

T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ EĞİTİMİ BİLİM DALI

TURİZMİN YEREL KÜLTÜR ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİN YÖRE HALKI
TARAFINDAN ALGILANMASI
(ÜRGÜP YÖRESİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA)

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan

Eda BAYKAN

Tez Danışmanı

Yrd. Doç. Dr. Selma MEYDAN UYGUR

ANKARA-2007

T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Eda BAYKAN'ın “Turizmin Yerel Kültür Üzerindeki Etkilerinin Yöre Halkı Tarafından Algılanması (Ürgüp Yöresine Yönelik Bir Uygulama)” başlıklı tezitarihinde, jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalında Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Adı Soyadı	İmza
Üye (Tez Danışmanı):	
Üye :	
Üye :	
Üye :	
Üye :	

(İmza)
Unvan,
Adı-Soyadı
Enstitü
Müdürü

ÖNSÖZ

Hizmet endüstrisi içinde önemli bir yeri olan turizm sektörü, ekonomik, sosyal, doğal ve kültürel etkileri nedeniyle, turistik yöreler açısından önemli bir sektördür. Aynı zamanda gerek insan ilişkileri gerekse toplumsal ilişkiler boyutunda turizm bir etkileşim olayıdır.

Turizm, özellikle farklı kültür ve değerlere sahip olan kişilerin birbirleriyle olan ilişkilerini artırabilmektedir. Bu etkileşim sonucunda ise, yöre halkının yaşam biçimlerinde, dini ve ahlâki değerlerinde, yerel dil ve sanat anlayışlarında büyük ölçüde değişimler gözlenebilmektedir. Turistler ve yöre halkının ilişkileri sonucunda ortaya çıkabilen bu değişimler, yerel kültür üzerinde olumlu ve olumsuz etkiler bırakabilmektedir. Bu çalışmada, turizm hareketlerinin yoğun bir şekilde yaşandığı Ürgüp yöresindeki yöre halkının, turizmin yerel kültür üzerindeki etkileri ile ilgili düşünceleri, dini ve ahlâki değer, yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi, yerel dil ve sanat anlayışındaki değişimler ile turizmin yerel kültürün bir parçası haline gelme durumu boyutları kapsamında belirlenmeye çalışılmıştır.

Bu bağlamda; araştırmanın her aşamasında düşünce, tavsiye ve katkılarından dolayı, değerli danışman hocam Yrd. Doç. Dr. Selma MEYDAN UYGUR'a teşekkürlerimi sunmayı bir borç biliyorum. Yine, araştırma süresince fikirlerinden yararlandığım değerli arkadaşım Öğr. Gör. Fatih TÜRKMEN'e, özellikle anket kısmındaki düzenlemelerinde destek ve görüşlerinden yararlandığım Öğr. Gör. İbrahim KILIÇ'a ve araştırmanın istatistiki veri çözümlemelerindeki katkılarından dolayı Arş. Gör. Elbeyi PELİT ve Arş. Gör. Nuray GÜNERİ hocama teşekkürlerimi sunmak isterim. Ayrıca, bu araştırma sürecindeki destek ve özverilerinden dolayı eşime ve aileme teşekkür ederim.

Eda BAYKAN

ÖZET

TURİZMİN YEREL KÜLTÜR ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİN YÖRE HALKI TARAFINDAN ALGILANMASI (ÜRGÜP YÖRESİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA)

Baykan, Eda

Yüksek Lisans, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Yrd.Doç.Dr. Selma MEYDAN UYGUR

Mart– 2007

Turistler, ziyaretleri süresince kendi kültürlerini de beraberlerinde getirebilmektedirler. Ziyaret ettikleri yörede yaşayan yöre halkı ile olan iletişimleri sürecinde ise, yöre halkı, karşılaştığı farklı kültürden etkilenip, farklı bir yaşam tarzına sahip olmak isteyebilmektedir. Böyle bir durum ise, turistik yörelerin sahip olduğu yerel kültürü olumlu ya da olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu araştırmanın amacını da turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerinin belirlenmesi oluşturmaktadır.

Bu amaç doğrultusunda, turizmin genel olarak toplum üzerindeki etkileriyle sosyolojik yönü ve yerel kültür üzerindeki etkilerine ilişkin kaynak taraması yapılmış ve uygulama bölümü için, veri toplama aracı olarak, turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerine ilişkin, bir anket geliştirilmiştir. Söz konusu olan bu anket, Nevşehir ilinin Ürgüp yöresinde yaşayan yöre halkı ile bizzat görüşerek, 697 kişiye uygulanmıştır.

Ankete katılan yöre halkının kişisel özellikleri ve anket ifadelerine katılma düzeyleri, yüzde ve frekans olarak verilmiştir. Geliştirilen hipotezler, T testi ve Varyans Analizi (Anova) ile kontrol edilmiştir. Ayrıca ortaya çıkan farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığının bilinmesi için ise Tukey testi uygulanmıştır. Sonuçta, turizmin yerel kültür üzerindeki etkileri tespit edilmekle birlikte, yöre halkının konuya ilişkin görüşlerinin, kişisel özelliklerine göre anlamlı farklılıklar gösterdiği belirlenmiş ve buna göre çözüm önerileri geliştirilmiştir.

ABSTRACT

PERCEPTION OF THE INFLUENCES OF TOURISM ON LOCAL CULTURE
BY LOCAL PUBLIC (AN APPLICATION DIRECTED TO THE URGUP REGION)

Baykan, Eda

Bachelor's License, The Main Discipline of the Tourism Business Education

Thesis Consultant: Ass. Prof. Selma MEYDAN UYGUR

March– 2007

The tourist may bring their cultures with them during their visits. During their communications with the local public the local public may desire a different life style because they are influenced with the culture they experience. This kind of a situation may damage the touristical regions become and positive or negatively influence. The main objective of this study is to determine the effects of tourism on the local culture.

According to this objective, a resource scan related to the main influences of the tourism on generally on the society, its social approach and the local culture has been performed and a survey as a data collection tool has been developed according to the influences of the tourism on the local culture. This survey has been applied to 697 local people from Urgup district of the Nevsehir province by interviewing with them face to face.

The personal characteristics and their levels of participation of the public participated in this survey have been given as percentage and frequency. The developed hypotheses have been controlled with the T test and the Variation Analysis (Anova). Besides the Tukey test has been applied in order to learn the differences occur from which groups. As a result, the influences of the tourism on the local culture have been determined and also the meaningful differences of the local public's visions related to the subject according to their personal characteristics have been determined and the solution recommendations have been developed according to them.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
KISALTMALAR CETVELİ.....	viii
TABLolar LİSTESİ.....	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xiv

1. BÖLÜM

GİRİŞ.....	1
1.1 .Araştırmanın Problemi	3
1.2 .Araştırmanın Amacı.....	4
1.3 .Araştırmanın Hipotezleri.....	5
1.4 .Araştırmanın Önemi.....	6
1.5 .Araştırmanın Sınırlılıkları.....	7
1.6. Araştırmanın Uygulama Alanı Olan Ürgüp Yöresine Genel Bir Bakış.....	7

2. BÖLÜM

TURİZMİN SOSYOLOJİK YÖNÜ VE TOPLUM ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİN İNCELENMESİ.....

2.1. Sosyolojinin Tanımı ve Kapsamı.....	14
2.1.1.Turizm Sosyolojisi.....	15
2.1.2. Toplumsal Değişme.....	16
2.2. Toplumsal Değişme ve Turizm.....	19
2.2.1. Turizmin Çeşitleri.....	19
2.2.1.1. Kitle Turizmi.....	20
2.2.1.2. Alternatif Turizm.....	21
2.2.1.2.1. Alternatif Turizm Türleri.....	26
2.2.2. Turist Tipleri.....	30
2.2.3. Turistik Alanın Özellikleri.....	35
2.2.3.1. Turistik Taşıma Kapasitesi.....	35

2.2.3.2. Turistik Alanın İmajı.....	38
2.3. Turizmin Toplum Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi.....	39
2.3.1. Turizmin Ekonomi Üzerindeki Etkileri.....	43
2.3.2. Turizmin Doğal Çevre Üzerindeki Etkileri.....	49
2.3.3. Turizmin Sosyal Yapı Üzerindeki Etkileri.....	55
2.3.3.1. Turizmin Bireyler Üzerindeki Etkileri	58
2.3.3.2. Turizmin Aile Yapısı Üzerindeki Etkileri	61
2.3.3.3. Turizmin Sosyal Sınıflar Üzerindeki Etkileri	65
2.3.3.4. Turizmin Eğitim Üzerindeki Etkileri	68
2.3.4. Turizmin Kültür Üzerindeki Etkileri.....	70
2.4. Kültür ve Kültür İle İlgili Temel Kavramlar.....	72
2.4.1. Kültür Kavramının Tanımlanması.....	72
2.4.2. Kültürün Özellikleri.....	75
2.4.3. Kültürü Oluşturan Öğeler.....	76
2.4.4. Kültürün Sınıflandırılması	78
2.4.5. Kültürel Süreçler.....	80
2.4.6. Kültürel Varlıklar.....	81
2.4.7. Kültürlerarası İletişim ve Turizm.....	83
2.5. Turist ve Yöre Halkının Karşılaşma Durumları.....	86
2.5.1. Turist- Yöre Halkı Karşılaşmalarının Özellikleri.....	93
2.5.2. Turist- Yöre Halkı İlişkisini Etkileyen Faktörler.....	95
2.5.2.1. Yöre Halkı İle Turistlerin Sahip Olduğu Kültür Arasındaki Farklılıklar.....	95
2.5.2.2. Turist Özellikleri.....	96
2.5.2.3. Yöre Halkının Turizme Yönelik Tutumları.....	103
2.5.2.4. Kalıp Yargılar.....	105
2.5.2.5. Yöre Halkının Toplumsal Yapısı.....	106
2.5.2.6. Turizmin Gelişim Seviyesi.....	107
2.5.3. Yöre Halkı-Turist Etkileşimi Sonucu Ortaya Çıkan Olası Durumlar.....	109
2.5.3.1. Kültürel Aktarım.....	109
2.5.3.2. Kültürel Yayılma.....	110
2.5.3.3. Kültür Şoku.....	110

2.5.3.4. Kültürel Farklılaşma.....	111
2.5.3.5. Kültürel Yozlaşma.....	112
2.5.3.6. Kültürel Çatışma.....	113
2.5.3.7. Kültürel Yıkım.....	114
2.5.3.8. Kültürel Değişim.....	115
2.6. Turizmin Yerel Kültür Üzerindeki Etkileri.....	116
2.6.1. Dinsel İnanç ve Davranışların Değişmesi.....	119
2.6.2. Ahlâki Değer ve Davranışların Değişmesi.....	121
2.6.3. Yabancı Yaşam Biçimlerinin Benimsenmesi.....	124
2.6.4. Yabancı Sözcüklerin Yöre Halkının Dilindeki Oranının Artması.....	128
2.6.5. Yerel Sanatın İşlevinin ve Anlamının Değişmesi.....	130
2.6.6. Turizmin Yöre Halkının Kendi Kültürünün Bir Parçası Haline Gelmesi.....	134
3. BÖLÜM	
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	136
3.1. Araştırmanın Modeli.....	136
3.2. Evren ve Örneklem.....	136
3.3. Verilerin Toplanması.....	138
3.4. Verilerin Analizi.....	140
4. BÖLÜM	
ARAŞTIRMA İLE İLGİLİ BULGULAR VE YORUMLAR.....	142
4.1. Ankete Katılan Kişilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Elde Edilen Bulgular.....	142
4.2. Turizmin Yerel Kültür Üzerindeki Etkileri İle İlgili Elde Edilen Bulgular...146	
4.2.1. Dinsel İnanç ve Davranış Değişimine İlişkin Elde Edilen Bulgular.....146	
4.2.2. Ahlâki Değer ve Davranış Değişimine İlişkin Elde Edilen Bulgular.....148	
4.2.3.Yabancı Yaşam Biçimlerinin Benimsenmesine İlişkin Elde Edilen Bulgular.....151	
4.2.4. Yabancı Sözcüklerin Yöre Halkının Dilindeki Oranının Artmasına İlişkin Elde Edilen Bulgular.....153	
4.2.5. Yerel Sanatın İşlev ve Anlamının Değişmesine İlişkin Elde Edilen Bulgular.....155	

4.2.6. Turizmin Yöre Halkının Kendi Kùltürünün Bir Parçası Haline Gelmesine İlişkin Elde Edilen Bulgular.....	156
4.3. Hipotezlerin Test Edilmesine İlişkin Bulgular.....	159
4.4. Hipotezlerin Kabul Edilme veya Reddedilme Durumları.....	184
SONUÇ ve ÖNERİLER.....	187
KAYNAKÇA.....	201
EK-Anket formu.....	230

KISALTMALAR CETVELİ

f.	: Frekans
F, p (sig.), t	: Farklılık Analizlerine İlişkin Parametreler (F değeri, p değeri (sig), t değeri)
N	: Denek Sayısı
Ort.	: Aritmetik Ortalama
s.	: Sayfa Sayısı
s.d.	: Serbestlik Derecesi
SPSS	: Statistical Packages For The Social Sciences (Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paketi)
s.s.	: Standart Sapma Değeri
vb.	: ve benzeri
YTL.	: Yeni Türk Lirası
%	Yüzde

TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 1 :	Ürgüp'te İşletme ve Belediye Belgeli Konaklama Tesisleri...	9
Tablo 2 :	Ürgüp'e Gelen Turistlerin Belediye Belgeli Konaklama Tesislerindeki Kişi Sayıları, Geceleme Sayıları ve Ortalama Kalış Süreleri	10
Tablo 3 :	Ürgüp'e Gelen Turistlerin İşletme Belgeli Konaklama Tesislerindeki Kişi Sayıları, Geceleme Sayıları ve Ortalama Kalış Süreleri.....	11
Tablo 4 :	2006 Yılında Ürgüp'te Geceleyen Turistlerin Milliyetleri.....	12
Tablo 5 :	Ürgüp'de Turizme Dayalı Olarak Faaliyet Gösteren İşletmeler.....	13
Tablo 6 :	Kitle Turizmi ve Alternatif Turizm Arasında Karşılaştırma...	23
Tablo 7 :	Kitle Turizmi ve Alternatif Turizm Arasındaki Turizm Gelişme Stratejileri.....	25
Tablo 8 :	Turist Tipleri ve Yerel Topluma Etkileri	34
Tablo 9 :	Turizmin Toplum Üzerindeki Etkileri.....	42
Tablo 10:	Turist Sayısı ve Turizm Gelirinin Yıllara Göre Dağılımı.....	46
Tablo 11:	Turizmin Birey ve Aile Üzerindeki Etkileri.....	60
Tablo 12:	Turizm Gelişiminin Sonuçları.....	64
Tablo 13:	Turizmin Kültür Üzerindeki Etkileri.....	71
Tablo 14:	Yöre Halkı -Turist Etkileşim Alanları.....	87
Tablo 15:	Turistler ve Yöre Halkı Karşılaşmalarının Etkileri.....	90
Tablo 16:	Turistlerin Ülkemizi Ziyaret Etme Nedeni.....	101
Tablo 17:	Turizmin Yerel Kültür Üzerindeki Etkilerine İlişkin Yargı Sayısı ve Anket Formundaki Sıra Numaraları.....	139
Tablo 18:	Ankete Katılan Kişilerin Cinsiyetlere Göre Dağılımı.....	142
Tablo 19:	Ankete Katılan Kişilerin Yaş Gruplarına Göre Dağılımı.....	143
Tablo 20:	Ankete Katılan Kişilerin Çalışma Durumuna Göre Dağılımları.....	143

Tablo 21: Ankete Katılan Kişilerin Turizm Sektöründe Çalışma Sürelerine Göre Dağılımı.....	144
Tablo 22: Ankete Katılan Kişilerin Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı	144
Tablo 23: Ankete Katılan Kişilerin Ürgüp'teki İkamet Sürelerine Göre Dağılımı.....	145
Tablo 24: Ankete Katılan Kişilerin Gelir Durumu Dağılımı.....	145
Tablo 25: Dinsel İnanç ve Davranış Değişimi Boyutu İle İlgili Ankete Verilen İfadelerle İlişkin Yöre Halkının Görüşleri.....	147
Tablo 26: Ahlâki Değer ve Davranış Değişimi Boyutu İle İlgili Ankete Verilen İfadelerle İlişkin Yöre Halkının Görüşleri.....	149
Tablo 27: Yabancı Yaşam Biçimlerinin Benimsenmesi Boyutu İle İlgili Ankete Verilen İfadelerle İlişkin Yöre Halkının Görüşleri.....	151
Tablo 28: Yabancı Sözcüklerin Yöre Halkının Dilindeki Oranının Artması Boyutu İle İlgili Ankete Verilen İfadelerle İlişkin Yöre Halkının Görüşleri.....	153
Tablo 29: Yerel Sanatın İşlev ve Anlamının Değişmesi Boyutu İle İlgili Ankete Verilen İfadelerle İlişkin Yöre Halkının Görüşleri.....	155
Tablo 30: Turizmin Yöre Halkının Kendi Kültürünün Bir Parçası Haline Gelmesi Boyutu İle İlgili Ankete Verilen İfadelerle İlişkin Yöre Halkının Görüşleri.....	157
Tablo 31: Dinsel İnanç ve Davranış Değişimi Boyutu İle Ankete Katılan Kişilerin Çalışma Durumlarına Göre Anlamli Bir İlişki Olup Olmadığına Dair T Testi Sonuçları.....	159
Tablo 32: Ahlâki Değer ve Davranışların Değişmesi Boyutu İle Ankete Katılan Kişilerin Çalışma Durumlarına Göre Anlamli Bir İlişki Olup Olmadığına Dair T Testi Sonuçları...	160
Tablo 33: Yabancı Yaşam Biçimlerinin Benimsenmesi Boyutu İle Ankete Katılan Kişilerin Çalışma Durumlarına Göre Anlamli Bir İlişki Olup Olmadığına Dair T Testi Sonuçları...	161

Tablo 34: Yerel Sanatın İşlev ve Anlamının Değişmesi Boyutu İle Ankete Katılan Kişilerin Çalışma Durumlarına Göre Anlamli Bir İlişki Olup Olmadığına Dair T Testi Sonuçları...	162
Tablo 35: Turizmde Çalışan Kişilerin, Dinsel İnanç ve Davranış Değişimine İlişkin Görüşlerinin Sektörde Çalışma Sürelerine Göre Karşılaştırılması (Anova Testi Sonuçları)...	163
Tablo 36: Turizmde Çalışan Kişilerin, Ahlâki Değer ve Değişimine İlişkin Görüşlerinin Sektörde Çalışma Sürelerine Göre Karşılaştırılması (Anova Testi Sonuçları).....	164
Tablo 37: Ahlâki Değer ve Davranış Değişimine İlişkin Görüşlerin, Turizmde Çalışma Sürelerine Göre Karşılaştırılması (Tukey Testi).....	164
Tablo 38: Turizmde Çalışan Kişilerin, Yabancı Yaşam Biçimlerinin Benimsenmesine İlişkin Görüşlerinin Sektörde Çalışma Sürelerine Göre Karşılaştırılması (Anova Testi Sonuçları)...	165
Tablo 39: Turizmde Çalışan Kişilerin, Yabancı Sözcüklerin Yerel Dildeki Kullanım Oranının Artmasına İlişkin Görüşlerinin Sektörde Çalışma Sürelerine Göre Karşılaştırılması (Anova Testi Sonuçları).....	166
Tablo 40: Turizmde Çalışan Kişilerin, Yerel Sanatın İşlev ve Anlamının Değişmesine İlişkin Görüşlerinin Sektörde Çalışma Sürelerine Göre Karşılaştırılması (Anova Testi Sonuçları).....	167
Tablo 41: Ankete Katılan Kişilerin Yaş Dağılımlarının, Dinsel İnanç ve Davranış Değişmesine İlişkin Görüşlerine Göre Karşılaştırılması (Anova Testi Sonuçları).....	168
Tablo 42: Dinsel İnanç ve Davranış Değişimine İlişkin Görüşlerin, Yaş Dağılımlarına Göre Karşılaştırılması (Tukey Testi).....	168
Tablo 43: Ankete Katılan Kişilerin Yaş Dağılımlarının, Ahlâki Değer ve Davranış Değişmesine İlişkin Görüşlerine Göre Karşılaştırılması (Anova Testi Sonuçları).....	169

Tablo 44: Ankete Katılan Kişilerin Yaş Dağılımlarının, Yabancı Yaşam Biçimlerinin Benimsemesine İlişkin Görüşlerine Göre Karşılaştırılması (Anova Testi Sonuçları).....	170
Tablo 45: Yabancı Yaşam Biçimlerinin Benimsenmesine İlişkin Görüşlerin, Yaş Dağılımlarına Göre Karşılaştırılması (Tukey Testi).....	171
Tablo 46: Dinsel İnanç ve Davranış Değişmesine İlişkin Görüşlerin Ürgüp'te İkamet Edilen Sürelere Göre Karşılaştırılması (Anova Testi).....	172
Tablo 47: Dinsel İnanç ve Davranış Değişmesine İlişkin Görüşlerin, İkamet Sürelerine Göre Karşılaştırılması (Tukey Testi).....	173
Tablo 48: Ahlâki Değer ve Davranış Değişmesine İlişkin Görüşlerin, Ürgüp'te İkamet Edilen Sürelere Göre Karşılaştırılması (Anova Testi).....	174
Tablo 49: Yabancı Yaşam Biçimlerinin Benimsenmesine İlişkin Görüşlerin, Ürgüp'te İkamet Edilen Sürelere Göre Karşılaştırılması (Anova Testi).....	175
Tablo 50: Yabancı Yaşam Biçimlerinin Benimsenmesine İlişkin Görüşlerin, İkamet Sürelerine Göre Karşılaştırılması (Tukey Testi).....	176
Tablo 51: Yabancı Sözcüklerin Kullanım Oranının Artmasına İlişkin Görüşlerin, Ürgüp'te İkamet Edilen Sürelere Göre Karşılaştırılması (Anova Testi).....	176
Tablo 52: Yabancı Sözcüklerin Kullanım Oranının Artmasına İlişkin Görüşlerin, İkamet Sürelerine Göre Karşılaştırılması (Tukey Testi).....	177
Tablo 53: Yerel Sanatın İşlev ve Anlamının Değişmesine İlişkin Görüşlerin, Ürgüp'te İkamet Edilen Sürelere Göre Karşılaştırılması (Anova Testi).....	178

Tablo 54: Yerel Sanatın İşlev ve Anlamının Değişmesine İlişkin Görüşlerin, İkamet Sürelerine Göre Karşılaştırılması (Tukey Testi).....	179
Tablo 55: Turizmin Yerel Kültürün Bir Parçası Haline Gelmesine İlişkin Görüşlerin, Ürgüp'te İkamet Edilen Sürelere Göre Karşılaştırılması (Anova Testi).....	180
Tablo 56: Turizmin Yerel Kültürün Bir Parçası Haline Gelmesine İlişkin Görüşlerin, İkamet Sürelerine Göre Karşılaştırılması (Tukey Testi).....	181
Tablo 57: Ankete Katılan Kişilerin Gelir Dağılımlarının, Yabancı Yaşam Biçimlerinin Benimsemesine İlişkin Görüşlerine Göre Karşılaştırılması (Anova Testi Sonuçları).....	182
Tablo 58: Yabancı Yaşam Biçimlerinin Benimsenmesine İlişkin Görüşlerin, Gelir Dağılımlarına Göre Karşılaştırılması (Tukey Testi).....	183
Tablo 59: Hipotezlerin Kabul Edilme veya Reddedilme Durumları.....	184

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1 :	Turizmin Toplumsal Taşıma Kapasitesi Evreleri ve Özellikleri.....	38
Şekil 2 :	Turizmin Etkilerinin Algılanma Aşamaları.....	40
Şekil 3 :	Turizmin Ekonomik Etkilerini Belirleyen Başlıca Faktörler..	44
Şekil 4 :	İletişim Süreci.....	84
Şekil 5 :	Yöre Halkının Turizme Karşı Tutum ve Davranışları.....	105
Şekil 6 :	Kültürel Çatışmanın Boyutları.....	114

1. BÖLÜM

GİRİŞ

Turizm olayı, insanları ve toplumları etkileyen bir olaydır. İnsanları ve toplumları etkileyebildiği gibi, bunlardan da etkilenebilmektedir. Turistler, gittikleri yöre insanının yaşamından etkilendiği gibi, yöre halkı turistlerin yaşam biçimlerinden etkilenip, onlar gibi yaşama eğiliminde olabilirler. Bu durum yerel yaşam üzerinde bazen olumlu bazen ise olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir.

İşte yöre halkı ile turistler arasındaki bu ilişkiler, yerel değerler üzerinde değişikliklere neden olabilmektedir. Turistlerden etkilenen yöre halkı, dini inanç ve ahlâki değerlerini, yaşam biçimlerini değiştirerek, turistler gibi hareket edebilmektedirler. Bu durum ise, öz değerlerin tahrip olmasına yol açmaktadır.

Turizm hareketleri aynı zamanda, turistik yörelerdeki yerel sanat anlayışının azalmasına ve tamamen ticarileşmesine yol açmakla birlikte, yerel dil üzerinde oldukça zarar verici etkiler bırakabilmektedir. Bunların sonucunda ise, turistik yöreler, yerel kültürlerinden uzaklaşarak, farklı bir kültürün etkisi altına girebilmektedirler. Yani böyle bir durumda, yerel kültür üzerine kurulan bir turizm anlayışı yerine, turizme tamamen ayak uydurmuş bir yerel kültür söz konusu olmaktadır.

Turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerinin belirlenmesi amacıyla, Nevşehir ilinin Ürgüp yöresinde yaşayan yöre halkının konuyla ilgili görüşlerinin alındığı anket çalışmasına yer verilen bu tez dört bölümden oluşmaktadır.

İlk bölümde, araştırmanın problemi, amacı, önemi, hipotezleri, sınırlılıkları ve araştırma alanı olan Ürgüp yöresi hakkındaki bilgilere yer verilmiştir. İkinci bölümde, turizmin genel olarak toplumlar üzerindeki etkileri ile sosyolojik yönü ve turistler ile yöre halkı arasındaki ilişkiler ve bu ilişkilerin yerel kültür üzerindeki

etkilerine ilişkin literatür bilgilerine yer verilmiştir. Üçüncü bölümde, araştırmanın yöntemi ile ilgili bilgilere yer verilmiştir. Son bölüm olan dördüncü bölümde ise, araştırmada elde edilen bulguların analizlerine ve ortaya çıkan sonuçların yorumlanmasına yer verilmiştir. Elde edilen sonuçlar kapsamında sonuç ve öneriler geliştirilmiştir.

Araştırmada veri toplamak amacıyla geliştirilen anket iki bölümden oluşmaktadır. Öncelikle ilk bölüm ankete katılacak olan yöre halkının kişisel özelliklerini belirlemek amacıyla hazırlanmış üç kapalı ve dört açık uçlu sorudan oluşmaktadır. İkinci bölümde ise, turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerinin belirlenmesine yönelik; yöre halkına, dinsel inanç ve davranış değişimi için dört, ahlâki değer ve davranış değişimi için altı, yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi konusunda beş, yabancı sözcüklerin yöre halkının dilindeki oranının artması hakkında dört, yerel sanatın işlev ve anlamının değişmesi ile ilgili dört ve son olarak turizmin yerel kültürün bir parçası haline gelmesi konusunda ise dört olmak üzere ankette yirmi yedi adet, 5'li Likert ölçeğindeki yargılara yer verilmiştir.

Oluşturulan bu anket, Ürgüp yöresine bizzat gidilerek, yörede ikamet eden 697 kişiye uygulanmıştır. Elde edilen bulgular, bilgisayar ortamına aktarılarak SPSS for Windows programı yardımıyla çözümlenerek yorumlanmış ve bu anlamda öneriler geliştirilmiştir.

Ankete katılan kişilerin, kişisel özellikleri ve turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerine ilişkin belirttikleri görüşlerin yüzde ve frekans dağılımı ile aritmetik ortalamaları ve bu görüşlerinin kişisel özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için T testi ve Varyans Analizi (Anova) uygulanmıştır. Ayrıca, farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığının tespit edilmesi için ise Tukey testi kullanılarak analiz gerçekleştirilmiştir.

Yöre halkının görüşleri bu yöntemler dâhilinde değerlendirildiğinde, turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerine ilişkin verdikleri görüşler ile kişisel özellikleri itibarıyla, 0,05 anlamlılık düzeyinde farklılıklar tespit edilmiştir. Anket uygulaması

yapılmadan önce, ön test yapılarak, Ürgüp'te yaşayan yöre halkı tarafından gerçek durum ve düşüncelerini belirtecek şekilde doldurulması ve görüşlerini belirtirken herhangi bir şekilde yönlendirilmemiş olmaları sağlanmaları çalışılmıştır. Böylece konuyla ilgili mevcut durumun ortaya konulması amaçlanmıştır.

1.1. Araştırmanın Problemi

Turizm sadece ekonomik bir olay olmayıp, kültürel ve sosyal boyutları da olan bir olaydır. Bu yüzden turizmin etkilerini incelerken, sadece gelir getirici özellikleri değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel etkilerinin de değerlendirilmesi gereklidir. Turizm gelişimi gelenek ve görenekleri, bireysel davranışları, ahlâki değerleri ve toplumsal tutumları etkileyebildiği için önem arz etmektedir.

Turistler, gittikleri yörelere, kendi kültürlerine ait değerleri ve inançları beraberlerinde götürebilmektedirler. Bu onların, ziyaretleri süresince davranışlarına yansımaktadır. Böylelikle, tatilleri süresince ilişki içinde oldukları yöre halkı, turistlerin farklı kültürleri ve farklı davranış biçimlerinden etkilenebilmektedir. Kendilerine oldukça yabancı gelen yaşam biçimlerinden etkilenip, kendi günlük yaşamlarını bu anlamda değiştirme arzusu içine girebilmektedirler.

Bu doğrultuda, turistlerden etkilenen yöre halkı kendi öz kültürü içinde yer alan dini ve ahlâki değerlerini, yerel dil ve sanat anlayışlarını terk ederek, turizmi bütünüyle kendi kültürü içine alıp, öz değerlerinden uzaklaşabilmektedir. Bu yüzden turizmin olumlu ve olumsuz etkilerinin iyi bir şekilde belirlenmesi ve yerel toplumlar üzerindeki olumsuz etkilerini giderici çözümlerin getirilmesi, hem bireysel hem de toplumsal açıdan önem arz etmektedir.

Bu araştırmada, turizmin yerel kültür üzerindeki etkileri belirlenerek değerlendirilmektedir. Konuyla ilgili yapılan çalışmalar incelenmiş ve inceleme sonucunda kapsamlı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu bağlamda hem ilgili literatüre hem de uygulama sonucunda elde edilen bulgularla ve geliştirilen önerilerle, kamu ve özel sektöre katkı sağlayacak bir çalışma olması amaçlanmıştır.

1.2. Araştırmanın Amacı

Toplumlar, zaman içinde ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda bir takım değişikliklere uğrayabilmektedirler. Bu durumun teknolojik gelişmeye bağlı olarak ilerlemesinin yanında, turizmin de etkisi göz önüne alınmalıdır. Turizm olayına katılan kişiler, hem kendi aralarındaki hem de ziyaret ettikleri yöre insanı ile kurdukları iletişim nedeniyle, toplumlar arasındaki ilişkiyi ortaya çıkararak kültürel yönden etkileşimi gerçekleştirebilmektedirler.

Farklı kültür ve değerlere sahip olan insanların ilişkilerini artıran turizm, bir etkileşim olayıdır. Çünkü turist ve yöre halkı arasındaki karşılaşmalar sırasında, insanlar birbirlerinden etkilenebilmektedirler. Bu süreç, bazen olumlu bazen ise olumsuz sonuçlar doğurabilir. Turistler beraberlerinde getirdikleri değerleriyle, ziyaretleri sırasında, bölgedeki yöre halkının ahlâki ve dini değerlerini, yaşam biçimlerini, giyim tarzlarını, kullandıkları dili ve sanat değerlerini farklılaştırabilirler. Böyle bir durum, yöre kültüründe yozlaşmalara neden olabilecek bir güçtedir. Bu yüzden turizm birçok yerde değişim unsuru olarak kabul edilmektedir. Çünkü turizm başlı başına kültürel yayılma ve değişim için önemli ve etkili bir araçtır.

Bu nedenle turizmin etkileri incelenirken, sadece gelir getirici özellikleri değil, aynı zamanda kültürel etkilerinin de göz önüne alınması yerinde olacaktır. Çünkü bireyleri etkileyen olaylar, giderek ülkeyi ilgilendiren sosyal içerikli toplumsal bir sorun olarak karşımıza çıkabilmektedir. Bu araştırmanın amacını, turizmin, bir topluma ait yerel kültür üzerinde, olumlu ve olumsuz yönde bıraktığı etkilerin ortaya konulması oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, deneklerin demografik özelliklerinin frekans ve yüzde dağılımları, turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerinin ortaya konulması için ankette verilen her bir ifadenin frekans ve yüzde dağılımları, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri belirlenmiş ve araştırma hipotezleri test edilmiştir.

1.3. Araştırmanın Hipotezleri

Bu araştırmada aşağıdaki hipotezler test edilmiştir:

H_1 = Yöre halkının, dinsel inanç ve davranış değişimi boyutuna ilişkin görüşleri, çalışma durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_2 = Yöre halkının, ahlâki değer ve davranış değişimine ilişkin görüşleri, çalışma durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_3 = Yöre halkının, yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesine ilişkin görüşleri, çalışma durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_4 = Yöre halkının, yerel sanatın işlev ve anlamının değişmesine ilişkin görüşleri, çalışma durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_5 = Turizmde çalışan kişilerin çalışma süreleri, dinsel inanç ve davranış değişmesi boyutuna ilişkin görüşlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_6 = Turizmde çalışan kişilerin çalışma süreleri, ahlâki değer ve davranış değişmesi boyutuna ilişkin görüşlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_7 = Turizmde çalışan kişilerin çalışma süreleri, yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi boyutuna ilişkin görüşlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_8 = Turizmde çalışan kişilerin çalışma süreleri, yabancı sözcüklerin yerel dildeki kullanım oranının artması boyutuna ilişkin görüşlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_9 = Turizmde çalışan kişilerin çalışma süreleri, yerel sanatın işlev ve anlamının değişmesi boyutuna ilişkin görüşlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{10} = Dinsel inanç ve davranış değişmesi boyutuna ilişkin görüşler, yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{11} = Ahlâki değer ve davranış değişmesi boyutuna ilişkin görüşler, yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{12} = Yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi boyutuna ilişkin görüşler, yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_{13} = Dinsel inanç ve davranış değişmesine ilişkin görüşler, Ürgüp'te ikamet edilen süreye göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₁₄= Ahlâki değer ve davranış değişmesine ilişkin görüşler, Ürgüp'te ikamet edilen süreye göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₁₅= Yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesine ilişkin görüşler, Ürgüp'te ikamet edilen süreye göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₁₆= Yabancı sözcüklerin kullanım oranının artmasına ilişkin görüşler, Ürgüp'te ikamet edilen süreye göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₁₇= Yerel sanatın işlev ve anlamının değişmesine ilişkin görüşler, Ürgüp'te ikamet edilen süreye göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₁₈= Turizmin yerel kültürün bir parçası haline gelmesine ilişkin görüşler, Ürgüp'te ikamet edilen süreye göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₁₉ = Yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi boyutuna ilişkin görüşler, gelir gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

1.4. Araştırmanın Önemi

Ülkemizdeki kültürel değişimlerin nedenleri incelendiğinde, turizmin etkisine rastlanılabilmektedir. Turizm hareketlerinin özellikle yoğun olduğu dönemlerde, turist ve yöre halkı arasındaki etkileşimler yoğun olabilmektedir. Bu etkileşim karşılıklı olabileceği gibi, yerel kültür değerlerinin, yabancı kültür altında ezilmesi gibi sonuçlarla da karşılaşılabilir. Böylece yöre halkı farklı bir görüş ve yaşam biçimine doğru gidebilmektedir. Geleneksel değerlerden uzaklaşarak, turistlerin yaşam biçimleri, ahlâki ve dini değerleri benimsenebildiği gibi sadece turistlerin ihtiyaçlarına yönelik el sanatları üretimine ağırlık verilebilir. Aynı zamanda, turistlerle sözlü iletişim halinde olan yöre halkı bir süre sonra kendi öz diline yüzlerce yabancı kelimeyi sokarak, dilin erozyona uğramasına neden olabilmektedir. Bu anlamda, yöre halkının, turizmin neden olabileceği olası kültürel etkiler ve bunların doğuracağı olumsuz sonuçlar konularında bilgilendirilmesi gerekmektedir. Çünkü kültürel değişimden korunmanın etkili bir yolu, bilinçli toplum olmaktan geçmektedir.

Ülkemizde, turizmin daha çok ekonomik katkısı üzerinde durulduğundan, kültürel etkileri çoğu zaman göz ardı edilebilmektedir ve bu yüzden konuya yönelik çalışmalar sayıca azdır. Bu araştırma, turizmin yerel kültür üzerindeki etkileri kapsamlı bir biçimde araştırılarak, elde edilen bulgular ve çıkan sonuçlar kapsamında sunulan çözüm önerileri, kamu ve özel sektöre katkı sağlayabilecektir.

1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerinin belirlenebilmesi için yapılacak olan bir çalışmanın, turizm hareketlerinin yoğun olarak yaşandığı turistik bölgelerde gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Aksi takdirde turizmin neden olabileceği etkiler belirlenemeyebilir. Bu yüzden bu çalışmanın uygulama bölümü için turizm hareketlerinin özellikle kültür turizmine yönelik faaliyetlerin yoğun olarak yaşandığı, Nevşehir ilinin Ürgüp yöresi ve yöreye bağlı Ortahisar, Mustafapaşa, Aksalur ve Başdere kasabalarında yaşayan, toplam nüfusları 22.542 olan yöre halkı hedeflenmiştir. Ancak zaman faktörü göz önüne alınarak örneklem seçilmiş ve Ürgüp merkezden 279, Ortahisar'dan 143, Başdere'den 112, Aksalur'dan 94 ve Mustafapaşa'dan ise 69 olmak üzere toplam 697 kişiye ulaşılmıştır.

1.6. Araştırmanın Uygulama Alanı Olan Ürgüp Yöresine Genel Bir Bakış

Nevşehir'in 20 km. doğusunda olan Ürgüp, Kapadokya Bölgesinin kültür turizmi bakımından en önemli merkezlerindendir. Tarihsel süreç içerisinde çok sayıda isme sahip olmuştur. Bizans Döneminde Osiana (Assiana), Hagios Prokopios; Selçuklular Dönemi'nde Başhisar; Osmanlılar zamanında Burgut kalesi; Ürgüp ve civarındaki ilk yerleşim ve antik adı "Tomissos" olan Damsa Çayı vadisinde dik kayalar dibine oyulmuş mağara evlerden oluşan küçük bir köy iken sonraları adı taşlık ve kayalık yer anlamına gelen Ürküp olmuş, Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren Ürgüp adıyla anılmıştır. Ürgüp, yağmur ve rüzgâr erozyonunun meydana getirdiği ve peribacası olarak tanımlanan ilginç doğal oluşumların sıkça ve tipik örneklerinin yoğun olarak yer aldığı bir bölgeye kurulmuştur. Vadi yamaçlarından

akan yağmur sularının ve daha sonra rüzgârların aşındırması sonucu oluşan yarıklar arasında yükselen peribacaları bu bölgeye özgü çok ilginç bir görüntü oluşturmaktadır (Ürgüp Turizm Danışma Bürosu Dökümanı, 2004, s.1).

Başlıca geçim kaynağı turizm ve tarım olan Ürgüp yöresinde turizm hareketleri, Mart ayının ikinci yarısında başlamakta ve Temmuz-Ağustos aylarında zirve noktasına ulaşmaktadır. Ayrıca Ürgüp'deki turizm hareketleri bunlarla sınırlı kalmayıp, yöre kış aylarında da turist çekmektedir. İlginç görüntüsü ile ziyaretçi sayısı her yıl artış göstermektedir. Ankara'ya olan yakınlığı dolayısıyla, kongre turizminde bir canlılık meydana gelmiştir. Aynı zamanda, her yıl Eylül ayının ilk haftasında yapılan Ürgüp Bağbozumu Festivali ve yine her yıl Haziran ayının ilk haftasında düzenlenen Uluslararası Şarap Yarışması ile çekiciliğini artırmaktadır. Bunun yanında yine her yıl Haziran aylarında düzenlenen Uluslararası Kapadokya Dağ Bisikleti Festivali ile Ürgüp, 15-20 Avrupa ülkesinden hem yarışmacıları hem de ziyaretçileri ağırlamaktadır. Kapadokya Ürgüp Karikatür Yarışması, yine her yıl düzenlenen bir diğer etkinliktir (Ürgüp Turizm Danışma Bürosu Dökümanı, 2004, s.14-15).

Kültürel kaynaklarının zenginliği ile dikkat çeken Ürgüp'te, turizme açılan birçok kilise, vadi, cami, açık hava müzeleri, kale ve ören yerleri mevcuttur. Doğal güzellikleri, kültürel, mimari özellikleri ve dini geçmişi bakımından oldukça zengin bir yerleşim birimi olmanın yanında önemli bir turizm eğlence ve konaklama merkezidir (www.urguptso.tobb.org.tr).

Ürgüp'de faaliyet gösteren belediye ve işletme belgeli konaklama tesisleri Tablo'1'de verilmektedir. Buna göre, 2005 yılında, Ürgüp'te bulunan belediye belgeli konaklama tesislerinin sayısı 66, oda sayıları 1423 ve yatak kapasiteleri ise 3112 şeklindedir. Ürgüp'te bulunan işletme belgeli konaklama tesisleri ile ilgili verilere göre ise, Ürgüp'te; 7 adet dört yıldızlı otel, 6 adet üç yıldızlı otel, 1 adet 2. sınıf tatil köyü, 1 adet pansiyon ve 9 adet özel tesis bulunmaktadır.

Tablo 1: Ürgüp'te İşletme ve Belediye Belgeli Konaklama Tesisleri

Ürgüp 2005 İstatistikleri	İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri					Toplam	Belediye Belgeli Konaklama Tesisleri
	4*	3*	2. sınıf tatil köyü	Pansiyon	Özel tesis		
Tesis sayısı	7	6	1	1	9	24	66
Oda sayısı	1076	399	79	5	178	1728	1423
Yatak kapasitesi	2157	794	166	10	380	3507	3112

Kaynak: (Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm Belgeli Tesis İstatistikleri, 2005).

Yörede bulunan Ürgüp Müzesi ziyaretçilerin ilgi odağı durumundadır. 1971 yılında açılan müzede, Ürgüp ve civarından ele geçen fosil örneklerinin dışında Prehistorik, Eski Tunç Çağı, Hitit, Frig, Pers, Hellenistik, Roma, Bizans ve Osmanlı Dönemi eserleri mevcuttur. Müzede ayrıca yörenin mahalli kıyafetlerinin, eşyalarının ve silahların bulunduğu parçalar yer almaktadır. Ürgüp Müzesi'ne bağlı ören yerleri Mustafapaşa (Sinassos) Aios Vasilios Kilisesi, Manastır Vadisi Kiliseleri, Yeşilöz (AzizTheodor) Kilisesi ve Pancarlık Kilisesi'dir (www.nevsehir.gov.tr)

Yörede, turizme açılan birçok yer mevcuttur. Bunlar arasında, Pembe Vadi, Kızılçukur, Mustafapaşa, Sarıhan, Halacdere, Fıratkan, Ortahisar, Aziz Theodore (Tağar) Kilisesi, Pancarlık Kilisesi, Ala Kilise, Üzümlü Kilise, Hallaç Manastırı ve Kepez Kiliseleri, Balkan Kiliseleri, Taşkınpaşa Cami, Kadı Kalesi, Temenni (Anıt Mezar), Altıkapı, Damsa Barajı, Aksalur, Ürgüp Müzesi, Rum Hamamı, Mazi Yeraltı Şehri sayılabilir (www.nevsehir.gov.tr).

Turistlerin çoğunlukla kültür turizmi etkinliklerine katıldığı Ürgüp'ü her yıl bu nedenle birçok turist ziyaret etmektedir. Tablo 2 ve Tablo 3'de Ürgüp'teki belediye ve işletme belgeli konaklama tesislerinde kalan yerli ve yabancı turistlerin yıllara göre dağılımı görülmektedir.

Tablo 2: Ürgüp’e Gelen Turistlerin Belediye Belgeli Konaklama Tesislerindeki Kişi Sayıları, Geceleme Sayıları ve Ortalama Kalış Süreleri

Ürgüp		Turist sayısı (konaklayan)	Geceleme sayıları	Ortalama kalış süreleri
2000	Yabancı	50.191	107.544	2,1
	Yerli	35.273	56.519	1,6
2001	Yabancı	62.768	116.234	2,2
	Yerli	49.432	41.350	1,9
2002	Yabancı	59.348	138.589	2,3
	Yerli	57.515	118.378	2,1
2003	Yabancı	13.845	26.145	1,9
	Yerli	29.743	55.531	1,9
2004	Yabancı	7602	13.626	1,8
	Yerli	12.096	20.958	1,7
2005	Yabancı	27.408	52.320	1,9
	Yerli	12.845	19.393	1,5

Kaynak: (Kültür ve Turizm Bakanlığı İstatistikleri, 2000-2005).

Yukarıdaki Tablo’da Ürgüp’te Belediye belgeli tesislerde konaklayan yerli ve yabancı turist sayısı, geceleme ve ortalama kalış süreleri verilmiştir. Buna göre, 2000 yılında Ürgüp’te 50.191, 2001 yılında 62.768, 2002 yılında 59.348, 2003 yılında 13.845, 2004 yılında 7602 ve 2005 yılında ise 27.408 yabancı turist konaklamıştır. Yerli turist verilerine göre ise, 2000 yılında 35.273, 2001 yılında 49.432, 2002 yılında 57.515, 2003 yılında 29.743, 2004 yılında 12.096 ve 2005 yılında ise 12.845 yerli turist Ürgüp’te konaklamıştır.

Tablo 3: Ürgüp’e Gelen Turistlerin İşletme Belgeli Konaklama Tesislerindeki Kişi Sayıları, Geceleme Sayıları ve Ortalama Kalış Süreleri

Ürgüp		Turist sayısı (konaklayan)	Geceleme sayıları	Ortalama kalış süreleri
2000	Yabancı	89.734	163.250	1,8
	Yerli	74.715	116 009	1,7
2001	Yabancı	166.242	327.416	2,0
	Yerli	58.289	99 947	1,7
2002	Yabancı	189.787	362.463	1,9
	Yerli	73.855	127 958	1,7
2003	Yabancı	131.788	255.892	1,9
	Yerli	87.316	160 793	1,8
2004	Yabancı	163.613	328.264	2,0
	Yerli	75.519	137 665	1,8
2005	Yabancı	171.106	366.500	2,1
	Yerli	65.161	105 960	1,6

Kaynak: (Kültür ve Turizm Bakanlığı İstatistikleri, 2000-2005).

Yukarıdaki Tablo’da Ürgüp’te işletme belgeli tesislerde konaklayan yerli ve yabancı turist sayısı, geceleme ve ortalama kalış süreleri verilmiştir. Buna göre Ürgüp’te 2000 yılında 89.734, 2001 yılında 166.242, 2002 yılında 189.787, 2003 yılında 131.788, 2004 yılında 163.613 ve 2005 yılında ise 171.106 yabancı turist konaklamıştır. Yerli turist verilerine bakıldığında ise, Ürgüp’teki işletme belgeli konaklama tesislerinde 2000 yılında 74.715, 2001 yılında 58.289, 2002 yılında 73.855, 2003 yılında 87.316, 2004 yılında 75.519 ve 2005 yılında 65.161 yerli turist konaklamıştır.

Her yıl binlerce yerli ve yabancı turisti ağırlayan Ürgüp’te 2006 yılında geceleleyen turistlerin milliyetleri ise Tablo 4’de görülmektedir.

Tablo 4: 2006 Yılında Ürgüp'te Geceleyen Turistlerin Milliyetleri

Ülke	Konaklayan kişi sayısı	Ülke	Konaklayan kişi sayısı
Türkiye	132.167	Bosna Hersek	586
Japonya	57.189	Romanya	544
İspanya	54.149	Portekiz	540
Almanya	49.128	Meksika	426
ABD	28.424	İsviçre	425
Fransa	19.409	İzlanda	378
Güney Kore	16.953	Macaristan	363
İtalya	15.665	Bulgaristan	373
Polonya	7349	Yeni Zelanda	334
Avustralya	4863	K.K.T.C	256
Kore	4248	Kolombiya	154
Hollanda	3271	Hindistan	143
Çin	3018	Singapur	129
Belçika	2615	Slovenya	110
İngiltere	2186	Brezilya	110
Avusturya	1765	Taiwan	104
Rusya	1764	İran	88
Malezya	1713	Lüksemburg	45
İsrail	1622	Milliyetsiz	47
Danimarka	922	Suriye	41
Tayland	847	Gürcistan	24
Güney Afrika	785	Azerbaycan	17
Kanada	752	Lübnan	12
Hong Kong	723	Şili	2
Yunanistan	692	Genel Toplam	417.813

Kaynak: (Nevşehir İl Kültür Turizm Müdürlüğü İstatistikleri, 2007).

Tablo 4’de görüldüğü üzere, Ürgüp’ü birçok ülkeden turist ziyaret etmektedir. Buna göre 2006 yılında, 132.167 kişisi yerli turist olmak üzere, en çok yabancı turist; 57.189 kişi Japonya’dan, 54.149 İspanya’dan, 49.128 kişi

Almanya'dan, 28.424 kişi Amerika'dan, 19.409 kişi Fransa'dan, 16.953 Güney Kore'den ve 15.665 kişi ise İtalya'dan olmak üzere dikkat çeken ülkeler arasındadır.

Turizmin yoğun olarak yaşandığı Ürgüp'de, turizme dayalı olarak faaliyet gösteren diğer işletmeler ise aşağıdaki Tablo 5'de verilmiştir:

Tablo 5: Ürgüp'de Turizme Dayalı Olarak Faaliyet Gösteren İşletmeler

İşletme Türü	Sayı
Seyahat acentaları (A Grubu)	24 adet
Hediyelik eşya	67 adet
Turistik restoranlar	24 adet
Balon ajansları	5 adet
Kampingler	3 adet
Bar-disko	5 adet
Toplam	128 adet

Kaynak: (www.urguptso.tobb.org).

Yukarıdaki Tablo'da Ürgüp'te turizme dayalı faaliyet gösteren diğer işletmeler görülmektedir. Buna göre Ürgüp'te, 24 adet A grubu seyahat acentası, 67 adet hediyelik eşya satan mağaza, 24 adet turistik restoran, 5 adet balon ajansı, 3 adet kamping ve 5 adet bar-disko bulunmaktadır.

2. BÖLÜM

TURİZMİN SOSYOLOJİK YÖNÜ VE TOPLUM ÜZERİNDEKİ KÜLTÜREL ETKİLERİNİN İNCELENMESİ

Bu bölümde genel olarak, turizmin sosyolojik yönü ve toplum üzerindeki etkilerini belirleyen faktörler ile ilgili açıklamalar yapıldıktan sonra, turizmin bir toplumun ekonomisi, doğal çevresi, sosyal yapısı ve kültürü üzerindeki etkileri hakkındaki bilgilere yer verilmektedir.

2.1. Sosyolojinin Tanımı ve Kapsamı

Sosyoloji, “sosyal hayatımızda var olan sosyal olayları, insanların meydana getirdiği grupları, grupların davranışlarını ve sosyal kurumları olduğu gibi inceleyen pozitif bir sosyal bilim dalıdır”. Bir başka ifadeyle, “sosyoloji, bir takım olasılıklardan çok; var olan gerçekleri ortaya koymaya çalışan, sosyal gerçeğe eğilen bir ilimdir” (Abercrombie, 2004, s.5).

Toplum yaşamının oluşumunu, koşullarını işleyişini, değişimini tarafsız bir şekilde sosyal bütünlük içerisinde inceleyen sosyoloji; en genel anlamda, toplum içinde yer alan sosyal grupları, sosyal sınıfları, ekonomik, politik, sosyal, dinsel ve hukuksal kurumları; nüfusu, örf, adet, değer, norm ve inançları tüm bunlar arasındaki karşılıklı ilişkileri tüm bu unsurlardaki değişimleri incelemekte ve açıklamaya çalışmaktadır (Henslin, 2003, s.4).

İnsanların yaptıkları şeyler, çevrelerindeki nasıl etkiledikleri, kendi hareketlerine nasıl bir tepki verebilecekleri konusundaki düşünceleri sosyolojinin konusunu oluşturmaktadır. Bunların yanında kişilerin gruplara bölünmeleri, bu grupların nasıl işlediği, üyelerin birbirlerini nasıl etkiledikleri, grupların fertlerin yaptıklarından etkilenmeleri ve toplum içindeki fertle ilgili olarak akla gelebilecek diğer pek çok husus sosyolojinin bir diğer inceleme alanıdır ve geniş anlamıyla

sosyal tutum ve davranışlar olarak adlandırılmaktadır. Sosyoloji, insanlara, toplumsal hayatı belli bir çerçevede veya tek bir bakış açısıyla değil, çok farklı şekillerde düşünülebileceğini göstermektedir (Bauman, 1998, s.27).

Sosyolojinin araştırma sahasını insan toplulukları ve sosyal davranış olmak üzere iki ana guruba ayırmak mümkündür. İnsan toplulukları kavramı, özellikle insanlar, insan grupları, bunların ilişkilerinin anlamını veya tabiatını içermektedir. Sosyoloji sadece insanı ve insan hayatıyla ilgili olan sosyal olayları incelemektedir. Bir sosyal çerçevede olmasının haricinde fert, sosyolojinin konusu değildir, gruplar sosyolojinin odak noktasıdır. Sosyal davranış kavramı ise, insanların yaptıkları şeyleri, çevrelerindeki insanları nasıl etkilediklerini, gruplara bölünmelerini ve kendi hareketlerine, insanların nasıl bir tepki verebilecekleri konusunda düşündüklerini kapsamaktadır. Sosyoloji grupların nasıl işlediğini, birbirlerini nasıl etkilediklerini ve grupların fertlerin yaptıklarından nasıl etkilendiklerini açıklamaktadır. Kısaca sosyoloji insan davranışlarının, grup hayatının ve toplumların bilimsel incelenmesidir (Francis ve diğerleri, 1998, s.5-6).

2.1.1.Turizm Sosyolojisi

Turizm, farklı sosyal ve kültürel yapılara sahip toplumların birbirleriyle ilişkiler kurmasına; farklı bilgi, görgü, gelenek ve kültür düzeyleri arasında bir etkileşim ve bunların sonucunda sosyal yapının, ahlâk anlayışının ve giderek toplumsal davranış kalıplarının değişmesine yol açan bir sosyal olaydır. Turistlerin yabancı bir ülkeye gelmesiyle doğan sosyal etkileşim ve değişmeyi, turizm olayının doğuşunda ve oluşumunda etken olan sosyolojik faktörleri inceleyen bir alt bilim dalı olan "turizm sosyolojisi" ilginç bir araştırma alanı olmaktadır (Cohen, 1996, s.52). Ayrıca, turistler, ziyaret ettikleri yörede yaşayan yöre halkı ile bir takım ilişkiler içine girmektedirler. Bu ilişkiler ise sosyal ilişkileri beraberinde getirmektedir (Goeldner ve McIntosh, 1990, s.179). Bu yüzden turizm sosyolojisi, turizm olayı içinde yaşanan etkileşim, değişim ve ilişkileri inceleme konusu yapmaktadır.

2.1.2. Toplumsal Değişme

Toplum, “yaşamlarını sürdürmek, birçok temel çıkarlarını gerçekleştirmek için işbirliği yapan, aynı toprak parçası üzerinde birlikte yaşayan insan kümesi” olarak ifade edilebilir (Sağ, 2003, s.11).

Toplumlar durağan değildirler. Tabiat gibi toplum, hayat ve insan sürekli olarak değişim içindedir. Değişme, bir halden bir başka hale geçiş demektir. Bu durum daha ileriye doğru olabildiği gibi geriye doğru da olabilir. Değişme, hayatın ve toplumun değişmez özelliğidir (Aytaç, 2002, s.215).

Değişme ile ilgili farklı tanımlamalar olmasına rağmen, genel anlamda değişimin, “farklı oluşu” ifade ettiği söylenebilir. Değişme durumunda, değer yargısı ve iyiye veya kötüye doğru bir farklılaşma söz konusu değildir. Sosyal anlamda hem ilerleme hem de gerileme, bir değişmeyi göstermektedir (Dinçkol, 2001, s.198).

Toplumsal değişimde başarılı ve üretken kişilerin, toplumu oluşturan bireyleri yönlendirmesi çok önemlidir; ancak milyonlarca kişinin toplumsal değişimin temel kurallarına uymaktan başka bir şey yapmadıkları gözlenebilen bir durumdur. Lider kişilerin küçük bir kadro ile yaptıkları yenilikler, zamanla, o toplum içinde köklü değişikliklere neden olabilmektedir (Giddens, 2000, s.284).

Her toplum daima bir değişim süreci içindedir. Toplumsal yapılar, kurumlar ve ilişkiler sürekli olarak değişmektedir. Bu değişimin hızlı ve yavaş olduğu dönemler olabilmektedir. Bunun yanında çoğu zaman değişimin yönü çok belirgin olmayabilir. Politik, ekonomik ve toplumsal yapıdaki önemli değişiklikler, politik grupların, toplumsal güçlerin etki ve baskılarının sonucu gerçekleşen yenilikler bazen ileriye ve bazen de geriye doğru toplumsal değişimler üretebilmektedir (Martin, 1993, s.3).

