerek korunması ve gelecek nesillere aktarılması olarak görülmektedir. Sürdürülebilirlik kavramı Brundtland Raporu’nda (WCED, 1987) “*gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılayabilme yeteneğinden ödün vermeden mevcut neslin ihtiyaçlarının karşılanması*” olarak tanımlanmıştır. Bu tanımlamadan yola çıkarak Cooper vd. (2005: 261) sürdürülebilirliğin bazı temel ilkelerini şu şekilde sıralamışlardır:

- Planlama ve strateji için bütünsel bir yaklaşımın benimsenmesi,
- Çevrenin (biyo-çeşitliliğin) korunması,
- Temel ekolojik süreçlerin korunması,
- Yerel halkın katılımının sağlanması,
- Uzun vadeli gelecekte üretkenliğin sürdürülebilirliğini sağlamak,
- Farklı ülkeler arasında daha dengeli bir adalet düzeyi sağlamak.

Sürdürülebilirlik uzun vadeli bir süreç olarak görülmekte ve dolayısıyla turizm ve çevrenin birbirleriyle nasıl ilişki kurduğu dikkatlice gözden geçirilmelidir (Lordkipanidze vd., 2005: 787). Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC, 2010) sürdürülebilirliği yerel çevreler, toplumlar ve kültürler için “garantili saygı” ile eş görerek; ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel sürdürülebilirlik sonuçlarının elde edilmesi gerektiğine dikkat çekmiştir (Weaver, 2012: 1031). Mansuroğlu (2006: 36) da pek çok yazar gibi sürdürülebilirliğin sağlanmasında; yerel, kültürel ve doğal değerlerin korunmasına ve çekiciliklerinin devamlılığına vurgu yapmaktadır. McCool vd. (2001: 125)’ne göre sürdürülebilirlik kavramı ve bunun türevi olarak sürdürülebilir kalkınma; doğal ortamların, özellikle korunan alanların ve insan topluluklarının ekonomik, politik ve kültürel olarak bu ortamlarla bağlantılı olarak yönetimi ile yakından ilişkili görülmektedir. (Goodland, 1995) ise sosyal sürdürülebilirlik konusuna değindiğinde, sürdürülebilirliğin ancak güçlü bir toplumla başarılacağını vurgulamaktadır.

#### 2.4. Sürdürülebilir Gelişme

*“İnsanlık, gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılayabilme yeteneğinden ödün vermeden, bugünün ihtiyaçlarını karşıladığından emin olmak için kalkınmayı sürdürülebilir hale getirme yeteneğine sahiptir.”* (WCED, 1987: 16). Bu ifadeye Brundtland Raporu’nda yer verilerek insanlığın sürdürülebilir gelişmedeki önemine vurgu yapılmıştır. Butler (1999)’a göre sürdürülebilir gelişmenin temel yapı taşlarından birisi sınırlardır. Yani turizmin ve diğer faaliyetlerin ve özniteliklerin uzun vadede sürdürülebilmesini sağlayacak şekilde, turizmin etkilerini azaltan kaynakların (insan ve fiziksel) kabiliyetine (kapasitesi) dayanacaktır.

Sürdürülebilirlik kavramının esası da Brundtland Raporu olarak bilinen “Ortak Geleceğimiz” adlı rapora dayandırılmaktadır. Bu raporda, sürdürülebilir büyüme olarak ifade edilen yaklaşımda hem çevresel koruma hem de ekonomik büyüme kavramları bir arada ele alınmıştır. Aynı zamanda sürdürülebilir büyümeyi sağlamak için adalet kavramına vurgu yapılmıştır (Sezgin ve Karaman, 2008: 430). Adaletten kasıt nesil içi eşitlik kadar nesiller arası da eşitliğin sağlanması yönündedir. Bu anlamda bütüncül bir kavram olduğu savunulmuş

ve kavramın genel anlamda tüm sistemin sürdürülebilirliğini ifade etmesi gerektiği vurgulanmıştır (Wall ve Mathieson, 2006: 290).

Sürdürülebilirlik, sürdürülebilir gelişme ve sürdürülebilir turizm terimleri genellikle birbirinin yerine kullanılmakta, ancak anlamlarında farklılıklar da bulunmaktadır (Gibson vd., 2012: 161). Sürdürülebilirlik bir durumu ifade ederken, sürdürülebilir gelişme bir süreci kapsamaktadır. WCED (1987: 43) sürdürülebilir gelişme kavramını “*gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden, bugünün ihtiyaçlarını karşılayan gelişme*” olarak tanımlamıştır.

Sürdürülebilir gelişme, mevcut ve gelecek nesiller için doğal kaynakların korunması, kültürel ve toplumsal çeşitlilik, adalet ve adalet ile ilgili toplumsal meseleler için endişe ve istikrar yönünde güçlü bir yönelimle ilgili değerlerin vurgulanmasıyla gelişmiştir (Ahn vd., 2002: 2). Bu anlamda “sürdürülebilir gelişme” teriminin evrimi, çevresel olarak faydalı ve kalıcı olan tüm gelişim yollarına atıfta bulunmaktadır. Böylece, sürdürülebilir gelişme ile temel ekolojik süreçleri, biyolojik çeşitliliği, kültürel bütünlüğü ve yaşam destek sistemlerini sürdürürken, ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçların karşılanabileceği şekilde kaynakların yönetimine öncülük etmesi öngörülmektedir (Nicholas vd., 2009: 394).

Dünya Koruma Stratejisi ile birlikte Doğa ve Doğal Kaynakların Korunması Uluslararası Birliği (IUCN - International Union for Conservation of Nature and Natural Resources), Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP - United Nations Environment Program), Dünya Vahşi Yaşam Fonu (WWF - World Wildlife Fund, 1980), Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu / Ortak Geleceğimiz’in (WCED - World Commission on Environment and Development, 1987) ortaya çıkmasından itibaren birçok akademisyen, topluluk, hükümet, sivil toplum kuruluşu (STK) ve uluslararası örgütler, teorik niyetlerini sürdürülebilir gelişme ile ilgili uygulamaya dönüştürmeye çalışmaktadır.

#### **2.4.1. Sürdürülebilir Gelişmeye Yön Veren Toplantılar**

1970’lerin başından beri sürdürülebilir kalkınma, çevresel planlama için birleştirici bir kavram haline gelmiştir (Johnson, 2002: 261). 1972 yılında düzenlenen Birleşmiş Milletler Stockholm Konferansı sürdürülebilir gelişme konusunda yapılan büyük çaplı ilk uluslararası toplantı olma özelliğini taşımaktadır. Ardından 1987 yılında UNCED Konferansı düzenlenmiştir. Siyasi olarak, sürdürülebilirlik ideallerine 1987’de UNCED Konferansı, 1992’de Dünya Zirvesi ve Gündem 21’in uygulanması ile önem verilmiştir.

Bununla birlikte, sürdürülebilir gelişmenin, teoriyi pratiğe dönüştürme sürecinin sağlanmasının zor olduğunu kanıtlamıştır. Fakat zamanla sürdürülebilir gelişmeye yön veren

adımlar toplantılarla birlikte sürdürülebilir gelişme konusunda önemli aşamalar kaydedilmiştir. Böylece insanın içinde yaşadığı ekolojik çevrenin korunması, iyileştirilmesi ve gelecek kuşaklara aktarılması hususundaki endişeler sürdürülebilir kalkınma kavramının gelişmesine olanak sağlamıştır (Akıncı Ekiztepe, 2016: 33).

#### 2.4.1.1. Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi Konferansı - Stockholm

1972 yılında Stockholm'de gerçekleştirilen Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi Konferansı insan ve çevre konusunda küresel anlamda yapılan ilk toplantı olma özelliğini taşımaktadır. 110'dan fazla ülkeden katılımcının yer aldığı konferansta Birleşmiş Milletlerin çevre konusundaki adımlarının temeli oluşturulmuştur. Bununla birlikte Birleşmiş Milletler Çevre Programı'nın (UNEP) kurulmasına karar verilmiştir. Ayrıca 20 yıl sonra gerçekleşen Rio Konferansı'nın temelleri de Stockholm Konferansında atılmıştır.

Çevre sorunlarının evrenselliğinin kabul edildiği bu konferansta dünyadaki insanlara insan çevresinin korunması ve geliştirilmesinde ilham vermek ve rehberlik etmek için ortak bir görüşe ve ilkelere ihtiyaç duyulduğu belirtilmiştir. Bu konferansta belirlenen 26 temel ilke Tablo 2.2'de sıralanmıştır (United Nations, 1972).

**Tablo 2.2 Birleşmiş Milletler İnsani Çevre Konferansı İlkeleri**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Özgürlük, eşitlik ve yeterli yaşam koşullarını sağlayan onurlu ve ferah içinde bir çevrede yaşamak insanların temel hakkı olarak görülmelidir. Bu bakımdan; ırkçılık, ayrımcılık, sömürgeci ve diğer baskı biçimlerini ve yabancı egemenliğini teşvik eden veya sürdüren politikalar kınanır ve ortadan kaldırılmalıdır. |
| Mevcut ve gelecek nesillerin yararına, uygun bir şekilde planlama veya yönetim yoluyla hava, su, toprak, flora, fauna ve özellikle temsili doğal ekosistem örnekleri dahil olmak üzere yeryüzünün doğal kaynakları korunmalıdır.                                                                                         |
| Dünyanın, hayati yenilenebilir kaynakları üretme kapasitesi sürdürülmeli ve uygulanabilir olduğu yerlerde, yenilenmeli veya iyileştirilmelidir.                                                                                                                                                                          |
| Doğal hayatı ve canlıların yaşam ortamını korumak ve akılcıca yönetmek insanların sorumluluğundadır. Bu nedenle, vahşi yaşam da dahil olmak üzere doğanın korunması, ekonomik kalkınma için planlamada önem kazanmalıdır.                                                                                                |
| Yeryüzünün yenilenemeyen kaynakları, gelecekteki tükenme tehlikelerine karşı korunmalı ve bu tür bir istihdamın faydaları tüm insanlar tarafından paylaşılmasını sağlayacak şekilde kullanılmalıdır.                                                                                                                     |
| Ekosistemlere onarılması güç zararlar verilmemesi için devletlerin kirliliğe karşı mücadeleleri desteklenmelidir.                                                                                                                                                                                                        |
| Devletler, insan sağlığına, canlı kaynaklara, deniz yaşamına ve tesislere zarar verecek veya denizin diğer meşru kullanımına müdahale edebilecek maddelerle denizlerin kirlenmesini önlemek için tüm olası adımları atmalıdır.                                                                                           |
| Ekonomik ve sosyal kalkınma, insan için uygun bir yaşam ve çalışma ortamı sağlamak ve dünyadaki yaşam kalitesini iyileştirmek için gerekli koşulları yaratmak adına gereklidir.                                                                                                                                          |
| Doğal afet koşullarının yarattığı çevresel eksiklikler ciddi sorunlara yol açmakta ve gelişmekte olan ülkelerin yerel çabalarına ek olarak önemli miktarda mali ve teknolojik yardımın devredilmesi ve bu tür yardımların aktarılması yoluyla hızlandırılmış kalkınma ile en iyi şekilde iyileştirilme gerekli olabilir. |

|                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Gelişmekte olan ülkelerde çevre yönetimi için, ekonomik faktörlerin yanı sıra ekolojik süreçlerin de dikkate alınması şarttır.                                                                                                                         |
| Devletlerin çevre politikaları; gelişmekte olan ülkelerin mevcut veya gelecekteki kalkınma potansiyelini geliştirmeli, olumsuz yönde etkilememeli ve bu kazanımı engellememelidir.                                                                     |
| Çevreyi korumak ve iyileştirmek için alınacak önlemlere kaynak ayrılırken, gelişmekte olan ülkelerin koşullarını ve özel gereksinimleri de dikkate alınmalı ve ihtiyaç olması halinde gerekli maddi ve teknik destek sağlanmalıdır.                    |
| Devletler, daha rasyonel bir kaynak yönetimi ile çevrenin iyileştirilmesine yönelik, kalkınma planlarında bütünleşik ve koordine bir yaklaşım benimsemelidir.                                                                                          |
| Rasyonel planlamalar, kalkınmanın ihtiyaçları ile çevreyi koruma ve iyileştirme ihtiyacı arasındaki herhangi bir uyumsuzluğun uzlaştırılması için önemli bir araçtır.                                                                                  |
| İnsan yerleşimleri ve kentleşmenin, çevre üzerindeki olumsuz etkilerden kaçınmak ve herkes için maksimum sosyal, ekonomik ve çevresel faydalar elde etmek amacıyla planlamalar yapılmalıdır. Bu bakımdan sömürgeci ve ırkçı projeler terk edilmelidir. |
| Temel insan haklarına zarar getirmeyen ve ilgili devletin uygun gördüğü demografik politikalar, nüfus artışı oranının veya aşırı nüfus yoğunluğunun insan çevresini olumsuz yönde etkilediği ve kalkınmayı engellediği bölgelerde uygulanmalıdır.      |
| Çevresel kaliteyi arttırmak amacıyla planlama, denetim veya kontrol etme görevi uygun ulusal kurumlara verilmelidir.                                                                                                                                   |
| Ekonomik ve sosyal kalkınmanın bir parçası olan bilim ve teknoloji; çevresel risklerin tanımlanması, önlenmesi, kontrolü ve çevresel sorunların çözümüne ve insanlığın ortak yararına uygulanmalıdır.                                                  |
| Çevre koruması ve iyileştirmesi açısından bireylerin, kurumların ve toplulukların aydınlatılması ve davranışlarının uygun hale getirilmesinde çocukların, gençlerin ve yetişkinlerin çevresel konularda eğitilmesi şarttır.                            |
| Çevre sorunları bağlamında, ulusal ve çokuluslu bilimsel araştırma ve geliştirmeler başta gelişmekte olan ülkelerde olmak üzere tüm ülkelerde teşvik edilmelidir.                                                                                      |
| Devletler, Birleşmiş Milletler Tüzüğü ve uluslararası hukukun ilkeleri uyarınca, kendi sınırları dışındaki bölgelere ve ülkelere zarar vermeme sorumluluğuyla, kendi çevre politikalarına uygun olarak kendi kaynaklarını kullanma haklarına sahiptir. |
| Devletler, yetki alanlarının dışındaki bölgelere ve ülkelere verdikleri çevresel zararlardan ve kirlilikten dolayı sorumlu tutulacak ve tazminat ödemek durumunda kalacaklardır.                                                                       |
| Toplumlar tarafından oluşturulan ulusal veya uluslararası standartlara zarar vermeden, geçerli olan değerler sisteminin gelişmiş ülkelere uygun olmasıyla birlikte, gelişmekte olan ülkelere yüksek maliyet taşıması göz önünde bulundurulmalıdır.     |
| Çevrenin korunmasına ve iyileştirilmesine ilişkin uluslararası meseleler, büyük ve küçük tüm ülkeler tarafından eşit bir temelde iş birliği ruhu içerisinde ele alınmalıdır.                                                                           |
| Devletler, uluslararası kuruluşların çevrenin korunması ve iyileştirilmesi için koordineli, verimli ve dinamik bir rol oynamasını sağlayacaktır.                                                                                                       |
| İnsan ve çevresi nükleer silahların etkisinden ve diğer tüm kitle imha araçlarından korunmalıdır. Devletler, ilgili uluslararası organlarda, bu tür silahların imhası konusunda anlaşmaya varmak için çaba sarf etmelidir.                             |

**Kaynak:** Declaration, 1972'den Türkçe'ye uyarlanmış ve tablo haline getirilmiştir.

#### 2.4.1.2. Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu – “Ortak Geleceğimiz”

80'li yıllarda Norveç Başbakanı olan Gro Harlem Brundtland öncülüğünde, çevre ve kalkınma konularına odaklanan Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (WCED) kurulmuştur. 1987 yılında farklı ülkelerden temsilciler ile gerçekleştirilen toplantıda “Ortak Geleceğimiz” (Our Common Future) isimli rapor oluşturulmuştur. Bu raporda temel konu çevre koruması

ve kalkınma arasındaki ilişkinin açıklığa kavuşturulmasıdır. Brundtland Raporu olarak adlandırılan raporda genel olarak yoksulluk seviyesinde iyileştirmeler sağlanması, tabii kaynaklardan edinilen faydanın dağılımında adaletli olunması, teknolojik gelişmelerin çevreyle uyumunun sağlanması sürdürülebilir gelişme ile ilişkilendirilmiştir.

Brundtland Raporu doğrultusunda Birleşmiş Milletler Genel Kurulunun aldığı kararlara göre çevre ve kalkınma politikalarında yedi temel hususa vurgu yapılmıştır ve Tablo 2.3'te özetlenmiştir (WCED, 1987).

**Tablo 2.3 Brundtland Raporu Doğrultusunda Çevre ve Kalkınma Politikalarındaki Temel Hususlar**

|                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Büyüme sağlamak                                                                        | Sürdürülebilir olan kalkınma, mutlak yoksulluk içinde yaşayan çok sayıda insanın problemini ele almak zorundadır. Yoksulluk, insanların kaynaklarını sürdürülebilir bir şekilde kullanma kapasitesini azaltmakta; çevre üzerindeki baskıyı yoğunlaştırmaktadır. Bu anlamda büyüme geliştirmekte olan ülkelerde yeniden canlandırılmalıdır. Çünkü ekonomik büyüme, yoksulluğun hafifletilmesi ve çevresel koşulların doğrudan işleyişi arasındaki bağlantıdır.                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Büyümenin kalitesinin iyileştirilmesi                                                  | Sürdürülebilir kalkınma, büyümeden fazlasını içermektedir. Büyüme içeriğinde bir değişiklik yapılmasını, onu daha az materyal ve enerji ile yoğunlaştırılmasını ve etkisinde daha adil olmasını gerektirmektedir. Bu değişiklikler, ekolojik sermayeyi korumak, gelir dağılımını iyileştirmek ve ekonomik krizlere karşı savunmasızlık derecesini azaltmak için bir önlem paketinin parçası olarak tüm ülkelerde gerekli görülmüştür. Bu doğrultuda ekonomik ve sosyal gelişme karşılıklı olarak güçlendirilebilir olmalıdır. Eğitim ve sağlık için harcanan para, insan verimliliğini artırabilir. Ekonomik gelişmeler, az gelişmiş gruplara fırsatlar sunarak ya da eğitimi daha hızlı yaymak suretiyle sosyal gelişmeyi hızlandırabilir. |
| İnsanların temel ihtiyaçlarının karşılanması                                           | Yoksulluk, insanların mal ve hizmetlerin mevcut olmasına rağmen hayatta kalma ve esenlik ihtiyaçlarını karşılayamaması durumunda oluşmaktadır. Temel kalkınma mücadelesinde, geliştirmekte olan bir dünya nüfusunun ihtiyaç ve isteklerini karşılamak yer alırken, istihdam bu ihtiyaçların en temelini oluşturmaktadır. Ayrıca besin, enerji tüketimi, konut, su temini, temizlik ve sağlık hizmetleri gibi ihtiyaçlar da çevresel olarak önemlidir.                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Sürdürülebilir bir nüfus seviyesinin sağlanması                                        | Gelişimin sürdürülebilirliği, nüfus artışının dinamikleriyle yakından bağlantılı görülmektedir. Geliştirmekte olan ülke şehirleri, yetkililerin üstesinden gelebileceği kapasiteden daha hızlı büyümektedir. Konut, su, sıhhi tesisat ve toplu taşıma sorunlarının bulunduğu raporda ifade edilmektedir. Kentsel büyümenin çoğunun en büyük şehirlerde gerçekleşeceği göz önüne alındığında, daha fazla bozulma olasılığı bulunmaktadır. Böylece daha yönetilebilir şehirler, nüfus artış hızının daha yavaş olmasından kaynaklanan temel kazanç olabilir.                                                                                                                                                                                  |
| Kaynakların korunması ve geliştirilmesi                                                | İhtiyaçların sürdürülebilir bir temelde karşılanması gerekiyorsa, Dünya'nın doğal kaynak tabanı korunmalı ve geliştirilmelidir. Sanayi dünyasındaki mevcut yüksek tüketim seviyeleri, geliştirmekte olan ülkelerde asgari standartları karşılamak için ihtiyaç duyulan tüketim artışları ve beklenen nüfus artışı ile başa çıkabilmek için politikalarda önemli değişiklikler gerekecektir. Ancak, doğanın korunmasına ilişkin çabalar sadece kalkınma hedefleriyle sınırlı kalmamalıdır. Bu hususta diğer canlılara ve gelecek nesillere olan ahlaki sorumluluğumuzun bir parçası olarak nitelendirilmiştir.                                                                                                                               |
| Teknolojinin çevreye en az zararlı şekilde kullanılması ve risk yönetiminin sağlanması | Teknolojik inovasyon kapasitesi, geliştirmekte olan ülkelerde büyük ölçüde geliştirilmeli ve böylece sürdürülebilir kalkınmanın zorluklarına daha etkin bir şekilde cevap verebilmelidir. Ayrıca teknoloji geliştirmenin yönelimi, çevresel faktörlere daha fazla dikkat edilerek belirlenmelidir.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Karar verme aşamasında çevre ve ekonomiyi birleştirmek                                 | Sürdürülebilirlik, kararların etkileri için daha geniş sorumlulukların uygulanmasını gerektirmektedir. Bu, ortak ilgiyi uygulayacak yasal ve kurumsal çerçevelerde değişiklik gerektirir. Yasal çerçevede gerekli olan bazı değişiklikler, gelecek kuşaklar da dahil olmak üzere tüm insanlar için sağlık ve esenlik için yeterli bir ortamın gerekli olduğu önermesinden başlamaktadır. Böyle bir görüş, kamu ve özel kaynakları doğru sosyal bağlamda kullanma hakkını ortaya koymakta ve daha spesifik tedbirler için bir hedef sağlamaktadır. Bu anlamda ekonomik ve ekolojik faktörlerin yasalara ve ülkelerdeki karar verme sistemlerine entegrasyonu uluslararası düzeyde eşleştirilmelidir.                                         |

**Kaynak:** WCED, 1987:1-91'den Türkçe'ye uyarlanmış ve tablo haline getirilmiştir.

#### 2.4.1.3. Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı - Rio de Janeiro

1992 yılında 170'in üzerinde ülkeden katılımın sağlandığı Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı'nda (UNCED); biyolojik çeşitliliğin korunması, iklim değişikliği, ormansızlaşma ve yaşam kalitesinde iyileştirmeler gibi çevresel, sosyal ve ekonomik sorunlara yönelim sağlanmış, ülkelerin yoksulluk ve gelişmişlik düzeyleri, üretim-tüketim alışkanlıkları ve uluslararası ekonominin etkileri üzerine tartışmalar yürütülmüştür. Bu konferans 1972 yılında Stockholm'de kabul edilen Birleşmiş Milletler Konferansı İnsan Çevresi Bildirisi'nin üzerine inşa edilmiştir. Ayrıca devletler, toplumlar ve insanlar arasında iş birliğini destekler nitelikte ve daha adil bir evrensel ortaklık kurulması yönünde çalışmışlardır.

“Yeryüzü Zirvesi” ve “Dünya Zirvesi” olarak adlandırılan konferansta ekonomik faaliyetlerle birlikte çevresel değerlerinde dikkate alınması gerektiğine vurgu yapılmış ve konferans sonunda beş temel belge oluşturulmuştur. Bu belgeler; Rio Bildirgesi, Gündem 21, Birleşmiş Milletler Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesi, Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi ve Birleşmiş Milletler Çölleşme ile Mücadele Sözleşmesidir (T.C. Çevre ve Orman Bakanlığı).

Rio Bildirgesi ile devletler, toplumlar ve halkın kilit sektörleri arasında yeni iş birliği seviyelerinin yaratılması yoluyla yeni ve adil bir küresel ortaklık kurma hedefi ile herkesin çıkarlarına saygı duyan ve küresel çevre ve gelişim sisteminin bütünlüğünü koruyan uluslararası anlaşmalara odaklanmak amacı doğrultusunda 27 temel ilkeyi bildirmişlerdir.

Gündem 21 ise yirmi birinci yüzyılın çevre ve kalkınma problemleriyle başa çıkılmasına ve sürdürülebilirliğin sağlanmasına yönelik ilkeleri ve eylem planlarını içermektedir (United Nations, 1992). Gündem 21 konferansın temel çıktısı olarak Birleşmiş Milletler tarafından 1992 yılında kabul edilmiştir. Gündem 21; sosyal ve ekonomik boyutlar, kalkınma için kaynakların korunması ve yönetimi, büyük grupların rollerinin güçlenmesi ve uygulama araçları olmak üzere üç temel ve bir tamamlayıcı kısımdan ve 40 bölümden oluşmaktadır.

Birleşmiş Milletler Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesi doğal kaynakların korunması ve sürdürülebilmesi amacıyla kabul edilmiş bir sözleşmedir (United Nations, 1992). Sözleşmenin temel amacı ilgili hükümlerin yerine getirilerek biyolojik çeşitliliğin korunmasıdır. Bileşenlerinin sürdürülebilir kullanımı ve bu kaynaklara ve teknolojilere ilişkin tüm hakları göz önünde bulundurarak, genetik kaynaklara uygun erişim ve ilgili teknolojilerin uygun şekilde transfer edilmesi de dahil olmak üzere, genetik kaynakların kullanımından kaynaklanan faydaların adil ve eşit şekilde paylaşılmasıdır.

Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi'nin temel amacı ise atmosferde bulunan sera gazı emisyonlarını azaltarak insanların iklim üzerindeki tehlikeli etkisini belirli bir seviyede tutmayı başarmaktır (United Nations, 1992). Böyle bir seviyeye, ekosistemlerin iklim değişikliğine doğal olarak uyum sağlamasına, gıda üretiminin tehdit edilmemesini sağlamaya ve ekonomik kalkınmanın sürdürülebilir bir şekilde ilerlemesine olanak sağlamaya yetecek bir zaman dilimi içinde ulaşılması gerektiği sözleşmede açıkça yer almıştır.

Birleşmiş Milletler Çölleşme ile Mücadele Sözleşmesi ise 1994 yılında yürürlüğe girmiştir. Sözleşme; kuraklık ve çölleşmeden etkilenen ülkelerde (özellikle Afrika) sürdürülebilir kalkınmayı desteklemek, çeşitli faaliyetlerle kuraklığın ve çölleşmenin etkisini azaltmak amacıyla imzalanmıştır (United Nations, 1992).

## **2.5. Sürdürülebilir Turizm Kavramı**

Hızlı değişimin yaşandığı dönemlerde rekabet avantajı elde etmek, turizm paydaşlarının değişim yönünü ve bunun iş ya da destinasyon yönetimi üzerindeki etkilerini net bir şekilde anlamasını gerektirmektedir (Dwyer vd., 2009: 63). Turizm esas olarak ekonomideki diğer sektörlerle bütünleştiği için, turizm eğilimleri geleceğin dünyasını şekillendirecek kilit sürücülerden ayrı düşünülemez. Gün geçtikçe gelişen ve büyüyen turizm sektörü dünya ekonomisinde oldukça önemli bir alanı oluşturmaktadır. Ülkelerin kalkınmasında, makro düzeyde ve mikro düzeyde katma değer sağlamaktadır (Uğuz ve Uğuz, 2011: 332-333). Bu anlamda gelişmekte olan ülkelerde ekonominin önemli bir sektörü olarak turizm, ülkenin doğal kaynaklarının kalitesine büyük ölçüde bağlıdır (He vd., 2018: 1244). Çünkü insanların boş zamanlarının ve gelirlerinin artması onları turizme yönlendirmekte ve herhangi bir ekonomik faaliyette olduğu gibi, turizm kaynaklarından yararlanmalarına yönelmektedir (Nasser, 2003).

Bu hususta turizm giderek artan bir biçimde, merkezi unsurlar haline gelen doğa ve doğal kaynakların pazarlanmasına dayanmaktadır (Gössling, 2002b: 540). Turist kabul eden bölgelerde en önemli unsur çekiciliği sağlayan doğal ve kültürel değerler olarak görülmektedir ve bu nedenle değerlerin korunmasının oldukça gereklidir (Giritlioğlu ve Bulut, 2015: 25). Fakat bir ülke veya bölgede turizmin hızlı bir şekilde gelişmesi kimi zaman birtakım olumsuz etkilere de neden olmaktadır (Uğuz ve Uğuz, 2011: 332-333; Durlu Özkaya vd., 2013: 14). Doğal kaynakların aşırı kullanılması ve zamanla tüm çekiciliğini yitirmesi, çevre kirliliği, alt yapı yetersizlikleri ve buna bağlı olarak yerel halkın yaşayabileceği sorunlar vb. etkiler oluşabilmektedir. Bu anlamda turizm kaynaklarının aşırı kullanımı kaynakların

miktarı ve kalitesinde düşmeye neden olabilmektedir (Nasser, 2003). Elbette yaşanan kimi sorunlar bazı önlemler almaya veya daha duyarlı bir turizm gelişiminin sağlanmasına neden olmuştur.