Elbette ki değişim, eğer toplumda bir savaş, ekonomik çöküntü veya bunlar gibi toplumu bir anda değişime itecek nedenler yoksa belirli bir süreci içermektedir. Küçük ve büyük topluluklar için değişim her zaman aynı olmayabilir ya da gelişmiş ve gelişmekte olan toplumlar arasında aynı durum söz konusu olabilir. Bazı bireyler değişimi kabul ederken, bazı bireyler ise geleneklerine ve kültürüne çok bağlı olduğundan değişime direnebilmektedir (Morse, 2004, s.3).

Toplumsal değişmenin bir takım modelleri vardır. Bunlar şu şekilde sıralanabilir:

Evrimci model, sosyal değişmenin belirli aşamalardan geçtiğini ileri süren bir düşüncedir. Ancak sosyal bilimciler tarafından pek kabul görmemiştir. Çünkü sosyal değişmeyi sınırlandırmaya çalışmaktadır (Erkal, 2000, s.223). Bu düşünceye göre, hayatın acımasız rekabeti karşısında, iyi olan kazanmaktadır. Toplumlar buna benzer mücadele vermektedirler. En iyinin hayatta kalmasıyla sonuçlanan bu mücadele, bir uyum sürecidir. Toplumu birbirine bağlı menfaatlerle birleşmiş sınıflardan oluşan ve en önemli sınıfının en önemli kişilerden oluştuğu ve eşitsizliğin zorunlu olduğunu savunan bir düşüncedir. Yani diğer bir deyişle bu model, bir toplumun işleyişi için toplumsal sınıfların gerekliliğini, toplumun ihtiyaçlarını karşılaması için bu sınıfların birlikte çalışmasının gerekliliğini savunmaktadır (Lenski, 1993, s.131). Bunun doğal bir sonucu olarak tabakalaşma söz konusu olmaktadır. Tabakalaşma, “bireyleri tatmin eden ücretler ve iş hayatında yükseldikleri takdirde ödüllendirilen bir sistemdir”. Tabakalaşma, toplumun en önemli görevlerini, doğru biçimde, en yetenekli kişilerce yerine getirilmesini sağlamayı içermektedir. Böylece bireyler bu durumu benimsemektedirler ve toplumsal bir eşitsizlik bunun bir sonucunu oluşturmaktadır (Swingewood, 1998, s.295).

Dalgalı değişme modeli, sosyal düzendeki gelişme ve değişmelerin, devirli bir süreç içinde gerçekleştiğini ileri sürmektedir. Çünkü sosyal düzeni yürütmek için, devletlerin başına bir takım kişiler geçmektedir. Ancak bu kişilerin yerini bir süre sonra farklı kişiler almaktadır. Böylece değişim, devirli bir şekilde kendini göstererek, sosyal düzenin işlemlerini sağlamaktadır (Erkal, 2000, s.229).

Yapısal-fonksiyonel model, sosyal yapı ile fonksiyonlar arasındaki ilişkilerden hareket etmektedir. Yapıyı meydana getiren unsurlar ve bunların fonksiyonları sayesinde sosyal sistem işlemektedir (Erkal, 2000, s.231). Bu modelde dikkat edilmesi gereken, genel ve soyut bir biçimde, bir toplumun tamamına ilişkin fonksiyonundan kolayca söz edilemeyeceği hususudur. Bir toplumsal öge, bir toplumsal birim için işlevsel, bir başka toplumsal birim için işlevsel olmayabilir. Herhangi bir sistemin nasıl işlediğini öğrenmek için bir bütün olarak sistemin, tümü veya diğer bazı kısımlarına göre ne gibi objektif sonuçları olduğunu belirlemek gerekir. Söz konusu objektif sonuçlar ya sistemin bir bütün olarak devamını kolaylaştırıcı niteliktedirler ki bunlara “fonksiyon” denilir; ya da sonuç sistemin devamına zarar verici niteliktedir, bu takdirde sözü geçen sonuçlara “disfonksiyon” adı verilir. Dolayısıyla fonksiyonlar sonuçtur. Bu fonksiyonlar “gizli” ve “açık” olabilir. Açık olanlar sistemde kolayca görülebilir ve izlenebilir olan normal ve objektif fonksiyonlardır. Gizli fonksiyonlar ise sistemde yer bulmasına rağmen izlenmesi kolay olmayan fonksiyonlardır. Genellikle açık fonksiyonlar üzerinde durulur ve gizli olanlar dikkatten kaçır (Giddens, 2000, s.593).

Çatışmalı model, Karl Marx’ın temsil ettiği görüştür ve toplumsal değişmeyi çatışmaların yönettiğini iddia etmektedir. Sınıflar arası çatışmalar yeni sonuçlar doğurur, bunların çatışması yeni dengelerin çözüm yollarının aranmasına neden olur. Bu modele göre toplumsal değişmelerin kaynağı sistemdeki çelişkiler ve sınıflararası çıkar çatışmalarıdır; değişmelerin en son amacı “sınıfsız” bir toplum yapısını kurabilmektedir (Giddens ve Duneier, 2000, s.57). Bu düşünceye göre, eşitsizlik, kıt kaynaklara sahip olma isteğinin bir sonucudur. Buna göre kaynaklar, beceriye ya da zor görevlere göre ödüllendirilmeyip, mirasa, sömürüye veya baskıya dayanır. Bu şekilde kaynaklara sahip olunabilir (Bottomore, 2000, s.102).

Toplumsal değişme ile ilgili yapılan araştırmalarda bir takım ortak sonuçlar görülmektedir. Bunlar arasında, değişimin doğal bir olay olduğu, önüne geçilemeyeceği, sürekli ve gerekli olduğu sıralanabilir (Özkalp, 2001, s.346).

2.2. Toplumsal Değişme ve Turizm

Turizm bir iletişim ve etkileşim olayı olduğundan, insanların potansiyelini ve yeteneğini geliştirmesini hızlandırabilmektedir. Turizmin yoğun olarak yaşandığı durumlarda, bu bireysel faaliyet farklı bir boyut kazanmaktadır. Böylece farklı ülke ve yörelerden gelen fazla sayıda turist, gittiği ülke toplumunun değişmesine yol açabilmektedir. Yani turizm, toplumsal değişme aracı olarak görülebilmektedir (Rızaoğlu, 2004, s.19).

Bir turistik alanda turizmin etkilerinin türü ve büyüklüğü çok çeşitli faktörlere bağlı olarak değişme gösterebilir. Bir yöredeki turizm çeşitleri, yöreye gelen turist tipleri, turistlerin sosyo-ekonomik özellikleri, ziyaretçi yoğunluğu, ortalama kalış süreleri, turistik faaliyet türleri, turistik alanın özellikleri ile taşıma kapasitesi ve yöre imajı gibi faktörler turizmin yöre ve yöre halkı üzerindeki etkilerinin boyutlarında önemli rol oynamaktadır (Avcıkurt, 2003, s.8). Sözü edilen bu faktörler, yöre halkının ekonomik, sosyal ve kültürel özelliklerini değiştirebilecek bir güçtedir. Bu faktörler aşağıda sıralanan başlıklarda açıklanmaktadır. Turizmin etkileri, sistemin değerlerinde ve davranışlarda bazı değişimleri ortaya çıkardığı zaman, yerel kimliğin varlığını tehdit etmeye başlamaktadır.

2.2.1. Turizmin Çeşitleri

Turistlerin katıldıkları turizm çeşitleri, gittikleri yöre üzerinde farklı etkiler ortaya çıkarabilmektedir. Örneğin insanların sayıca fazla oldukları kitle turizmi, bir yöre üzerinde olumsuz etkiler yaratabilirken, doğaya dayalı turizme katılan turistler, çevreye olan duyarlılıklarından dolayı bu konuya dikkat edebilmektedirler (Swarbrooke, 1999, s.9).

Genel olarak üzerinde durulan turizm çeşitleri ise aşağıdaki başlıklarda açıklanmaktadır:

2.2.1.1. Kitle Turizmi

Kitle turizmi, önceden planlanmış, gezi süresince yapılacak etkinliklerin belirli bir fiyattan, grup halinde, seyahat organizatörleri tarafından düzenlenen bir turizm türüdür. Bu turizm şekli, turistik yörelere etkisi açısından çok yararlı olmasa da sıkça görülebilmektedir (Bennett ve diğerleri, 1999, s.11).

Modern toplumun bir özelliği olan kitle turizmi, ekonomik, hizmet ve altyapı çeşitliliğinde gelişimlere neden olabildiği gibi, bireysel anlamda sosyal deneyimler kazandırmaktadır. Fazla sayıda turist katıldığı bu turizm çeşidi oldukça ilgi görmektedir (Urry, 1996, s.116).

Kitle turizmi, turistlerin sayıca fazla olarak, turistik yöreleri ziyaret etmesiyle gerçekleşmektedir ve yaygın olarak görülen bir turizm çeşididir. Kitle turizminin turistik yöreler açısından kazançları olduğu kadar, çevresel, sosyal ve kültürel bozulmalara da neden olduğu görülebilmektedir (Bennett ve diğerleri, 1999, s.55).

Kitle turizminde turistler yığınlar halinde geldiği için, turistik bir yörede kalabalık oluşturmaktadırlar. Bu kalabalık, yöre insanında hem memnuniyetsizlik yaratmakta hem de yerel kültür üzerindeki etki sürecini hızlandırmaktadır (Xu, 1999, s.7-9). Belirli sezonlarda, turistik yörelere yapılan seyahatler, turizmin sadece üç veya dört ay ile sınırlandırılmasına neden olmaktadır. Turizm sezonunun bu belirli dönemlerde yapılması ise, turistlerin aktivitelerini etkilemektedir. Aynı zamanda, turistik yörelerde, çevre kirliliğine, ekonomik kayıplara, turistik işletmelerde kapasitenin dışına çıkılmasına ve böylelikle hizmet kalitesinin düşmesine, bitki ve hayvan topluluklarının doğal yaşamına olumsuz yönde etki edilmesine neden olmaktadır (Butler, 2001, s.10-11).

Kitle turizminin turistik yörelere verdiği çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel zararlar kontrol altına alınamamaktadır. Bu durum, turistik yörelerdeki kalitenin azalmasına yol açabilmektedir. Bu sorun ise, seyahat eden kişilerin paket turlarla yığınlar halinde gelmelerinin yerine, bireysel seyahat etmeleri konusundaki yönlendirmelerle değil, yörelerin turistik kapasitelerine göre planlı seyahat programlarının yapılmasıyla çözülebilecektir (Kirstges, 2002, s.179).

2.2.1.2. Alternatif Turizm

“Alternatif Turizm” kavramı kitle turizminden farklı bir ürün sunumunu ifade etmektedir. Bu ürün, yavaş yavaş gelişen bir turizm hareketliliğini, yüksek kârlılığın göz önünde bulundurulmasını, uzun vadeli programlarla turistik gelişmenin sağlanmasını, değişime karşı direnci, çevre değerlerine saygıyı ve çevreyle bütünleşmeyi ifade etmektedir. Bu kavram başlıca şu noktalara vurgu yapmaktadır (Altınay, 1996, s.60):

- Yeniye, özele olan ilgiye bağlı araştırma isteği,
- Küçük gruplarla, başka insanlarla bir arada olma, sosyal deneyim isteği,
- Dağ yürüyüşlerinde, spor etkinliklerinde bir deneyim sağlama eğilimi,
- Açık havada yaşama sevgisi gibi durumlar sayılabilir.

Alternatif turizm kavramının ortaya çıkışında üzerinde durulan konu; bu türün çevreye duyarlı turizm çeşidi oluşturma amacıyla geliştirilmiş olduğudur. Aynı zamanda rekabet avantajı sağlayabilmek adına ürün farklılaştırması yoluna gidilmektedir. Bu tür seyahatlere katılanların doğal çevrede bulunmak isteyen ve yerel kültür öğelerini tanımak arzusu taşıyan turistler oldukları belirlenmektedir. Yani çevresel kaynaklar turizmde, hem bir pazarlama aracı hem de ziyaret amacını oluşturduğu görülmektedir (Wight, 1993, s.5).

Kitle turizmine alternatif olarak düşünölmekte olan alternatif turizmde, grup tüketimi karşısında bireysel turlar ön planda tutulmakta ve turizmden, yerel nüfus, doğal çevre, yerel ekonomi gibi konularda kazanç sağlama amacı taşınmaktadır. Bu anlayış doğrultusunda turistlerin konaklama ihtiyaçları, yerel ve kültürel öğelerin esas alındığı bir tarzda döşenmiş küçük konaklama birimlerinde gerçekleşmektedir. Turist türleri alternatif turizmin oluşmasında etkin rol oynamaktadır. Her turist, ilgi alanına göre, turizm etkinliklerine katılmaktadır (Salazar, 2004, s.89-90).

Alternatif turizme katılanlar gittikleri bölgelerdeki doğal çevre değerlerine ve kültürel yaşam tarzına aktif olarak katılma isteğı göstermektedirler. Bu özelliğı nedeniyle alternatif turizm kavramı uluslararası turizm pazarına önemli bir yeni anlayış kazandırmıştır. Kitle turizminin gelişimiyle birlikte turistik faaliyetlerin sahillerde yoğunlaştığı bilinmektedir. Son yıllarda ise “her şey dahil sistem” gibi geliştirilen yeni formüllerle turistin otelin dışına çıkarak alış veriş yapması bile engellenmektedir. Bu durumda turizmin, yerel ekonomiye katkısı en düşük seviyeye çekilmiş, yöre halkına ekonomik olarak bir şey kazandırmamaya başlamıştır. Alternatif turizm çeşitlerinin geliştirilmesi ile yerel üretici ve satıcıların turistlerle teması sağlanmakta, hem turistin sosyo-kültürel deneyimleri en üst seviyede gerçekleşmekte, hem de olayın bölge ekonomisine faydası arttırılmaktadır. Ayrıca, aşırı yüklenme ile gerçekleşen kitle turizminin çevresel bozulmalara etki etmesinin aksine alternatif turizmde bu oran oldukça aşağılara çekilebilmektedir (Lickorish ve Jenkins, 1997, s.85-86).

Kitle turizmi ile alternatif turizm arasındaki karşılaştırma Tablo 6’da ayrıntılı bir şekilde açıklanmaktadır. Buna göre kitle turizmi yaklaşımının kontrolsüz ve plansız gelişmeye açık, çevreye fazla önem vermeyen, kâr odaklı, insanların kalabalık ve yoğun gruplar halinde turizme katıldıkları, dolayısıyla yöre halkının huzurunu kaçırarak bir yaklaşım olduğu görölmektedir. Alternatif turizm yaklaşımının ise kontrollü ve planlı gelişmeyi hedefleyen, kâra değil çevreye değer veren, kalabalık halinde değil, bireyler ya da küçük topluluklar halinde, dağınık tatil dönemlerinde turizme katılarak çevresel bozulmaları en aza indirecek bir anlayışa, yöre

halkının sosyal yapısını olumsuz etkilemeyen bir yaklaşıma sahip olduğu görülmektedir (Butler, 1990, s.38).

Tablo 6: Kitle Turizmi ve Alternatif Turizm Arasında Karşılaştırma

	Kitle turizmi	Alternatif turizm
Genel özellikleri	Hızlı gelişme Büyük adımlar Çevreye duyarlılık az Toplumsal ve çevresel Dikkatsiz Saldırgan Kontrolsuz Plansız Ölçüsüz Kısa vadeli Özel menfaate yönelik Uzaktan kontrollu İstikrarsız Sektörel Fiyata önem verir Niceliksel Büyüme	Yavaş gelişme Küçük adımlar Çevreye duyarlılık fazla Toplumsal ve çevresel Dikkatli, özenli Kontrollu Planlı Belli ölçüler içinde Uzun vadeli Genel menfaate yönelik Yerinden kontrollu İstikrarlı Genel Değere önem verir Niteliksel Gelişme
Turist davranışları	Büyük gruplar Az zaman Hızlı ulaşım Turistler yönlendirilir İthal yaşam tarzı Görüşler Rahat ve pasif Zihinsel hazırlığa önem vermeme Yabancı dil yok Üstünlük hissi Alışveriş Hatıra eşyalar Enstantane (anlık, rastgele çekilmiş) fotoğraflar ve kartpostallar Kaba, Gürültülü	Bireyler, aileler ve arkadaşlar Çok zaman Uygun (ve aynı zamanda yavaş) ulaşım Turistler karar verir Mahalli yaşam tarzı Deneyimler Talep eden ve aktif Zihinsel olarak hazırlanma Dil öğrenme Açık görüşlü yaklaşım Hediyeler getirme Anılar, yeni bilgiler Fotoğrafçılık, resim Nazik, Sessiz
Temel gerek ve koşullar	Canlı turizm mevsimi Eğitimsiz iş gücüne önem vermeme Tanıtım klişeleri Kaba satış yöntemleri Ekonomide her derde deva turizm anlayışı	Dağınık tatil dönemleri İşgücünün daha fazla eğitilmesi Turistlerin eğitimi Sıcak satış yöntemleri Turizme alternatiflerin aranması

Kaynak: (Butler, 1990, s.38).

Alternatif turizm kavramının ortaya çıkmasında, turizmin gittikçe artan çevresel etkilerinin fark edilmesi, yeni turizm çeşitlerini arayan turist sayılarındaki artış, ekonomik ve çevresel etkenlerin önem kazanması, turizm pazarındaki genel eğilimlerin büyük etkisi söz konusudur. Ayrıca doğaya zarar vermemeyi hedefleyen alternatif turizmin geliştirilmesi için aşağıdaki noktalara dikkat edilmesi gerekmektedir (Hunter ve Green, 1996, s.79-80):

- Alternatif turizm alanı, bölgesel turistik yapıları ve doğal çevreyi içine alacak şekilde oluşturulmalıdır.
- Kaynak kalitesini oluşturma, koruma ve genişletme üzerinde yoğunlaşılmalıdır.
- Alanın doğal, kendine has özellikleri tamamlayıcı nitelikte olmalıdır.
- Yerel gelişme gereklidir.
- Sürdürülebilir olmalıdır.
- Öneriler, bölgesel halkın yaşam şekillerine karşı duyarlı olmalıdır.
- Bölgede konuyla ilgili her birim destekleyici faaliyetlerde bulunmalıdır.
- Hayat standartları iyileştirilmelidir.
- Kùltürler arası kaynaşma desteklenmelidir.
- Öncelikli yapılması gerekenler yerine getirilmelidir (altyapı, eğitim, vb.).
- Hem toplumsal, hem de çevresel taşıma kapasitesi belirlenmelidir.
- Konuyla ilgili ve gelişmelerden etkilenen her türlü faaliyetin gelir ve gider durumları değerlendirilmelidir.
- Toplum, değişmelere karşı, yapıcı davranışlar içine girmelidir.

Alternatif turizm ile kitle turizmi arasında, turizmin gelişmesi ile ilgili uygulanan stratejiler farklılık gösterebilmektedir. Bu stratejiler Tablo 7'de gör÷lmektedir.

Tablo 7: Kitle Turizmi ve Alternatif Turizm Arasındaki Turizm Gelişme Stratejileri

	Kitle turizmi	Alternatif turizm	Kitle turizmi	Alternatif turizm
Turizm gelişme stratejileri	Plansız gelişme Projelere bağlı programlar Sadece kent bazında planlama Dağınık gelişme Mevcut yerleşim yörelere dışında binalar Doğal güzelliklerin en fazla olduğu yerlerde yoğun gelişme Yeni binalar ve yeni yatak kapasitesi Turizmin her yerde geliştirilmesi Sosyal harcamaları toplum karşılar Trafik planı otolara öncelik tanır	Önce planlama, sonra gelişme Kavramlara bağlı programlar Kent planları arasında bölgesel koordinasyon Yoğunlaştırılmış gelişme Mevcut yerleşim yörelere içinde binalar Doğal güzelliklerin fazla olduğu yerlerin korunması Mevcut binaların kullanılması-yatak kapasitesinin daha iyi kullanılması Sabit, sınırlı gelişme Sosyal harcamaları yatırımcı karşılar Trafik planı toplu taşımacılığa öncelik tanır	Çiftçilik azalır, mahalli işgücü turizme kayar Doğal ve tarihsel engeller kaldırılır Canlı sezon talebine göre kapasite Sadece yabancılar için istihdam Yüksek teknoloji ve mekanik turizm tesisleri Sadece ekonomik alanda gelişme Spekülatif, bilinmeyen gelecek talebe yönelik binalar Kent mimarisi Turizmin dışarıdan gelenler tarafından geliştirilmesi	Çiftçilik korunur ve güçlendirilir Doğal ve tarihsel engeller korunur Ortalama talebe göre kapasite Mahalli potansiyele göre istihdam Düşük teknoloji tercih edilir. Turizmin sadece uygun yerlerde ve mahalli hizmetlerin bulunduğu yerlerde geliştirilmesi Bütün ekonomik, ekolojik ve toplumsal faktörlerin ele alınması Yerel mimari Turizmin sadece yöre halkı tarafından geliştirilmesi

Kaynak: (Butler, 1990, s.38).

Tablo 7’de görüldüğü üzere kitle turizmi, alternatif turizme göre daha plansız işlemektedir ve turizmin her yerde geliştirilmesini amaçlayan bir anlayışa sahiptir. Bunun yanında alternatif turizm, doğayı koruyucu bir politikada geliştiği, daha planlı ve uygulanacağı yerdeki fiziki kapasiteye uyum sağlayıcı bir şekilde varlığını sürdürdüğü görülmektedir. Bunların yanında kitle turizmi kent mimarisine öncelik verirken, alternatif turizm yerel mimariye önem vermektedir. Turizmin dışarıdan gelenler tarafından geliştirilmesini amaçlayan kitle turizmine karşılık, alternatif turizm bunun yöre halkı tarafından gerçekleşmesi gerektiğini düşünmektedir.

2.2.1.2.1. Alternatif Turizm Türleri

Turizm aktivitelerinin çoğunu kapsayan alternatif turizmin çok çeşitli türleri vardır. Bu çeşitlemenin temel nedeni ise, kitle turizminin neden olduğu olumsuzlukları ortadan kaldırmak ya da en aza indirmektir. Alternatif turizm türleri genel olarak şu şekilde sıralanabilir (Smith ve Eadington, 1992, s.32):

- **Kültür turizmi:** Yerleşilen her alanın kendine ait bir kültürel görünümü ve kültürel yapısı vardır. Turizmde, bu farklılıklar turizmin başlangıç aşamasından bu yana ilgi çekici özelliğini korumaktadır. Ancak son yıllarda iletişim ve ulaşım araçlarındaki gelişmeler insanların değişik kültürleri görme, öğrenme, tanıma merakını körüklemiş ve bu yerleri gezip görme arzusu kültür turizmini doğurmuştur. Farklı kültürleri görüp tanımak için yapılan bu seyahat ve konaklamalar “kültür turizmi” olarak adlandırılmaktadır. İnsanlar eski medeniyetlerin ya da kültürlerin izlerini görmenin yanı sıra kendi kültürleri dışındaki kültürlere de ilgi duymaktadırlar (Arınç, 2002, s.101).

Kültür turizminin içeriği oldukça geniştir. Bu turizm çeşidine katılan turistler, arkeolojik alanları ve müzeleri, mimari yerleri, sanatsal galerileri, festivalleri, heykelleri, müzik ve dans etkinliklerini, tiyatro gösterilerini, dini festivalleri izlemek ve katılmak amacını taşırlar (Richards, 2001, s.23). Kültür turizmi politikaları geliştirildiği takdirde bu turizm çeşidi, ülkelerin ekonomik ve

sosyal refahını arttırabilecek bir güçtedir. Bunun için kültürel kaynaklardan en etkili şekilde faydalanılması gerekmektedir (Cano ve Mysyk, 2004, s.882).

- **Av turizmi:** Av ve yaban hayatı kaynaklarının denetim altında yerli ve yabancı avcılarının kullanımına sunulmasını, bu kaynakların turistik açıdan değerlendirilerek ülke turizmine ve ulusal ekonomiye katkıda bulunmasını amaçlayan etkinliklerdir. Başka bir ifadeyle, av turizmi insanların çeşitli gereksinimlerine cevap veren bir turizm çeşididir. Avlanma için açılan alanlar, acentalar tarafından av meraklıları için düzenlenen av programları, av turizmi kapsamında yer almaktadır (Şafak, 2003, s.135).

- **Golf turizmi:** Katılımcıların, pek çok doğal ve yapay engelin bulunduğu çoğunlukla beş yüz bin metrekarelik bir sahada oynadığı bir açık hava sporu olan golfün, turizm etkinlikleri içinde yer almasıyla başlamıştır. Oyunda sahanın çeşitli yerlerinde değişik puan değerlerinde on sekiz delik bulunur ve oyuncu başlangıç noktasından, oyunun bittiği saha sonuna kadar, elindeki sopa yardımıyla topları deliklere isabet ettirmeye çalışmaktadır. Golf, gittiği her yere büyük gelir getiren bir endüstridir. Golf oynamak için ülkeye gelecek turist, diğer turistten daha çok harcama yapmaktadır. Yapılan araştırmalarda, golf turizminin ülkelere önemli ölçüde gelir getirdiği yönündeki sonuçları gözlenmektedir (Haydu ve Hodges, 2002, s.3).

- **İnanç turizmi:** Kutsal yerlerin ziyaretini amaçlayan turizm türüdür. Burada amaç, dini duyguları tatmin etmek, dini gereklilikleri yerine getirmektir. İbadetlerin mekâna bağlı olması, insanları o mekâna çekmektedir (Tunç ve Saç, 1998, s.24-26).

- **Mağara turizmi:** Mağaralar uzun yıllarda doğal şartlarla oluşmuş veya insan eliyle oyularak yapılmış, turizmde görsel, sportif, sağlık, kültür ve merak gibi nedenlerle değerlendirilebilecek önemli değerlerdendir. Turizmde mağaralar özellikle görsel, bilimsel ve sportif amaçlı ziyaretlere sahne olmaktadır. Günümüzde gerekli alt yapısı hazırlanmış, aydınlatma ve yürüyüş yolları yapılmış mağaralar hemen hemen her yaştan insanın ilgisini çekmektedir. Mağara turizmi özellikle II.

Dünya Savaşı'ndan sonra gelişmeye başlamış bir turizm dalıdır (Tokmak, 2003, s.10).

- **Kongre, seminer, toplantı turizmi:** Turizmin bu çeşidi, çeşitli konularda düzenlenen seminer, toplantı veya konferans gibi organizasyonlardan oluşmaktadır. Eğitim seminerleri veya firmaların iş toplantılarına katılan katılımcılar, toplantıların yapıldığı yöredeki çeşitli hizmetlerden yararlandıkları için ekonomik bir katkı sağlamaktadırlar. Kongre turizminin bir diğer özelliği ise, turizm sezonunu uzatması ile ülkelere ekonomik canlılık katabilmesidir (Gartner, 1996, s.318). Ülke ekonomilerine oldukça katkısı olan kongre turizminin, diğer turizm çeşitlerine göre konaklama süresi daha uzundur. Ziyaretçiler, ülkelere döndükten sonraki zamanlarda ailelerini alarak tatil sezonlarını bu ülkelere yapabilmektedirler. Ayrıca kongre turizmi, turistik açıdan çekiciliğin artmasında büyük rol sahibidir (Balaz ve Mitsutake, 1998, s.435).

- **Spor turizmi:** Kişilerin basketbol, futbol, dağ tırmanışı, doğa yürüyüşleri, rüzgâr sörfü, bot yarışları gibi sportif aktivitelere katılmalarıyla oluşan turizm çeşididir. Özellikle yörelerin geleneksel yarışlarına ait aktivitelere katılımlar oldukça yüksek olabilmektedir (Tezcan, 2004, s.24).

- **Sağlık turizmi:** İnsanların sahip oldukları sağlıklarını korumak ve devamını sağlamak veya bozulan sağlıklarını iyileştirmek amacıyla yaptıkları, doğal su kaynakları, doğal ortam veya iklimin tedavi aracı olarak kullanıldığı turizm çeşididir. Katılımcılar hem günlük yaşamın stresinden uzaklaşırken hem de sağlıklarına kavuşabilme imkânı bulabilmektedirler (Gartner, 1996).

- **İş turizmi:** İş turizmi bir anlamda ticaret amaçlıdır. Fuarlar, panayırılar ve sergilerle ilgili etkinlikleri kapsamaktadır. Bu turizm çeşidinde, her tür hizmet paket halinde katılımcılara sunulmaktadır. Bir taraftan ülkenin ürünleri tanıtılırken diğer yandan turistlere konaklama ve eğlence imkânları sağlanmaktadır. Aynı zamanda kongre amaçlı geziler iş turizmi kapsamında ele alınmaktadır (Bayer, 1992, s.25-26).

- **Ekoturizm:** Ekoturizm, doğal bölgelere yapılan, doğal çevreyi korumayı, yerleşik toplumların bütünlüğüne, varlıklarına saygılı, yöre halkının kültürünü tanımayı amaçlayan, doğal çevrenin korunmasına katkıda bulunan ve bunların sorumluluğunu gerektiren bir turizm çeşididir (Kontogeorgopoulos, 1999, s.318). Ekoturizmin temel hedefleri arasında, doğal alanların görünümünün korunması, su, hava, deniz ve toprak kirliliğinin önlenmesi, çevre kültürü bilincinin oluşturulması, ekosistem ve biyolojik çeşitliliğin korunması, sosyo-kültürel değerlerin korunması ve bunların hem turist hem de yöre halkı tarafından uygulanmasını sağlamak sıralanabilir (Doan, 2000, s.289).

Alternatif turizmin ortaya çıkmasındaki etken, turizmi on iki aya yaymak ve turizmin sürdürülebilirliğini sağlamaktır. Böylece turizm aktiviteleri çeşitlilik kazanacak ve turizmin meydana getirdiği olumsuz etkiler en aza indirilmeye çalışılabilecektir. Sürdürülebilir turizm ise, “insanın etkileşim içinde bulunduğu ya da bulunmadığı çevrenin bozulmadan veya değiştirilmeden korunarak, kültürel bütünlüğün, doğal süreçlerin, biyolojik çeşitliliğin ve yaşamı sürdüren sistemlerin devam ettirildiği ve aynı zamanda tüm kaynakların ziyaret edilen bölgedeki insanların ve turistlerin ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçlarını doyuracak şekilde ve gelecek nesillerin aynı ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri biçimde yönetildiği bir kalkınma şeklidir” (Dinçer, 1996, s.342).

Turizmi on iki aya yaymak için geliştirilen turizm çeşitleri bir anlamda turizmi sürdürülebilir kılmaktadır. Başka bir ifadeyle, sürdürülebilir turizm kavramı sürdürülebilir kalkınmanın, çevresel değerler üzerinde bir olumsuz etkiye sebep olmadan, ekonomik kalkınmanın devam ettirilmesini özellikle vurguladığı göz önünde bulundurularak, “sektörü besleyen doğal çevre ve insan kaynaklarını olumsuz yönde etkilemeden, turizm kapasitesini ve turizm ürünlerinin kalitesini arttırmak” olarak tanımlanabilir (Holden, 1999, s.99).

Sürdürülebilir turizmin, turistik yöreler için birçok olumlu katkısı vardır. Bunlar arasında; turizmin doğal, tarihi, kültürel ve diğer kaynakların devamı adına korunması, ziyaretçi sayısının yöre kapasitesi ile orantılı olmasını sağlaması, genel

evre kalitesinin sürdürülmesi ve geliştirilmesi, yerel ekonomik kazanç sağlaması, yöre halkı ile turistler arasındaki ilişkinin hoşgörü sınırları içinde olması gibi faktörler sayılabilir (Bramwell ve Lane, 2005, s.21-22). Bunların yanında sürdürülebilir turizm ile turizm de dâhil olmak üzere diğer yerel sektörlere katkı sağlanabilmektedir. İnsanlara farklı gezi hizmetleri sunularak, seyahate olan bakış açıları zenginleştirilebilmektedir. Ayrıca en önemli katkısı, turizmin olumsuz etkilerini en az düzeyde tutmakta büyük rol oynayabilmesidir (Swarbrooke, 1999, s.10).

2.2.2. Turist Tipleri

Ev sahibi ülkelerde insanların büyük bir çoğunluğundaki kültürel ve sosyal değişimler nedeniyle, turizmden sorumlu planlamacılar ve sosyal bilimciler, bu konuyla ilgili uyarılarını artırmaktadır. Bu etki, daha çok az gelişmiş ülkelerde fark edilebilmektedir. Her turist akını bölgede biraz etki yapabilir ancak etkinin derecesi gelen sayısına bağlı olmakla birlikte, bölgenin çektiği turist tipine bağlıdır. Başlıca ilgisi, farklı kültürlerden ve geçmişlerden insanları anlamak ve tanışmak olan turist, yabancı bir kültürü tamamiyla kabul eder ve alışır. Böylece bu turistler, kendileriyle birlikte değer sistemlerini, kendi ülkelerinde alışkın oldukları beklentileri ve istediklerini, yaşam stili ve imknlarını beraberlerinde getirirler (Holloway, 1993, s.178-179).

Turist tiplemesine yönelik olarak 1972’de Cohen, 1974’de Plog ve 1977’de Smith tarafından yapılan çalışmalar birbirini tamamlayan niteliktedir. Buna göre Plog’un “dışa dönük” kişiliği, Cohen’in “başıboş” turistine ve Smith’in “kaşıf” turistine benzer özellikler taşımaktadır (Avcıkurt, 2003, s.11).

Erik Cohen’nin turist tipolojisine göre turistler dört gruba ayrılmıştır. Bunlar; organize kitle turistleri, bireysel kitle turistleri, kşif turistler ve başıboş turistler şeklinde ifade edilmiştir (Lowyck ve diğerleri, 1993, s.17-18):

Organize kitle turistleri, birbirlerinden nadiren ayrılırlar, güvenlikleri konusunda hassastırlar. Paket turlar gibi ‘her şey dahil’ sistemle seyahat ederler. Seyahat programları ve rezervasyonları iyi düzenlenmiştir. Yeniliğe fazla açık değillerdir.

Bireysel kitle turistleri, organize kitle turistleriyle benzerlik gösterirler ancak bu turistler gruptan daha özgürdürler. Gezileriyle ilgili tüm düzenlemeler evden ayrılmadan önce belirlenmiştir. Bu program ve zamanlamanın sonradan da değişmesi söz konusu olabilir. Yeniliğe bir önceki gruptan daha açıktırlar.

Kâşif turistler, yenilik arayışındadırlar, yeni bölgeler keşfederler. Her yerden uzak olan yerleri ve patika yolları tercih ederler. Seyahat ettikleri insanlarla ilişkide bulunmayı tercih ederler. Kendilerini tedirgin eden bir durumda rahat edebilecekleri bir yerde kalmaya karar verirler.

Başboş turistler, diğer turist tiplerine aldırılmazlar. Bu turistler, yöre kültürü ile doğrudan ilişki içine girerler ve yöresel hayat tarzını yaşamayı denerler. Yenilik arayışları çok yüksektir.

Cohen’in ardından diğer araştırmacılar, farklı turist tipleri geliştirdiler. Darden’in 1977 yılında 2000 kişi üzerinde yaptığı çalışmada, beş farklı turist davranışı ortaya konulmuştur. Bunlar: *Bütçe gezginleri* % 28 oranındadır, ekonomiye önem vermektedirler, *maceralı* %24 oranındadır, risk alırlar, cesurlardır, tatil sırasında dinlenme istekleri çok düşüktür, *evde oturmayı tercih edenler* % 20 oranındadır, tatilde dinlenmeyi isterler ve risk almazlar, *tatilciler* % 7 oranındadır, ileriye dönük planları vardır ancak tatilleri ile ilgili kararsızlıkları söz konusudur ve *uyumlular* % 21 oranındadır, seyahate yüksek eğilimleri vardır, hafta sonu veya sportif gezilere ilgi duymazlar (Pizam, 1999, s.11).

Karşılaşılabilecek diğer bazı turist tipleri ve davranış biçimleri aşağıdaki gibi sıralanabilir (Batman ve diğerleri, 2001, s.90-92):

İdeal turist, önyargıları yoktur ve amacı gezdiği ülkeyi tam anlamıyla tanımaktır. Bilgili, her şeyle ilgili ve üretkendir. Katıldığı geziyle ilgili olarak önceden araştırma yapmıştır. Akla ve gerçeğe uygun önerileri hemen benimser, çevresiyle kolay ilişki kurar, dengeli olarak sürdürür. Sevecen, cana yakın ve insana saygılıdır.

Kabul eden turist, edilgendir, her söyleneni onaylar ve herkesi sevindirmeye çalışır. Kendine güveni yoktur. Her renge bürünür, kişisel girişimlerde bulunmaktan kaçınır, tek başına kaldığında kendini yitik hisseder. Sorunlarını başkalarına anlatır ve onların önerilerini bekler. Geziyle ilgili görüşü yoktur. Düşünce üretici değil alıcıdır. Genellikle arkadaşçadır, içtenliği çoğu kez gerçektir. Rehberlerin “baştan savan” bir tavır takınmasından büyük ölçüde etkilenir.

Sömüren turist, gezi boyunca herkesi kullanıp sömürmek için hazırdır. Parası vardır ama harcamaz. Başkalarının sırtından geçinir. Kıskançtır, başkasının sahip olduğu her şeye aşırı değer verir, imrenir. Otobüsteki yerinden, oteldeki odasından sızlanır. Alaycıdır, iğneleyerek konuşur. Rehberin her işine karışır, onun yerini almaya isteklidir. Uyanıktır, ilişkilerini karşısındakilerin duygularını okşayarak ya da zayıf noktalarından yararlanarak yürütür.

İstifçi turist, tutucudur, etrafındakilere soğuk görünmeyi sever. Çevresine sanki koruyucu bir duvar örmüştür. Titiz ve düzenlidir. Gereksinim duyabileceği (yiyecek-içecek dâhil) her şeyi yanına getirmiştir. Genellikle 2-3 bavulu ve birkaç el çantası vardır.

Pazarlamacı turist, yaklaşım ve ilkeleri ana hatlarıyla fırsatçılıktır. Gözlerinde \$ işareti vardır. Patavatsızdır, sözlerinin nereye varacağını düşünmeden konuşur. Davranışlarına dikkat etmez ve çevresindekilere karşı kayıtsızdır. Onlara göre sevgi ve saygı zayıflık göstergesidir.

Turizmin on iki aya yayılmasını hedefleyen özel ilgi turizmi kapsamında turist tiplerinden söz edilmektedir. Turistlerin ilgi alanlarına göre katıldıkları aktiviteler ve katılım düzeyleri farklılık gösterebilmektedir. Bu bağlamda, özel ilgi turizmi kapsamında yapılan bir araştırmaya göre ise, turist tipleri *yeni başlayanlar*, *meraklılar*, *uzmanlar* ve *fanatikler* şeklinde ele alınmaktadır. Bunlar ise şu şekilde açıklanabilir (Himmetoğlu ve Brotherton, 1994, s.31-33):

Yeni başlayanlar, belirli bir ilgi alanına yönelmemiş ama yönelme güdüsü olabilen kişilerdir. Günlük yaşamın sıkıcılığını gidermek için ya da kendileri ile ilgili olarak yaptıkları değerlendirmeleri beğenmedikleri için gelişim amacıyla herhangi bir ilgi alanına yönlenebilirler. Bu kişiler öncelikle, popüler ve moda olan ilgi alanlarına yönelirler. Yönlendikleri alan ile ilgili ayrıntılı bilgiye sahip değildirler ve ilgilerini eğlence içerikli değerlendirirler. Başaramama korkusu, utanma duygusunu yoğun yaşarlar ve güvenlikleri açısından kendileri gibi yeni başlayanlar arasında olmayı tercih ederler.

Meraklılar, kendilerine uyan belirli bir özel ilgi alanını seçmişlerdir ve bunu daha yakından tanımaya çalışmaktadırlar. Neyi istediklerini ve neyi yapabileceklerini, kapasite ve sınırlamalarını daha net bir şekilde tanımlayabilmektedirler. İlgi duydukları alan hakkında daha çok bilgi toplama çabası içindedirler.

Uzmanlar, belirli bir özel ilgi alanını seçmiş ve bu alanda iddia sahibi olan kişilerdir. Özel ilgileri hakkında geniş bilgiye sahiptirler. Özel ilgileri yaşamlarının odak noktası durumundadır ve bu ilgilerini geliştirmek için örgütlü davranışlara yönelmişlerdir. Bunun için kulüp, dernek üyelikleri almışlardır. Yeni başlayanlar ve meraklılarla bir arada olmaktan hoşlanmaz, kendileri gibi uzmanları tercih ederler.

Fanatikler, belirli bir özel ilgiye kendilerini alabildiğince kaptırmış ve hatta adanmış kişilerdir. Günlük yaşamlarında olduğu gibi, tatillerinde azınlıkları oluştururlar. Özel ilgileri bir tutku ve bağımlılık durumuna gelmiştir. Maceracılık ve riskli davranışlar, en üst düzeylere çıkmıştır.

Açıklanan turist tiplerinin topluma yönelik çeşitli etkilerini gözlemlemek mümkün olabilmektedir. Aşağıdaki Tablo 8’de verilen turist tipleri ve yerel topluma etkileri incelenmektedir:

Tablo 8: Turist Tipleri ve Yerel Topluma Etkileri

Turist Tipleri	Seyahate Katılma Sayısı	Yerel Kaidelere Uyumları	Topluma Etkileri
Araştırmacı turistler	Çok azdır	Yerel kaide ve kültürel değerleri kabul ederler	
Seçkin turistler	Az sayıdadır	Tamamen uyum sağlarlar	
Garip turistler	Yaygın görülmez	İyi uyum sağlarlar	
Olağandışı turistler	Ara sıra görülür	Bir ölçüde uyum sağlarlar	
Kitlemsi turistler	Artan sayıda görülür	Batı tarzı donanımları ararlar	
Kitle turistleri	Çok sayıda görülür	Batı tarzı donanımları beklerler	
Kapsamlı turistler	Kalabalık şekilde görülür	Batı tarzı donanımları talep ederler	

Kaynak: (Pearce, 1991, s.217; Roe ve diğerleri, 1997, s.20).

Tablo 8’de görüldüğü üzere, araştırmacı turistler, yerel yemekleri, kıyafetleri benimseyip yerel kültürle uyum içindedirler. Seçkin turistler, yöre halkının değerlerini tamamen kabul eder ve benimserler. Garip turistler, kalabalık yerlerde pek görülmeyi istemezler ve tatilin heyecanını yaşamayı isterler. Olağandışı turistler, genelde organize turları tercih ederler ve yöre halkının kültürüne az da olsa ilgi gösterirler. Kitlemsi turistler, bireysel ya da küçük gruplar halinde seyahat ederler. Kitle turistleri, çok sayıda görülürler ve gittikleri yerlerde kendi ülkelerinin yaşam tarzını aramaktadırlar. Kapsamlı turistler ise, seyahatlerinde tam anlamıyla kendi yaşam tarzlarına yönelik hizmetler isterler.

Turizmden kaynaklanan sosyal etkilerin ortaya çıkmasında turistlerle birebir etkileşimin gerekmediği, turistlerin bir yerde bulunmasının ve davranışlarının gözlemlenmesinin dahi yeterli olabileceği belirtilmektedir. Sosyal ve kültürel etkiler, turistin onu misafir eden, aynı zamanda kendi kaynaklarını geçici bir süre kullanacağı yöre insanıyla dolaylı veya doğrudan ilişki ve etkileşim içerisinde olmasından kaynaklanmaktadır. Turizmin toplum üzerine olan etkisi bazı koşullara bağlı olarak az ya da çok olabilir. Bölgeye gelen turistlerin yoğunluğu ve tipi (kitle turisti, bireysel turist), gezinin türü ve turizmin bölgedeki gelişmişlik düzeyi etkilerin türünü ve seviyesini belirlemede etken olacaktır. (Yüksel ve diğerleri, 2002, s.171).

Turistler ve yöre halkı arasındaki iletişim birbirine bağlıdır. Ancak her turist tipi, yöre halkı üzerinde aynı etkiye sahip olmayabilir. Yöre halkı konuya bazen ekonomik yönden bakabilir ve kendisine gelir getiren turist tipleriyle olumlu bir ilişki içine girebilir. Yöreyi, tarihi veya doğa amaçlı ziyaret eden turistler açısından durum farklıdır. Bu turist tipleri yörenin bitki örtüsü ve vahşi doğasına kendilerini bırakırlar ve yöre halkı ile çok az iletişim içine girerler (Harrison, 1995, s.29).

2.2.3. Turistik Alanın Özellikleri

Yöre halkı ile turistlerin karşılıklı olarak ilişki kurdukları, iletişimde bulundukları turistik yörelerin sahip olduğu bir takım özellikler, yöre halkı ile turistler arasındaki ilişkiyi etkileyebilmektedir. Bu özellikler, kişilerin davranışlarına olumlu veya olumsuz yönde yansıyabildiği için, karşılıklı iletişimlerinde etkili olabilmektedir (Doğan, 2004, s. 80). Turistik alanların söz konusu olan bu özellikleri turistik taşıma kapasitesi ve turistik alanın imajı başlıklarında incelenmektedir:

2.2.3.1. Turistik Taşıma Kapasitesi

Taşıma kapasitesi, “belirli bir coğrafi alanın, en fazla kabul edebileceği ya da barındırabileceği turist miktarı” olarak tanımlanabilir. Bu sayede, turizm anlamında aşılması gereken sınır bilinebilmektedir (Williams ve Gill, 1994, s.51). Turistik

alanın taşıma kapasitesi özellikle turist sezonlarında kendini gösteren bir durumdur. Turist sayısı arttıkça, kullanım alanı azalmaktadır (Cook ve diğerleri, 1999, s.245).

Bazı turizm sezonlarında turistik bölgelerin taşıyabileceği turist sayısının çok üstünde ziyaretçi kabul edilmektedir. Turistik bir yöreye gelen turist sayısı arttıkça, yöre halkı ve turistler arasındaki ilişki farklı bir boyut kazanabilmektedir. Başlangıçta, turistlerle oldukça hoş görülürken yöre halkı, giderek, turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan sağladığı faydalardan kuşku duymaya başlayabilir. Bu durum, yöre halkının turistlere karşı olumsuz bir tavır içine girmesine yol açabilmektedir (Akış, 1996, s.10; Ko ve Stewart, 2002, s.521).

Turist sayısının yoğun olması, turist- yöre halkı ilişkilerinin bozulmasının yanında yörelerin doğal çevre, kırsal alanlar, nehirler ve kıyıların kirlenmesine neden olabilmektedir (Vellas ve Becherel, 1995, s.235).

Genel olarak taşıma kapasitesi ile ilgili olarak bir takım sınıflandırmalar yapılmaktadır. Bunlar şu şekilde sıralanabilir (Mccool ve Lime, 2001, s.376):

- **Sosyal taşıma kapasitesi:** Turizm için sosyal taşıma kapasitesi, “turistik bölgedeki yöre halkının turizme karşı hoşgörülük sınırları” olarak tanımlanabilir. Turistler, yörelere sayıca fazla geldikleri zaman, yöre halkı turistlere karşı, kötü duygu ve düşünceler besleyebilmektedir (Saveriades, 2000, s.149; Boniface ve Cooper, 1994, s.7). Yöre halkının, fazla sayıda gelen turistlere karşı kötü duygular beslemeye başlamasının nedeni ise, yöre halkına göre, turistlerin, sosyal taşıma kapasitesini aşarak, her yerde kalabalığa neden olmalarını düşünmelerinden kaynaklanmaktadır (Kim, 2002, s.39-40).

- **Ekolojik taşıma kapasitesi:** Bir bölgenin taşıma kapasitesinin üzerine çıkıldığında, doğal kaynakların bozulması ve bazılarının azalması gibi sonuçlarla karşılaşılabilir. Turistler tarafından yoğun şekilde ziyaret edilen pek çok alanda, bitki ve hayvan toplulukları zarar görebilmektedir. İşte bu sınır, ekolojik taşıma kapasitesi olarak nitelendirilmektedir (Özkul, 2001, s.42). Turistik yörelerdeki çevresel

bozulmaların en büyük nedeni, ekolojik taşıma kapasitesinin aşılmasıdır. Bu durum, yörelerde çevresel anlamda bazen geri dönüşü olmayan ciddi bozulmalara neden olabilmektedir (Machado, 2003, s.12)

- **Fiziksel taşıma kapasitesi:** Su kaynakları, park yerleri ve yolların sayısı, bir alanın fiziksel kapasitesi ile ilgilidir. Bunları kullanan insanların sayısı o bölge ile uyumlu olmalıdır. Aksi takdirde büyük trafik ve su gibi çevresel sorunlar yaşanabilir. Örneğin, Fransa’da bulunan Tropez Plajı, turist sezonunda özellikle Ağustos ayında, rahatsızlık verecek bir kalabalığı ağırlamaktadır. Bu da kumsalı kullanan insanlar arasında huzursuzluğa yol açmaktadır (Cook ve diğerleri, 1999, s.245).

- **Psikolojik taşıma kapasitesi:** Psikolojik taşıma kapasitesi, algısal taşıma kapasitesi olarak da ifade edilebilmektedir. Turistik yörelerdeki, turistik gelişme düzeyi ile turistler arasındaki ilişkileri kapsamaktadır. Yani, turistlerin hem turistik çekim yerinde bulununan diğer ziyaretçilerin varlığına ve davranışlarına yönelik, hem de çekim yerinin fiziki yönden bozulmasına ve kirlenmesine gösterdikleri hoşgörü düzeyi şeklinde ifade edilebilir (Boniface ve Cooper, 1994, s.7).

Şekil’1de turizmin toplumsal taşıma kapasitesi ve yöre halkında gözlenebilen tutum ve davranışlar verilmektedir. Şekil 1’de görüldüğü üzere, ilk aşamada küçük çaptaki turizm hareketlerinden dolayı, yöre halkında turizmi ve turistleri kabul etme ve aşırı bir mutluluk gözlenebilmektedir. Turizmin giderek ilerlemesiyle birlikte, pazarlamanın ön planda olması ve yöre halkı ve turistler arasındaki ilişkinin daha çok ticari boyutta olmasıyla duyumsamazlık evresi yani ilişkinin parasal nedenlere dayanmasından dolayı yöre halkı, turistlerin sayıca artmasını umursamadığı görülmektedir. Turizmin yoğun olarak varlığını sürdürmesiyle birlikte, yöre halkındaki rahatsızlık ve turizm sektörü ile ilgili kuşkularının doğması ve bunun kin boyutunda kendini göstermesiyle sonuçlandığını gözlemlemek mümkün olabilmektedir. Son aşama olan kin evresinde, yöre halkında, öfkelerini açıkça dışa vurmaları ve herşeyin sorumlusu olarak turistleri görmeleri durumu gözlenebilmektedir. Bu aşamaya yöre halkı herhangi bir aşama sonunda ulaşabilmektedir.

Şekil 1: Turizmin Toplumsal Taşıma Kapasitesi Evreleri ve Özellikleri

EVRELER	ÖZELLİKLER
AŞIRI MUTLULUK	Turistlerin ve turizm yatırımcılarının yörede kabul görmesi, küçük çapta planlama ve denetim mekanizmasının yer alması
DUYUMSAMAZLIK	Turistlerin yörede varlıklarını hissettirmesi. Yöre halkının ve dışarıdan gelenler arasında daha fazla biçimsel (ticari) iletişim oluşması: çoğunlukla pazarlama ile ilgili planlamalara yer verilmesi
RAHATSIZLIK	Yöre hakkında turizm sektörü hakkında kuşku oluşması, planlamacıların tutundurma çabalarına yönelmeleri
KİN (NEFRET)	Yöre hakkında öfkenin açık bir biçimde dışa vurması, turistlerin tüm sorunların kaynağı olarak algılanması, çekim yerinin ürününün bozulmasını engellemek için daha çok tutundurma çabalarının arttırılmasına yönelik önlemsel planlamalar, bu evrede gözlenebilmektedir.

Kaynak: (Rızaoğlu ve Tanrısevdi, 1997, s.54).

2.2.3.2. Turistik Alanın İmajı

İmaj; kişinin fiziksel algılama sınırlarının ötesinde, herhangi bir şey hakkında sahip olduğu zihinsel çağrışım veya onu temsil eden düşünce olarak ifade edilebilir (Beerli ve Martin, 2004, s.2). Turistik alanın imajı ise, kişilerin söz konusu bölge ile ilgili inançları ve düşüncelerini içermektedir. Bilgi kaynaklarının genişliği bu konuda etkili olabilmektedir. Ancak turistlerin yörelerle ilgili edindikleri bu bilgiler her zaman doğruları içermeyebilmektedir (Atelyevic, 2000, s.197-198).

Turistik imaj, seyahat kararında etkilidir. Turistler, gidecekleri yörenin ön plana çıkmış bir takım özelliklerine göre gidip gitmeyeceklerine karar verebilirler. Yapılmış birçok araştırmaya göre, turistler için öncelikli imaj konuları, *pahalılık* veya *ucuzluk*, *güvenlik*, *modernlik* ve *otantiklik* şeklinde kendini göstermiştir. Turistler bu kriterlere göre gezi planlarını şekillendirmektedir (Dolnicar ve diğerleri, 2000, s.51). Özellikle bireysel gezilerde, destinasyonların güvenli olması öncelikli bir konudur. Yörenin güvenlik ile ilgili her hangi bir olumsuz imajı seyahat kararından vazgeçirebilmektedir (Ateljevic, 2000, s.193). Bu yüzden pek çok turistik çekim bölgelerindeki pazarlama çalışmalarının amacı, turistik çekim bölgelerinin imajını değiştirmektir. Olumsuz bir imajı olumlu bir imaja çevirmek büyük çaba gerektirmektedir (Zafar, 1992, s.9).

Turistik yörelerdeki etkinlikler, festivaller veya eğlenceler, yörenin imajı üzerinde etkili olabileceği gibi tanıtımı açısından da etkili olabilmektedir. Özellikle kültür turizmi etkinlikleri, turistler için hem çekicilik kazandırmada hem de yerel kültürün tanıtılmasında etkin bir rol oynamaktadır (Hall, 1994, s.181).

Turistik çekim bölgelerinin sahip olduğu imaj bazen gerçeğinden çok farklı olabilmektedir. Böyle bir durum, ziyaretçi beklentilerinin çok uzağında olduğundan memnuniyetsizlik yaratabilmektedir. Bu anlamda turizmin geliştirilmesinde pazarlamanın rolü çok büyüktür. Çünkü seyahat tercihlerini etkileyen faktörlerden biri ziyaretçilerinin destinasyonlar hakkında sahip oldukları imajdır.

2.3. Turizmin Toplum Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi

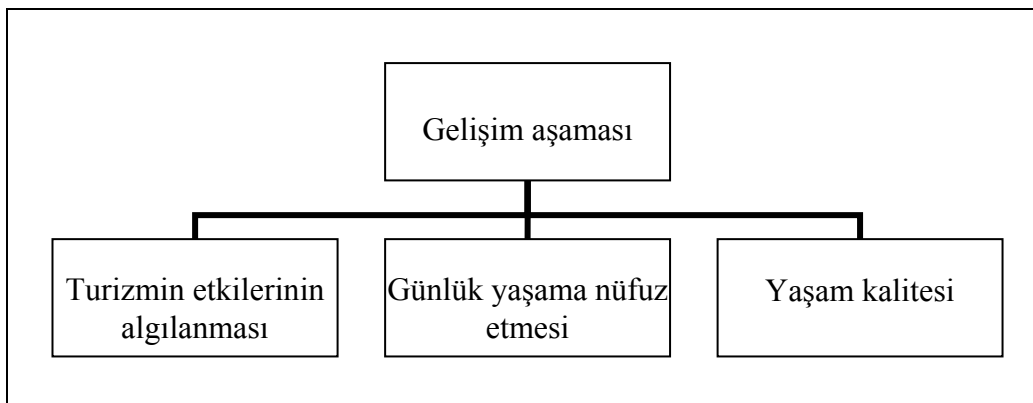
Toplum, “ortak bir kültürü kabullenen, bir coğrafi alanda yayılan ve kendi kendinin devamlılık sürecini kazanabilmiş ilişkiler bütünlüğüdür” (Sağ, 2003, s.12). Başka bir ifadeyle toplum, “ birbirine bağımlı, devamlı ve değişmeye eğilimli ilişkilerin tümüdür. Aynı ülkeyi ve kültürü paylaşan, kendi ihtiyaçlarını kendileri arasında karşılamaya çalışan, türlerini sürdüren, karşılıklı yardımlaşan insan grubudur” (Güney, 1998, s.272; Yozgat, 2002, s.18).

Turizmin bir toplum açısından büyük önemi bulunmaktadır. Turizm, bir toplumun dünya görüşünü, anlayışını ve başka ülke insanları hakkındaki düşüncelerini etkileyen sosyal bir olaydır (Sam, 1994, s.171).

Turistik bir yörenin sahip olduğu özellikler, turistler ve yöre halkı arasındaki ilişkinin boyutunu etkileyebilmektedir. Yörenin sosyal, ekonomik, kültürel ve çevresel faktörleri, taşıma kapasitesi gibi özellikleri, toplum üzerinde etkili olmaktadır (Fagence, 2003, s.63).