Plansızca tüketilen kaynaklar turizm alanında sürdürülebilirliğin sağlanması gerektiği gerçeğini ortaya koymaktadır (Altanlar ve Akıncı, 2011: 1). Örneğin konaklama işlemlerinin su tüketim miktarı sürdürülebilirlik sorunlarına neden olabilmektedir. Akademik araştırmalarla çok sayıda turistin, sürdürülebilir su kullanımı üzerinde olumsuz etkiler yarattığı ve bunun da ekosistemlere zarar verdiği yönündeki benzer düşüncüyü ortaya koyulmuştur (Gössling, 2001). Bu anlamda çevreye daha duyarlı bir anlayış geliştirilmeli ve turizm gelişmesi sadece sayısal verilerle değerlendirilmekten ziyade çevre, sosyal ve kültürel değerlerle bir bütün halinde ele alınmalıdır. Böylece turizmin sürdürülebilirliğinde çevreye duyarlı ve planlı bir gelişme sağlanacaktır.

Son yıllarda sürdürülebilirlik kavramı turizm akademisyenleri ve uygulayıcıları arasında ivme kazanmıştır. Bu kavram bir yandan turizmi geliştirme aracı olarak görülürken diğer yandan önemli ölçüde tartışılan bir konu olmuştur (Nicholas vd., 2009). Turizmde sürdürülebilirliğin önem kazanmasının temel nedenleri arasında küreselleşme ve beraberinde doğal değerlerin yok olmaya başlaması ve kaynakların korunmadan kullanılması yer almaktadır (Selvi ve Şahin, 2012: 23).

Sürdürülebilir turizmde; yerel halk ve tüketicilerin ihtiyaçlarının karşılanmasında kaynaklar kullanılırken geleceğin de planlanması, yaşam kalitesinin artırılması, kaynakların korunmasını ve daha planlı ve çevreyle uyumlu olarak turizm kapasitelerinin geliştirilmesi hedeflenmektedir (Seyhan ve Yılmaz, 2010). Kaypak (2010: 99-100) sürdürülebilir turizmi turistik değerlerin, korunması, geliştirilmesi ve devamlılığının da sağlanarak her zaman çekiciliğinin sağlanması şeklinde yorumlamıştır. Böylelikle doğal ve kültürel değerlerin gelecek nesillere aktarılabilmesi mümkün görülmüştür. Sezgin ve Karaman (2008: 430) turizme olanak sağlayan ülkesel, bölgesel veya yerel değerlerin bilinmesi, korunması, geliştirilmesi ve çekicilik unsurunun her zaman devam edebilmesini turizmin sürdürülebilirliği olarak ifade etmişlerdir.

Genel kabul görmüş sürdürülebilir turizm tanımı ise Dünya turizm Örgütü (WTO – World Tourism Organisation) tarafından “*Mevcut ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerini tam olarak dikkate alan, ziyaretçilerin, endüstrinin, çevrenin ve ev sahibi toplulukların ihtiyaçlarını ele alan turizm*” şeklinde yapılmıştır. Turizm Birliği ve Dünya Doğa Fonu 1992 yılında sürdürülebilir turizm tanımında şu hususlara dikkat çekmiştir (Johnson, 2002: 261):

- Doğal, sosyal ve kültürel kaynakların yenilenmesi ve gelecekteki üretkenliği için doğal kapasiteler içinde çalışır,
- İnsanların ve toplumların, geçmiş ve şimdiki zamanın ve yaşam tarzlarının turizm deneyimlerine yaptığı katkıyı tanır,
- Bu insanların turizmin ekonomik yararlarında eşit bir pay sahibi olmalarını kabul eder,
- Tüm paydaşların, özellikle de yerel halkın ve toplulukların ev sahibi alandaki isteklerinin yönlendirilmesidir.

Turizmde sürdürülebilirliğin tarihi incelendiğinde; turizmin olumsuz etkilerine yönelik akademik çalışmaların 1960'lı yıllara kadar dayandığı, 80'lerde ise teori ve pratikte taşıma kapasitesine odaklanıldığı ve günümüze yaklaştıkça etkilerin daha ayrıntılı incelendiği ifade edilebilir (Saarinen, 2006: 1121-1122). Sürdürülebilir turizm kavramı ise 90'lı yıllardan itibaren araştırmacılar için önemli bir kavram olmuştur. Günümüzde turizm gelişiminin sürdürülebilir olması konusunda geniş bir fikir birliği olmasıyla birlikte, bunun nasıl başarılacağı sorusu tartışma konusu olmaya devam etmektedir (Gössling vd., 2005: 417). Turizm ve sürdürülebilirlik konusunda ilk stratejiler ise Kanada'da Globe 90 konferansında konuşulmuştur. Bu konferansta; turizm sektöründen, kamu ve özel kuruluşlardan ve akademisyenlerden oluşan katılımcılar, turizmin sürdürülebilirliğinde çevrenin önemi ve turist çeken çevrelerin turizm gelişiminin nasıl planlandığı gibi konularda sunumlar gerçekleştirmişlerdir (Dowling ve Fennell, 2003: 8).

Turizmin sürdürülebilirliğini sağlama konusunda taşıma kapasitesi ve ekosistemin kaldırabileceği sınırlar dahilinde hareket edilmeli ve biyo-çeşitlilik korunmalıdır. Sonuçta turizm çekicilik unsurunu doğal, kültürel ve tarihi değerler oluşturmaktadır (Seyhan ve Yılmaz, 2010). Bu anlamda birtakım sürdürülebilir turizm göstergeleri belirlenmiştir. Kanada Danışmanlık ve Denetimi (1995) sürdürülebilir turizmin temel göstergelerini; site göstergesi, stres, kullanım yoğunluğu, sosyal etki, gelişim kontrolü, atık yönetimi, planlama süreci, kritik ekosistem, yerel halkın memnuniyeti, taşıma kapasitesi ve çekicilik olarak ifade etmiştir. Weaver ve Oppermann (2000: 355) ise sürdürülebilir turizm göstergelerini daha ayrıntılı bir şekilde inceleyerek; çevresel, ekonomik, toplumsal kültürel ve yönetsel olmak üzere beş temel göstergeye ulaşmışlardır. Bu göstergelere Tablo 2.4'te yer verilmiştir.

**Tablo 2.4 Sürdürülebilir Turizmin Beş Temel Göstergesi**

| Çevresel Göstergeler                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Ekonomik Göstergeler                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Kültürel Göstergeler                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Konaklama birimi ve tesis sayısı,</li> <li>Turizmle ilişkili altyapı ve üstyapı için işgal edilen alan,</li> <li>Turistik inşaatlar yüzünden doğal alanların tahrip edilmesi veya değiştirilmesi,</li> <li>Turizmle ilişkilendirilen toprak kayması, erozyon ve sel gibi doğal afetler,</li> <li>Turizmin biyolojik çeşitliliğe etkisi,</li> <li>Turizmin popülasyona etkisi,</li> <li>Turizm tesisleri ve turistik aktivitelerin yoğunluğu,</li> <li>Turizmden kaynaklı katı atık, hava, su ve gürültü kirliliği,</li> <li>Turizmden kaynaklı trafik tıkanıklığı,</li> <li>Taşıma kapasitesi ve</li> <li>Mevsimsellik.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Doğrudan turizmden edinilen gelir,</li> <li>Turizmden edinilen dolaylı gelir,</li> <li>Turizmle ilişkili destinasyon işgücü oranı,</li> <li>Toplam ortalama gelirde turizm gelirinin oranı,</li> <li>Turizmle ilgili tüm ithalatın kapsamı,</li> <li>Satış/pazarlama maliyetleri,</li> <li>Yapılan turizm yatırımları,</li> <li>Toplam ekonomik etki ve</li> <li>Mevsimsellik.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>Turizm mimarisinin yerel değerlere uygunluğu,</li> <li>Uluslararası ziyaretçilerin oranı,</li> <li>Pazar hakimiyeti,</li> <li>Kültürel metalaşmanın kapsamı ve</li> <li>Üretim döngüsünde destinasyonun konumu.</li> </ul> |
| Toplumsal Göstergeler                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Yönetimsel Göstergeler                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Yerel halkın turizm ve turistlere karşı etkisi,</li> <li>Yerel halkın turizme karşı olan şikayetlerinin miktarı,</li> <li>Turist ve turizm sektörüne yönelik işlenen suçların oranı,</li> <li>Tekrar ziyaret eden turistlerin oranı,</li> <li>Ortalama kalış süreleri,</li> <li>Turistlerin destinasyon memnuniyeti,</li> <li>Mevsimsellik,</li> <li>Üretim döngüsünde destinasyonun konumu ve</li> <li>Toplumsal taşıma kapasitesi.</li> </ul>                                                                                                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>Turizm konaklamaları, aktiviteleri ve ulaşımında geri dönüşümün ve enerji verimliliğinin sağlanması,</li> <li>Turistlerin varlığıyla ilişkili olarak yaşamı koruma ve/veya geliştirmesi,</li> <li>Turizmle ilişkili kanunlar ve kuralların miktarı,</li> <li>Turizmle ilişkili işletmeler için ÇED (Çevresel Etki Değerlendirmesi) prosedürünün varlığı,</li> <li>Turizm nedeniyle korunan kültürel miras alanlarının sayısı,</li> <li>Etik kodların sayısı ve turistlerin/turizm sektörünün kodlara bağlılığı,</li> <li>Turizm eğitimi/yerel eğitim ve farkındalık programlarının varlığı.</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                   |

**Kaynak:** Weaver ve Oppermann, 2000: 355'ten Türkçe' ye uyarlanmış ve tablo haline getirilmiştir.

Teorik olarak turizm; çevresel taşıma kapasitesi, sosyal sorumluluk ve turizmin yerel halkın istekleriyle bütünleşmesini dikkate alarak sürdürülebilirlik ilkelerini benimseyebilir (Krippendorf, 1987; Johnson, 2002). Turizm destinasyonlarında sürdürülebilir gelişmenin sağlanması konusunda taşıma kapasitesi temel etkenlerden biri olarak görülmektedir (Saarinen, 2006: 1125). Ayrıca sürdürülebilir turizmin bir kilit uygulaması olarak da değerlendirilmektedir (Butler, 1999: 9). Kaynakların tüketilmeden kullanılması, atıkların azaltılması, çeşitliliğin sağlanması, yerel ekonomilerin desteklenmesi, turizm planlamasının

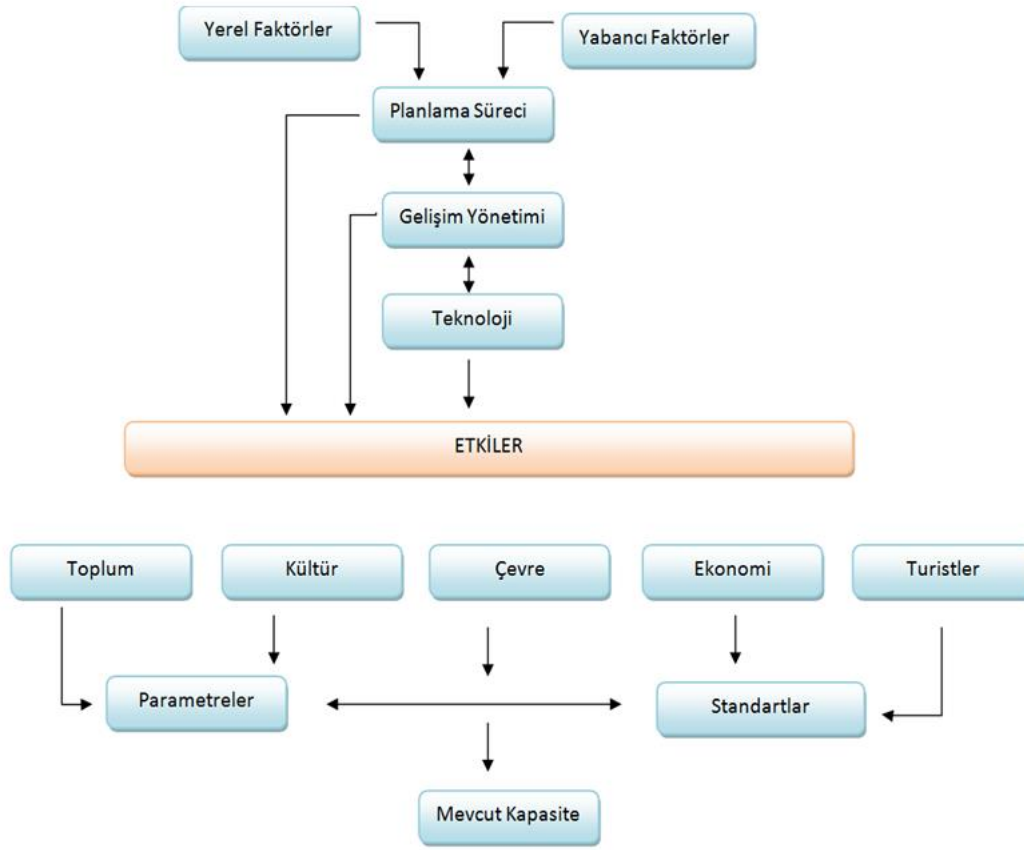
yapılması vb. unsurlarında beraberinde yerinde getirilmesi gerekmektedir (Seçkin vd., 2010: 29).

Pek çok ülkenin turistik destinasyonların yönetiminde “taşıma kapasitesi” terimi yer almaktadır. Aguiló vd. (2005: 220) bazı destinasyonların hayatta kalma şanslarının büyük oranda taşıma kapasitesine bağlamaktadır. Bununla birlikte turist kabul eden destinasyon ve yerel halk açısından olumsuz etkiler de söz konusudur. Butler (1996: 284) bu kavramın önceleri dikkat çeken bir konu olmadığını fakat zamanla endişe duyulacak bir potansiyelde olduğunun anlaşılmasıyla aşamalı olarak geliştiğini vurgulamaktadır. Yazara göre bu kavram turizm araştırmalarıyla birlikte, karar organları, akademisyenler ve halk tarafından önemsenmeye başlamıştır.

Şekil 2.1’de taşıma kapasitesinin belirleyicileri ve etkileri yer almaktadır. Bu hususta turizmin sürdürülebilirliğinde taşıma kapasitesi oldukça önemli bir etken olarak görülmekte ve bazı sınırların aşılması turizm kapasitesinde şu gibi olumsuz etkilere neden olmaktadır (Cooper vd., 2005: 267):

- Fiziksel eşikler turist akışlarının hacmini sınırlayabilir ve turistleri güvenlik ve tehlikelere maruz bırakabilir.
- Çevresel eşikler de sağlık tehditleri gibi ikincil problemlerle turist akışını sınırlayabilir.
- Sosyal ve kültürel eşikler ise yerel halkın turistlere karşı kırınglaşması ve düşmanlaşmasına neden olabilir.
- Turist akışı eşikleri turistlerin memnuniyet düzeylerini ve onların alternatif arayışlara girmelerine neden olabilmektedir.
- Ekonomik eşikler ise kaynakların ve üretim faktörlerinin yanlış tahsisi ile sonuçlanabilir.

Taşıma kapasitesinde dikkate alınması gereken birtakım faktörler ise şu şekilde sıralanmıştır (Cooper vd., 2005: 268): Ortalama konaklama süresi, turistler ve yerel halkın özellikleri, turistlerin coğrafik yoğunluğu, mevsimselliğin oranı, turistik aktivite türleri, özel alanlara ulaşılabilirlik, altyapı kullanım oranı ve onun yedek kapasitesi ve ekonominin çeşitli üretken sektörleri arasında yedek kapasitesinin genişliği.



**Şekil 2.1 Taşıma Kapasitesinin Belirleyicileri ve Etkileri**

**Kaynak:** Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2005). Tourism: Principle and Practice. Pearson Education Limited. Harlow, UK

### 2.5.1. Sürdürülebilir Turizmin Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

Dünyada meydana gelen derin ve hızlı değişimler, turizmin değişmesine de yansımıştır. Küresel, politik ve ekonomik yeniden yapılanmalar, turizmin hem mekânsal anlamda hem de turizm pazarının büyüklüğünde önemli bir artışla genişlemesine neden olmuştur (Butler, 1999: 7).

Rio Dünya Zirvesi'nden itibaren sürdürülebilirlik, turizm kalkınma politikalarında temel konu halini almıştır (Yunis, 2003: 11-12). 1980'li yıllardan itibaren Dünya Turizm Örgütü çevre dostu ve kültürel olarak daha hassas turizm politikalarını desteklemeye başlamıştır. Aslında 70'li yıllardan az sayıda olsa da bazı turizm işletmeleri doğa dostu uygulamalarıyla sürdürülebilirlik yaklaşımına öncü davranışlar sergilemişlerdir. Ancak Rio Dünya Zirvesi ile birlikte turizmin sürdürülebilirliği konusunda, merkezi ve yerel hükümetler, turizm sektörü ve akademisyenler arasında büyük bir farkındalık yaratılmıştır. Rio Çevre ve Kalkınma Deklarasyonu'nda turizm ile ilgili aşağıdaki rehber ilkeler oluşturulmuştur (World Travel Tourism Council ve Earth Council, 1995: 34):

- Seyahat ve turizm, insanların doğa ile uyum sağlayarak sağlıklı ve verimli bir yaşam sürdürmelerine yardımcı olmalıdır.
- Seyahat ve turizm dünyanın ekosisteminin korunmasına ve restorasyonuna katkıda bulunmalıdır.
- Seyahat ve turizm sürdürülebilir üretim ve tüketim kalıplarına dayanmalıdır.
- Uluslar, turizm hizmetlerinde uluslararası ticaretin sürdürülebilir bir temelde gerçekleştirilebileceği, açık bir ekonomik sistemi teşvik etmek için iş birliği yapmalıdır.
- Seyahat ve turizm, barış, kalkınma ve çevre koruma birbirine bağlıdır.
- Seyahat ve turizm hizmetlerindeki ticarete korumacılığın durdurulması veya tersine çevrilmesi.
- Turizm geliştirme konuları, ilgili vatandaşların katılımıyla, yerel düzeyde planlama kararları alınmak suretiyle ele alınmalıdır.
- Uluslar, turistleri veya turist bölgelerini etkileyebilecek doğal afetler konusunda birbirlerini uyarırlar.
- Seyahat ve turizm, kadınların ve yerli halkın istihdamını en üst düzeyde tutmak için kapasitelerini kullanmalıdır.
- Turizm gelişimi, yerli halkların kimliğini, kültürünü ve çıkarlarını tanımalı ve desteklemelidir.
- Çevreyi koruyan uluslararası yasalara seyahat ve turizm sektörü tarafından saygı gösterilmelidir.

Son yıllarda ise sürdürülebilir turizm gelişimi kavramı hem turizm teorisyenleri hem de uygulayıcılar arasında ilgi odağı haline gelmiştir. Bu anlamda turizm geliştirme planları ve uygulamalarının bir hedefi olarak, destinasyonları ve turizm endüstrisini temsil eden pek çok kuruluş sürdürülebilir turizm geliştirme planları ve ilkeleri yayınlamaya başlamıştır (Sharples, 2000: 1). Sürdürülebilir turizmde yerel yönetimlerin de önemli bir rolü bulunmaktadır. Elbette ki turizmin sürdürülebilirliği uzun vadeli bir süreci ve paydaşların ortak katkılarıyla gerçekleşmektedir. Bu anlamda yerel yönetimler de turizmin sürdürülebilirliği konusunda toplumun bilinçlenmesinde etkilidirler (Selvi ve Şahin, 2012: 25).

Miller (2001: 351) ise sürdürülebilir turizm gelişiminde temel organizasyonları şu şekilde sıralamıştır: Avrupa Çevre Ajansı (EEA), Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP), Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP), Dünya Bankası, Dünya Çevre İzleme Enstitüsü, Uluslararası Sürdürülebilir Kalkınma Enstitüsü (IISD), Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Komisyonu (UNCSD), Dünya Turizm Örgütü (WTO). Elbette bu

organizasyonlarla birlikte, turizmle ilgili ve ilgisiz organizasyonlar, kamu kuruluşları ve ulusal organizasyonlar da yer alabilmektedir.

Butler (1999: 12) “sürdürülebilir turizm” kavramı hakkında yapılan tanımlamaların farklı şekilde yorumlanabileceğini savunmuştur ve tek bir sektörel yaklaşım, doğası gereği bütünsel ve çok sektörlü olan sürdürülebilir kalkınma kavramıyla çelişmektedir. Bu anlamda sürdürülebilir turizm, sürdürülebilir kalkınma ilkeleri doğrultusunda geliştirilen turizm ile otomatik olarak aynı görülmemektedir. Sharpley (2000: 1-2) de benzer şekilde sürdürülebilir gelişme ve sürdürülebilir turizm gelişimi kavramlarına odaklanarak; sürdürülebilir turizm ve sürdürülebilir gelişme kavramları arasında önemli farklılıklar ortaya çıktığını, sürdürülebilir gelişmenin ilke ve hedeflerinin turizmin özel bağlamına doğrudan aktarılamayacağını ileri sürmektedir. Hall (2010: 41)’a göre;

*...Sürdürülebilir bir turizm endüstrisi, planlama sürecine dahil olan tüm tarafların sürdürülebilir kalkınma ilkelerine bağlılığını gerektirir. Ancak bu kadar yaygın bağlılık sayesinde; sosyal, çevresel, ekonomik, kültürel ve politik hedeflerin uzun vadeli entegrasyonuna ulaşılabilir...*

Sürdürülebilir gelişme, destinasyonlarda doğal, yerleşik ve sosyokültürel kaynakların akılcıca yönetilmesini gerektirmektedir (Briassoulis, 2002: 1065). Temel olarak turizm için yaratılan kaynaklar, yerel nüfus tarafından da kullanılmakta ve günlük yaşamda turistlerle paylaşılmaktadır. Ortak kullanılan kaynakların zamanla azalarak veya tükenerek tehlike yaratması durumu da söz konusudur. Bu durum gerçekleştiğinde, sürdürülebilir kalkınma ciddi şekilde tehdit altındadır; ekonomik refah azalmakta, çevresel koşullar kötüleşmekte, sosyal adaletsizlik büyümekte ve turist memnuniyeti düşmektedir.

Sürdürülebilir gelişme turizm sektörlerinde yoğun bir şekilde tartışılmıştır. Lee (2013: 38)’ye göre; bu gelişme turistlerin ihtiyaçlarını karşılayabilir, ekonomik büyümeyi artırma, fiziksel konumlarını koruma ve yerel halkın yaşam kalitesini artırma fırsatlarını sunarken, aynı zamanda turizm gelişiminin bir arada yaşanmasıyla geleceğe yönelik fırsatları ve çevre kalitesini geliştirebilir. Dünya Turizm Örgütü (1998) ise, sürdürülebilir turizm gelişiminin, mevcut turistlerin ve ev sahibi bölgelerin ihtiyaçlarını karşılarken geleceğe yönelik fırsatları koruduğunu ve geliştirdiğini ileri sürmektedir. McMinn (1997: 135) ise mevcut dönemin çevre bilincini simgeleyen ve karakterize eden sürdürülebilir turizm (kalkınma) paradigmasının tartışılmaz olduğunu savunmaktadır. Bu anlamda önerilen turizm gelişmelerinin ekonomik avantajlara sahip olması, yerel halk için sosyal faydalar yaratması ve doğal çevreye zarar vermemesi gerektiği ifade edilmektedir.

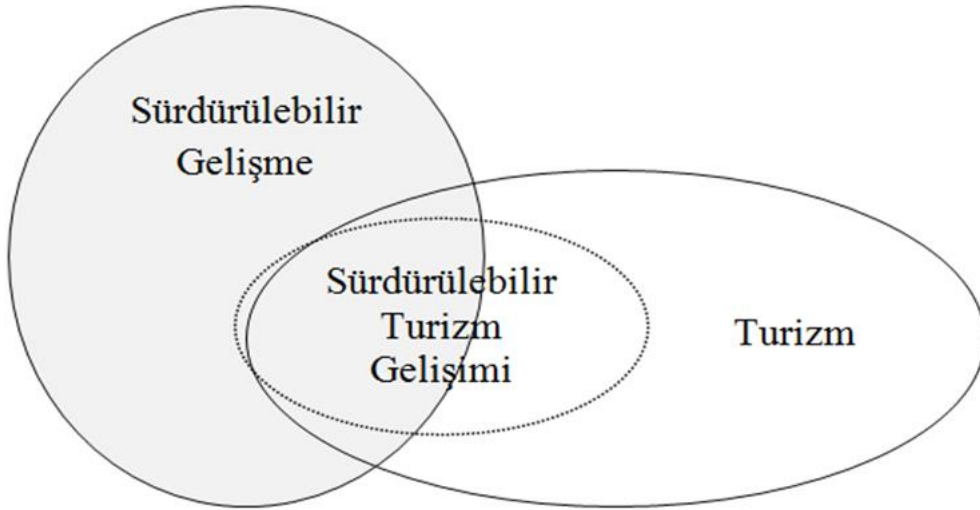
Dünya Turizm Örgütü – sürdürülebilir turizm gelişimi ise şu şekilde tanımlanmıştır WTO (1998: 21);

*“Sürdürülebilir turizm gelişimi, geleceğin fırsatlarını korurken ve geliştirirken, mevcut turistlerin ve ev sahibi bölgelerin ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Kültürel bütünlüğü, temel ekoloji süreçlerini, biyolojik çeşitliliği ve yaşam destek sistemlerini korurken ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçların karşılanabileceği şekilde tüm kaynakların yönetimine öncülük etmesi öngörülmektedir.”*

Ahn vd. (2002: 1) sürdürülebilir turizm gelişimini, “paydaş grupları arasında arzu edilen bir yaşam kalitesini geliştirmeye yönelik düzeyde uyum sağlamaya odaklanması” şeklinde ifade etmişlerdir. Kısacası, sürdürülebilir turizm gelişimi bütüncül bir açıdan değerlendirildiğinde; ekolojik olarak sorumlu, sosyal olarak uyumlu, kültürel açıdan uygun, politik olarak adil, teknolojik olarak destekleyici ve ev sahibi toplum için ekonomik açıdan yaşanabilir olmalıdır (Choi ve Sirakaya, 2006: 1286). Sürdürülebilir turizm gelişiminin tüm kaynakların yönetiminde ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçları karşılayacak, kültürel bütünlüğü, temel ekolojik süreçleri, biyolojik çeşitliliği ve yaşam destek sistemlerini koruyacak şekilde yönetilmesi öngörülmektedir (Dowling ve Fennell, 2003: 5).

Sürdürülebilir turizm gelişimine yönelik incelemelerde bulunan Liu (2003: 472-473) kritik önemi olan konuşları şu şekilde ifade etmiştir:

- Her şeyden önce, sürdürülebilirlik kavramı hakkında dengeli bir bakış açısı olmalı; doğanın bir parçası olarak kendimizi düşünmekten ziyade, insanların “doğayı idare etmek, kullanmak ve doğadan yararlanmak” rolünü unutmamaları gerekmektedir.
- Sadece teorik olarak değil, aynı zamanda pratik olarak da mümkün olan politika ve önlemlerin geliştirilmesi için ihtiyaç vardır.
- Turizmin özelliklerini ve değişim kalıplarını, doğal, teknolojik, sosyal ve ekonomik çevreyle dinamik etkileşimini anlamamızı geliştirmek için bir sistem perspektifi gereklidir.



**Şekil 2.2 Sürdürülebilir Turizm ve Sürdürülebilir Gelişme**

**Kaynak:** Micheal Hall, 2008: 27'den Türkçeye çevrilmiştir.

Hall (2008: 27) sürdürülebilir turizmin hem turizm hem de sürdürülebilir gelişmenin bir alt kümesi olduğunu ifade etmektedir. Sürdürülebilir turizm sadece sürdürülebilirlik kavramlarının turizm endüstrisi seviyesinde uygulanması ve bunun sonucu olarak sosyal, çevresel ve ekonomik etkilere atıfta bulunurken, sürdürülebilir kalkınma, dünyanın çevresi ile insan etkileşiminin tüm yönlerini içeren daha geniş bir ölçekte faaliyet göstermektedir.

Hall (2008: 65) sürdürülebilir turizm gelişimde birtakım önemli ilkelerden bahsederek bu konunun önemine değinmiştir:

- Sürdürülebilir turizm, turizm etkilerinin yönetiminin piyasa ekonomisine göre öncelikli olduğu bir değer yönelimini temsil etmektedir.
- Sürdürülebilir turizm gelişiminin uygulanması hem ölçek hem de bağlama özgü önlemler gerektirir.
- Sürdürülebilir turizm sorunları küresel ve ekonomik yeniden yapılanma ile şekillenmekle birlikte, gelişmekte olan veya gelişmiş ekonomilerden temel olarak farklıdır.
- Toplum ölçeğinde, sürdürülebilir turizm kaynakların yerel kontrolünü gerektirmektedir.
- Sürdürülebilir turizm gelişimi sabır, özen ve uzun vadeli bir taahhüt gerektirmektedir.

Sezgin ve Karaman (2008: 433) ise sürdürülebilir turizm gelişiminin birtakım temel ilkelerden geçtiğini ifade ederek şu şekilde sıralamıştır:

Sürdürülebilir turizm gelişimi,

...yerel turist destinasyonlarında daha önce dahil edilmeyen ihtiyaçları belirlemelidir.

...yerel destinasyonlarda yoksulluk ve adaletsizliği azaltmalıdır.

...yerel halkın kendini daha özgür hissetmesi adına gerekli imkanların oluşturulmasına katkıda bulunmalıdır.

...sadece ülke bazında değil yerel veya bölge bazında da ekonomik gelişmeye katkı sağlamalıdır.

...ihtiyaçların karşılanmasında mevcut dönemi değil gelecek dönemleri de göz önünde bulundurmalıdır.

Coccossis ise, turizmi sürdürülebilir kalkınma bağlamında yorumlamanın en az dört yolu olduğunu ileri sürmüştür (Butler, 1999: 10): Bunlardan ilki turizmin ekonomik sürdürülebilirliği gibi sektörel bir bakış açısıdır. İkincisi ise ekolojik açıdan sürdürülebilir turizme duyulan ihtiyacı vurgulayan ekolojik bir bakış açısıdır. Bir diğeri ise destinasyonların rekabet gücünü tanıyan, uzun vadeli turizm bakış açısıdır. Son olarak ise fiziksel ve beşeri ortamlar boyunca sürdürülebilir kalkınma stratejisinin bir parçası olarak turizmi kabul eden bir bakış açısıdır.

Yfantidou ve Matarazzo (2017: 462) ise sürdürülebilir bir turizm kalkınma planının gerçekleştirmek için şu hedefleri işaret etmişlerdir:

- Herhangi bir turizm geliştirme çabası ve çevrenin sürdürülmesindeki kritik bağın temel paydaşları (örneğin; vatandaşlar, geliştiriciler) arasında bir farkındalık ve anlayışın desteklenmesi,
- Toplam kalite deneyiminin sunulması yoluyla turist memnuniyetini en üst düzeye çıkarılması,
- Vatandaş/STK katılım programları yoluyla ev sahibi topluluğun desteğinin genişletilmesi,
- Yerel toplulukların yaşam kalitesinin geliştirilmesi ve sürdürülmesi,
- Tüm turizm planlama ve geliştirme programlarında ekonomik, sosyal ve çevresel ihtiyaçlar arasında denge sağlanması,
- Her bir destinasyonun hem fiziksel hem de sosyal taşıma kapasitesi açısından turizm gelişimine sınırlama getirilmesi,
- Yerel kültürün korunması ve değerlerinin, mirasın, geleneksel yaşam tarzının, yerli davranışın ve yerel sosyo-politik imajın desteklenmesi,
- Eğitim ve stajlarla turizm tabanlı insan kaynaklarının geliştirilmesi.

### 2.5.2. Sürdürülebilir Turizmin Amaçları ve İlkeleri

Turizmde sürdürülebilir bir model geliştirmek için, mevcut ve potansiyel etkilerin sürekli olarak izlendiği ve gerekli önleyici veya düzeltici önlemlerin alınmasına olanak tanıyan etkili bir yönetim gereklidir (WTO, 2004). Aslında bir ülke veya bölge için turizm sektörünün devamlılığı; kullanılan kaynakların, doğal ve kültürel değerlerin korunmasıyla sağlanabilmektedir. Sürdürülebilirlik bu anlamda hem ekonomik hem de ekolojik planlamayı gerektirmektedir (Beyhan ve Ünügür, 2005: 80).

McKercher (1993: 7) turizmin birtakım temel gerçekleri olduğunu savunarak bu gerçeklerin gelecekteki sürdürülebilir turizm politikalarının geliştirilmesinde kilit role sahip olduğunu ifade etmektedir. Bu gerçekler ise şu şekilde sıralanmıştır:

- Endüstriyel bir faaliyet olarak turizm; kaynakları tüketir, atık oluşturur ve belirli altyapıya ihtiyaç duymaktadır.
- Turizm, kaynakları tüketme kabiliyetine sahiptir.
- Turizm, kaynak bağımlı bir endüstri olarak hayatta kalmayı sağlamak adına kıt kaynaklar için rekabet etmek zorundadır.
- Turizm, özel sektörün hâkim olduğu bir sektördür ve yatırım kararları ağırlıklı olarak kâr maksimizasyonuna dayanmaktadır.
- Turizm çok yönlü bir endüstridir ve bu nedenle kontrol etmek neredeyse imkansızdır.
- Turistler tüketicilerdir, antropolog değildir.
- Turizm eğlencedir.
- Diğer sanayi faaliyetlerinden farklı olarak turizm, ürünü ihraç etmek yerine müşterileri ithal ederek gelir yaratmaktadır.

Turizm sistemlerinin karmaşık ilişkileri göz önünde bulundurulduğunda, toplum temelli turizm gelişimi için sürdürülebilir göstergeler, geleneksel göstergelerden ve uygun bir kalkınma süreci çerçevesinden farklı şekilde ele alınması önerilmektedir (Choi ve Sirakaya, 2006: 1277-1278). Bu bağlamda sürdürülebilir turizmin hedeflerini ve göstergelerini açıklığa kavuşturmak için yazarlar şu esasları önermektedirler:

- Sürdürülebilir turizm stratejileri, hükümetin her kademesinde yeterli politikalar ve uygun karar alma süreçleri yaratmanın yollarını ve araçlarını içermelidir.
- Sürdürülebilir turizm politikaları, tüm ekonomik, sosyal, kültürel, doğal, teknolojik ve politik ortamları göz önünde bulundurarak toplum temelli turizm gelişimi için uygulanabilir tanımlamalar, ilkeler, uygulama stratejileri, eylem planları ve sürdürülebilir kalkınma izleme sistemi sağlamalıdır.

- Sürdürülebilir turizmin kapsamı, birçok paydaşı içeren oldukça politik bir konudur; ulusal ve bölgesel düzeyde yasal olarak bağlayıcı taahhütler biçimindeki siyasi destek, bilgi, finansman, eğitim ve uzmanlık elde etmede kritik bir unsurdur.
- Topluluk temelli bir hedefin vizyonlarını ve değerlerini yansıtmak için, tüm paydaşların tam olarak topluma katılımını sağlamak için sürdürülebilirlik göstergesi gelişiminin kullanılması ve değerlendirilmesi süreci şeffaf bir şekilde ifade edilmelidir.
- Sürdürülebilirlik göstergeleri, toplum temelli hedefin uzun vadeli sürdürülebilirliğini sağlamak için bir organizasyonel yapı gerektirir.
- Sürdürülebilirlik göstergeleri, sürdürülebilir kalkınmayı doğru bir şekilde ölçmede yetersiz ya da uygunsuz olduğu için geleneksel bir kalkınma çerçevesi yerine bir sürdürülebilirlik çerçevesine dayanmalıdır.
- Göstergelerin sayısı niceliksel veya niteliksel olarak yönetilebilir, kolayca uygulanabilir ve destinasyon ve topluluk düzeyinde zamansal olarak uygun olmalıdır.
- Sürdürülebilirlik göstergeleri geliştirme süreci, yüksek derecede güvenilirlik, öngörü kapasitesi ve bütünleştirici yeteneği olan sistematik bir yaklaşım gerektirmektedir.
- Destinasyonlarda sürdürülebilirlik göstergelerinin nasıl seçileceği ve kullanılacağına dair açık yönergeler önerilmeli ve test edilmelidir.
- Gelecekteki gelişimi yönlendirmeli ve topluluğun hedefini yansıtmalıdır.
- Sürdürülebilirlik göstergeleri sadece turizm gelişiminin potansiyel olarak olumsuz etkilerini önlemek için değil, aynı zamanda sürdürülebilir büyümeyi teşvik etmek için de erken bir uyarı sistemi olarak hizmet etmelidir.

Sürdürülebilir turizm göstergeleri, pratik planlama araçları olarak çoklu kullanımlara sahip olabilir; bunların uygulanması, yerel yöneticiler tarafından adresleme gerektiren konulara göre kararlaştırılmalıdır (Lozano-Oyola vd., 2012: 666-667). Bu hususta yazarlar sürdürülebilir turizm göstergeleri için üç temel işlev önermişlerdir:

**Bölgesel düzeyde genel eylem planlarının oluşturulması:** İlk temel işlev ile ilgili olarak, genel eylem planlarını bölgesel düzeyde formüle etmek için sürdürülebilir turizm göstergeleri kullanılabilir. Bölgesel yönetim, yerel belediye eylem planlarının turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliğini nasıl geliştirebileceğini düzenlemektedir. Bu planlar, yerel turizm yöneticilerinin ilgili destinasyonlarda takip etmesi ve / veya ayarlaması gereken ana eylem çizgilerini tasvir etmektedir. Böylelikle, yerel yönetimlerin belirli sürdürülebilirlik konularını ele almak için yürüttükleri projeleri finanse etmek için bölgesel yönetimler tarafından hibe yardımları düzenli olarak sağlanmaktadır. Yöneticiler bu nedenle, her bir

destinasyonun durumunun teşhisini kolaylaştırmak ve bölgeye yönelik öncelikli eylem hatlarını nesnel olarak tanımlamak için kendi ellerinde analitik araçlara sahip olmalıdır.

**Destinasyonlar için kısa vadeli stratejilerin tanımı:** Sürdürülebilir turizm göstergelerinin planlama süreçlerinde ikinci temel işlevi, sürdürülebilirliği geliştirmek için kısa vadeli eylem stratejilerinin oluşturulmasıdır. Bölge planları çerçevesinde, yerel turizm yöneticileri, turistik faaliyetlerin sürdürülebilirliğini geliştirmeyi amaçlayan spesifik stratejiler geliştirmelidir. Bu bağlamda, bileşik göstergeler, destinasyonların pekiştirilmiş olmayan güçlü yönleri gösterdiği sürdürülebilirlik konularını iyileştirecek kısa vadeli stratejilerin tasarımını desteklemek için gerekli bilgileri sunmaktadır. Bu kısa vadeli stratejiler, bileşik göstergenin farklı elemanları değiştiğinde analiz edilen hedefin ulaştığı pozisyonun kararlılık analizinden formüle edilebilir.

**Destinasyon kıyaslama (Benchmarking) uygulamalarının oluşturulması:** Temel işlevi, destinasyonlar arasında sürdürülebilir turizmin kıyaslama uygulamalarının tanımlanmasıdır. Turizm destinasyonlarının kıyaslanması, bu uygulamaları getiren destinasyonun performansını iyileştirmek amacıyla, diğer destinasyonlardan en etkili uygulama ve kapasitelerin tanımlanmasını, öğrenilmesini ve uygulanmasını içeren sürekli ve sistematik bir süreçtir.

Cater (1993: 85-90) ise sürdürülebilir turizm için üç ana hedefi belirtmiştir: Yerel halkın ihtiyaçlarını kısa ve uzun vadede iyileştirilmiş yaşam standartları açısından karşılamak; giderek artan sayıda turist isteklerini tatmin etmek ve önceki hedeflerin her ikisine ulaşmak için doğal çevreyi korumaktır. Globe '90 (1990: 2)'da ise sürdürülebilir turizmin amaçlarını şu şekilde özetlemiştir: Turizmin ekonomiye ve çevreye sağlayacağı önemli katkılar konusunda büyük bir farkındalığın ve anlayışın oluşturulmasını sağlamak, gelişmede eşitliği desteklemek, yerel halkın yaşam kalitesini geliştirmek, ziyaretçilere yüksek kalitede bir deneyim sunmak ve bu amaçlarla birlikte çevre kalitesinin devamlılığını sağlamaktır.

Sürdürülebilir turizm için belirlenen birtakım amaçların yanı sıra farklı yazarlar tarafından farklı ilkeler de ortaya koyulmuştur. Örneğin; Beyhan ve Ünügür (2005: 80) sürdürülebilir turizm anlayışının daha iyi benimsenmesi adına on temel ilke belirlemişlerdir: Öncelikli ihtiyaçların belirlenmesi, daha zayıf yerlerin ve toplulukların desteklenmesi, planlı olarak turizm gelişiminin amaçlarının belirlenmesi, alanlar ve varlıkların gelişiminin takip edilmesi, malzeme politikasının oluşturulması, doğanın korunması, tarımsal ve ormanlık alanların güçlendirilmesi, ekonomik faaliyetlerin düzenlenmesi, turizm pazarlaması ve planlamasının belirlenmesidir.

Mikaeili ve Meml k (2013: 89) ise turizmde sürdürülebilirliğin ilkelerini Şu Şekilde sıralamışlardır: Yapılan turizm yerel işlerin gelişimine de fayda sağlamalı, yerel halkın yaşam kalitesi iyileştirilmeye çalışılmalı, destinasyonlardaki ekonomik faaliyetler ile turizm faaliyetleri arasında uyum sağlanmalı, turizm faaliyetlerinin yerel toplumlarla başlatılması, hizmet kalitesi ve turist memnuniyetlerinin sağlanması, turizme yönelik yasa ve yönetmeliklerde uluslar arası standartlara uygun kararlar alınması, doğal ve sosyo-kültürel kaynakların korunmasıdır.

Yfantidou ve Matarazzo (2017: 463) sürdürülebilir turizmin on temel ilkesini Şu Şekilde  zetlemişlerdir: Kaynakları sürdürülebilir bir Şekilde kullanılması, aşırı tüketim ve atıkların azaltılması, çeşitliliğin korunması, turizmin planlamaya entegre edilmesi, yerel ekonomilerin desteklenmesi, yerel toplulukların dahil edilmesi, paydaşların ve yerel halkın dahil edilmesi, personelin eğitilmesi, turizmi tam ve sorumlu bir Şekilde bilgilendiren pazarlama, sektörün etkin veri toplama ve analizini kullanarak sürekli olarak araştırılması ve izlenmesidir.

### 2.5.3. Sürdürülebilir Turizm ve  evre İlişkisi

Turizm- evre arasındaki ilişkinin odak noktası sürdürülebilirlik olarak görülmektedir (Mikaeili ve Meml k, 2013: 89). Çünkü bir destinasyonun çekiciliğini doğal ve kültürel değerler oluşturmaktadır. Kaynakların koruma-kullanma dengesinde kullanılması ve eşitlik ilkesi çerçevesinde gelecek nesillere aktarılması amacı g d lmelidir. Süreklilik anlamı taşıyan sürdürülebilirlik bu anlamda turizm için oldukça önemli görülmektedir.

Sürdürülebilir turizmin anlaşılması, erken dönemdeki korumacı ya da çevresel anlayışlardan, ekonomik kalkınma, nüfus refahı ve  evre koruma için bir araç olarak görülebilecek daha bütüncül yaklaşımlara doğru ilerlemiştir (Yfantidou ve Matarazzo, 2017: 460). Bu zihniyet değişimi, tüm bölgesel düzeylerde turizm politikalarını ve kurumsal girişimleri etkilemiş ve kavram daha da yaygınlaşmıştır. Sürdürülebilir turizm artık dünya genelinde önemli bir durum haline gelmiştir. Araştırmalarda  evresel ve sosyo-kültürel değerlendirmeler daha ciddi olarak incelenmekte ve turizm ile sürdürülebilir gelişme arasındaki bağlantı giderek artan bir Şekilde onaylanmaktadır (Godfrey, 1998: 213).

Yfantidou ve Matarazzo (2017: 459) küresel ya da yerel olarak sürdürülebilir kalkınmaya ulaşma çabalarının, turizmin etkilerini göz önünde bulundurmadan ve turizm faaliyetlerinin sürdürülebilir kalkınma politikaları ve prosedürleri ile tam olarak entegre edilmesini sağlamaya çalışmaksızın başarısızlığa mahk m olduğunu ifade etmektedirler. Yararlı yönleri nedeniyle, turizm çoğu ülkede g    bir Şekilde teşvik edilmektedir ve

büyümeye devam etmesi beklenmektedir. Aynı zamanda, turizmin geniş çaplı gelişiminde doğa, toplumlar ve kültürler üzerinde potansiyel olarak zararlı etkilere sahip olduğuna dair artan bir fark da mevcuttur.

Lozano-Oyola vd. (2012: 659)'ne göre sürdürülebilir turizm, belirli bir turizm şekli değil, her türlü turizmi daha çevreci, sosyal ve ekonomik açıdan daha faydalı hale getirmek için kullanılabilecek bir yaklaşımdır. Geçtiğimiz yıllarda turizmin etkileri ilgili araştırmalarda ve söylemlerde dikkat çeken bir konu haline almıştır. Bu sektör destinasyonlarda gelişme için büyük bir kapasiteye sahip olmakla birlikte, destinasyonlarda ve sistemlerde bir dizi belirgin ve potansiyel çevresel, sosyal, kültürel, ekonomik ve politik sorunlara yol açmaktadır (Saarinen, 2006: 1121). Bu nedenle turizm gelişimi, yerel halkın hayatında çeşitli ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel değişimleri ortaya çıkarmaktadır (Stylidis vd., 2014: 260).

Butler (1999) sürdürülebilir turizm gelişimi kavramının genel olarak ekonomik, çevresel ve toplumsal olmak üzere üç bileşeni olduğunu ifade etmektedir. Choi ve Sirakaya (2006) ise bu boyutlara ek olarak politik ve teknolojik faktörleri de değerlendirerek daha geniş bir bakış açısı yakalamışlardır. Mikaeili ve Memlük (2013: 87) ise bir destinasyon için turizm gelişiminin olumlu ve olumsuz etkilerinin üç açıdan değerlendirilebileceğini belirtmiştir. Bunlar; ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkilerdir. Ekonomik etkilere; yatırım açısından çekiciliğin artırılması, fiyat artışı, istihdam oranlarında artış ve yerel halkın yaşam standardının iyileştirilmesi örnek gösterilebilir. Yerel halkın yaşamında meydana gelen değişimler, geleneksel kültürün değişmesi, yaşanan suç oranlarındaki artış vb. etkiler ise sosyo-kültürel etkiler olarak ifade edilebilir. Son olarak çevresel etkiler konusunda ise; doğal kaynakların korunması, gürültü ve kirliliğin artması, yerel tesislerin gelişimi örnek gösterilebilir.

Turizmin küresel-çevresel sonuçları, fiziksel ve psikolojik olarak ayrılabilir (Gössling, 2002a: 284). Etkileri hem doğrudan hem de dolaylı olabilir. Sonuçta, turizmin başlattığı tüm değişiklikler yerel olarak ya da bireysel olarak ortaya çıkmakta, ancak küresel fenomenleri toplamaktadır. Bu hususta küresel açıdan turizm şu konularda katkıya sahiptir: Bitki örtüsü ve arazi kullanımındaki değişiklikler, enerji kullanımı, yabani türlerin biyotik değişimi ve yok oluşu, hastalıkların değişimi ve dağılımı, çevrenin algılanması ve anlaşılmasında değişikliklerdir.

#### **2.5.3.1. Sürdürülebilir Turizm – Fiziksel Çevre İlişkisi**

Çevresel sürdürülebilirlik çevrenin korunmasını teşvik ederek hem turizm sektörünün sürdürülebilirliği hem de yaşam desteği için değerlidir (Nicholas vd., 2009: 394). Bu anlamda

turizm ve doğa birbiriyle sıkı sıkıya ilişkilidir, çünkü turizmin çoğu doğrudan ürününün çevresel kalitesine bağlıdır. Turizm endüstrisi, koruyucu işyerlerini veya faaliyetlerini, farkındalık kampanyalarını veya etkinliklerini, araştırma veya eğitim girişimlerini finanse ederek doğal varlıklarını koruyarak, çevresel korumayı desteklemektedir (Budeanu, 2005: 92). Ancak, el değmemiş ve zarif manzaralar popüler hale geldikçe, yavaş yavaş yeryüzünün somut ve çelikten yapılmış anonim bölgeleriyle yer değiştirmekte ve hiç kimsenin olmadığı, doğanın zamanla turizmin gelişmesiyle ortadan kalktığı için dünyanın her yerinde mükemmel bir şekilde kopyalanabilen tesis türlerine dönüşmektedirler. Kirlenme, atık oluşumu ve arazi bozulumu, turistlerin mevcut kaynaklara (su, toprak) ve biyoçeşitlilik türlerine (gıda, su veya su ve su gibi temel ihtiyaçlar için) karşı koyduğu aşırı kalabalık destinasyonların başarısının bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır.

Çevresel sürdürülebilirlik, bireysel toplumun ve dünyanın doğal kaynaklarının artık bolca görülmediğini ve aslında sürekli olarak tükendiğini kabul etmektedir. Bu doğrultuda doğal ortamın, kendi içsel değeri şimdiki ve gelecek nesiller için bir kaynak olarak korunmalıdır (Choi ve Sirakaya, 2006: 1276). Elbette turizmin çevreye olan etkilerini sadece olumsuz olarak değerlendirmemekte fayda vardır. Turizmin çevreye olan olumlu etkileri; tarihi alanların korunması, çevre kalitesinin arttırılması, altyapının iyileştirilmesi ve çevre faktörünün daha fazla ön plana çıkması olarak ifade edilmiştir (Mansuroğlu, 2006: 36).

Turizmin çevreye olan olumsuz etkileri ise; hava, su ve gürültü kirliliği, ekolojik dengesizlikler, katı atıklar, doğal kaynakların tükenmesi, biyoçeşitlilikte oluşan azalmalar ve tarihi değerlerin yıpranması gibi belirtilmektedir (Mansuroğlu, 2006: 36). Ayrıca, su kullanımı önemli bir konu olarak görülmelidir, çünkü birçok bölge su kıtlığıyla karşı karşıya bulunmaktadır (Gössling, 2002a: 284). Turizm mevcut sorunları hızlandırıyor gibi görünmektedir, çünkü turistler su taleplerini kıyı bölgeleri gibi su sıkıntısı çeken bölgelere kaydırmaktadır. Üstelik kişi başına su tüketimi artmakta ve bu nedenle de küresel su talebinde artış yaşanmaktadır. Ayrıca arazi değişikliği, küresel ısınma gibi küresel değişimin diğer önemli bileşenleri ile etkileşime giren, biyoçeşitlilikteki değişimin en önemli itici gücü olarak görülmektedir (Gössling, 2002a: 298).

Turizm sektörünün olumsuz çevresel etkilerini azaltarak destinasyon yönetimine katkıda bulunmak amacıyla çok sayıda araştırmalar yapılmakta ve genel olarak üç temel faktör ortaya çıkmaktadır (Dolnicar ve Leisch, 2008: 381); turizmin çevre üzerindeki olumsuz etkilerinin ölçülmesi, ev sahibi ülkelerin turizm endüstrisinde çevreyi korumaya yönelik tutum ve davranışların nedenlerinin araştırılması ve ev sahibi ülkelerdeki doğal çevreyi korumak için çevre politikası ve yönetiminin incelenmesidir.

Kısacası sürdürülebilir yapılanma sürecinin sadece otel ve bağlantılı alanların kalitesinin artırılması ile değil aynı zamanda yerel alt yapının geliştirilmesi ve yerel çevreye verilen zararın en aza indirilmesi ile sağlanabileceği vurgulanmaktadır (Aguiló vd., 2005: 228).

### **2.5.3.2. Sürdürülebilir Turizm – Ekonomik Çevre İlişkisi**

Turizm ekonomik ve sosyal kalkınmayı teşvik eden büyük bir itici güçtür, ancak turizm endüstrisinin büyüklüğü, ekosistem yapıları ve süreçleri üzerinde büyük etkiler yaratabileceği anlamına gelmekte, çünkü yenilenemeyen doğal kaynaklara zarar verebilmektedir (Holden, 2003).

Ekonomik açıdan düşünüldüğünde; maliyetlerin en aza indirilmesi, turizm faydalarının en üst düzeye çıkarılması ve yerel halka eşit olarak dağıtılması, yerel ekonomiden sızıntıların en aza indirilmesi, yerel işletmelerin teşvik edilmesi şeklinde sıralanabilir (Nicholas vd., 2009: 394). Turizmin en çok övülen ekonomik faydalarından biri ise, turist destinasyonlarındaki yerli halk için istihdam ve gelir yaratma fırsatlarının artmasıdır (Budeanu, 2005: 91).

Choi ve Sirakaya (2006: 1276) turizmin ekonomik bir faaliyet olmasından dolayı, sürdürülebilir turizmin de ekonomik açıdan değerlendirilmesi gerektiğini belirtmektedir. Bu bağlamda ekonomik sürdürülebilirlik, kalkınma büyüme oranını, hedef ortamın sınırlarını tam olarak dikkate alarak yönetilebilir bir seviyede optimize etmeyi gerektirmektedir. Dahası, turizmin ekonomik faydaları toplum genelinde oldukça iyi dağıtılmalıdır.

### **2.5.3.3. Sürdürülebilir Turizm – Toplumsal Çevre İlişkisi**

Geçtiğimiz yıllarda turizmin etkileri ilgili araştırmalarda ve söylemlerde dikkat çeken bir konu haline almıştır. Bu sektör destinasyonlarda gelişme için büyük bir kapasiteye sahip olmakla birlikte, destinasyonlarda ve sistemlerde bir dizi belirgin ve potansiyel çevresel, sosyal, kültürel, ekonomik ve politik sorunlara yol açmaktadır (Saarinen, 2006: 1121).

Toplumsal sürdürülebilirlik, öncelikli olarak toplumun sosyo-kültürel dokusu (yerel halk) üzerindeki etkileri içermektedir (Nicholas vd., 2009: 394). Kültürel değişimler, birbirlerinin değerlerine saygı ve anlayış geliştirmek için farklı kültürlerin temsilcileri arasındaki uzun süreli etkileşimleri gerektirmektedir. Ancak, turistler ve yerel halk arasındaki ilişkiler, dil engelleri, ekonomik durum farklılıkları ve turistlerin destinasyonlarda harcadıkları kısa zaman nedeniyle bu etkileşimler oldukça yüzeysel ve dengesiz olabilmektedir (Budeanu, 2005: 91). Turizmin sosyo-ekonomik olumlu etkileri; kültürel değerlerin korunması, ekonomik getiriler iken olumsuz etkiler; ekonomi ve istihdam

dengesizlikleri, kalabalıklaşma, sosyal problemler ve yerli halkın yaşadığı sorunlar olarak özetlenmiştir (Mansuroğlu, 2006: 36).

Sosyo-kültürel sürdürülebilirlik, toplumsal kimlik ve sosyal sermayeye, toplum kültürüne ve varlıklarına saygı duymayı ve toplum sakinlerinin kendi hayatlarını kontrol etmelerini sağlayacak sosyal bir birlikteliğin ve gururun güçlendirilmesini ifade etmektedir (Choi ve Sirakaya, 2006: 1276).



## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### ANTALYA’NIN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM GELİŞİMİ ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA

#### 3.1. Araştırma Amacı

1960’larda Moscovici tarafından temeli oluşturulan sosyal temsil kuramı sosyal psikoloji alanında çok sayıda araştırmaya yön vermiştir. Bu kuram, sosyal psikoloji içerisinde genellikle belirli bilimsel kavramların veya uzmanlık bilgisinin toplum tarafından nasıl algılanıp temsil edildiği ile ilgili teorik bir birimi temsil etmektedir. Moscovici’ye göre temsiller kısaca “*ne bildiğimizi anlamanın spesifik bir yolu olarak*” ifade edilmektedir.

Bu tezin birinci bölümünde detaylı bahsedildiği üzere sosyal temsiller önemli olguların anlaşılmasında mantıklı bir yol sunmaktadırlar. Bu anlamda sosyal temsillerin oluşum süreci iki temel aşamadan oluşmaktadır; nesneleştirme ve demir atma. Nesneleştirme, düşüncede soyut olan bir şeyi somut hale dönüştürmektedir. Moscovici nesneleştirmeyi varlığı bilinen şeylerin resmedilmesi olarak nitelendirmektedir. İkinci aşama olan demir atmada ise, bireyler fikir sahibi olmadıkları konuları veya olguları bildikleri bir kavramla ilişkilendirmeye ve açıklamaya çalışmaktadırlar. Kısaca bireyin zihninde yabancı olan bir şeyi daha önceden bildiği kategorilerle karşılaştırıp uygun kategoriye yerleştirmesi sürecidir. Bu süreç yeni buluşların, fikirlerin veya bireylerin isimlendirilmesi ve sınıflandırılmasını da içermektedir. Yabancı veya bilinmeyen bir olgunun tanıdık bağlama yerleştirilmesi isimlendirme; bir şeyi kategorize etmek, hafızada saklanan bir paradigma seçmek ve onunla olumlu veya olumsuz ilişki kurmak sınıflandırma olarak ifade edilebilir.

Sosyal temsillerin en temel işlevlerinden biri sosyal çevrenin anlaşılmasıdır; bireyler karmaşık dünyayı daha anlamlı ve anlaşılır hale getirmektedirler. Ayrıca temsiller grupların davranış ve iletişim şeklinde yönlendirmelere sahip olduğundan gruplar arası ilişkilerin düzenlenmesinde de önemlidir. Sosyal temsiller ile yeni veya farklı bir olgu veya nesnenin değerlendirme sürecinden sonra, nesnenin kabul edilmesi veya edilmemesini destekleyen bir meşrulaştırmaya sebep olmaktadır.