Toplumsal ve kültürel ilişkileri yoğun olan toplum ya da topluluklarda sosyopsikolojik yapılarının etkileşiminin boyutları oranında değişime uğradığı kabul edilmelidir. Turizm ise, değişimi daha da kolaylaştıracak ve hızlandıracak ortamı yaratır. İnsanların toplumsal ilişkilerini sıklaştırır ve algılanan uyarıcılardaki sıklık derecesine göre değişen oranlarda öğrenmeyi, alışmayı ve uyumu sağlar. Uyarıcılara karşı oluşabilecek tepkileri yumuşatarak toplumsal değişimin boyutlarını genişletir (Usal, 1990, s.15). Turizmin yerel toplumlar üzerinde oluşturduğu etkinin, toplumu oluşturan bireyler arasında bir algılanma süreci söz konusudur. Bu aşamalar aşağıdaki Şekil 2’de incelenmiştir:

Şekil 2: Turizmin Etkilerinin Algılanma Aşamaları



Kaynak: (Kim, 2002, s.22).

Şekil 2'den anlaşılacağı üzere, turizmin gelişim aşamasında, öncelikle, toplumu oluşturan bireyler arasında, turizmin etkilerinin algılanması söz konusudur. Daha sonra turizmin yerel toplum üzerindeki etkilerinin giderek günlük yaşamda kendini göstermesi ve bireylerin yaşamlarının içinde olumlu veya olumsuz yönde yer alması ile sonuçlanmaktadır (Kim, 2002, s.22).

Turizm olayının insan yaşamındaki önemi kadar bir bütün olarak toplum açısından da büyük önemi bulunmaktadır. Turizm bir toplumun dünya görüşünü, anlayışını ve başka ülke insanları hakkındaki düşüncelerini etkileyen sosyal bir olaydır. Turizm etkinliklerine katılarak başka ülkelere seyahat eden insanlar o ülke insanlarını çeşitli açıdan etkileyebilecekleri gibi onlardan da önemli ölçüde etkilenebilecektir. Turistler, bulundukları ülke insanlarını, kültürleri, düşünüş ve davranışları, giyimleri, yaşam tarzları ve kişisel ilişkileri ile önemli ölçüde etkilemektedirler. Bu olgu özellikle az gelişmiş veya gelişmekte olan kültüre veya ekonomik anlamda düşük yaşam standartlarına sahip ülkelerde daha belirgin olarak gözlenmektedir (Barutçugil, 1989, s.73).

Turizmin, ev sahibi toplum üzerindeki olumsuz toplumsal etkileri ile ilgili bir değerlendirme ise şu şekilde sınıflandırılabilir (Özdemir, 1990, s.96):

- Yöre halkının, turistler tarafından kullanılan lüks ve ithal mallara talep göstermesinin ortaya çıkardığı olumsuz durum,
- Kumar, fahişelik, alkol ve diğer aşırılıklar gibi istenmeyen işlerin başlaması,
- Özellikle turistlerle ev sahipleri arasında çok belirgin ırksal farklılıkların olduğu yerlerdeki ırksal gerginlikler,
- Turizm sektöründeki kişilerin gün içinde, uzun süre çalıştırılması,
- İşçi görevlerinin, her ülkede aynı tip olan uluslararası garson gibi standartlaşması,

- Yerel kültürün ziyaretçi tarafından acayip bir adet veya eğlence olarak görülmesi durumunda, ev sahibi halkın kültürel övünçlerinin kaybolması,
- Çok fazla turistin varlığı yüzünden, yöre yaşamında hızlı bir değişme,
- Otel ve lokanta işinin karakteristiği olan, kol gücüne dayalı olarak çalışan ve düşük ücret alan, çok sayıda işçiler bulunmaktadır.

Tüm bu faktörlerin ışığında, turizmin genel olarak, toplum üzerindeki etkileri Tablo 9’da ele alınmıştır.

Tablo 9: Turizmin Toplum Üzerindeki Etkileri

Turizmin Toplum Üzerindeki Etkileri	
Olumlu	Olumsuz
Turizm gelirleri	Yöre halkının sayısındaki artış
Hizmet sektörünün öneminin artırılması	Sonradan yerleşen ev sahipleriyle çatışma
Sosyal ve kültürel yaşamın teşviki	Taşınmaz mal edinimiyle ilgili zorluklar
Arazilerin değerinin arttırılması	Taşınmaz mal fiyatlarındaki artış
Altyapının geliştirilmesi	Enflasyon ve yüksek artışlar
Geniş alış-veriş imkânı	Kültürel kimlik kaybı
Turistik imajın artırılması	Değer yargılarındaki değişiklikler
Oturdukları yerden gurur duyan yöre halkının oluşması	Dinsel çatışma
Önyargıların, kalıp yargıların azalması, hoşgörünün artması	Turizme bağımlı olmak
	Kalabalık
	Trafik sorunu
Sosyal durumdaki değişiklik (Geleneksel kaynaklardaki düşüş ve turist kaynaklarının artışı)	

Kaynak: (Rätz, 2000, s.6).

Tablo 9’da görüldüğü gibi, turizmin toplum üzerinde olumlu ve olumsuz etkilerinden söz edilebilmektedir. Turizm gelişimi bir topluma ekonomik kazançlar sağlamanın yanında, sosyal ve kültürel kazançları da beraberinde getirmektedir. Turizm, bulunduğu yerdeki arazilerin değerini artırabilmektedir, bunun yanında insanların sosyal ve kültürel anlamda etkinliklere katılmalarını teşvik edebilir, yine kişileri önyargılarından arındırarak hoşgörülü olmaya teşvik edebilmektedir. Yöre halkının oturduğu yerden gurur duymasını sağlayabilmektedir. Bu gibi durumlar turistik imajın artırılmasında önemli bir etkidir. Ancak bunların yanında, yöre halkının sayısındaki artışla beraber trafiğin, pahalılığın ve kalabalığın artması, toplumu oluşturan bireyler arasında anlaşmazlıkların doğmasına neden olabilmektedir.

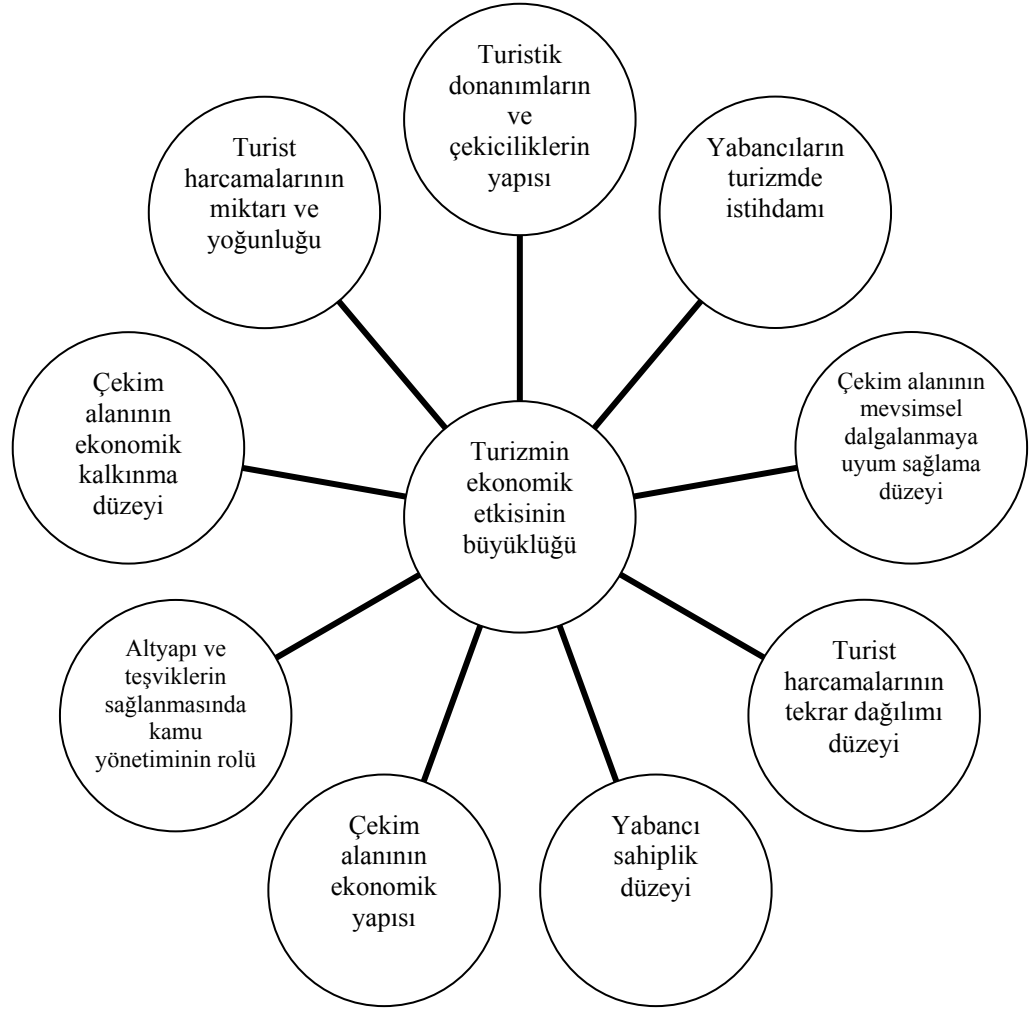
Turizmin toplum üzerindeki etkilerini ekonomi, doğal çevre, sosyal yapı ve kültür başlıklarında incelemek mümkündür.

2.3.1. Turizmin Ekonomi Üzerindeki Etkileri

Turizm, ekonomik açıdan sağladığı faydalarla dikkat çeken, endüstrilerden biridir. Turizmin ekonomik, kültürel, sosyal, siyasal etkileri bu endüstriye verilen önemin artmasında etkili olmakta, özellikle turizmin yarattığı ekonomik etkiler, ülkelerin turizmi geliştirme çabalarını hızlandırmaktadır. Turizm; ödemeler dengesine etkisi, istihdam ve gelir yaratması, katma değerinin çok yüksek olması, altyapı ve üstyapıya olumlu etkileri ve diğer sektörlerle etkisi nedeniyle özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından önemli bir sektör konumuna gelmektedir (Roe, 2001, s.2).

Turizmin olumlu ve olumsuz ekonomik etkilerini belirleyen başlıca faktörler Şekil 3’de verilmiştir. Buna göre, turizmin, geliştiği yöredeki ekonomik etkisinin büyüklüğü, aynı zamanda turistlerin harcadığı miktara, yörenin ekonomik ve turistik çekicilik durumuna bağlıdır. Bu faktörler sonucunda, turizm ekonomiye olumlu veya olumsuz etki yapabilmektedir.

Şekil 3: Turizmin Ekonomik Etkilerini Belirleyen Başlıca Faktörler



Kaynak: (Avcıkurt, 2003, s.26).

Turizmin bir ülkeye olan ekonomik katkısı, gelen turist sayısından çok ülkeye kattığı döviz miktarı ile ilgili olmaktadır. Örneğin bir kişi bir günlük yaptığı gezide, başka bir turistin bir hafta içinde yaptığı harcama kadar, ülkeye döviz bırakabilmektedir. Bu yüzden turizmin ekonomiye olan katkısı, turistlerin sayılarından daha çok, onların gezileri süresince ne kadar para harcadıkları ile bağlantılıdır (Bram, 1995, s.1). Ancak turizmin bu olumlu etkilerinin yanında, turizme aşırı bağımlılık tehlikesi, yükselen fiyatlar, yüksek arazi değerleri gibi olumsuz etkilerini gözlemlemek mümkün olmaktadır (Stynes, 2002, s.15). Ülkeler, ekonomik yönden geri kalmış yörelerin gelişmesi için, turizm sektörünü teşvik

etmeye başlamaktadır. Turizmin gelişmesi ve yatırımların hızlandırılmasıyla, turistik yörelerin kalkınması ile yöre halkının refah içinde yaşaması konusunda katkıda bulunmaktadır (Karaman, 1999a, s.151).

Turizmin genel olarak olumlu ekonomik etkileri:

Turizm, parasal ve istihdam yaratıcı sonuçları ile ekonomik bir olaydır. Çünkü bir ülkeyi ziyarete gelen turistler, gezileri sırasında para harcayarak, ekonomiye katkıda bulunabilmektedirler. Bu parasal sonuçlar toplumsal, kültürel, siyasal ve coğrafi bir takım etkiler ortaya çıkarabilir. Turizm, döviz sağlayıcı, alt yapı oluşturucu etkileriyle ekonomik gelişme etmenidir. Ekonomik etkileriyle turizm hem toplumların yaşam biçiminde hem de yaşam standardında bir değişme için anlamlı katkılar sağlar. Turizm, ekonomik sonuçları dolayısıyla yeni meslekler yaratır ve çalışmanın niteliğini değiştirebilir. Burada önemli olan sadece turist sayısı değildir. Gelen turistlerin harcadığı paranın miktarı önemli rol oynamaktadır (Butcher ve diğerleri, 2003, s.1-2).

Turizmin gelişmesi, ekonomik yapıyı çeşitlendirerek, bölgede diğer sanayi kollarının gelişimine zemin hayırlayabilmektedir. Turizm amaçlı alt ve üst yapı yatırımlarının yapılması sırasında demir, çimento, tuğla gibi çeşitli inşaat malzemelerine, su, elektrik, ısıtma gibi tesisatın gerektirdiği malzemelere büyük talep doğabilmektedir (Ünlüönen ve Kılıçlar, 1999, s.174). Bu özellikleri nedeniyle turizm ekonomik açıdan ele alınmış toplumsal bir faaliyettir. Turizm, ülkelere önemli ölçüde gelir getirici ve döviz kazandırıcı özelliğinden dolayı ekonomik yaklaşımı yaygınlaşmıştır (Çakır, 2001, s.379).

Ülke ekonomilerinin karşılaştığı ulusal ve uluslararası ekonomik sorunların çözümünde ve darboğazların aşılmasında turizm, dinamik ve ekonomik olma özelliği ile adeta bir çıkış noktasını oluşturmaktadır (Çımat ve Bahar, 2003).

Turizmden beklenen başlıca ekonomik yarar, ülkeye döviz getirmesidir. Bir ülkenin turizmden ekonomik bakımdan yararlanabilmesi için, ülkenin turizm

gelirlerinin turizm giderlerinden fazla olması gerekir. Özellikle doğal kaynakların az olduğu ülkelerde turizm, önemli bir dışsattım maddesi olmaktadır. Örneğin, turizm, İspanya ve Meksika'nın dışsattım gelirlerinin üçte birinden çoğunu, Yunanistan ve Fas'ın dışsattım gelirlerinin altıda birinden çoğunu oluşturmaktadır (Doğan, 2004, s.142). Tablo 10'da ülkemize gelen turist sayısı ve elde edilen turizm gelirinin yıllara göre dağılımı görülmektedir:

Tablo 10: Turist Sayısı ve Turizm Gelirinin Yıllara Göre Dağılımı

Yıllar	Turist Sayısı	Yıllık Değişim (%)	Turizm Geliri (milyon \$)	Yıllık Değişim (%)
1991	5.517.897	2,4	2.654	-17,7
1992	7.076.096	28,2	3.639	37,1
1993	6.500.638	-8,1	3.959	8,8
1994	6.670.618	2,6	4.321	9,1
1995	7.726.886	15,8	4.957	14,7
1996	8.614.085	11,5	5.650	14,0
1997	9.689.004	12,5	7.002	23,9
1998	9.752.697	0,7	7.177	2,5
1999	7.487.285	-23,2	5.203	-33,4
2000	10.428.153	39,3	7.636	46,8
2001	11.618.969	11,4	8.090	5,9
2002	13.256.028	14,1	8.473	4,7
2003	14.029.558	5,8	9.676	14,2
2004	17.517.610	24,9	12.124	25,3
2005	21.122.798	20,6	18.929	14,9
2006	19.802.846	-6,26	16.850	-7,2

Kaynak: (www.tuik.gov.tr).

Tabloya göre, 2000 yılına kadar inişli ve çıkışlı görünen turizm gelirlerinde 2000 yılından sonra her yıl artarak ilerlediği görülmektedir. Aynı durum turist sayısında göze çarpmaktadır. 2000 yılına kadar turist sayıları her yıl farklılık göstermektedir. 2000 yılından sonra turist sayısının her yıl arttığı görülmektedir.

Ancak 2006 yılında, ziyaretçi sayısında ve turizm gelirlerinde azalma olduğu görülmektedir.

Uluslararası turizmin neden olduğu döviz hareketleri, turist gönderen ülkenin döviz talebini, turist kabul eden ülkenin döviz arzını artırıcı bir rol oynadığından, ülkelerin dış ödemeler dengesini etkilemektedir. Bu özelliği ile turizm gelirleri, döviz sıkıntısı çeken ve ödemeler dengesi açık veren ülkeler için oldukça önemli bir döviz kaynağıdır (Kar ve diğerleri, 2004, s.89; Karaman, 1999b, s.152). Ancak, turizm sektörünün döviz arz ve talebini etkileyerek dış ödemeler bilançosu üzerinde olumlu etkiler yaratması, diğer bir ifadeyle sektörün net döviz kazancı yaratması bazı şartların oluşmasına bağlıdır. Bunlar; elde edilen dövizler için yapılan döviz giderleri (c) ile döviz gelirleri (r) arasındaki oran 1'den küçük olmalıdır: ($c/r < 1$) ve turizm sektörünün döviz girdisi payının, söz konusu ülkede turizm sektörü bulunmaması halinde, alternatif sektörlerin getireceği dövizden fazla olması gerekmektedir şeklinde ifade edilebilir (Bulut, 2000, s.78-79).

Turizm her yıl milyonlarca turisti motive ederek müzelerin, sanat galerilerinin, tarihsel alanların ve sanat galerilerinin ziyaret edilmesini sağlayarak binlerce insanın istihdam edilmesinde katkıda bulunmakta, konaklama işletmelerinin doluluğunu arttırmakta ve diğer turizm işletmeleriyle birlikte birçok sektörü olumlu şekilde etkileyerek turizm hareketlerinin tüm yıla yayılmasına neden olmaktadır (Kızılırmak ve Kurtuldu, 2005, s.103).

Ekonomide bir ekonomik birimin harcaması diğer bir ekonomik birimin gelirini oluşturmaktadır. Turizm sektöründe ise, turistlerin yaptıkları harcamalar sektörde çalışanların ücretlerini ve sektörle ilgili diğer gelirleri oluşturmaktadır. Turizm sektörü birçok faaliyet koluyla yakın ilişki içerisinde olduğundan, turizm gelirleri diğer birçok mal ve hizmetlerin tüketimine ve ihracatına olanak sağlamaktadır. Yani turist bir ülkeye geldiğinde, o ülkede yaptığı her harcama sadece turizmle uğraşan kişilere değil, turistlerin harcama yaptıkları diğer sektörlerle gelir sağlamaktadır. Dolayısıyla turizm harcamaları çarpan mekanizması ile kendisinden kat kat fazla gelir yaratılmasına neden olmaktadır (Kar ve diğerleri, 2004, s.90).

Turizm sektörü emek yoğun üretim tekniğine dayanan bir sektör olarak kabul edildiğinden, geniş istihdam olanakları yaratabilmesi açısından önemli bir alan oluşturur. Turistik tüketim harcamasının ilk aşamasında elde edilen gelirler, konaklama, gıda, eğlence ve ulaştırma işletmelerinde doğrudan istihdam etkisi yaratır. Bu durum, doğrudan konaklama işletmeleri veya seyahat acentelerinde olduğu kadar, dolaylı olarak ulaştırma hizmetlerinde çalışan kesime ihtiyacı doğurmaktadır (Opuş, 2001, s.40; Colantonio, 2004, s.28; Spenceley ve Seif, 2003, s.19). 2004 yılında Antalya’da yer alan Akseki yöresinde, turizm gelişmelerine yöre halkının yaklaşımlarının belirlenmesi amacıyla yapılan araştırma sonuçlarına göre, turizm hareketleri yöredeki yöre halkına yeni iş olanakları sunduğu, bununla birlikte gelir düzeyinde bir artış gözlenebildiği saptanmıştır (Mansuroğlu, 2006, s.42).

Turizm, diğer iş kollarına ekonomik yönden olumlu etkileyebilmektedir. Yine hizmet sektörü içinde olan ulaştırma, el sanatları, sağlık, haberleşme gibi hizmet dallarının da gelişmesine katkı sağlamaktadır. 1999 yılında Mısır’da yapılan bir araştırmaya göre, turizm; ulaştırma, el sanatları, eğlence ve kültürel aktivitelere önemli ölçüde ekonomik katkı sağlamıştır (Tohamy ve Swinscoe, 2000, s.19).

Turizmin genel olarak olumsuz ekonomik etkileri:

Turizmin etkilerini araştırmak amacıyla, Namibya’nın kırsal kesiminde yaşayan yöre halkına yapılan bir araştırmada turizmin bir takım olumlu ve olumsuz etkileri saptanmıştır. Yöre halkının uğraştığı geleneksel işler üzerinde örneğin tarımda yatırımların artması, çiftçilerin kendi mesleklerinin yanında turizmle ilgili başka işler edinmeleri, istihdamın artması, küçük girişimlerin artması ve pazarın genişlemesi gibi olumlu etkilerinin yanında, su kaynaklarıyla ilgili rekabetin artması, kirlilik ve çevresel bozulma, turizm yatırımları nedeniyle tarımsal alanların azalması gibi ekonomiyi olumsuz etkileyen yönleri saptanmıştır (Ashley, 2000, s.19).

Turizmin olumsuz ekonomik etkileri arasında, dış ülkelere bağımlılık oluşturmaları, ekonomik karlılığı azaltması, pahalılık ve enflasyona neden olması ve toplumun küçük bir kesiminden yararlanması nedeniyle, ekonomik eşitsizliği

arttırması gibi sonuçlar sayılabilir (Doğan, 2004, s.144). Özellikle turizmin geliştiği yörelerde fiyat artışlarına, turist çekmek amacıyla yapılan kamu harcamalarında (havaalanı, kanalizasyon, su şebekesi, hastane yapımı gibi) yine aynı şekilde artışa neden olması, turizmin bir ülkede meydana getirdiği olumsuz ekonomik etkiler olarak görülebilir (İlkin ve Dinçer, 1991, s.38-39).

2.3.2. Turizmin Doğal Çevre Üzerindeki Etkileri

Hızla artan dünya nüfusu, hızlı ve düzensiz kentleşme, plansız endüstrileşme, sulak alanların kirletilmesi, tarım ilaçlarının aşırı ve kontrolsüz kullanımı, orman yangınları ile meydana gelen kirlenmelerin yanında, yenilenemeyen kaynakların aşırı kullanımı ve düzensiz tüketimi doğal dengeyi bozan etkenlerin başında gelmektedir. Yanlış ve aşırı kullanımlar; hava, toprak, su ve buralarda yaşayan canlıların yaşam ortamlarının bozulmasına neden olmakta, başta insan olmak üzere, bütün canlıların yaşama ortamları giderek kötüleşmekte ve küçülmektedir (Partidario, 1999, s.2).

İnsan ve hayvan topluluklarının içinde yaşadığı alan ‘doğal çevre’ olarak tanımlanmaktadır. Turizmin gelişmesi için en önemli unsurlardan biri bu alanlardır. Bir turizm yöresinin tarihi ve doğal güzellikleri, turistleri o turizm yöresine çekmektedir. Günümüzde bir ülkeye gelen turist, artık o ülkenin çevre temizliğini de dikkate almaktadır. Dolayısıyla çevrenin temiz tutulması ülkeye gelen turist sayısını olumlu yönde etkilemektedir. Son yıllarda doğal çevrenin, tahminlerin üzerinde zarar gördüğü, kirletildiği ve halen kirletilmeye devam ettiği görülmektedir (Kuşluyan, 1999).

Turizmin, diğer sektörler gibi çevreye verdiği zarar gözlenebilmektedir. Hava kirliliği, doğal yaşamdaki bozulmalar ve doğal alanların azalması gibi sorunlarda turizmin etkisi söz konusudur. Doğal ve tarihi çevre değerleri ile ekonomik, sosyal ve kültürel faktörler, turizm hareketlerinin başlangıç koşullarını oluştururlar. Örneğin tarihi ve doğal çevre değerlerini dikkate almayan bir turizm gelişmesi kendisini doğuran bu değerlerin yok olmasına, dolayısıyla sürecin ortadan kalkmasına yol açabilir (Christie ve Crompton, 2001, s.19).

Çevre, turizm ürünlerinin temel merkezidir. Turistler ise, çevrenin tüketicisidir. Bu yüzden turistik yörelerin çevresel kaynaklara her zaman ihtiyacı vardır. Turiste hitap etmeyen bir çevrede, turizm varlık gösteremez. Turizmde çevre konusunun kapsamı oldukça geniştir. Tarihi ve kültürel yerler, iklim, doğa, doğal manzara birer çevre unsurudur (Goodall, 1992, s.60). Bazı bölge ve alanlar; doğal özelliklerin bir arada yoğunlaşması, çeşitliliğinin bol olması ve benzeri olmayan özelliklere sahip olması bakımından diğer bölge ve alanlardan daha avantajlı ve zengin durumdadır. Bu özellikler böyle bölge ve alanları turizm bakımından daha cazip hale getirmektedir (Gündüz, 2004, s.60). Bu yüzden bir ülkeye yönelik turizm hareketlerinin doğmasında ve gelişmesindeki en önemli etken hiç şüphesiz “çevre” dir. Bu nedenle turizmin varlığı, doğal, tarihi ve arkeolojik değerlerin varlığı ile sürdürülebilir bir özellik taşımaktadır. Bu anlamda çevresel kalite ile turizm arasındaki ilişki kaçınılmazdır. Bu yüzden özellikle seksenli yıllarda başlatılan konferanslar ve düzenlemelerle, kalkınma ile çevre ilişkisinin, giderek kalkınmanın bugünkü neslin gereksinimlerinin karşılanması adına, gelecek neslin gereksinimlerini karşılama kabiliyetlerini yok etmemesi anlayışına geldiği görülmektedir (Kousis, 2000, s.470).

Turizm ile çevre arasında üç önemli unsur bulunmaktadır (Inskeep, 1991, s.339):

- Fiziksel çevrenin birçok unsuru turistler için çekim kaynağıdır.
- Turizm tesisleri ve altyapısı, çevrenin bir yönünü teşkil eder.
- Turizmin gelişmesi ve bir alanın çevresel kullanımı çevresel etkiler yaratır.

Turizm ülkenin yerel değerlerini pazarlama temeline dayalı gelişebilen bir sektördür. Kaynağı ülkenin doğası, kültürü ile bu kültürü yansıtan yaşam alanlarıdır. Bu kaynaklardan sürekli ve dengeli kullanımının korunması sürdürülebilir turizm faaliyetinin temelidir. Kaynakları tüketen turizm faaliyetine dayalı bir turizmin geleceği sınırlıdır. Bu nedenle, turistik yörelerin turizmden kaynaklanan çevre raporlarının oluşturulması gereklidir (Moore ve diğerleri, 2003, s.348).

Turizm ve çevre arasındaki ilişkiyi üç bölüme ayırabiliriz. Bunlar: Doğal çevre (su, hava, bitki ve hayvan toplulukları, toprak ve arazi), insan eliyle oluşturulmuş çevre (anıtlar, kentsel oluşumlar, parklar) ve kültürel çevre (değerler, davranış biçimleri, ahlâk)'dir (Kousis, 2000, s.470).

Turizm ve çevre birbiriyle sürekli ilişki içindedir ve turizm doğal çevrenin çekim öğeleri üzerinde olumlu veya olumsuz bir etkiye sahip olabilmektedir. Turizmin geliştiği yörelere bakıldığında doğal çevre ile turizm arasındaki ilişki daha iyi görülecektir (Christensen ve Beckmann, 1998, s.2).

Turizmin çevre üzerindeki olumlu etkileri:

Turistler tarafından ziyaret edilen bir yörede, çevreye daha fazla özen gösterildiği gözlenmektedir. Bu anlamda birçok ülke, doğal çevrenin korunmasına yönelik önlemler almaktadır. Çünkü uluslararası turizm talebinin arttırılabilmesi ve bu talebin sürekli kılınabilmesi, çevresel değerlerin varlıklarını sürdürmelerine bağlıdır. Bu amaçla alınan önlemlerin boyutları ve nitelikleri ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Örneğin Zimbabwe hükümeti, turizmin gelişmesiyle birlikte, çevresel anlamda, koruma ve iyileştirme politikalarını uygulamıştır (Troel ve diğerleri, 2005, s.68).

Turizm ile birlikte doğal, arkeolojik ve tarihi alanların korunması, çevre kalitesinin iyileştirilmesi, çevrenin değerinin artırılması, altyapı olanaklarının geliştirilmesi ve çevrenin ön plana çıkarılması mümkün olabilmektedir (Mansuroğlu, 2006, s.36).

Turizm çevrenin korunmasına ve kalitenin artırılmasına önem verilmesini sağlar. Çevre, turizme para kazandırdığından, turizmin hizmetine sunmak amacıyla pek çok ülke, ulusal parklarını, doğal ve tarihi değerlerini özenli bir şekilde korumaktadır (Alavalapati ve Adamowicz, 2000, s.189-190). Örneğin Palandöken Dağları'nın turizme açılmasıyla geniş ağaçlandırma alanlarının yanı sıra, sulama ve

balık üretimine yönelik oldukça geniş bir gölet oluşturulması ve bakımına özen gösterilmesi bu duruma örnek olarak verilebilir (Karadeniz, 2004, s.38).

Turizm eski yapıların yeni kimlikleriyle bugün de yaşamalarını sağlayacak düzenlemeleri özendirmektedir. Bir anlamda eski binaların, değerleri kaybedilmeden, modern bir görünüme kavuşması konusunda etkili rol oynamaktadır. Çünkü bu sayede çekicilikleri artırılmış olacaktır (Kousis, 2000, s.471).

Turizmin doğal çevre üzerindeki olumsuz etkileri:

Turizm doğal manzaranın bozulmasına neden olmaktadır. Doğal güzelliğe sahip birçok kıyı, yüksek beton otellerle kaplanmaya başladığında, doğal çekicilikler yok olabilmektedir. Bu durum aynı zamanda tarihi ve arkeolojik değerlerle uyumsuzluk yaratmaktadır (Davies ve Cahill, 2000, s.7).

Turizmin doğal çevre üzerinde gözlenebilen bir diğer etkisi ise bölgesel flora (bitki örtüsü) ve fauna (hayvan topluluğu) yapısı üzerinde gözlenebilmektedir. Turistik yürüyüşlerde, turistlerin bilinçsizce, yuvalardaki yumurtalara dokunmaları veya almaları o hayvanların nesillerini tehlikeye sokmaktadır. Ormanların tahribi, ormanlık alanlarda avlanma, inşaat ve ulaştırma yatırımları faaliyetleri bitki örtüsüne ve yabani hayvan nesline zarar vermektedir. Ayrıca avlanma yoluyla bazı hayvan türlerinin ciddi bir şekilde azalması ve doğal yaşamlarında bozulmalara neden olması, bitki örtüsünün bozulması, erozyona neden olması gibi sonuçlar doğurabilmektedir (Hofman, 2000, s.5-6).

Turistik işletmelerin özellikle büyük otellerin yüzme havuzları ve geniş bahçeleri için, su tüketimleri fazla olmaktadır. Ayrıca oda sayısı yetmiş beş den az olan bir otel günde oda başına 101 litre, oda sayısı beş yüz veya yukarısında olan oteller ise oda başına günde ortalama 208 litre su tüketimi yapmaktadır. Bu durum yörenin su kaynaklarında azalmaya yol açabilmektedir (Davies ve Cahill, 2000, s.12).

Turizmin fiziksel çevre üzerindeki diğer bir olumsuz etkisi, çevreyi rahatsız eden bir unsur olarak ele alınması gereken gürültüdür. Gürültü kirliliği, uçakların inip kalkması, taşıt araçlarının çıkardığı sesler buna örnek verilebilir (Mbaiwa, 2003, s.461).

Turizm yoğun şekilde geliştiği zaman, doğal çevre tahrip edilebilmekte ve bu doğanın dengesini bozabilmektedir. Özellikle turistlerin, turistik yerleri yoğun olarak ziyaret ettiği dönemlerde, su kaynaklarında önemli ölçüde azalma olabilmektedir (Jamieson ve Sunalai, 2005, s.175). Bunun yanında turizmin yoğun olarak geliştiği yörelerdeki turist davranışları önem kazanmaktadır. Çünkü turistler çevre konusunda bilinçli değilse, gittikleri yöredeki doğal yaşamın bozulmasında etkileri olabilmektedirler (Blamey, 2001, s.10-11). Öyle ki, bazı turistlerin çevre üzerindeki olumsuz davranışları, orman yangınlarına, ırmak, deniz ve göllerin kirlenmesine ve buna bağlı olarak hayvan ve bitki topluluklarının yok olmasına neden olabilmektedir (Cessford ve Dingwall, 1999, s.5).

Turistlerin tatilleri süresince gerçekleştirdikleri, kamp ve doğa yürüyüşleri gibi turistik aktiviteler, doğal çevrenin kirlenmesine neden olabilmektedir. Örneğin 1997 yılında Tayland'ı ziyaret eden yaklaşık 7.2 milyon turist, katıldıkları turizm aktiviteleri sonucunda, çevreye büyük oranda zarar verdikleri belirlenmiştir (Rattanasuwongchai, 2001, s.6). Turizmin Alaska toplumu üzerindeki etkilerini ortaya koymayı amaçlayan araştırmanın sonuçlarına göre; turizmin, plaj ve sokaklarda kalabalığa neden olduğu, çevreyi tahrip ettiği, yaşam tarzlarındaki alışlageldik düzende bozulmalara neden olduğu ve sosyal düzeni bozduğu gözlenmiştir (Cervený, 2004, s.4).

Turizm sektörü büyük ölçüde kıyılarda yoğunlaşmıştır. Bu nedenle deniz suyunun ve plajların temizliği çevre kalitesinin en önemli göstergesi olarak kabul edilebilir. Gürültü, trafikten kaynaklanan hava kirliliği, orman yangınları, altyapı yetersizliği, kıyı bölgeleri ile verimli tarım topraklarının ve hassas alanların dağınık, düzensiz ve yoğun yapılaşma ve ikinci konut alanlarıyla betonlaşması gibi faktörler

doğal dengeleri bozmakta dolayısıyla turizm potansiyelini oluşturan değerlerin yavaş yavaş ortadan kalkmasına neden olmaktadır (Harrison, 2004, s.10).

Bir ülkenin su kaynaklarının, havanın, doğal yaşamın ve doğanın sunduklarından nesiller boyu yararlanabilme, sağlıklı, ulaşılabilir ve kültürel kimliği meydana getiren unsurların varlığının ve kullanımının sürekli olabilmesi, hem kendi varlığı adına hem de turizmin sürekliliği adına önem taşımaktadır. Özellikle doğal ve kültürel çekiciliğe sahip olan doğal park alanlarının, ziyaretçilere açılması konusunda, dikkat edilmesi gereken hususlar söz konusudur. Ancak özellikle bu tür yerlere yapılan hafta sonu gezileri, turist sayısının fazla olmasından dolayı, ciddi çevresel bozulmalara neden olabilmektedir (Eagles ve McCool, 2004, s.23).

Turizmin doğal kaynakları sadece güneş, kum, dağlar, deniz vb. değildir. Arkeolojik, tarihi, kültürel varlıkların zenginliği ve çeşitliliği turizmin önemli kaynaklarını oluşturur. Yerleşim yerlerinin dengesiz dağılımı, sanayinin kontrolsüz gelişimi önemli sayıda turistik kaynağın yitirilmesine neden olmuştur. Birçok ülkede sanayileşmenin yanı sıra ciddi çevre sorunları ortaya çıkmıştır. İşte, bu olumsuzluklar karşısında çevreyi korumaya yönelik önlemler giderek yaşam kalitesinin yükseltilmesi anlayışı içerisinde ele alınmaya başlamıştır. Turizm sektörü yönünden çevrenin korunması, düzenlenmesi ve geliştirilmesi yaşamsal önem taşımaktadır (Bulut, 1999, s.161). Tarihi değeri bulunan birçok bina, turistik festivaller gibi etkinlikler nedeniyle bozulmaya başlamaktadır. Yöre halkının bir anlamda kültürünü yansıtan, tarihi hükümet binaları, tiyatro alanları gibi yerlerde yapılan etkinlikler, bu gibi yerlerin tarihi değerini azaltmakta, ziyaretçiler, binalara fiziksel zararlar verebilmektedir (Engelhardt ve diğerleri, 2004, s.55).

Sanayileşmenin getirdiği diğer bir sorun ise hava kirliliğidir. Turistik tesislerin sayısının artması hem hayvan topluluklarının yaşam alanını sınırlamakta hem de hava kirliliği yaratmaktadır (Holden, 2003, s.96; Pınar, 1993, s.16). Ayrıca turizm, nüfusun belli yerlerde yoğunlaşmasına neden olarak düzensiz kentleşme sonucunu doğurabilmektedir (Güler ve Çobanoğlu, 1994, s.22). Yine, turistik yörelerdeki ihtiyaçların giderilmesi için bir takım yapıların, araç parkları gibi

oluşumlarla, görsel güzelliklerinin değişmesi, pis su atıkları nedeniyle sahillerdeki yosun oluşumundaki artışlar, televizyon antenleri veya güneş enerji depoları gibi unsurlar nedeniyle, kentsel görünümde bozulmalar, turizmin görsel anlamda, çevreye olan olumsuz etkileri arasında sayılabilir (Demircioğlu, 1997, s.137).

Yazlık konutların ve turistik sitelerin, verimli tarım alanları üzerinde kurulması, yani toprağın turizme ayrılması, tarım için kullanımı önlemektedir. Kıyılar boyunca uzanan bu verimli alanların, çok kısa kullanımı olan yazlık konut veya turistik tesis amaçlı kullanımı, ülke tarımına büyük zararlar vermekte ve üretim kaybına yol açmaktadır (İçöz, 1994, s.21-22;Bovy ve Lawson, 1998, s.7-8).

Görüldüğü üzere turizmin doğal çevre üzerinde olumlu veya olumsuz etkileri gözlenebilmektedir. Ancak çevrenin bir turizm kaynağı olma özelliği taşıdığı düşünülürse, turizmin var olması için çevrenin korunması gereklidir (Işıkcı, 2002, s.271). Doğal varlıkların korunması turizm açısından oldukça önemlidir. Turizm sektörü doğal varlıkların sergilendiği güzellikler, dinlenme, sağlık, spor, bilim ve eğlence faaliyetlerine uygun ortamlardır. Turizm bu doğal güzellikler, tarihi ve kültürel varlıklar içinde gelişip uygulanmaktadır (Dindar, 2002, s.264). Çevrenin korunmasına yönelik önlemlerin geç alınması ise hem büyük masraflara yol açmakta hem de bölgeye gelen turist sayısında azalma yaratmaktadır. Çevresel bozulmaların nedeni sadece turizm olmasa bile, etkisi olmaktadır (Hall,1995, s.117).

2.3.3. Turizmin Sosyal Yapı Üzerindeki Etkileri

Turizmin gelişmekte olduğu bölgede oluşturduğu ekonomik, fiziksel ve ekolojik etkilerinin yanı sıra, diğer önemli etkisi toplumun sosyal yapısı üzerindedir. Sosyal etkiler, turizmin var olan sosyal değerlere, kişisel davranışlara, aile içi ilişkilere, güvenlik kavramına, ahlâki kurallara, geleneksel gösterilere ve toplumun sosyal yapısına dolaylı veya dolaysız yollardan yaptığı etkileri ifade eder. Turizmin insan yaşamındaki önemi kadar toplumsal açıdan da büyük önemi vardır. Turizm, bir toplumun dünya görüşünü, anlayışını ve diğer ülke insanlarına bakış açısını etkileyen sosyal bir olaydır. Turizm faaliyetlerine katılarak başka ülkelere seyahat eden

insanlar, o ülke insanlarından çeşitli şekillerde etkilenebildikleri gibi, onları da önemli ölçüde etkilemektedir (Öztaş, 2002, s.38).

Sosyal yapı kavramı “toplumu oluşturan başlıca öğeleri, bunların toplum bütünü içindeki yerlerini ve aralarındaki ilişkileri ve böylece işleyişlerindeki düzenlilikleri” anlatmaktadır. Bir insanın beden ve zihin faaliyetleri bir bütün olarak tüm öğelerinin birbirine bağımlı, düzenli ilişkilerin bir sonucudur. İlişkilerdeki denge ve uyumun bozulması faaliyet bütününe etkiler. Toplumsal yapı ve onu meydana getiren öğeleri böyle bedensel bir işleyişe benzetmek mümkündür (Doğan, 1998, s.284).

Her sosyal yapının ise bir takım özellikleri söz konusudur. Bunlar arasında, sosyal yapıların devamlılığının olması, toplumun bir denge halinde devam etmesi ve değişebilmesi sayılabilir. Ayrıca, sosyal yapıların içinde, insanlar arası ilişkilerin devam etmesiyle birlikte sosyal ilişkiler meydana gelmektedir (Thompson ve Hickey, 2005. s.120).

Toplumların sahip oldukları sosyal yapı birbirinden farklılık gösterebilir. Sosyal ve kültürel yapılar bazı unsurlardan oluşmaktadır. Bu unsurlardan biri kültürel farklılıklardan ortaya çıkan fikirler, amaçlar, hedefler ve ilgililerdir. İkincisi ise bu amaç ve hedeflere ulaşmak için kültürün tayin ettiği yasal yollardır. Toplum içindeki her sosyal yapı bazı kurallara bağlıdır. Toplumda gelenek, görenek, örf ve adetler, kişinin davranışlarını yönlendirmektedirler. Bu öğeler kişiyi, kültürün tayin ettiği amaç ve hedeflere götürmektedir (Aron, 2006, s.148).

Toplumların sosyal yapıları içinde bireyler, sosyal sınıflar, aile ve eğitim yapısı yer almaktadır ki bunlar, toplumları birbirinden ayırt edilebilecek unsurlardır. Bununla birlikte, sosyal yapılar zaman içinde değişime uğrayabilmektedir (Haley ve diğerleri, 2005, s.649).

Turizme bağlı bir sosyal yapı değişimi ile küçük toplulukların sosyo-ekonomik yapıları yıpranma sürecine girmeden, mahalli gelenekler ve toplumun

kültür hazineleri korunarak, toplulukların dışı açılım süreci hızlanabilecektir. Buna bağlı olarak tutucu akımların kısa sürede etkisiz hale gelmesi suretiyle gerçekleşeceği düşünüldüğünden etkisini daha yoğun olarak daha kısa sürede gösterecek ve bu şekilde bir yapı değişimi daha sorunsuz bir şekilde gerçekleşebilecektir (Berber, 2003, s.208).

Sosyal yapı üzerindeki değişimler, yöreye gelen turist davranışlarının gözlemlenmesi ve turistlerle girilen iletişim sonucu kendini göstermektedir. Böylece yöre halkı, sosyal yapılarındaki geleneksel davranış biçimlerini değiştirebilmektedir (Unesco, 2004, s.20).

Turizmin sosyo-kültürel etkilerini belirlemek çok zordur. Turizm kitle turizmine ne kadar çok dönüşürse, yerel kültüre etkileri o kadar derin ve her turistin ev sahibi topluma uyumu o kadar zor olmaktadır. Turizm, turistler tarafından ziyaret edilen yerlerdeki toplulukların sosyal yapısında demografik yapısında olduğu gibi mesleki anlamda hemen hemen her alanda değişikliğe yol açmaktadır (Lanquar, 1991, s.49-60). Yöre halkının nüfusu ve yöreye gelen turistlerin sayısı, yöredeki turizm gelişiminin hangi aşamada olduğu, turist tipleri ve bunların yöre halkı ile nasıl bir ilişki içinde olduğu, turizmin neden olduğu sosyal değişiklikler üzerinde etkili olabilmektedir. Bu etkiler ise yerel toplumun sosyal yapısında bazen olumlu bazen ise olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir (Faulkner ve Tideswell, 1997, s.6). Yöre halkının nüfusu ve yöreye gelen turist sayısı bilinebilirse, turizmin turistik yörelerdeki sosyal etkileri tahmin edilebilmektedir. Çünkü turist sayısı ile yöre halkının nüfusuna göre olan oranı yüksekse, sosyal yapıdaki etkiler de o kadar fazla olabilmektedir (Kang, 2000, s.50-51).

Turizmin sosyal yapı üzerindeki olumlu etkileri:

Turizm, yörelerin turistik çekiciliğe sahip olmalarında yardımcı olmaktadır, turistler kadar yöre halkı için de boş zaman aktiviteleri yaratmasının yanında, eğitim olanakları yaratabilmektedir (Kim, 2002, s.38). Alaska'nın yöre halkına yapılan bir araştırmada, yöre halkı, turizmin, sosyal yapılarını iyileştirici birçok etkisini

belirtmiştir. Çünkü turizmde çalışanlar ve turistler arasında, diğer yandan yöre halkı ve turistler arasında, hem hizmet vermek veya almak anlamında hem de yeni şeyler öğrenmek anlamında, günlük iletişim gerçekleşmektedir ve yöre halkı bundan memnuniyet duymaktadır (Cervený, 2004, s.99).

Turizmin sosyal yapı üzerindeki olumsuz etkileri:

Turizmin olumlu etkilerinin yanında, gelen turist sayısının fazla olması, trafikte sıkışıklığa veya halka açık alanlarda kalabalığa yol açması gibi bir takım sosyal sorunlara neden olabilmektedir. Özellikle turizm sezonlarında yöre halkı, arabalarını park etme ve alış-verişlerini rahatlıkla yapamamaktan şikâyet etmektedir (Kim, 2002, s.31). Örneğin Tayland'da turizmin etkilerini ortaya çıkarmayı amaçlayan bir araştırmada, turizmin geliştiği yörelerde sosyal sorunların olduğu sonucu çıkmıştır. Turizmin gelişmediği alanlarda ise, yörenin öz yapısını koruduğu gözlenmiştir (Green, 2005, s.46-47). Tüm bunlar göz önüne alındığında, turizmin turistik yöredeki gelişmişlik düzeyi önem kazanmaktadır. Çünkü yapılan araştırmalar, turizmin bir yörede yoğun olarak gelişmesinin, sosyal etkilerini artırabileceğini ortaya koymaktadır (Haley ve diğerleri, 2005, s.651).

Turizmin sosyal yapı üzerindeki, etkilerinin araştırıldığı çalışmaların genelinde, yöre halkının turizmin daha çok olumsuz yönlerinin olduğu yönünde bir düşünceye sahip oldukları gözlenmektedir. Yörelerinde turizm geliştikçe, bireyler ve aile yapıları arasındaki çatışmalar artmaktadır. Bu durum onlar için sosyal birer kayıp anlamına gelmektedir (Newsome ve diğerleri, 2002, s.135).

Turizmin sosyal yapı; bireyler, aile yapısı, sosyal sınıflar ve eğitim üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri aşağıdaki alt başlıklarda incelenmektedir.

2.3.3.1.Turizmin Bireyler Üzerindeki Etkileri

Birey genel anlamda “insan topluluklarını oluşturan, insanların benzer yanlarını kendinde taşımakla birlikte kendine özgü ayırdedici özellikleri bulunan tek

canlıya verilen isim” şeklinde tanımlanabilir (Güney, 1998, s.43). Turizm olayının esasını insan unsuru ve insan toplulukları oluşturmaktadır. Turizm, insandan insana, insandan topluma geçen sosyal bir olaydır. Turistler başka yerlere gitmekle, buralarda yeni insanlarla, toplumlarla temasa geçmekte ve değişik sosyal ilişkiler kurmaktadır. Turistler bir yandan gittikleri yerleri sosyal açıdan etkilemekte, öte yandan kendileri de bu yerlerden etkilenmektedir. Bu iki yönlü ilişki nedeniyle, turizm bir kültür taşıyıcısı olarak, insanlar ve insan toplulukları arasındaki bağları güçlendirmektedir (Sezgin, 2001, s.41).

Turizmin bireysel davranış, aile ilişkileri, toplu yaşam tarzları, ahlâki tutumlar, değer sistemleri, yaratıcı güçler, örf ve adetler, geleneksel törenler ve toplum örgütlenmesindeki değişikliklere katkıları, onun sosyal ve kültürel etkileri yoluyla olmaktadır. Diğer bir deyişle bunlar, doğrudan ve dolaylı temas ile misafirlerin ev sahibi toplumun insanları üzerindeki etkileridir (Özdemir, 1992, s.86). Ancak bunun tam tersi durum da gözlenebilir; turistler gittikleri yöre insanından etkilenebilmektedir (Pala, 2001, s.15).

Turizmin yerel toplum ve bireyler üzerindeki etkileri inişli çıkışlı olabilmektedir. Bu anlamda sabit bir etkiden söz edilmesi mümkün değildir. Turistlerin sergilediği tavır ve davranışlar, yöre halkının değerlerini farklılaştırabilmektedir. Bu durum, gerek yöre halkı gerekse konuyla ilgili araştırmacılar tarafından tehlikeli olarak yorumlanmaktadır (Saarinen, 2000, s.169).

Turizmin bireyler üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri Tablo 11’de görülmektedir. Buna göre turizm, geliştiği yöre insanının yaşamında bir takım değişikliklere neden olabilmektedir. Turizm, kişilerin boş zamanlarında uğraştıkları aktivitelerde değişime neden olmakla birlikte, aynı zamanda dil becerilerini de geliştirmektedir. Ancak turizm etkinlikleri yöre halkının yeni insanlar tanıyıp, dil becerisini geliştirirken, diğer yandan kendi öz dillerinden uzaklaşmalarına neden olabilmektedir. Turizm yine, bireylerin davranışlarını nezaket çerçevesinde geliştirmelerinde yardımcı olurken, onları kumara, uyuşturucuya itebilmektedir. Yöre halkının, turistlerden nefret edebilmesinin yanında, konukseverliklerini de ticari bir

boyuta taşıyabilmektedir. Bunun yanında, cinsel değerlerde hoşgörünün artması, turizmin diğer bir olumsuz etkisi olabilmektedir.

Tablo 11: Turizmin Birey ve Aile Üzerindeki Etkileri

Turizmin Birey ve Aile Üzerindeki Etkileri	
Olumlu	Olumsuz
Sosyal değişkenlikte artış (özellikle kadınlar ve gençler arasında)	Sosyal yaşamın bozulması
Boş zamanlardaki gelişim	Hayatın ritmindeki değişiklikler
Yeni insanlar tanıma ve geniş sosyal iletişim	Arkadaşlığın öneminin kaybedilmesi
Yaşam kalitesindeki gelişim	Tehlikenin kavranması (suçun artışı)
Dil becerisi	Yabancılardan nefret etme
Turizm geliri	Konukseverliği ticarileştirmek
Nezaket, tavır ve davranışların geliştirilmesi	Davranış sapması (alkol, fahişelik, kumar, uyuşturucu, Vandalizm)
	Yerel dilin yok olması
	Aşırı hoşgörülü cinselliğin artması
Aile yapısındaki değişiklik	
Tüketici alışkanlıklarındaki değişiklik	
Davranış değişiklikleri	

Kaynak: (Ratz, 2000, s.7).

Yöre halkının özellikle genç nüfusu, turistlerin yaşam tarzına özendikleri için, onlar gibi yaşamayı isteyebilmektedir. Ancak bu durum onları suç işlemeye itebilmekte, yörelerdeki suç oranları arttıkça, sosyal sorunlar da artabilecektir (Faulkner ve Tideswell, 1997, s.16).

2.3.3.2. Turizmin Aile Yapısı Üzerindeki Etkileri

Genel olarak aile “anne, baba ve evlenmemiş çocuklardan oluşan bir sosyal grup” olarak tanımlanmaktadır. Ancak bu tanım aile tiplerinden yalnızca birisine işaret eder. Aile, başlıca çekirdek ve geniş aile olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Gönüllü ve İçli, 2001, s.84). Çekirdek aile, anne-baba ve evlenmemiş çocuklardan oluşmaktadır. Çekirdek ailede geleneksel aile ilişkilerinin yoğun olarak yaşanmakta olduğu gözlenmektedir. Genel özellikleri ise; üye sayısı azdır, kadının ve erkeğin yapacağı toplumsal işler, kurallar ve işbölümüne göre belirlenerek ayrılır, geleneksel otorite ilişkilerinin varlığı söz konusudur ve akrabalık ilişkileri yoğunluğu dikkati çekmektedir (Tezcan, 2003, s.3). Geniş aile ise, kırsal kesimde daha yaygın olarak görülen aile türüdür. Aile içindeki çocuklar ve torunlar, uzun süre aile çatısı altında tutulurlar. Aile içinde yaşa ve cinsiyete göre bir iş bölümü söz konusudur (Doğan, 1998, s.128).

Aile ortamı, bireyin dünyaya geldiği andan itibaren içerisinde yer aldığı, yaşamını devam ettirebilmesi için gerekli bakım ve desteğin ona sunulduğu sosyal bir ortamdır ve aile yapıları, ailedeki etkileşim ve ailedeki yaşam şekli bakımından incelenebilir (Özmen, 2004, s.28). Anne, baba ve çocuklardan oluşan aile birliğinde, anne ve baba sorumlulukların çoğunu taşıdığından, kararların alımında aile içinde bir eşitlik söz konusu değildir. Ancak bu ilişki, her aile içinde aynı olmamakla birlikte, toplumdan topluma değişiklik gösterebilmektedir (Ergil, 1994, s.23-25).

Aile yapısı, toplumda meydana gelen olaylardan etkilenebildiği gibi, turizmin gelişimiyle değişikliğe uğrayabilmektedir. Çünkü turizm toplumsal bir olaydır. Yapılan araştırmalar aile yapısının özellikleri için, turizm gelişiminden önce ve sonrası gibi gruplandırmalar yapılabileceğini ortaya koymuştur (Salençon, 2004, s.31).

Yapılan araştırmalarda turizmin aile yapısı üzerinde olumlu ve olumsuz etkileri olduğu gözlenmiştir. Bunlardan *olumlu* etkileri şunlardır:

Aile yapısı ve değerleri, gelişen turizm hareketleriyle birlikte değişime uğrayabilmektedir. Turizmle birlikte turistik bölgelerde yeni iş olanakları doğmaktadır. Bununla birlikte yerel toplumdaki kadın nüfus, daha önce hiç tanımadığı bu sektörde, beceri gerektirmeyen işlerde çalışmaya başlamaktadır (Hashimoto, 2002, s.222).

Turizmin aile üzerindeki etkileri, sadece ziyaret edilen yörelerdeki aileleri ilgilendirmemektedir. Aynı zamanda turizm, seyahat eden aileleri etkilemektedir. Örneğin, aile büyüdükçe ve çocuklar olgunlaştıkka, aile olarak yapılan geziler yılın en önemli dönemini oluşturmaktadır. Heyecan, hazırlık, beklenti ve seyahat tecrübesi aile yaşamının çok önemli fırsatlarıdır. Ailece yapılan seyahatin değişik ölçülerde eğitici yönü bulunmaktadır. Bir seyahat ne kadar eğitici ve amaçlı olursa yararı da o kadar fazla olacaktır. Seyahatin bir ulusun diğer insanları anlaması ve değerlendirmesinde önemli bir etkisi vardır (Berber, 2003, s.216).

Bunların yanında, turizmin aile üzerindeki *olumsuz* etkilerinden de söz etmek mümkündür. Konuyla ilgili 1979 ve 2000 yılları arasında belirli periyotlarda Yunan adaları ve sahil kesiminde yapılan araştırmalarda, turizmin hem sosyal hem de kültürel etkileri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Böylece turizm gelişiminin bölgede aile ilişkileri, sosyal roller, kültürel değerler, gelenekler ve sosyo-ekonomik göstergelerde ne gibi bir değişikliğe yol açtığı belirlenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre turizmin, Yunan adaları ve sahil kesimindeki sosyal ve kurumsal bölgelerde toplumsal bir değişikliğe neden olduğu gözlenmiştir. Örneğin 1980’li yıllarda aile içi kararlarda yetkili olan aile üyesi baba iken, zaman geçtikçe otoritesini kaybetmeye başlamıştır. Çünkü diğer aile üyeleri turizm sayesinde, maddi ve sosyal özgürlüklerine kavuşmuştur (Tsartas, 2003, s.116).

Turizmin etkilerinin göstereceği ilk nokta kişilerin aileleri ve çevreleri ile olan sosyal ilişkileridir. Mevcut bir sosyal yapı üzerine turistlerce dışarıdan getirilen

değerler ve davranış biçimleri, yöre halkı tarafından önce reddedilecek, daha sonra, gördüğü işlev ve yarar çerçevesinde benimsenecektir. Bu bağlamda oluşacak değer çatışmaları ilk önce kişinin aile içi ilişkilerini, daha sonra çevre ile olan ilişkilerini olumsuz etkileyecektir (Akat, 2000, s.55).

Her ailenin kendi içinde bir takım kuralları ve değerleri vardır. Ancak yapılan araştırmalarda, turizmin ailelerin geleneksel değerlerinde bozulmalara yol açabildiği gözlenmiştir (Andereck ve diğerleri, 2005, s.1059). Yöre halkının turizm sektöründe çalışmasıyla, özellikle kadınların aile içindeki rolü değişmektedir. Çünkü önceden kadın eve ekmek getiren bir aile bireyi değilken artık, yaşadığı yerdeki turizm işletmelerinde çalışarak, eve para kazandıran bir statüye sahip olmaya başlamaktadır. Bu da aile içindeki bireysel ilişkileri bazen olumsuz anlamda etkilemektedir. Ailenin babası ise kız çocuklarını yabancı erkek turistlere hizmet eden bir durumda görmek istemediğinden aile içinde çatışmalar söz konusu olabilmektedir (Hashimoto, 2002, s.222).