Pek çok alanda olduğu gibi turizm alanında da sosyal temsil araştırmaları son yirmi yıldır giderek artmaya başlamıştır. Yapılan araştırmalar incelendiğinde; turizm pazarlaması, turizm gelişimi, ulaştırma, sürdürülebilirlik vb. konuların ön planda olduğu ifade edilebilir. Ayrıca sosyal temsillerin belirlenmesinde çoğunlukla yerel halk ve turistlerle iletişime geçildiği söylenebilir.

1980'lerden itibaren ülkemizde turizm faaliyetleri hız kazanmaya başlamış ve çeşitli teşviklerle kitle turizmi giderek önem kazanmaya başlamıştı. Özellikle kıyı kesimlerinde (Antalya gibi) büyük ölçekli paket turlar önemli bir role sahiptir. Bu anlamda kitle turizminin Antalya'da hız kazandığı yıllardaki otel işletmecilerinin Baby Boomer kuşağında olduğu ifade edilebilir. Artan turistik talebin karşılanmasına yönelik destinasyonlarda büyük değişimlerin yaşandığı ifade edilebilir. Elbette turizm talebinin bu kadar yoğun yaşandığı destinasyonlarda ekonomik, yerel kültür, fiziki altyapı ve çevre üzerinde birtakım olumlu ve olumsuz etkiler söz konusu olmaya başlamıştır. Bu durum, geleceğin fırsatlarını koruyup geliştirirken, mevcut yerel halkın ve turistlerin ihtiyaçlarının da karşılanması olarak ifade edilen, sürdürülebilir turizm gelişiminin önem kazanmasına neden olmuştur. Sürdürülebilirliğin önem kazanmaya başladığı dönemde ise turizme X kuşağı otel işletmecilerinin de dahil olduğu bilinmektedir. Günümüze gelindiğinde ise yeniliği ve farklılığı seven Y Kuşağı otel işletmecilerinin de turizm faaliyetlerinde yer aldığı ifade edilebilir.

Bu hususta bu tezin temel amacı: Kitle turizm destinasyonu olarak Antalya'nın sürdürülebilir turizm gelişiminin otel işletmecileri açısından sosyal temsillerini belirlemektir. Tezin alt amaçları ise şu şekilde sıralanabilir:

- Otel işletmecilerinin eğitim ve kuşak kesişiminde Antalya'nın sürdürülebilir turizm gelişimine dair kavramsal çağrışımların birlikteliklerini,
- Otel işletmecilerinin kuşaklarına göre Antalya'nın sürdürülebilir turizm gelişimine dair kavramsal çağrışımların birlikteliklerini,
- Otel işletmecilerinin eğitim düzeylerine göre Antalya'nın sürdürülebilir turizm gelişimine dair kavramsal çağrışımların birlikteliklerini,
- Otel işletmecilerinin eğitim ve kuşak kesişiminde Antalya'nın sürdürülebilir turizm gelişimine dair görsel çağrışımların birlikteliklerini,
- Otel işletmecilerinin kuşaklarına göre Antalya'nın sürdürülebilir turizm gelişimine dair görsel çağrışımların birlikteliklerini,
- Otel işletmecilerinin eğitim düzeylerine göre Antalya'nın sürdürülebilir turizm gelişimine dair görsel çağrışımların birlikteliklerini belirlemektir.

### 3.2. Araştırma Metodolojisi

Hem sosyoloji hem de psikolojinin orta noktasında bulunan sosyal psikoloji alanında yapılan araştırmalarda farklı yöntemlerin kullanılabildiği bilinmektedir. İnsanlar arasındaki iletişim süreçlerini anlamak ve yorumlamak bu alanın ele aldığı konular arasındadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Sosyal temsil araştırmalarında da insanların bir olgu, durum veya bir şey

hakkında ne bildikleri anlaşılmaya çalışılmaktadır. Bu anlamda Moscovici, sosyal temsil konusundaki çalışmalarında metodolojik açıdan belirsiz kalarak, temsillerin nitel, nicel veya karma yöntemlerle araştırılabileceğini belirtmiştir. Turizm alanında yapılan sosyal temsil araştırmaları incelendiğinde nitel (Yuksel vd., 1999; Pritchard ve Morgan, 2001; Dickinson ve Robbins, 2007; Moscardo ve Pearce, 2007; Meliou ve Maroudas, 2010; Moyle vd., 2010; Moscardo, 2011; Çetin ve Sönmez, 2015; Dryjanska, 2015; Pearce vd., 2015; Becken, 2016; Gavinho, 2016; Lai vd., 2016; Shen vd., 2016; Becken, 2017; Lai vd., 2017; Wang vd., 2018; Monterrubio, 2019; Zerva vd., 2019; Inversini vd., 2020), nicel (Andriotis ve Vaughan, 2003; Dickinson vd., 2009; Zhou ve Ap, 2009; Pearce ve Chen, 2012; Monterrubio ve Andriotis, 2014; Zhou vd., 2014; Gon vd., 2016; Suess ve Mody, 2016; de Rosa ve Dryjanska, 2017) veya karma (Moscardo ve Pearce, 2007; Dickinson vd., 2009; Lebrun, 2014; 2015; Schliephack ve Dickinson, 2017; Shakeela ve Weaver, 2018) yöntemin tercih edildiği ifade edilebilir. Bu hususta araştırma amacına uygun olarak nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir.

Yıldırım ve Şimşek (2013: 45) nitel araştırmayı “gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma” olarak tanımlamışlardır. Nitel araştırmalarda toplanan veriler de çeşitlilik göstermekte olup, Patton (1987: 7) veri toplama yöntemini üç şekilde sıralamıştır; (1) derinlemesine, açık uçlu görüşme, (2) doğrudan gözlem ve (3) kişisel günlükler, program kayıtları vb. dokümanlar. Nitel araştırmanın temel özellikleri incelendiğinde ise şu şekilde sıralanabilir (Goetz ve LeCompte, 1984; Patton, 1987; Bogdan ve Biklen, 1992; Yıldırım ve Şimşek, 2013); doğal ortama duyarlı olması, araştırmacının katılımcı rolü, bütüncül bir yaklaşım, algıların ortaya konması, araştırma deseninde esneklik, tümevarımcı analiz ve nitel veri.

### 3.3. Araştırma Deseni

Son yıllarda artık sosyal bilimlerde yapılan araştırmalarda fen bilimlerinin kullandıkları yöntemler yanında, kendi doğasına özgü kavram ve yöntemler geliştirmeye başlamışlardır. Dolayısıyla nitel araştırma yöntemlerine yönelimler artmış ve nesnellik yerine bakış açısına odaklanmaya başlanılmıştır. Sosyal bilimlerde herhangi bir olay ve/veya olgu daha derinlemesine incelenme, açıklanma ve yorumlanma şeklinde ön plana çıkmıştır. Bu durum da pozitivism ötesi veya yorumlamacı paradigmaya işaret etmektedir.

İnsanların nesneleri, olayları, durumları veya olguları nasıl anladıkları, açıkladıkları ve yorumladıkları, bir şeyi bilmenin önemine işaret etmektedir (Glesne, 2014: 11). Böylece gerçekler yalnızca bireyin aklında değil, bireysel algılar ve diğerler ile paylaşılarak sosyal yapı içerisinde var olduğu ifade edilebilir. Bir araştırmanın amacı bireylerin dünyaya ilişkin algılarını anlamak ise insanlar ile konuşarak etkileşimde bulunmak gereklidir. Bu da yorumlamacı paradigmayı vurgulamaktadır. Yıldırım ve Şimşek (2013: 34) yorumlamacı paradigmayı sosyal bilim araştırmalarında gerekli görmekte ve olay veya olgulara ilişkin tek bir doğrunun veya gerçeğin olamayacağını belirtmektedir. Bu paradigmada gerçeklik daha karmaşıktır, gelecek ve yön daha belirsizdir, evren holografiktir, ilişkiler doğrusal değildir ve değişim morfojenetiktir. Ayrıca gözlemci belirli bir bakış açısına sahiptir. Daha önce bahsedildiği üzere sosyal temsiller bireyler tarafından oluşturulmakta ve sosyal gruplarda paylaşılmakta, bilinmeyen bilindik yapmaktadır. Bu anlamda bu sosyal temsil araştırmasında yorumlamacı paradigma temelinde ilerlemek uygun görülmüştür.

Araştırmaya esnek bir bakış açısı sunan ve araştırmanın çeşitli aşamalarının birbiriyle tutarlı ilerlemesine katkı sağlayan nitel araştırma desenleri; kültür analizi, olgu bilim, kuram oluşturma, durum çalışması, eylem araştırması şeklinde sıralanabilir. Olgu bilim (fenomenoloji) psikoloji ve felsefe alanlarına dayanan ve genellikle derinlemesine araştırılan olgulara odaklanmaktadır. Bu desende temel amaç (Yıldırım ve Şimşek, 2013) bir olguya dair bireylerin yaşantılarını ile algılarını ve bunlara atfettikleri anlamları ortaya çıkarmaktır. Çoğunlukla olgu bilim araştırmaları derinlemesine bilinmeyen fakat aşına olunan olguların incelenmesinde tercih edilmektedir. Özetle fenomenoloji deseni araştırmaları, bir bireyin olgu/kavram ile ilgili deneyim ve bakış açısını inceleyen nitel bir araştırma yöntemidir (Creswell, 2012). Yapılan pek çok sosyal temsil araştırmasında araştırma deseninin olgu bilim olduğu gibi; bu tezin araştırma deseni de olgu bilim/fenomenolojidir. Zira kuramın öncüsü Moscovici de sosyal temsillerin fenomenolojik bir bakış açısı sunduğunu belirtmektedir.

### 3.4. Araştırma Örnekleme

Örneklem olasılık kuramından türetilmiş bir araştırma aracı olarak görülmektedir. Nitel ve nicel araştırmalar farklı felsefi ve kuramsal temellerden hareket ettiğinden dolayı tercih edilen örnekleme yöntemleri de farklılıklar göstermektedir. Nitel araştırma yöntemlerinde olasılık temelli örnekleme ve amaçlı örnekleme yöntemleri bulunmaktadır. Farklı olgu veya kavramların anlaşılması veya açıklanmasında amaçlı örnekleme yönteminin tercih edilebileceği belirtilmektedir (Patton, 1987). Böylece derin bilgiye sahip olduğu düşünülen durumların incelenmesine olanak sağlamaktadır. Çeşitli amaçlı örnekleme

yöntemleri bulunmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 139); maksimum çeşitlilik örnekleme, aşırı ve aykırı durum örnekleme, benzeşik örnekleme, tipik durum örnekleme, kritik durum örnekleme, kartopu veya zincir örnekleme, ölçüt örnekleme, doğrulayıcı veya yanlışlayıcı örnekleme, kolay ulaşılabilir durum örnekleme.

Bu sosyal temsil araştırmasında nitel araştırma yöntemi temel alınmıştır. Araştırmanın evrenini Antalya'daki dört ve beş yıldızlı otel işletmecileri oluşturmaktadır. Bu anlamda nitel yönteme uygun ve araştırma amacı doğrultusunda amaçlı örnekleme yöntemi olan kartopu örnekleme tercih edilmiştir. Patton (1987: 56)'a göre kartopu örnekleme yöntemi, görüşülen bireye “bu konu ile ilgili olarak kim veya kimlerle görüşmemi önerirsiniz?” gibi bir soru sorularak kartopu gibi büyüyerek devam eden bir örneklem sağlamaktadır. Bu örnekleme yöntemi ile toplam 15 otel işletmecisi ile görüşülmüştür.

### 3.5. Veri Toplama Tekniği

Sosyal temsiller pek çok şekilde incelenebilmektedir; etnografik kayıt, odak grupları, medya içerik analizi, anketler ve röportajlar dahil olmak üzere bir dizi yöntem uygulanmıştır (Wagner vd., 1999). Bu tezin amacı doğrultusunda araştırma yöntemine ve araştırma desenine uygun olacak şekilde serbest çağrışım yöntemi (free associations method) ile ilerlemek uygun görülmüştür. Serbest çağrışımların ortaya çıkarılması ve analizinin bilinçdışı içerikleri araştırmak için önerilen teknik olduğu ifade edilmektedir (Tsoukalas, 2006: 969). Serbest çağrışım yöntemi; sayısız araştırmadaki kullanımı ve mevcut başarısı ile temsil içeriğinin kurucu unsurlarını keşfetmek için önemli bir teknik olarak görülmektedir. Bu yöntem, doğası ve projektif boyutu nedeniyle, sosyal temsilleri oluşturan öğelere diğer yöntemlere göre daha kolay ve hızlı erişim sağlamaktadır (Abric, 1993). En üst düzey belleğin, daha az kendiliğinden yansıma gerektiren algılarla karşılaştırıldığında, özellikle göze çarpan ve bu nedenle benzersiz olan bilgi veya farkındalığı temsil ettiği varsayılmaktadır (Stepchenkova ve Li, 2014). Özetle bireylere bir olgu, durum veya kavram verilerek, bireylerin ilk aklına gelenleri sıralaması istenmektedir.

Turizm alanında yapılan çok sayıda araştırmada da bu yöntemin kullanıldığı ifade edilebilir. Turizm gelişimi (Meliou ve Maroudas, 2010), şehir tatili (Lebrun, 2014), gemi yolculuğu (Lebrun, 2015), petrolün tepe noktasına ulaşması (Becken, 2016), düşük karbon (Becken, 2017) gibi kavramların sosyal temsillerini belirlemek amacıyla serbest çağrışım yaklaşımından yararlanılmıştır. Bu doğrultuda araştırma yönteminde serbest çağrışım yöntemi tercih edilmiştir. Otel işletmecilerinin “sürdürülebilir turizm gelişimi” konusunda akıllarında kalan ilk anlamlar elde edilmeye ve sosyal temsilleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Serbest çağrışım yönteminin etkili bir şekilde yürütülmesi açısından sorulacak sorular bir form üzerinde hazırlanmıştır. Bu sorular hazırlanırken literatürde yer alan Becken (2016)'ın "Peak Oil" kavramına yönelik sosyal temsilleri belirlemeyi amaçladığı araştırmasında katılımcılara yönelttiği sorulardan esinlenilmiştir. Serbest çağrışım görüşme formuna EK 1'de yer verilmiştir. Cinsiyet, yaş ve eğitim durumunun sorulduğu demografik bilgi bölümü bulunmaktadır. İkinci bölümde ise sosyal temsilleri belirlemeye yönelik iki soru bulunmaktadır. Bunlar;

- Lütfen, "Antalya'nın Sürdürülebilir Turizm Gelişimi" denilince aklınıza gelen ilk 10 kelime veya kelime grubunu sıralayabilir misiniz?
- Lütfen, "Antalya'nın Sürdürülebilir Turizm Gelişimini düşünerek zihninizde bir resim canlandırabilir misiniz? Zihninizde canlanan o resimde neler olduğunu söyleyebilir misiniz?

Soruların öncelikle akademik uygunluğu, ardından yöneltilecek kişiler tarafından anlaşılabilir olması vb. nedenlerle birkaç kez denenmiş ve pilot uygulaması üç akademisyen ve iki otel işletmecisi tarafından yapılmıştır. Soruların anlaşılır ve net olduğu hitap edilen kişiler tarafından verilen yanıtların serbest çağrışım yaklaşımına uygun ilerlemesi nedeniyle herhangi bir değişikliğe gerek duyulmamıştır.

Elbette insanların dahil olduğu tüm araştırmaların birtakım kuralları ve etik ilkeleri bulunmaktadır. Araştırmaya katılan bireyler öncesinde araştırmanın detayları konusunda bilgilendirilmeli ve gönüllü katılım sağlamaları gerekmektedir. Araştırmada sorulacak sorular, kişisel bilgiler, elde edilen verinin nasıl ve ne şekilde kullanılacağı veya yayınlanacağı vb. konular yazılı veya sözlü olarak katılımcıya aktarılmalıdır. Bu hususta öncelikle öğrencisi olduğum Akdeniz Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu onayı 31.08.2021 tarihinde alınmıştır. Ayrıca araştırmanın amacı, kapsamı, hangi verilerin toplanacağı, bu verilerin nasıl kullanılacağı, nasıl rapor edileceği vb. konularda bilgilendirmek amacıyla gönüllü katılımcı bilgilendirme ve izin formu hazırlanıp araştırmaya katılan otel işletmecilerine iletilmiştir. Gönüllü katılımcı bilgilendirme ve izin formu Ek 2'de yer almaktadır.

Gönüllü olarak araştırmaya katılan otel işletmecileri ile görüşme sağlanmıştır. Görüşmeler 15/08/2021 ile 30/12/2021 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler Covid-19 pandemisi nedeniyle günün koşullarına göre yüz yüze veya Skype, Zoom, Teams gibi online olarak gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda 10 otel işletmecisi ile yüz yüze ve 5 otel işletmecisi ile online olarak görüşmeler tamamlanmıştır.

### 3.6. Verilerin Analizi

Bu tez araştırmasının amacı ve toplanan verilerin özelliklerine bakılarak bir analiz planı oluşturulmuştur. Öncelikle otel işletmecileri ile yapılan görüşmelerin ses kayıtları dinlenerek bir Excel çalışma sayfasında aktarılmıştır. Ardından veriler bir nitel veri analiz yazılımına aktarılmıştır ve verilerin kodlama aşamasına geçilmiştir. Kodlama; veriler arasındaki sözcük, cümle vb. gibi anlamlı bölümlere isim verilmesi olarak ifade edilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 259). Verilerin kodlanması sırasında kodlar listesi üç uzman tarafından incelenmiştir. Ortaya çıkan kodları belirli kategoriler altında toplama olanağı sağlayan kategoriler oluşturulmuştur. Kodların benzerlik ve/veya farklılıklarına göre bir araya getirilerek oluşturulan kategoriler içerik analizi ile incelenmiştir ve araştırma bulgularında detaylı yer verilmiştir.

Otel işletmecilerinin Antalya'nın sürdürülebilir turizm gelişimi ile ilgili sosyal temsillerini resmetmek amacıyla yine bir analiz yazılımı olan MAXQDA (deneme sürümü) ile kelime bulutu (Word Cloud) analizi yapılmıştır. Kelime bulutları, metin için basit ve görsel olarak çekici bir görselleştirme yöntemi olarak ortaya çıkmıştır (Heimerl vd., 2014: 1833). Sık tekrarlanan kavramlara genel bir bakış sunan kelime bulutu analizi çeşitli bağlamlarda kullanılmaktadır.

Yine elde edilen veriler bir veri analiz programına girilmiş ve kodlamalar programa uygun hale getirilerek çoklu müteakabiliyet analizi (Multiple Correspondence Analysis) yapılmıştır. Bu analizin daha çok pazarlama araştırmalarında tercih edildiği ve turizm araştırmalarında da dikkat çekmeye başladığı söylenebilir (Ceylan vd., 2021). Müteakabiliyet analizi, tek tek satır ve sütun profilleri arasındaki mesafelerin hesaplanmasını içermektedir. Yani, alt grupların birbirine ve kodlamadaki ortalama yanıt profiline göre ne kadar benzer veya farklı olduğunu karşılaştırmaktadır (Sourial vd., 2010). Bu analiz için katılımcılar yaşlarına göre kuşaklara ayrılmıştır; Y kuşağı, X kuşağı ve Baby Boomer. Bu analiz sayesinde sosyal temsil kuramında bahsedilen merkezi ve çevresel unsurların daha net görülmesine olanak sağlanmıştır.

### 3.7. Geçerlik ve Güvenirliğin Sağlanması

Geçerlik ve güvenirlilik araştırmalarda kullanılan iki temel ölçüt olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle nicel araştırmalarda her ikisinin de test edilmesi ve detaylı rapor edilmesi gerekmekte olup nitel araştırmalar da durum farklılaşmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bu anlamda bu araştırmanın geçerliğini ve güvenirlliğini sağlamak adına alınan birtakım önlemler şu şekilde sıralanabilir:

- Öncelikle araştırma kapsamında katılımcılara sorulacak sorular farklı uzmanlar tarafından değerlendirilmiştir.
- Katılımcılara araştırmanın içeriği, verilerin neden toplandığı, nasıl raporlanacağı ve görüşme kayıtlarının ne kadar süreyle arşivleneceği vb. konularda detaylı bilgi verilmiştir.
- Araştırmada yöntemsel çeşitliliğe gidilerek farklı analizler yapılmıştır.
- İlgili literatüre uyumlu olacak şekilde verilerin kodlanması ve kategorileştirilmesi gerçekleştirilmiştir.
- Bulguların yazımı aşamasında sade ve yalın bir dil kullanılmış ve katılımcılardan doğrudan alıntılara yer verilmiştir.
- Yapılan kodlamaların tutarlılığı için uzman görüşüne başvurulmuştur.

**Tablo 3.1 Kappa ( $\kappa$ ) Analizi Tablosu**

|                                                                       |         | Kappa<br>istatistiği değeri<br>( $\kappa$ ) | p değeri   |
|-----------------------------------------------------------------------|---------|---------------------------------------------|------------|
| Kavramsal Çağrışım<br>Kodlamaları                                     | Uzman 1 | 1,000                                       | 0,000      |
|                                                                       | Uzman 2 | 1,000                                       | 0,000      |
|                                                                       | Uzman 3 | 1,000                                       | 0,000      |
| Görsel Çağrışım<br>Kodlamaları                                        | Uzman 1 | 0,905                                       | 0,000      |
|                                                                       | Uzman 2 | 1,000                                       | 0,000      |
|                                                                       | Uzman 3 | 1,000                                       | 0,000      |
| Kappa ( $\kappa$ ) istatistiği<br>değer aralıkları<br>tablosu         |         | $\kappa$                                    | Uyum gücü  |
|                                                                       |         | <0.00                                       | Zayıf      |
|                                                                       |         | 0.00-0.20                                   | Önemsiz    |
|                                                                       |         | 0.21-0.40                                   | Düşük      |
|                                                                       |         | 0.41-0.60                                   | Orta       |
|                                                                       |         | 0.61-0.80                                   | Önemli     |
|                                                                       |         | 0.81-1.00                                   | Çok yüksek |
| <b>Kaynak:</b> Landis ve Koch (1977: 165) 'ten Türkçeye çevrilmiştir. |         |                                             |            |

İçerik analizi tekniklerinde güvenilirliğin daha çok kodlama işlemine bağlı olduğu ifade edilmektedir (Bilgin, 2014a). Bu anlamada kavramsal çağrışım kodlamaları (27 kodlama) ve görsel çağrışım kodlamaları (22 kodlama) için iki ayrı Kappa ( $\kappa$ ) formu oluşturulmuştur ve bu formlar üçer ayrı uzmana gönderilmiştir. Formda katılımcı ifadeleri ve yapılan kodlamalar karışık sırayla sunulmuş ve uzmanlardan katılımcı ifadeleri ile kodlamaları eşleştirmeleri

istenmiştir. Kappa ( $\kappa$ ) form örnekleri Ek 3 ve Ek 4'te yer almaktadır. Yapılan Kappa ( $\kappa$ ) analizi bulguları ise Tablo 3.1'de yer almaktadır.

Kappa ( $\kappa$ ) değerinin -1,0 ile +1,0 aralığında bir değerde olması beklenmekte ve 1'e yakın olması iki kodlayıcının da aynı veri üzerinde anlaşma gösterdikleri anlamına gelmektedir. Kodlayıcılar arası güvenilirliğin en az 0,60 olması genel bir anlaşma olduğuna işaret etmektedir. Kappa değerlerine bakıldığında; kavramsal çağrışım ve görsel çağrışım kodlamaları konusunda uzmanların çok yüksek anlaşma gösterdikleri görülmektedir. Kappa ( $\kappa$ ) istatistiğine dair değer aralıkları da Tablo 3.1'de yer almaktadır.

### 3.8. Bulgular

Antalya'nın sürdürülebilir turizm gelişimine yönelik sosyal temsilleri belirlemek amacıyla görüşülen otel işletmecilerinin demografik bilgileri Tablo 3.2'de yer almaktadır.

**Tablo 3.2 Katılımcıların Demografik Bilgileri**

|                     | Cinsiyet | Yaş | Kuşak       | Eğitim Durumu |
|---------------------|----------|-----|-------------|---------------|
| <b>Katılımcı 1</b>  | Erkek    | 33  | Y Kuşağı    | Üniversite    |
| <b>Katılımcı 2</b>  | Erkek    | 46  | X Kuşağı    | Lisansüstü    |
| <b>Katılımcı 3</b>  | Erkek    | 65  | Baby Boomer | Lise          |
| <b>Katılımcı 4</b>  | Erkek    | 67  | Baby Boomer | Üniversite    |
| <b>Katılımcı 5</b>  | Erkek    | 51  | X Kuşağı    | Lisansüstü    |
| <b>Katılımcı 6</b>  | Erkek    | 28  | Y Kuşağı    | Lise          |
| <b>Katılımcı 7</b>  | Kadın    | 46  | X Kuşağı    | Lisansüstü    |
| <b>Katılımcı 8</b>  | Erkek    | 33  | Y Kuşağı    | Üniversite    |
| <b>Katılımcı 9</b>  | Erkek    | 62  | Baby Boomer | Üniversite    |
| <b>Katılımcı 10</b> | Erkek    | 46  | X Kuşağı    | Üniversite    |
| <b>Katılımcı 11</b> | Erkek    | 39  | Y Kuşağı    | Üniversite    |
| <b>Katılımcı 12</b> | Erkek    | 35  | Y Kuşağı    | Üniversite    |
| <b>Katılımcı 13</b> | Erkek    | 46  | X Kuşağı    | Üniversite    |
| <b>Katılımcı 14</b> | Erkek    | 36  | Y Kuşağı    | Üniversite    |
| <b>Katılımcı 15</b> | Erkek    | 64  | Baby Boomer | Üniversite    |

Toplam 15 otel işletmecisi ile görüşülme sağlanmıştır. Katılımcıların 1'i kadın 14'ü erkektir. Katılımcıların yaşları 28 ile 67 arasında değişmektedir. Baby Boomer katılımcı sayısı 4, X kuşağı katılımcı sayısı 5 ve Y kuşağı katılımcı sayısı ise 6'dır. Katılımcılardan 2'si lise mezunu, 10'u üniversite mezunudur. Lisansüstü eğitimini tamamlamış katılımcı sayısı ise 3'tür.

### 3.8.1. İçerik Analizine Dair Bulgular

Serbest çağrışım yöntemi ile elde edilen veriler öncelikle içerik analizi ile incelenmiştir. Katılımcılara sorulan “Lütfen, “Antalya’nın Sürdürülebilir Turizm Gelişimi” denilince aklınıza gelen ilk 10 kelime veya kelime grubunu sıralayabilir misiniz?” sorusuna verilen yanıtlara dair içerik analizi bulguları Tablo 3.3’te yer almaktadır.

**Tablo 3.3 Otel İşletmecilerinin Antalya’nın Sürdürülebilir Turizm Gelişimi Çağrışımlarını Yansıtan Kod ve Kategoriler Tablosu**

| Kategori                    | Kod                    | f  | Otel işletmecilerinden edinilen serbest çağrışım örnekleri                                     |
|-----------------------------|------------------------|----|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Çevresel</b><br>(N=55)   | Çevre                  | 6  | Çevreci turizm, yeşil çevre, temiz çevre                                                       |
|                             | Deniz                  | 7  | Deniz, denizin insan vücuduna faydası, temiz deniz                                             |
|                             | Doğa                   | 5  | Doğa, Antalya’nın doğası                                                                       |
|                             | Doğal Kaynaklar        | 2  | Doğal kaynaklar, sürdürülebilir doğal kaynaklar                                                |
|                             | Doğayı Koruma          | 7  | Tahribat, doğaya saygı, doğaya duyarlı temizlik ürünleri                                       |
|                             | Tarım                  | 2  | Tarım destekli turizm, iyi tarım uygulamaları                                                  |
|                             | Konaklama Hizmeti      | 7  | Konaklama tesis nitelikleri, standartlarını bozmaması tesisler, tesislerin hizmet kategorileri |
|                             | Mevsimsellik           | 5  | 12 ay turizm, mevsimsellik sorunu, iklim                                                       |
|                             | Turistik Çekicilik     | 6  | Aspendos Tiyatrosu, tema parkları, müze                                                        |
|                             | Yenilenebilir Enerji   | 8  | Yeşil enerji, yenilenebilir enerji kaynakları                                                  |
| <b>Ekonomik</b><br>(N=26)   | Alternatif Turizm      | 8  | Kültür turizmi, sağlık turizmi, kış organizasyonları                                           |
|                             | Ekonomi                | 4  | Gelir, refah, ekonomi                                                                          |
|                             | Her şey Dahil          | 3  | Her şey dahil sistem, konsept                                                                  |
|                             | İstihdam               | 11 | Eğitimli istihdam önceliği, vasıflı eleman, istihdam                                           |
| <b>Kültürel</b><br>(N=14)   | Gastronomi             | 3  | Gastronomi                                                                                     |
|                             | Kültürü Yaşatmak       | 7  | Yörük kültürü, kültürel değerler, Akdeniz müziği                                               |
|                             | Tarihi Yaşatmak        | 4  | Antalya’nın tarihi yapısı, tarihi korumak                                                      |
| <b>Sosyal</b><br>(N=31)     | Nüfuslaşma             | 1  | Aldığı göç                                                                                     |
|                             | Rekreatif Faaliyetler  | 13 | Kayak, kamp, triatlon                                                                          |
|                             | Toplumsal İlişkiler    | 4  | Toplumsal fayda, hoşgörü                                                                       |
|                             | Ulaşılabilirlik        | 5  | Hava alanı, ulaşım ağı, şehir içi ulaşım                                                       |
|                             | Yerel Halkla İlişkiler | 6  | Yerel halkın algısı, halk ve turizmin uyumu                                                    |
|                             | Ziyaretçiler           | 2  | Memnuniyet, ziyaretçiler                                                                       |
| <b>Yönetimsel</b><br>(N=24) | Güvenlik               | 5  | Güvenlik                                                                                       |
|                             | Şehir Planlaması       | 10 | Kontrolsüz yapılaşma, planlı kentleşme                                                         |
|                             | Turizm Planlaması      | 3  | Sit alanlarının turizme açılmaması, planlı turizm                                              |
|                             | Turizm Politikası      | 6  | Denetim sorunu, siyasi istikrar                                                                |

**Not: f=Frekans**

Veriler bir nitel veri analiz yazılımına aktarılmıştır ve öncelikle yanıtlar kodlanmıştır. Toplam 27 kod ortaya çıkmıştır ve bu kodlar aralarındaki ilişkiye göre gruplanmıştır. Böylece çağrışımların kategorileri ortaya çıkmıştır: Çevresel, ekonomik, sosyal, kültürel ve yönetimsel. Otel işletmecilerinin çağrışımlarının en çok çevresel kategorisinde yer aldığı

görülmektedir. Bu kategoride en çok tekrarlanan kodlar ise; yenilenebilir enerji (f=8), deniz (f=7), doğayı koruma (f=7) ve konaklama hizmeti (f=7)'dir. Otel işletmecilerinin sürdürülebilir turizm gelişimine yönelik çağrışımlarının en az ise kültürel (f=14) kategorisinde yer aldığı ifade edilebilir. Bu kategorideki en çok tekrarlanan kod kültürü yaşatmak (f=7) en az tekrarlanan ise gastronomi (f=3)'dir. Tüm kategoriler içerisinde en çok tekrarlanan kod ise rekreatif faaliyetler (f=13)'dir.

**Tablo 3.4 Çevresel Kategori İçerik Analizi Tablosu**

|                      | K<br>1 | K<br>2 | K<br>3 | K<br>4 | K<br>5 | K<br>6 | K<br>7 | K<br>8 | K<br>9 | K<br>10 | K<br>11 | K<br>12 | K<br>13 | K<br>14 | K<br>15 | f  | %    |
|----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----|------|
| Çevre                | 1      | 0      | 1      | 0      | 1      | 0      | 1      | 0      | 0      | 0       | 0       | 0       | 1       | 0       | 1       | 6  | 10,9 |
| Deniz                | 0      | 0      | 0      | 2      | 0      | 1      | 0      | 0      | 1      | 1       | 0       | 2       | 0       | 0       | 0       | 7  | 12,7 |
| Doğa                 | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 1      | 0      | 0      | 0      | 0       | 1       | 1       | 0       | 1       | 1       | 5  | 9,1  |
| Doğal Kaynaklar      | 1      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0       | 0       | 0       | 1       | 0       | 0       | 2  | 3,6  |
| Doğayı Koruma        | 1      | 2      | 0      | 0      | 0      | 0      | 1      | 1      | 0      | 2       | 0       | 0       | 0       | 0       | 0       | 7  | 12,7 |
| Konaklama Hizmeti    | 1      | 0      | 0      | 1      | 2      | 0      | 1      | 2      | 0      | 0       | 1       | 0       | 0       | 0       | 0       | 7  | 12,7 |
| Mevsimsellik         | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 1      | 1      | 2      | 0       | 0       | 1       | 0       | 0       | 0       | 5  | 9,1  |
| Tarım                | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 1      | 0      | 0       | 0       | 0       | 0       | 0       | 1       | 2  | 3,6  |
| Turistik Çekicilik   | 0      | 1      | 0      | 0      | 2      | 1      | 0      | 1      | 0      | 0       | 1       | 0       | 0       | 0       | 0       | 6  | 10,9 |
| Yenilenebilir Enerji | 1      | 0      | 3      | 0      | 0      | 0      | 0      | 2      | 0      | 0       | 0       | 1       | 1       | 0       | 0       | 8  | 14,5 |
| <b>Toplam</b>        | 5      | 3      | 4      | 2      | 5      | 3      | 4      | 8      | 3      | 3       | 3       | 5       | 3       | 1       | 3       | 55 | 100  |

Not: K=Katılımcı, f=Frekans

Otel işletmecilerinin Antalya'nın sürdürülebilir turizm gelişimi çağrışımlarının büyük ölçüde yer aldığı "Çevresel kategori" içerik analizi sonucu Tablo 3.4'te yer almaktadır. En çok tekrarlanan kod olan yenilenebilir enerji bu kategorinin %14,5'ini oluşturmaktadır. Katılımcılardan edinilen serbest çağrışım örnekleri is şu şekildedir: "*sürdürülebilir enerji (Katılımcı 1)*", "*yeşil enerji (Katılımcı 3)*", "*yenilenebilir enerji kaynakları (Katılımcı 8)*". Konaklama hizmeti kodlaması da bu kategorinin %12,7'sini oluşturmakta ve birkaç katılımcı çağrışımları şu şekilde sıralanabilir: "*Kaliteli hizmet (Katılımcı 1)*", "*konaklama tesis nitelikleri (Katılımcı 5)*", "*standartlarını bozmamış tesisler (Katılımcı 7)*", "*konaklama*

yerleri (**Katılımcı 11**)". Doğayı koruma kodu altında yer alan katılımcı çağrışımları ise şöyledir: "çevreye zarar vermemek (**Katılımcı 2**)", "doğaya duyarlı temizlik ürünleri (**Katılımcı 8**)".

Mevsimsellik ile kodlanan çağrışımlar arasında bunlar yer almaktadır: "12 ay turizm (**Katılımcı 8**)", "mevsimsellik sorunu (**Katılımcı 9**)" ve "iklim (**Katılımcı 9**)". Çevresel kategorinin %10,9'unu oluşturan ve "turistik çekicilik" olarak kodlanan çağrışımlardan birkaçı ise şu şekildedir: "Aspendos tiyatrosu (**Katılımcı 2**)", "çekicilikler (**Katılımcı 5**)", "müze (**Katılımcı 6**)", "tema parkları (**Katılımcı 8**)". Tarım olarak kodlanan çağrışımlar bu kategorinin sadece %3,6'sını oluşturmakta ve bu çağrışımlar şöyledir: "Tarım destekli turizm (**Katılımcı 8**)" ve "iyi tarım uygulamaları (**Katılımcı 15**)".

**Tablo 3.5 Ekonomik Kategori İçerik Analizi Tablosu**

|                   | K<br>1 | K<br>2 | K<br>3 | K<br>4 | K<br>5 | K<br>6 | K<br>7 | K<br>8 | K<br>9 | K<br>10 | K<br>11 | K<br>12 | K<br>13 | K<br>14 | K<br>15 | f  | %   |
|-------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----|-----|
| Alternatif Turizm | 0      | 0      | 0      | 3      | 0      | 3      | 0      | 0      | 0      | 0       | 0       | 1       | 0       | 0       | 0       | 8  | 31  |
| Ekonomi           | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0       | 0       | 1       | 3       | 0       | 0       | 4  | 15  |
| Her şey Dahil     | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 1      | 1      | 0       | 0       | 0       | 0       | 1       | 0       | 3  | 12  |
| İstihdam          | 2      | 0      | 1      | 0      | 0      | 1      | 1      | 1      | 1      | 1       | 0       | 2       | 1       | 0       | 0       | 11 | 42  |
| Toplam            | 2      | 0      | 1      | 4      | 0      | 4      | 1      | 2      | 2      | 1       | 0       | 4       | 4       | 1       | 0       | 26 | 100 |

**Not: K=Katılımcı, f=Frekans**

Ekonomik kategoride ise dört kodlama yer almaktadır ve içerik analizi Tablo 3.5'te sunulmuştur. Bu kategorinin %42'sini istihdam olarak kodlanan çağrışımlar oluşturmaktadır. Bu çağrışımlardan birkaçı şöyledir: "Eğitimli istihdam önceliği (**Katılımcı 1**)", "eğitimli personel (**Katılımcı 3**)", "vasıflı eleman (**Katılımcı 7**)", "profesyonel işgücü (**Katılımcı 10**)", "istihdam (**Katılımcı 13**)". Bu kategorinin %31'ini oluşturan ve alternatif turizm olarak kodlanan çağrışımlardan birkaçı ise şöyledir: "Spor turizmi (**Katılımcı 4**)", "kış organizasyonları (**Katılımcı 6**)" ve "turizm fuarları (**Katılımcı 6**)". Ekonomi olarak kodlanan çağrışımlar ise; "ekonomi (**Katılımcı 12**)", "gelir (**Katılımcı 13**)" ve "refah (**Katılımcı 13**)" tır. Ekonomik çağrışımlara en çok sahip olan katılımcılar; Katılımcı 4 (f=4), Katılımcı 6 (f=4), Katılımcı 12 (f=4) ve Katılımcı 13 (f=4)'tür.

Tablo 3.6 Kültürel Kategori İçerik Analizi Tablosu

|          |                  | K<br>1 | K<br>2 | K<br>3 | K<br>4 | K<br>5 | K<br>6 | K<br>7 | K<br>8 | K<br>9 | K<br>10 | K<br>11 | K<br>12 | K<br>13 | K<br>14 | K<br>15 | f  | %   |
|----------|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----|-----|
| Kültürel | Gastronomi       | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 1       | 1       | 0       | 0       | 1       | 0       | 3  | 21  |
|          | Kültürü Yaşatmak | 0      | 1      | 1      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0       | 3       | 0       | 0       | 0       | 2       | 7  | 50  |
|          | Tarihi Yaşatmak  | 0      | 2      | 0      | 0      | 0      | 0      | 1      | 0      | 0      | 0       | 1       | 0       | 0       | 0       | 0       | 4  | 29  |
|          | Toplam           | 0      | 3      | 1      | 0      | 0      | 0      | 1      | 0      | 0      | 1       | 5       | 0       | 0       | 1       | 2       | 14 | 100 |

Not: K=Katılımcı, f=Frekans

Kültürel kategori içerik analizi bulguları Tablo 3.6’da yer almaktadır. Bu kategoride üç adet kodlama yer almakta ve bunlar; gastronomi, kültürü yaşatmak ve tarihi yaşatmaktır. En çok tekrarlanan kültürü yaşatmak kodlaması ise bu kategorinin %50’sini oluşturmaktadır. Katılımcıların bu kodlamada yer alan çağrışımları ise şöyle sıralanabilir: “*Kültürü yaşatmak (Katılımcı 2)*”, “*Antalya’nın kültürel yapısı (Katılımcı 11)*” ve “*yöre ve kültür (Katılımcı 11)*”, “*kültürel değerler (Katılımcı 15)*”’dir. Mevcut kategori kodlamalarının %29’unu ise tarihi yaşatmak kodlaması oluşturmakta ve katılımcı çağrışımları şu şekilde sıralanabilir: “*Likya yolunu yaşatmak (Katılımcı 2)*”, “*tarihi alanların korunması (Katılımcı 7)*”, “*Antalya’nın tarihi yapısı (Katılımcı 11)*”. Katılımcı 11 (f=5) en fazla kültürel çağrışımlara sahip otel işletmecisidir.

Nüfuslaşma, rekreatif faaliyetler, toplumsal ilişkiler, ulaşılabilirlik, yerel halkla ilişkiler ve ziyaretçiler kodlamalarının yer aldığı sosyal kategori içerik analizi bulguları Tablo 3.7’de yer almaktadır.

Tablo 3.7 Sosyal Kategori İçerik Analizi Tablosu

|                        | K | K | K | K | K | K | K | K | K | K  | K  | K  | K  | K  | K  | f  | %   |
|------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|-----|
|                        | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |    |     |
| Nüfuslaşma             | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0  | 0  | 0  | 0  | 0  | 1  | 1  | 3   |
| Rekreatif Faaliyetler  | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2  | 0  | 0  | 0  | 7  | 0  | 13 | 42  |
| Toplumsal İlişkiler    | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0  | 0  | 0  | 0  | 0  | 1  | 4  | 13  |
| Ulaşılabilirlik        | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1  | 2  | 0  | 0  | 0  | 0  | 5  | 16  |
| Yerel Halkla İlişkiler | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0  | 0  | 0  | 1  | 0  | 1  | 6  | 19  |
| Ziyaretçiler           | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0  | 0  | 0  | 1  | 0  | 0  | 2  | 6   |
| Toplam                 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 0 | 0 | 3  | 2  | 0  | 2  | 7  | 3  | 31 | 100 |

Not: K=Katılımcı, f=Frekans

Sosyal kategorisinin %42'sini rekreatif faaliyetler kodlaması oluşturmaktadır. Bu kodlamada yer alan katılımcı çağrışımları şöyledir: “Maraton (**Katılımcı 4**)”, “bisiklet (**Katılımcı 4**)” ve “kürek (**Katılımcı 4**)”, “eğlence (**Katılımcı 10**)” ve “spor (**Katılımcı 10**)”, “kamp (**Katılımcı 14**)”, “triatlon (**Katılımcı 14**)”, “yoga” (**Katılımcı 14**)” ve “kayak (**Katılımcı 14**)”. Yerel halkla ilişkiler (f=6) olarak kodlanan çağrışımlar ise şu şekildedir: “Halk ve turizmin uyumu (**Katılımcı 1**)”, “yerel halkın algısı (**Katılımcı 5**)”, “kent sakinlerinin turizme olan isteği (**Katılımcı 7**)”, “yerel insanlara sağlanan ekonomik fayda (**Katılımcı 15**)”. Mevcut kategorinin %16'sını oluşturan ulaşılabilirlik kodlamasına sahip çağrışımlar ise; “ulaşım ağı (**Katılımcı 7**)”, “ulaşım (**Katılımcı 10**)”, “havaalanı (**Katılımcı 11**)” ve “şehir içi ulaşım (**Katılımcı 11**)”. Katılımcı 14 (f=7)'ün Antalya'nın sürdürülebilir turizm gelişimine yönelik çağrışımlarının %70'i sosyal kategoride yer almaktadır.

Tablo 3.8 Yönetimsel Kategori İçerik Analizi Tablosu

|                   | K | K | K | K | K | K | K | K | K | K  | K  | K  | K  | K  | K  | f  | %   |
|-------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|-----|
|                   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |    |     |
| Güvenlik          | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1  | 0  | 1  | 0  | 0  | 0  | 5  | 21  |
| Şehir Planlaması  | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 | 1 | 0 | 0 | 2 | 1  | 0  | 0  | 0  | 0  | 2  | 10 | 42  |
| Turizm Planlaması | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0  | 0  | 0  | 0  | 0  | 0  | 3  | 13  |
| Turizm Politikası | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0  | 0  | 0  | 1  | 0  | 0  | 6  | 25  |
| Toplam            | 1 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 1 | 0 | 5 | 2  | 0  | 1  | 1  | 0  | 2  | 24 | 100 |

Not: K=Katılımcı, f=Frekans

Son olarak, yönetimsel kategorisine ulaşılmış ve bu kategorinin içerik analizi bulguları Tablo 3.8’de yer almaktadır. Yönetimsel kategorisinin %42’sini şehir planlaması olarak kodlanan çağrışımlar oluşturmaktadır. Bu çağrışımlara birkaç örnek şu şekildedir: “*Planlı kentleşme (Katılımcı 3)*”, “*kent peysajı (Katılımcı 3)*”, “*altyapı yetersizliği (Katılımcı 9)*”, “*kontROLSÜZ yapılaşma (Katılımcı 15)*”. Bu kategorinin %25’ini oluşturan ve turizm politikası olarak kodlanan çağrışımlar ise şöyledir: “*Siyasi istikrar (Katılımcı 3)*”, “*yerel yönetim (Katılımcı 5)*”, “*yerel esnafların denetimi (Katılımcı 9)*”, “*denetim sorunu (Katılımcı 13)*”. Tablo incelendiğinde Katılımcı 9’un çağrışımlarının daha çok yönetimsel kategoride yer aldığı; Katılımcı 8, Katılımcı 11 ve Katılımcı 14’ün ise Antalya’nın sürdürülebilir turizm gelişimine dair çağrışımlarının yönetimsel kategoride bulunmadığı ifade edilebilir.

**Tablo 3.9 Katılımcıların Zihninde Canlanan Görsel Çağrışımlarını Yansıtan Kod ve Kategoriler Tablosu**

|                                          |                    | K<br>1 | K<br>2 | K<br>3 | K<br>4 | K<br>5 | K<br>6 | K<br>7 | K<br>8 | K<br>9 | K<br>10 | K<br>11 | K<br>12 | K<br>13 | K<br>14 | K<br>15 | f  | %  |
|------------------------------------------|--------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----|----|
| <b>Doğa Görseli</b><br>(N=23)            | Doğal Kaynaklar    | 0      | 0      | 0      | 1      | 0      | 0      | 4      | 2      | 1      | 0       | 3       | 0       | 1       | 0       | 0       | 12 | 52 |
|                                          | Doğanın İmajı      | 1      | 0      | 0      | 2      | 2      | 1      | 0      | 0      | 0      | 1       | 0       | 0       | 0       | 0       | 0       | 7  | 30 |
|                                          | İklim              | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 1      | 0      | 1      | 0       | 0       | 0       | 0       | 0       | 0       | 2  | 9  |
|                                          | Yenilenebilir      | 1      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0       | 0       | 0       | 0       | 0       | 1       | 2  | 9  |
| <b>İnsan Kaynakları Görseli</b><br>(N=3) |                    |        |        |        |        |        |        |        |        |        |         |         |         |         |         |         | f  | %  |
|                                          | İşveren            | 1      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0       | 0       | 0       | 0       | 0       | 0       | 1  | 33 |
|                                          | Nitelikli İşgücü   | 1      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0       | 0       | 1       | 0       | 0       | 0       | 2  | 67 |
| <b>Kentsel Görsel</b><br>(N=26)          |                    |        |        |        |        |        |        |        |        |        |         |         |         |         |         |         | f  | %  |
|                                          | Kent İmajı         | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 3      | 0      | 3       | 0       | 0       | 0       | 0       | 3       | 9  | 35 |
|                                          | Kentsel Mekân      | 0      | 1      | 0      | 0      | 1      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0       | 1       | 0       | 0       | 3       | 1       | 7  | 27 |
|                                          | Restorasyon        | 0      | 1      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0       | 0       | 0       | 0       | 0       | 0       | 1  | 4  |
|                                          | Sosyal Yaşam       | 0      | 0      | 0      | 2      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0       | 0       | 0       | 0       | 0       | 1       | 3  | 12 |
|                                          | Tarihi İmaj        | 0      | 0      | 5      | 0      | 1      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0       | 0       | 0       | 0       | 0       | 0       | 6  | 23 |
| <b>Turistik Görsel</b><br>(N=14)         |                    |        |        |        |        |        |        |        |        |        |         |         |         |         |         |         | f  | %  |
|                                          | Gastronomi         | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0       | 2       | 0       | 0       | 1       | 0       | 3  | 21 |
|                                          | Spor Aktiviteleri  | 0      | 0      | 0      | 2      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0       | 1       | 0       | 0       | 2       | 0       | 5  | 36 |
|                                          | Turistik Çekicilik | 0      | 0      | 0      | 2      | 0      | 0      | 0      | 2      | 0      | 0       | 0       | 0       | 0       | 1       | 0       | 5  | 36 |
|                                          | Ziyaretçiler       | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0       | 1       | 0       | 0       | 0       | 0       | 1  | 7  |
| <b>Yönetimsel Görsel</b><br>(N=21)       |                    |        |        |        |        |        |        |        |        |        |         |         |         |         |         |         | f  | %  |
|                                          | Alt Yapı           | 0      | 1      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0       | 0       | 0       | 0       | 0       | 0       | 1  | 5  |
|                                          | Betonlaşma         | 1      | 2      | 1      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0       | 0       | 0       | 0       | 0       | 0       | 4  | 19 |
|                                          | Ekonomi            | 0      | 0      | 0      | 1      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0       | 0       | 1       | 0       | 0       | 0       | 2  | 10 |
|                                          | Paydaşlar          | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0       | 0       | 0       | 1       | 0       | 0       | 1  | 5  |
|                                          | Politika           | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 1      | 0       | 0       | 0       | 1       | 0       | 0       | 2  | 10 |
|                                          | Turizm Planlaması  | 0      | 0      | 0      | 0      | 0      | 4      | 0      | 0      | 0      | 2       | 0       | 0       | 1       | 0       | 1       | 8  | 38 |
|                                          | Ulaşılabilirlik    | 0      | 0      | 0      | 0      | 1      | 0      | 0      | 0      | 0      | 0       | 2       | 0       | 0       | 0       | 0       | 3  | 14 |

Not: K=Katılımcı, f=Frekans

Yapılan serbest çağrışım görüşmesinin ikinci sorusu “Lütfen, “Antalya’nın Sürdürülebilir Turizm Gelişimini düşünerek zihninizde bir resim canlandırabilir misiniz? Zihninizde canlanan o resimde neler olduğunu söyleyebilir misiniz” şeklindeydi. Bu doğrultuda otel işletmecilerinin söylemiş oldukları kavramların içerik analizi Tablo 3.9’da yer almaktadır. Öncelikle katılımcıların zihninde canlandığı resimde olanlar kodlama yapılmış ve ardından aralarındaki uyumlarına göre bu kodlamalar kategorileştirilmiştir. Beş temel kategori oluşmuştur ve bunlar şöyledir: Doğa görseli (N=23), insan kaynakları görseli (N=3), kentsel görsel (N=26), turistik görsel (N=14) ve yönetsel görsel (N=21).

Katılımcıların zihninde canlandığı resimde yer alan çağrışımlardan oluşan doğa görseli kategorisi incelendiğinde; doğal kaynaklar (%52), doğanın imajı (%30), iklim (%9) ve yenilenebilir (%9) kodlamaları ortaya çıkmıştır. Doğal kaynaklar olarak kodlanan çağrışımlardan birkaçı şöyle sıralanabilir: “*Tropikal bitkiler (Katılımcı 4)*”, “*Beydağları (Katılımcı 7)*”, “*Toroslar (Katılımcı 7)*”, “*doğa (Katılımcı 8)*”, “*Antalya’ya has kelebekler ve kuşlar (Katılımcı 11)*”, “*endemik bitkiler (Katılımcı 11)*”, “*doğal kaynaklar (Katılımcı 13)*”. Doğanın imajı olarak kodlanan çağrışımlardan birkaçı ise şöyle sıralanabilir: “*Doğanın 100 yıl önceki hali (Katılımcı 1)*”, “*doğanın güzelliği (Katılımcı 4)*”, “*doğal güzellikler (Katılımcı 5)*”, “*daha yeşil ve temiz doğa (Katılımcı 6)*”, “*daha temiz deniz (Katılımcı 10)*”.

Katılımcıların çağrışımları incelendiğinde en az insan kaynakları görseli kategorisinde yer aldığı ifade edilebilir. Bu görsel kategorisi; işveren (%33) ve nitelikli işgücü (%67) kodlamalarından oluşmaktadır. Katılımcıların zihninde canlandığı Antalya’nın sürdürülebilir turizm gelişimi görselindeki işveren kodlamasına sahip çağrışım; “*personelin haklarını gözetken işveren (Katılımcı 1)*” dir. Nitelikli işgücü olarak kodlanan çağrışımlar ise şöyledir: “*Daha eğitilmiş personel (Katılımcı 1)*” ve “*istihdam (Katılımcı 12)*”.

Kentsel görsel olarak adlandırılan kategoride ise; kent imajı, kentsel mekân, restorasyon, sosyal yaşam ve tarihi imaj kodlamaları bulunmaktadır. Bu kategorinin %35’ini oluşturan kent imajı kodlamasında yer alan çağrışımlardan birkaçı şöyle sıralanabilir: “*Temiz şehir olması (Katılımcı 8)*”, “*Antalya’nın marka olması (Katılımcı 8)*”, “*doğayla daha barışık bir kent (Katılımcı 10)*”, “*metropol olmayan turizm kenti (Katılımcı 10)*”, “*denizi korunmuş bir kent (Katılımcı 15)*”, “*doğası korunmuş bir kent (Katılımcı 15)*”, ve “*yeşili korunmuş bir kent (Katılımcı 15)*”. Kentsel görsel kategorisinin %27’sini oluşturan ve kentsel mekân olarak kodlanan çağrışımlar ise şöyledir: “*Kaleiçi (Katılımcı 2)*”, “*mükemmel old town (Katılımcı 14)*”, “*butikler (Katılımcı 14)*”, “*açık hava alışveriş merkezi (Katılımcı 14)*”.

Dördüncü kategori ise turistik görsel olarak adlandırılmış ve bu kategoride gastronomi (%21), spor aktiviteleri (%36), turistik çekicilik (%36) ve ziyaretçiler (%7) kodlamaları yer

almaktadır. Gastronomi olarak kodlanan çağrışımlar şu şekildedir: “*Kafeler (Katılımcı 11)*”, ve “*restoranlar (Katılımcı 11)*”, “*gastronomi noktası (Katılımcı 14)*”. Bu kategorinin %36’sını oluşturan spor aktiviteleri kodlamasında yer alan çağrışımlardan birkaçı şöyle sıralanabilir: “*Rafting (Katılımcı 4)*”, “*yürüyüş yapan insanlar (Katılımcı 11)*” ve “*kamp (Katılımcı 14)*”. Turistik çekicilik olarak kodlanan çağrışımlar ise; “*tatil yeri (Katılımcı 4)*”, “*tema parkları (Katılımcı 8)*”, “*özen yerleri (Katılımcı 8)*”, “*açık hava müzesi (Katılımcı 14)*” şeklindedir.

Altyapı, betonlaşma, ekonomi, paydaşlar, politika, turizm planlaması ve ulaşılabilirlik kodlamalarından oluşan kategori ise yönetimsel görsel (N=21) olarak adlandırılmıştır. Katılımcıların zihninde canlandırdığı Antalya’nın sürdürülebilir turizm gelişimi görselindeki turizm planlaması (%38) olarak kodlanan çağrışımlardan birkaçı şöyledir: “*Kışın sağlık turizmine önem vermek (Katılımcı 16)*”, “*ulaşım ve popülasyonu daha fazla büyümeyen (Katılımcı 10)*”, “*uzun dönemli vizyon (Katılımcı 13)*”, “*Antalya’nın bir milyonu aşmayan nüfusu (Katılımcı 15)*”. Betonlaşma olarak kodlanan bazı çağrışımlar ise; “*yeni otel ruhsatı verişinin durduğu (Katılımcı 1)*”, “*betonlaşmanın azalması (Katılımcı 2)*”, “*tahribat (Katılımcı 3)*” şeklindedir.

### 3.8.2. Kelime Bulutu (Word Cloud) Analizine Dair Bulgular

Otel işletmecilerinin Antalya’nın sürdürülebilir turizm gelişimi ile ilgili sosyal temsillerini resmetmek amacıyla yine bir analiz yazılımı olan MAXQDA (deneme sürümü) ile kelime bulutu (Word Cloud) analizi yapılmıştır ve kelime bulutu Şekil 3.1’de yer almaktadır. Katılımcıların çağrışımları uygun şekilde kodlandıktan sonra MAXQDA (deneme sürümü) yazılımı aracılığıyla kelime bulutu ortaya çıkarılmıştır. Kelime bulutunda yazı puntolarının büyüklüğü çağrışımların tekrarlanmasıyla orantılıdır.





Şekil 3.2 Y Kuşağı Çağrışımlarının Kelime Bulutu

Araştırmaya katılan otel işletmecilerinden 1977-1996 yaş aralığında olanlar Y kuşağı olarak belirlenmiştir. Antalya'nın sürdürülebilir gelişimine dair Y kuşağının çağrışımlarının kelime bulutu oluşturulmuştur ve Şekil 3.2'de yer almaktadır. Y kuşağı katılımcıların en çok tekrarladığı çağrışımın rekreatif faaliyetler olduğu görülmektedir. Ardından; turizm planlaması, doğal kaynaklar, istihdam, kent imajı ve gastronomi gelmektedir.