Yöre kadınlarının, turizm sektöründe çalışmasının aile içine diğer bir olumsuz yansıması ise, kadının eşinden daha fazla para kazandığı durumlarda gözlenebilmektedir. Çünkü önceden erkek eve daha fazla para getiren konumdayken, kendini ailedeki en güçlü konumda hissetmekte iken eşi kendisinden daha fazla para kazanmaya başladığında bu gücünün azaldığını düşünebilmektedir (Dittmer ve Griffin, 1997, s.424).

Bu yüzden turizmin gelişmesiyle, kadının geleneksel rolü değişebilmektedir. Bu durum, kadının eve para kazandırmaya başlamasıyla statüsünün artması gibi olumlu yönde düşünülebileceği gibi, aile içinde kendine olan güveni artan kadın üyelerde, boşanma oranları artabilmektedir. Bununla birlikte evli olmayan genç kızlarda ise, suça eğilimin daha fazla olduğu gözlenebilmektedir. Bu da, onların turizm sektöründe çalışmaları ve kendi paralarını kazanıp, özgürlüklerini edindikleri gibi doğru bir yaklaşım olmayan düşüncelerinin sonucudur (Gee ve diğerleri, 1997, s.163).

Turizmle birlikte aile içindeki bireylere yeni gelir kaynağı sağlanmış olduğundan, kişiler bir anlamda bağımsızlıklarına sahip olmaktadır. Elde ettikleri yeni mesleklerden sağladıkları gelirlerle, aileye maddi anlamda katkı sağlamalarının yanında, kendilerini aile içinde fazlasıyla söz sahibi olarak görebilmektedirler. Ayrıca, yöre halkının alışık olmadığı, genç erkeklerin plajlarda turistlere masaj yapmak gibi hizmetlerde bulunması ile yeni mesleklerin ortaya çıkması, küçük kasabalardaki geleneksel aile ilişkilerini bozmaya başlamaktadır (Harrison,1995, s.26-27).

Turizm gelişiminin aile ve toplum açısından oluşturabileceği değişimler Tablo 12’de görülmektedir.

Tablo 12: Turizm Gelişiminin Sonuçları

Değişim	Aile ve Toplum Açısından
Ekonomik yapı	Aile için kazanılan gelirler sayesinde statünün değişmesi Toplum için öncelikli yatırımların, finans kaynaklarının, istihdam yapısının ve hükümetin rolünün değişmesi
Sosyal yapı	Aile için, sorumluluk seviyesi, karar alma, aile üzerindeki etki ve iş imkânlarının değişimi Toplum için, yerel liderlerin önemi, hükümetin etkisi, dış ortakların etkisi ile ilgili değişimler ve yeni politik yapı
Kültürel yapı	Aile için, yöre halkının turist davranışlarını taklit etmesi Toplum için, yerel kültürün, turist memnuniyeti adına farklılaştırılması, kültürün homojenleştirilmesi (turist davranışlarının etkisiyle), yerel kimlik kaybı ve kültürel değişim

Kaynak: (Fagence, 2003, s.62).

Tablo 12’ye göre; turizm gelişimi toplum ve aile yapısı açısından birçok değişime neden olabilmektedir. Aile yapısı açısından turizmin, kazanılan gelirler

sayesinde, bireylerin yaşam standartlarını değiştirmesi, aile üzerindeki etkilerinin artması gibi durumlar gözlenmiştir. Toplum açısından ise, sağladığı ekonomik gelirlerle yeni yatırımlar ve iş olanağı sağlaması, turizmin getirileri içinde sayılabilir. Turizmin aile yapısı üzerindeki etkileri olumlu gibi görünse bile, yapılan araştırmalarda gözlemlendiği üzere, söz konusu olan durumlar, çoğunlukla aile içinde çatışmalara ve aile yapısının bozulmasına neden olmaktadır.

2.3.3.3. Turizmin Sosyal Sınıflar Üzerindeki Etkileri

Sosyal sınıf, bir toplumdaki belli özelliklere göre sınıflandırılmış insan kümelerini içermektedir. Bu özelliklerin başında insanların daha çok ekonomik durumları gelmektedir. İnsanların toplumdaki hizmetleri kullandıkları alanlar aynı olmasına rağmen, bu hizmetlerden aynı derecede faydalanamamaktadırlar. Bu da toplumdaki sosyal sınıf farklılıklarını doğurmaktadır (Abercrombie, 2004, s.80-81). Diğer bir tanıma göre sosyal sınıf, “sosyal durumun, ekonomik gelir ve zenginlik üzerine kurulduğu ve aynı sınıftan olan kişilerin benzer hayat şartlarını paylaştıkları sosyal bir bütündür”. Kısaca sosyal sınıf, “toplumda aynı sosyo-ekonomik tabakayı oluşturan insanlardır” (Güney, 1998, s.251).

Sosyal sınıflar genellikle üst, orta ve alt sınıf olmak üzere üçe ayrılmaktadırlar. *Üst sınıf*, bir toplumun az bir kesiminin elinde olduğu, güce ve servete sahip ve sahip olduğu varlıkları çocuklarına aktarabilen bireylerin oluşturduğu kesimdir. Üst sınıf içinde yer alan kişiler toplumda, yönetim, ekonomi, edebiyat ve sanat alanlarında rol oynayanlardan oluşmaktadır. Ayrıca devlet üzerinde söz sahibi olan üst sınıf mensuplarının ortak bir diğer özelliği ise yönetici bir yöne sahip olmalarıdır. Yaşam tarzları, gelirleri ve eğitimleri büyük benzerlikler göstermektedir (Aron, 1992, s.109-110).

Orta sınıf, çeşitli mesleklerde uğraşan kesimi ifade etmektedir ve nüfusun büyük bir bölümünü kapsamaktadır. Bu sınıfa, hizmet sektöründe çalışanlardan, öğretmenlere ve tıp uzmanlarına kadar geniş bir kesim girmektedir. Çoğunlukla

emeğe dayalı çalışan orta sınıf mensuplarını ise, küçük sanayiciler, serbest meslek sahipleri, büro işlerinde uğraşanlar, öğretmenler oluşturmaktadır. Bu kişiler kendilerine verilen görevleri yaparken, sorumlulukları dâhilinde hareket etmektedirler. İş bölümlerine göre el emeği ile çalışanlar ve el emeği olmadan çalışanlar olarak orta sınıf içinde yer alan kişiler söz konusudur (Giddens, 1999, s.234).

Alt sınıf ise, toplumun büyük bir kesiminden gözle görülür şekilde daha aşağı standartlarda yaşayan kesimdir. Bu grubun üyeleri işsiz veya belirli zamanlarda geçici işlerde çalışan bireylerdir (Giddens, 2005, s.291-293). En düşük sosyal sınıf olan alt sınıf yaşam tarzları, gelirleri ve eğitimleri bakımından oldukça alt seviyededirler. Bazısının sürekli çalıştığı bir işi bile olmayabilir. Çalışanları ise, düşük gelirlere ve düşük imkânlara sahiptir. (Aron, 1992, s.110)

Toplum içinde sınıfların oluşması, yaşamsal farklılıklarından kaynaklanmaktadır. Her sosyal sınıfın kendine özgü bir takım özellikleri söz konusudur. Bunlar arasında yaşam tarzları, eğitim durumları ve ekonomik güçleri sayılabilir. Toplumu oluşturan her birey bu özellikleri ile bir sosyal sınıfın içinde yer almaktadırlar (Weber, 1998, s.270). Her sosyal sınıfın kendine özgü bir hayat standardı vardır. Hayat standardı ise genel anlamda, “kişilerin yaşadıkları evlerin, giyim tarzlarının, beslenme biçimlerinin, eğlenme şekillerinin, eğitim tiplerinin ve boş zamanlarını değerlendirme biçimlerinin, elde ettikleri gelire göre şekillendirmelerini” ifade etmektedir. Bu da bireyler arasında farklı yaşam tarzlarına neden olduğundan, bir anlamda toplum içinde sınıf farklılıklarına yol açabilmektedir (Dönmezer, 1994, s.303-304).

Gelirin ve bulunulan sosyal sınıfın seyahat üzerinde önemli bir etkisi bulunmaktadır. Zengin kişiler ve daha yüksek sosyal sınıflara mensup kişiler daha sık seyahat etmektedirler. Düşük gelir sahibi olan insanlar çok az seyahat etme eğilimi göstermektedir. Bireylerin hayat standartları yükselip boş zamanları arttıkça, seyahat etme eğilimlerinin önemli ölçüde yükselmesi öngörülmektedir. Bir turizm merkezinde yerel topluluk bütün turist gruplarıyla diğer turist grupları birbirleriyle

iletişim halindedir. Turizm olgusu turizm biçimine bağlı olarak ayrı kültürlerin, ahlâk değerlerinin ve sosyal yapıların karşı karşıya gelmesini sağlamaktadır (Gürkan, 1996, s.113).

Turizm, yöre halkının yaşam standartlarını geliştirmelerinde yardımcı olmaktadır. Turizmin gelişmesiyle yöre halkı, sağlık, ulaşım, alt-yapı ve boş zaman aktiviteleri gibi çok çeşitli alanlarda hizmet alabilmektedir (Teivane, 1998, s.23). 1994 yılında Bodrum ve Girne’de, turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerinin araştırıldığı bir araştırmada, turistlerin bölgede yaptığı harcamaların, Bodrum’da yaşayan yöre halkının yaşam standardını hızla artırdığı (%84 katılım ile) sonucu görülmektedir. Girne’de ise aynı ifadeye %61 oranında katılım söz konusudur (Akış, 1996, s.12). Yöre halkının bu gibi hizmetleri almasının yanında, sağladığı iş olanakları ile yöre halkının yaşam standardını yükseltmede katkısı olmaktadır. Ayrıca turizmin mevsimlik yapısı öğrenciler veya öğretmenler için ikinci bir iş olanağı ve böylece ek gelir sağlamaktadır. Bu durum ailelerin gelirine olan katkısı ile yaşam seviyelerini yükseltmektedir (Pınar, 1992, s.28). Yine konuyla ilgili, 2003 yılında, Avustralya’nın Queensland Bölgesi’nde bulunan Carpentaria Eyaleti’nde yaşayan yöre halkına yapılan bir araştırmaya göre, yöredeki turizmin, sosyal yapıda gelişmelere neden olduğu, yani mal ve hizmetlerin gelişerek çeşitliliğe neden olması ve bununla birlikte yöre halkının yaşam standartlarının arttığı sonucu elde edilmiştir (Greiner ve diğerleri, 2004, s.13).

Tüm bu olumlu yönleriyle, turizmden bütün sınıflar yarar grseler bile, turizmin gelişmesi, toplumsal sınıflar arasındaki ayrılıkları ve eşitsizlikleri pekiştirebilmektedir. Büyük otellerden ve turizme ayrılan olanaklardan st sınıf yararlanırken, öteki toplum katmanlarının bu olanaklardan yararlanamaması, toplumsal ayrılıkları artırmaktadır. Turizm endüstrisi, toplumun sınıf yapısını yansıtır. Toplumda en aşağı kesimde bulunanlar, genellikle, turizm endüstrisinde en aşağı işlerde çalışırlar. Eğitim düzeyi biraz daha iyi olanlar için, turizm, daha iyi iş olanakları sağlayabilir. Bu nedenle, turizm, yalnızca zengin ve yoksul sınıfların bulunduğu bir toplumda, orta gelir düzeyinde bulunan kimselerin sayısının artmasına neden olabilir. Örneğin, Seychelle Adaları’nda, turizmin geliştiği yıllarda, işçilerin

ve memurların arttığı görülmüştür. Tunus'ta, 1960'lı yıllarda, turizm sektörü, özel sektörün yatırım yaptığı tek sektördü; bunun sonucunda, yeni bir girişimci sınıf gelişmişti. Malta'da, turizmin etkisiyle gelişen yapı ve arazi ticareti; iş adamlarından, arazi sahiplerinden, avukatlardan ve noterlerden oluşan bir zengin sınıfın doğmasına yol açmıştır. Kuşkusuz, bu gelişmeler, yalnız turizmin değil, artan endüstrileşme ve kentleşmenin de etkisini yansıtmaktadırlar. Bu gelişmeler, var olan eşitsizliği ve sınıf ayrılıklarını azaltmak yerine artırabilmektedir (Doğan, 2004, s.137).

Kanarya Adaları'nda yapılan bir çalışmada, yerel toplumun politik yapısının dahi bir değişikliğe uğradığı ve turizme dayalı yeni bir elit tabakanın oluştuğu gözlenmiştir. Turizmin etkileri ile toplumdaki saygınlık sıralamasının değişmesi olasıdır. Turizmin etkisi altında toplumdaki sınıfsal ayrımlar artmakta, katı saygınlık sıralamaları ortadan kalkmakta ve turizme dayanan yeni seçkinler kitlesi oluşmaktadır (Yüksel ve diğerleri, 2002, s.174).

2.3.3.4. Turizmin Eğitim Üzerindeki Etkileri

Eğitimin çok farklı tanımları yapılmaktadır. Bunun önde gelen nedenlerinden biri eğitimin zamana ve mekâna göre farklılık göstermesidir. Bazı ülkelerde eğitim bireyi ön plana alıp, bireye yönelik amaç ve içeriğe ağırlık verirken; bazı ülkelerde toplumu ön plana alıp topluma yönelik amaç ve içeriğe ağırlık vermektedir. Eğitimdeki bu farklılık tanıma yansıması, biçim ve içerik açısından farklı eğitim tanımları yapılmıştır. Eğitimin genel bir tanımı yapılacak olunursa “bireylerin davranış biçimlerini değiştirme süreci” olarak ifade edilebilir. Eğitimin en genel amacı ise, insanı bedensel ve zihinsel yönden geliştirmek, onu üretken hale getirmektir. Bunu gerçekleştirebilmek için eğitim, insanın ilgi ve yeteneklerini belirlemek, onu ilgi ve yetenekleri doğrultusunda programlara ve okullara yönlendirmek; böylece bir yandan kişinin ilgi ve yeteneklerinin gelişmesini sağlarken, diğer yandan ona doğal ve sosyal olayların bilgisini kazandırmaktadır (Kızılloluk, 2001, s.152).

Konuya turizm açısından bakıldığında, turizmde gelişmiş ülkelerde, o ülkeleri çekici kılan sahip olduğu görsel kaynaklarının yanında, onları değerlendiren insan ve organizasyon yapısı olduğu görülmektedir. Bu yüzden turizmde eğitilmiş insan faktörü oldukça önem kazanmaktadır (Sam, 1994, s.159).

Turizmin eğitim üzerindeki etkisi, uzun dönemde kendini gösteren bir durumdur. Çünkü eğitim belirli bir süreci içermektedir. Ama hem bireysel hem de toplumsal açıdan turizmden fayda görmek adına, turizmin eğitim üzerinde olumlu etki yaptığı söylenebilir. Turistlere hizmet sunmak belli bir eğitimi gerektirdiğinden hükümetler, turizme yetişmiş insan kazandırmak için okullar açmaktadır (Harari, 2005, s.21).

Turizm sektöründe, turistler ile turizm sektöründe çalışanlar arasında sürekli ve yüz yüze bir ilişki söz konusudur. Bu yüzden bu sektörde nitelikli personele ihtiyaç duyulmaktadır. Ülkemizde bu anlamda eğitim veren, kurum ve kuruluşlar faaliyet göstermektedir. Turizm eğitimi ülkemizde iki şekilde verilmektedir. Bunlardan birincisi olan yaygın turizm eğitimi, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından Turizm Eğitim Merkezleri'nde ve Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı merkezlerde verilmektedir. Diğerisi ise örgün turizm eğitimi olarak meslek liselerinde, meslek yüksek okullarında ve turizm işletmeciliği ve otelcilik yüksekokullarında verilmektedir. Devletin turizme verdiği önemle birlikte turizm eğitimi yaygınlaşmaya devam etmektedir. Meslek sahibi olmak isteyen insanlar bu okulları tercih etmektedirler (Ulucak, 2000, s.75-77).

Bu durum sadece turizmde çalışan bireylerde değil, diğer yöre insanı üzerinde kendini geliştirmeye ve yöresel eğitim olanaklarının artırılması konusunda turizmin önemli ölçüde etkisi vardır. Çünkü turizm, geliştiği yerdeki diğer sektörleri etkileyip, konuyla ilgili bilgi sahibi olmayı ve gelişmeyi zorunlu kılmaktadır (Renard, 2001, s.10).

Turizmin, eğitim üzerine olan etkilerinin araştırıldığı çalışmalarda, çoğunlukla turizmin, eğitim kalitesini artırdığı gözlemlenmiştir. Turistik yörelerde

çalışanlar, özellikle turistlerle iletişim içinde olan yöre halkı, onlarla daha iyi ilişkiler kurmak adına eğitime önem vermektedir. Örneğin Filipinlerde sandalcılık yaparak geçimini sürdüren yöre halkı turistlerle daha sağlıklı ilişkiler kurmak için özellikle dil eğitim kurslarına gitmektedir (Takahashi, 2002, s.11-12).

Yöre halkının bilgi ve becerisini artırmasında eğitimin rolü büyüktür. Bu yüzden turizm, geliştiği yöre insanının bilgi ve yeteneklerini geliştirmesinde yardımcı olabilmektedir. Bunun sonucunda yöre halkı, çevresel anlamda bilinçlenmeye ve yaşadığı yöreyi koruma altına almaya başlayabilmektedir (Eagles ve diğerleri, 2002, s.53). Örneğin Portekiz adalarında turizm geliştikten sonra, eğitim kurumlarının artırıldığı ve verilen eğitimin çeşitlendirildiği görülmektedir. Önceden eğitim dilinin sadece yerel dilde verilmesine karşın, turizm gelişimiyle artık okullarda İngilizce eğitim verilmeye başlanmıştır (Sueo, 2003, s.4).

Eğitim ve öğretim ayrıca, bireylere yaşam deneyimi kazandırır. Bu durum turizmde farklı değildir. Birbirlerinin yaşam tarzları, değerleri ve gelenekleri hakkında bilgi sahibi olan yöre halkı ve turistler arasındaki ilişki daha sağlıklı ve saygılı bir çerçevede gelişir. Hem yöre halkı hem de turistler birbirlerinden birçok konuda bilgi edinme fırsatı sağlayabilmektedir. Tüm bunların odak noktasında eğitim vardır ve bu turizmin sosyo-kültürel anlamda olumlu bir sonucudur (Gartner, 1996, s.178).

2.3.4. Turizmin Kültür Üzerindeki Etkileri

Kültür insanların gelecekteki amaçlarını ve geçmiş deneyimlerini yansıtmaktadır. Kültür, değişim süreci içinde her zaman hareket halinde olacaktır. Bunun sonucunda kültürel yönden toplumsal değişme kaçınılmaz olacaktır (Ali ve Juma, 2003, s.22). Kültürel değişim sürecini incelerken, ev sahibi ülkenin her yönüyle geçmişinin araştırılması, kökenine inilmesi yerinde olacaktır. Böylece, insan davranışlarının nedenleri hakkında bir fikir sahibi olunabilir. Kişiler doğduğu toprakların değerlerine ve alışkanlıklarına göre hareket ederler. Ancak bu durum hem toplumun hem de bireyin yapısına bağlıdır. Eğer toplum içinde değişiklikler söz

konusuysa, insan davranışlarında farklılıklar, bozulmalar veya olumlu yönde eğilimler gözlenebilir. Bir toplumun bu süreci yaşaması bazen kaçınılmaz olmaktadır (Grunewald, 2002, s.1004).

Turizmin kültür üzerindeki etkileri aşağıdaki Tablo 13’de görülmektedir:

Tablo 13: Turizmin Kültür Üzerindeki Etkileri

Turizmin Kültür Üzerindeki Etkileri	
Olumlu	Olumsuz
Az bulunur ve göze çarpan üstün güzelliklerin korunması	Yerel alışkanlıkların ve geleneklerin bozulması
Yerel sanatın, el sanatının ve kültürel etkinliklerin yeniden canlanması	Kültürün ticarileşmesi
Geleneksel yerel mimarinin yeniden canlanması	Dağınıklık, görüntü kirliliği

Kaynak: (Ratz, 2000, s.7).

Tablo 13’e göre turizmin kültür üzerinde olumlu ya da olumsuz etkilerini gözlemlemek mümkün olmaktadır. Olumlu etkileri arasında, turistik yörenin sahip olduğu kültürel değerlerin korunması, yerel sanatın korunması ve geliştirilmesi, yerel mimarinin canlandırılması gibi durumlar sayılabilirken, olumsuz etkileri arasında ise, yerel yaşam biçimlerindeki bozulmalar, kültürün maddi bir araç olarak görülmesi ve görüntü kirliliği sayılabilir. Ayrıca turizmin olumsuz etkilerine değerlerin, geleneklerin, yerel dilin, sanatın ve aile yapısının değişmesi gibi durumlar eklenebilir. Gözlenebilen bu olumlu ve olumsuz sonuçlar, turizmin yöre halkının günlük hayatında giderek yer almaya başlamasıyla görülmektedir. Bu da güçlü olan turist kültürünün, yerel toplumun kültürüne baskın çıkmasının bir sonucudur. Yerel toplumlar genellikle turist kültürünü hoş görüşle karşılayıp kabul ederler. Çünkü

yöre halkından birçok kişi gelirini turist memnuniyeti sayesinde kazanmaktadır (Hashimoto, 2002, s.219-220).

Turizmin olumlu kültürel etkilerini ortaya koyan örneklerden biri Bali'dir. Adada turizm gelişmeden önce Bali oldukça yoksuldu ve tanınmamıştı. Turizm sayesinde birçok insanın tanıdığı Bali, müziğini, dansını, sanatını, kısaca kültürünü turizm sayesinde geliştirdi ve adını büyük kitlelere duyurabildi (Cowen, 2004, s.133).

Turizm yerel bir toplum üzerinde sosyal ve kültürel açıdan bir takım yararlar sağlasa bile, yarattığı olumsuz etkilerin de göz önüne alınması gerekmektedir. Konuyla ilgili yapılan araştırmalar, yöre halkının turizmin olumsuz etkilerini daha çok algıladıklarını ortaya çıkarmaktadır (Perez ve Nadal, 2005, s.939).

2.4. Kültür ve Kültür İle İlgili Temel Kavramlar

Kültür kavramının genel olarak ele alındığı bu bölümde, turizmde iletişim ve yöre halkı ile turistlerin karşılaşma durumları, iletişimleri ve ilişkilerini etkileyen faktörler ve bu etkileşim sonucu ortaya çıkan olası durumlar açıklandıktan sonra, turizmin yerel kültür üzerindeki etkileri ayrıntısıyla incelenmektedir.

2.4.1. Kültür Kavramının Tanımlanması

Kültür kelime olarak, Latince'deki 'Cultura' ya da 'Colere' kelimesinden kaynaklanmaktadır. Klasik Latince'de bu kavram 'bakmak' ya da 'yetiştirmek' anlamına gelmektedir. Tarımsal anlamda ekip biçmek, sürmek ve ürün yetiştirmek şeklinde kullanılan 'Cultura'nın, ilk kez insan deneyimi ve onun yaşama tarzı olarak anlam kazanması, Almanya'da 1750 tarihinden sonra gözüken gelişmeler sonrasında ortaya çıkmıştır. Kavram, önceleri (18. yüzyılın sonunda) insanın zihinsel kapasitesinin yarattığı bir değer olarak kullanılmaya başlanmıştır. 1843'de Gustav Klemm tarafından yazılan 'insanlığın genel kültür tarihi' adlı kitapta 'Kültür' sözcüğüne, çok açık ve net bir şekilde, bir insan topluluğunun yetenek ve becerileri,

sanatları ve gelenekleri olarak birlikte yaşama tarzı şeklinde anlam kazandırılmıştır (Uşal ve Kuşluvan, 2002, s.105-106).

Kültür, toplum ve toplum içerisinde yaşayan bireyler üzerinde oldukça etkili olan sınırları geniş bir kavramdır. Kültürün bu denli geniş bir kavram olması ve kavramın birbirinden farklı bilimsel sahalarda kullanılması tek bir tanım yapılmasını zorlaştırmaktadır (Asunakutlu ve Safran, 2004, s.33; Smith, 2000, s.38).

Kültür, bir insan topluluğunun inandığı, değer verdiği, paylaştığı ve bunların sonucu olarak, geliştirdiği ortak yaşama deseni olarak kabul edilebilir. Kültür, toplum üyeleri arasında paylaşılan, devredilen ve değişim süreci içinde içselleştirilen, öğrenilmiş davranış kalıplarından (ki bunlar değer, tutum, tavır, maddesel öğeler vb.) oluşmaktadır (Aytaç, 2002:156; Turhan, 1994, s.45).

Bir toplumun kültürü denildiği zaman, o toplumun yaşam tarzı, inançları, folkloru, kıyafet alışkanlıkları, aletleri ve tüketim malları, çeşitli toplumsal gruplaşmalar için yapılan anayasal düzenlemeleri, insana özgü düşünce ve becerileri, inanç ve töreleri gibi özellikleri ifade edilmektedir (İnglis, 2004, s.59; Malinowski, 1990, s.39).

Kültür, diğer yandan bir ulusun yaşamıyla ilgili birçok bakış açısını içerebilir ve bunları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Coltman, 1989, s.251);

- **Müzik:** Tüm biçimleri içermektedir.
- **Dans:** Kostümler, müzik, dekor ve çeşitli milletleri birbirinden ayırt eden dansları ve dansçıların yeteneklerini ifade etmektedir.
- **Güzel sanatlar:** Bu grup mimarlık, resim sanatı, heykeltıraşlık ve grafik sanatları içerir.
- **Dil:** Kültür, söz konusu bölgenin dilini açıkça dışa vurur.
- **Edebiyat:** Kitaplar, magazin ve gazeteler örnek verilebilir.

- **Eğitim:** Bir yerin gelişmişlik düzeyini, o yerde yaşayan insanların eğitim düzeyi belirlemektedir. Özellikle tarihi üniversiteler, turistik çekiciliği artırmaktadır.
- **Bilim:** Bir ulusun bilimsel yönünü, bilimsel göstergeleri ve müzeleri yansıtmaktadır.
- **El sanatları:** Bunlar yerel insanların kendi kültürlerini yansıtır ve turistik yerlerde satışa sunulur.
- **Tarım, sanayi ve endüstri:** Bunlar tümüyle bir yerin ekonomisini yansıtır.
- **Hükümet:** Hükümetin düzeni, genellikle milletlerin kültürlerini dışa vurur. Birçok hükümet binası, turistler için çekici alanlardır ve ülkelerin idari kültürleri hakkında bilgi sahibi olmak için ziyaret edilirler.
- **Tarih:** Bir ülkenin tarihi, müzelerinde ve tarihi koruma altına alınan yerlerdedir ve sıklıkla ziyaret edilir.
- **Din:** Birçok insan dini motivasyon için veya diğer kültürlerle ait dini bilgileri edinmek için, ülkelerin dini merkezlerini ziyaret ederler. Roma şehrinde bulunan Vatikan buna bir örnektir.
- **Gastronomi:** Yiyecek ve içecekler bir ülkenin kültürel mirasını yansıtır.
- **Gelenekler:** Gelenekler, bir kuşaktan ötekine geçirilebilen bilgi, tasarım, boş inanç, yaşantı biçimi; yani maddi olmayan kültürdür. Örneğin Japonya'daki el sıkma, birisiyle karşılaşıldığında kullanılmaz, baş eğilir ve yaşlı veya çok önemli bir kişiyle karşılaşıldığında baş daha da aşağıya eğilir.

Bu unsurlar bakımından her kültürün içeriği farklı olsa bile, kültür genel anlamda evrenseldir. Yani bütün kültürler, örf ve âdetlere, kanunlara ve bunun gibi unsurlara sahiptir. Bunların yapıları ve işlevleri bütün kültürlerde aynı olmasına karşın içerikleri farklı olabilmektedir (Kocacık, 2003, s.90). Kültür toplum içinde bir

yapıyı oluşturmaktadır. Diğer bir ifadeyle kültür, toplumsal norm ve değerleri anlamlı kılmaktadır (Smith, 1996, s.59).

2.4.2. Kültürün Özellikleri

Kültürün sahip olduğu içerikleri bakımından, bir takım özellikleri vardır. Bunlar ise şu şekilde sıralanabilir (Aytaç, 2002, s.156-157):

- Kültürler, her toplumun kendi koşulları içinde biçimlenirler.
- Kültürler, toplumsallaşma süreci içerisinde edinilir ve kuşaktan kuşağa yine bu süreç yoluyla aktarılır.
- Kültür, toplumun, ortak yaşama ve düşünme kalıplarını kapsar. Her toplumun yaşama deseni ve düşünme biçiminin farklılığı, kültürel kodlarının farklılığından kaynaklanır.
- Kültürler, toplumları birbirinden ayırmaya yarayan birer marka olarak görülebilir. Zira her toplumun kültürü, şu ya da bu şekilde birbirinden farklılık gösterir. Her toplumdaki saç biçimleri, giyim ve yeme-içme alışkanlıkları mimari tarzları, evlenme şekilleri farklıdır.
- Her toplum kadar kültür vardır. Kültürel çeşitlilik, toplumsal ayırıcı özelliklerin yani kültürel kod ya da ayırıcı/birleştirici öğelerin olmasından kaynaklanır.
- Her toplumun yaşama biçimi, o topluma özgü, çok sayıda değişik kurumsallaşmış davranış biçimlerinden oluşur. Her hangi bir toplumun davranış örgüsünü anlayabilmek için, o toplumun kültürel kodlarını çözmek gerekir. Zira kültürel kodlar, o toplumun yaşama ve düşünme koordinatları için felsefik bir temel sağlar.
- Kültürün önemi, toplumsallığın inşasında merkezi nitelikte olan bilgi ve teknikleri kapsamamasından kaynaklanır. İnsanoğlunun hem fiziki hem de toplumsal yaşamını belirlemede ve ona çevresini değiştirip denetleme olanağı vermede, toplumsal bilgi ve tekniklerin büyük rolü bulunmaktadır.

- Kültür, toplumsallaşma süreci içerisinde, kuşaktan kuşağa aktarılır. Bugün olduğu gibi, geleceğin toplum tasarımı için, kültürel öğeler, altyapısal bir öneme sahiptir.
- Kültürün bütün parçalarının değişme hız ve temposu aynı değildir. Bu kültürel gecikmeye yol açar. Kültürün maddi yönü manevi olana göre daha hızlı değişir. Yeni bir aracın kullanılması, çoğu kez bir dirençle karşılaşmaz. Ancak moral, inanç, değer vb alanlardaki yenilikleri benimsemek daha güç olur. Çünkü insanlar, inandıkları değerlerden genellikle kuşku duymazlar.

2.4.3. Kültürü Oluşturan  ğeler

Kültürü oluşturan öğelerin bütünü bir toplumun kültürünü ifade etmektedir. Bunlar şu şekilde sıralanabilir:

- **Dil:** En yalın tanımı ile bireyler arasındaki anlaşma aracıdır. Dil, bireylerin doğayla, çevreleriyle ve öteki bireylerle kurdukları ilişkilerden ve bu ilişkiler çerçevesindeki çeşitli gereksinimlerinden doğmuştur. Bu ilişki, yalnız insanlarda değil, hayvanların bir arada yaşamalarının temelinde ve iletişim biçiminde varlığını sürdürmektedir. İnsanlar dil sayesinde, düşüncelerini birbirlerine aktarabilmektedirler. Ayrıca dil, kültürün en önemli bir yönünü oluşturmaktadır. Kültürün geliştirilmesi ve aktarılmasını sağlamaktadır (Andersen ve Taylor, 2004, s.63). İnsanlar arasındaki iletişimi sağlayan dil ile bilgi alış-verişi sağlanırken, aynı zamanda, geçmiş deneyimler ve sosyal paylaşımlar sağlanmış olacaktır. Geçmişin yanında gelecek ile ilgili plan ve düşünceler yine dil sayesinde, insanlar arasında paylaşılabilmektedir. Günlük yaşamdaki olaylara olan farklı bakış açıları böylelikle aktarılabilmektedir (Henslin, 2003, s.42-43).

- **Değerler:** Kişilerin neye önem verdiklerini, neyi önemli gördüklerini gösterir. **Normlar** ise, davranış biçimlerini belirtir ve neyin doğru neyin yanlış olduğunun ölçütüdür (Thio, 2005, s.46). Toplumunu oluşturan bireyler neye değer

vereceklerini büyük ölçüde, yaşadıkları toplumun kültürüne göre belirler ve kendi içlerinde değerlendirmesini yaparlar. Toplum, değerleri bireylere bir zorunluluk olarak sunmaz ve öğretmez. Bunun yanında, bireylere, toplumsal yaşamda tutum ve davranışlarının belirli kurallar dâhilinde olması zorunluluğu için, toplumsal kurallar denilebilen normlar sunulmaktadır. Böylece bireyler, toplum içinde nasıl davranmaları gerektiğini bilmektedirler (Tolan, 1991, s.235-236).

Değerler ve normlar kültürden kültüre büyük farklılıklar gösterir. Örneğin Britanya'daki öğrencilerin büyük bir bölümü, sınav sırasında bir başka öğrencinin kendi kâğıdından kopya çektiğini fark edince, bu duruma kızabilirler. Çünkü Britanya'da kopya çekmek bireysel başarı ve adalete uygun bir davranış değildir. Ancak aynı duruma Rus öğrenciler seslerini çıkarmayabilirler. Çünkü Ruslara göre bir sınavı geçmek için birbirlerine yardım etmek, onların birlikte sorunları çözme konusunda verdikleri değeri ifade etmektedir. Hatta bir toplum veya topluluk içerisinde bile değer ve normlar farklılık gösterebilir (Giddens, 2005, s.23).

- **İnanç:** Belli düşünce ve davranışlar devamlılık gösterir biçimde standartlaşıp birleştiğinde söz konusu olan bir durumdur. Din ve inançlar kültürün temel ögesini oluştururlar. Her toplum bir dine mensuptur. Din insanlarda ortak duygu ve inançların gelişmesinde önemli bir toplumsal kurumdur. İnanç ise, bireyin dünyasının bir yönüne ait algı ve bilgilerin devamlı bir organizasyonudur. İnançlar arasındaki benzerlikler ne kadar çok ise o toplumun inançlarının da o derece kuvvetli olduğu söylenmektedir. İnançların ortak paylaşılan değerler anlamında iletişimi etkilediği söylenebilir. Öyle ki, aynı değer ve yargılara önem veren insanların kültür birliği kurmaları ve bu anlamda birlikteliği güçlendirmeleri söz konusu olmaktadır (Giddens, 1994, s.102).

- **Örf ve âdetler:** Toplum içinde insanların günlük tavır ve hareket usullerini ve yaşama yöntemlerini düzenleyen kurallara vardır. Bu kurallar uzun zamanlardan beri yerleşmişlerdir. Bir takım sosyal baskılar insanları bu kurallara uymaya zorlamaktadır. Söz konusu kurallar nasıl kendiliğinden oluşmakta ise, aynı şekilde kendiliğinden silinip ortadan kalkmaktadır. Bu kurallara örf ve âdetler denilmektedir.

Uzun zamandan beri bireyler tarafından kabul görmüş ancak yaptırımı olmayan ya da hafif olan davranışlara âdet, uyulması zorunlu kılınan davranışlara ise örf denilmektedir (Dönmezer, 1994, s.245).

- **Tutumlar:** Tutumlar, bireysel olduğu gibi toplumsal da olabilir. Daha çok inançlardan etkilenmektedir. Çevremizdeki her şeye karşı nasıl tepki vereceğimizi büyük oranda tutumlarımız belirlemektedir. Örneğin, zamanla ilgili tutumlar kültürler arasında belirgin bir biçimde farklılık göstermektedir. Özellikle Amerikalı iş adamlarındaki zamanla ilgili tutum, zamanın para olduğu yönündedir ve toplantılara her zaman vaktinde başlamayı istemektedirler. Bu yüzden Amerika’da ücretler zamana bağlıdır. Ancak Arap kültürüne göre toplantılar, belirlenen saatte başlamadığı gibi, aile üyeleri veya toplantı sırasındaki hoş sohbetlerle bölünmesi doğal bir olay olarak görülmektedir (Kahal, 1997, s.36).

- **Yasalar:** Yasalar kültürün önemli bir parçasıdır. Ancak, yasalar, örf ve adetlerden farklı olarak bilerek ve istenerek oluşturulur ve yürürlüğe konulmaktadır. Bunun yanı sıra, ahlâk kuralları kültürün bir uzantısıdır. Ahlâk kuralları, sosyal hayatta insanların birbirleriyle olan ilişkilerini düzenleyen kurallardır. Bu kuralların yaptırımı genel olarak manevidir. Yani, ayıplama ve küçük görme şeklinde ortaya çıkabilmektedir (Henslin, 2003, s.47).

2.4.4. Kültürün Sınıflandırılması

Toplumlar, örgütler sadece bir araya gelen insanlar ya da küçük gruplardan oluşan bir kalabalık değildir. Onları bir arada tutan değerler, tutumlar, davranışlar ve normlardan oluşan kültürleri vardır. Bu bağlamda, dünyada var olan toplumlar sayısında kültürlerin de bulunma olasılığı vardır. Bu yüzden kültür, sahip olduğu öğeler yönüyle bazı sınıflandırmalara tabi tutulabilir. Bunlar ise şu şekilde sıralanabilir (Tezcan, 1995, s.167):

- **Alt kültür:** Alt-kültürler, nüfusun, kendi kültürel kalıplarıyla toplumun geri kalanından ayırt edilebilir olan herhangi bir kesimini içermektedir. Kapsam bakımından genişlerdir. Bilgisayar korsanlarını, belli bir müzik türüne olan hayranları veya futbol taraftarlarını içerebilir (Giddens, 2005, s.24). Alt-kültürü, en basit ifadeyle “toplum içinde topluluk” olarak tanımlamak mümkündür. Toplum normlarının ve ilişkilerinin dışında, kendi toplumsal normlarıyla yaşayan, farklı bir ahlâkı, iletişim biçimi, barınma, eğlenme tarzını, sanatsal faaliyeti vb. kısacası kültür adına farklı bir bütünlüğü yeniden üreten bir topluluk, bir toplumsal ilişkiler sistemi olarak ifade etmek mümkündür (Andersen ve Taylor, 2004, s.71).

- **Maddi kültür-manevi kültür:** Kültür farklı unsurların birleşmesinden oluşmaktadır. Bu çerçevede, kültürün sahip olduğu bu unsurlar, maddi ve manevi özelliklere sahip olmasına göre ikiye ayrılmıştır. Maddi kültür, genel olarak teknik, bilim ve ekonominin amaçlara yönelik olarak oluşturulmasını kapsamaktadır. Doğal olmaktan çok insan eliyle ortaya çıkmış teknolojik durum, sahip olunan araç-gereç ve eserler maddi kültürün en belirgin örnekleridir. Manevi kültür ise, dil, sanat, din, inanç, tutum gibi unsurlardan oluşmaktadır. Dil, kültürün öğrenilmesinde ve nesilden nesile aktarılmasında önemli bir role sahiptir. Bununla birlikte, müzik, dans ve diğer sanat dalları da kültürün taşıyıcılarındandır. Din ise, bireylerin kişilik ve karakterlerini düzenleyen bir güç olması bakımından sosyal ve kültürel bir kontrol görevine sahiptir (Kağıtçıbaşı, 1992, s.84; Arslanoğlu, 2000, s.248).

Bütün kültür unsurları içinde, maddi kültür, sadece tek bir millete ait olmayıp, uluslararası bir özelliğe sahiptir. Örneğin insanların otomobil gibi bir araca sahip olması, insanlığın ortak çaba ve deneyimlerinin bir sonucudur. Bu nedenle her bir maddi kültür elemanı, her toplumdaki insan için alınması doğal bir olaydır. Ancak manevi kültür elemanları, ulusaldır. Belli bir topluma ait oldukça özel kural ve kurumlardan oluşmaktadır. İnsanları belli bir toplumun üyesi yapan ve toplumları birbirinden farklı kılan, kültürün bu manevi yönüdür (Usal ve Kuşluvan, 2002, s.115). Genel bir ilerleme ve gelişme bakımından çeşitli kültürler karşılaştırılmak istenirse, bu ancak maddi kültür alanında mümkün olabilir. İleri, geri ve benzeri tanımlamalar, maddi kültür unsurları için söz konusu olabilmektedir. Manevi kültür

unsurları için ise, sadece farklılıklardan bahsedilebilir (Arslantürk ve Amman, 2000, s.246).

- **Karşı kültür:** Kültürün bazı unsur ve değerlerini reddetmek isteyenlerin, spor, eğlence veya sanat gibi alanlarda oluşturmaya çalıştıkları içerikler “karşı kültür” olarak ifade edilebilir. Bu durumu gerçekleştirmek isteyenler gerçekte toplum kültürünü bilmektedirler ancak çeşitli nedenlerle, toplum kültüründe kendilerine uymayan değer veya normları kabul etmemektedirler (Giddens, 2005, s.25).

Karşı kültürü oluşturmak isteyenler, genel kültürü bildikleri halde, bu unsurları yıkmak veya zayıflatmak için bunun karşısında yapay bir kültür oluşturmaktadırlar. Bu yüzden toplumun değer ve norm sınırları ile çatışan, sosyal düzenin karşısında olan oluşumlar karşı kültür kavramı içinde yer almaktadır. Amerika ve Batı toplumlarında, yerleşik aile hayatına karşı olan, rahat ve istedikleri yerde geceleleyen ve yaşam tarzlarını aşırı özgür kılan hipi grupları, mevcut düzene getirmiş oldukları her türlü düşünce, duygu ve eylemleri ile bir karşı kültür örneğidir (Usal ve Kuşluvan, 2002, s.115).

2.4.5. Kültürel Süreçler

Kültür belli bir süreci içermektedir. Farklı kültürlerin birbirleriyle etkileşimleri kültürel süreçler olarak tanımlanmaktadır. Bunlar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Güvenç, 2002, s.85-87);

- **Kültürleme:** Toplumların kendisini oluşturan bireylere belli bir kültürü aktarma, kazandırma, toplumun istediği insanı eğitip yaratma ve onu denetim altında tutarak, kültürel birlik ve beraberliği sağlama, bu yolla toplumsal barış ve huzuru sağlama sürecidir. Kültürleme süreci bireye, hayatı boyunca kolay kolay değiştiremeyeceği bir kişilik yapısı kazandırır.

- **Kültürlenme:** Okul öncesinde, ailede başlayıp okul dönemi sonunda etkinleşen kültürlenme, değişik aile, eğitim, okul, meslek, bölge (alt kültür) çevrelerinden kalkıp belli yer ve zamanlarda bir araya gelen, birbirini etkileyen, akran grupları arasındaki kültür etkileşimidir “Kültürleme”; varolanı iletirken, “kültürlenme”; yepyeni kültür nüvelerinde yeni filizleri yaratır ve besler (Güvenç, 2002, s.86)

- **Kültürleşme:** Bu süreçte iki ya da daha çok kültür, karşılıklı etkileşim sonucu değişime uğrar. Çağımızda sözü edilen “globalleşme” (küreselleşme) budur. Birey ve gruplar olarak, kültürleşmeyi tamamen önlemek mümkün değildir. Savaşlar, göçler, ülkeler arası ticari faaliyetler, turizm olgusu kültürleşme sürecinin nedenleri arasında sayılabilir. Başka bir deyişle kültürleşme, bir toplumun başka kaynaklı kültür öğelerini benimseyerek değişmeye uğraması olarak tanımlanmaktadır. Kültürleşme, iki farklı kültürün uzun bir süre doğrudan ya da dolaylı olarak ilişki ve etkileşim içinde bulunmasını gerektirmektedir (Thio, 2005, s.54-55).

2.4.6. Kültürel Varlıklar

Kültürel varlıklar, bir anlamda bir ülkenin kültürel sermayesi olan, çevresel yapıları (eğlence ve doğa parkları; kültürel merkezler, alış-veriş merkezleri); gösterileri (etkinlikler ve festivaller) olarak ifade edilebilir (Craik, 2004, s.41). Özellikle son yıllarda, çeşitli turistik yöreler, kültürel varlıkları ile pazarlanmaya başlanmıştır. Bu kültürel kaynaklar ise, tarih öncesi ve tarihi yerler, etnik yöreler, ticari merkezler, müzeler, sanat galerileri, sportif etkinlikler ve turistlerin ilgi alanlarına göre planlanmış özel ilgi etkinlikleridir (Gunn ve Var, 2002, s.62-63).

Bir yörenin sahip olduğu bu kültürel varlıklar aşağıdaki gibi sınıflandırılabilir (Arınç, 2002, s.108):

- *Tarihi eserler*, adı altında yörenin tarihini yansıtan, günümüze kadar gelmiş eserler: Cami, han, hamam, türbe, su kemeri, tescilli yapı- sokak, anıtsal ağaçlar, çeşme, kervansaray, saat kulesi buna örnektir.
- *Arkeolojik eserler*, olarak ise yörede yaşamış çeşitli medeniyetlerden günümüze kalan eserler olarak değerlendirilmektedir: Antik kent, kale, sur, tiyatro, hamam, su kemeri, mabed, tapınak, kilise, sarnıç ile yeraltı arkeolojik eserleridir.
- *Tarihi dini merkezler*, değişik tarih dönemlerinde yapılmış dini yapılarıdır: Cami, türbe, manastır, kilise, sinagog buna örnektir.
- *Müzeler*, ülke ve yörenin tarihi ve kültürel özelliklerini yansıtan taşınabilir eser ve eşyaların sergilendiği açık ya da kapalı mekânlardır. Etnografya müzesi, arkeoloji müzesi, açık hava müzesi, özel konulu müzeler buna örnektir.
- *Festivaller*, yılın belirli günlerinde düzenlenen konulu ulusal veya uluslararası katılıma açık (müzik, tiyatro, özel konulu toplantılar) faaliyetler bütünü olarak kabul edilmektedir.
- *Özel günler*, gelenek ve göreneklerden ya da dini inançlardan kaynaklanan, törensel özelliği olan günlerdir.
- *Yöresel el sanatları*, adı altında ise halı, kilim gibi dokumalar, toprak işleme, ağaç işleme, bakır işleme, taş işleme, mücevher örnek verilebilir.
- *Folklor*, Türk turizmine entegre edilebilecek özgün değerlere sahiptir. Folklor turistik talebin doğmasında rol oynadığı gibi turizme arz edilen değerler açısından önemlidir.

Ziyaret edilen yörenin sahip olduğu bu varlıklar hem bir turizm kaynağıdır, hem de diğer yandan bulundukları yerlerin kültürü hakkında fikir verebilmektedir. Bu yüzden bu alanların korunması ve değerleri kaybedilmeden geliştirilmesi önem arz etmektedir. Ayrıca bu kültürel varlıkların ziyaret edilmesi sonucu, her yıl önemli miktarda döviz elde edilmektedir (Patin, 1999, s.35). Her milletin kültürü ve kültürel varlıkları çok değerlidir. Ancak bu değer ancak korunduğunda ve iyi yönetildiğinde

bir şeyler ifade edebilmektedir. Müzeler veya tarihi alanların sunumu ve korunması bu anlamda önem kazanmaktadır (Samidi, 2001, s.98).

2.4.7. Kùltùrlerarası İletişim ve Turizm

Kùltùrlerarası iletişim kavramına geçmeden önce iletişim kavramı üzerinde durmak yerinde olacaktır. İletişim, “duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılmasıdır”. İletişim sözcüğü, dilimizde haberleşme veya bildirişim sözcükleriyle tanımlanmaktadır. İnsanlar başkalarıyla bir arada olabilmek, onları etkileyebilmek, kendilerini anlatabilmek ve insanları anlayabilmek için iletişim kurmak zorundadırlar (Thomson, 2005, s.4).

Başarılı iletişim; iletişimi oluşturan önemli öğelerin varlığından haberdar olmayı gerekli kılmaktadır. Dolayısıyla iletişimin unsurları, aslında tüm kişilerarası iletişimin başarısı için önem arz etmektedir. Bu öğeler ise şu şekilde sıralanabilir (Özgen, 2003, s.100-101; McQuail ve Windahl, 1993, s.3):

- **Kaynak (Verici):** Bilgi, duygu ve düşüncelerini aktarma girişiminde bulunan kişi ya da kurumdur. Bir başka deyişle, iletişimi başlatandır.
- **Mesaj:** Bir yaşantıya ait duygu ve düşüncenin kodlanarak sözlü, sözsüz veya yazılı bir anlatımla alıcı kişiye ulaşmasını sağlayan sembollerdir. Yani, iletilmek istenen konudur.
- **Kanal:** Kaynağın mesajını alıcıya ilettiği araç ve yoldur. Kullanılan kanala göre beş duyu organı gibi doğal araçlar ya da kitle iletişim araçlarıyla iletişimden söz edilebilir. Önemli olan istenilen etkiyi yaratacak kanal veya kanalları tespit etmektir.
- **Alıcı:** Mesajın ulaşması istenen kişi, kurum ya da topluluklardır. İletişim sürecinde alıcı konumunda olan kişi çok önemlidir. Vericinin kodladığı

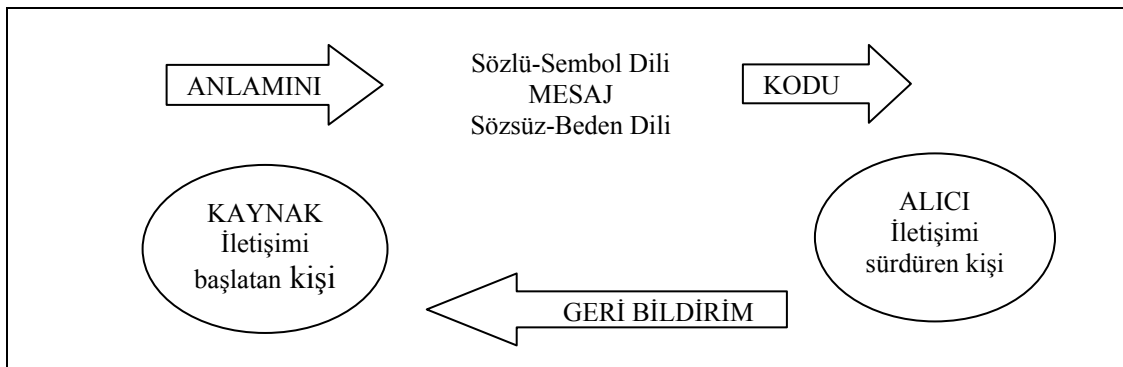
anlamı, alıp çözecek ve değerlendirecek kişi alıcıdır. İletişime yapıcı etkinliği kazandıran, vericiden gelen sözlü veya sözsüz mesaj kodlarının alıcıda gerçek anlamları ile değerlendirilmesidir. İletişim sürecinin diğer ucunda yer alan alıcı kişi, bir dinleyici konumundadır. Bu rol zaman zaman değişikliğe uğradığı halde, mesaj akışında alıcı kişinin tutumu, iletişim akışını belirleyen önemli bir etkindir.

- **Geri-bildirim:** Bütün iletişimlerde kaynağın en çok üzerinde durduğu konudur. Alıcının mesajı çözüp değerlendirmesinden sonra yeni bir mesaj kodlaması ve geri bildirim yapması önemlidir. Kaynaktan gelen mesajın alıcı tarafından nasıl anlaşıldığı ancak geribildirim mekanizmasıyla öğrenilir. Mesajın alıcıda yarattığı etki ve alıcının iletişime katılarak aldığı yer ancak geri bildirimde ortaya çıkar. Alıcı tarafından geri bildirim verilmemesi iletişimi engeller. En hızlı geribildirimler ise yüz yüze iletişimde olur.

- **Gürültü:** Kaynağın iletmek istemediği, ama alıcıya iletişim sürecinde dışarıdan ulaşan her tür sinyaldir.

Bu öğeler ise aşağıdaki Şekil 4’de görülen iletişim sürecini oluşturmaktadır:

Şekil 4: İletişim Süreci



Kaynak: (Francesco ve Gold, 1998, s.56).

İnsanlararası iletişim; kişilerin birbirlerine bilinçli veya bilinçsiz olarak iletme istedikleri duygu ve düşüncelerini aktardıkları bir süreçtir. İletişim sırasında aktarılan mesaj, bireyin günlük yaşantılarından oluşmaktadır. İnsan dış dünyaya kendi iç psikolojik değerleri ile anlam verir ve bunu kendi dışındakilere ifade etmek ihtiyacını duyar. Böylece kişi iletişime hazır hale gelmiş olur. Bir iletişim sürecinde verici ve alıcı kişiler olarak, en az iki kişi yer almaktadır. Şekil 4’de görüldüğü üzere verici ve alıcı kişi arasında sözlü veya sözsüz araçlar ile iletişim süreci gerçekleşmektedir.

İletişim türleri sözlü ve sözsüz olmak üzere iki şekilde sıralanabilir. *Sözlü iletişim*, konuşarak gerçekleştirdiğimiz iletişimdir. İki kişinin karşılıklı konuşmasında olduğu gibi doğrudan ya da telefon görüşmelerinde olduğu gibi uzaktan ve dolaylı olabilir. Başarılı bir sözlü iletişimin gerçekleştirilebilmesi için sözlü iletişime ilişkin ilkelerin beceri hâline getirilmesi gerekmektedir. Ancak etkili bir sözlü iletişim için vericinin (konuşan) anlatmak ve paylaşmak istediği duygu, düşünce ve izlenimlerini en iyi, en etkili biçimde anlatabileceği sözcükleri seçme ve bunları uygun kanalla alıcıya iletme sorumluluğu varken; alıcının (dinleyen-izleyen) bu sözcüklerin neyi anlattığını kavraması sorumluluğu vardır (Sever, 1998, s.52). *Sözsüz iletişim* ise, dili kullanmaksızın, bilgi aktarma yollarını içermektedir. Yüz ifadeleri, el veya kol hareketleri, duruş, giyinme, göz hareketleri ve sesin özellikleri sözsüz iletişime bir örnek olarak verilebilir (Freedman ve diğerleri, 2003, s.122; Usluata, 1993, s.54).

Toplum yaşamı ve karşılıklı iletişim olmaksızın kültürlerarası iletişim söz konusu olamamaktadır. İnsanların, birey olarak bir toplumun ya da bir grubun içinde yaşama zorunluluğu vardır. Bu nedenle birey bir toplum içinde, o toplumun kurallarını benimsemiş ve o topluma uyum sağlayan bir varlık haline gelmiştir. Bu nedenle insanın kendi kültür öğelerinin bulunduğu gruptaki diğer üyelerle birlikte, sağlıklı bir iletişim kurması gerekmektedir. Kültür bu nedenle öğrenilen bir unsurdur. Birey ile toplum arasındaki bağı oluşturmada iletişimin ne kadar önemli olduğu fark edilmektedir. İletişim ne kadar kuvvetli ve sağlam olursa toplum ve birey arasındaki çatışma o denli az olacaktır (Thomson, 2005).

İnsanlar günlük yaşamları içinde, her zaman yaptıkları faaliyetlerden sıkılma eğilimi gösterebilir. Bunun için bulundukları ortamdaki farklı olarak bir yere seyahat etme ve yeni insanlarla iletişim kurmak isteyebilirler. Bu da onları turizm olayına katılmaya itebilmektedir (Ürger, 1993, s.121).

Turizmin, çeşitli kültürlerle karşılıklı iletişime geçilmesi sonucunda, geleneksel folklorik değerleri ve arkeolojik alanların korunması ile yerel toplumun yaşamını zenginleştirmeye yardımcı olduğu gözlenebilmektedir (Eke ve Özdemir, 2000, s.177).

Turizm, yöre halkı ve turistler arasındaki kültürlerarası iletişim için iyi bir bağdır. Karşılıklı olarak kültür değerleri, yaşam biçimleri ve inançları hakkında bilgi edinilmektedir. Kültürlerarası iletişim sürecinde, her iki taraf birbirinden etkilenebilmektedir. Turistlerden etkilenen yöre halkı, onlar gibi yaşama eğiliminde bulunabilir ya da bunun tersi durumlar gözlenebilir (Ward, 1998, s.151).

2.5. Turist ve Yöre Halkının Karşılaşma Durumları

Turist ve yöre halkı karşılaşmalarında turist, yöre halkına göre, yöre halkı da turiste göre birbirlerine yabancı insanlardır. Bu durumda birbirleriyle karşılaşanlar aslında turist, yöre halkı değil, onların kişilikleri, duyguları, ilgileri, tutumları, davranışları ve üyesi oldukları toplum kültürleridir. Kültürler arası karşılaşmalarda, turistler ve yöre halkı kendi toplum kültürlerini taşıyan bir araç durumundadırlar (Rızaoğlu, 2004, s.97).

Yöre halkı ve turistlerin karşılaşma durumları farklı ortamlarda gerçekleşebilir. Bu durumlar Tablo 14’de görülmektedir. Buna göre turistler ve yöre halkı, ortak kullanım alanlarında karşı karşıya gelebilmektedir. Bu alanlar, geniş alan olarak ifade edilebilen, alışveriş gibi ticari bir amacın olduğu, yolculuk, eğlence yerleri, hastane, güvenlik talebi veya acil servis gibi toplu hizmetlerin paylaşıldığı yerler olabildiği gibi, geçici alanlar olan ancak yöre halkının düzenli olarak kullandığı yerlerde, yöre halkı ve turistler karşılaşabilmektedirler. Bir diğer

karşılaşma alanı ise sorumluluk ve saygı alanıdır. Burada, yöre halkı ve turistler, turistik yerlerin korunması adına üstlendikleri sorumlulukları aracılığıyla karşılaşabilmektedirler (Fagence, 2003, s.60).

Tablo 14: Yöre Halkı -Turist Etkileşim Alanları

Alan	Açıklama
Geniş alan	Örneğin; ortak bir ticari hizmet alanının kullanılması (alışveriş gibi), yolculuk, eğlence yerleri, toplu hizmetlerin paylaşılması (güvenlik talebi, hastane ve acil servis gibi), park yerleri ve plaj gibi yerler sayılabilir.
Geçici alan	Örneğin; turistlerin geçici olarak bulundukları, kısa bir süre için kullandıkları hizmetler ve alanlar vardır. Ancak bu alan ve hizmetleri, yöre halkı düzenli ve sürekli olarak kullanmaktadır. Buna ek olarak, yöre halkının bu gibi yerlerden kaçınmasına neden olan, birçok yer ve hizmetten turistler/ziyaretçiler, gezi sezonu boyunca faydalanmaktadır.
Sorumluluk ve saygı alanı	Örneğin; turistik yerlerin sürekliliğinin korunması için, ziyaretçiler, yöre halkı ile hem koruma adına hem de koruma maliyeti adına ufak sorumluluklar edinmiştir.

Kaynak: (Fagence, 2003, s.59).

Turistik yöreleri ziyaret eden turistler, yöre halkı ile iletişim içinde olduğunda, sahip oldukları kültürden gelen tutum ve davranışlar içinde hareket etmektedirler. Bu farklı davranışlar, yöre halkı veya turistler için çoğunlukla ilgi çekici olabilmektedir. Söz konusu olan bu kültürlerarası iletişim sürecinde, tarafların birbirlerinden etkilenmesi bazen kaçınılmazdır (Roessingh ve Duijnhoven, 2004, s.194).

Farklı milletlerden gelen insanlar ile yöre halkı arasındaki kültürlerarası iletişim süreci, genellikle olumsuz etkileri ile algılanmaktadır. Turist sayısı fazla olduğunda karşılıklı etkileşim düzeyi artabilmektedir. Ancak başarılı bir iletişim, sosyal ve kültürel anlamdaki alış-verişi geliştirebilmektedir (Lopez ve Palomino, 2003, s.20).

Turizm sezonlarında, farklı milletlerden gelen insanlar ve yöre halkı arasında iletişim söz konusudur. Çünkü ev sahibi toplumun yöre halkı, turistlerle aynı ortamı paylaşmaktadır. Ev sahibi toplum ile turistler arasındaki iletişim üç kaynaktan oluşmaktadır. En açık kaynak yöre halkı, yani kendileridir. Bir süre sonra turistler ve yöre halkı restoranlarda, alışverişte, parklarda vb. yerlerde doğrudan veya dolaylı olarak iletişime geçeceklerdir. Turistlerin ekonomik durumu, ev sahibi toplumun aynı zamanda bir kaynağıdır. Ekonomik düzen ve bölgenin zenginliğini, hem yöre halkı hem de turistler oluşturmaktadır. Yerel toplumun üçüncü kaynağı ise, alt yapı ve hükümet hizmetleridir. Yürüme yolları, su sistemleri, polis ve güvenlik gibi konular hem yöre halkının hem de turistlerin yine ortak kullanım alanlarını oluşturmaktadır. İşte tüm bu kaynaklar, yöre halkı ile turistler arasında sosyal ve kültürel açıdan bir iletişim sağlamaktadır (Cook ve diğerleri, 1999, s.248-249).

Turist ve yöre halkı arasındaki etkileşimi anlamak bazı durumlarda zor olabilmektedir. Diğer sosyal etkilerden (yazılı basın, televizyon gibi), yöre halkı ile turistlerin karşılıklı olarak birbirlerine alışma düzeyleri, ziyaretçilerin ve yöre halkının özellikleri ve turizmin farklı yapısı gibi konulardan, belirli bir turist-yöre halkı etkileşimini ayırt etmek kolay olmamaktadır (Fagence, 2003, s.58).

Turistler ve yöre halkı, diğer yandan zorunluluklarından kaynaklanan bir ortamda karşı karşıya gelirler. Turistin bir yabancı kimliğinde olduğu ve birçok kez merak, çekingence, kuşku ve rahatsızlık duyduğu bu ortam, zorunluluklar dışında, turist-yöre halkı ilişkisinin en düşük düzeyde kalmasına neden olur. Turistlerin ürkeklikleri, önyargıları, ilgisizlikleri ve yöre halkını küçümsemeleri, ilişki olasılığını daha da azaltır. Bununla birlikte, yöre halkı ile turistler arasında hiçbir ilişki olmadığı da söylenemez. Aslında yöre halkının turistlerin çevresinde toplanıp onları

seyretmesi bile, bir ilişki biçimidir. Bunun yanında, turist-yöre halkı ilişkisinin yoğunluğu ve biçimi, yerden yere, kişiden kişiye değişir ve çok çeşitli biçimlerde oluşur. Ancak, her durumda, turist-yöre halkı ilişkisinin yapısını biçimlendiren bir ilişki ortamından söz edilebilir (Doğan, 2004, s.79-80).

Farklı kültürlere sahip olan insanlar için iletişim oldukça önemli olmaktadır. Çünkü aynı dili konuşmadıkları zaman anlaşmazlık yaşayabilirler. Yabancı bir kültür hakkında bilgi sahibi olmak ve turistlere daha iyi hizmet sunmak için örneğin Filipinli yöre halkı, bölgesine gelen turistlerin konuştuğu İngilizce, Kore ve Japon dillerini öğrenmişlerdir. Böylelikle daha sağlıklı bir iletişim kurmakta ve ortak paylaşım alanlarını geliştirmektedirler (Takahashi, 2002, s.12-13).

Turistler ve yöre halkının karşılaşmalarında turistler, yöre halkının miras sürecini (yerel gelenekleri alıp sonradan tekrar etme) ve öğrenme sürecini (yerel gelenekleri reddetmek) yaşayabilmektedir (Ongyerth, 1991, s.11).

Yöre halkının yörelerini ziyaret eden turistlerle karşılaşmaları, olumlu ya da olumsuz yönde gelişebilmektedir. Bunun etkileri Tablo 15’de verilmektedir. Buna göre turistler ve yöre halkı birbirlerine olumlu ya da olumsuz bir tavır sergileyebilmektedirler. Turistler ve yöre halkı karşılıklı olarak birbirlerini tanıma, kültür ve gelenekleri hakkında bilgi sahibi olma, arkadaşlık geliştirme, öz saygılarının artması, birbirini anlama ve böylelikle önyargılarından arınarak, birbirlerine karşı daha anlayışlı olabildikleri gibi, tamamen düşman olarak birbirlerine karşı olumsuz tavırlar geliştirerek aralarında gerilim, düşmanlık, şüphe ve anlaşmazlık doğmasına neden olmaktadır. Bu durum ise onların hem kültür şoku yaşamalarını hem de iletişim ve arkadaşlık kurmalarını engelleyebilmektedir (Robinson, 1999, s.9).

Tablo 15: Turistler ve Yöre Halkı Karşılaşmalarının Etkileri

Olumlu etkiler	Olumsuz etkileri
Birbirlerine karşı olumlu bir tavır geliştirme	Birbirlerine karşı olumsuz bir tavır geliştirme
Birbirlerinin kültürü ve gelenekleri hakkında bilgi sahibi olma	Gerilim, düşmanlık, şüphe ve anlaşmazlık
Olumsuz algı ve kalıp yargılarda azalma	İzolasyon, fark gözetme ve ayrımcılık, değer yargılarının çatışması
Arkadaşlık geliştirme	Arkadaşlık kurmada zorlanma
İftihar, takdir, anlayış, saygı ve birbirlerinin kültürüne karşı toleranslı olma	Aşağılık duygusu, iletişim sorunu
Öz saygının artması	Kültür şoku
Etkileşim ile psikolojik tatmin duyma	Karşılıklı etkileşimle hoşnutsuzluk hissi

Kaynak: (Robinson, 1999, s.9).

Turistler ve yöre halkı alış-veriş yaptıkları ve bir takım nedenlerden dolayı yan yana geldikleri durumlarda karşılaşmaktadırlar (Rızaoğlu, 2004, s.93). Bunlar alt başlıklarda ayrıntılı bir şekilde incelenmektedir.

- ***Satın Alma Durumu:***

Turistler ve yöre halkı, aynı ortamı paylaştıkları pek çok durumda karşı karşıya gelebilirler. Ulaşım hizmetlerinden veya eğlence yerlerindeki hizmetlerden yararlanırken, alış-veriş yaparken yöre halkı ve turistler birbirleriyle karşılaşır. Bu durum özellikle turizm sezonlarında sıklıkla gözlemlenebilir (Fagence, 2003, s.58).

Yöre halkı ve turistler arasındaki iletişim, her iki tarafın, bir mal ya da hizmeti satın aldıkları ortamlarda gerçekleşmektedir. Örneğin bir plaj barı ya da gece

eğlenmek için gidilen bir yerde, içeceklerini yudumlarken ya da eğlenirken fikirlerini paylaşma fırsatı bulmaktadırlar (Lopez ve Palomino, 2003, s.21).

Satın alma durumunda yöre halkının bir mal veya hizmeti satan kişi olarak, turistlerle karşılaşma durumundan söz edilebilmektedir. Burada satıcı olan yöre halkı ve müşteri olan turistlerin ilişkisi söz konusudur (National and Regional Tourism Planning, 1997, s.36).

Turizm gelişimi eğer planlı bir gelişim ve uygulama çerçevesinde yönetilemezse, birçok sosyo-kültürel sorun meydana getirebilir. Özellikle turist sayısı fazla olduğunda, yöre halkı daha önceden kolaylıkla satın aldığı birçok mal veya hizmetten faydalanamamaya başlayabilir. Bu da yöre halkının, turistlere yönelik tutum ve davranışlarında olumsuzluğa yol açabilir. Bu durum en çok restoranlarda, alış-verişlerin yapıldığı yerlerde, eğlence merkezlerinde ve ulaşım hizmetlerinde kendini göstermektedir (National and Regional Tourism Planning, 1997, s.36).

- ***Yan Yana Gelme Durumu:***

Toplumsal etkileşim, insanların birbirini gördüğü her yerde gerçekleşebilir. Birbirlerinin yanından geçenlerin, önce birbirlerinin yüzüne bakması sonra ise bakışlarını çevirmesi bile her şeyin basit görünen bir başlangıcıdır (Giddens, 2000, s.72-73). Yöre halkı, turistlerle yan yana geldiğinde, onları gözlemlemektedir. Turistlerin davranışlarını ve dış görünüşlerini inceleyen yöre halkı, onların kendi değer ve kültürleri ile ilgili fikir sahibi olmaya çalışmaktadır (Fennell, 1999, s.101). Turistlerle doğrudan ilişki içinde olan özellikle genç erkeklerde, turistlerden etkilenme düzeyi oldukça yüksek olabilmektedir. Çünkü turizm sezonlarında genç erkeklerin yaşadıkları yerdeki kadınlarla veya toplumun diğer üyeleriyle olan iletişim süreci çok düşük düzeyde gerçekleşmektedir (Bleasdale ve Tapsell, 1999, s.190).

Turistler ve yöre halkı arasındaki karşılaşma durumu, bölgedeki turistik etkinlikler esnasında görülmektedir. Turistik yöredeki festivaller ve yarışmalar gibi etkinlikler sürecinde turistler ve yöre halkı yan yana gelme durumundadır. Bu da iki

taraf arasındaki ilişkiyi etkilemektedir. Bu etkinliklerin sayısı ve boyutu arttıkça yörelerin kültürel açıdan değişikliğe uğradığı ortaya çıkmaktadır (Getz, 1991, s.59).

Turistlerle yöre halkının birbiriyle yan yana gelme durumları içinde karşılıklı olarak bilgi alış-verişinde bulunmak söz konusu olabilmektedir. Bu karşılaşma sürecindeki iletişim, ilişkileri etkileyebilmektedir. Örneğin; turist bir kadın, bir yerel erkeğe adres sormak için yaklaştığında ve yerel erkeğin bu yaklaşıma, yardım amacıyla karşılık vermesi, her iki taraf açısından olumlu bir ilişki durumu yaratmaktadır. Tarafların birbirlerine olumlu yaklaşması tarafları hoşnut eder ve ilişkinin olumlu olmasına yol açabilir. Ancak yerel erkeğin, turist kadının bu adres sormasını, cinsel bir ilgi olarak yorumlayıp, yanlış bir davranışta bulunması, taraflar arasında çatışmaya yol açabilir. Bu da turistler ve yöre halkı arasında olumsuz bir ilişki yaratmaktadır (Rızaoğlu, 2003, s.258).

Yöre halkı ve turistlerin yan yana bulundukları diğer durumlar ise, park, piknik ve diğer karşılaştıkları doğal alanlardır. Yöre halkı için yaşadığı yöre önemli olduğu için, turistlerin fazlalığından ve çevrede bıraktıkları olumsuz etkileri gözlemlediklerinden, bu durum, ilişkilerini etkileyebilmektedir (Kirkpatrick, 2001, s.820). Bu etkinliklerde karşılıklı bir iletişim söz konusu olduğu için, ev sahibi toplum üzerinde çok sayıda olumlu ve olumsuz sosyal ve kültürel etkiler bulunmaktadır. Bunlardan olumlu sosyo-kültürel etkiler arasında; paylaşılan ortak deneyim, gelenekleri güçlendirmek, toplumsal gururun yükselmesi, toplumsal katılımın yükselmesi, yeni ve yaratıcı fikirlerin tanıtılması, kültürel bakış açılarının genişletilmesi sayılabilir. Olumsuz sosyo-kültürel etkiler ise, toplumun yabancılaşması, olumsuz toplumsal imajın oluşması, olumsuz davranışların oluşması ve sosyal yapının değişmesi şeklinde ifade edilebilir. Tüm bu etkileri önceden belirlemek, hem yöre halkı hem de turistler için en iyi sonuçlara ulaşarak faaliyetlerin etkilerinin olumlu olmasını sağlamak önem arz etmektedir (McDonnel ve diğerleri, 1998, s.20-21).

Turistler ve yöre halkının karşılaşmaları bir takım özellikleri içermektedir. Bunlar aşağıdaki alt başlıkta incelenmiştir.

2.5.1. Turist-Yöre Halkı Karşılaşmalarının Özellikleri

Yöre halkı ile yöresini ziyaret eden turistler gün boyu karşılaşabilirler. Çünkü aynı ortamı paylaşmaktadırlar ve bir anlamda bu durum, ticari bir boyutta olabilmektedir. Bazen ise her iki taraf birbirlerinin deneyimlerine ihtiyaç duyabilmektedir. Turistler ile yöre halkı karşılaşmaları ortama ve nedenlerine göre farklılık gösterebilmektedir. Bu özellikler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Doron, 2004, s.2):

- **Kısa süreklilik:** Turistler ve yöre halkı arasındaki iletişim sürecinin kısa ve geçici olması, belirgin bir özelliktir. Kısa süreli olan bu ilişki, yabancı kültürden birisiyle tanışmanın ve konuşmanın etkisinde olan turist için genellikle güzel olarak ifade edilmektedir. Yöre halkından olan kişi için ise bu durum yüzeyseldir. Çünkü yöre halkı bu durumu daha önce defalarca yaşamıştır. Ayrıca turistlerin gelmiş oldukları bölgelere tekrar ziyarette bulunma oranlarının düşük olması, ilişkinin yüzeysel olmasının genel bir nedeni olarak görülebilir (Tsartas, 2003, s.118).

Turistlerle yöre halkının ilişkilerinin geçici olması, genellikle tatilin kısa bir süreyi kapsaması ve ilişkinin çoğu kez yinelenmeyen bir özellik taşıması turist-yöre halkı ilişkilerini etkilemekte ve sınırlamaktadır. Birçok ziyaretçinin iki haftalık bir tatilde olağan davranışlarını değiştirmesi beklenemez. Ancak, evden uzakta kalma durumunun bir sonucu olarak bazı turistler gittikleri yerlerde sıra dışı davranışlarda bulunabilirler. Böylece, örneğin normalde talih oyunları oynamayan veya uyuşturucu kullanmayan ya da gece hayatıyla ilgilenmeyen bazı turistler sıradan yaşamlarının sınırladığı bu tip davranışları tatilde gerçekleştirme eğilimine girmektedirler (Avcıkurt, 2003, s.60).

- **Zaman ve mekânsal sınırlayıcılık:** Zaman ve mekânsal sınırlamalar yöre halkı-turist karşılaşmalarını ve ilişkilerini etkilemektedir. Ziyaretçilerin yöre halkı ile gerçek anlamda etkileşimde bulunabilmesi için yeterli zaman kalmamaktadır. Ayrıca, özellikle tatil köylerinde ve yerleşim alanlarının dışında konaklayan yabancı turistlerin ilişkileri sadece tesis çalışanları ile sınırlı kalmaktadır. Genellikle, turistlerin doğrudan temasta bulundukları görevliler, gümrük memurları, şoförler, polisler, otel görevlileri, satıcılar, rehberler, seyahat acentası görevlileri ve animatörlerdir (Avcıkurt, 2003, s.60).

Paket turları tercih eden turistler ile yöre insanı arasındaki etkileşim sınırlı düzeyde olmaktadır. Kaldıkları otel dışına fazla çıkmayan veya çıktıklarında fazla zamanları olmayan turistler, yöre halkıyla iletişime geçememektedir. Böylelikle turistler hem gittiği bölge insanı hem de kültürü ile ilgili fazla bir bilgi edinemediktedirler (Ryan, 2002a, s.953-954).

- **Kendiliğinden olma eksikliği:** Kendiliğinden olma eksikliği turist-yöre halkı karşılaşmalarının tipik bir özelliğini oluşturmaktadır. Çoğu kez paket turlarla gelen turistlerin yöre halkı ile karşılaşmaları önceden planlı ve sınırlı olmaktadır. Bu da turist-yöre halkı karşılaşmalarının daha az kendiliğinden olma şeklinde sonuçlanması ve denetlenmesine yol açmaktadır (Avcıkurt, 2003, s.61).

- **Eşit olmayan ve dengesiz deneyimler:** Turistler sürekli para harcayan bir görüntü verdikleri için, yöre halkı, bundan rahatsız olabilmektedir. Bu da, yöre halkının, turistleri çoğunlukla özenmeleri ile sonuçlanmaktadır. Ayrıca, turistlerin daha lüks otellerde kalması, hizmetlerden yöre halkına oranla daha fazla yararlanması, memnuniyetsizlik yaratabilmektedir (Dittmer ve Griffin, 1997, s. 423-424).

Yöre halkı, bölgesine gelen turistleri gözlemlediğinde, yörelerindeki imkânlardan turistlerin daha fazla yararlandığını görebilir. Bu durum ise onları rahatsız edebilmektedir. Çünkü kitleler halinde gelen turistler gerçekte yöre halkının

kullanım alanı olan hizmetlerden daha fazla yararlanabilmektedir (Youell,1998, s.149).

2.5.2. Turist-Yöre Halkı İlişkisini Etkileyen Faktörler

Turist gittiği yerde bir yabancısıdır. Bu nedenle, kendisine bir yabancı olarak davranılır. Kendisi de bir yabancı olarak görülmeyi bekler. Bununla birlikte, turistlere yönelik davranışlar, büyük bir çeşitlilik gösterir. Bu davranışlar, büyük bir yakınlıktan, aşırı saldırgan davranışlara kadar uzanabilir. Turistin yöre halkına tepkisi, yakın bir ilgiden, açık bir düşmanlığa kadar gidebilir. Böylece turistlerle yöre halkı arasındaki ilişkinin yoğunluğu ve biçimini etkileyen etmenleri anlamak önemlidir; bu ilişkilerin sonuçları, turizmden beklenen yararlarla yakından bağlantılıdır. Yöre halkının turistlere, yakın ve sıcak bir biçimde davranması, onlara konukseverlik göstermesi, turistleri gittikleri ülkeye bağlar; orada daha uzun süre kalmalarını sağlayabilir; ülkelerine döndüklerinde, olumlu propaganda yaparak, başkalarının oraya gitmelerini sağlamalarına neden olabilir. Turistlere karşı saldırgan ve soğuk davranışlar ise, turizmden beklenen yararların azalmasına yol açabilir. Ayrıca, turizmden beklenen en önemli yararlardan biri, insanlar arasında kaynaşma, anlaşma ve yakınlık sağlamasıdır. Bunun gerçekleşebilmesi için, turistlerle yöre halkı arasında yoğun ve tatmin edici ilişkilerin olması gerekir (Doğan, 2004, s.79). Bu anlamda turist-yöre halkı arasındaki ilişkiyi iki temel faktör etkilemektedir. Bunlar turistlerin ve yöre halkının sahip olduğu özelliklerdir. Alt başlıklarda bu ilişkileri etkileyen faktörler ele alınmaktadır.

2.5.2.1. Yöre Halkı İle Turistlerin Sahip Olduğu Kültür Arasındaki Farklılıklar

Turizmin olumlu veya olumsuz etkilerini belirleyen faktörlerden birisi, iki taraf arasındaki kültür farklılıklarıdır. Eğer yöre halkı, yöresine gelen turistleri, gerçekte kendilerine yabancı olan kültürleriyle kabul edebiliyorsa, ilişkiler olumlu bir şekilde ilerleyebilmektedir (Robinson , 2004, s.114).

Kültürler arası farklılık, tatilin her döneminde gözlenebilen bir durumdur. Her toplumun kendine özgü kültürel değerlerinin olduğu göz önüne alınırsa, o topluma ait her birey turistik amaçlı gittiği yöreye kendi kültürel değerleriyle birlikte gitmektedir (Mill ve Morrison, 1992, s.60). Turistler ve yöre halkının kültürlerarası farklılıkları ise, yaşam biçimleri, dilleri, dini inançları, değerleri, gelenekleri ve görenekleri, giyim tarzları ve davranış biçimlerinde gözlenebilmektedir (Anstrand, 2006, s.18).

Turizm için kültürlerarası farklılık önem arz etmektedir. Çünkü turistler ve yöre halkının kültürleri arasındaki farklılık ne denli çoksa, iki taraf arasında anlaşmazlık ve çatışmadan o denli çok söz edilebilmektedir. Turist gittiği yöre insanını, her yönüyle keşfetmeye başladığında, kendi kültürüyle olan farklılıkları görebilmektedir. Eğer bu farklılıklar fazla düzeydeyse, bir çatışma kaynağı olabilecek özelliğindedir (Keller, 2001, s.3).

2.5.2.2.Turist Özellikleri

Turistlerin yöre halkı ile olan ilişkisinde, turistlerin sergiledikleri davranışlar önem kazanmaktadır. Yapılan araştırmalar, turistlerin seyahatleri süresince, günlük yaşamlarındaki davranışlarından farklı olarak daha rahat davrandıklarını göstermektedir. Turistler gezileri boyunca, normal olmayan davranışlar sergileyebilmektedir. Bu da onların yöre halkı ile olan ilişkisi üzerinde etkili olmaktadır (Roessingh ve Duijnhoven, 2004, s.196). Bunun yanında turistlerin sahip oldukları özellikler, yani yaşları, cinsiyetleri, eğitimleri, ekonomik durumları, turistik alanlardaki sayıları, mal ve hizmetlerden faydalanma düzeyleri, yöre halkı ile olan ilişkileri üzerinde etkilidir (Kang, 2000, s.33). Bu özellikler turistlerin kullanım düzeyleri, sosyo-ekonomik durumları, ziyaret amaçları, beklenti ve tatmin düzeyleri ve gittikleri bölgedeki kültür hakkındaki bilgi eksikliği alt başlıkları ile ayrıntısıyla incelenmektedir.

- ***Turistlerin Kullanım Düzeyleri:***

Turist sayısı arttıkça, gittikleri yörelerdeki hizmetlerden faydalanma düzeyleri artar. Örneğin Kaliforniya'daki Yosemite Doğal Parkı'nı her yıl, yaklaşık iki milyon turist ziyaret etmektedir. Bu yüksek orandaki turist sayısı ise turistik alanlarda trafikte bir sıkışıklığa ve doğal çevrenin bozulmasına neden olabilmekte, yöre halkı bu durumdan rahatsızlık duymaktadır (Davies ve Cahil, 2000, s.18).

Turistik bir yörede turistler, yöredeki hizmetlerden yöre halkından daha fazla faydalanırlar. Böyle bir durumda yöre halkı, yöresindeki hizmetleri turistlerle paylaşmak istemeyebilir veya turistlerin kullanım düzeylerinin kendilerinden daha fazla olmasından memnun olmayabilir. Bu davranışlara yansıdığına, her iki taraf arasındaki ilişkileri etkileyebilmektedir. Ayrıca yine turistik yörelerdeki bir takım alt yapı ve buna ek olarak turistleri memnun etmek için yapılan her türlü hizmetten yöre halkı rahatsızlık duyabilir (Cook ve diğerleri, 1999, s.251). Bu durum diğer turizm çeşitlerine oranla daha çok kitle turizminde yaşanmaktadır. Turistik bir yöreye gelen turist sayısı arttıkça, yöre halkında bir takım rahatsızlıklar gözlenebilmektedir. Çünkü fazla sayıdaki turist, yörelerde kalabalığa neden olmaktadır (Timothy, 2002, s.149; McCool ve Lime, 2001, s.279; Youell, 1998, s.149).

Turistlerin kalış süreleri, yöre halkı ile olan ilişkilerini etkilemektedir. Tatil süreleri sınırlı olan (bir-iki gün, bir-iki hafta) turistler, sınırlı süreleri içerisinde daha fazla yer görmek ve faaliyette bulunmak istemekte, bundan dolayı normal zamanlarına göre daha fazla para harcayabilmekte, aynı zamanda daha çok gelir getirmektedirler. Ancak az zamanda çok şey yapmak istemeleri turistlerin ufak aksiliklere karşı daha çabuk tepki göstermelerine neden olabilmektedir (Page, 1999, s.14). Turistler bir bölgede uzun süre konaklasalar bile, ihtiyaçları çoğunlukla turizm kuruluşlarınca karşılanmaktadır. Bu yüzden turistler, yöre halkı ile iletişime girmekten kaçınabilmektedir. Ayrıca turistlerin, yöre halkı ile kaynaşmaktan kaçınmaları, onlardan korkmaları gibi düşünceleri, ilişkilerinde etkili olabilmektedir (Doğan, 2004, s.82).

- ***Turistlerin Sosyo-Ekonomik Durumları:***

Yöre halkı, bölgesine gelen yabancı turistlerin davranışlarını izler ve onların görüntülerinden, ekonomik durumlarından etkilenir. Çünkü bu durum yöre halkı için alışık olmadığı manzaraları içermektedir. Böyle bir durumda yöre halkı, kendisinden farklı bir yaşam sürdüğüne inandığı turistlere karşı özenme duygusuna kapılacak ve onun gibi olma isteği içine girecektir. Bu yüzden turist nasıl davranıyorsa, onun gibi yaşamaya başlayacaktır. Özellikle boş zamanlarını turistler gibi değerlendirme yoluna gidecektir (Goeldner, 1990, s.182-183). Turistler gittikleri yerlerde genellikle yöre halkından daha fazla para harcarlar. Özellikle az gelişmiş ülkelerde turistler ticari kazanç olarak görülürler. Böyle bir durum yöre halkında kıskançlık ve rahatsızlık yaratabilir. Çünkü yöre halkı turistler gibi para harcama isteği duymaktadır. Bu yöre halkı ve turistler arasındaki ilişkiyi etkilemektedir. Turistlerin özellikle yöre halkının yaşadığı hayat standartlarından daha yüksek bir yaşam sürmesi, daha lüks otellerde kalmaları, yöre halkında kendini aşağı hissetme duygusu yaratabilmektedir (Dittmer ve Griffin, 1997, s.423).

- ***Turistlerin Ziyaret Amacı:***

Bir çekim merkezine olan ziyaret, merak, eğlence, dinlenme, sağlık, kültür, eğitim, iş veya spor amaçlı olabilmektedir. Turistlerin, ziyaret amaçları bir bakıma turistik yörelerdeki hem yöre halkı ile olan ilişkilerini hem de yöredeki etki derecelerini belirlemektedir. Örneğin merak amacıyla bir yöreyi ziyaret eden turistler, yöredeki halkın yaşam biçimini öğrenmek amacıyla onlarla samimi bir iletişim kurarken öte yandan iyileşme amacıyla sağlık turizmine katılan bir turist, yöre halkı ile iletişim kurmayabilir (Ondimu, 2002, s.1036-1037). Bunların yanı sıra turistler sadece dinlenmek ve eğlenmek veya ünlü yerleri görmek gibi nedenlerden dolayı seyahat edebilmektedir (Kang, 2000, s.36).

Turistler gezi planlarını yaparken, kendi ilgileri doğrultusunda ve yörenin merak ettikleri özelliklerini görmek ve tanımak amacıyla tercihlerini şekillendirirler. Burada yörelerin kültürel (müzik, dans, tiyatro, giyim tarzı, yerel sanatları,

gelenekleri, törenleri, yaşam tarzları, geleneksel ekonomik etkinlikleri ve mimari) özellikleri önem taşımaktadır. Turistik yöreler bu çekiciliklerini kaybettiğinde, turistlerin tercih etmedikleri yerler konumuna geleceklerdir. Bu da turizmin o yörede başarısızlığına yol açabilmektedir (National and Regional Tourism Planning, 1997, s.35).

Genel olarak insanların yapısında farklı kültürleri tanıma isteği vardır. Turistin geldiği bölgedeki kültür ile ev sahibi bölgenin kültür yapısı arasındaki farklılıklar arttıkça, turist kabul eden bölgeye yönelik turistik talepte artış görülür (Akgöz, 2003, s.23). Bazı turistler, yöreleri daha çok kültürel çekiciliklerini görmek amacıyla ziyaret edebilmektedirler (MacDonald ve Jolliffe, 2003, s.308). Turistlerin kültürel anlamda yaptıkları ziyaretler, onların yöre halkı ile daha iç içe olmalarını sağlamaktadır. Çünkü gezilerinin en baştaki amacını, gittikleri yöre insanının kültürü hakkında bilgi sahibi olmak oluşturmaktadır. Bu süreçte birbirlerinden etkilendikleri genellikle gözlenebilen bir sonuçtur (Wanhill, 1996, s.99).

Dünya Turizm Örgütü, yapılan turizm seyahatlerinin yüzde 37'sini, kültürel turizmin oluşturduğunu ve bu seyahatlere katılan kişilerin her yıl yüzde 15 oranında arttığını tahmin etmektedir. Her yıl 650 milyon civarındaki kişilerin, uluslar arası turizmin en azından 240 milyonunun kültürel turizm nedeniyle yapıldığı tahmin edilmektedir. Amerikalıların % 70'inin Avrupa'ya seyahat etme nedeni olarak kültürel kalıntıları görmek olduğu ve temel neden bu olmasa bile İngiliz turistlerin % 67'sinin seyahatlerinin en azından birinin yine kültürel kalıntıları görme adına yaptıkları bilinmektedir. Yapılan bir araştırmada, Amerika'yı ziyaret eden uluslar arası turistlerin % 40'ının kültürel turizmle ilgilendiği kaydedilmiştir. Amerika'da yurt içi seyahat edenlerin hemen hemen yarısı, yaklaşık 65 milyon insan, kültürel veya miras turizmi etkinliklerinin birçoğuna katılmıştır. Kaliforniya'da, deniz aşırı seyahat edenlerin % 45'i tarihi yerleri ziyaret etme amacını taşımaktadır. Kanadalıların % 90'ı, bir ülkenin yöre halkının yaşadığı yerler dâhil olmak üzere tarihi yerlerle ilgilenmektedir (McKercher ve Cros, 2002, s.135-136). Yerel toplumlar, turistler için her zaman bir ziyaret amacı oluşturmaktadır. Çünkü yöre

halkının el sanatları, eğlence ve yemek kültürleri, yani kısaca yaşam biçimleri, turistlerin ilgisini çekmektedir (Posey ve Dutfield, 1996, s.6).

Destinasyonlarla ilgili çekiciliklerden bir diğeri, yerel toplumun dinidir. Birçok turist, kendisine yabancı olan bir kültürün geçmişi, yaşam tarzı ve dini hakkında bilgi sahibi olmayı istemektedir. Eğer, yerel toplumun dini veya geçmişte aynı yörede yaşatılan din, turistlerin dini ile aynı ise, bu o yörenin ziyaret edilmesinde önemli bir nedendir (Davidson,1993, s.172). Himalayalar'da yaşayan insanların dinsel inanışları ve bu inanışlarının, günlük yaşamlarına nasıl yansıdığını görmek isteyen turistler, her yıl bölgeye akın etmektedir. Turistler, kendi ülkelerindeki gibi zengin restoranlar, cafeler veya çeşitli eğlence mekânlarına, ziyaret ettikleri bölgede rastlamamalarına rağmen, Himalayalar'daki din yapısını görmek ve tanımak amacıyla ziyaret etmektedirler (Singh, 2004, s.58).

Turistler merak, dinlenmek ve gezmenin yanında, sadece kendi özel zevklerini gidermek için de seyahat etmektedirler. Ava çıkmaktan hoşlanan bir kişi av turizmine katılırken, doğa yürüyüşünden zevk alan bir kişi bu alanda turizm olayı içinde yer almaktadır (Fennell, 2002, s.5).

Kişilerin seyahat etme nedenleri bir araya getirildiğinde, dört küme altında 18 önemli neden ortaya çıkmaktadır. Bunlar; *eğitim ve kültür adı altında*; diğer ülkelerdeki insanların nasıl yaşadıkları ve nelerle meşgul olduğunu öğrenmek, belli yerleri görmek, nelerin olup bittiğini anlamaya çalışmak ve özel etkinliklere katılmak, *rahatlama ve zevk adı altında*; günlük rutinden kaçınmak, iyi bir zaman geçirmek ve duygusal bir deneyim elde etmek, *etnik ve miras adı altında*; ataların geldiği yerleri, aile ve akrabaları ziyaret etmek ve *diğer nedenler arasında ise*; iklim, sağlık, spor, ekonomi, macera, kendini gösterme, çoğunluğa uyma, tarih ve dünyayı bilme duygusu olarak sıralanabilir (Rızaoğlu, 2003, s.69).

Ülkemizi ziyaret eden turistlerin geliş amaçları Tablo 16’da verilmektedir:

Tablo 16: Turistlerin Ülkemizi Ziyaret Etme Nedeni

Geliş Nedeni	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Gezi, Eğlence	5 231 272	6 401 017	6 815 797	8 216 757	9 904 716	8 529 890
Kültür	917 368	1 016 739	1 004 079	1 116 206	1 310 082	1 008 513
Sportif ilişkiler	127 657	128 893	156 162	213 971	249 765	179 419
Yakınları ziyaret	794 651	980 005	839 086	1 044 575	1 480 442	1 929 800
Sağlık	96 860	82 693	103 404	133 721	164 598	153 895
Dini	30 962	60 171	58 456	61 053	106 710	101 564
Alışveriş	829 207	759 589	968 486	1 041 585	1 085 802	1 135 273
Toplantı, konferans, kurs, seminer	239 777	235 156	297 903	324 152	410 326	443 500
Görev	500 328	571 573	730 272	814 150	862 997	1 030 319
Ticari ilişkiler, fuar	503 300	376 813	442 431	633 994	610 106	747 599
Transit	308 428	252 722	246 377	168 330	404 940	321 607
Eğitim		197 834	72 060	125 060	88 356	94 399
Diğer	427 704	115 944	399 684	588 267	624 989	755 038
Beraberinde giden	1 269 016	1 742 834	1 567 221	2 721 176	3 218 792	2 845 134

Kaynak: (www.tuik.gov.tr).

Tablo 16’da görüldüğü üzere, turistler çok çeşitli nedenlerden dolayı ülkemizi ziyaret etmektedirler. En büyük nedenler arasında gezi, eğlence, kültür ve alışveriş yer almaktadır. Bunları, görev, yakınları ziyaret, ticari ilişkiler, sportif ilişkiler, din, eğitim, toplantı, transit ve sağlık nedenleri izlemektedir.

• ***Turistlerin Beklenti ve Tatmin Düzeyleri:***

Turistler tatilleri süresince, beklentilerinin karşılanmış olmasını istemektedirler. Bu süre boyunca aldıkları hizmetlerle memnuniyet duymaya ihtiyaçları vardır. Bir turist, beklentisi karşılanmış ve tatilinden tatmin olmuşsa,

bulunduğu yöre insanı ile o denli iyi ilişkiler kurmaktadır (Hamilton, 2002, s.6). Çünkü turistlerin çoğu tatile, bir takım beklentilerini karşılamak için gitmektedir. Onların memnuniyeti, tatilleri süresince, iyi vakit geçirdiklerini ifade etmektedir (Ryan, 2002b, s.37).

Bazı turistler tatillerinde deneyim kazanmak istemekte, bu anlamda tatile yönelik bir takım beklentiler içine girmektedirler. Gezileri süresince deneyim elde etmemiş olurlarsa, bu durum onların seyahatleri boyunca ilişkilerini etkilemektedir. Çünkü bu şekilde düşünen turistler geziyi, sadece dinlenmek ve eğlenmek olarak görmemekte, ülkelerine döndüklerinde, tatillerinin onlara bir şeyler katmış olmasını istemektedirler (Bleasdale ve Tapsell, 1999, s.197).

Ayrıca turistlerin çoğunluğu seyahatleri süresince kendilerini güvende hissetmek istemektedir. Yapılan birçok araştırmada, güvenlik konusunun turistler için hizmet, ücret gibi konulardan sonra ilk sıralarda geldiği görülmektedir. Kendini güvende hissetmeyen bir turist gezi boyunca tedirgin olabilmekte bu durum çevresiyle olan ilişkilerini etkilemektedir (Takahashi, 2002, s.9).

Turistlerin beklentilerinin çoğu, seyahate çıkmalarına neden olan unsurlarla ilgilidir. Bu nedenle turistler, tatile çıkış nedenlerine göre gittikleri yörelerde beklenti içine girerler. Turistlerin tatilleri ile ilgili genel olarak beklentileri şu şekilde sıralanabilir (Batman ve diğerleri, 2001, s.73-74):

- Turistlerin çoğu, merak duygusu ve yeni yerler görme isteği ile seyahate çıkmaktadır. Bu turistler, alışkanlıklarının dışında doğal, tarihsel, toplumsal ve kültürel farklılıkları görmeyi beklemektedir.
- Dinlenme isteği ile seyahat eden bir turist ise, gittiği yerde gürültüsüz, sessiz, temiz ve rahat bir ortam bulmayı istemektedir.
- İnsanlar, çalışma ortamında uymak zorunda oldukları katı kurallardan uzaklaşmak ve daha özgür bir hayat yaşayabilmek için ortam değiştirebilirler. Böyle

bir turist, rahat hareket edebilmeyi, istediğini yapmakta özgür olmayı, buna karşılık kendisine hoşgörü gösterilmesini beklemektedir.

Bunların yanında turistlerin, sağlık, konut, yiyecek-içecek ve temizlik gibi konularda ortak beklentileri olduğu söylenebilir. Bu yüzden, sağlık olanaklarının yeterli düzeyde bulunması, su, elektrik ve tuvalet gibi sorunların çözümlenmesi, turistlerin beklentilerinin karşılanmasında önemli rol oynamaktadır.

- ***Turistlerin Gittikleri Bölgedeki Kültür Hakkındaki Bilgi Eksikliği:***

Turistler bir yandan heyecan arayabilir, öte yandan yeni bir çevrede kendini güvensiz ve yabancı hissedebilmektedir. Turistlerin bilgi sahibi olmadığı yerel toplumdan ürkebildikleri, ülkenin dilini bilmemesi nedeniyle rahatsızlık duyabilmektedir. Kültürel anlamdaki bu bilgisizlik, turistin gittiği yöre insanının değer ve normları hakkında bir fikrinin olmamasına neden olmaktadır. Bu yüzden turistlerin, yerel yaşama ve geleneklere saygı duyma konusunda yöre halkıyla çatışma içine girdiği görülmektedir (Engelhardt, 2004, s.58).

Turistler üzerinde yapılan araştırmalar sonucunda, turistlerin gittikleri yöre insanının sahip olduğu kültür hakkında fazla bir bilgiye sahip olmamasının, onların kültür şoku yaşamalarına neden olduğu ortaya konulmuştur. Turist, sahip olduğu kültürün davranış ve inanış biçimlerini ziyaret süreci boyunca yanında taşıdığı için, gittiği yerdeki kültür farkının bilincine varmakta ve bu anlamda bir kültür karmaşası yaşayabilmektedir (Hottola,2004, s.448).

2.5.2.3. Yöre Halkının Turizme Yönelik Tutumları

Bir bölgedeki turistik gelişim, yöre halkının davranışlarıyla büyük ölçüde ilgilidir. Yöre halkının turizmle ilgili düşünceleri, bir anlamda turizmin etkilerini belirlemektedir. Diğer yandan destinasyonların turizm anlamında başarılı gelişimleri için yöre halkının desteğine ihtiyaç duyulmaktadır (Kuvan ve Akan, 2004, s.691). Bu yüzden turistler ve yerel toplum arasındaki etkileşim, bir bakıma yöre halkının

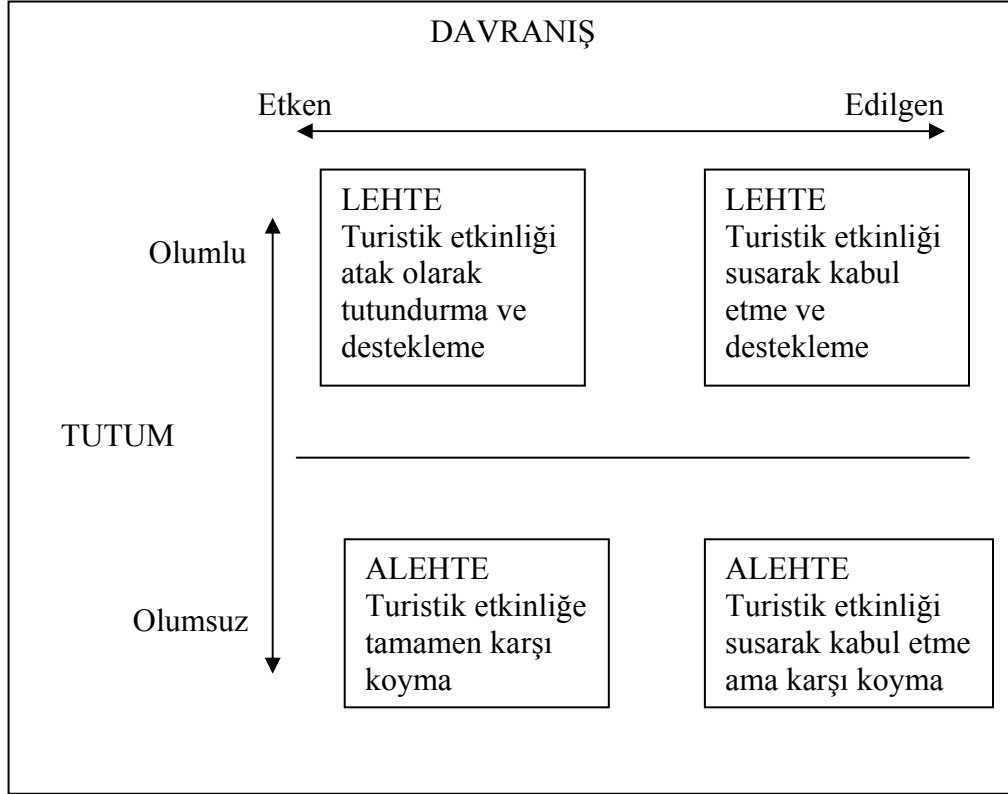
turizmle ilgili tutum ve davranışlarıyla ilgilidir. Bu yerel davranışlar içindeki çeşitlilik, bölgedeki turist-yöre halkı ilişkilerini belirlemektedir (Bleasdale ve Tapsell, 1999, s.190). Eğer yöre halkını oluşturan kişiler, turizmi olumlu bir etkinlik olarak algılıyorlarsa, yörelerindeki turizm gelişimini desteklemektedirler. Ancak bunun tam tersi, turizmin yaşadıkları yere bir fayda getirmediğini düşünürlerse, turizm gelişimine karşı direnç gösterme eğiliminde olabilmektedirler (Banks, 2003, s.11).

Yöre halkının sergilediği olumlu veya olumsuz davranışlar, her iki taraf arasındaki iletişimin bitmesine veya devam etmesine yol açmaktadır. Turizmden para kazanan yöre halkı ile kazanmayan yöre halkı arasında bazen davranış farklılığı yaşanabilmektedir. Çünkü turistler sayesinde geçimini sağlayan bir bireyin davranışları turistleri memnun etme yönünde olacaktır. Bu yüzden bu kişiler, turizm gelişimine olumlu tutum göstermektedirler (Ross, 1994, s.123-124).

Yöre halkının, turistlere yönelik geliştireceği olumsuz davranışlar ise, yörenin turizmini oldukça etkileyebilmektedir. Turistlere gösterilen bu tutum ve davranışlar, yörenin turizm gelirini, istihdamı ve yörenin imajını zedeleyebilecek bir güçtedir. Yöre halkının, turistlere yönelik bu tavırlarının birçok nedeni olabilir. Bunlardan bazıları; yöre halkının, turistlerin yörenin ahlâki değerlerini azalttıkları, mal ve hizmetlerin satın alma değerlerini arttırdıkları ve yerel kültürü kendi kültürleri yönünde değiştirdiklerine dair düşünceleridir (Fagence, 2003, s.59).

Yöre halkının turizme yönelik davranışları farklı şekillerde olabilmektedir. Bu durum Şekil 5’de görülmektedir. Buna göre, yöre halkı turizmi benimseyip destekleme eğilimi içinde olabileceği gibi, turizme tamamen karşı çıkabilmektedir. Bu durum onların turistlere karşı olumlu ya da olumsuz tavır almaları ile sonuçlanmaktadır. Örneğin turizmle ilgilenen girişimciler, muhtemelen girişken tutum ve davranışlara sahip olabilirler. Diğer yandan küçük bazı girişimci gruplar, turizmin gelişmesine tamamen olumsuz bakabilirler. Turizmle ilgilenen yerel iş adamları, turizme olumlu bakarken, korumacı yerli gruplar turizmin gelişimine karşı reddedici, edilgen bir tutum ve davranış geliştirebilirler (Rızaoğlu, 2003, s.299-300).

Şekil 5: Yöre Halkının Turizme Karşı Tutum ve Davranışları



Kaynak: (Rızaoğlu, 2003, s.299).

Konu ile ilgili yapılan araştırmaların genelinde, turizm sektöründe çalışan kişiler ile çalışmayan kişiler arasında, turizme yönelik tavır ve düşünce farklılıkları belirlenmiştir. Buna göre turizm sektöründe çalışan yöre halkı, bu sektörden para kazandığından, turizmin, yöreleri için gerekli olduğunu savunmaktadır ve eğer turizm olmasaydı, sahip oldukları mesleklerinin de olmayacağını düşünmektedirler. Bu yüzden bu kişilerin turizme yönelik tutumları olumlu yönde olmaktadır (Ransom, 2000, s.12).

2.5.2.4. Kalıp Yargılar

Kalıp yargı, “gruplar hakkında kültürel olarak belirlenmiş, genellikle kesin bir temeli olmayan genellemelerdir”. Tanımlayıcı bir fonksiyonları olan kalıp

yargılar, insanların, nesneleri ve olayları gözlemlemeden genelleştirerek değerlendirmeleri şeklinde ifade edilmektedir (Güney, 1998, s.212).

Gruplar arası ilişkiler, inançlar ve temsiller bağlamında kullanılan kalıp yargılar, genel olarak diğer insanların içerisine yerleştirildiği kategorileri ifade etmektedir. Kalıp yargılar, bireysel farklılıkları dikkate almayan basitleştirilmiş yaygın inançlara dayanmakta, çoğu zaman önyargıların gelişmesinde etkin rol oynamaktadır (Gezgin, 2004, s.161-162).

İnsanları bir takım türlere, tiplere bölmeyi ifade eden kalıp yargılar, tahmini ya da duygusal bir durumu ifade etmektedir. Kalıp yargılar bireylerin zihinlerindeki resimler gibidir. Bu özellikler her zaman gerçeğe ve olumlu kanıtlara dayanmamakla beraber, sadece olduğu düşüncesi ile ilgilidir (Tezcan, 1997, s.107-108). İnsanların bir ülke veya ülke insanı ile ilgili kalıp yargılarının oluşmasında iletişim araçlarının rolü oldukça büyüktür. Örneğin terör olayları, cadde ve sokakların bir yarış pistine çevrilmesi, futbol fanatizmi ve nasıl sevinileceğinin dahi ortaya konulamaması gibi görüntüleri televizyonlarda izleyen insanlar, söz konusu ülke hakkında olumsuz yönde düşünceye kapılabilmektedir (Sam, 2001, s.57).

Yöre halkının, turistleri basmakalıp yargılar içinde algılamaları, onlara karşı olumsuz tutumlar geliştirmelerine yol açabilmektedir. Turistler, benzer özellikler gösteren bir kalabalığın bir parçası olarak düşünülmekte; kişisel ve değişik özelliklerine dikkat edilmemektedir. Yöre halkının geçmiş deneyimleri ile söylenti ya da dedikodu biçiminde turistler konusunda duydukları herşey, onlarda turistlere karşı tutumsal bir kalkan oluşturmaktadır (Doğan, 2004, s.96).

2.5.2.5. Yöre Halkının Toplumsal Yapısı

Yöre halkının toplumsal yapısı, turizmin etkilerinin algılanma boyutunu değiştirebilmektedir. Turistin gittiği yöre insanının toplumsal yapısı, kendisine nasıl davranılacağını belirleyen bir etki olarak gözlenebilmektedir (Özkul, 2001, s.35).

Turistin gittiği ülkenin toplumsal yapısı ve kültürü, kendisine nasıl davranılacağını belirleyen temel etmenlerden biridir. Kentleşme, endüstrileşme ve ekonomik gelişmenin yüksek düzeylere ulaştığı Batı toplumlarında, turist, alıştığı yaşam biçimini bulmaktadır; bununla birlikte turistler bu ülkelerde, daha rahat davranır ve daha kolay ilişki kurabilir. Öte yandan, gelişmekte olan ülkelerde, yaşam biçimi, turistin geldiği ülkeye göre çok değişik bir yapı gösterir. Toplumsal yapı, kırsal yaşam biçiminin izlerini sürdürmektedir. Dışarıya kapalı bir yaşamın etkisiyle yabancılar kuşkuyla karşılanmakta, kendilerine karşı soğuk ve hoşgörüsüz davranılmaktadır. Özellikle Batı egemenliği altında olan ya da yeni bağımsızlığını kazanmış ülkelerde, yabancı düşmanlığı daha yüksek olmaktadır (Doğan, 2004, s.93-94). Küçük turistik topluluklarda, özellikle, ilkel bir yaşam süren dışa kapalı kabilelerde, durum biraz daha farklı olabilmektedir. Çünkü bu tür yöre halkı, dini inanışlarına ve geleneksel değerlerine oldukça bağlıdır. Doğaya bağlı yaşam süren bu kişiler için maddi varlıklardan çok duygular ve ilişkiler önemli olmaktadır. Bu yüzden yaşam biçimlerini ve inanışlarını görmek isteyen turistlerle olan ilişkileri bu değerler üzerine kurulmaktadır (Sundjaya, 2005, s.184-185).

Yöre halkının eğitim ve kültürel seviyesi bu konuda etkili olmaktadır. Yöre halkı ve turistler arasındaki ilişki sonucu kültürel değişim tüm toplumlarda görülebilir. Ancak bu bir süreç içinde gerçekleşir ve değiştikten sonra, toplumun öz benliğine dönmesi çok zordur. Hatta yaşanan değişimler toplumsal çöküşlere bile neden olabilmektedir. Bunu önlemek için eğitime önem verilmesi gerekmektedir. Bilinçli insanlardan meydana gelmiş toplumlar, bu durumdan fazla bir zarar görmeyebilirler. Bu toplumlar, kültürel anlamdaki herhangi bir değişimin çok büyük boyutlara ulaşabileceğini, alt yapılarının büyük zarara uğrayabileceğini bilmektedirler (Pateman,1993, s.189).

2.5.2.6. Turizmin Gelişim Seviyesi

Turizmin yerel toplumun değerleri üzerindeki etkisi, turizmin gelişme düzeyine bağlıdır. Turizmin fazla gelişmediği yörelerde, değerlerin korunduğunu, yerel sanatın daha canlı olduğunu gözlemlemek mümkün olabilmektedir (Doğan,

2004, s.132). Ancak bu durumun tam tersi de mümkündür. Turistler, gelişmiş ülkelerin değerlerinin taşıyıcısı olup, turizm faaliyeti ile gelişmiş toplumların değerlerini, davranış kalıplarını yaygınlaştırarak evrenselleştirmektedir. Turizme açılan yöreler, hızla kentleşme sürecine girmekte, yöre halkı kentsel değerlerle tanışmaya başlamaktadır. Bu yörelerde turizmden gelir elde eden ya da etmeyi hedefleyen bireyler, yeni karşılaştığı bu değerleri çabuk benimsemektedir. Bu sektörden gelir elde etmeyi düşünmeyenler ise turizme karşı tepki oluşturabilmektedir. Turizme açılan bu yörelerdeki değişimler bir anlamda modernleşmeyi sağlamaktadır (Bozyer, 2001, s.58-60).

Bir yöredeki turizmin gelişim seviyesi bazı aşamalardan geçmektedir. İlk aşama, yörenin turistler tarafından keşfedilmesiyle başlamaktadır. Daha sonra bu tanınmayla birlikte, yörede az da olsa ekonomik, çevresel, sosyal ve kültürel etkiler belirmeye başlar. Bununla birlikte yörede turizm yatırımları gerçekleşmektedir. Son olarak yörenin çekicilikleri artmaya ve turistler fazla sayıda gelmeye başlamaktadırlar. Böylelikle turizmin, bir yörede gelişmeye başladığı kabul edilmektedir (Lepp, 2004, s.15-16). Turistik yörelerde turizm gelişimi için hem devlet hem de bireysel olarak kişiler bir takım yatırımlar yapabilirler. Bu faaliyetler, turizmin o yörede gelişmesinde etkili olmaktadır. Yatırımların arttırılması elbette ki finansal imkânlarla sınırlı olmaktadır (Spenceley, 2003, s.1-2).

Turizm bir yörede, hızlı bir şekilde geliyorsa, ekonomik anlamda yeni güçler gözlenebilmektedir. Özellikle yabancı yatırımlar artabilmektedir. Ancak turizm gelişimi düşük oranda ise, yerel yatırımlar devam etmektedir. Yöre halkı ise yabancı yatırımcılardan çok yerel yatırımcıları yöresinde görmek isteyebilmektedir. Bu durum, karşılıklı ilişkilerine yansımaktadır (Anstrand, 2006, s.17).

Yerel kültür, yöre halkı ve turistler arasındaki ilişkiyi etkileyen bir takım faktörler vardır. Turistik yörelerde uygulanan turizm politikaları, iş çevresi, turist kültürü ve bölgedeki turizmin gelişim seviyesi gibi faktörler bu süreçte etkili olmaktadır (Gartner, 1996, s.166). Turizmin bir bölgedeki gelişiminin boyutu, yöre halkı ile turistler arasındaki ilişki için önemlidir. Çünkü genellikle turizmin büyük

oranda geliştiği ve çok sayıda turistin yöreyi ziyaret ettiği durumlarda, çevresel, sosyal, ekonomik ve kültürel bozulmalar gözlenebildiğinden, yöre halkı bu duruma tepki gösterebilir. Bu da, turistlere karşı kötü davranışlar sergilemelerine neden olabilmektedir (Davenport ve Davenport, 2006, s.281).

2.5.3. Yöre Halkı-Turist Etkileşimi Sonucu Ortaya Çıkan Olası Durumlar

Turist-yöre halkı etkileşiminden sonra, hem yöre halkı hem de turistler açısından olumlu veya olumsuz birçok değişiklik gözlenebilmektedir. Örneğin turistlerin gelmesiyle, gelenekleri zedelenen bir toplum kültürel değişmeye uğrayabilirken; turistler alışık olmadıkları bir toplumun yaşam tarzına ayak uyduramayarak kültür şoku yaşayabilmektedir (Özkul, 2001, s.43). Yöre halkı ve turist etkileşimi sonucunda ortaya çıkabilecek bu olası durumlar alt başlıklarda incelenmektedir:

2.5.3.1. Kültürel Aktarım

Kültürel bağlamda ve yaklaşık olarak aynı anlam içinde, bir toplumsal gruba ait olan bilginin, yerleşik söylemlerle semboller düzeninin diğer kuşaklara iletilmesi süreci ‘kültür aktarımı’ diye tanımlanmaktadır (Güvenç, 2002, s.87).

Turizm ise kültürel aktarım için çok iyi bir yoldur. Çünkü birbiriyle iletişim halinde olan turistler ve yöre halkı, kendilerine özgü kültürü karşılıklı olarak birbirlerine ifade etme fırsatı bulabilmektedir. Bu sayede, farklı kültürler hakkında bilgi sahibi olmaktadır (Harari, 2005, s.19). Turistler ve yöre halkı arasındaki kültürel aktarım, karşılıklı ilişkilerin boyutuna bağlıdır. Eğer ilişki, samimi bir ortamda gelişme gösteriyorsa, iki taraf arasındaki paylaşım o denli fazla olacaktır. Bunun sonucu olarak, kültür aktarımı yüksek oranda gerçekleşmektedir (Hitchcock, 1997, s.97).