Şekil 3.3 X Kuşağı Çağrışımlarının Kelime Bulutu

1965-1976 yaş aralığında olan X kuşağı otel işletmecilerinin Antalya'nın sürdürülebilir gelişimine dair çağrışımları şekil 3.3'te yer almaktadır. X kuşağı katılımcıların doğal kaynaklara odaklandığı görülmektedir. Ardından ulaşılabilirlik, konaklama hizmeti, tarihi yaşatmak, turistik çekicilik ve doğayı koruma gelmektedir.



Şekil 3.4 Baby Boomer Kuşağı Çağrışımlarının Kelime Bulutu

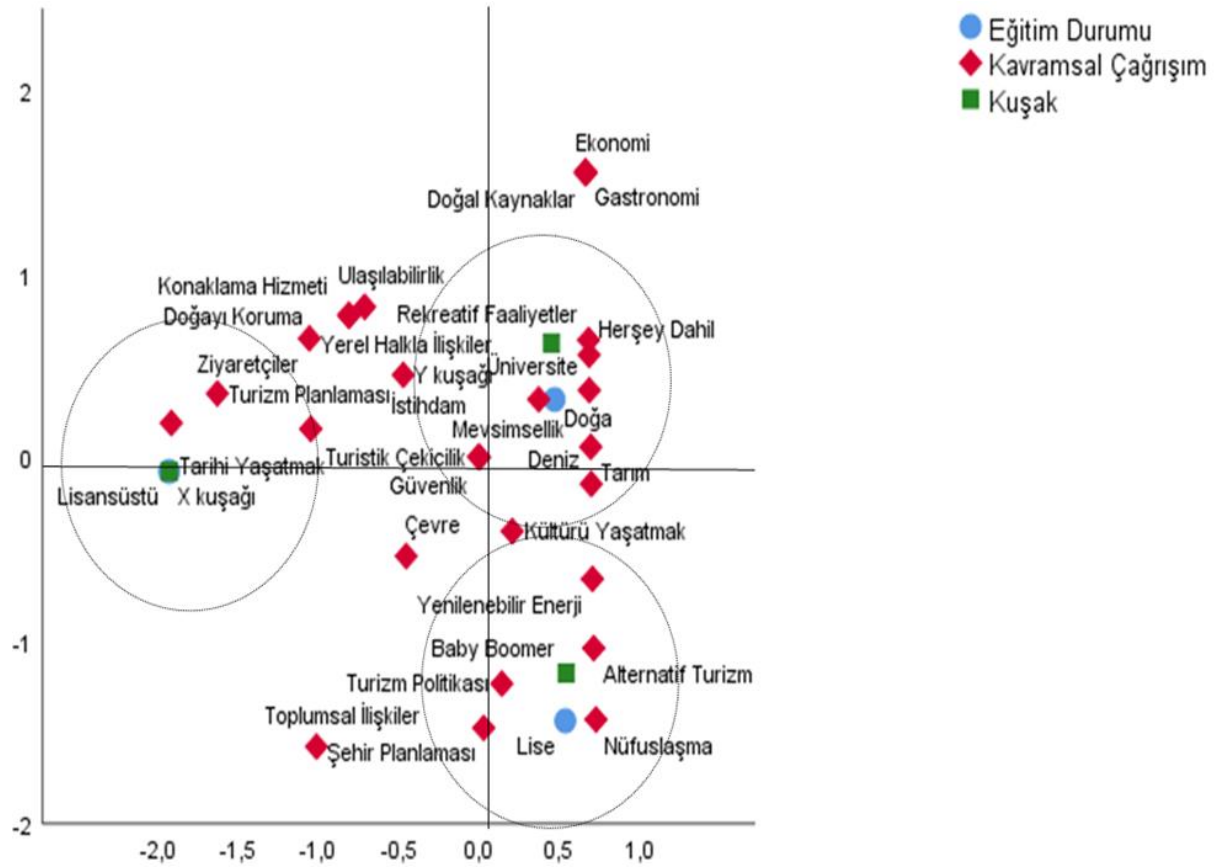
Son olarak Baby Boomer olarak adlandırılan ve 1946-1964 yaş aralığında olan katılımcıların Antalya'nın sürdürülebilir gelişimine dair çağrışımlarının kelime bulutu oluşturulmuştur ve Şekil 3.4'te yer almaktadır. Bu kuşakta yer alan katılımcıların en temel çağrışımının şehir planlaması olduğu ifade edilebilir. Ardından tarihi imaj, turizm politikası, yenilenebilir enerji ve alternatif turizm yer almaktadır.

Genel olarak bu bahsi geçen üç kuşağın çağrışımlarını incelediğimizde Baby Boomer kuşağının daha çok yönetsel çağrışımlara sahip olduğu ifade edilebilir. X kuşağının ise daha çok doğaya odaklandığı görülmektedir. Y kuşağı ise diğer iki kuşak gibi doğa ve yönetsel konuların yanında; kültürden tarihe, ekonomiden sosyal konulara kadar farklı perspektiflerden çağrışımlara sahiptirler.

### 3.8.3. Çoklu Mütakabiliyet Analizine (Multiple Correspondence Analysis) Dair Bulgular

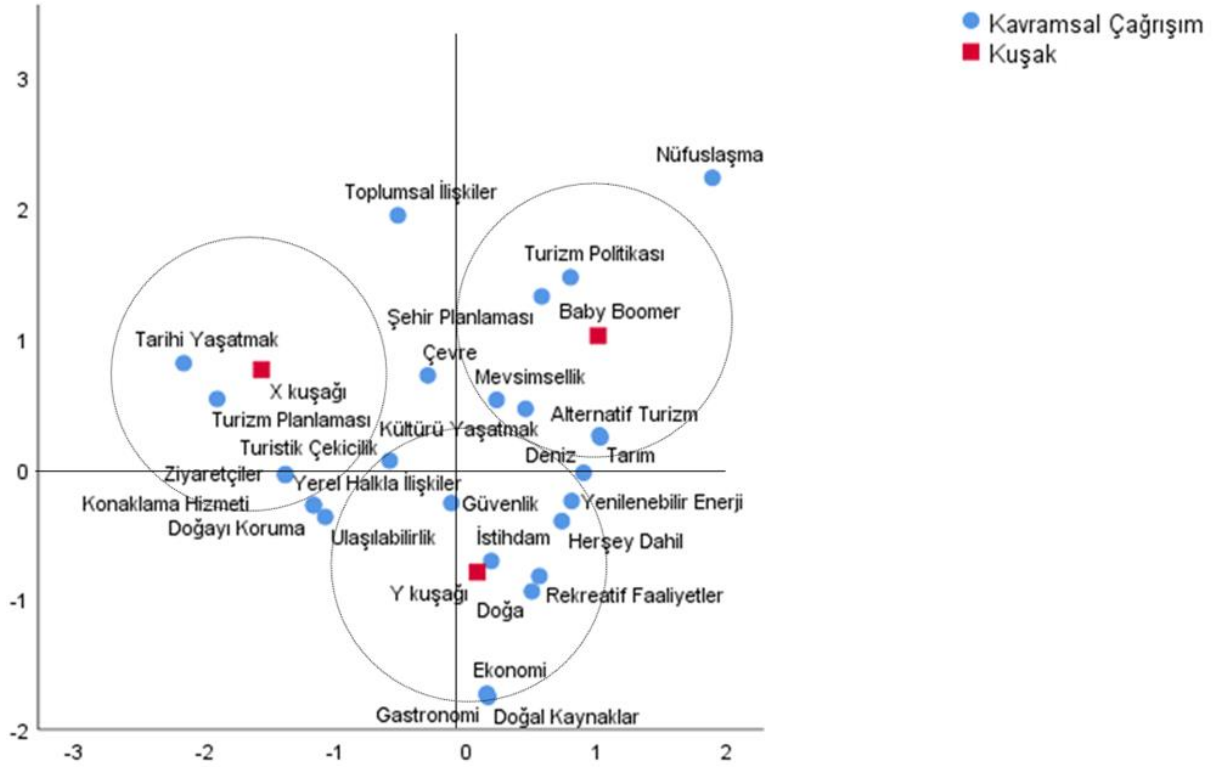
Tüm katılımcıların kavramsal çağrışımlara ilişkin değerlendirmelerinin kuşak ve eğitim durumlarına dayalı mütakabiliyet analizi sonucu Grafik 3.1'de yer almaktadır.

Kuşaklar, Y, X ve Baby Boomer; eğitim durumu ise lise, üniversite ve lisansüstü olarak belirlenmiştir.



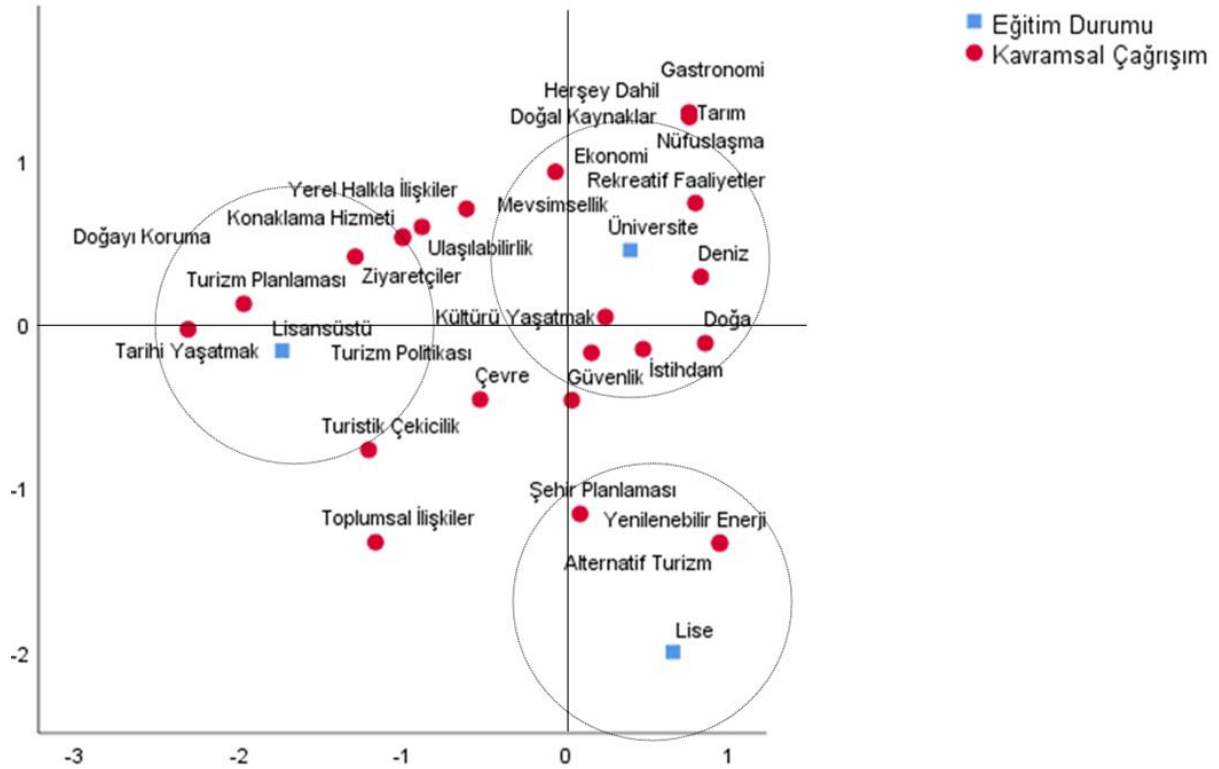
**Grafik 3.1 Kavramsal Çağrışımların Kuşak ve Eğitim Durumuna Dair Mütakabiliyet Analizi Grafiği**

Tüm katılımcıların kavramsal çağrışımlara ilişkin değerlendirmelerinin kuşak ve eğitim durumlarına dayalı mütakabiliyet analizi sonucuna göre; lisansüstü eğitim düzeyindeki katılımcılar ve X kuşağı katılımcılarının; tarihi yaşatmak, turizm planlaması, ziyaretçiler ve doğayı koruma ile ilgili çağrışımlara daha yakın oldukları görülmektedir. Üniversite düzeyindeki katılımcılar ve Y kuşağı katılımcılarının ise mevsimsellik, her şey dahil, doğa, deniz, turistik çekicilik, tarım ve güvenlik ile ilgili çağrışımlara daha yakın oldukları görülmektedir. Lise düzeyindeki katılımcılar ve Baby Boomer kuşağı katılımcılarının ise alternatif turizm, turizm politikası, toplumsal ilişkiler ve şehir planlaması ile ilgili çağrışımlara daha yakın oldukları görülmektedir. Yatay düzlem içi açıklanma oranı %79,6 ve dikey düzlem için açıklanma oranı %53,3'tür. Ortalama açıklanma oranı ise %66,5'tir. Kurulan çoklu mütakabiliyet analizi modeli ise anlamlı bulunmuştur ( $P=0,001$ ).



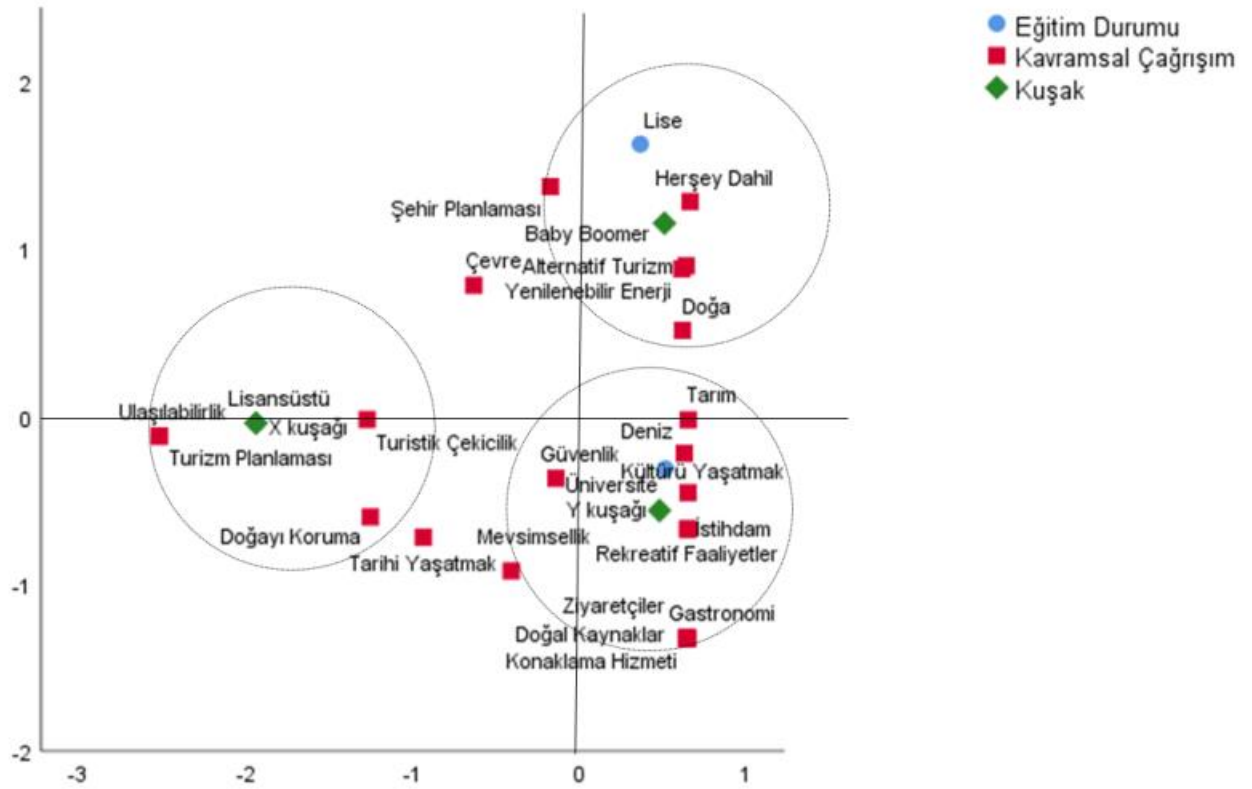
**Grafik 3.2 Kavramsal Çağrışımların Kuşaklara Dair Mütakabiliyet Analizi Grafiği**

Tüm katılımcıların kavramsal çağrışımlarının kuşaklara dayalı mütakabiliyet analizi sonucu Grafik 3.2’de yer almaktadır. Y kuşağı katılımcıların; doğa, istihdam, güvenlik, her şey dahil, yenilenebilir enerji, doğal kaynaklar ve ekonomi çağrışımlarına daha yakın oldukları görülmektedir. X kuşağı otel işletmecilerinin ise; turizm planlaması, tarihi yaşatmak ve ziyaretçiler ile ilgili çağrışımlara daha yakın oldukları ifade edilebilir. Baby Boomer kuşağı otel işletmecilerinin ise; turizm politikası, şehir planlaması, mevsimsellik ve alternatif turizm ile ilgili çağrışımlara daha yakın olduğu görülmektedir. Yatay düzlem içi açıklanma oranı %76,7 ve dikey düzlem için açıklanma oranı %72,9’dur. Ortalama açıklanma oranı ise %74,8’dir. Kurulan çoklu mütakabiliyet analizi modeli ise anlamlı bulunmuştur ( $P=0,001$ ).



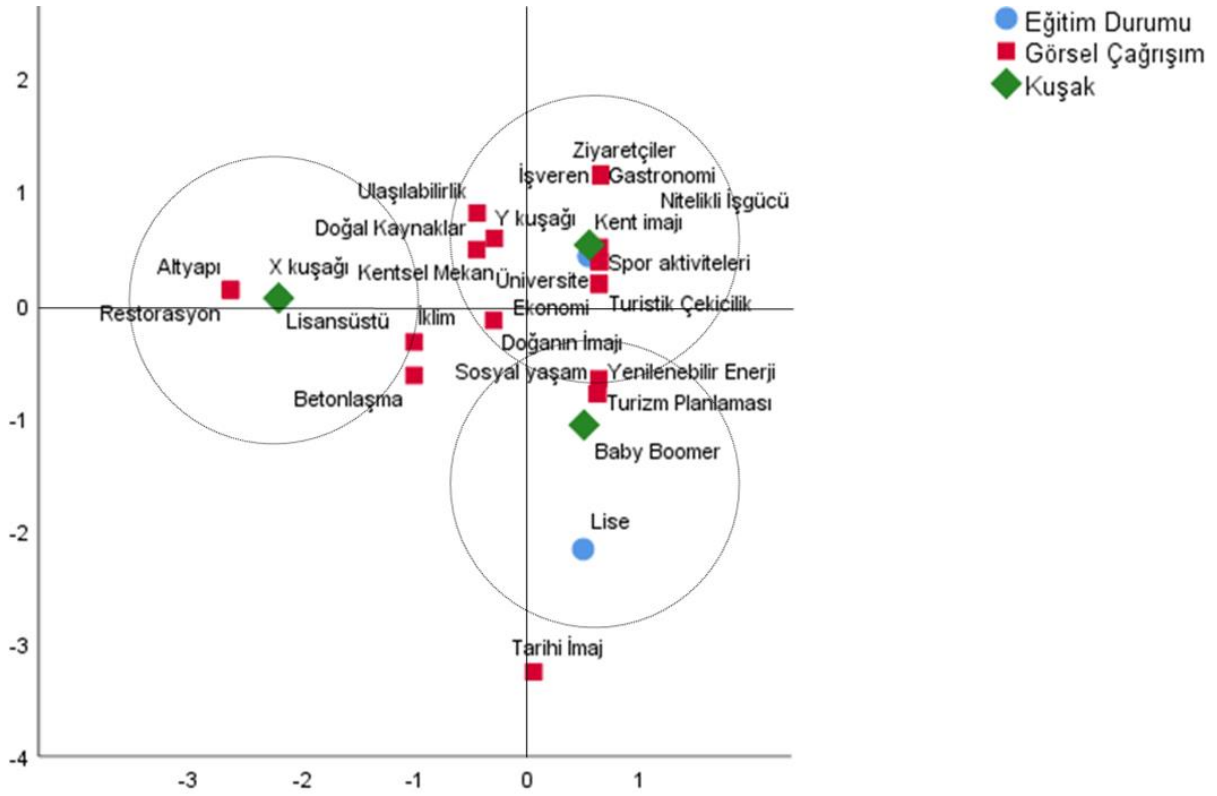
**Grafik 3.3 Kavramsal Çağrışımların Eğitim Düzeyine Dair Mütakabiliyet Analizi Grafiği**

Tüm katılımcıların kavramsal çağrışımlarının eğitim düzeyine dayalı mütakabiliyet analizi sonucu Grafik 3.3'te yer almaktadır. Lise mezunu otel işletmecilerinin daha yakın oldukları çağrışımlar; alternatif turizm, yenilenebilir enerji ve şehir planlamasıdır. Üniversite mezunu katılımcıların ise; deniz, doğa, rekreatif faaliyetler, ekonomi, nüfuslaşma, istihdam ve güvenlik çağrışımlarına daha yakın oldukları görülmektedir. Eğitim düzeyi lisansüstü olan katılımcılar ise turizm planlaması, tarihi yaşatmak, turizm politikası, ziyaretçiler ve konaklama hizmeti çağrışımlarına daha yakın oldukları ifade edilebilir. Bu grafiğe bakıldığında üniversite mezunu katılımcıların Antalya'nın sürdürülebilir turizm gelişimine dair çağrışımlarının daha farklı perspektiflerde olduğu ifade edilebilir. Bu anlamda lise mezunu katılımcıların çağrışımlarının ise daha kısıtlı alanlarda olduğu görülmektedir. Yatay düzlem içi açıklanma oranı %76,0 ve dikey düzlem için açıklanma oranı %67,5'tir. Ortalama açıklanma oranı ise %71,8'dir. Kurulan çoklu mütakabiliyet analizi modeli ise anlamlı bulunmuştur ( $P=0,001$ ).



**Grafik 3.4 Kavramsal Çağrışımların Eğitim Düzeyine ve Kuşaklara Dair Mütakabiliyet Analizi Grafiği (İlk 5 Yanıt Dair)**

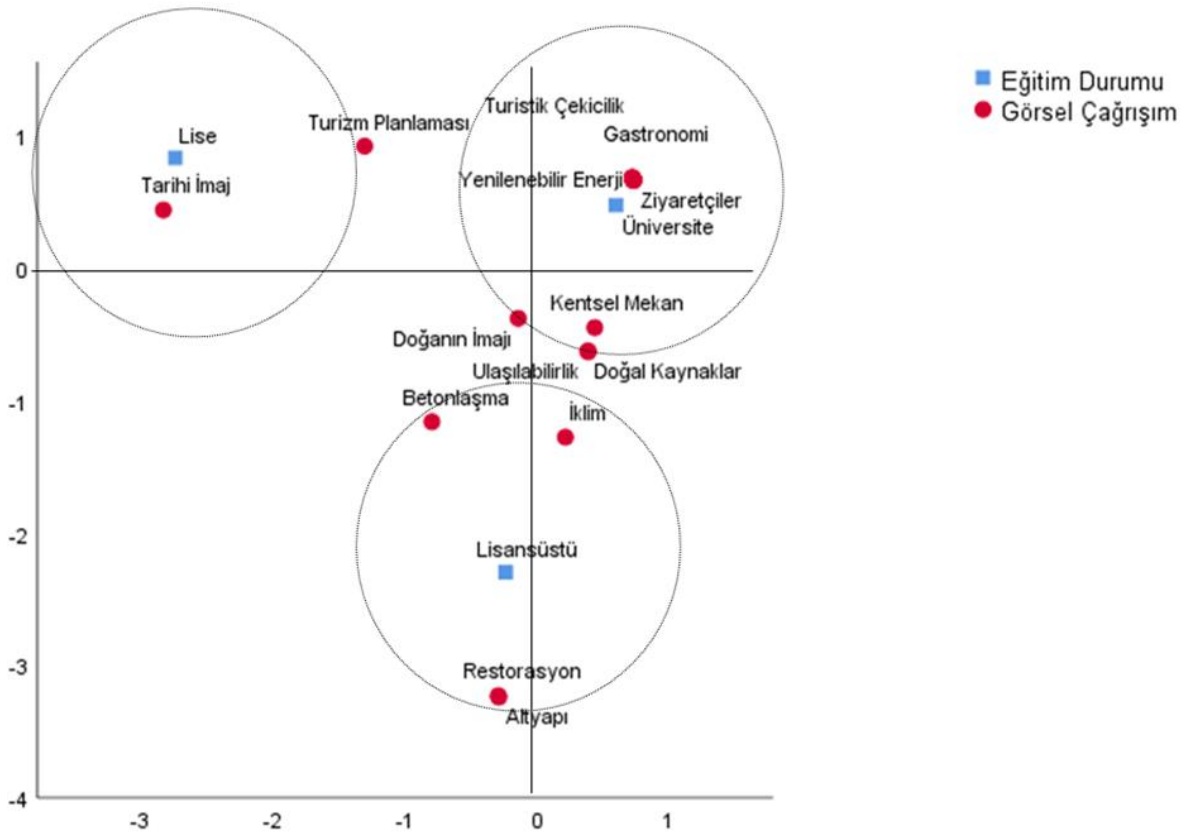
İlk akla gelen çağrışımların öneminden yola çıkarak, tüm katılımcıların (ilk beş yanıtına dair) kavramsal çağrışımlara ilişkin değerlendirmelerinin kuşak ve eğitim durumlarına dayalı mütakabiliyet analizi yapılmış ve sonucu Grafik 3.4'te yer almaktadır. Lisansüstü eğitim düzeyindeki katılımcılar ve X kuşağı katılımcıların; turizm planlaması, turistik çekicilik, ulaşılabilirlik ve doğayı koruma çağrışımlarına daha yakın oldukları görülmektedir. Üniversite mezunu ve Y kuşağı otel işletmecilerinin ise; istihdam, rekreatif faaliyetler, kültürü yaşatmak, güvenlik, gastronomi, deniz ve doğal kaynaklar çağrışımlarına daha yakın oldukları ifade edilebilir. Baby Boomer ve lise mezunu otel işletmecilerinin ise; her şey dahil, alternatif turizm, yenilenebilir enerji, doğa ve şehir planlaması çağrışımlarına daha yakın olduğu görülmektedir. Yatay düzlem içi açıklanma oranı %84,7 ve dikey düzlem için açıklanma oranı %55,3'tür. Ortalama açıklanma oranı ise %70,0'dır. Kurulan çoklu mütakabiliyet analizi modeli ise anlamlı bulunmuştur ( $P=0,001$ ).



**Grafik 3.5 Görsel Çağrışımların Eğitim Düzeyine ve Kuşaklara Dair Mütakabiliyet Analizi Grafiği**

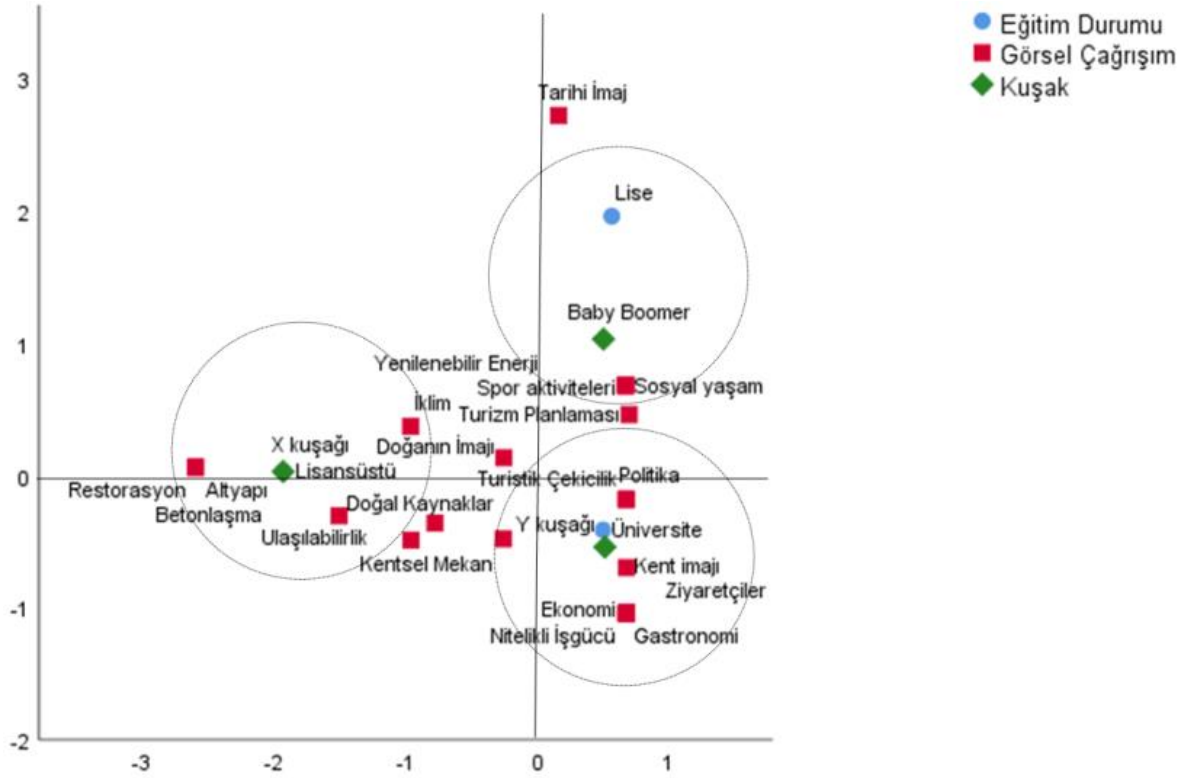
Tüm katılımcıların görsel çağrışımlarına ilişkin değerlendirmelerinin kuşak ve eğitim durumlarına dayalı mütakabiliyet analizi sonucu Grafik 3.5'te yer almaktadır. Grafik incelendiğinde Lise mezunu ve Baby Boomer katılımcıların; turizm planlaması, yenilenebilir enerji ve sosyal yaşam çağrışımlarına daha yakın olduklarını görülmektedir. X kuşağı ve lisansüstü eğitim düzeyine sahip otel işletmecilerinin ise; altyapı ve restorasyon çağrışımlarına daha yakın oldukları ifade edilebilir. Y kuşağı ve üniversite mezunu katılımcıların daha yakın oldukları çağrışımlar ise şöyle sıralanabilir; kent imajı, spor aktiviteleri, turistik çekicilik, nitelikli işgücü ve ekonomi. Genel olarak grafik incelendiğinde Y kuşağı ve üniversite mezunu otel işletmecilerinin ekonomiden, insan kaynaklarına, kültürden spora daha farklı konularda çağrışımlara sahip oldukları ifade edilebilir. Yatay düzlem içi açıklanma oranı %89,2 ve dikey düzlem için açıklanma oranı %60,8'dir. Ortalama açıklanma oranı ise %75'tir. Kurulan çoklu mütakabiliyet analizi modeli ise anlamlı bulunmuştur ( $P=0,001$ ).