2.5.3.2. Kültürel Yayılma

Kültür değişimlerinde rol oynayan kavram yayılma kavramıdır. Kültürel yayılma davranış kalıplarının bir kültürden diğerine iletilmesi demektir. Bu aktarım toplumsal bir değişmeye neden olabilmektedir. Gelenek ve göreneklerde, dinsel kurumlarda, sanatta, cinsel davranış, tutum ve değerlerinde ve dildeki değişimler şeklinde açıklanabilir. Bu anlamdaki değişimlerin gerçekleşmesi için bir zaman gereklidir (Tezcan,1995, s.171). Bunların bir kısmı kabul edilir bir kısmı ise reddedilir. Bunun için toplumlar arası temas ve iletişim gerekmektedir. Kitle iletişim araçları bu yayılmada etkin rol oynamaktadır (Aytaç, 2002, s.162).

Her toplum bir kültüre sahiptir. Bu yüzden farklı insanların karşılaştığı yörelerde, kültür değişiminden söz etmek mümkün olabilmektedir. İki kültür karşılaştıktan sonra aralarında son derece büyük bir kültürel yayılmadan söz edilebilir. Çünkü insanlar kendileriyle birlikte ait oldukları kültürün davranış örüntülerini taşırlar (Fichter, 1990, s.128-129).

Turizm, kültürel yayılma için önemli bir sektör konumundadır. Birbirleriyle iletişim içinde olan yöre halkı ve turistler karşılıklı olarak, öğrendikleri yaşam biçimleri, yeme-içme alışkanlıkları gibi özellikleriyle kültür yayılmasına katkıda bulunabilmektedirler. Ayrıca turistler, ülkelerine döndüklerinde, öğrendiklerini diğer insanlarla paylaşmaktadırlar (Özkul, 2001, s.45).

2.5.3.3. Kültür Şoku

Bir insanın kendi kültürüne yabancı bir kültüre, tamamen farklı bir değerler ve normlar sistemi içine girdiği zaman yaşadığı yolunu kaybetmişlik, şaşkınlık veya yönsüzlük duygusuna ‘kültür şoku’ adı verilmektedir. Bu, daha çok bir kişinin yaşadığı yerden farklı bir ülkeye yerleşme amacıyla gittiği zaman, fiziksel çevrenin etkisiyle sık sık karşılaşılabilen bir durumdur (Churchman, 1997, s.65).

Kültür şoku, yeni bir kültüre ya da topluma uyum sağlanamadığında, ya da uyum sağlayana kadar geçen süre içerisinde verilen tepkilerdir. Adaptasyon, değişim, düşmanlık ve çevrede olan biteni daha iyi algılama gibi durumları içeren bir olaydır. Bu kavramların tümü birbirleriyle etkileşim halindedir ve sonuçta ortaya kültür şoku çıkar (Hottola, 2004, s.448).

Turistik yörelerde kültür şoku sıkça rastlanabilen bir durumdur. Turistleri paralı insanlar olarak gören yöre halkı, yaşam standartlarını turistlerinki ile karşılaştırarak, kendi kültürünü reddetmeye başlayabilir. Bu, kültür şokunun bir sonucudur (Rattanasuwongchai, 2001, s.6). Aynı durum turistler için de geçerlidir. Gittiği yöre halkının yaşam biçimini gözlemlediğinde, turistler kendi kültürü ile olan farklılıkları görebilirler, eğer iki kültür arasında büyük farklılıklar varsa, turist ciddi anlamda uyum sorunu yaşayabilmektedir (Rocharungsat, 2004, s.343).

Fiziksel ve psikolojik bir takım unsurları farklı bir ortama geldiğinde bırakmak durumunda kalan turistler üzerinde ve onları misafir eden yerel toplumda görülen kültür şoku, turizmin sosyo-kültürel etkilerinden biridir. Turistlerin gittikleri bazı yörelerde, yeni kıyafet kurallarına, yaşam tarzına ve konuşma kurallarına uyum sağlama gibi bir zorunlulukları olduğundan, karşılaştığı kültürün kendi kültüründen farklı olmasıyla birlikte bir etkilenme yaşaması söz konusu olmaktadır. Turistlerin kültürel şokun etkilerini azaltmakta kullandıkları yöntemlerden bir tanesi grup halinde dolaşmak veya paket tur satın almaktır. Böylece bulundukları ortamın içerisinde kendilerini dış etkilere karşı korumakta olduklarına inanmaktadırlar. Turistlerin kendini kültürel şoktan koruma girişimleri diğer kesimle arasındaki kültürel açığın giderek büyümesine neden olabilmektedir. Sonuçta yerel toplumun bireyleri sadece fotoğrafları çekilebilir nesneler haline dönüştürülmekte ve bu yaklaşmayı engellemektedir (Gartner, 1996, s.169-170).

2.5.3.4. Kültürel Farklaşma

Çeşitli toplumlar arasında önemli kültür farklılıkları olabileceği gibi, aynı toplum içindeki çeşitli toplumsal sınıfların ve kümelerin farklı kültürel özellikler

taşımaları söz konusudur. Burjuva kültürü, işçi sınıfı kültürü veya gecekondu topluluklarının kültürü buna örnek verilebilir. Bu durum, kültürel farklılaşma olarak ifade edilebilmektedir (Güven, 1999, s.175).

Her toplumun sahip olduğu kültürü yanında, toplumu oluşturan kişilerin farklı kültürel anlayışları olabilmektedir. Çünkü kültür çeşitlilik içermektedir. Grup veya kişilerin kültürel anlamda çok farklı değerleri ve inanışları olabilmektedir. Bir bölgeye yapılan göçler, o bölgedeki kültürel farklılıkları ortaya koyabilmektedir. Örneğin Amerika’da yaşayan insanların yaklaşık yüzde 11’i, Amerika dışında doğup, sonradan bölgeye göç eden insanlardan oluşmaktadır. Amerikan kültüründen farklı bir kültüre sahip olan bu kişiler, toplum içinde farklı değerlerle yaşamaktadırlar (Andersen ve Taylor, 2004, s.68-69).

Turistler ise gittikleri yörelerde, kendi kültürleri ile yöre halkının sahip olduğu kültür arasındaki farklılıkları hemen görebilmektedir. Yeme-içme alışkanlıkları, giyim tarzları, eğlenme biçimleri ve dinsel inanışlarındaki farklılıklar turist tarafından hissedilmektedir (Hottola, 2004, s.447).

2.5.3.5. Kültürel Yozlaşma

Kültürel değişimin sonucunda ortaya çıkabilecek bir durumdur. Özellikle geri kalmış ve gelişmekte olan ülkelerde, kültürel kimliğin korunması, özen gösterilmesi gereken bir konudur. Bir toplumun kendi gelişimi içinde, dışarıdan alınan düşünceler ve yabancı kültürel unsurlar benimsenmemekte ya da kolaylıkla özümselememektedir. Yani kültür dışalımını pek başarılı olamamaktadır (Güven, 1999, s.180).

Turistler yığınlar halinde bir bölgeye gittikleri zaman ise, o yöreye ait özellikler ve kültür giderek değişmeye başlayabilir. Geleneksel değerler yerini ticari anlayışa bırakabilir. Böylece yöre halkı, turistler gibi yaşamaya başladığında kültürel yozlaşma başlamış olur. Bu durumun nedenlerine bakıldığında, yerel toplumun turizme verdiği ödünden kaynaklandığı görülmektedir. Turistik yörelerdeki yöre

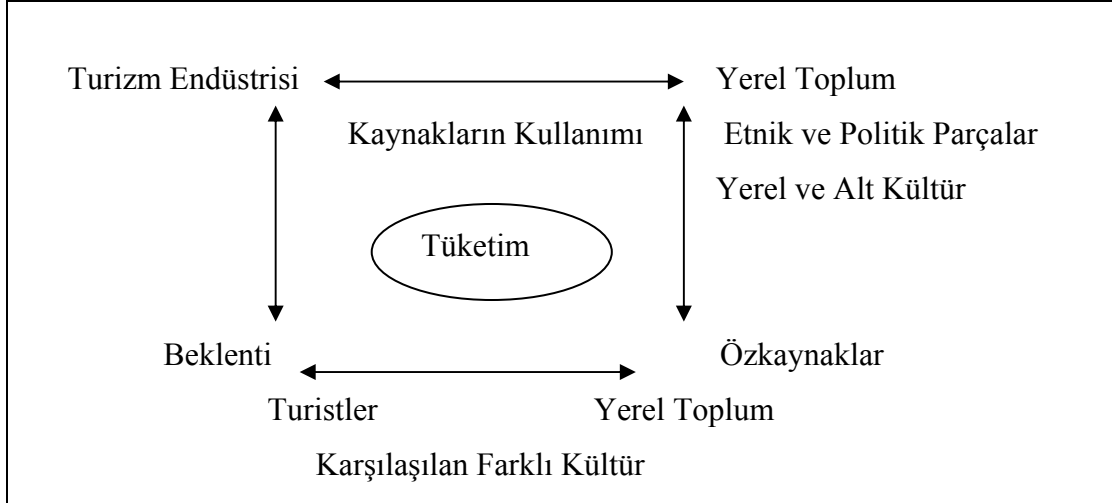
halkından birçoğuna göre, kültürel yozlaşma, turizmin olumsuz bir etkisi olarak işaret edilmektedir. Yerel kültür giderek, başka bir kültürün etkisinde kalarak, öz değerlerini kaybetmektedir (Ransom, 2000, s.13). Özellikle kırsal alanlarda turizmin gelişmesi, kültürel yozlaşmanın daha belirgin olmasına neden olabilmektedir. Turizmin etkileri, küçük ve kırsal yörelerde daha fazla hissedilmektedir. Örneğin bu tür yörelerde sosyal, çevresel, kültürel ve ekonomik hayat belirli bir sınırdan devam etmektedir. Ancak turizmin gelişmesiyle yöre halkı alışık olmadığı yeni hayatları gözlemlemektedir (Roberts ve Hall, 2001, s.4-5).

2.5.3.6. Kültürel Çatışma

İnsanların davranışlarını şekillendirmede kültürel açıdan öğrendikleri oldukça etkilidir. Değerler ve davranışlar, bir insanın yetiştiği ailenin ve toplumun öğrettiği kültürel formlardan geçmektedir. Her ailenin ve toplumun kültürel değerlerinin aynı olması gibi bir durum söz konusu olamayacağından, bu anlamda kültürel çatışma yaşanması çok olağandır (Giddens ve Duneier, 2000, s.52).

Turistler gittikleri yörelerde, rahat bir şekilde hareket ederek, yöre halkının alışık olmadığı şekilde davranışlar sergileyebilir. Bunun sonucunda yöre halkının tepkisi ile karşılaşabilir. Yöre halkı kendi öz değerlerine ters olan davranışları kabullenmek istemeyebilir. Bu savunmayla birlikte kültürel çatışmalar başlamaktadır. Kültürel çatışmanın boyutları aşağıdaki Şekil 6'da görülmektedir. Buna göre, yerel toplum ile turistler arasında karşılıklı bir ilişki söz konusudur. Bu ilişki sürecinde ise, hem turistler hem de yöre halkı, farklı bir kültür ile karşı karşıyadır. Farklı kültürler, yöre halkı ve turistler, bunların beklentileri ve karşılıklı ilişkileri, kültürel çatışmanın boyutlarını oluşturmaktadırlar. Her iki taraf beklentileri doğrultusunda, karşılaştığı yabancı kültür ile bir çatışma içine girebilmektedir. Çünkü her kültürün değerleri ve inanışları birbirinden farklı olabilmektedir.

Şekil 6: Kültürel Çatışmanın Boyutları



Kaynak: (Robinson, 1999, s.7).

2.5.3.7. Kültürel Yıkım

Bir toplum, sahip olduğu kültürden farklı olarak başka kültürlerin özelliklerini fazlasıyla benimsediğinde, kültürel yıkımdan söz edilmektedir. Burada önemli olan, değişimin ne oranda başladığı ve ilerlediği konusudur. Her değişme bir gelişme demek değildir. Toplamlar başka kültürlerin değerlerini aldığında, kültürel kişiliklerinden yoksun olmaya başlamaktadırlar (Balaman, 2002, s.24-25).

Genelde bir toplumda 'kültürel yıkım' dan söz edildiğinde, üç olasılık ortaya çıkmaktadır; bunlardan birincisi, kültür, ana işlevini, yani toplumun varlığını ve devamını sağlamayı gerçekleştiremez duruma gelmiştir. İkincisi, kültürün oluşturuu unsurları arasındaki tutunma ya da tutarlılık tümüyle veya büyük ölçüde ortadan kalkmıştır. Üçüncüsü ise, buna bağlı olarak toplum kültürünün genel görüntüsü idealden tümüyle sapmıştır (Özbudun, 2003, s.243).

Kültürel yıkım bir anlamda, toplumlar için farklı bir kültürün ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Kültür, belli süreçten geçmiştir ve yavaş yavaş sahip olduğu unsurlar, özelliklerini kaybetmeye başlamaktadır. Artık bu süreçten sonra kültürel değişim söz konusudur (İlhan, 2003, s.74).

Turizmin kültürel yıkıma neden olabileceği gözlenebilen bir durumdur. Kendisine tamamen yabancı olan bir kültürle karşılaşan yöre halkı, değerlerinden uzaklaşarak, bu yeni kültürün gerektirdiği bir yaşam biçimine bürünmeye çalıştığında, kendi kültürel kimliğinden sıyrılmaya başlamaktadır. Bu da giderek yerel kültürün yıkımına ve farklı şekillerde ortaya çıkmasına neden olabilmektedir (Doğan, 2004, s.129-130).

2.5.3.8. Kültürel Değişim

Kültürel değişim iki şekilde olmaktadır. Bunlardan biri serbest; diğeri zorunlu kültür değişimi olarak düşünülebilir. Serbest kültür değişimi, toplumların birbirleriyle olan ilişkilerinde kendiliğinden oluşan kültür alışverişleridir. Zorunlu ve güdümlü kültür değişiminde ise, aynı kültüre sahip sosyal gruplardan biri, kendi kültürünü veya onun belli bazı unsurlarını kabul etmesi için diğeri etkilemeye çalışmasıdır. İdarî bir nüfuz ve iktidara sahip bir zümre, yabancı bir kültürü veya bunun belli bazı bölümlerini toplum çoğunluğunun arzusunun tersine kendi toplumuna zorla kabul ettirme girişimleri güdümlü bir kültür değişimidir. Bu tarz değişim, daha çok bir toplumun herhangi bir biçimde -devrim, savaş, ihtilal gibi- yenilgisiyle sonuçlanan durumlarda görülmektedir (Erinç, 1995, s.50-51).

Kültürlerin birbirleriyle alışverişleri ve etkileşimleri olabilmektedir. Kültür alışverişleri ise beraberinde kültür değişimini getirmektedir. Doğal olarak kültür her nesilde bir takım değişmelere uğrar; çünkü her nesil kendi hayat tecrübesiyle eskilerden bazı şeyleri atar, kendi yeni bulduklarını kültürüne katar ve bu sayede toplumda ilerlemeler sağlanabilir. En ilkel kabileler düzeyinde bile kültürlerinde değişiklik olmayan bir toplumun varlığı düşünülemez. Bu değişimler daha çok başka kültürlerle temas sonucunda ortaya çıkmaktadır. Böyle durumlarda; toplumun idari

ve siyasi yapısında, yaşam biçiminde, değer ve inançlarında, eğitim sisteminde, kanunlarında, kullandığı araç ve gereçlerinde ve bunların kullanılmasında, bir takım değişiklikler meydana gelebilmektedir (Andersen ve Taylor, 2004, s.82-83).

Kültürel değişim her durumda gerçekleşebilir. Ancak önemli olan nokta, kültürde ve onun değişiminde öz değerleri koruma bilincine dikkat edilmesidir. Bir toplumun, kültür değişimi gerçekleştirmek pahasına millî ve manevî kişiliğini; kimliğini reddetmesi olumlu bir değişimi ifade etmemektedir (Couldry, 2000, s.13).

Konuya turizm açısından bakıldığında, kültürel değişimler çok çeşitli yönlerde görülebilmektedir. Geleneklerin bozulması, turistlerin davranışlarının taklit edilmesi, giyim ve yiyecek-içecek alışkanlıklarındaki değişimler, yabancı sözcüklerin yerel dildeki kullanımının artması, örf ve âdetlerin ticari bir faaliyete dönüşmesi ve yöre kültürüyle uyuşmayan eğlence tarzlarının giderek kültürün bir parçası haline gelmesi, bunun başlıca örnekleri arasında sayılabilmektedir (Özkul, 2001, s.46).

2.6. Turizmin Yerel Kültür Üzerindeki Etkileri

Yerel kültürü oluşturan unsurlar her ülkede, her toplumda o topluluğun en değerli manevi varlığını oluşturmaktadır. Bir toplumun kültürel kimliği, o toplumun nesiller boyu elden ele iletilen birikimdir. Yeni nesiller bu manevi birikim ışığında, toplumun korunmasında kendilerine düşen görevi yapmaya çalışmaktadırlar. Dünya ülkeleri arasında farklı kültürler, bir mozaik oluştururlar. Bu mozağin içerisinde her toplum, kendi kültür özelliklerini korumaya ve geliştirmeye çalışmaktadır (Ozan, 2004, s.955). Yerel kültür gerçekte çok güçlü unsurlardan oluşmaktadır ve bunların değişim içine girmesi bazen uzun yılları almaktadır. Farklı milletlere dolayısıyla farklı kültürlere sahip kişiler arasındaki iletişim, yerel kültürün uzun vadede de olsa değişimine neden olabilmektedir (Hamelink, 1997, s.20).

Kültürlerin karşılıklı olan temasında, maddi kültür unsurları nispeten manevi kültür unsurlarına göre daha çabuk etkilenmektedir. Kültür etkileşimi seçici bir

olaydır. Bazen manevi unsurlar çabuk etkilenmektedir. Gerçekte kültür değişmeleri üzerine yapılan araştırmalar göstermiştir ki, bir kültürün mensupları kendilerini karşıdakilerden daha aşağı gördükleri oranda, yabancı kültürün daha çok prestij yaratan dış görünüşlerine önem vermektedirler. Bunlar daha çok sembolik bir özellik taşımaktadır. Örneğin, yabancı kültürle ilgili olan isimlerin bulunduğu tişörtler giymek, çantalar takmak, çeşitli nedenlerle verilen kokteyller, soğuk yemeklerle misafir ağırlamak, bardak yerine fincanla çay içmek gibi tutum ve davranış değişiklikleri hep hakim kültürden görünme eğilimlerinin sonucudur (Eroğlu,1995, s.121-122).

Turizm ve kültür i ie olduğundan, ikisi arasında bir ilişki ve etkileşim söz konusudur. Birinde meydana gelen değişim diğerini de etkileyebilmektedir. Genellikle turizmin kültürel değişime neden olduğu görülmektedir (Towner, 1997, s.1017-1018). Turizm adına yapılan her davranış ve yapılan eylemler, kültürel boyutta etki edebilecek bir güçtedir. Bu da turizmin, kültürel iletişim boyutunda önemli bir noktada bulunduğunu göstermektedir (Demiray, 1991, s.43).

Turizm hareketleri ve gelişimi, yerel toplum ve onların kültürleri üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkiler oluşturabilir. Birçok araştırma, turizmin yerel toplum üzerinde olumlu katkılar sağlayabileceğinin ortaya koymaktadır. Özellikle ekonomik refahı arttırmak, iyileştirmek ve yerel kültürün kendine özgü değerine dikkatleri çevirmek gibi olumlu katkıları olabileceğine inanılmaktadır. Diğer bir bakış açısı ise, turizm ile yerel topluluğun etkileşim içinde olmasının, potansiyel olarak zararlı olduğudur (Fagence, 2003, s.55).

Farklı kültürlerin birbirleriyle ilişki içinde bulunmalarında turizmin önemli bir rolü vardır. Bu süreç, insanların sahip olduğu kültür hakkında bilgi sahibi olmalarında yardımcı olabilmektedir. Bu aynı zamanda turizmin, bir toplumun sosyal anlamda değişmesine etki etmesi demektir. Ziyaretçiler ve yöre halkının karşılıklı olarak sosyal temaslarda bulunmaları, birbirlerinden etkilenmelerine yol açabilmektedir (Lohmann ve Mundt, 2002, s.223).

Turistik bölgelerin kültürü ile turistler, ilişki içinde olduklarından birbirlerinden etkilenebilmektedirler. Bu durum, turizmin sosyal, ekonomik ve kültürel etkilerinin ortaya konulmasını amaçlayan birçok araştırmada kendini göstermiştir ve toplumları bu anlamda değişime uğrattığı gözlenebilmiştir. Hatta turizm bir bölgede yoğun olarak gelişmişse, o bölgede, yerel kültürden çok farklı bir kültür oluşabilmektedir (Pritchard ve Morgan, 2001, s.167-168; Carter ve Beeton, 2003, s.2).

1993 yılında turistik bir yöre olan Kuşadası ve turistik olmayan Yenipazar yöresinde, turizmin yerel turistik toplumsallaşmaya etkisinin araştırıldığı bir çalışmada, iki yöre insanının görüşleri arasındaki en büyük ayrılık, turizmin kültüre etkisi konusunda olmaktadır. Kuşadası'nda yaşayan yöre halkı, turizmin farklı kültürleri kaynaştırma etkisini olumlu olarak görürken, Yenipazar'da yaşayan yöre halkı bu etkiyi olumsuz olarak değerlendirmektedir. Yine Yenipazar'da yaşayan yöre halkı, turizmin gelenek ve görenekleri zayıflattığını düşünürken, Kuşadası'ndaki yöre halkı, bunun aksini düşünmektedir (Rızaoğlu, 2004, s.159).

Turizmin yerel kültür üzerindeki etkisi her zaman tartışılan bir konudur. Bilimin büyük bir çoğunluğu turizmin kültür üzerindeki olumsuz etkileri üzerinde dursa da, bu durumun bazen olumlu bazen ise olumsuz sonuçlar doğurabildiği gözlenebilmektedir. Turizm, ev sahibi toplumun yerel kültürü üzerinde yani dinsel inanışları, ahlâki davranışları, yaşam biçimleri ve yerel sanatları üzerinde bir takım değişikliklere neden olabilmektedir (Hunter, 2004, s.296).

Turizmin yerel kültür üzerindeki etkileri genel olarak, dinsel inanç ve davranışların değişmesi, ahlâki değer ve davranışların değişmesi, yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi, yabancı sözcüklerin yöre halkının dilindeki oranının artması, yerel sanatın işlev ve anlamının değişmesi ve turizmin yöre halkının kendi kültürünün bir parçası haline gelmesi olmak üzere altı başlıkta incelemek mümkündür (Doğan, 2004, s.131).

2.6.1. Dinsel İnanç ve Davranışların Değişmesi

Genel anlamıyla din, “büyük ve üstün, insanın karşı koyamayacağı tabiatüstü bir varlık tarafından bazı şekiller altında emredildiği kabul olunan kural ve inançlardan oluşmuş bütün” şeklinde ifade edilmektedir (Dönmezer, 1994, s.238).

İnsan toplumlarını birbirinden ayıran en önemli özelliklerin başında, dil ve din birliği gelmektedir. Kısaca din, dil, tarih, hukuk, edebiyat, sanat ve ahlâk gibi bir arada yaşayan insanların oluşturdukları ortak değerler ve bunların birleşimiyle oluşan, ortak duygu ve düşüncelere dayanan bir kültür vardır. Söz konusu olan bu kültürün oluşmasında ve ahlâk anlayışının gelişmesinde inanılan dinin büyük ölçüde belirleyici ve o kültürü şekillendirici rolü bulunmaktadır (Idinopulos, 1999, s.152-153). Din ile kültür birbiriyle ilişki içinde olan ve ayrılmaz iki unsurdur. Din, bir toplumun kültür hayatının bütününde ortaya çıkmaktadır. Temel din anlayışı, hem daha dar anlamdaki dini, hem de kültürü aşarken, somut din bugün bile kültürel hayatta önemli rol oynar; o, kültürün bir parçasıdır ve onun bir unsurudur (Tillich, 2001, s.272-273).

Din, eğitim ile aktarılabilmektedir. Din eğitimi, dinin düşünce, değer ve özellikleri ile gelişen ve sorgulayabilen bir kişinin özellikleri arasında gerçekleşen karşılaşmanın önemli bir sonucudur. Din eğitimi en etkili bir şekilde dini düşünce ve değerlerin kişinin içinde somutlaştırılması ve kişiyle arasında bir ilişki kurulmasıyla gerçekleşir. Bu, din eğitiminin, iyice düşünülmüş bir niyet veya bilinçli bir planlama olmaksızın gerçekleşebileceği anlamına gelmektedir (Ziegler, 2003, s.427).

Bir toplumdaki sosyal değişim süreci içinde dinsel değişimden söz etmek mümkündür. Toplumdaki herhangi bir değişim süreci, bireylerin dini değerleri üzerinde farklılıklara neden olabilmektedir (Ritzer ve Goodman, 2004, s.9).

Din, aynı zamanda insanların davranışlarına ve günlük yaşamlarına yansıyabilmektedir. İnsanların günlük yaşamlarındaki kıyafetleri, aksesuarları, yeme-içme alışkanlıkları, mensubu oldukları dinin etkisinde şekillenebilmektedir. Sosyal

ve politik yaşam hakkındaki düşünceler, yine dinin etkisinde gelişebilmektedir (Poria ve diğerleri, 2003, s.340).

Turizmin dinsel inançlar üzerindeki etkisi kimi ülke toplumlarında olumlu yönde olurken, kimilerinde olumsuz olarak gözlenmektedir. Turistlerin tatilleri sırasında, dinsel davranışlarda azalma ya da artma olabilirken, gittikleri yörenin dininden etkilenme veya yöre insanını kendi dini konusunda etkileme durumlarından da bahsedilebilir (Pala, 2001, s.18). Dinsel davranış değişimi, güçlü bir turistik kültürün sonucudur. Turistlerin sergilediği davranışlar ve değerler, kendilerini gözlemleyen yöre halkının dini ve ahlâki değerlerinde azalmaya yol açabilir (Gartner, 1996, s.175).

Dinsel inanç ve davranış değişmesi, farklı dinlere mensup olan kişilerin, karşılıklı iletişimlerinin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Ancak insanlar dinlerine bağlı olduğu sürece, turizm, dinsel inançlar üzerinde çok az etkili olabilmektedir (Ulucak, 2000, s.46).

Turizm yerel toplumun dini değerlerinde değişikliğe neden olabilir. Özellikle çalışan kesim, turistleri tatmin etmek için dini görevlerini aksatabilmektedir. Musevilerin çalışmaması gereken cumartesi ve Hristiyanların çalışmaması gereken pazar günü alış-veriş mağazalarının açık olması bu duruma örnek olarak verilebilir (Youell,1998, s.150). Nepal’de 1995 yılında yapılan bir araştırmaya göre, turizmin geliştiği yörelerde, yöre halkının davranışlarında, inançlarında ve değerlerinde azalma görülmüştür. Turizm, bölgelere farklı kültürdeki insanları getirmiş ve bu, yöre halkının turistleri taklit etmesiyle yerel kültürde değişimlere neden olmuştur. Özellikle genç nüfus arasındaki dini inanış ve değerlerde bozulmalar gözlenmiştir (Pandey ve diğerleri, 1995, s.5).

Aynı durum turistler için de geçerli olmaktadır. Seyahat eden kişilerin, gezileri süresince, dinsel inanışlarına uygun olan tutum ve davranışları sergilemedikleri gözlemlenebilen bir durumdur. Bir turistin inanışına göre kumar oynamak günah olduğu halde, tatilin verdiği istek ile, kumar oynayabilmektedir.

Birçok gözlemci, turizmin dinsel inançları zayıflattığı ve dinsel davranışları azalttığı kanısındadır (Poria ve diğerleri, 2003, s.342). Örneğin, Amerika Birleşik Devletleri'nde bir kıyı kasabasında tatillerini geçiren turistler arasında yapılan bir araştırmada, turistlerin %7'sinin kiliseye gitmeyi düşündüğünü, ancak %44'ünün tatilde olmasalardı kiliseye gideceklerini söyledikleri sonucu elde edilmiştir. Bu nedenle, tatilde dinsel davranışların azaldığı sonucu ortaya çıkmaktadır (Pamir, 1997, s.100).

2.6.2. Ahlâki Değer ve Davranışların Değişmesi

Ahlâk, “toplumsal yaşamda belirli kişi, grup ya da tüm toplum için belirli zamanda ve yerde geçerli olan (ya da geçerli olması beklenen) değer yargılarının, örf, adet, norm ve kuralların oluşturduğu bir sistem bütününe verilen isim” şeklinde tanımlanabilir (Aktan, 1999, s.32). Tanımından anlaşılacağı üzere ahlâk, bir sosyal bilim dalı olarak toplum içerisinde oluşmuş örf ve âdetlerin, değer yargılarının, normların ve kuralların oluşturduğu sistem bütününe incelemektedir. Bu sistem bütünü ise; bir bireyin, bir grubun ya da tüm toplumun doğru ve yanlış davranışlarını belirler ve yönlendirir. Ahlâka uygun davranışlar sergilemek, kişinin kendi kararıdır (Dönmezer, 1994, s.243).

Her toplumun kendine özgü bir ahlâk anlayışı vardır ve her bireyin ahlâk kurallarına uygun davranışlar sergilemesi beklenmektedir. Ancak turistik yörelerde genellikle, kendi yaşadığı yöreye ait kültür ile turistlerin sahip olduğu kültür arasına sıkışmış insanlar gözlenebilmektedir. Bunun sonucunda bireyler, uyuşturucuya, suça ve toplumda kabul görmeyecek davranışlara eğilimli olabilmektedirler (Harari, 2005, s.18).

Turizm ve suç arasındaki ilişkiyi araştıran birçok çalışmada, yörelerin turistik çekiciliği arttıkça suç oranlarının arttığı sonucu ortaya çıkmıştır. Büyük oranda turistler suça kurban gitmektedirler (Pelfrey, 1998, s.294). 1999 yılında Miami'de turizm ve suç arasındaki ilişkinin araştırıldığı bir çalışmada, yöre halkının, yörelerine gelen turistlerden daha fazla suç işledikleri ortaya çıkmıştır. Bu durum hem turistler

için hem de yöre turizminin gelişimi için bir tehlike unsuru olarak görülmektedir (Harper, 2001, s.1055).

Turizm, toplumda işlenen suçların artmasındaki temel neden olmamasına rağmen, bu gibi durumlar için uygun ortam oluşturduğunu gözlemek mümkündür. Turizm ve suç oranları arasındaki ilişkiyi etkileyen nedenler arasında, turistik sezondaki nüfus yoğunluğu başta gelmektedir. Hatta bazı turistik yörelerde turizm sezonun, bir suç sezonunun olduğu gözlenebilmektedir. Özellikle yörelerin geleneksel eğlence ve festival zamanlarında, turist ve yöre halkının güvenliği konusunda tehlikeler ortaya çıkmaktadır. Bu tür zamanlarda kalabalıktan faydalanan suçluların fark edilme riski azalmaktadır (Barker, 2002, s.763).

İnsanları suça iten diğer bir neden ise, yöre halkının, ziyaretçilerde gördüğü (gerçekte kendi kültürüne aykırı) davranışları bir süre sonra doğal olarak karşılamaya ve hatta kendisi benimsemeye başlaması şeklinde kendini gösterebilmektedir. Etkileşim öncesi ahlâksızlık olarak değerlendirilen davranışlar, giderek doğallaşmaya başlayabilir. Bu da söz konusu toplum açısından olumsuz bir değişimdir. Bu tavır değişikliği kişilerde suç işlemeye varacak kadar büyük boyutlu olabilmektedir (Witt ve Moutinho, 1989, s.215).

Yöre halkının yöresine gelen turistlerin davranışlarını gözlemleyerek bazılarını hayata geçirebildiği diğer bir durum, özellikle uyuşturucu kullanma düzeyinde kendini gösterebilmektedir. Yasal olmamasına rağmen uyuşturucu artık birçok insan için günlük yaşamın bir parçası olarak kabul edilmektedir. Özellikle eğlence yerlerinde turistlerden gördükleri uyuşturucu maddeleri, yöre halkı denemek isteyebilmektedir. Örneğin Jamaika, sahilleriyle ünlüdür; ancak birçok tatilci, evlerine döndüğünde Jamaika'nın uyuşturucu için harika bir yer olduğundan bahsetmektedir (Gartner, 1996, s.174).

Özellikle turistlerin yoğun olduğu dönemlerde, cinsel ahlâkın bozulduğu gözlenebilmektedir. 1996 yılında Nepal'de yapılan bir araştırmaya göre, turizm sezonlarında kadın-erkek arasındaki ilişkilerin birer ticari sömürü olarak hız

kazandığı ve küçük çocukların bu anlamda sömürüldüğü sonucu ortaya çıkmıştır (Shah ve Gupta, 2000, s.35). Kadınların para karşılığı erkeklerle birlikte olma eğilimlerinin yanında, birçok erkeğin sahillerde bu amaçla bulundukları göze çarpmaktadır. Tüm bu gelişmelerin sonucunda karşımıza seks turizmi denilen kavram ortaya çıkmaktadır. Bu durum öyle boyutlara ulaşabilmektedir ki, örneğin Filipinler’de seks turizmi, yabancı para değişimi için çok büyük bir kaynaktır (Hashimoto, 2002, s.224).

Yöre halkı, turistleri parası olan kişiler olarak gözlemlediğinden, kendileri kısa yoldan zengin olma hayallerine kapılarak, yasal olmayan yollara başvurabilirler. Özellikle genç yetişkinler arasında bu, özentî boyutuna vararak sosyal düzenin bozulmasına neden olabilmektedir. Bu yüzden genç nüfus arasında kumara eğilimli davranışlar gözlemlenebilir. Bu da turistlerle yöre halkı arasındaki farklılıkların baskın bir sonucudur. Turistik bir yöreyi ziyaret eden turistlerin sayısı arttıkça, bu sorunların varlığı daha fazla hissedilmektedir (Fagence, 2003, s.62).

Turizmin yerel toplum üzerindeki olumsuz etkilerinden bir diğeri ise, ticari ahlâkı zayıflatmasıdır. Zengin olan turistler, satın alacakları mal ya da hizmetler için yüksek paralar ödeyebilirler. Bu da satıcılar için yüksek kazançlar anlamına gelmektedir. İşte turistler maddi durumları için sömürülmektedir. Yöre halkı sattığı ürünleri değerinden fazla fiyat biçerek satışa sunabildiği gibi, çifte fiyatlandırma yaparak, turistlere ve yöre halkına farklı fiyat uygulaması yapabilmektedir (Teivane, 1998, s.24). Özellikle restoranlarda, yiyecek ve içecek fiyatları turizm geliştikçe artma eğilimi göstermektedir. Önceden normal değerinde sunulan yiyecekler, turistlerin gelmesiyle çok yüksek değerlerde satışa sunulmaktadır. Bu da yöre halkının bu hizmetlerden kısıtlı olarak faydalanmasına neden olmaktadır (Engelhardt, 2004, s.64). Ülkemizde, 1998 yılında Balıkesir’deki yöre halkının turizme bakış açısının araştırıldığı bir çalışmada, ankete katılan yöre halkının %66.98’inin, turistlerin yöredeki fiyat yükselmelerine ve ticari ahlâkın zayıflamasına neden olduğu ifadesine katıldıkları görülmektedir (Karaman, 1999a, s.161).

Turizmin, yerel kültürün değer yapısına daha maddeci ve ticari bir nitelik kazandırdığı ileri sürülmektedir. Örneğin, turizmin etkisi altında, daha önce parasız yapılan hizmetlerden para istendiği görülmektedir. Böylece, valiz taşımak ya da bilgi vermek gibi, daha önce gönüllü biçimde bir nezaket ve yardım ifadesi olarak yapılan davranışlardan para istenmeye başlanmasıyla, ahlâki bir kültür yapısı parasal bir yapıya dönüşmektedir (Pamir, 1997, s.101-102). Yerel toplumlardaki bu ticari anlayış, yerel değerlere zarar verdiği gibi, kişilerin, her şeyi ve her hizmeti, paraya çevirebilecekleri gibi bir düşünce yapısına sahip olmalarına neden olabilmektedir. Bu durum, yöre halkının değerlerinin giderek ticari bir yapıya dönüşmesi ile sonuçlanmaktadır (Cloke ve Perkins, 2002, s.526).

2.6.3. Yabancı Yaşam Biçimlerinin Benimsenmesi

Bir ülkede turistlerin varlığı, yöre halkının yaşam tarzlarını etkilemektedir. Turistlerin kendilerine özgü davranışları ve ev sahibi ülkenin halkıyla kurdukları ilişkiler, genellikle, yöre halkının tutum ve hayat tarzlarını derinden etkilemektedir. Bu durum daha çok, kişisel ilişkilerin kurulduğu otel ve restoran çalışanları arasında gözlenebilmektedir (Goeldner ve McIntosh, 1990, s.153).

Farklı milletlerden gelen turistler, gittikleri bölgenin yerel toplumu üzerinde sosyo-kültürel değişimlere neden olacaktır. Yerel değerler, davranışlar üzerinde farklı bir kültürün etkisine rastlamak mümkün olmaktadır. Bunlar gözlenen turistlerin bıraktıkları sonuçlardır. Deneyimler, yerel toplumun özellikle genç kesimin, turistlerin yaşam biçimlerini taklit ettiklerini göstermektedir (Ali ve Juma, 2003, s.22). Bunun nedeni, turistlerin diğer ülkelerdeki ziyaretlerinde, sosyal ve kültürel değerlerini beraberlerinde getirmelerinden kaynaklanmaktadır. Özellikle ülkelerinde alıştıkları damak tadını, gittikleri yerlerde arayabilir, öte yandan yöre halkının yemek tarzlarını tatmak isteyebilirler. Bu nedenle otel ve restoranlar, turistleri memnun etmek adına turistlerin yeme-içme alışkanlıklarına uyum sağlama yoluna gitmektedir. Böylece yöre halkı yeni tatlar keşfetmeye başlamaktadır. Zaman geçtikçe bu yeni tatlar, yerel kültürün bir parçası haline gelmeye başlamaktadır. Örneğin turistik bir yörede donmuş gıdaları daha önce tatmamış olan yöre halkı,

giderek bu tarz yiyecekleri günlük olarak tüketmeye başlamaktadır. Buna yaygın bir örnek olarak Amerikan viskisinin Karayiplerde yaygın hale gelmesi verilebilir. Hâlbuki Amerikalılar, Karayipleri yoğun bir şekilde ziyaret etmeden önce böyle bir durum söz konusu değildi. Turizmin gelişimiyle birlikte hazır yiyecek olarak pazara sunulan donmuş gıdalar artık tüm dünyada yaygınlaşmaya başlamaktadır. Çin’de Amerikan tarzı restoranların sayısının artması bu duruma örnek olarak verilebilir (Dittmer ve Griffin, 1997, s.421-422).

Her toplumun kendine özgü bir mutfak kültürü vardır. Ülkemiz ise çok zengin bir mutfağa sahiptir. Ancak birçok turistik yörede, özgün Türk mutfağı tanıtılacağı yerde, batı mutfağıyla turist ağırlandığı görülmektedir (Artun, 2000, s.3). Bunun yanında, turistler gittikleri yörelerde, yöre halkının yediği yiyeceklerden çok uluslar arası mutfaklara ihtiyaç duyarlar. Yerel yemekler çoğu kez turistlere veya ziyaretçilere hitap etmeyebilir. Bu yüzden turistlerin memnuniyeti için farklı tarzlardaki yemekler, turistik yörelerde yerlerini almaktadır (Ryan,1996, s.139).

Turizm gelişiminin yöre halkının yaşam biçimlerindeki diğer bir etkisi kılık ve kıyafetler konusunda yaşanmaktadır. Örneğin 1995 yılında Tunus’daki Tozeur isimli turistik kasabada, turizmin sosyo-kültürel etkilerinin araştırıldığı bir çalışmada, yerel toplumdaki özellikle turistlerle iletişim halinde olan genç nüfus arasında, yaşam tarzlarındaki değişimler göze çarpmaktadır. Artık gençler Batı tarzındaki kot pantolonları, siyah deri ceketleri tercih ederek giyim tarzlarında büyük değişiklikler yapmışlardır. Daha yaşlı erkeklerin, geleneksel giyim (kırmızı kepe, baştan sona gri veya kahverengi ihram) tarzlarını sürdürdükleri görülmüştür. Yerel topluluktaki kadınların ise, genç erkeklerin aksine giyim tarzlarında (uzun siyah kaftan) geleneksel anlayışlarını kaybetmedikleri ortaya çıkmıştır. Vahalarda çalışan yöre halkı ise yine geleneksel giyim tarzlarını (beyaz sade elbise, çıplak ayak) devam ettirmektedir (Bleasdale ve Tapsell,1999, s.190). Benzer durum, 2001 yılında Marmaris’de turizmin sosyo-kültürel etkilerinin araştırıldığı bir çalışmada göze çarpmaktadır. Turizmle beraber, yöre halkının özellikle genç nüfusun kılık ve kıyafet alışkanlıklarında değişimler olduğu görülmektedir (Özkul, 2001, s.90). Özellikle küçük turistik kasabalarda, yöre halkı, yöresine gelen turistlerin mayo veya bikini ile

halka açık yerlerde dolaşmasından rahatsızlık duyabilirken, turizmin giderek gelişmesiyle bu durum çok doğal olarak karşılanabilmektedir (Ali ve Juma, 2003, s.28).

Yöre halkı turizm gelişimiyle, gözlemlediği turistlerin yaşam alışkanlıklarına göre kendi günlük yerel yaşamlarında değişiklik yapabilmekte, kendi yerel aktiviteleri yerine turistik aktiviteleri tercih edebilmektedirler. Bir süre sonra yöre halkının boş zaman aktiviteleri, tamamen turistlerden gözlemledikleri şekilde değişmektedir. Gözlenmesi uzun zaman alan bu etki özellikle küçük turistik kasabalarda daha açık bir şekilde görülebilir (Aho, 2001, s.49).

Yöre halkının boş zamanlarında gerçekleştirdiği ve turistlerden gözlemledikleri yeni uğraşları, onlara yeni bilgi ve beceriler edinmelerini sağlasa da, sürekliliği olduğu zaman, hem toplumsal hem de bireysel anlamda zararlar yarattığı görülmektedir. Örneğin bir yöredeki avlanma hareketlerinin av turizmine dönüştürülmesi, hem doğal yaşamı hem de yöre halkının beslenme kaynaklarını tehlikeye sokabilmektedir. Diğer yandan su sporlarının geliştirilmesi ile doğal çevreye zararlar verilebilmektedir. Turistlere yönelik bu faaliyetler giderek yöre halkının boş zamanlarında gerçekleştirdiği etkinlikler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durumun diğer bir olumsuz etkisi, geleneksel etkinlikleri yok etmesidir (Ashley, 2000, s.18).

Turistlerin, yöre halkının yaşam biçimi üzerindeki diğer bir etkisi, tüketim alışkanlıkları konusunda yaşanmaktadır. Turistlerin tüketim davranışlarının benimsenmesi ve turizmin yöre insanı tarafından ulaşılması zor özelemlere neden olduğu yani turizmin, kişilerin, maddi imkânlarının yeterli olmadığı halde, daha çok para harcama hevesine itebileceği sıkça vurgulanan konulardan birisidir. Özellikle yükselen ekonomik özelemler, turistlerin tüketim davranışlarının kabul edilmesine ya da kopyalanmasına neden olabilmektedir. Tüketim seviyesine ulaşabilmek için birçok yerel birey, özellikle turizm sektöründe çalışacak; geleneksel ekonomik aktivitelerden uzaklaşarak yeni kazanç yönteminin eski kazanç yönteminin yerini

tamamıyla almasıyla sonuçlanacaktır. Özellikle yöre halkının genç kesimi, özenme etkisinin altında kalmaya çok daha elverişlidir (Yüksel ve diğerleri, 2002, s.174).

Alaska’da, turizmin Eskimo kültürü üzerindeki etkilerinin araştırıldığı bir araştırmada, turizmle birlikte Eskimo kültürüne yeni değerler eklendiği görülmüştür. Bazılarının geleneksel kostümler giyerek dans ettiği, genç kesimin ise batı yaşam stiline ulaşabilmek için resmi dairelerde çalışmaya başladığı belirlenmiştir. Eskimolar, marjinal adam olarak adlandırılan sınıf içerisinde yer almaktadırlar. Marjinal adam, turist kültüründen bazı değerleri benimsemiş, fakat halâ kendi kültürü içerisinde yaşamakta olan kişi olarak tanımlanmaktadır (Lepp, 2004, s.25-26). Marjinal adam olarak tanımlanan turist kültürünü benimseyen kişi, turistler tarafından kendisinin turist olarak görülme arzusu içindedir ve bunun için kendi değerlerini terk etme eğilimi içindedir. Ancak turist kültürünü benimseyen kişinin hem turistler hem de yaşadığı yerdeki bireyler tarafından genellikle reddedildiği gözlenebilmektedir. Yöre halkına göre bu kişinin davranışları kendi kültüründen sapma göstermiştir (Gartner, 1996, s.169).

Yöre halkının yaşam biçimindeki değişiklikler, genellikle çağa ayak uydurmak olarak ifade edilebilen bir moda şeklinde gösterilebilir. Bu yüzden kişiler, birçok alışkanlığını tam anlamıyla olmasa da kısmen terk ederek, farklı şekilde yaşamaya başlayabilir. Ama bu durumun, uzun vadede bakıldığında, yerel kültür üzerinde ciddi bozulmalarla sonuçlandığı görülmektedir (Meethan, 2003, s.12).

Yöre halkının turistleri gözlemleyerek edindiği yeni yeme-içme alışkanlıkları, kıyafetleri, eğlence ve boş zaman etkinlikleri, yerel toplumun değerlerinde fazlasıyla kayıplara neden olabilmektedir (Tatoğlu ve diğerleri, 2000, s.747). Bu etkileşim sonucunda ortaya çok farklı bir kültür ortaya çıkabilmektedir. Ortaya çıkan ve yöre halkının aslında çok yabancı olduğu bu yeni kültür, turistik yörelerde büyük sosyal ve kültürel sorunları beraberinde getirebilmektedir (Figueira, 2001, s.2).

2.6.4. Yabancı Sözcüklerin Yöre Halkının Dilindeki Oranının Artması

Dil, kültürün en önemli unsurlarından biridir. Hatta birçok yazara göre bir milleti tanımlarken değişmeyen somut unsur dildir. Dolayısıyla dil, ulusal kimliğin temel taşıdır (Vatandaş, 2002, s.160).

Kültürün bir unsuru olarak dil, bireylerin karşılıklı ilişkileri bakımından önemlidir. Dil sayesinde, bireyler düşüncelerini birbirlerine aktarabilmektedirler. Bir toplumda farklı kültürlere sahip olan kişiler aynı dili konuşabilmektedirler. Örneğin Amerika’da yaşayan insanların bir kısmı Amerikalı olmadığı halde İngilizce konuşmaktadır. Bu durum, bireylerin günlük yaşamlarını kolaylaştıran bir durumdur (Lazear, 1997, s.1).

Aynı zamanda dil, iki farklı ulusa ait insanların anlaşmaları için önemli bir unsurdur. Birbirlerinin dilini bilmeyen iki insan sadece el veya kol hareketleri ile iletişim kurmaya çalışacaktır. Ancak bu durum, turistler ve yöre halkının birbirlerinden bir şeyler öğrenmesinde büyük bir engel teşkil etmektedir. Örneğin Tayland’daki birçok turistik köyde yaşayan yöre halkı İngilizce bilmediği için, iletişim kuramamaktadır. Bu da kültürel aktarım için büyük bir engel olarak karşılına çıkmaktadır (Kesmanee ve Charoensri, 1995, s.25).

Örneğin karın yağmasını ifade edebilecek teknoloji, bilim, iklim, bölge gibi birçok alan vardır. Ama bu alanları renklendiren, onları ifade etmemizi sağlayan kelimeleri aktaran dildir. Bu yüzden dilin sağladığı faydalar oldukça fazladır. Yerel toplumu turistlerden ayırabilecek bir özelliktir. Dilin erozyonu yerel toplum açısından bu anlamda önem kazanmaktadır. Böyle bir durumda eski normların yerini yenileri alacaktır ve öz dil, dışarıdan gelen yabancı bir kültürün etkisine girecektir (Ryan,1996, s.138).

Turistlerle ilişki sonucunda, yabancı sözcüklerin yerel dillerdeki oranının arttığını, böylece yerel dilin turizmden etkilendiğini gözlemlemek mümkündür. Örneğin, turizmin etkisi altında, İspanyolcada, dışarıdan, özellikle, İngilizceden

gelen yabancı teknik kavram ve terimlerin yerleşmeye başladığı görülmektedir. Buna göre turizmin, yerel dili üç yolla etkilediği ortaya çıkmaktadır (Pamir, 1997, s.103):

- ***Ekonomik Değişim Yoluyla:*** Yeni kurulan turistik işletmelerde yöre halkı yerine göçmenlerin kullanılması sonucunda, göçmenlerin dili saygınlık ve yaygınlık kazanabilir.
- ***Özendirme Yoluyla:*** Turistlerin yaşama biçimlerinin, davranışlarının ve tutumlarının yöre halkı tarafından gözlemlenmesi sonucunda, yerel toplumda yeni görüşler ve ilgiler oluşur; turistlerin dili bir saygınlık simgesi durumuna gelebilir; saygınlık düzeylerini yükseltmek isteyen yöre halkı, turistlerin dilini benimseyebilirler.
- ***Doğrudan İlişki Yoluyla:*** Turistler yöre halkının dilini konuşamadıklarından, yerel görevliler, turistlerle ilişkilerinde onların dilini kullanırlar.

Turistik bir yörede konuşulan dil, turistlerle olan ilişkilerde önemlidir. Aynı dili konuşmadıkları zaman, birbirleri arasında yanlış anlamalar söz konusu olabilmektedir. Örneğin Avustralya'daki yerel toplulukları tanımak için bölgeye gelen turistler ile bu küçük topluluklar arasında sık sık yanlış anlamalar gözlemlenmektedir. Hem sağlıklı bir iletişim kurmak adına, hem de kültürel alış-veriş adına, yöre halkı ile turistlerin birbirlerini doğru anlamaları gerekmektedir (Dyer ve diğerleri, 2003, s.83).

Uluslararası turistlerin birçoğu gittikleri turistik bölgedeki yerel dili genellikle bilmemektedirler. Aynı şekilde, yöre halkı, turistlerin konuştuğu dili bilmemektedir. Turistler ve yöre halkı arasındaki dil, çoğunlukla İngilizcedir. Bu da yerel dili İngilizce olmayan yerel toplumun dili üzerinde erozyona neden olmaktadır. Bu yüzden özellikle genç nüfusun öz dili, bir moda gibi değişmekte, yani yerel dil giderek değişime uğramaktadır (Hashimoto, 2002, s.220).

Yerel dilin giderek yok olmaya başlaması, yöre halkının, ziyaretçilerin kullandığı dili gün geçtikçe günlük hayatında kullanmasıyla kendini gösterir ve baskın olan kültürün bir göstergesidir (Gartner, 1996, s.175). Bu durum, daha çok yöre halkının turistlerden etkilendiği şeklinde gözlenmektedir. Bu etkilenmede bir çeşit zorunluluk kendini göstermektedir. Turistlere hizmet verebilmek için sadece tercüman rehberler değil, turistlerle ilişki içine giren her birey, turistlerin dillerini öğrenmeyi sorumluluk bilmektedir. Turistlerle ilişki sonucu yabancı sözcüklerin yerel dilde artış oranı görülmektedir (Pala, 2001, s.19).

Yerel dilin giderek bozulmaya başlaması, uzun bir süreçte gerçekleşebilir. Büyük kitleler halinde gelen turistler, belli bir zaman sonunda yerel dil üzerinde etkili olmaya başlarlar. Buna en iyi örnek İspanya'nın Costa Blanca üzerindeki otel, bar ve restoranlarda İspanyolcadan çok İngilizce ve Almanca konuşulmasıdır (Youell,1998, s.149).

2.6.5. Yerel Sanatın İşlevinin ve Anlamının Değişmesi

Yerel sanat, turistik yöreler için önem arz etmektedir. Bir anlamda yöre halkının sanat anlayışı o yöreyi ifade etmektedir. Bu yüzden turistler için hazırlanan yörelere özgü el sanatları, festivaller, müzikler ve geleneksel danslar gibi etkinlikler yörelerin yerel sanatını temsil etmektedir (Harari, 2005, s.17).

Turizm, geliştirilmeye çalışılırken, kültür ve sanattan yararlanmak, kültür ve sanatı geliştirirken turizmden yararlanmak ülkelere büyük katkı sağlamaktadır. Antik tiyatrolarda, eski eserlerin bulunduğu yerlerde düzenlenecek festivallerin turizme ve sanata katkısı büyük olmaktadır. Bu yüzden turizm ve sanat her zaman iç içedir (Tok, 2005, s.42).

Örneğin Tibet'te Himalaya bölgesinde her yıl festivaller düzenlenmektedir ve dünyanın dört bir yanından, orada yaşayan insanların kültürlerini tanımak isteyen yüzlerce insan bu bölgeyi ziyaret etmektedir. Festivaller sırasında, ziyaretçiler yöre insanının farklı dans ve kıyafet biçimleri hakkında fikir edinebilmektedir. Ayrıca

bölgede bu etkinlikler her yıl düzenlendiğinden, yöre halkı kendi kültürünü yansıtan danslarını geliştirmekte, ziyaretçilere her yıl farklı sunumlar düzenlemektedirler (Shackley, 1999, s.28-29).

Her millet, kendi kültür değerlerine sahip çıktığı takdirde var olabilmektedir. Ancak bu şekilde geçmişten geleceğe bir köprü kurulabilir. Türk kültürü açısından değerlendirildiğinde, kültür değerlerinin çok geniş bir halkasını hat, çini, halı, kilim, dokuma ve daha birçoklarını içine alan geleneksel el sanatları oluşturmaktadır (Erbaş, 1993, s.29). Yerel sanatlardan bir tanesi olan el sanatları, “el becerisine dayanan, el becerisi ile faydalı olmayı amaçlayan sanatsal ürünlerin ortaya konmasıdır.” Ancak her ürün el sanatı değildir. Bir ürünün el sanatı ürünü olması için, toplumda çok yaygın olarak üretilmemesi, üretim sürecinde teknolojiden çok fazla yararlanılmaması, yani el emeğinin fazlaca olması ve üreticisine karşı takdir uyandırması gibi faktörlerin sağlanması gerekmektedir (Sarıoğlu, 1992, s.20).

Turizm, değerli kültürel mirasları bünyesinde barındıran geleneksel el sanatlarının gelişimi için önemli bir rol oynamaktadır. Turizm aynı zamanda el sanatları için yeni pazarlar açabilir. Ayrıca geleneksel kültürel değerleri yansıtan sanat ürünleri sayesinde, kültür alışverişi sağlanabilir (VanHuy, 2001, s.92).

El sanatları ürünlerinin, ait olduğu ya da üretildiği yörenin tanıtılması, bölgeyi turistler ya da ziyaretçiler için cazip kılarak, yöre ticaretine canlılık getirecek ekonomik kaynak oluşturması gibi bir işlevi bulunmaktadır. Örneğin, turistik bir yöreni ziyaret edenler, oranın otantik değere sahip ve o yöre ile özleşen bir el sanatı ürününü, yörenin anısı olarak satın almak, üretim çevresi, gelenekleri ve teknolojileri hakkında bilgi edinmek istemektedirler. Aynı zamanda turistler satın aldıkları ürünlerin kolay taşınabilen bir özellikte olmasını istemektedirler. El sanatı ürünleri bu özelliği taşıdığı için özellikle bu ürünleri tercih ederler. Tüm bu etkenleri göz önüne alarak hediyelik eşya üretimi hızlanmaktadır ancak bu durum kaliteyi düşürebilmektedir. El sanatı ürünleri, üretildiği yörenin özelliğini taşıdığı sürece orijinaldir. Ürünün hammaddesi, deseni, üretim tekniği ve üretenin yeteneği ona ayrı bir değer kazandırmaktadır. Ancak günümüzde turistik ve ticari amaçlarla yapılan

üretimlerde, el sanatlarının bu özelliğini yitirdiği, ürünün yozlaştırıldığı ve kalite sorunu yaşandığı gözlenebilmektedir (Silah, 2001, s.26-30).

Aynı zamanda yerel sanatlar sadece ticari birer araç olarak görüldüğünde, bozulmaya, kendi öz değerini kaybetmeye ve yok olmaya başlayabilmektedir. Bu da daha çok turizmin bir bölgede yoğunlaşmaya başladıktan sonra turistlere yönelik ticari anlayış olarak görüldüğünde kendini göstermektedir. Sadece turistlere yönelik üretim yapılmaya devam ettiği sürece, yerel toplumun sanatları giderek yok olmaya başlayacaktır (Youell, 1998, s.149).

El sanatları, turistik yöreye ait birer hatıra olarak algılanabilir. Bu anlamda turizm, yerel sanatının yeniden canlanmasında yardımcı olabilir. Ayrıca turistler, satın aldıkları el sanatı ürünleri sayesinde, bulundukları yörenin geçmiş kültürü hakkında bilgi sahibi olmaktadır. Ancak turistik yörelerde yapılan el sanatı ürünlerinin sadece turistlere yönelik üretilmesi, yerel sanatın yozlaşmasına neden olabilmektedir. Ayrıca böyle bir durumda, turistler gittikleri yörelerin kendi öz kültürleri hakkında fikir sahibi edinmemiş olurlar (Hashimoto, 2002, s.221; (Ryan, 1996, s.138). Bunun sonucu olarak ucuza mal edilen bu ürünler “havaalanı sanatı” denilen kısa zamanda üretilen ve kaliteli olmayan el sanatı ürünlerinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Ward, 1998, s.152).