**Grafik 3.7 Görsel Çağrışımların Eğitim Düzeyine Dair Mütakabiliyet Analizi Grafiği**

Otel işletmecilerinin Antalya'nın sürdürülebilir turizm gelişimine dair görsel çağrışımlarının eğitim düzeyine dayalı mütakabiliyet analizi bulguları Grafik 3.7'de yer almaktadır. Lise mezunu katılımcıların tarihi imaj çağrışımına daha yakın olduğu görülmektedir. Üniversite mezunu katılımcıların daha yakın olduğu çağrışımlar ise; ziyaretçiler, yenilenebilir enerji, gastronomi ve kentsel mekân olarak sıralanabilir. İklim, betonlaşma, restorasyon ve altyapı çağrışımlarına daha yakın olan katılımcıların ise lisansüstü eğitim düzeyinde oldukları ifade edilmektedir. Yatay düzlem içi açıklanma oranı %91,1 ve dikey düzlem için açıklanma oranı %88,3'tür. Ortalama açıklanma oranı ise %85,5'tir. Kurulan çoklu mütakabiliyet analizi modeli ise anlamlı bulunmuştur ( $P=0,001$ ).



**Grafik 3.8 Görsel Çağrışımların Eğitim Düzeyine ve Kuşaklara Dair Mütakabiliyet Analizi Grafiği (İlk 5 Yanıt Dair)**

İlk akla gelen çağrışımların öneminden yola çıkarak, tüm katılımcıların (ilk beş yanıtına dair) görsel çağrışımlara ilişkin değerlendirmelerinin kuşak ve eğitim durumlarına dayalı mütakabiliyet analizi yapılmış ve sonucu Grafik 3.8’de yer almaktadır. Lisansüstü eğitim almış ve X kuşağı katılımcıların; altyapı, restorasyon, ulaşılabilirlik ve doğal kaynaklar ile ilgili çağrışımlara daha yakın oldukları görülmektedir. Lise mezunu ve Baby Boomer kuşağı katılımcıların sosyal yaşam ve spor aktiviteleri ile ilgili çağrışımlara daha yakın oldukları görülmektedir. Üniversite mezunu ve Y kuşağı otel işletmecilerinin ise daha yakın olduğu çağrışımlar; kent imajı, politika, ekonomi, ziyaretçiler, nitelikli işgücü ve gastronomidir. Yatay düzlem içi açıklanma oranı %82,9 ve dikey düzlem için açıklanma oranı %63,9’dur. Ortalama açıklanma oranı ise %73,4’tür. Kurulan çoklu mütakabiliyet analizi modeli ise anlamlı bulunmuştur ( $P=0,001$ ).

## SONUÇ

İkinci Dünya savaşı sonrasında yaşanan çalışma saatlerindeki düzenlemeler, tatiller ve teknolojik vb. önemli gelişmeler turizm faaliyetlerinin canlanmasına neden olmuştur. Zamanla paket turlar yaygınlaşmış ve turizm yatırımları da artmıştır. Yaygınlaşan kitle turizmi hareketliliği berberinde birtakım olumlu ve olumsuz etkileri de meydana getirmiştir. Maalesef bu ilerleyiş nedeniyle kaynakların tükenmesi durumu ve birtakım çevresel sorunlar açığa çıkmıştır. Bu doğrultuda bilinçsiz ve aşırı tüketimin önüne geçmek için pek çok araştırmacı sürdürülebilirlik kavramına odaklanmaya başlamıştır. Çevresel kaynakların turizmin temelinde yer alması nedeniyle sürdürülebilirlik kavramı turizm açısından da önem kazanmaya başlamıştır. Bu anlamda sürdürülebilir turizm gelişimi ile hem geleceğin fırsatlarının korunması hem de mevcut yerel halk ve ziyaretçilerin ihtiyaçlarının karşılanması esas alınmıştır.

Bu hususta kitle turizm destinasyonu olan Antalya'nın sürdürülebilir turizm gelişimi araştırma konusu olmuş ve sosyal temsil kuramı çerçevesinde incelenmiştir. Sosyal temsil kuramı belirli bilimsel kavramların veya uzmanlık bilgisinin toplum tarafından nasıl algılanıp temsil edildiği ile ilgili teorik bir birimi temsil etmektedir. Kuramın öncüsü Moscovici'ye göre temsiller kısaca "ne bildiğimizi anlamanın spesifik bir yolu olarak" ifade edilmektedir. Bu ifadeden yola çıkılarak Antalya'daki otel işletmecilerinin "Antalya'nın sürdürülebilir turizm gelişimi" temsilleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Antalya'nın sürdürülebilir turizm gelişiminin kavramsal ve görsel temsillerini belirlemek amacıyla yapılan görüşmeler neticesinde elde edilen veriler farklı analizlere tabi tutulmuştur. Her bir analiz sonucu bulgular bölümünde detaylı yer almaktadır. Öncelikle araştırmanın geçerlik ve güvenilirliğini sağlamak amacıyla nitel yöntemin gerektirdiği birtakım önlemler alınmış ve Kappa analizi gerçekleştirilmiştir. Elde edilen Kappa değerleri uzmanlar arasındaki uyumun çok yüksek olduğuna işaret etmektedir.

Ardından yapılan içerik analizi bulguları incelendiğinde dikkat çekici ve muhtemel sonuçların yer aldığı ifade edilebilir. Temsiller benzerlikleri ve aralarındaki ilişkiye göre kategorilere ayrılmıştır ve çıkan kategoriler; çevresel, ekonomik, kültürel, toplumsal ve yönetimseldir. Bu kategorilerin literatürde yer alan Weaver ve Oppermann (2000)'in sürdürülebilir turizm göstergeleri ile aynı olduğu görülmüştür. Genel olarak bakıldığında otel işletmecilerinin Antalya'nın sürdürülebilir turizm gelişimine dair temsillerinin en çok çevresel konularda olduğu görülmektedir. Dolnicar ve Leisch (2008)'in da bahsettiği gibi tipik tatil aktivitelerinin çoğu doğrudan bir destinasyondaki doğal kaynaklara bağlıdır ve turizm

planlamacıları bu çevresel konuları dikkate almak durumundadır. Zaten turizmin doğası gereği, bir destinasyonun çekiciliğini oluşturan temel unsurlardan biri doğadır (Mikaelli ve Memlük, 2013). Dolayısıyla hem turizmin doğası hem de literatürden yola çıkarak çevresel temsillerin yoğun olması muhtemel bir sonuçtur. Araştırmaya katılan otel işletmecilerinin de çevresel temsillerinin ağır bastığı ve yeterli bilincin olduğu ifade edilebilir. Ardından sosyal, ekonomik ve yönetsel konularda temsillerin var olduğu ifade edilebilir.

Kategoriler içerisinde yer alan çağrışımlar incelendiğinde ise otel işletmecilerinin Antalya'nın sürdürülebilir turizm gelişiminde en çok tekrarlanan temsillerinin rekreatif faaliyetler, istihdam ve şehir planlaması olduğu görülmektedir. Kayak, kamp, futbol, spor ve eğlence gibi rekreatif faaliyetlerin sürdürülebilir turizm gelişiminde önemli olduğu düşünülmektedir. Özellikle kitle turizminin yoğun olarak yaşandığı Antalya'da yaz ayları dışında turizm faaliyetlerinin canlı tutulması adına rekreatif faaliyetler otel işletmecilerinin odaklandığı konular arasındadır. Nitelikli, eğitilmiş ve profesyonel işgücü sürdürülebilir turizm gelişiminde kilit önemde görülmüştür. Yine taşıma kapasitesi (Aguiló vd., 2005; Cooper vd., 2005; Saarinen, 2006), kent peysajı, kontrolsüz yapılaşma gibi şehir planlamasına dair konular otel işletmecilerinin odak noktasında yer almaktadır. Aslında yönetsel konuların otel işletmecileri tarafından önemsendiği fakat yetersiz bulunduğu ifade edilebilir. Antalya'nın sürdürülebilir turizm gelişimine dair olumsuz temsiller olduğu ve bu olumsuzluklara öneri niteliğinde temsillerin yer aldığı görülmektedir. Örnek olarak, mevsimsellik temsiline ilişkin 12 ay turizm ve sağlık turizmi, kültür turizmi, kış organizasyonları gibi alternatif turizm faaliyetleri verilebilir.

Sosyal temsiller genellikle bir görüntü ve görsel bileşene sahiptirler (Pearce, 2005). Dolayısıyla otel işletmecilerinin zihnindeki görseli keşfetmeye yönelik sorulan soruya verilen yanıtlar kodlandığında ise beş temel kategoriye ulaşılmıştır; doğa görseli, insan kaynakları görseli, kentsel görsel, turistik görsel ve yönetsel görsel. Otel işletmecilerinin zihninde canlanan Antalya'nın sürdürülebilir turizm gelişimi görselinde odak noktasının kentsel görsel olduğu görülmekte ve ardından doğa görseli ve yönetsel görsel gelmektedir. Antalya'nın bir kent olarak imajı, mekanları, sosyal yapısı ve bununla birlikte tarihi değerlerinin görüşülen otel işletmecileri için önemli olduğu ifade edilebilir. Doğal kaynaklar en çok tekrarlanan ve dolayısıyla en yaygın temsiller arasında yerini almıştır. Otel işletmecilerinin zihninde canlandırdığı o resimde Toroslar ve Beydağları gibi doğal kaynaklar yer almıştır. Ayrıca mevcut doğanın daha yeşil ve daha temiz olduğuna dair görüntüler, doğanın yeterince korunmadığı şeklinde yorumlanabilir. Görsel temsillerde daha çok somutlaştırılmış nesnelerin yer alması beklenen bir sonuç iken, planlama ve politika gibi daha soyut

temsillerin de yer aldığı görülmüştür. Bu anlamda otel işletmecileri için yönetsel konuların oldukça önemli olduğunu söylenebilir.

Araştırmaya katılan otel işletmecilerinin Antalya'nın sürdürülebilir turizm gelişimine dair temsillerine genel bir bakış sunması adına kelime bulutu analizi yapılmış ve analiz sonuçlarına bulgular kısmında yer verilmiştir. En çok tekrarlanan temsillerin doğal kaynaklar, rekreatif faaliyetler, turizm planlaması, şehir planlaması, turistik çekicilik ve istihdam olduğu görülmektedir. Y kuşağının en çok tekrarlanan temsillerin rekreatif faaliyetler olduğu ve daha çok sosyal temsillerin ağır bastığı görülmektedir. Y kuşağının en genel özellikleri arasında yenilikçi ve çeşitliliği sevmeleri gelmektedir. Bu anlamda Y kuşağı otel işletmecilerin kendi kuşaklarının özelliklerini yansıttıkları ifade edilebilir. X kuşağı otel işletmecilerinin ise doğal kaynaklar temsili ağır basmaktadır. Bilindiği üzere X kuşağının iş yaşamına dahil olduğu dönem ile sürdürülebilir turizmin yaygınlaşmaya başladığı dönem örtüşmektedir. Baby Boomer kuşağında ise şehir planlaması en çok tekrarlanan temsildir ve bu kuşakta daha çok yönetsel temsiller ağır basmaktadır. Bu durum kitle turizminin yaygınlaştığı dönemde yönetsel konuların ağır bastığı ve bu dönemdeki otel işletmecilerinin de Baby Boomer kuşağında oldukları ifade edilebilir. Genel olarak kuşaklar arası farklılıkların olması muhtemel bir durum olarak değerlendirilebilir. Çünkü Moscovici sosyal temsillerin zaman, mekân ve kültürel değişimlere duyarlı ve dinamik bir yapıda görülmesi gerektiğini ve diğerlerini etkileme konusunda hassas olduklarını savunmuştur.

Bourdieu'nün kullandığı çoklu müteakabiliyet analizi yapılarak, katılımcıların kuşaklarına ve eğitim düzeylerine dair sosyal temsillere yakınlıkları belirlenmeye çalışılmıştır. Baby Boomer ve lise mezunu katılımcıların alternatif turizm, turizm politikası, nüfuslaşma ve toplumsal ilişkiler çağrışımlarına daha yakın oldukları görülmektedir. X kuşağı ve lisansüstü eğitim düzeyinde olan otel işletmecilerinin tarihi yaşatmak temsiline daha yakın oldukları ifade edilebilir. Üniversite düzeyindeki katılımcılar ve Y kuşağı katılımcılarının ise mevsimsellik, her şey dahil, doğa, deniz, turistik çekicilik, tarım ve güvenlik ile ilgili çağrışımlara daha yakın oldukları görülmektedir. Bulgular bölümünde detaylı görülebileceği üzere kuşaklar arasında ve eğitim düzeylerine göre otel işletmecilerinin Antalya'nın sürdürülebilir turizm gelişimine yönelik temsillere yakınlıkları değişebilmektedir.

Sosyal temsiller, içinde yaşadığımız ve diğer insanlarla iletişim kurduğumuz toplumsal dünyayı anlamamızı ve paylaşılan perspektiflerin oluşmasını sağlayan bir sosyal psikoloji kuramıdır (Dickinson ve Robbins, 2007). Ayrıca sosyal temsiller hem fikir birliği içindedir, hem de bireylerarası güçlü farklılıkların olduğu görülmüştür (Abric, 1993). Bu anlamda otel işletmecilerinin kuşak veya eğitim düzeyine dair temsillerinin farklılaşması beklenen bir

durumdur. Aynı zamanda sosyal temsiller her ne kadar bireyler tarafından oluşturulsa da etkileşim yoluyla gruplarla paylaşılmaktadır. Bu durum araştırmaya katılan otel işletmecilerinin Antalya'nın sürdürülebilir turizm gelişimine dair temsillerinde benzerlikler olmasını açıklamaktadır.

Yapılan literatür incelemelerinde, bu tez konusuna benzer bir araştırmaya rastlanamamıştır. Bu nedenle sonuçların karşılaştırılması gibi bir durum söz konusu olmamakla birlikte bu araştırma ile literatüre katkı sağlanmaya çalışılmıştır. Bu araştırma sadece Antalya'daki otel işletmecileri ile tamamlanmış olup gelecek çalışmalar için birtakım öneriler getirilebilir. Başka araştırmalarda diğer kitle turizm destinasyonları tercih edilebilir. Ayrıca otel işletmecileri ile birlikte yöneticiler, yerel halk ve/veya turistler ile görüşmeler yapılarak sosyal temsiller belirlenmeye çalışılabilir. Bu araştırmada serbest çağrışım yöntemi tercih edilmiş olup gelecek çalışmalarda odak grup çalışması yapılarak temsillerin benzerlikleri ve/veya farklılıkları incelenebilir.

Her çalışmada olabileceği gibi bu araştırmada da birtakım sınırlılıkları bulunmaktadır. Öncelikle bu araştırmanın evrenini Antalya'da yer alan dört ve beş yıldızlı otellerin işletmecileri oluşturmaktadır. Kartopu örnekleme yöntemi ile otel işletmecilerine ulaşılmış ve serbest çağrışım tekniği yardımıyla görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu araştırma Covid 19 Pandemisi nedeniyle turizm faaliyetlerinin yavaşladığı hatta bazı işletmelerin geçici olarak faaliyetlerini durdurduğu bir döneme dek gelmiştir. Bu anlamda otel işletmecileri ile iletişim kurmak zor bir hal almıştır. Ayrıca iletişime geçilen otel işletmecilerinden bazıları Covid 19'dan korunmak amacıyla yüz yüze görüşmeleri kabul etmemişlerdir. Bu kişilerden bazıları ise online görüşme önerildiğinde teknolojik kısıtlılıklar nedeniyle online görüşmeyi reddetmişlerdir. Bu anlamda toplam 15 otel işletmecisi ile görüşülmüştür. Görüşmeler sonucu elde edilen veriler sosyal temsil kuramı bağlamında incelenmiştir.

## KAYNAKÇA

- Abric, J. C. (1993). "Central system, peripheral system: Their functions and roles in the dynamic of social representations". *Papers on Social Representations*, 2: 75-78.
- Aguiló, E., Alegre, J. N. ve Sard, M. (2005). "The persistence of the sun and sand tourism model". *Tourism Management*, 26(2): 219-231.
- Ahn, B., Lee, B. ve Shafer, C. S. (2002). "Operationalizing sustainability in regional tourism planning: an application of the limits of acceptable change framework". *Tourism Management*, 23(1): 1-15.
- Akıncı Ekiztepe, B. (2016). "Sürdürülebilir Kalkınma ve Gelişim Süreci". H. Çeken (Ed.), *Sürdürülebilir Turizm (Temel Kavramlar ve İlkeler)*. Detay Yayıncılık, Ankara, 27-54.
- Altanlar, A. ve Akıncı, K. G. (2011). "Sürdürülebilir turizm planlaması için yöre halkı ve yerli turistlerin davranış ve beklentilerini anlamaya yönelik bir araştırma; Akçakoca örneği". *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, 3(2): 1-15.
- Andriotis, K. ve Vaughan, R. D. (2003). "Urban residents' attitudes toward tourism development: The case of Crete". *Journal of Travel Research*, 42(2): 172-185.
- Arkonaç, S. A. (2001). *Sosyal Psikoloji*. Alfa Basım Yayım, İstanbul.
- Arkonaç, S. A. (2008). *Sosyal Psikolojide İnsanları Anlamak: Deneysel ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Nobel Yayın Dağıtım.
- Bauer, M. W. ve Gaskell, G. (1999). "Towards a paradigm for research on social representations". *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 29(2): 163-186.
- Becken, S. (2016). "Peak oil: A hidden issue? Social representations of professional tourism perspectives". *Journal of Sustainable Tourism*, 24(1): 31-51.
- Becken, S. (2017). "Evidence of a low-carbon tourism paradigm?". *Journal of Sustainable Tourism*, 25(6): 832-850.
- Besculides, A., Lee, M. E. ve McCormick, P. J. (2002). "Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism". *Annals of Tourism Research*, 29(2): 303-319.
- Beyhan, Ş. G. ve Ünügür, S. M. (2005). "Çağdaş gereksinimler bağlamında sürdürülebilir turizm ve kimlik modeli". *İTÜ Dergisi Seri A: Mimarlık, Planlama, Tasarım*, 4(2): 79-87.
- Biçici, F. (2013). "Datça yerel halkının sürdürülebilir turizm gelişimine ve turizm işletmelerine yönelik tutumları". *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 10(1): 19-36.
- Bidjari, A. F. (2011). "Attitude and social representation". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 30: 1593-1597.

- Bilgin, N. (2003). *Sosyal Psikoloji Sözlüğü: Kavramlar, Yaklaşımlar*. Bağlam, İstanbul.
- Bilgin, N. (2014a). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi*. Siyasal Kitapevi, Ankara.
- Bilgin, N. (2014b). *Sosyal Psikoloji*. Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir.
- Bogdan, R. C. ve Biklen, S. K. (1992). *Qualitative Research for Educaion: An Indroduction to Theory and Methods*. Allyn and Bacon, Boston.
- Bošković, N., Vujičić, M. ve Ristić, L. (2020). "Sustainable Tourism development indicators for mountain destinations in the Republic of Serbia". *Current Issues in Tourism*, 23(22): 2766-2778.
- Briassoulis, H. (2002). "Sustainable tourism and the question of the commons". *Annals of Tourism Research*, 29(4): 1065-1085.
- Brunt, P. ve Courtney, P. (1999). "Host perceptions of sociocultural impacts". *Annals of Tourism Research*, 26(3): 493-515.
- Budeanu, A. (2005). "Impacts and responsibilities for sustainable tourism: A tour operator's perspective". *Journal of Cleaner Production*, 13(2): 89-97.
- Butler, R. W. (1996). "The concept of carrying capacity for tourism destinations: dead or merely buried?". *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 2(3-4): 283-293.
- Butler, R. W. (1999). "Sustainable tourism: A state-of-the-art review". *Tourism Geographies*, 1(1): 7-25.
- Cater, E. (1993). "Ecotourism in the third world: Problems for sustainable tourism development". *Tourism Management*, 14(2): 85-90.
- Ceylan, D., Çizel, B. ve Karakaş, H. (2021). "Destination image perception patterns of tourist typologies". *International Journal of Tourism Research*, 23(3): 401-416.
- Choi, H. C. ve Sirakaya, E. (2006). "Sustainability indicators for managing community tourism". *Tourism Management*, 27(6): 1274-1289.
- Cirhinlioğlu, F. G., Aktaş, V. ve Özkan, B. (2006). "Sosyal Temsil Kuramına genel bir bakış". *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 30(2): 163-174.
- Clarke, J. (1997). "A Framework of approaches to sustainable tourism". *Journal of Sustainable Tourism*, 5(3): 224-233.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. ve Wanhill, S. (2005). *Tourism: Priciple and Practice*. Perason Education Limited, Harlow, UK.
- Creswell, J. W. (2012). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. Pearson, Boston.
- Çetin, M. ve Sönmez, E. E. (2015). "Sosyal temsil kuramı bağlamında kurumsal reklamlar: Türk Hava Yolları örneği". *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 1(39).

- Dalgın, T., Karadağ, L. ve Bingöl, Z. (2015). "Türkiye’de turizm girişimciliğinin gelişimi ve turizmle ilgili sağlanan teşvikler". *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(1): 174-184.
- De Rosa, A. S. ve Dryjanska, L. (2017). "Visiting Warsaw for the first time: Imagined and experienced urban places". *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 11(3): 321-340.
- Dickinson, J. E. ve Robbins, D. (2007). "Using the car in a fragile rural tourist destination: A social representations perspective". *Journal of Transport Geography*, 15(2): 116-126.
- Dickinson, J. E., Robbins, D. ve Fletcher, J. (2009). "Representation of transport: A rural destination analysis". *Annals of Tourism Research*, 36(1): 103-123.
- Dolnicar, S. ve Leisch, F. (2008). "Selective marketing for environmentally sustainable tourism". *Tourism Management*, 29(4): 672-680.
- Dowling, R. K. ve Fennell, D. A. (2003). "The context of ecotourism policy and planning". D. A. Fennell ve R. K. Dowling (Ed.), *Ecotourism Policy and Planning*, 1-20.
- Dönmez, F. G. (2016). "Sürdürülebilirlik Kavramı, Tanımı ve Sürdürülebilirliğin Tarihsel Gelişimi". H. Çeken (Ed.), *Sürdürülebilir Turizm (Temel Kavramlar ve İlkeler)*. Detay Yayıncılık, Ankara, 1-10.
- Dryjanska, L. (2015). "A social psychological approach to cultural heritage: Memories of the elderly inhabitants of Rome". *Journal of Heritage Tourism*, 10(1): 38-56.
- Durlu Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S. ve Can, A. (2013). "Sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinde coğrafi işaretlemenin rolü". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1): 13-20.
- Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., Roman, C. ve Scott, N. (2009). "Destination and enterprise management for a tourism future". *Tourism Management*, 30(1): 63-74.
- Erdoğan, N. (2003). "Kitle turizmi, alternatif turizm ve eko turizmde sürdürülebilirlik üzerine bir değerlendirme". *Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı*. Çankırı.
- Farr, R. (1994). "Attitudes, social representations and social attitudes". *Papers on Social Representations*, 3(1): 30-33.
- Franzoi, S. L. (2000). *Social Psychology*. McGraw-Hill Companies, USA.
- Fraser, C. (1994). "Attitudes, social representations and widespread beliefs". *Papers on Social Representations*, 3(1): 13-25.

- Gavinho, E. C. (2016). "Tourism in Aït Bouguemmez (Central High Atlas, Morocco): Social representations of tourism and its impacts in the perception of the local community". *European Journal of Tourism Research*, 12: 216-219.
- Gibson, H. J., Kaplanidou, K. ve Kang, S. J. (2012). "Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism". *Sport Management Review*, 15(2): 160-170.
- Giritlioğlu, İ. ve Bulut, E. (2015). "Yerel halkın bakış açısına göre Gaziantep turizmi ve sürdürülebilirlik". *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 5(1): 25-31.
- Glesne, C. (2014). "Nitel Araştırmayla Tanışma". A. Ersoy ve P. Yalçınoglu (Ed.), *Nitel Araştırmaya Giriş*. Anı Yayıncılık, Ankara.
- Globe '90. (1990). *Globe '90 Conference* Vancouver, BC, Kanada.
- Godfrey, K. B. (1998). "Attitudes towards 'sustainable tourism' in the UK: a view from local government". *Tourism Management*, 19(3): 213-224.
- Goetz, J. P. ve LeCompte, M. D. (1984). *Ethnography and Qualitative Design in Educational Research*. Academic Press, Orlando.
- Goffi, G., Cladera, M. ve Pencarelli, T. (2019). "Does Sustainability matter to package tourists? The case of large-scale coastal tourism". *International Journal of Tourism Research*, 21(4): 544-559.
- Gon, M., Osti, L. ve Pechlaner, H. (2016). "Leisure boat tourism: Residents' attitudes towards nautical tourism development". *Tourism Review*, 71(3): 180-191.
- Goodland, R. (1995). "The concept of environmental sustainability". *Annual review of ecology and systematics*, 26(1): 1-24.
- Gormsen, E. (1997). "The impact of tourism on coastal areas". *GeoJournal*, 42(1): 39-54.
- Gössling, S. (2001). "The consequences of tourism for sustainable water use on a Tropical Island: Zanzibar, Tanzania". *Journal of Environmental Management*, 61(2): 179-191.
- Gössling, S. (2002a). "Global environmental consequences of tourism". *Global Environmental Change*, 12(4): 283-302.
- Gössling, S. (2002b). "Human-environmental relations with tourism". *Annals of Tourism Research*, 29(2): 539-556.
- Gössling, S., Peeters, P., Ceron, J.-P., Dubois, G., . . . Richardson, R. B. (2005). "The eco-efficiency of tourism". *Ecological Economics*, 54(4): 417-434.
- Gursoy, D. ve Rutherford, D. G. (2004). "Host attitudes toward tourism: An improved structural model". *Annals of Tourism Research*, 31(3): 495-516.
- Güney, S. (Ed.). (1998). *Davranış Bilimleri ve Yönetim Psikolojisi Terimler Sözlüğü*. Ocak Yayınları.