Bu durumun başlıca nedeni, turistlerin gittikleri yörelere ait ve genellikle hatıra ve hediye amaçlı bir takım eşyaları satın almak istemelerinden kaynaklanmaktadır. Turistler için, bu alış-verişte ucuzluk ve taşıma kolaylığı genellikle ön plandadır. Ancak yerel el sanatları özüne uygun yapıldığından pahalı olabilmektedir. Bu yüzden yöre halkı, turistlere hitap eden daha ucuza üretebilecekleri, taşıma kolaylığı olan ve bunların yanında kalitesi iyi olmayan el sanatı ürünleri üretmeye başlamaktadırlar. Bu da yerel sanatı yozlaştırmaktadır ve orijinalliğini zedelemektedir (Hitchcock, 2001, s.75-76).

El sanatı ürünleri, yörelerin kültürünü yansıtmalıdır. Diğer bir anlamda el sanatları, farklı kültürler arasında bir köprü görevi üstlenmektedir. Yerel toplumlar için ise, geleneklerinin devam ettirilmesini ifade etmektedir. Ancak turistik yörelerde genellikle, bu yaşayan kültür mirasının, giderek yok olmaya başladığı gözlemlenmektedir (Berriane, 1999, s.19-20;Hamilton, 2002, s.9).

Yerel toplumun tarihi yönden sahip olduğu sanat eserlerinin zedelendiği görülmektedir. Özellikle yöresel festival ve dans gösterilerinin, yörenin tarihi eser sayılabilecek tiyatro, kale veya tarihi binalarında yapıldığı zaman, turist sayısı fazla olduğunda, bu yapıların değerini azaltacak ölçüde fiziksel zarar gördüğü söylenebilir (Berriane, 1999, s.35-36).

Yabancı kültür etkileriyle oluşan sanat ürünlerinden birçok aktarım yapılabilir. Önemli olan, bu kültürel ve sanatsal kazanımların aynen aktarımı değil, yorumlayarak alabilme becerisidir. Bireyin, kişisel kültür ortamında sürdürdüğü yaşamını yöresel ve evrensel kültür dünyasından edindiği değerlerle süsleyebilmesi, diğer bir ifade ile orijinal-özgün bir kişiliğe kavuşturabilmesi önemlidir. Kültürün temelinde manevî veya millî kültür denilen kavramların varlığı evrenselliğe engel olarak düşünmeyi gerektirmez. Kültürü yansıtan farklı disiplinlerden olan sanatın ele alınması durumunda bu daha açık seçik görülebilmektedir. Çünkü sanat kültürü yansıtır. Kendini tanımayan insan başkasını anlayamayabilir. Dünya kültür ve sanatları içinde yer kapmak, yer tutmak onları taklit ederek değil, tersine onlara benzemeyerek mümkün olabilmektedir (Boydaş, 1996, s.8).

Görüldüğü üzere, el sanatlarının turistik açıdan önemi büyüktür. Kalitesiz, bozuk ve yozlaşmış ürünler ülke tanıtımı açısından olumsuz rol oynayacağından, el sanatlarının kalite kontrolünün yapılması bu anlamda önemli rol oynamaktadır (Sarioğlu, 1992, s.21). Bu yüzden el sanatları konusunda belli bir standart ortaya konulmalı ve düzenli olarak ürünlerin istenilen kalitede olup olmadığı konusunda gerekli denetimlerin yapılması gerekmektedir. Bir yörenin yerel sanatı, turistik çekiciliği konusunda önemlidir. Yerel kültürün içinde yer alan yerel sanat unsurları, turistler açısından ziyaret edilme nedenini oluşturmaktadır. Turistler çoğunlukla,

kendilerine yabancı olan orijinal sanat ürünlerini görmek veya satın almak istemektedirler (Ryan, 2000, s.423).

Örneğin Tunus’da yerel üretimler olan halı, kilim, seramik veya sepet gibi ürünlerde, tamamen geleneksel desenler ve motifler işlenmektedir. Bu da o yörenin kendine özgü olan el sanatı ürünlerini ortaya çıkarmaktadır ve turistik anlamda çekiciliklerini artırabilmektedir (Bleasdale ve Tapsell, 1999, s.195).

2.6.6. Turizmin Yöre Halkının Kendi Kültürünün Bir Parçası Haline Gelmesi

Turizmin kültür üzerindeki en belirgin özelliklerinden biri, turizmin kendisinin kültürün bir parçası olmasıdır. Bu sayede turizm faaliyetleri ile kültürel alanda, ziyaret edenlerle, ziyaret edilen ülke halkı arasındaki temaslar sonucu, birbirleriyle ters düşen yaşam biçimlerini bağdaştırmaya ve uluslar arasındaki karşılıklı anlayış ve yakınlaşmaya katkıda bulunmaktadır (Sam, 1994, s.191).

Turizmin kendisinin, kültürün bir parçası olması yani bir bakıma kültürel bir kurum olmaya başlaması iki farklı şekilde görünebilir. Turizm, bir çağdaşlaşma simgesi olarak düşünülebilir. Turizmin çağdaş yaşamı simgelemesi, lüks turistik otellerde görülmektedir. Bu oteller, çevrelerindeki yoksulluk bölgeleriyle gözle görülür bir karşıtlık oluşturmaktadır. Ayrıca turizmin, bir ülkede gerekli bir etkinlik olarak benimsenmesi ve turizm etkinliklerinin planlanması için üst düzeyde girişimlerin yapılması, turizmi bir toplumun ayrılmaz bir parçası durumuna getirmektedir (Doğan, 2004, s.135-136).

Turistik yörelerde, turizm gelişimi çoğunlukla yerel kültür unsuru olarak, çeşitli etkinliklerde kendini göstermektedir. Turistik gösterilerde, yiyecek-içecek sunumlarında veya sanat ürünlerinde, turizm ile yerel kültür iç içe olmaktadır. Bu sunumların ise yöre halkı tarafından geleneksel kıyafetlerle yapılması buna örnek olarak verilebilir (Engelhardt, 2004, s.71). Örneğin Güney Afrika’da turizmin yerel kültürün bir parçası haline getirilme çabaları ile orada yaşayan halkın yaşam

kalitesinin gelişmeye başladığını gözlemlemek mümkün olmaktadır. Yöre halkı böylelikle yeni meslekler edinerek kendini geliştirmeye başlamıştır (Spenceley, 2003, s.6). Yine turizmin gelişmesiyle birlikte hem turizmin yerel kültürün içinde yer alması hem de yörelerin kendi öz kültürlerini kaybetmeden modernleşmeye başlaması konusundaki diğer iyi bir örnek Çin'dir. Çin uzun yıllardan bu yana, geleneksel kültürü içinde turizmini geliştirerek, modernleşme çabası göstermiştir (Sofield ve Li, 1998, s.367).

Turizmin yerel kültürün bir parçası haline gelmesi ile birlikte, turistik yörelerde meydana gelen tüm bu değişimler, görünürde olumlu birer etki olarak düşünülse bile, turistik işletmelerin sayısının giderek artması ile doğal güzelliklerin yok olması ve turizm faaliyetlerinin sunumunda yine giderek yerel öğelerden uzaklaşılması sonucu ile karşılaşılabilir.

3. BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

3.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada, turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerini ortaya koymak amacıyla, dinsel inanç ve davranış değişimi, ahlâki değer ve davranış değişimi, yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi, yabancı sözcüklerin yöre halkının dilindeki oranının artması, yerel sanatın işlev ve anlamının değişmesi ve son olarak turizmin yerel kültürün bir parçası haline gelmesi boyutlarına yönelik, Nevşehir ilinin Ürgüp yöresindeki mevcut durumu belirlemek hedeflenmiştir. Buna göre Ürgüp yöresinde yaşayan halka anket çalışması uygulanmıştır.

Turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerinin araştırılmasına yönelik hazırlanan anket formu Ürgüp ve yöresinde yaşayan yöre halkından 697 kişiye uygulandıktan sonra elde edilen bulgular, bilgisayar ortamına aktararak SPSS 10.0 for Windows programı yardımıyla çözümlenerek yorumlanmış ve bu anlamda öneriler geliştirilmiştir. Turizmin yerel kültür üzerindeki etki boyutlarına göre hazırlanan her bir anket ifadesinin yüzde, frekans ve aritmetik ortalama değerleri analiz edilmiştir. Ankete katılan kişilerin demografik özelliklerine göre verdikleri yanıtlar arasında bir ilişki olup olmadığına yönelik hazırlanan hipotezler için Anova Testi ve ilişki tespit edilen hipotezlerde bu ilişkinin hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla Tukey Testi uygulanmıştır. Ortaya çıkan sonuçlar doğrultusunda öneriler geliştirilmiştir.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, ülkemizde turizm hareketlerinin özellikle kültür turizminin %99 gibi büyük bir oranda yaşandığı Nevşehir ilinin 22.542 nüfuslu Ürgüp yöresinde yaşayan yöre halkı oluşturmaktadır. Araştırma alanı olarak Ürgüp

yöresinin tercih edilmesinde; Ürgüp'ün tarihsel, kültürel ve doğal özellikleri ile turizm hareketliliğinin yoğun olarak yaşanması ve yılın her mevsimi turistlerin uğrak yeri durumunda olması etkili olmuştur. Bunun yanında, kültür turizmi kapsamındaki faaliyetlerin, yörelerin yerel kültürü üzerinde etkili olabileceğinden yola çıkılarak, araştırma alanı olarak Ürgüp yöresi tercih edilmiştir.

Araştırmada örneklem sayısının belirlenmesinde ise Ryan'ın (1995) geliştirdiği model uygulanmıştır. Ryan'ın geliştirdiği model şu şekildedir;

$$n = \frac{NPq}{\frac{(N-1)B^2 + Pq}{Z^2}}$$

Formülde yer alan sembollerin anlamları:

n= Örneklem sayısını

N= Araştırmaya konu olan topluluğu

P= Topluluk oranını veya tahminini

q= 1-P'yi

B= Katlanılabilir hata oranını

Z= İstenilen güven aralığını ifade etmektedir.

Buna göre;

N= 22.542

P= 0,5

q= 0,5

B= 0,05

Z= 1,96

$$n = \frac{22.542 (0,5)(0,5)}{\frac{(22.542 - 1) (0,05)^2 + (0,5)(0,5)}{(1,96)^2}}$$

n= 382 kişi olarak belirlenmiştir.

Yapılan hesaplama sonucunda, araştırmanın örneklemini en az 382 kişiden oluşması gerekmektedir. Ayrıca araştırmanın amacına uygun olması için uygulanacak olan anket çalışması, sadece Ürgüp'ün merkezinde (13.400 nüfus) değil, Ürgüp yöresinde yer alan ve turizm gelişiminin görüldüğü Ortahisar (3954 nüfus), Mustafapaşa (1084 nüfus), Aksalur (1904 nüfus) ve Başdere (2200 nüfus) beldelerinde yaşayan yöre halkı arasında paylaştırılmıştır. Söz konusu dağılım ise; Ürgüp merkez 279, Ortahisar 143, Başdere 112, Aksalur 94 ve Mustafapaşa'da 69 kişi olmak üzere toplam 697 kişi şeklinde gerçekleştirilmiştir.

3.3. Verilerin Toplanması

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Hazırlanan anket formunun araştırma amacına uygunluğunu test etmek için, Ürgüp'te yaşayan yöre halkından 50 kişiyi kapsayan ön anket uygulaması yapılmış ve bu uygulama sonucunda bazı düzeltmeler yapılarak anket formu yeniden düzenlenmiştir. Anket formu ilk olarak, ankete katılanların kişisel bilgilerini (cinsiyet, yaş, çalışma durumu-turizm sektöründe veya sektör dışı, turizm sektöründe ise çalışma süresi, eğitim durumu, Ürgüp'teki ikamet süresi ve gelir durumu) saptamak amacıyla hazırlanmış üç kapalı ve dört açık uçlu sorudan oluşmaktadır.

Yine araştırmanın amacına uygun olarak, turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerini kapsayan, yöre halkına dinsel inanç ve davranış değişimi için dört, ahlâki değer ve davranış değişimi için altı, yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi konusunda beş, yabancı sözcüklerin yöre halkının dilindeki oranının artması hakkında dört, yerel sanatın işlev ve anlamının değişmesi ile ilgili dört ve son olarak turizmin yerel kültürün bir parçası haline gelmesi konusunda ise dört soru yer almaktadır. Ankete katılanların 5'li Likert ölçeğindeki "Kesinlikle Katılıyorum", "Katılıyorum", "Kararsızım", "Katılmıyorum" ve "Kesinlikle Katılmıyorum" seçeneklerinden birini işaretlemeleri istenmiştir. Bu bölümde, turizmin yerel kültür üzerindeki etkileri konusunda, yerli ve yabancı literatürde kabul gören bu altı boyut ile ilgili ifadelerin dağılım sayısı ile ankette yer alışı sırası Tablo 17'de görülmektedir.

Tablo 17: Turizmin Yerel Kültür Üzerindeki Etkilerine İlişkin Yargı Sayısı ve Anket Formundaki Sıra Numaraları

Turizmin Yerel Kültür Üzerindeki Etkileri	Yargı Sayısı	Anketteki Sıra Numarası
Dinsel inanç ve davranış değişimi	4	1-4
Ahlâki değer ve davranış değişimi	6	5-10
Yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi	5	11-15
Yabancı sözcüklerin yöre halkının dilindeki oranının artması	4	16-19
Yerel sanatın işlev ve anlamının değişmesi	4	20-23
Turizmin yerel kültürün bir parçası haline gelmesi	4	24-27

Anket uygulaması, 2006 yılının Ağustos, Eylül ve Ekim ayları içerisinde, Ürgüp yöresine bizzat gidilerek yapılmıştır. Çoğaltılıp dağıtılan 697 anketten, %100 oranında geri dönüşüm sağlanmıştır.

Çalışmada veri toplama aracı olarak kullanılan anket, ayrıca güvenilirlik analizine tabi tutulmuş ve Cronbach Alpha=0,84 olarak gerçekleşmiştir. Güvenirlilik analizi, herhangi bir konuda örnekleme oluşturan birimler üzerinden veri toplamak amacı ile geliştirilen ölçme aracını oluşturan ifadelerin (yargı, önerme soru vb.), kendi aralarında tutarlılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla kullanılmaktadır. Ölçme aracını oluşturan ifadelerin birbirleriyle tutarlılık gösterip göstermediği, aralarındaki ilişkinin (korelasyonun) ölçülmesiyle ortaya çıkmaktadır. Güvenilirlik katsayısı 0 ile 1 arasında değerler alır ve bu değer 1'e yaklaştıkça güvenilirlik artmaktadır (Ural ve Kılıç, 2005, s.258).

3.4. Verilerin Analizi

Veri toplamak için hazırlanan anketler Ürgüp yöresinde, araştırmacı tarafından yöre halkına doğrudan dağıtılıp toplanmıştır.

Ankette yer alan ve turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla verilen yargılar: 1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum olarak puanlandırılmış ve değerlendirmeye alınmıştır. Yöre halkının ankette verilen yargılara verdikleri “Kesinlikle Katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” cevapları onların, bu ifadeleri tercih etmedikleri, “Katılıyorum” ve “Kesinlikle Katılıyorum” cevapları onların bu ifadeleri tercih ettikleri şekliyle kabul edilerek yorumlamalar yapılmıştır. Yöre halkının belirtilen yargılara yönelik “Kararsızım” cevabını işaretlemeleri ise söz konusu ifade ile ilgili kararsız kaldıkları yönünde değerlendirilmiş ve yorumları bu yönde yapılmıştır.

Anket uygulaması gerçekleştirildikten sonra, yukarıdaki puanlama ile değerlendirmeye alınan verilerin, ankette yer alan yöre halkının kişisel özelliklerini belirlemek amacıyla yüzde ve frekans yöntemi kullanılarak çözümlemesine gidilmiştir.

Daha sonra turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla verilen anket ifadelerine, katılımcıların verdikleri yanıtlara göre yüzde, frekans, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri esas alınarak analiz edilmiştir. Ayrıca, ankete verilen yanıtların, katılımcıların kişisel özelliklerine göre bir farklılık gösterip göstermediğinin test edilmesi amacıyla oluşturulan hipotezler için, öncelikle bağımsız örneklem için t testi yapılmıştır. Bağımsız örneklem için kullanılan t testi, birbirinden bağımsız iki grubun veya örneklemin bağımlı bir değişkene göre ortalamalarının karşılaştırılarak, ortalamalar arasındaki farkın belirli bir güven düzeyinde (%95, %99 gibi) anlamlı (önemli) olup olmadığını test etmek için kullanılan istatistiksel bir tekniktir (Ural ve Kılıç, 2005, s.172). Söz konusu

hipotezlere ilişkin karşılaştırmalar 0,05 anlamlılık düzeyinde, diğer bir ifadeyle %95 güven düzeyinde yapılmıştır.

Karşılaştırma yapılacak kişisel özelliklerde, ikiden fazla grup söz konusu olduğundan, konuyla ilgili geliştirilen tek faktörlü varyans analizinden diğer bir ifadeyle “Anova Testi”nden yararlanılmıştır. İkiden fazla gruplar arasında farklılık olup olmadığının araştırılmak istendiği durumlarda “t testi” yetersiz kaldığından “Anova” yöntemi kullanılmaktadır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s. 186). Bu araştırmada, yine ikiden fazla grup içeren kişisel bilgiler ile, turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerinin araştırılmasına yönelik oluşturulan boyutlar arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığının saptanması için “Anova testi” uygulanmıştır.

Varyans analizinde gruplar topluca ele alınarak, aralarında bir fark bulunup bulunmadığı konusunda genel bir sonuca ulaşılmaktadır. Ancak varyans analizi farkın hangi gruplar arasında olduğu sorusuna cevap vermemektedir. Eğer gruplar arasında farklılık saptanırsa, söz konusu farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını test etmek için çoklu karşılaştırma yapılması gerekmektedir. Çoklu karşılaştırma için; Tukey, Duncan, Benferroni, Dunnet, Scheffe gibi testlerden yararlanılmaktadır (Ural ve Kılıç, 2005, s.187). Bu araştırmada, belirlenen farklılıklar çoklu karşılaştırma yöntemlerinden olan Tukey testi kullanılarak analiz edilmeye çalışılmıştır.

Uygulama ile ilgili yukarıda belirtilen analizler, SPSS 10.0 programı yardımıyla yapılmış olup, amacına uygun olarak yorumlanmıştır.

4. BÖLÜM

ARAŞTIRMA İLE İLGİLİ BULGULAR VE YORUMLAR

4.1 Ankete Katılan Kişilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Elde Edilen Bulgular

Burada ankete cevap veren yöre halkının kişisel özelliklerine ait (cinsiyet, yaş, turizm sektöründe veya turizm sektörü dışında çalışma durumu, turizm sektöründe ise çalışma süresi, eğitim durumu, Ürgüp'teki ikamet süresi ve gelir durumu) frekans ve yüzde dağılımlarına ilişkin, elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 18: Ankete Katılan Kişilerin Cinsiyetlere Göre Dağılımı

Cinsiyet	f	%
Kadın	383	54,9
Erkek	314	45,1
Toplam	697	100

Ürgüp'te yaşayan yöre halkına uygulanan anket formları, 697 kişi tarafından doldurulmuştur. Tablo 18'de görüldüğü üzere, ankete cevap veren kişilerin %54,9'u erkek ve %45,1'i kadındır.

Tablo 19: Ankete Katılan Kişilerin Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

Yaş	f	%
18-23	127	18,2
24-29	156	22,4
30-35	142	20,4
36-41	134	19,2
42 ve üzeri	138	19,8
Toplam	697	100

Ankete cevap veren kişilerin yaş gruplarına göre dağılımının, Tablo 19’da görüldüğü üzere, katılımcıların %22,4’ünün 24-29 yaş diliminde; %20,4’ünün 30-35 yaş, %19,8’inin 42 ve üzeri yaş diliminde, %19,2’sinin 36-41 yaş ve son olarak %18,2’sinin ise 18-23 yaş aralığında oldukları görülmektedir.

Tablo 20: Ankete Katılan Kişilerin Çalışma Durumuna Göre Dağılımları

Çalışma Durumları	f	%
Turizm sektöründe	433	62,1
Turizm sektörü dışında	264	37,9
Toplam	697	100

Tablo 20’de görüldüğü üzere, ankete katılan kişilerin %62,1’inin turizm sektöründe çalıştığı, buna karşılık %37,9’unun ise turizm sektörü dışında çalıştıkları belirlenmiştir.

Tablo 21: Ankete Katılan Kişilerin Turizm Sektöründe Çalışma Sürelerine Göre Dağılımı

Turizmde çalışma süresi	f	%
1 yıl ve altı	74	17,1
2-7 yıl	109	25,2
8-13 yıl	122	28,2
14 yıl ve üzeri	128	29,6
Toplam	433	100

Ankete katılan 697 kişinin 433'ü turizm sektöründe çalıştığı için, bu sektörde çalışma sürelerini belirlemek amacıyla sorulan soruya, katılımcıların %29,6'sı 14 yıl ve üzeri, %28,2'si 8-13 yıl, %25,2'si 2-7 yıl ve son olarak %17,1'i ise 1 yıl ve altı şeklinde yanıt vermiştir.

Tablo 22: Ankete Katılan Kişilerin Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı

Eğitim durumu	f	%
İlköğretim	64	9,2
Lise	398	57,1
Önlisans	121	17,4
Lisans	94	13,5
Lisansüstü	20	2,9
Toplam	697	100

Tablo'dan anlaşılabacağı üzere, ankete katılan kişilerin eğitim durumu dağılımının %57,1 ile lise seçeneğinde yoğunlaştığı görülmektedir. Ankete katılan kişilerin %17,4'ünün önlisans, %13,5'inin lisans, %9,2'sinin ilköğretim ve son olarak %2,9'unun ise lisansüstü düzeyinde eğitim aldıkları belirlenmiştir.

Tablo 23: Ankete Katılan Kişilerin Ürgüp'teki İkamet Sürelerine Göre Dağılımı

İkamet süresi	f	%
3 yıl ve altı	167	24,0
4-9 yıl	68	9,8
10-15 yıl	81	11,6
16-21 yıl	155	22,2
22-27 yıl	68	9,8
28 yıl ve üzeri	158	22,7
Toplam	697	100

Ürgüp'teki ikamet süreleri dağılımına bakıldığında, %24'ünün 3 yıl altı, %22,7'sinin 28 yıl ve üzeri, %22,2'sinin 16-21 yıl, %11,6'sının 10-15 yıl arası ve %9,8'inin ise 4-9 yıl ile 22-27 yıl seçenekleri ile aynı dağılıma sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 24: Ankete Katılan Kişilerin Gelir Durumu Dağılımı

Gelir durumu	f	%
400 YTL ve altı	64	9,2
401-1000 YTL	375	53,8
1001-1600 YTL	133	19,1
1601-2200 YTL	54	7,7
2201 YTL ve üzeri	71	10,2
Toplam	697	100,0

Tablo 24'de görüldüğü üzere ankete yanıt veren kişilerin gelir dağılımlarının %53,8'inin 401-1000 YTL arasında yoğunlaştığı elde edilmiştir. Katılımcıların, %19,1'inin 1001-1600 YTL gelire, %10,2'sinin 2201 YTL ve üzeri, %9,2'sinin 400

YTL ve altı ve son olarak %7,7'sinin ise 1601-2200 YTL arasında gelire sahip olduğu görülmektedir.

4.2. Turizmin Yerel Kültür Üzerindeki Etkileri İle İlgili Elde Edilen Bulgular

Bu başlık altında; turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerinin araştırılması amacıyla hazırlanan anket ifadelerine ilişkin, Ürgüp'te yaşayan yöre halkının katılım derecelerinin frekans ve yüzde dağılımları ile aritmetik ortalama ve standart sapma değerleriyle ilgili elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Elde edilen sonuçlar, turizmin yerel kültür üzerindeki etkileri boyutlarında (dinsel inanç ve davranış değişimi, ahlâki değer ve davranış değişimi, yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi, yabancı sözcüklerin yöre halkının dilindeki oranının artması, yerel sanatın işlev ve anlamının değişmesi ve turizmin yerel kültürün bir parçası haline gelmesi) açıklanmaktadır.

Yöre halkının görüşlerine yönelik toplanan veriler, olumlu veya olumsuz seçenekler üzerinde yoğunlaşmaları ve aritmetik ortalama değerleri esas alınarak yorumlanmaya çalışılmıştır.

4.2.1. Dinsel İnanç ve Davranış Değişimine İlişkin Elde Edilen Bulgular

Tablo 25'de ankete katılan kişilerin turizmin yerel kültür üzerindeki etkileri ile ilgili dinsel inanç ve davranış değişimi boyutu ile ilgili görüşlerinin, frekans ve yüzde dağılımları ile aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri verilmiştir.

Tablo 25: Dinsel İnanç ve Davranış Değişimi Boyutu İle İlgili Ankete Verilen İfadelere İlişkin Yöre Halkının Görüşleri

Dinsel İnanç ve Davranış Değişimi	Kesinlikle Katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum		TOPLAM			
	5		4		3		2		1					
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Ort.	s.s.
Yöreye gelen turistler, yöre halkının dini inançları üzerinde etkili olmuştur.	74	10,6	109	15,6	59	8,5	258	37,0	197	28,3	697	100	2,43	1,32
Yöremizde, çalışan kesim, özellikle turistleri tatmin etmek için dini görevlerini aksatmaktadırlar.	105	15,1	183	26,3	74	10,6	174	25,0	161	23,1	697	100	2,85	1,42
Turizm, yöre insanının dini değerlerini azaltmıştır.	90	12,9	185	26,5	61	8,8	220	31,6	141	20,2	697	100	2,80	1,36
Yöre halkı, turistlerin dini inançlarından etkilenmektedir.	60	8,6	107	15,4	55	7,9	222	31,9	253	36,3	697	100	2,28	1,32

Buna göre verilen her bir ifade ile ilgili görüşler incelendiğinde; “Yöreye gelen turistler, yöre halkının dini inançları üzerinde etkili olmuştur” yargısına, yöre halkının %37’si katılmıyorum, %28,3’ü kesinlikle katılmıyorum, %15,6’sı katılıyorum, %10,6’sı kesinlikle katılıyorum şeklinde görüş belirtirken, katılımcıların %8,5’i ise söz konusu yargıya kararsızım yanıtını vermişlerdir. Katılımcıların görüşleri, “katılmıyorum” ve “kesinlikle katılmıyorum” (%65,3) seçeneklerinde yoğunlaştığından, yöreye gelen turistlerin, yöre halkının dini inançları üzerinde çok da etkili olmadığı görülmektedir. Diğer yandan turistlerin, yöre halkının dini inançları üzerinde etkili olup olmadığına ilişkin, ankete katılan kişilerin “katılıyorum” ve “kesinlikle katılıyorum” seçeneklerine %26,6 oranında görüş belirtmesi, dini açıdan az da olsa etkilendikleri görüşünde olduklarını göstermektedir.

Dinsel inanç ve davranış değişimi ile ilgili ikinci bir ifade olarak verilen “Yöremizde, çalışan kesim, özellikle turistleri tatmin etmek için dini görevlerini aksatmaktadırlar” yargısına katılımcıların %26,3’ü katılıyorum, %25’i katılmıyorum,

%23,1'i kesinlikle katılmıyorum, %15,1'i kesinlikle katılıyorum ve %10,6'sı kararsızım şeklinde yanıt vermişlerdir. Genel olarak yörede çalışan kesimin turistleri tatmin etmek için dini görevlerini aksattığı görüşü diğer bir ifadeyle “katılıyorum” ve “kesinlikle katılıyorum” seçeneklerinin %41,4 olması dikkat çekicidir. Burada, turistleri tatmin etmek için, yöre halkından bazı kişilerin dini görevlerini aksattığı görülmektedir.

“Turizm, yöre insanının dini değerlerini azaltmıştır” yargısına ankete katılan kişilerin %31,6'sı katılmıyorum, %26,5'i katılıyorum, %20,2'si kesinlikle katılmıyorum, %12,9'u kesinlikle katılıyorum ve %8,8'i kararsızım şeklinde yanıt vermiştir. Katılımcıların yarıdan fazlasının (%51,8) olumsuz görüş belirttiği görülmektedir. Diğer bir ifadeyle, yöre halkı, turizmin dini değerlerde azalmaya yol açmasıyla ilgili etkileri tamamen olumsuz algılamamakla beraber, ankete katılan kişilerin “katılıyorum” ve “kesinlikle katılıyorum” seçeneklerini %39,4 oranında tercih etmeleri ile turizmin yöre insanının dini değerlerini etkilediği sonucu çıkmaktadır.

Dinsel inanç ve davranış değişimi ile ilgili verilen son ifade olan “Yöre halkı, turistlerin dini inançlarından etkilenmektedir” yargısına, ankete katılan kişilerin %36,3'ü kesinlikle katılmıyorum, %31,9'u katılmıyorum, %15,4'ü katılıyorum, %8,6'sı kesinlikle katılıyorum ve %7,9'u kararsızım şeklinde yanıt vermiştir. %68,2 oranında bir katılım ile yöre halkının, turistlerin dini inançlarından etkilenmediği görülmektedir.

4.2.2. Ahlâki Değer ve Davranış Değişimine İlişkin Elde Edilen Bulgular

Tablo 26'da ankete katılan kişilerin turizmin yerel kültür üzerindeki etkileri ile ilgili ahlâki değer ve davranış değişimi boyutu ile ilgili görüşlerinin, frekans ve yüzde dağılımları ile aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri verilmiştir.

Tablo 26: Ahlâki Değer ve Davranış Değişimi Boyutu İle İlgili Ankete Verilen İfadelere İlişkin Yöre Halkının Görüşleri

Ahlâki Değer ve Davranış Değişimi	Kesinlikle Katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum		TOPLAM			
	5		4		3		2		1					
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Ort.	s.s.
Turizm, ahlâki değerlerde azalmaya yol açmaktadır.	176	25,3	228	32,7	74	10,6	129	18,5	90	12,9	697	100	3,38	1,37
Gelir getirdikleri sürece, turistlerin her davranışına göz yumulmaktadır.	129	18,5	226	32,4	48	6,9	154	22,1	140	20,1	697	100	3,07	1,44
Bazı turistler, uyuşturucu kullanımının yaygınlaşmasından sorumludur.	110	15,8	226	32,4	130	18,7	136	19,5	95	13,6	697	100	3,17	1,29
Turizm, ticari ahlâkın bozulmasına yol açmaktadır.	163	23,4	292	41,9	54	7,7	105	15,1	83	11,9	697	100	3,49	1,31
Mal ve hizmetler, turistlere değerinden daha yüksek fiyata satılmaktadır.	330	47,3	263	37,7	38	5,5	30	4,3	36	5,2	697	100	4,17	1,06
Turizm, suç oranını artırmaktadır.	96	13,8	185	26,5	119	17,1	173	24,8	124	17,8	697	100	2,93	1,33

Tablo 26'ya göre verilen her bir ifade ile ilgili görüşler incelendiğinde; “Turizm, ahlâki değerlerde azalmaya yol açmaktadır” yargısına ankete katılan kişilerin %32,7'si katılıyorum, %25,3'ü kesinlikle katılıyorum, %18,5'i katılmıyorum, %12,9'u kesinlikle katılmıyorum ve %10,6'sı kararsızım şeklinde yanıt vermiştir. Ankete katılan kişilerin yarısından fazlası (%58) katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum şeklinde görüş belirtmişlerdir. Buna göre turizmin ahlâki değerler üzerinde etkisi olduğu görülmektedir.

“Gelir getirdikleri sürece, turistlerin her davranışına göz yumulmaktadır” ifadesine ise katılımcıların %32,4'ü katılıyorum, %22,1', katılmıyorum, %20,1'i kesinlikle katılmıyorum, %18,5'i kesinlikle katılıyorum ve son olarak %6,9'u kararsızım şeklinde yanıt vermişlerdir. Katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum şeklinde görüş belirtenlerin oranı %50,9 olduğu için, turistlerin, gelir getirdikleri sürece, her davranışlarına göz yumulduğunu düşünenlerin yüksek oranda varlığından söz etmek mümkün olmaktadır.

“Bazı turistler, uyuşturucu kullanımının yaygınlaşmasından sorumludur” ifadesi için ankete katılan kişilerin %32,4’ü katılıyorum, %19,5’i katılmıyorum, %18,7’si kararsızım, %15,8’i kesinlikle katılıyorum ve %13,6’sı ise kesinlikle katılmıyorum şeklinde görüş belirtmişlerdir. İfadeye olumlu görüş bildiren kişilerin oranının %48,2 olması dikkate değerdir. Bu nedenle yöre halkının uyuşturucu kullanımının yaygınlaşmasında, turistlerin etkisi olduğu saptanmıştır.

Ahlâki değer ve davranış değişimi ile ilgili diğer bir ifade olan “Turizm, ticari ahlâkın bozulmasına yol açmaktadır” yargısına ankete katılan kişilerin %41,9 katılıyorum, %23,4 kesinlikle katılıyorum, %15,1 katılmıyorum, %11,9 kesinlikle katılmıyorum ve son olarak %7,7 kararsızım ve şeklinde yanıt vermiştir. Ankete katılan kişilerin, yarıdan fazlasının (%65,3) olumlu görüş belirtmesi, konuyla ilgili bir rahatsızlık olduğunun önemli bir göstergesidir. Bu bağlamda turizm gelişiminin ticari ahlâkın bozulmasında etkide bulunduğu görülmektedir.

“Mal ve hizmetler, turistlere değerinden daha yüksek fiyata satılmaktadır” yargısına ankete katılan kişilerin %47,3’ü kesinlikle katılıyorum, %37,7’si katılıyorum, %5,5’i kararsızım, %5,2’si kesinlikle katılmıyorum ve %4,3’ü katılmıyorum şeklinde görüş belirtmiştir. Katılımcılar %85 gibi büyük bir çoğunlukla olumlu görüş belirttiğinden, yöredeki mal ve hizmetlerin, turistlere değerinden daha yüksek fiyata satıldığı sonucu ortaya çıkmaktadır.

Ahlâki değer ve davranış değişimi boyutu ile ilgili son ifade olan, “Turizm, suç oranını arttırmaktadır” yargısına, ankete katılan kişilerin %26,5’i katılıyorum, %24,8’i katılmıyorum, %17,8’i kesinlikle katılmıyorum, %17,1’i kararsızım ve %13,8’i kesinlikle katılıyorum seçeneklerini tercih etmişlerdir. Olumsuz görüş bildiren kişiler (%42,6) ile olumlu görüş bildiren kişilerin (%40,3) oranının birbirine çok yakın olduğu görülmektedir. Ancak ifadeye katılmayanların fazla olduğunun görülmesinin yanı sıra, turizmin suç oranını arttığını düşünenlerin oranı ise dikkate değer bir çoğunluktadır.

4.2.3 Yabancı Yaşam Biçimlerinin Benimsenmesine İlişkin Elde Edilen Bulgular

Tablo 27’de ankete katılan kişilerin turizmin yerel kültür üzerindeki etkileri ile ilgili yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi boyutu ile ilgili görüşlerinin, frekans ve yüzde dağılımları ile aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri verilmiştir.

Tablo 27: Yabancı Yaşam Biçimlerinin Benimsenmesi Boyutu İle İlgili Ankete Verilen İfadelere İlişkin Yöre Halkının Görüşleri

Yabancı Yaşam Biçimlerinin Benimsenmesi	Kesinlikle Katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum		TOPLAM			
	5		4		3		2		1					
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Ort.	s.s.
Yöre halkı, turist davranışlarını taklit etmektedir.	53	7,6	116	16,6	84	12,1	266	38,2	178	25,5	697	100	2,42	1,24
Turizm, yöredeki yeme-içme alışkanlıklarını değiştirmektedir.	41	5,9	190	27,3	85	12,2	219	31,4	162	23,2	697	100	2,61	1,26
Turizm, yöre halkının kılık ve kıyafet alışkanlıklarını değiştirmiştir.	93	13,3	180	25,8	64	9,2	226	32,4	134	19,2	697	100	2,81	1,36
Restoranlarda, yöresel yemekler yerine, turistlerin damak tadına hitap eden yiyecek ve içecekler sunulmaktadır.	118	16,9	182	26,1	75	10,8	138	19,8	184	26,4	697	100	2,93	2,14
Gelenek ve görenekler, turizmin gelişmesiyle zayıflamıştır.	74	10,6	180	25,8	86	12,3	164	23,5	193	27,7	697	100	2,68	1,38

Tablo 27’ye göre verilen her bir ifade ile ilgili görüşler incelendiğinde; “Yöre halkı, turist davranışlarını taklit etmektedir” ifadesine ankete katılan kişilerin %38,2’si katılmıyorum, %25,5’i kesinlikle katılmıyorum, %16,6’sı katılıyorum, %12,1’i kararsızım, %7,6’sı kesinlikle katılıyorum şeklinde yanıt vermiştir. İfadeye ankete katılan kişilerin %63,7’sinin olumsuz görüş belirtmesi ile yöre halkının turist davranışlarını taklit etmediği sonucu belirlenmiştir.

“Turizm, yöredeki yeme-içme alışkanlıklarını değiştirmektedir” ifadesine ise ankete katılanların %31,4’ü katılmıyorum, %27,3’ü katılıyorum, %23,2’si kesinlikle katılmıyorum, %12,2’s, kararsızım ve %5,9’u kesinlikle katılıyorum şeklinde görüş belirtmiştir. Ankete katılan kişilerin çoğunluğunun (%54,6), turizmin yöredeki yeme-içme alışkanlıkları üzerindeki etkisine katılmadıkları dikkat çekmektedir. Bu bağlamda turizm gelişiminin, yeme-içme alışkanlıkları üzerinde etkisi olduğu ancak bu durumun henüz rahatsızlık düzeyinde olmadığı söylenebilir.

Yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi ile ilgili olan, “Turizm, yöre halkının kılık ve kıyafet alışkanlıklarını değiştirmiştir” ifadesine ankete katılan kişilerin %32,4’ü katılmıyorum, %25,8’i katılıyorum, %19,2’si kesinlikle katılmıyorum, %13,3’ü kesinlikle katılıyorum ve %9,2’si kararsızım şeklinde yanıt vermiştir. İfadeye ilişkin yöre halkının görüşleri ağırlıklı olarak olumsuz (%51,6) yönde olmasının yanında, bazı yöre halkının görüşleri ile (%39,1) turizmin yöre halkının kılık ve kıyafet alışkanlıkları üzerinde bir etkisi olduğu görülmektedir.

“Restoranlarda, yöresel yemekler yerine, turistlerin damak tadına hitap eden yiyecek ve içecekler sunulmaktadır” ifadesine ilişkin ankete katılanlar, %26,4 kesinlikle katılmıyorum, %26,1 katılıyorum, %19,8 katılmıyorum, %16,9 kesinlikle katılıyorum ve %10,8 kararsızım şeklinde yanıt vermiştir. Ankete katılan kişilerin %46,2’si olumsuz, %43’ünün ise ifadeye katıldıklarını belirtmeleri ile görüşlerin birbirine çok yakın olduğu saptanmıştır. Bu bağlamda turizm gelişiminin yöresel yemekler üzerinde bir etkisi olduğu görülmektedir.

“Gelenek ve görenekler, turizmin gelişmesiyle zayıflamıştır” ifadesine ankete katılan kişilerin %27,7’si kesinlikle katılmıyorum, %25,8’i katılıyorum, %23,5’i katılmıyorum, %12,3’ü kararsızım ve %10,6’sı kesinlikle katılıyorum şeklinde görüş belirtmiştir. Ankete katılan kişilerin %36,4 oranında olumlu, %51,2 oranında olumsuz görüş belirtmesi ile turizminin gelişmesiyle gelenek ve göreneklerin zayıfladığı görüşünün ağırlıkta olduğu görülmektedir.

4.2.4 Yabancı Sözcüklerin Yöre Halkının Dilindeki Oranının Artmasına İlişkin Elde Edilen Bulgular

Tablo 28’de ankete katılan kişilerin turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerinden bir diğeri olan, yabancı sözcüklerin yöre halkının dilindeki oranının artması boyutu ile ilgili görüşlerinin, frekans ve yüzde dağılımları ile aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri verilmiştir.

Tablo 28: Yabancı Sözcüklerin Yöre Halkının Dilindeki Oranının Artması Boyutu İle İlgili Ankete Verilen İfadelere İlişkin Yöre Halkının Görüşleri

Yabancı Sözcüklerin Yöre Halkının Dilindeki Oranının Artması	Kesinlikle Katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum		TOPLAM			
	5		4		3		2		1					
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Turizm, yerel dilin bozulmasına neden olmaktadır.	50	7,2	98	14,1	61	8,8	228	32,7	260	37,3	697	100	2,21	1,27
Turistlerin kullandığı dil, yöremizde Türkçeden daha fazla bir saygınlık simgesidir.	97	13,9	173	24,8	72	10,3	219	31,4	136	19,5	697	100	2,82	1,36
Turistlerin kullandığı yabancı dildeki kelimeler, günlük yaşamın bir parçası halindedir.	197	28,3	211	30,3	111	15,9	130	18,7	48	6,9	697	100	3,54	1,26
Turistlerin kullandığı dil nedeniyle, yöre halkı kendi öz dilinden uzaklaşmaya başlamıştır.	39	5,6	103	14,8	112	16,1	202	29,0	241	34,6	697	100	2,28	1,23

Tablo 28’e göre verilen her bir ifade ile ilgili görüşler incelendiğinde; “Turizm, yerel dilin bozulmasına neden olmaktadır” ifadesine ankete katılan kişilerin %37,3’ü kesinlikle katılmıyorum, %32,7’si katılmıyorum, %14,1’i katılıyorum, %8,8’i kararsızım ve %7,2’si kesinlikle katılıyorum şeklinde yanıt vermiştir. Ankete katılan kişilerin yarıdan fazlası (%70), olumsuz görüş belirttiğinden, yöredeki turizm hareketlerinin yerel dilin bozulması gibi bir duruma etki etmediği konusunda ağırlıklı

olarak görüş bildirilmiştir. Diğer bir ifadeyle, katılımcılar çoğunlukla “katılmıyorum” seçeneğini tercih etmişlerdir.

“Turistlerin kullandığı dil, yöremizde Türkçeden daha fazla bir saygınlık simgesidir” ifadesine ankete katılan kişilerin %31,4’ü katılmıyorum, %24,8’i katılıyorum, %19,5’i kesinlikle katılmıyorum, %13,9’u kesinlikle katılıyorum ve %10,3’ü kararsızım şeklinde görüş belirtmiştir. Katılımcıların %38,7’sinin olumlu yönde yanıt vermesinin yanında %50,9’unun ifadeye katılmadıklarını veya kesinlikle katılmadıklarını belirtmesi dikkat çekicidir.

Diğer bir ifade olan “Turistlerin kullandığı yabancı dildeki kelimeler, günlük yaşamın bir parçası halindedir” yargısına, ankete katılan kişilerin %30,3 katılıyorum, %28,3 kesinlikle katılıyorum, %18,7 katılmıyorum, %15,9 kararsızım ve %6,9 kesinlikle katılmıyorum şeklinde yanıt vermiştir. Buna göre, ankete verilen yanıtlar çoğunlukla olumlu yönde yani ifadeye katılım yönünde (%58,6) yoğunlaştığından, turistlerin kullandığı yabancı dildeki kelimelerin, yörede günlük yaşamın bir parçası olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

“Turistlerin kullandığı dil nedeniyle, yöre halkı kendi öz dilinden uzaklaşmaya başlamıştır” ifadesine ankete katılan kişilerin %34,6’sı kesinlikle katılmıyorum, %29’u katılmıyorum, %16,1’i kararsızım, %14,8’i katılıyorum ve %5,6’sı kesinlikle katılıyorum şeklinde yanıt vermiştir. Ankete katılan kişilerin %63,6’sı gibi büyük bir oranı olumsuz görüş, diğer bir deyişle ifadeye katılmadıklarını belirttiğinden, turistlerin kullandığı dil nedeniyle, yöre halkının kendi öz dilinden uzaklaşmadığı görülmektedir.

4.2.5 Yerel Sanatın İşlev ve Anlamının Değişmesine İlişkin Elde Edilen Bulgular

Tablo 29’da ankete katılan kişilerin turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerinden bir diğeri olan, yerel sanatın işlev ve anlamının değişmesi boyutu ile ilgili görüşlerinin, frekans ve yüzde dağılımları ile aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri görülmektedir.

Tablo 29: Yerel Sanatın İşlev ve Anlamının Değişmesi Boyutu İle İlgili Ankete Verilen İfadelere İlişkin Yöre Halkının Görüşleri

Yerel Sanatın İşlev ve Anlamının Değişmesi	Kesinlikle Katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum		TOPLAM			
	5		4		3		2		1					
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Ort.	s.s.
Turizm, yöreye özgü el sanatı ürünlerini yozlaştırmaktadır.	95	13,6	112	16,1	95	13,6	226	32,4	169	24,2	697	100	2,62	1,36
Yöredeki sanatsal etkinlikler, sadece turistlere yönelik düzenlenmektedir.	84	12,1	165	23,7	85	12,2	176	25,3	187	26,8	697	100	2,70	1,43
El sanatı ürünleri sadece turistlerin zevkine yönelik üretilmektedir.	105	15,1	182	26,1	74	10,6	174	25,0	162	23,2	697	100	2,84	1,42
Turizm, yöremizdeki el sanatı ürünlerinin ucuz ve kalitesiz üretilmesine neden olmaktadır.	135	19,4	169	24,2	56	8,0	184	26,4	153	22,0	697	100	2,92	1,46

Tablo 29’a göre verilen her bir ifade ile ilgili görüşler incelendiğinde; “Turizm, yöreye özgü el sanatı ürünlerini yozlaştırmaktadır” ifadesine ankete katılan kişilerin %32,4’ü katılmıyorum, %24,2’si kesinlikle katılmıyorum, %16,1’i katılıyorum, %13,6’sı kesinlikle katılıyorum ve %13,6’sı kararsızım şeklinde görüş belirtmiştir. İfadeye ilişkin görüşlerin yarıdan fazlasının (%56,6) olumsuz görüş bildirmesi dikkat çekicidir. Bu nedenle katılımcıların ifadeye ilişkin bir etki hissettikleri ancak henüz net bir şekilde konuyla ilgili rahatsızlık duymadıkları görülmektedir.

“Yöredeki sanatsal etkinlikler, sadece turistlere yönelik düzenlenmektedir” ifadesine ankete katılan kişilerin %26,8’i kesinlikle katılmıyorum, %25,3’ü katılmıyorum, %23,7’si katılıyorum, %12,2’si kararsızım ve %12,1’i kesinlikle katılıyorum şeklinde yanıt vermiştir. İfadeyle ilgili olumsuz bir etkinin henüz çok hissedilmediği görülmektedir.

Yerel sanatın işlev ve anlamının değişmesi boyutu ile ilgili verilen diğer bir ifade olan “El sanatı ürünleri sadece turistlerin zevkine yönelik üretilmektedir” yargısına ankete katılan kişilerin %26,1’i katılıyorum, %25’i katılmıyorum, %23,2’si kesinlikle katılmıyorum, %15,1’i kesinlikle katılıyorum, %10,6’sı kararsızım şeklinde yanıt vermiştir. Buna göre ankete katılan kişiler %48,2 oranında olumsuz, %41,2 oranında olumlu yanıt vermiştir. Ortaya çıkan oranların yakınlığı dikkat çekicidir.

“Turizm, yöremizdeki el sanatı ürünlerinin ucuz ve kalitesiz üretilmesine neden olmaktadır ifadesine ise ankete katılan kişilerin %26,4’ü katılmıyorum, %24,2’si katılıyorum, %22’si kesinlikle katılmıyorum, %19,4’ü kesinlikle katılıyorum ve %8’i kararsızım şeklinde görüş belirtmiştir. Katılımcıların %48,4 oranında olumsuz görüş belirtmesinin yanında, ifadeye %43,6 oranında katılımı, turizmin el sanatı ürünlerinin ucuz ve kalitesiz üretilmesine neden olduğu sonucu çıkmaktadır.

4.2.6 Turizmin Yöre Halkının Kendi Kültürünün Bir Parçası Haline Gelmesine İlişkin Elde Edilen Bulgular

Tablo 30’da ankete katılan kişilerin turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerinden bir diğeri olan, turizmin yöre halkının kendi kültürünün bir parçası haline gelmesi boyutu ile ilgili görüşlerinin, frekans ve yüzde dağılımları ile aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri görülmektedir.

Tablo 30: Turizmin Yöre Halkının Kendi Kültürünün Bir Parçası Haline Gelmesi Boyutu İle İlgili Ankete Verilen İfadelere İlişkin Yöre Halkının Görüşleri

Turizmin Yöre Halkının Kendi Kültürünün Bir Parçası Haline Gelmesi	Kesinlikle Katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum		TOPLAM			
	5		4		3		2		1					
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Ort.	s.s.
Yöremizde oldukça fazla turizm işletmesi mevcuttur.	274	39,3	256	36,7	64	9,2	72	10,3	31	4,4	697	100	3,96	1,13
Turizm etkinliklerinin düzenlenmesi konusunda belediyemiz çalışmalar yapmaktadır.	223	32,0	321	46,1	68	9,8	59	8,5	26	3,7	697	100	3,94	1,04
Turizm yöremizde gerekli bir etkinlik olarak benimsenmiştir.	257	36,9	351	50,4	33	4,7	46	6,6	10	1,4	697	100	4,14	0,88
Turizm, yerel kültürün bir parçası haline gelmiştir.	275	39,5	324	46,5	31	4,4	43	6,2	24	3,4	697	100	4,12	0,99

Tablo 30'a göre verilen her bir ifade ile ilgili görüşler incelendiğinde; “Yöremizde oldukça fazla turizm işletmesi mevcuttur” ifadesine ankete katılan kişilerin %39,3'ü kesinlikle katılıyorum, %36,7'si katılıyorum, %10,3'ü katılmıyorum, %9,2'si kararsızım ve %4,4'ü kesinlikle katılmıyorum şeklinde yanıt vermiştir. Katılımcıların yarıdan fazlası (%76) olumlu görüş belirttiğinden, yörede oldukça fazla turizm işletmesi olduğu görülmektedir. Turistik yörelerdeki turistik işletmelerin sayıca fazla olması, o yöredeki turizm hareketlerinin giderek kültürün bir parçası haline gelmeye başlaması anlamına gelmektedir. Bu durum görünürde olumlu gibi gözükse de, yörelerin doğal güzellikleri ve zenginliklerinin yerine beton yığınları halinde sıralanan oteller, hem fiziki hem de kültürel yapıya giderek zarar vermeye başlayabileceğinin sinyalleri olarak değerlendirilmelidir. Tablo 1'de 2005 yılına ait Ürgüp'te faaliyet gösteren belediye ve işletme belgeli konaklama tesisleri ile ilgili verilere yer verilmiştir. Buna göre, yörede 90 adet konaklama tesisi mevcuttur. Tablo 5'de verilen yöredeki diğer turizm işletmelerine bakılırsa, Ürgüp'te 32 adet seyahat acentası, 67 adet hediyelik eşya dükkânı, 24 adet turistik restoran, 5 adet balon ajansı, 3 adet kamping ve 5 adet bar-disko olduğu görülmektedir. Sayıca

en fazla olarak, konaklama, hediyelik eşya ve seyahat acentası işletmeleri dikkat çekmektedir.

“Turizm etkinliklerinin düzenlenmesi konusunda belediyemiz çalışmalar yapmaktadır” ifadesine ankete katılan kişilerin %46,1’i katılıyorum, %32’si kesinlikle katılıyorum, %9,8’i kararsızım, %8,5’i katılmıyorum ve %3,7’si kesinlikle katılmıyorum şeklinde yanıt vermiştir. Ankete katılan kişilerin %78,1 gibi büyük bir çoğunlukla katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum seçeneklerinde yoğunlaştıkları için yöre belediyesinin, turizm etkinlikleri konusunda çalışmalar yaptığı sonucu görülmektedir. Söz konusu olan bu ifade, turizmin yerel kültürün bir parçası olup olmadığını belirlemeye yönelik olarak sorulmuştur. Turizm hareketlerinin düzenlenmesi konusunda Belediye’nin buna olan katkısı, turizmin, yörede giderek kurumsallaşmaya başladığı sonucunu göstermektedir.

“Turizm yöremizde gerekli bir etkinlik olarak benimsenmiştir” ifadesine ise ankete katılan kişilerin %50,4’ü katılıyorum, %36,9’u kesinlikle katılıyorum, %6,6’sı katılmıyorum, %4,7’si kararsızım ve %1,4’ü kesinlikle katılmıyorum şeklinde görüş belirtmişlerdir. Ankete katılan kişilerin %87,3’ü olumlu yönde görüş belirttiği için, turizmin, yörede gerekli bir etkinlik olarak benimsendiği görülmektedir. Söz konusu ifadeye ankete katılan kişiler, genel olarak “katılıyorum” seçeneğinde yoğunlaşmışlardır.

Konuyla ilgili son ifade olan “Turizm, yerel kültürün bir parçası haline gelmiştir” yargısına ankete katılan kişilerin %46,5’i katılıyorum, %39,5’i kesinlikle katılıyorum, %6,2’si katılmıyorum, %4,4’ü kararsızım ve %3,4’ü kesinlikle katılmıyorum şeklinde yanıt vermiştir. Buna göre ankete katılan kişilerin yine büyük bir çoğunluğu (%86), olumlu yönde görüş belirttiğinden, yörede turizmin yerel kültürün bir parçası haline geldiği sonucu görülmektedir. Burada ankete katılan kişiler çoğunlukla “katılıyorum” şeklinde görüş belirtmişlerdir.

Turistik yörelerdeki turizm hareketlerinin, giderek yerel kültürün bir parçası haline gelmesi gözlemlenebilen bir durumdur. Görünürde bu durum, turizm ve

yöreler için olumlu gibi gözükse de, eğer dikkat edilmezse, olumsuz sonuçlara neden olabilmektedir. Turizmin gerekli bir etkinlik olarak benimsenmesiyle birlikte, turistik yörelerdeki yatırımlar artırılmakta, buna bağlı olarak turistik işletmelerin sayısı giderek artmaktadır. Ancak doğal güzellikleri yerine beton yığınları ile çevrelenen bu yörelerde, çevresel, sosyal ve kültürel anlamda bozulmalar başlayabilmektedir. Bu yüzden turizm hareketleri yönlendirilirken çok dikkat edilmesi gerekmektedir. Yöre belediyelerinin katkısıyla düzenlenen her tür turistik faaliyet ve turizme dayalı inşa edilen işletmelerin bu anlamda belli bir sınırının çizilmesi bu noktada önemlidir.

4.3. Hipotezlerin Test Edilmesine İlişkin Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde aşağıda, ankete katılan kişilerin kişisel özelliklerine göre, turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerine ilişkin verdikleri yanıtlar arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığına yönelik oluşturulan hipotezlerin sonuçlarına yer verilmektedir.

Tablo 31: Dinsel İnanç ve Davranış Değişimi Boyutu İle Ankete Katılan Kişilerin Çalışma Durumlarına Göre Anlamlı Bir İlişki Olup Olmadığına Dair T Testi Sonuçları

Çalışma Durumu	N	Ort.	s.s.	s.d.	t	p (sig)
Turizm sektöründe	433	2,54	1,02	695	1,47	0,141
Turizm sektörü dışında	264	2,66	1,09			
Toplam	697					

$p > 0,05$

H_1 = Yöre halkının, dinsel inanç ve davranış değişimi boyutuna ilişkin görüşleri, çalışma durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Belirlenen hipotezlerinin geçerliliğini belirlemeye yönelik verilerin belirtildiği Tablo 31'e göre, ankete katılan yöre halkının ($N=697$), dinsel inanç ve davranış değişimi ile ilgili görüşlerinin, turizmde çalışanlar ile ($Ort.=2,54$), turizm

sektörü dışında çalışanlara göre (Ort.=2,66), anlamlı bir farklılık göstermediği görülmektedir. Bu durumda H_1 hipotezi reddedilmektedir ($t=1,47$; $p>0,05$).

Diğer bir ifadeyle, her iki kesim dinsel inanç konusunda aynı görüşe sahiptirler. Yöre halkının dini inanç ve davranış değişimi ile ilgili görüşleri, daha önce Tablo 25’de verildiği üzere, yöre halkından turizmde çalışanlar ile çalışmayanlar arasında ortaya çıkan ortak düşünce, yöreye gelen turistlerin, yöre halkının dini inançları üzerinde az da olsa bir etkiye sahip olduğu (Ort=2,43), bu etkinin yöre halkının dini değerlerini azalttığı (Ort=2,80) ve yöre halkının bir kesiminin (%41,4), turistleri tatmin etmek için dini görevlerini aksattığı (Ort=2,85) düşüncesinden kaynaklandığı belirlenmiştir. Bunların yanında yine yöre halkından turizmde çalışanlar ile çalışmayanlar arasındaki bir diğer ortak düşünce, yöre halkının, turistlerin dininden etkilenmediği (Ort=2,28) konusundadır.