- Güney, S. (2011). *Davranış Bilimleri*. Nobel Yayın Dağıtım, İstanbul.
- Hakoköngäs, J. E. ve Sakki, I. H. (2016). “The naturalized nation: Anchoring, Objectification and naturalized social representations of history”. *Journal of Social and Political psychology*, 4(2): 646–669.
- Halfacree, K. H. (1993). “Locality and social representation: Space, discourse and alternative definitions of the rural”. *Journal of Rural Studies*, 9(1): 23-37.
- Hall, C. M. (2008). *Tourism Planning: Policies, Processes And Relationships*. Pearson Education, Londra.
- Hall, C. M. (2010). *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*. Pearson Education, Londra.
- Haralambopoulos, N. ve Pizam, A. (1996). “Perceived impacts of tourism: The case of samos”. *Annals of Tourism Research*, 23(3): 503-526.
- Heimerl, F., Lohmann, S., Lange, S. ve Ertl, T. (2014). “Word cloud explorer: Text analytics based on word clouds”. *47th Hawaii International Conference on System Science*. 1833-1842.
- Hogg, M. A. ve Vaughan, M. G. (2007). *Sosyal Psikoloji*. (çev. İ. Yıldız ve A. Gelmez). Ütopya Yayınevi, Ankara.
- Holden, A. (2003). “In need of new environmental ethics for tourism?”. *Annals of Tourism Research*, 30(1): 94-108.
- Howarth, C. (2006). “A social representation is not a quiet thing: Exploring the critical potential of social representations theory”. *British Journal of Social Psychology*, 45(1): 65-86.
- Höijer, B. (2011). “Social representations theory”. *Nordicom Review*, 32(2): 3-16.
- Inversini, A., Rega, I. ve van Zyl, I. (2020). “Internet representations of voluntourism fail to effectively integrate tourism and volunteering”. *Tourism Geographies*, 22(1): 1-21.
- Ioannides, D. (1995). “A flawed implementation of sustainable tourism: The experience of Akamas, Cyprus”. *Tourism Management*, 16(8): 583-592.
- Jodelet, D. (2008). “Social representations: The beautiful invention”. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 38(4): 411-430.
- Johnson, D. (2002). “Environmentally sustainable cruise tourism: A reality check”. *Marine Policy*, 26(4): 261-270.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2013). *Günümüzde İnsan ve İnsanlar Sosyal Psikolojiye Giriş*. Evrim Yayınevi, İstanbul.

- Kaypak, Ş. (2010). "Ekolojik turizmin sürdürülebilirliği". *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 2(2): 93-114.
- Kozak, N., Kozak, M. ve Kozak, M. (2001). *Genel Turizm İlkeler – Kavramlar*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Krech, D. ve Crutchfield, R. S. (2007). *Sosyal Psikoloji*. (çev. E. Güngör). Ötüken, İstanbul.
- Krippendorff, J. (1987). "Ecological approach to tourism marketing". *Tourism Management*, 8(2): 174-176.
- Lahlou, S. (2001). "Functional aspects of social representation". K. Deaux ve G. Philogène (Ed.), *Representations of the Social: Bridging Theoretical Traditions*. Wiley-Blackwell, Oxford, 131-146.
- Lai, P. H., Hsu, Y. C. ve Wearing, S. (2016). "A social representation approach to facilitating adaptive co-management in mountain destinations managed for conservation and recreation". *Journal of Sustainable Tourism*, 24(2): 227-244.
- Lai, P. H., Morrison-Saunders, A. ve Grimstad, S. (2017). "Operating small tourism firms in rural destinations: A social representations approach to examining how small tourism firms cope with non-tourism induced changes". *Tourism Management*, 58: 164-174.
- Landis, J. R. ve Koch, G. G. (1977). "The measurement of observer agreement for categorical data". *International Biometric Society*, 33(1): 159-174.
- Lebrun, A.-M. (2014). "Representations of a destination city break. Analysis based on free associations". *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31(2): 195-210.
- Lebrun, A.-M. (2015). "Representation of cruise: Cruisers and noncruisers cross views". *International Journal of Tourism Research*, 17(5): 511-520.
- Lee, T. H. (2013). "Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development". *Tourism Management*, 34: 37-46.
- Liu, Z. (2003). "Sustainable tourism development: A critique". *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6): 459-475.
- Lordkipanidze, M., Brezet, H. ve Backman, M. (2005). "The entrepreneurship factor in sustainable tourism development". *Journal of cleaner production*, 13(8): 787-798.
- Lozano-Oyola, M., Blancas, F. J., González, M. ve Caballero, R. (2012). "Sustainable tourism indicators as planning tools in cultural destinations". *Ecological Indicators*, 18: 659-675.
- Mansuroğlu, S. (2006). "Turizm gelişmelerine yerel halkın yaklaşımlarının belirlenmesi: Akseki/Antalya örneği". *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 19(1): 35-46.

- Marková, I. (2017). "The making of the theory of social representations". *Cadernos de Pesquisa*, 47(163): 358-375.
- McCool, S. F. ve Martin, S. R. (1994). "Community attachment and attitudes toward tourism development". *Journal of Travel Research*, 32(3): 29-34.
- McCool, S. F., Moisey, R. N. ve Nickerson, N. P. (2001). "What should tourism sustain? The disconnect with industry perceptions of useful indicators". *Journal of Travel Research*, 40(2): 124-131.
- McDowall, S. ve Choi, Y. (2010). "A comparative analysis of Thailand residents' perception of tourism's impacts". *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 11(1): 36-55.
- McKercher, B. (1993). "Some fundamental truths about tourism: Understanding tourism's social and environmental impacts". *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1): 6-16.
- McMinn, S. (1997). "The challenge of sustainable tourism". *Environmentalist*, 17(2): 135-141.
- Meliou, E. ve Maroudas, L. (2010). "Understanding tourism development: A representational approach". *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 5(2): 115-127.
- Mikaeili, M. ve Memlük, Y. (2013). "Kırsal turizm ve kültürel turizmin bütünleşmesi ve kırsal sürdürülebilir kalkınma. Integration of rural tourism and cultural tourism and rural sustainable development". *International Journal of Social and Economic Sciences*, 3(2): 87-91.
- Miller, G. (2001). "The development of indicators for sustainable tourism: Results of a Delphi survey of tourism researchers". *Tourism Management*, 22(4): 351-362.
- Moliner, P. ve Tafani, E. (1997). "Attitudes and social representations: a theoretical and experimental approach". *European Journal of Social Psychology*, 27(6): 687-702.
- Monterrubio, C. (2019). "Hosts and guests' social representations of nudism: A mutual gaze approach". *Annals of Tourism Research*, 75: 18-28.
- Monterrubio, J. C. ve Andriotis, K. (2014). "Social representations and community attitudes towards spring breakers". *Tourism Geographies*, 16(2): 288-302.
- Moscardo, G. (2009). "Tourism and quality of life: Towards a more critical approach". *Tourism and Hospitality Research*, 9(2): 159-170.
- Moscardo, G. (2011). "Exploring social representations of tourism planning: issues for governance". *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5): 423-436.

- Moscardo, G. ve Pearce, P. L. (2007). "the rhetoric and reality of structured tourism work experiences: A social representational analysis". *Tourism Recreation Research*, 32(2): 21-28.
- Moscovici, S. (1973). 'Foreword', pp. Xiii in C. Herzlich: *Health and Illness. A Social Psychological Analysis*. Academic Press, London.
- Moscovici, S. (1981). "On social representations". *Social cognition: Perspectives on everyday understanding*, 8(12): 181-209.
- Moscovici, S. (1988). "Notes towards a description of Social Representations". *European Journal of Social Psychology*, 18(3): 211-250.
- Moscovici, S. (2000). *Social Representations: Explorations in Social Psychology*. Cambridge, Polity.
- Moyle, B., Glen Croy, W. ve Weiler, B. (2010). "Community perceptions of tourism: Bruny and Magnetic Islands, Australia". *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 15(3): 353-366.
- Nasser, N. (2003). "Planning for urban heritage places: Reconciling conservation, tourism, and sustainable development". *Journal of Planning Literature*, 17(4): 467-479.
- Nicholas, L. N., Thapa, B. ve Ko, Y. J. (2009). "Residents' perspectives of a world heritage site: The Pitons Management Area, St. Lucia". *Annals of Tourism Research*, 36(3): 390-412.
- Öner, B. (2002). "Sosyal temsiller". *Kriz Dergisi*, 10(1): 29-35.
- Patton, M. Q. (1987). *How to use qualitative methods in evaluation*. Sage, Newbury Park, GA.
- Pearce, P. L. (2005). *Tourist behaviour: Themes and Conceptual Schemes*. Hannel View Publications.
- Pearce, P. L. ve Chen, T. (2012). "Citizens' representations of China's Golden Weeks". *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 17(4): 394-415.
- Pearce, P. L., Moscardo, G. ve Ross, G. F. (1996). *Tourism Community Relationships*. Oxford, Pergamon.
- Pearce, P. L., Wu, M. Y. ve Chen, T. (2015). "The spectacular and the mundane: Chinese tourists' online representations of an iconic landscape journey". *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(1): 24-35.
- Poon, A. (1993). *Tourism, Technology and Competitive Strategies*. CAB International.
- Pritchard, A. ve Morgan, N. J. (2001). "Culture, identity and tourism representation: marketing Cymru or Wales?". *Tourism Management*, 22(2): 167-179.

- Rateau, P., Moliner, P., Guimelli, C. ve Abric, J. C. (2011). "Social representation theory". *Handbook of Theories of Social Psychology*, 2: 477-497.
- Saarinen, J. (2006). "Traditions of sustainability in tourism studies". *Annals of Tourism Research*, 33(4): 1121-1140.
- Schliephack, J. ve Dickinson, J. E. (2017). "Tourists' representations of coastal managed realignment as a climate change adaptation strategy". *Tourism Management*, 59: 182-192.
- Seçkin, E., Dalgın, T. ve Çeken, H. (2010). "Sürdürülebilir kültür turizmi: Efes örneği". *Ege Coğrafya Dergisi*, 19(2): 27-34.
- Selvi, M. S. ve Şahin, S. (2012). "Yerel yönetimler perspektifinden sürdürülebilir turizm: Batı Karadeniz Bölgesi örneği". *International Journal of Social and Economic Sciences*, 2(2): 23-36.
- Seyhan, G. ve Yılmaz, B. S. (2010). "Sürdürülebilir turizm kapsamında konaklama işletmelerinde yeşil pazarlama: Calista Luxury Resort Hotel". *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 11(1): 51-74.
- Sezgin, M. ve Karaman, A. (2008). "Turistik destinasyon çerçevesinde sürdürülebilir turizm yönetimi ve pazarlaması". *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19: 429-438.
- Shakeela, A. ve Weaver, D. (2018). "'Managed evils" of hedonistic tourism in the Maldives: Islamic social representations and their mediation of local social exchange". *Annals of Tourism Research*, 71: 13-24.
- Sharpley, R. (2000). "Tourism and sustainable development: Exploring the theoretical divide". *Journal of Sustainable Tourism*, 8(1): 1-19.
- Sharpley, R. (2002). *The Tourism Business : An Introduction*. Business Education Publishers.
- Shen, S., Zhao, J., Xu, J., Guo, J. ve Shi, L. (2016). "Understanding tourism development of historic districts from a representational perspective". *Journal of Tourism and Cultural Change*, 14(4): 291-306.
- Silah, M. (2005). *Sosyal psikoloji: Davranış bilimi*. Seçkin Yayıncılık.
- Sourial, N., Wolfson, C., Zhub, B., Quailb, J., . . . Berman, H. (2010). "Correspondence analysis is a useful tool to uncover the relationships among categorical variables". *Journal of Clinical Epidemiology*, 63: 638-646.
- Soyak, M. (2013). "Uluslararası turizmde son eğilimler ve Türkiye'de turizm politikalarının evrimi". *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4: 1-18.

- Stepchenkova, S. ve Li, X. R. (2014). "Destination image: Do top-of-mind associations say it all?". *Annals of Tourism Research*, 45: 46-62.
- Stylidis, D., Biran, A., Sit, J. ve Szivas, E. M. (2014). "Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts". *Tourism Management*, 45: 260-274.
- Suess, C. ve Mody, M. (2016). "Gaming can be sustainable too! Using Social Representation Theory to examine the moderating effects of tourism diversification on residents' tax paying behavior". *Tourism Management*, 56: 20-39.
- Tekeli, H. (2001). *Turizm Pazarlaması ve Planlaması*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Tosun, C. (2002). "Host perceptions of impacts: A comparative tourism study". *Annals of Tourism Research*, 29(1): 231-253.
- Tsoukalas, I. (2006). "A Method for Studying Social Representations". *Quality and Quantity*, 40(6): 959-981.
- Uğuz, S. ve Uğuz, S. Ç. (2011). "Sürdürülebilir turizm kapsamında burhaniye'nin alternatif turizm potansiyeli". *Marmara Coğrafya Dergisi*(24): 332-353.
- United Nations. (1972). "Declaration of the United Nations conference on the human environment". *The United Nations Conference on the Human Environment*. Stockholm.
- United Nations. (1992). "Agenda 21". *United Nations Conference on Environment and Development* Rio de Janeiro, Brezilya.
- Usal, A. ve Kuşluvan, Z. (1999). *Davranış bilimleri: sosyal psikoloji*. Barış Yayınları, İzmir.
- Wachelke, J. (2012). "Social representations: a review of theory and research from the structural approach". *Universitas Psychologica*, 11(3): 729-741.
- Wagner, W., Duveen, G., Farr, R., Jovchelovitch, S., . . . Rose, D. (1999). "Theory and Method of Social Representations". *Asian Journal of Social Psychology*, 2(1): 95-125.
- Wagner, W., Duveen, G., Verma, J. ve Themel, M. (2000). "'I have some faith and at the same time I don't believe'—cognitive polyphasia and cultural change in India". *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 10(4): 301-314.
- Wall, G. ve Mathieson, A. (2006). *Tourism: change, impacts, and opportunities*. Pearson Education.
- Wang, W.-F., Chang, Y. ve Pearce, P. L. (2018). "China's first Tourism Law: Representations of stakeholders' responses". *Journal of Tourism and Cultural Change*, 16(3): 309-327.
- Wassler, P., Nguyen, T. H. H., Mai, L. Q. ve Schuckert, M. (2019). "Social representations and resident attitudes: A multiple-mixed-method approach". *Annals of Tourism Research*, 78: 102740.

- WCED. (1987). *Our common future* (17). World Commission on Environment and Development. New York.
- Weaver, D. ve Oppermann, M. (2000). *Tourism management*. John Wiley and Sons.
- Weaver, D. B. (2012). "Organic, incremental and induced paths to sustainable mass tourism convergence". *Tourism Management*, 33(5): 1030-1037.
- Williams, P. W. ve Ponsford, I. F. (2009). "Confronting tourism's environmental paradox: Transitioning for sustainable tourism". *Futures*, 41(6): 396-404.
- World Travel Tourism Council ve Earth Council. (1995). *Agenda 21 for the travel & tourism industry: Towards environmentally sustainable development*. World Tourism Organization Publications.
- WTO. (1998). *Guide for local authorities on developing sustainable tourism*. World Tourism Organization, [Madrid, Spain].
- WTO. (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations. A Guidebook*. World Tourism Organization, Madrid.
- Yfantidou, G. ve Matarazzo, M. (2017). "The Future of Sustainable Tourism in Developing Countries". *Sustainable Development*, 25(6): 459-466.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Yıldız, Z. (2011). "Turizmin sektörünün gelişimi ve istihdam üzerindeki etkisi". *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5): 54-71.
- Yuksel, F., Bramwell, B. ve Yuksel, A. (1999). "Stakeholder interviews and tourism planning at Pamukkale, Turkey". *Tourism Management*, 20(3): 351-360.
- Yunis, E. (2003). "Sustainable tourism: World trends and challenges ahead". *Nature-based Tourism, Environment and Land Management*: 11-16.
- Zerva, K., Palou, S., Blasco, D. ve Donaire, J. A. B. (2019). "Tourism-philia versus tourism-phobia: residents and destination management organization's publicly expressed tourism perceptions in Barcelona". *Tourism Geographies*, 21(2): 306-329.
- Zhou, Y. ve Ap, J. (2009). "Residents' Perceptions towards the Impacts of the Beijing 2008 Olympic Games". *Journal of Travel Research*, 48(1): 78-91.
- Zhou, Y., Lu, T. ve Yoo, J. J.-E. (2014). "Residents' perceived impacts of gaming development in Macau: Social representation perspectives". *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(5): 579-599.

## İnternet Kaynakları

T.C. Çevre ve Orman Bakanlığı. “Rio Sözleşmeleri”. <http://www.ncsa-turkey.cevreorman.gov.tr/rio-sozlesmeleri.aspx> (erişim tarihi: 10.05.2019).

UNWTO. (2018). <https://www.unwto.org/> (erişim tarihi: 08/07/2019 2019).



### EK 1- Serbest Çağrışım Görüşme Formu

|                                                                                                                                                                                                             |  |                      |  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|----------------------|--|
| <b>Demografik Bilgi</b>                                                                                                                                                                                     |  | <b>Cinsiyet</b>      |  |
|                                                                                                                                                                                                             |  | <b>Yaş</b>           |  |
|                                                                                                                                                                                                             |  | <b>Eğitim Durumu</b> |  |
| <p><b>Lütfen, “Antalya’nın Sürdürülebilir Turizm Gelişimi” denilince aklınıza gelen ilk 10 kelime veya kelime grubunu sıralayabilir misiniz?</b></p>                                                        |  |                      |  |
| 1.                                                                                                                                                                                                          |  |                      |  |
| 2.                                                                                                                                                                                                          |  |                      |  |
| 3.                                                                                                                                                                                                          |  |                      |  |
| 4.                                                                                                                                                                                                          |  |                      |  |
| 5.                                                                                                                                                                                                          |  |                      |  |
| 6.                                                                                                                                                                                                          |  |                      |  |
| 7.                                                                                                                                                                                                          |  |                      |  |
| 8.                                                                                                                                                                                                          |  |                      |  |
| 9.                                                                                                                                                                                                          |  |                      |  |
| 10.                                                                                                                                                                                                         |  |                      |  |
| <p><b>Lütfen, “Antalya’nın Sürdürülebilir Turizm Gelişimi” denilince zihninizde bir resim canlandırabilir misiniz?</b></p> <p><b>Zihninizde canlanan o resimde neler olduğunu söyleyebilir misiniz?</b></p> |  |                      |  |
| 1.                                                                                                                                                                                                          |  |                      |  |
| 2.                                                                                                                                                                                                          |  |                      |  |
| 3.                                                                                                                                                                                                          |  |                      |  |
| 4.                                                                                                                                                                                                          |  |                      |  |
| 5.                                                                                                                                                                                                          |  |                      |  |
| 6.                                                                                                                                                                                                          |  |                      |  |
| 7.                                                                                                                                                                                                          |  |                      |  |
| 8.                                                                                                                                                                                                          |  |                      |  |
| 9.                                                                                                                                                                                                          |  |                      |  |
| 10.                                                                                                                                                                                                         |  |                      |  |

## EK 2- Gönüllü Katılımcı Bilgilendirme ve İzin Formu

Tarih: .....

Değerli Katılımcı,

“Kitle Turizm Destinasyonlarında Sürdürülebilir Turizm Gelişiminin Sosyal Temsil Kuramı Açısından İncelenmesi: Antalya Örneği” başlıklı bu çalışma Araştırma Görevlisi Birsen Çevik Ünlü ve danışmanı Prof. Dr. Ebru İçigen tarafından yürütülen doktora tez çalışmasıdır. Bu araştırmadaki katılımınız sadece bireysel görüşmeyi içerecektir. Bireysel görüşmelere dayanan bilimsel araştırmalarda, bireysel görüşmelerden önce katılımcıları bilgilendirmek ve katılımcıların bu araştırmaya gönüllü katıldığını kanıtlamak için izin formu imzalatılması veya katılımcının izin verdiğine dair ses/görüntü kaydı alınması gerekmektedir.

Bu araştırmanın temel amacı, kitle turizm destinasyonu olarak Antalya’nın sürdürülebilir turizm gelişiminin otel işletmecileri açısından sosyal temsillerini belirlemektir.

1. Elde edilen bilgiler, yalnızca bilimsel çalışmalar için kullanılacak ve üçüncü şahıslar ile kesinlikle paylaşılmayacaktır.
2. Bu araştırma gönüllülük esasına dayanmaktadır. İstedığınız zaman bu araştırmadan çekilebilirsiniz.
3. Araştırmada fiziksel ve psikolojik bir zarar içeren hiçbir risk yoktur.
4. Araştırmada vereceğiniz bilgiler gizli kalacak, bütün veriler araştırmacılar tarafından toplanıp analiz edilecek ve Akdeniz Üniversitesi’nde 7 yıl saklandıktan sonra imha edilecektir.
5. Araştırma bittikten sonra istediğiniz takdirde araştırmanın bir özetini alabilirsiniz.
6. Araştırmacı görüşme boyunca video veya ses kaydı alabilir, gözlem ve izlenimleri ile ilgili not alabilir.

Tüm bu bilgilendirmeler ışığında, araştırmayla ilgili bilgilendirmeleri anladığınızı ve vereceğiniz bilgilere dayalı sonuçların bilimsel ortamlarda tartışılmasına ve yayınlanmasına izin veriyor musunuz?

### Katılımcı;

Adı Soyadı : .....

E-posta : .....

Telefon : .....

### Araştırmacı:

Arş Gör. Birsen Çevik Ünlü  
Akdeniz Üniversitesi

### Danışman:

Prof. Dr. Ebru İçigen  
Akdeniz Üniversitesi

### EK 3- Kappa Analizi Tablosu (Kavramsal Çağrışım)

#### KAPPA ANALİZİ TABLOSU

Aşağıda verilen kodlamalara ait rakamları uygun gördüğünüz cümlelerin karşısına yerleştiriniz. Bir kodlamayı sadece bir kez kullanın ve bütün kodlamaları cümlelerin karşısına eksiksiz yerleştiriniz.

| Kodlar                           | Kodlama Numaraları |
|----------------------------------|--------------------|
| 1. Çevre                         |                    |
| 2. Deniz                         |                    |
| 3. Doğa                          |                    |
| 4. Doğal kaynaklar               |                    |
| 5. Doğayı koruma                 |                    |
| 6. Konaklama hizmeti             |                    |
| 7. Mevsimsellik                  |                    |
| 8. Tarım                         |                    |
| 9. Turistik çekicilik            |                    |
| 10. Yenilenebilir enerji         |                    |
| 11. Alternatif turizm            |                    |
| 12. Ekonomi                      |                    |
| 13. Her şey dahil                |                    |
| 14. İstihdam                     |                    |
| 15. Gastronomi                   |                    |
| 16. Kültürü yaşatmak             |                    |
| 17. Tarihi yaşatmak              |                    |
| 18. Nüfuslaşma                   |                    |
| 19. Rekreatif faaliyetler        |                    |
| 20. Toplumsal ilişkiler          |                    |
| 21. Ulaşılabilirlik              |                    |
| 22. Yerel halka ilişkiler        |                    |
| 23. Ziyaretçiler                 |                    |
| 24. Güvenlik                     |                    |
| 25. Şehir planlaması             |                    |
| 26. Turizm planlaması            |                    |
| 27. Turizm politikası            |                    |
| 12 ay turizm                     |                    |
| Alt yapı                         |                    |
| Ziyaretçiler                     |                    |
| Yörük kültürü                    |                    |
| Eğitimli işgücü                  |                    |
| Planlı turizm                    |                    |
| Gelir                            |                    |
| Likya yolunu yaşatmak            |                    |
| Kaliteli hizmet                  |                    |
| Halk ve turizmin uyumu           |                    |
| Konsept                          |                    |
| Yenilenebilir enerji kaynakları  |                    |
| Siyasi istikrar                  |                    |
| Gastronomi                       |                    |
| Eğlence                          |                    |
| Çekicilikler                     |                    |
| Sağlık turizmi                   |                    |
| Ulaşım ağı                       |                    |
| İyi tarım uygulamaları           |                    |
| Temiz çevre                      |                    |
| Toplumsal fayda                  |                    |
| Doğaya duyarlı temizlik ürünleri |                    |
| Güvenlik                         |                    |
| Doğal kaynaklar                  |                    |
| Denizin insan vücuduna faydası   |                    |
| Antalya'nın doğası               |                    |
| Aldığı göç                       |                    |

## EK 4- Kappa Analizi Tablosu (Görsel Çağrışım)

### KAPPA ANALİZİ TABLOSU

Aşağıda verilen kodlamalara ait rakamları uygun gördüğünüz cümlelerin karşısına yerleştiriniz. Bir kodlamayı sadece bir kez kullanın ve bütün kodlamaları cümlelerin karşısına eksiksiz yerleştiriniz.

| Kodlar                               | Kodlama Numaraları |
|--------------------------------------|--------------------|
| 1. Doğal kaynaklar                   |                    |
| 2. Doğanın imajı                     |                    |
| 3. İklim                             |                    |
| 4. Yenilenebilirlik                  |                    |
| 5. İşveren                           |                    |
| 6. Nitelikli işgücü                  |                    |
| 7. Kent imajı                        |                    |
| 8. Kentsel mekân                     |                    |
| 9. Restorasyon                       |                    |
| 10. Sosyal yaşam                     |                    |
| 11. Tarihi imaj                      |                    |
| 12. Gastronomi                       |                    |
| 13. Spor aktiviteleri                |                    |
| 14. Turistik çekicilik               |                    |
| 15. Ziyaretçiler                     |                    |
| 16. Altyapı                          |                    |
| 17. Betonlaşma                       |                    |
| 18. Ekonomi                          |                    |
| 19. Paydaşlar                        |                    |
| 20. Politika                         |                    |
| 21. Turizm planlaması                |                    |
| 22. Ulaşılabilirlik                  |                    |
| Yöre ve kültür                       |                    |
| Siyasi ilişkiler                     |                    |
| Rafting                              |                    |
| 1980'lerin Antalya'sı                |                    |
| Betonlaşmanın azalması               |                    |
| Daha eğitimli personel               |                    |
| Gezginler                            |                    |
| Yenilenebilir enerji                 |                    |
| Liman                                |                    |
| Doğanın 100 yıl önceki hali          |                    |
| Turizm fuarlarının geliştirilmesi    |                    |
| Tarihi korunarak restore edilmiş     |                    |
| İklim                                |                    |
| Altyapının korunması                 |                    |
| Mükemmel old town                    |                    |
| Tema parkları                        |                    |
| Paydaşlar                            |                    |
| Gastronomi noktası                   |                    |
| Antalya'nın marka olması             |                    |
| Personelin haklarını gözeten işveren |                    |
| Ekonomi                              |                    |
| Beydağları                           |                    |

## ÖZGEÇMİŞ

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Adı ve Soyadı</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Birsen ÇEVİK ÜNLÜ                                                                                                                  |
| <b>EĞİTİM DURUMU</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                    |
| <b>Mezun Olduğu Lise</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Yunak Anadolu Lisesi, Konya, (2002-2006)                                                                                           |
| <b>Lisans Diploması</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Mustafa Kemal Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü, Hatay, (2006-2011) |
| <b>Yüksek Lisans Diploması</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı, Antalya, (2011-2014)            |
| <b>Tez Konusu</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Turizm Sektöründe Yetenek Yönetimi Uygulamaları: Antalya Yöresinde Beş Yıldızlı Otellerde Bir Araştırma                            |
| <b>Yabancı Diller</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | İngilizce                                                                                                                          |
| <b>İŞ DENEYİMİ</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                    |
| 2008                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Saturn Palace Resort, F&B Departmanı, Antalya                                                                                      |
| 2009-2012                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Delphin Diva Premiere Hotel, F&B Departmanı, Antalya                                                                               |
| 2012-2013                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Şırnak Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Araştırma Görevlisi                                                  |
| 2013-2022                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Araştırma Görevlisi                           |
| <b>BİLİMSEL FAALİYETLER</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                    |
| <p><b><u>Makaleler</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Alp, G. ve Çevik Ünlü, B. (2019). “Turizm ve suç ilişkisinin bibliyometrik haritalama ile incelenmesi”. <i>Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi</i>, 12(2), 213-228.</li> <li>İçigen, E., Çevik, B., ve Doğan, O. (2016). “Türkiye’de faaliyet gösteren uluslararası konaklama işletmelerinin sosyal sorumluluk uygulamalarının incelenmesi”. <i>Mediterranean Journal of Humanities</i>, 6(2), 299-310.</li> <li>Çevik, B., Gültekin, S., ve Doğan, O. (2016). “Five Star Hotels on Facebook: A Case Study in Antalya Region”. <i>Journal of Yasar University</i>, 11(43), 172-184.</li> <li>Yüzbaşıoğlu, N., Doğan, O., ve Çevik, B. (2016). “Uluslararası konaklama işletmelerinin misyon ifadesi bileşenlerinin içerik analizi ile incelenmesi”. <i>Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi</i>, 9(3), 199-214.</li> <li>Seyitoğlu, F. ve Çevik Ünlü, B. (2016). “The impacts of student and life satisfaction on tourism students' perceived sense of belonging”. <i>Journal of Teaching in Travel &amp; Tourism</i>, 16(4), 253-272.</li> </ul> |                                                                                                                                    |

- Çevik, B. (2015). “Turizm Sektöründe Sosyal Medya Uygulamaları: Antalya Yöresinde Bir Durum Çalışması”. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 2(1), 10-21.

#### **Bildiriler**

- Alp, G. ve Çevik Ünlü, B. (2019). “Sağlık turizminde öncü ülkelerin genel bir değerlendirmesi”. 19. *Ulusal Turizm Kongresi*, 17-21 Ekim 2018, Afyonkarahisar, ss.345-359.
- Sarıbaş, Ö. ve Çevik, B. (2012). “Turizm Sektöründe Ulusal Meslek Standartları Algılaması ve Sertifikasyon: Antalya Yöresinde Bir Uygulama”. *Turizmde İnsan Kaynakları Gelişimi Sempozyumu 2012*, Antalya, 10- 11 Mayıs 2012, ss.202-235.