Tablo 32: Ahlâki Değer ve Davranışların Değişmesi Boyutu İle Ankete Katılan Kişilerin Çalışma Durumlarına Göre Anlamlı Bir İlişki Olup Olmadığına Dair T Testi Sonuçları

Çalışma Durumu	N	Ort.	s.s.	s.d.	t	p (sig)
Turizm sektöründe	433	3,38	0,92	695	0,57	0,566
Turizm sektörü dışında	264	3,34	0,93			
Toplam	697					

$p>0,05$

H_2 = Yöre halkının ahlâki değer ve davranış değişimine ilişkin görüşleri, çalışma durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Yapılan hipotez testi sonucunda, H_2 hipotezi reddedilmektedir ($t=0,57$; $p>0,05$). Ankete katılan yöre halkından turizm sektöründe çalışanlar (Ort.=3,38) ile sektör dışında çalışanların (Ort.=3,34), görüşleri arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir farklılık saptanmamıştır. Diğer bir ifadeyle turizm sektöründe ve sektör dışında çalışan kişilerin, ahlâki değer ve davranış değişimi boyutuna ilişkin ortak

düşünceleri, turizmin ahlâki değerlerde azalmaya yol açtığı (Ort=3,38), gelir getirdikleri sürece turistlerin her davranışına göz yumulduğu (Ort=3,07), bazı turistlerin uyuşturucu kullanımının yaygınlaşmasından sorumlu olduğu (Ort=3,17), turizmin ticari ahlâkı bozduğu (Ort=3,49), suç oranını artırdığı (Ort=2,93) ve mal ve hizmetlerin, turistlere değerinden daha yüksek fiyata satıldığı (Ort=4,17) yönündedir. Ankete katılan kişiler, söz konusu olan bu ifadelerde ortak görüş bildirdiğinden, yapılan hipotez testi sonucunda, anlamlı bir farklılık belirlenememiştir. Bu yüzden H_2 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 33: Yabancı Yaşam Biçimlerinin Benimsenmesi Boyutu İle Ankete Katılan Kişilerin Çalışma Durumlarına Göre Anlamlı Bir İlişki Olup Olmadığına Dair T Testi Sonuçları

Çalışma Durumu	N	Ort.	s.s.	s.d.	t	p (sig)
Turizm sektöründe	433	2,60	0,98	695	2,93	0,003
Turizm sektörü dışında	264	2,80	0,84			
Toplam	697					

$p < 0,05$

H_3 = Yöre halkının yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesine ilişkin görüşleri, çalışma durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Bu durumda, ankete katılan kişilerin turizm sektöründe çalışanlar (Ort.=2,60) ile sektör dışında çalışanlar (Ort.=2,80) arasında, yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesine ilişkin görüşleri arasında anlamlı bir farklılık gösterdiği elde edildiğinden, H_3 hipotezi kabul edilmektedir ($t=2,93$; $p < 0,05$).

Turistik yörelerde, turistlere özgü olan yaşam biçimlerinin benimsendiği gözlenebilmektedir. Ürgüp yöresinde yapılan bu araştırma sonuçlarına göre ise, turizm sektörü dışında çalışanlar, sektörde çalışanlara oranla, turizmin, yöreye özgü yeme-içme, kılık-kıyafet veya gelenek ve göreneklerde değişime neden olduğu ve yöre halkının turist davranışlarını taklit ettiği konusundaki ifadelere daha fazla

katıldıklarını belirtmişlerdir. Bu da, iki kesim arasında görüş farklılığının olduğu anlamına gelmektedir. Bu durum da, turizmde çalışan kişilerin, maddi kazançlarını bu sektörden sağladıkları için, turizmin olumsuz yöndeki etkilerini daha az algılayabilmeleri ile açıklanabilir.

Tablo 34: Yerel Sanatın İşlev ve Anlamının Değişmesi Boyutu İle Ankete Katılan Kişilerin Çalışma Durumlarına Göre Anlamli Bir İlişki Olup Olmadığına Dair T Testi Sonuçları

Çalışma Durumu	N	Ort.	s.s.	s.d.	t	p (sig)
Turizm sektöründe	433	2,70	0,94	695	2,21	0,027
Turizm sektörü dışında	264	2,87	1,02			
Toplam	697					

$p < 0,05$

H_4 = Yöre halkının yerel sanatın işlev ve anlamının değişmesine ilişkin görüşleri, çalışma durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Yapılan hipotez testine göre, H_4 hipotezi kabul edilmektedir ($t=2,21$; $p < 0,05$). Ankete katılan yöre halkından turizm sektöründe çalışanlar (Ort.=2,70) ile turizm sektörü dışında çalışanların (Ort.=2,87), yerel sanatın işlev ve anlamının değişmesi boyutuna ilişkin görüşleri arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde, turizm sektörü dışında mesleğe sahip olan kişilerin ankette yer alan ifadelerle daha fazla katıldıkları sonucu elde edilmiştir. Diğer bir ifadeyle, turizm sektörü dışında çalışan kişiler, turizmin yöreye özgü sanat ürünlerini yozlaştırması, ucuz ve kalitesiz üretilmesine neden olması, sadece turistlerin zevkine yönelik üretilmesi ve sanatsal etkinliklerin yine sadece turistlere yönelik düzenlenmesine ilişkin ifadelerle, sektörde çalışan kişilere oranla daha olumsuz görüş belirttikleri ortaya çıkmaktadır. Bu da turizm sektörü dışında çalışan kişilerin, sektörün olumsuz etkilerini dışarıdan daha iyi gözlemleyebilmeleri ile açıklanabilir. Turizmde çalışan kişiler ise geçimlerini bu yolla kazandıklarından, turizmin olumsuz etkilerini daha az algılayabilmektedirler.

Tablo 35: Turizmde Çalışan Kişilerin, Dinsel İnanç ve Davranış Değişimine İlişkin Görüşlerinin Sektörde Çalışma Sürelerine Göre Karşılaştırılması (Anova Testi Sonuçları)

Çalışma Süresi	N	Ort.	s.s.	F	p
1 yıl ve altı	74	2,40	0,95	2,249	0,082
2-7 yıl	109	2,66	1,14		
8-13 yıl	122	2,65	1,04		
14 yıl ve üzeri	128	2,40	0,88		
Toplam	433				

H_5 = Turizmde çalışan kişilerin çalışma süreleri, dinsel inanç ve davranış değişmesi boyutuna ilişkin görüşlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Yapılan hipotez testine göre, H_5 hipotezi reddedilmektedir. Çünkü yöre halkından turizm sektöründe çalışanların çalışma süreleri grupları arasında, dinsel inanç ve davranış değişmesine ilişkin belirttikleri görüşlerde anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ($F=2,249$; $p>0,05$). Diğer bir ifadeyle, turizmde çalışma süresi çok kısa yani 1 yıl ve altı sürede çalışanlar ile turizmde 14 yıl ve üzeri çalışan kişiler arasında, turizmin dinsel değerler üzerindeki etkileri aynı şekilde algılandığı için bu konuda ortak görüş belirtmişlerdir.

Tablo 36: Turizmde Çalışan Kişilerin, Ahlâki Değer ve Değişimine İlişkin Görüşlerinin Sektörde Çalışma Sürelerine Göre Karşılaştırılması (Anova Testi Sonuçları)

Çalışma Süresi	N	Ort.	s.s.	F	p
1 yıl ve altı	74	3,21	0,87	6,298	0,000
2-7 yıl	109	3,17	0,88		
8-13 yıl	122	3,64	0,86		
14 yıl ve üzeri	128	3,42	0,96		
Toplam	433				

H_6 = Turizmde çalışan kişilerin çalışma süreleri, ahlâki değer ve davranış değişmesi boyutuna ilişkin görüşlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Yukarıdaki Tablo'ya bakıldığında, çıkan sonuçlar doğrultusunda, H_6 hipotezi kabul edilmektedir ($F=6,298$; $p<0,05$). Diğer bir ifadeyle, yöre halkından turizm sektöründe çalışan kişilerin, çalışma sürelerine göre, verdikleri yanıtlarda anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Söz konusu bu farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını saptamak amacıyla Tukey testi yapılmıştır. Tukey testine ilişkin sonuçlar Tablo 37'de görülmektedir.

Tablo 37: Ahlâki Değer ve Davranış Değişimine İlişkin Görüşlerin, Turizmde Çalışma Sürelerine Göre Karşılaştırılması (Tukey Testi)

Çalışma süresi	1 yıl ve altı	2-7 yıl	8-13 yıl	14 yıl ve üzeri
1 yıl ve altı	---	---	***	---
2-7 yıl	---	---	***	---
8-13 yıl	***	***	---	---
14 yıl ve üzeri	---	---	---	---

Tablo 37'ye göre, ahlâki değer ve davranış değişimi boyutuna ilişkin görüşlerin, turizmde çalışma süresine göre, anlamlı bir farklılık gösteren gruplar (***) işaretiyle simgelenmiştir. Bu doğrultuda Tablo'ya bakıldığında, turizmde 1 yıl ve altında çalışanlar ile, 8-13 yıl arasında çalışanlar ve 2-7 yıl ile 8-13 yıl arasında çalışanlar arasında anlamlı farklılıklar olduğu söylenebilir. Yani, turizmin ahlâki değerler üzerindeki etkilerine, turizmde 1 yıl ve altında bir sürede çalışan kişilerin (Ort.=3,21), yine turizmde 8-13 yıl arasında çalışan kişilere (Ort.=3,64) oranla, daha az katıldıkları görülmektedir. Bu durum, turizmde çalışma süresinin arttıkça, turizmin etkilerinin daha çok algılanabildiği ile açıklanabilir. Bu bağlamda işe yeni başlamış ya da turizmde henüz kısa bir süre çalışmış kişiler, çevrelerindeki değişiklikleri fark edemeyebilirler; ancak çalışma süreleri arttıkça, turizmin etkilerini daha sağlıklı bir şekilde algılayabildikleri görülmektedir.

Bununla birlikte yine Tukey testi sonuçları, turizmde 2-7 yıl arası çalışanların (Ort.=3,17), 8-13 yıl arası çalışanlara göre (Ort.=3,64), turizmin ahlâki değerler üzerindeki etkilerine yine daha az oranda katıldıklarını göstermektedir. Burada görülüyor ki; turizmde çalışma süresi arttıkça, kişilerin, turizmin ahlâki değerler üzerindeki etkilerini algılama düzeyleri artmaktadır.

Tablo 38: Turizmde Çalışan Kişilerin, Yabancı Yaşam Biçimlerinin Benimsenmesine İlişkin Görüşlerinin Sektörde Çalışma Sürelerine Göre Karşılaştırılması (Anova Testi Sonuçları)

Çalışma Süresi	N	Ort.	s.s.	F	p
1 yıl ve altı	74	2,89	0,91	4,123	0,07
2-7 yıl	109	2,70	0,99		
8-13 yıl	122	2,49	0,94		
14 yıl ve üzeri	128	2,45	1,02		
Toplam	433				

H_7 = Turizmde çalışan kişilerin çalışma süreleri, yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi boyutuna ilişkin görüşlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Yapılan hipotez testi sonucuna göre, H_7 hipotezi reddedilmektedir ($F=4,123$; $p>0,05$). Diğer bir ifadeyle, ankete katılan kişilerin turizmde çalışma süreleri bakımından, yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi boyutuna ilişkin görüşlerinde anlamlı bir farklılık saptanamamıştır. Yani, turizm sektöründe kısa bir süre çalışan ile 14 yıl ve üzeri çalışan kişiler, turizmin, yöreye özgü yeme-içme, kılık-kıyafet veya gelenek ve göreneklerde değişime neden olduğu ve yöre halkının turist davranışlarını taklit ettiği konusundaki ifadelerde ortak görüş belirtmişlerdir. Söz konusu ifadelere ilişkin turizmin az da olsa bir etkisi olduğu düşüncesindedirler.

Tablo 39: Turizmde Çalışan Kişilerin, Yabancı Sözcüklerin Yerel Dildeki Kullanım Oranının Artmasına İlişkin Görüşlerinin Sektörde Çalışma Sürelerine Göre Karşılaştırılması (Anova Testi Sonuçları)

Çalışma Süresi	N	Ort.	s.s.	F	p
1 yıl ve altı	74	2,83	0,74	1,677	0,171
2-7 yıl	109	2,63	0,87		
8-13 yıl	122	2,62	0,81		
14 yıl ve üzeri	128	2,56	0,94		
Toplam	433				

H_8 = Turizmde çalışan kişilerin çalışma süreleri, yabancı sözcüklerin yerel dildeki kullanım oranının artması boyutuna ilişkin görüşlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Yapılan hipotez testi sonucunda, H_8 hipotezi reddedilmektedir ($F=1,677$; $p>0,05$). Yani, turizmde çalışan kişilerin çalışma sürelerinin, yabancı sözcüklerin

yerel dildeki kullanım oranının artması boyutuna ilişkin görüşlerine göre 0,05 anlamlılık düzeyinde, anlamlı bir farklılık göstermediği sonucu saptanmıştır. Diğer bir ifadeyle turizmde kısa bir süre çalışan ile uzun zamandır çalışan kişiler, turizmin yerel dil üzerindeki etkisine ilişkin verilen ifadelerde ortak görüş belirtmişlerdir. Turizmin yerel dilin bozulmasına neden olmadığı (%70) ancak yabancı dildeki kelimelerin günlük yaşamın bir parçası haline geldiği (%58,6) ve yabancı dillerin, yörede Türkçeden daha fazla saygınlık simgesi olduğu konusunda kararsız kalmalarıyla aynı görüşlere sahiptirler.

Tablo 40: Turizmde Çalışan Kişilerin, Yerel Sanatın İşlev ve Anlamının Değişmesine İlişkin Görüşlerinin Sektörde Çalışma Sürelerine Göre Karşılaştırılması (Anova Testi Sonuçları)

Çalışma Süresi	N	Ort.	s.s.	F	p
1 yıl ve altı	74	2,50	0,84	1,915	0,126
2-7 yıl	109	2,73	0,85		
8-13 yıl	122	2,83	0,87		
14 yıl ve üzeri	128	2,68	1,13		
Toplam	433				

H_9 = Turizmde çalışan kişilerin çalışma süreleri, yerel sanatın işlev ve anlamının değişmesi boyutuna ilişkin görüşlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Tablodan anlaşılacağı üzere, yapılan hipotez testi sonucunda H_9 hipotezi reddedilmektedir ($F=1,915$; $p>0,05$). Diğer bir ifadeyle, yerel sanatın işlev ve anlamının değişmesi boyutuna ilişkin görüşler, ankete katılan kişilerin turizmde çalışma sürelerine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Yani, turizmde kısa süre çalışan ile uzun zamandır çalışan kişiler, turizmin yerel sanatın işlev ve anlamını değiştirmesi ile ilgili verilen ifadelerle ortak görüş belirtmişlerdir.

Tablo 41: Ankete Katılan Kişilerin Yaş Dağılımlarının, Dinsel İnanç ve Davranış Değişmesine İlişkin Görüşlerine Göre Karşılaştırılması (Anova Testi Sonuçları)

Yaş Dağılımları	N	Ort.	s.s.	F	p
18-23	127	2,37	1,03	9,040	0,000
24-29	156	2,88	1,16		
30-35	142	2,60	0,94		
36-41	134	2,76	1,08		
42 ve üzeri	138	2,26	0,84		
Toplam	697				

H_{10} = Dinsel inanç ve davranış değişmesi boyutuna ilişkin görüşler, yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Yapılan hipotez testi sonucunda, H_{10} hipotezi kabul edilmektedir ($F=9,040$; $p<0,05$). Yani konuyla ilgili görüşlerde, 0,05 anlamlılık düzeyinde farklılıklar tespit edilmiştir. Söz konusu bu farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını saptamak amacıyla Tukey testi yapılmıştır. Tukey testine ilişkin bulgular Tablo 42’de görülmektedir.

Tablo 42: Dinsel İnanç ve Davranış Değişimine İlişkin Görüşlerin, Yaş Dağılımlarına Göre Karşılaştırılması (Tukey Testi)

Yaş Dağılımları	18-23	24-29	30-35	36-41	42 ve üzeri
18-23	---	***	---	***	---
24-29	***	---	---	---	***
30-35	---	---	---	---	***
36-41	***	---	---	---	***
42 ve üzeri	---	***	***	***	---

Tablo'ya göre, dinsel inanç ve davranış değişimi boyutuna ilişkin görüşlerin, yaş dağılımlarına göre anlamlı bir farklılık gösteren gruplar (***) işaretiyle simgelenmiştir. Bu anlamda söz konusu farklılığın, ankete katılan kişilerin yaş grubu 18-23 olanlar (Ort.=2,37) ile yaş grupları 24-29 (Ort.=2,88) ve 36,41 (Ort.=2,76) olan kişilerden, 24-29 yaş grubu (Ort.=2,88) ile 42 ve üzeri (Ort.=2,26) olanlar, yine yaş grubu 30-35 (Ort.=2,60) olan kişilerden kaynaklandığı görülmektedir. Yaş gruplarına göre, anket ifadelerine katılma oranlarından anlaşılabacağı üzere, özellikle yaş grubu 24-29 olan kişilerin, yöredeki dinsel inanç ve davranış değişimi ile ilgili ifadelere en fazla katılan yaş grubu olduğu dikkat çekmektedir ve bunun yanında, yöre halkının yaş grubu 42 ve üzeri olan kişilerin, yine yöredeki dinsel boyuttaki değişimlere en az oranda katıldıkları görülmektedir.

Tablo 43: Ankete Katılan Kişilerin Yaş Dağılımlarının, Ahlâki Değer ve Davranış Değişmesine İlişkin Görüşlerine Göre Karşılaştırılması (Anova Testi Sonuçları)

Yaş Dağılımları	N	Ort.	s.s.	F	p
18-23	127	3,19	0,88	1,560	0,183
24-29	156	3,40	0,98		
30-35	142	3,40	0,91		
36-41	134	3,44	0,88		
42 ve üzeri	138	3,41	0,93		
Toplam	697				

H_{11} = Ahlâki değer ve davranış değişmesi boyutuna ilişkin görüşler, yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Yapılan hipotez testi sonucunda, H_{11} hipotezi reddedilmektedir ($F=1,560$; $p>0,05$). Yani konuyla ilgili görüşlerde, 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Ahlâki değer ve davranış değişimi boyutuna ilişkin

sonuçlar daha önce Tablo 26’da verilmiştir. Buna göre söz konusu boyut ile ilgili belirtilen görüşlerde, yaş gruplarına göre bir farklılık saptanamamıştır.

Tablo 44: Ankete Katılan Kişilerin Yaş Dağılımlarının, Yabancı Yaşam Biçimlerinin Benimsemesine İlişkin Görüşlerine Göre Karşılaştırılması (Anova Testi Sonuçları)

Yaş Dağılımları	N	Ort.	s.s.	F	p
18-23	127	2,49	0,99	3,277	0,011
24-29	156	2,69	0,92		
30-35	142	2,60	0,90		
36-41	134	2,74	0,90		
42 ve üzeri	138	2,88	0,93		
Toplam	697				

H_{12} = Yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi boyutuna ilişkin görüşler, yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Yapılan hipotez testi sonucunda, H_{12} hipotezi kabul edilmektedir ($F=3,277$; $p<0,05$). Yani konuyla ilgili görüşlerde, 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Söz konusu bu farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını saptamak amacıyla Tukey testi yapılmıştır. Tukey testine ilişkin veriler Tablo 45’de görülmektedir.

Tablo 45: Yabancı Yaşam Biçimlerinin Benimsenmesine İlişkin Görüşlerin, Yaş Dağılımlarına Göre Karşılaştırılması (Tukey Testi)

Yaş Dağılımları	18-23	24-29	30-35	36-41	42 ve üzeri
18-23	---	---	---	---	***
24-29	---	---	---	---	---
30-35	---	---	---	---	---
36-41	---	---	---	---	---
42 ve üzeri	***	---	---	---	---

Yukarıdaki Tablo'ya göre, dinsel inanç ve davranış değişimi boyutuna ilişkin görüşlerin, yaş dağılımlarına göre anlamlı bir farklılık gösteren gruplar (***) işaretiyle simgelenmiştir. Bu doğrultuda, yöre halkından 18-23 yaş grubuna dahil olan kişiler (Ort.=2,49), anket ifadelerine katılma oranlarından anlaşılabacağı üzere, yörede yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi konusunda, yaş grubu 42 ve üzeri olan kişilere (Ort.=2,88) oranla, söz konusu duruma daha az katıldıklarını belirtmeleriyle, iki grup arasında farklılıklar tespit edilmiştir. Bu durum ise, genç nüfusun, 42 yaş ve üzeri nüfusa göre, günlük yaşamlarındaki yeme-içme veya kılık kıyafet gibi konulardaki yabancı yaşam tarzlarını benimseyip doğal olarak görmeye başladıklarından kaynaklanabilir. Aynı durum, yaşça daha büyük olan kişilere göre, gençlerin geleneksel yaşam tarzlarından uzaklaşma eğiliminde oldukları şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 46: Dinsel İnanç ve Davranış Değişmesine İlişkin Görüşlerin, Ürgüp'te İkamet Edilen Sürelere Göre Karşılaştırılması (Anova Testi)

İkamet süresi	N	Ort.	s.s.	F	P (sig)
3yıl ve altı	167	2,37	0,95	4,962	0,000
4-9 yıl	68	2,44	1,04		
10-15 yıl	81	2,84	1,19		
16-21 yıl	155	2,95	1,20		
22-27 yıl	68	2,58	1,04		
28 yıl ve üzeri	158	2,68	0,89		
Toplam	697				

H_{13} = Dinsel inanç ve davranış değişmesine ilişkin görüşler, Ürgüp'te ikamet edilen süreye göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Yapılan hipotez testi sonucunda H_{13} hipotezi kabul edilmektedir. Yani konuyla ilgili görüşlerde, 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Söz konusu farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını saptamak amacıyla Tukey testi yapılmıştır. Tukey testine ilişkin veriler Tablo 47'de görülmektedir.

Tablo 47: Dinsel İnanç ve Davranış Değişmesine İlişkin Görüşlerin, İkamet Sürelerine Göre Karşılaştırılması (Tukey Testi)

İkamet süresi	3yıl ve altı	4-9 yıl	10-15 yıl	16-21 yıl	22-27 yıl	28 yıl ve üzeri
3yıl ve altı	---	***	---	---	---	---
4-9 yıl	***	---	---	***	---	---
10-15 yıl	---	---	---	***	---	---
16-21 yıl	---	***	***	---	---	---
22-27 yıl	---	---	---	---	---	---
28 yıl ve üzeri	---	---	---	---	---	---

Tablo 47’de görüldüğü üzere, yöre halkının Ürgüp’teki ikamet süreleri ile dinsel inanç ve davranış değişimi boyutuna verdikleri görüşler arasında anlamlı farklılıklar elde edilmiştir. Bunlar ise (***) işaretiyle simgelenmiştir. Turizmin dini değerler üzerindeki etki boyutuna ilişkin ifadelerde, Ürgüp’teki ikamet süreleri, 3 yıl ve altı ile 4-9 yıl arasında olanlar, 4-9 yıl ile 16-21 yıl arasında olanlar ve 10-15 yıl ile 16-21 yıl arasında olan gruplarda farklılıklar tespit edilmiştir. Yani diğer bir ifadeyle, ikamet süreleri 3 yıl ve daha az olan kişiler, Ürgüp’teki turizm hareketlerinin dini değerler üzerindeki etkilerine daha az oranda katılmaktadırlar. İkamet süresi arttıkça, turizmin etkilerinin daha fazla oranda algılandığı görülmektedir. Aynı durum 4-9 yıl (Ort.=2,44) ile 16-21 yıl (Ort.=2,95) ve 10-15 yıl (Ort.=2,84) ile 16-21 yıl (Ort.=2,95) arasında ikamet eden kişilerde görülmektedir. Yani kişilerin Ürgüp’teki ikamet süreleri arttıkça, yöredeki turizmin, dini değerler üzerindeki etkilerinin daha çok farkına varabildikleri söylenebilir.

Tablo 48: Ahlâki Değer ve Davranış Değişmesine İlişkin Görüşlerin, Ürgüp'te İkamet Edilen Sürelere Göre Karşılaştırılması (Anova Testi)

İkamet süresi	N	Ort.	s.s.	F	P (sig)
3yıl ve altı	167	3,26	0,82	1,966	0,082
4-9 yıl	68	3,27	0,91		
10-15 yıl	81	3,58	0,97		
16-21 yıl	155	3,30	0,94		
22-27 yıl	68	3,45	0,95		
28 yıl ve üzeri	158	3,45	0,95		
Toplam	697				

H_{14} = Ahlâki değer ve davranış değişmesine ilişkin görüşler, Ürgüp'te ikamet edilen süreye göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Yapılan hipotez testi sonucunda H_{14} hipotezi reddedilmektedir. Yani konuyla ilgili görüşlerde, 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Buna göre ankete katılan kişilerin ahlâki değer ve davranış değişmesine ilişkin belirttikleri görüşlerde, ikamet sürelerine göre bir farklılık saptanamamıştır.

Tablo 49: Yabancı Yaşam Biçimlerinin Benimsenmesine İlişkin Görüşlerin, Ürgüp'te İkamet Edilen Sürelere Göre Karşılaştırılması (Anova Testi)

İkamet süresi	N	Ort.	s.s.	F	P (sig)
3yıl ve altı	167	2,30	0,94	6,197	0,000
4-9 yıl	68	2,56	0,90		
10-15 yıl	81	2,59	0,92		
16-21 yıl	155	2,62	0,81		
22-27 yıl	68	2,95	0,98		
28 yıl ve üzeri	158	2,80	0,96		
Toplam	697				

H_{15} = Yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesine ilişkin görüşler, Ürgüp'te ikamet edilen süreye göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Yapılan hipotez testi sonucunda H_{15} hipotezi kabul edilmektedir. Yani konuyla ilgili görüşlerde, 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Söz konusu farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını saptamak amacıyla Tukey testi yapılmıştır. Tukey testine ilişkin veriler Tablo 50'de görülmektedir.

Tablo 50: Yabancı Yaşam Biçimlerinin Benimsenmesine İlişkin Görüşlerin, İkamet Sürelerine Göre Karşılaştırılması (Tukey Testi)

İkamet süresi	3yıl ve altı	4-9 yıl	10-15 yıl	16-21 yıl	22-27 yıl	28 yıl ve üzeri
3yıl ve altı	---	***	---	***	***	***
4-9 yıl	***	---	---	---	---	---
10-15 yıl	---	---	---	---	***	---
16-21 yıl	***	---	---	---	---	---
22-27 yıl	***	---	***	---	---	---
28 yıl ve üzeri	***	---	---	---	---	---

Yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesine ilişkin görüşlerde, ikamet süresi 3 yıl ve altı (Ort.=2,30) ile 4-9 yıl (Ort.=2,56), 16-21 yıl (Ort.=2,62), 22-27 yıl (Ort.=2,95) ve 28 yıl ve üzeri olanlar (Ort.=2,80), 10-15 yıl (Ort.=2,59) ile 22-27 yıl (Ort.=2,95) arasında olanlarda anlamlı farklılıklar görülmektedir. Yani, kişilerin Ürgüp'teki ikamet süreleri arttıkça, turizmin yöre halkının günlük yaşamı üzerindeki etkilerini daha çok algıladıkları söylenebilir.

Tablo 51: Yabancı Sözcüklerin Kullanım Oranının Artmasına İlişkin Görüşlerin, Ürgüp'te İkamet Edilen Sürelere Göre Karşılaştırılması (Anova Testi)

İkamet süresi	N	Ort.	s.s.	F	P (sig)
3yıl ve altı	167	2,38	0,80	5,986	0,000
4-9 yıl	68	2,64	0,70		
10-15 yıl	81	2,70	0,70		
16-21 yıl	155	2,73	1,00		
22-27 yıl	68	2,97	8,87		
28 yıl ve üzeri	158	2,59	0,78		
Toplam	697				

H_{16} = Yabancı sözcüklerin kullanım oranının artmasına ilişkin görüşler, Ürgüp'te ikamet edilen süreye göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Yapılan hipotez testi sonucunda H_{16} hipotezi kabul edilmektedir. Yani konuyla ilgili görüşlerde, 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Söz konusu farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını saptamak amacıyla Tukey testi yapılmıştır. Tukey testine ilişkin veriler Tablo 52'de görülmektedir.

Tablo 52: Yabancı Sözcüklerin Kullanım Oranının Artmasına İlişkin Görüşlerin, İkamet Sürelerine Göre Karşılaştırılması (Tukey Testi)

İkamet süresi	3yıl ve altı	4-9 yıl	10-15 yıl	16-21 yıl	22-27 yıl	28 yıl ve üzeri
3yıl ve altı	---	---	---	---	***	***
4-9 yıl	---	---	---	---	---	---
10-15 yıl	---	---	---	---	---	---
16-21 yıl	---	---	---	---	---	---
22-27 yıl	***	---	---	---	---	---
28 yıl ve üzeri	***	---	---	---	---	---

Yabancı sözcüklerin kullanım oranının artması ile ilgili verilen ifadelerde, kişilerin ikamet sürelerine göre anlamlı farklılıklar elde edilmiştir. Bu farklılıkların ise, Ürgüp'te 3 yıl ve altında ikamet eden kişiler ile, 22-27 yıl ve 28 yıl ve üzeri arasında ikamet eden kişilerden kaynaklandığı görülmektedir. Diğer bir ifadeyle, ikamet süreleri 3 yıl ve altında olan kişilerin (Ort.=2,38), 22-27 yıl (Ort.=2,97) ve 28 yıl ve üzeri (Ort.=2,59) olan kişilere oranla, yerel dil üzerindeki erozyonu daha az düzeyde algıladıkları söylenebilir. Dil üzerindeki etkiler uzun bir zaman diliminde kendini gösterebilir. Bu yüzden turizm hareketlerinin dil üzerinde yarattığı

bozulmaları, Ürgüp'te ikamet süresi az olan kişiler sağlıklı bir şekilde hissedemeyebilirler. Ancak uzun zamandır yörede yaşayan kişiler, bu durumun daha çok farkına varabilmektedirler.

Tablo 53: Yerel Sanatın İşlev ve Anlamının Değişmesine İlişkin Görüşlerin, Ürgüp'te İkamet Edilen Sürelere Göre Karşılaştırılması (Anova Testi)

İkamet süresi	N	Ort.	s.s.	F	P (sig)
3yıl ve altı	167	2,58	0,88	6,897	0,000
4-9 yıl	68	2,76	0,98		
10-15 yıl	81	3,00	1,16		
16-21 yıl	155	2,74	0,91		
22-27 yıl	68	2,40	0,83		
28 yıl ve üzeri	158	3,04	1,00		
Toplam	697				

H_{17} = Yerel sanatın işlev ve anlamının değişmesine ilişkin görüşler, Ürgüp'te ikamet edilen süreye göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Yapılan hipotez testi sonucunda H_{17} hipotezi kabul edilmektedir. Yani konuyla ilgili görüşlerde, 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Söz konusu farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını saptamak amacıyla Tukey testi yapılmıştır. Tukey testine ilişkin veriler Tablo 54'de görülmektedir.

Tablo 54: Yerel Sanatın İşlev ve Anlamının Değişmesine İlişkin Görüşlerin, İkamet Sürelerine Göre Karşılaştırılması (Tukey Testi)

İkamet süresi	3yıl ve altı	4-9 yıl	10-15 yıl	16-21 yıl	22-27 yıl	28 yıl ve üzeri
3yıl ve altı	---	---	***	---	---	***
4-9 yıl	---	---	---	---	---	---
10-15 yıl	***	---	---	---	***	---
16-21 yıl	---	---	---	---	---	---
22-27 yıl	---	---	***	---	---	***
28 yıl ve üzeri	***	---	---	---	***	---

Yerel sanatın işlev ve anlamının değişmesine ilişkin görüşlerde, ikamet süreleri 3 yıl ve altında olan kişilerin (Ort.=2,58), 10-15 yıl (Ort.=3,00) ile 28 yıl ve üzeri (Ort.=3,04) olan kişilere oranla, yöredeki sanat anlayışındaki bozulmalara daha az oranda katıldıklarını belirtmeleriyle, aralarında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bunun yanında, yine ikamet süreleri 10-15 yıl (Ort.=3,00) arasında olan kişilerin, 22-27 yıl (Ort.=2,40) olan kişilere oranla, söz konusu durumu daha çok algıladıkları sonucu görülmektedir. Yine, ikamet süreleri 28 yıl ve üzeri (Ort.=3,04) olan kişilerle, 22-27 yıl (Ort.=2,40) ikamet edenler arasında anlamlı farklılıklar olduğu elde edilmiştir. Yerel sanatın işlev ve anlamının değişmesine yönelik verilen anket ifadelerine olan katılımın en fazla, ikamet süresi 10-15 yıl ile 28 yıl ve üzeri olan kişilerde olduğu görülmektedir.

Tablo 55: Turizmin Yerel Kültürün Bir Parçası Haline Gelmesine İlişkin Görüşlerin, Ürgüp’te İkamet Edilen Sürelere Göre Karşılaştırılması (Anova Testi)

İkamet süresi	N	Ort.	s.s.	F	P (sig)
3yıl ve altı	167	2,58	0,88	6,897	0,000
4-9 yıl	68	2,76	0,98		
10-15 yıl	81	3,00	1,16		
16-21 yıl	155	2,74	0,91		
22-27 yıl	68	2,40	0,83		
28 yıl ve üzeri	158	3,04	1,00		
Toplam	697				

H_{18} = Turizmin yerel kültürün bir parçası haline gelmesine ilişkin görüşler, Ürgüp’te ikamet edilen süreye göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Yapılan hipotez testi sonucunda H_{18} hipotezi kabul edilmektedir. Yani konuyla ilgili görüşlerde, 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Söz konusu farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını saptamak amacıyla Tukey testi yapılmıştır. Tukey testine ilişkin veriler Tablo 56’da görülmektedir.

Tablo 56: Turizmin Yerel Kültürün Bir Parçası Haline Gelmesine İlişkin Görüşlerin, İkamet Sürelerine Göre Karşılaştırılması (Tukey Testi)

İkamet süresi	3yıl ve altı	4-9 yıl	10-15 yıl	16-21 yıl	22-27 yıl	28 yıl ve üzeri
3yıl ve altı	---	---	---	---	---	***
4-9 yıl	---	---	---	---	---	---
10-15 yıl	---	---	---	---	---	***
16-21 yıl	---	---	---	---	---	---
22-27 yıl	---	---	---	---	---	---
28 yıl ve üzeri	***	---	***	---	---	---

Turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerinden olan turizmin yerel kültürün bir parçası haline gelmesi ile ilgili verilen görüşlerde anlamlı farklılıklar görülmektedir. Bu farklılıklar, ikamet süreleri 3 yıl ve altı (Ort.=3,90) olan yöre halkı ile 28 yıl ve üzeri (Ort.=4,24) olan kişilerden ve yine ikamet süreleri 10-15 yıl (Ort.=3,92) ile 28 yıl ve üzeri (Ort.=4,24) olan kişilerden kaynaklanmaktadır. Sonuçlardan anlaşılaçağı üzere, yöre halkının Ürgüp'teki ikamet süreleri arttıkça, yörelerindeki değışikliklere daha çok oranda katıldıkları görülmektedir. Bu da onların yörede uzun zamandır yaşamaları ve çevrelerindeki değışikliklerin daha çok farkına varabilmeleri ile açıklanabilir.

Tablo 57: Ankete Katılan Kişilerin Gelir Dağılımlarının, Yabancı Yaşam Biçimlerinin Benimsemesine İlişkin Görüşlerine Göre Karşılaştırılması (Anova Testi Sonuçları)

Gelir Dağılımları	N	Ort.	s.s.	F	p
400 ve daha az	64	2,72	0,91	17,516	0,000
401-1000 Ytl	375	2,87	0,90		
1001-1600 Ytl	133	2,60	0,84		
1601-2200 Ytl	54	2,38	0,87		
2201 ve üzeri	71	1,96	0,93		
Toplam	697				

H_{19} = Yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi boyutuna ilişkin görüşler, gelir gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Yapılan hipotez testi sonucunda, H_{19} hipotezi kabul edilmektedir ($F=17,516$; $p<0,05$). Yani konuyla ilgili görüşlerde, 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Söz konusu bu farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını saptamak amacıyla Tukey testi yapılmıştır. Tukey testine ilişkin sonuçlar Tablo 58’de görülmektedir.

Tablo 58: Yabancı Yaşam Biçimlerinin Benimsenmesine İlişkin Görüşlerin, Gelir Dağılımlarına Göre Karşılaştırılması (Tukey Testi)

Gelir Dağılımları	400 ve daha az	401-1000 Ytl	1001-1600 Ytl	1601-2200 Ytl	2201 ve üzeri
400 ve daha az	---	---	---	---	***
401-1000 Ytl	---	---	***	***	***
1001-1600 Ytl	---	***	---	---	***
1601-2200 Ytl	---	***	---	---	---
2201 Ytl. ve üzeri	***	***	***	---	---

Tablo’da görüldüğü üzere, yöre halkının Ürgüp’teki ikamet süreleri ile söz konusu etki boyutlarına verdikleri görüşler arasında anlamlı farklılıklar elde edilmiştir. Bu farklılıklar ise (***) işaretiyle simgelenmiştir. Buna göre, aylık geliri, 400 Ytl. ve daha altında olanlar (Ort.=2,72), yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi konusundaki ifadelerle, aylık geliri 2201 Ytl. olanlara (Ort.=1,96) oranla daha çok katıldıklarını belirtmişlerdir. Gelir düzeyi daha çok yüksek olan kişiler, daha düşük gelire sahip kişilere göre, yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi konusundaki ifadelerle daha az katıldıkları görülmektedir. Bu durum ise, geliri çok olan kişilerin maddi imkânlarının, az gelirli kişilere oranla daha fazla olduğu için, farklı bir yaşam tarzına sahip olabilmeleri ve bu durumun az gelirli kişilere göre, turistik bir yaşam tarzı olarak algılanabilmesi ile açıklanabilir. Turistler, tatilleri boyunca para harcayan kişiler olarak algılanabilmektedirler. Ayrıca, kişiler tatilleri süresince, yaşadıkları yerdeki alışkanlıkları ile hareket etmektedirler. Gelenek ve görenek, yeme-içme veya kılık-kıyafet konusundaki alışkanlıkları, turistlerin tatilleri süresince devam edebilmektedir. Bu durum ise, çoğu yöre halkı tarafından, maddi imkânlarla gerçekleştirilebileceği düşüncesinde birleşmektedir ve aylık geliri daha az olan kişilerde, kendilerinden daha fazla kazanan kişilerin, turistler gibi yaşayabildiği düşüncesine sahip olmaları ile açıklanabilir.

4.4. Hipotezlerin Kabul Edilme veya Reddedilme Durumları

Aşağıdaki Tablo 59’da araştırmanın kabul edilen ve reddedilen hipotezlerine yer verilmektedir:

Tablo 59: Hipotezlerin Kabul Edilme veya Reddedilme Durumları

Hipotezler	Kabul edilmiştir	Reddedilmiştir
Yöre halkının, dinsel inanç ve davranış değişimi boyutuna ilişkin görüşleri, çalışma durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.		***
Yöre halkının, ahlâki değer ve davranış değişimine ilişkin görüşleri, çalışma durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.		***
Yöre halkının, yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesine ilişkin görüşleri, çalışma durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	***	
Yöre halkının, yerel sanatın işlev ve anlamının değişmesine ilişkin görüşleri, çalışma durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	***	
Turizmde çalışan kişilerin çalışma süreleri, dinsel inanç ve davranış değişmesi boyutuna ilişkin görüşlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.		***
Turizmde çalışan kişilerin çalışma süreleri, ahlâki değer ve davranış değişmesi boyutuna ilişkin görüşlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	***	
Turizmde çalışan kişilerin çalışma süreleri, yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi boyutuna ilişkin görüşlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.		***
Turizmde çalışan kişilerin çalışma süreleri, yabancı sözcüklerin yerel dildeki kullanım oranının artması boyutuna ilişkin görüşlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.		***
Turizmde çalışan kişilerin çalışma süreleri, yerel sanatın işlev ve anlamının değişmesi boyutuna ilişkin görüşlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.		***
Dinsel inanç ve davranış değişmesi boyutuna ilişkin görüşler, yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	***	
Ahlâki değer ve davranış değişmesi boyutuna ilişkin görüşler, yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.		***
Yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi boyutuna ilişkin görüşler, yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	***	
Dinsel inanç ve davranış değişmesine ilişkin görüşler, Ürgüp’te ikamet edilen süreye göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	***	
Ahlâki değer ve davranış değişmesine ilişkin görüşler, Ürgüp’te ikamet edilen süreye göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.		***
Yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesine ilişkin görüşler, Ürgüp’te ikamet edilen süreye göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	***	
Yabancı sözcüklerin kullanım oranının artmasına ilişkin görüşler, Ürgüp’te ikamet edilen süreye göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	***	
Yerel sanatın işlev ve anlamının değişmesine ilişkin görüşler, Ürgüp’te ikamet edilen süreye göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	***	
Turizmin yerel kültürün bir parçası haline gelmesine ilişkin görüşler, Ürgüp’te ikamet edilen süreye göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	***	
Yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi boyutuna ilişkin görüşler, gelir gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.	***	

Tablo 59’da kabul edilen ve reddedilen hipotezler bir tablo dâhilinde verilmiştir. Hipotezlerin kabul edilmeleri veya reddedilmeleri durumlarına göre (***) işareti ile belirtilmiştir. Buna göre, “Yöre halkının, yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesine ilişkin görüşleri, çalışma durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.”, “Yöre halkının, yerel sanatın işlev ve anlamının değişmesine ilişkin görüşleri, çalışma durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.”, “Turizmde çalışan kişilerin çalışma süreleri, ahlâki değer ve davranış değişmesi boyutuna ilişkin görüşlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.”, “Dinsel inanç ve davranış değişmesi boyutuna ilişkin görüşler, yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.”, “Yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi boyutuna ilişkin görüşler, yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.”, “Dinsel inanç ve davranış değişmesine ilişkin görüşler, Ürgüp’te ikamet edilen süreye göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.”, “Yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesine ilişkin görüşler, Ürgüp’te ikamet edilen süreye göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.”, “Yabancı sözcüklerin kullanım oranının artmasına ilişkin görüşler, Ürgüp’te ikamet edilen süreye göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.”, “Yerel sanatın işlev ve anlamının değişmesine ilişkin görüşler, Ürgüp’te ikamet edilen süreye göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.”, “Turizmin yerel kültürün bir parçası haline gelmesine ilişkin görüşler, Ürgüp’te ikamet edilen süreye göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.” ve “Yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi boyutuna ilişkin görüşler, gelir gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.”, Hipotezleri kabul edilirken, “Yöre halkının, dinsel inanç ve davranış değişimi boyutuna ilişkin görüşleri, çalışma durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.”, “Yöre halkının, ahlâki değer ve davranış değişimine ilişkin görüşleri, çalışma durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.”, “Turizmde çalışan kişilerin çalışma süreleri, dinsel inanç ve davranış değişmesi boyutuna ilişkin görüşlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.”, “Turizmde çalışan kişilerin çalışma süreleri, yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi boyutuna ilişkin görüşlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.”, “Turizmde çalışan kişilerin çalışma süreleri, yabancı sözcüklerin yerel dildeki kullanım oranının artması boyutuna ilişkin görüşlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.”, “Turizmde çalışan kişilerin çalışma süreleri, yerel sanatın işlev ve anlamının

değişmesi boyutuna ilişkin görüşlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.”, “Ahlâki değer ve davranış değişmesi boyutuna ilişkin görüşler, yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.”, “Ahlâki değer ve davranış değişmesine ilişkin görüşler, Ürgüp’te ikamet edilen süreye göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.” hipotezleri reddedilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizmin gelişmesiyle birlikte, söz konusu olan turistik bölgelerde bir takım değişiklikler göze çarpabilmektedir. Burada önemli olan, turizmin meydana getirdiği bu değişikliklerin olumlu yönde ilerlemesini sağlamaktır. Böylece turizm hareketlerinden hem ekonomik hem de sosyo-kültürel yönden kazanç elde edilmiş olacaktır. Her şeyden önce turizme açılan ülke, bölge veya yöre hakkında bir turizm bilinci yaratma zorunluluğu vardır. Bu, hazırlayıcı ve tamamlayıcı bir eğitimle, toplumun bilinçlendirilmesiyle gerçekleştirilebilir.

Turizmin kültürel yönünün ele alınması, hem toplumsal hem de bireysel açıdan önem kazanmaktadır. Çünkü turizm hareketlerinin, yöreler üzerinde oluşturduğu değişimler, giderek toplumsal boyutta sorun olarak karşımıza çıkabilmektedir. Turizmin yoğun bir şekilde yaşandığı yörelerde, turistler ile yöre halkının iletişimi kaçınılmaz olmaktadır. Bu iletişim sonucunda ise, karşılaştığı farklı bir kültürün etkisi altına girebilen yöre halkı, yaşam tarzına yönelik, yeme-içme, kılık-kıyafet gibi alışkanlıklarından sıyrılarak, etkisi altına girdiği kültüre göre yaşamını şekillendirebilmektedir. Bunun yanında, dinsel inanç ve ahlâki değerlerinden uzaklaşarak, tamamen turistlerin yaşam biçimlerini benimseyebilmektedirler. Bu durum ise, geleneksel sanatın, göreneklerin, değerlerin kısacası geleneksel kültürün giderek bozulup yok olmasına neden olabilecek bir güçtedir. Bu bağlamda, çalışmanın amacı, turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerinin ortaya konulması şeklinde belirlenmiştir.

Çalışmanın ilk bölümünde, araştırmanın problemi, amacı, önemi, hipotezleri, sınırlılıkları ve araştırmanın uygulama alanı olan Ürgüp yöresi hakkındaki bilgilere yer verilmiştir. İkinci bölümde, turizmin genel olarak toplumlar üzerindeki etkileri ile sosyolojik yönü ve turistler ile yöre halkı arasındaki ilişkiler ve bu ilişkilerin yerel kültür üzerindeki etkilerine ilişkin literatür bilgilerine yer verilmiştir. Turizmin yerel kültür üzerindeki etkileri ise, dinsel inanç ve davranışların değişmesi, ahlâki değer ve davranışların değişmesi, yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi, yabancı sözcüklerin yöre halkının dilindeki oranının artması, yerel sanatın işlev ve anlamının

değişmesi ve turizmin yöre halkının kendi kültürünün bir parçası haline gelmesi boyutlarında incelenmiştir.

Turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerinin belirlenmesine yönelik araştırma, turizm faaliyetlerinin yoğun olarak yaşandığı Nevşehir ilinin 22.542 nüfuslu Ürgüp yöresinde gerçekleştirilmiştir. Turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerinin belirlenebilmesi için yapılacak olan çalışmaların, turizmin yoğun olarak yaşandığı yerlerde gerçekleşmesi gerekmektedir. Bu nedenle, bu araştırmanın uygulama alanı olarak, özellikle kültür turizmi hareketlerinin yoğun olarak yaşandığı Nevşehir ilinin Ürgüp yöresi tercih edilmiştir.

Ayrıca araştırmanın amacına uygun olması için uygulanacak olan anket çalışması, sadece Ürgüp'ün merkezinde değil, Ürgüp sınırları içinde yer alan ve turizm gelişiminin görüldüğü Ortahisar, Mustafapaşa, Aksalur ve Başdere beldelerinde yaşayan yöre halkını kapsayacak şekilde uygulanmıştır. Söz konusu dağılım ise; Ürgüp merkez 279, Ortahisar 143, Başdere 112, Aksalur 94 ve Mustafapaşa'da 69 olmak üzere toplam 697 kişi şeklinde gerçekleştirilmiştir.

Turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerinin belirlenmesi yönelik, Nevşehir ilinin Ürgüp yöresinde yapılan bu çalışmada, yöre halkının konuyla ilgili fikirlerinin alınması için uygulanan anket çalışması sonuçları aşağıdaki başlıklarda açıklanmaktadır:

- *Dinsel inanç ve davranışların değişmesi:*

Araştırma sonuçlarına göre, yöreye gelen turistlerin, yöre halkının dini inançları üzerinde çok da etkili olmadığı (%26,2), yöre halkının, kendilerine yabancı olan farklı dinlerden etkilenmedikleri (%24), bunun yanında yörede çalışan bazı kişilerin, turistleri tatmin etmek adına, dini görevlerini yerine getiremediği konusunda yöre halkının katılım oranının %41,4 olması dikkat çekicidir.

Tatile çıkan kişilerde, genelde dini davranışların azaldığı gözlenebilen bir durumdur ve turistlerin bu tutumları, gittikleri yöre insanının dini inanç ve davranışları üzerinde etkili olabilmektedir. Bu araştırmada, turizm hareketlerinin, genel olarak dinsel değerleri tamamen zedeleyici bir boyutta yaşanmadığı görülmektedir. Din ve inançların, yerel kültürün önemli bir parçası olduğu göz önüne alındığında, bu araştırma sonucunda, turizm hareketlerinin dinsel değerler üzerinde çok fazla olumsuz bir değişime uğratmamış olması olumlu bir sonuçtur.

Ayrıca din unsuru, seyahat eden birçok kişi için, seyahat yerine karar vermede önemli bir unsur olabilmektedir. Çünkü farklı din anlayışlarının değerlerini görmek isteyen turistler, bu tür yöreleri tercih edebilmektedir.

Kişilerin dinsel inançları ne kadar sağlam ise, bu değerlerden uzaklaşmaları da bir o kadar güç olabileceği için, bu anlamda yöre halkının dini değerlerine sahip çıkması gerekmektedir. Elbette ki farklı dine mensup olan kişileri ve dinlerini tanımak, yöre halkına kültürel bir zenginlik katabilir, ancak bu bilgi alışverişi süreci sonunda, kişiler karşılaştıkları farklı bir dinden etkilenip, kendi dinlerinin değerlerinden sıyrılmamalıdır.

- *Ahlâki değer ve davranışların değişmesi:*

Turizmin yöre halkının ahlâki değer ve davranış değişimi konusundaki etkisine yönelik ortaya çıkan sonuçlar, dikkat çekici düzeydedir. Yöredeki turizm hareketlerinin, ahlâki değerleri azaltmasına ilişkin ifadeye %58 gibi bir oranda katılımın olması, yöredeki turizm gelişiminin, ahlâki değerler üzerinde bir etkisi olduğu anlamına gelmektedir.

Turistler genellikle, tatilleri süresince, özellikle farklı bir ülkedeyseler, yaşadıkları yerlerdeki tavır ve davranışlarını sergilemeyebilirler. Bu tavır ve davranışları ise bazen, ziyaret ettikleri yörelerin ahlâki değerlerine ters düşebilmektedir. Kendilerini gözlemleyen yöre halkı ise, turist davranışlarından etkilenip, onlar gibi davranmaya başladıklarında, ahlâki değerlerinin dışına çıkmaya

başlarlar. Bu da, yerel ahlâki değerlerin azalmasına neden olabilmektedir. Bunun için turistlerin, yabancı bir ülkeye gitmeden önce, kültürlerarası ilişkiler konusunda eğitilmeleri gerekmektedir. Böylece gidecekleri yörenin ahlâki değerleri hakkında bilgi edinmiş olabilir ve bu doğrultuda hareket etme konusunda daha dikkatli davranabilirler. Aynı zamanda yöre halkının, ahlâki değerleri konusunda daha bilinçli davranması, değerlerine sahip çıkması ve bu değerlere ters düşen bir hareket yapıldığında, turistleri, misafirperverlik sınırlarını aşmadan uyarması gerekmektedir.

Ürgüp'ü ziyaret eden turistlerin gelir getirdikleri sürece her davranışlarına göz yumulmaktadır ifadesine yöre halkının %50,9 oranında katılım gösterdiği sonucu dikkate değerdir. Turistler sadece gelir getirici birer kişi olarak değerlendirilmemelidir. Çünkü bu bakış açısı, onların turistik yörelerde, istedikleri gibi davranma hakkını elde etmelerine neden olabilmektedir. Bu da, giderek büyüeyebilen toplumsal sorunlara dönüşebilir. Yöre halkının bu konuda bilinçlendirilmesi ve turistlerin sergiledikleri her davranışa göz yumdukları sürece, turizmin yerel kültür üzerindeki olumsuz etkilerinin önüne geçilemeyeceği gözler önüne serilmelidir.

Uyuşturucu kullanımının yaygınlaşması konusunda, yöre halkının ifadeye katılmayanlara oranla daha küçük bir kesimi, bazı turistlerin bir etkisi olduğunu (%48,2) düşünmektedir. Bu etki şuan fazla hissedilmese bile yaygınlaşabileceği ihtimali göz önüne alındığında, yetkili kurumlara görevler düşmektedir. Uyuşturucu kullanımının hem bireysel hem de toplumsal açıdan oluşturabileceği sıkıntılar, seminer, toplantı veya görsel faaliyetlerle, yöre halkına sunulmalıdır. Bunun yanında, uyuşturucuların satışı yasal olarak suç teşkil ettiğinden, sıkı takipler yapılmalı ve gerekli cezalar uygulanmalıdır. Buna bağlı olarak satışları engelleyici çalışmalar yapılmalıdır. Ayrıca yetkili kurumların yanında, ailelere de büyük görevler düşmektedir. Anne ve babalar, çocuklarına yönelik, bu konuda uyarıcı önlemler almalıdırlar.

Yöredeki ticari ahlâkın bozulmasında, ankete katılan kişilerin yarısından fazlası (%65,3) turizmin etkisi olduğunu düşünmektedir. Mal ve hizmetlerin sunumunda, yöre halkı ile turistlere farklı fiyat uygulandığı, diğer bir ifadeyle turistlere, bu turistik mal ve hizmetlerin daha yüksek bedellerle satıldığı sonucu, ankete katılan kişilerin %85 gibi yüksek bir oranda katılımıyla görülmektedir. Bu, üzerinde durulması gereken bir sonuçtur. Görüldüğü üzere ahlâki değer yapısı, parasal bir yapıyla ölçülmeye başlamıştır. Yöre halkının bu konuda bilinçlendirilmesi, mal ve hizmetlerin satışında tek fiyat uygulamasına gidilmesi ve uygulamanın sağlıklı işleyip işlemediği konusunda düzenli kontrollerin yapılması gerekmektedir. Ayrıca, bedelinden daha yüksek satılan bir mal ve hizmetin, turiste satışı gerçekleştiğinde, yöre esnafı belki o an için yüksek bir gelir elde ettiğini düşünebilir, ancak bu durum, turistler tarafından fark edildiğinde, kendilerine daha büyük zararlar verdiklerinin farkına varmalıdırlar. Ayrıca ticari ahlâk konusundaki bu eksiklikler, ülke imajını olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

Turizmin suç oranını artırdığı ile ilgili olarak yöre halkının genel düşüncesi olumsuz (%42,6) olsa da, diğer yandan bu fikre katılma oranı (%40,3) da dikkate değer bir çoğunluktadır. Turizm, suç işlenmesi konusunda tek neden olmasa da, bu durumu tetikleyebildiği gözlenebilen bir durumdur. Çünkü suç işleyenler, kalabalıktan faydalanarak, fark edilme risklerinin az olduğunu düşünebilmektedir. Yine bu konuda, hem yöre halkına hem de yetkili kurumlara görev düşmektedir. Özellikle festivaller, sportif faaliyetler veya bunlar gibi katılımın fazla olduğu kalabalık etkinliklerde, gerekli güvenlik önlemlerinin sağlanması şarttır. İnsanlar, suç konusunda bilinçlendirilmeli ve tanık oldukları bu gibi durumlarda nasıl bir yol izlemeleri ile ilgili bilgilendirilmelidirler.

Bunun yanında, turistlerin gittikleri ülkenin yasaları hakkında bilgi sahibi olmaları gerekmektedir. Bir ülkede suç sayılabilecek bir davranış, başka bir ülkede doğal karşılanabilmektedir. Böylelikle bu konuda bilgi sahibi olan bir ziyaretçi, konuk oldukları ülkenin yasalarında suç sayılan herhangi bir eylemden ve çevreye zarar verecek her türlü hareketten sakınabilmektedir.

- *Yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi:*

Turizmin yerel kültür üzerindeki diğer bir etki boyutu ise, yöre halkının, yabancı yaşam biçimlerini benimsemesi ile gerçekleşmektedir. Yapılan bu araştırmada, konuyla ilgili ortaya çıkan sonuçlara göre; yöre halkının yarıdan fazlasının olumsuz görüş belirtmesiyle (%63,7) yöre halkının turist davranışlarını taklit etmediği sonucu görülmektedir. Turist davranışlarının taklit edilmesi, turistik yörelerde genellikle gözlenebilen bir durumdur. Turistleri gözlemleyen yöre halkı, onlar gibi yaşama eğiliminde olabildiği için, turistler gibi davranabilmektedir. Ürgüp yöresindeki yöre halkının bu gibi bir eğilimde olmaması, yerel kültürün korunabilmesi adına sevindirici bir sonuçtur.

Turizmin, yöre halkının, kendi kültürü bünyesindeki, yeme-içme alışkanlıkları üzerindeki etkisi ile ilgili yöre halkının genel düşüncesi herhangi bir değişim olmaması (%54,6) yönünde olmasının yanında bu konuda etkisi olduğunu (%33,2) düşünenlerden de söz etmek mümkündür. Benzer sonuç, turizmin yöredeki kılık ve kıyafet alışkanlıklarını değiştirmesine ilişkin ifadeye, katılımcıların %51,6 oranında olumsuz görüş belirtmesinin yanında %43'ünün ise turizmin bu anlamdaki etkisi olduğunu düşünen kişilerde göze çarpmaktadır. Bu bağlamda, turizmin yerel yeme-içme ve kılık-kıyafet alışkanlıkları üzerinde bir etkisi olduğu ancak henüz rahatsızlık düzeyinde olmadığı söylenebilir. Ayrıca yörede bulunan yiyecek ve içecek işletmelerinde, yöresel yemekler yerine turistlerin damak tadına uygun olan yiyecek ve içeceklerin sunulduğunu düşünenlerin oranı %43, diğer yandan ifadeye katılmayanların oranı ise %46,2 olmasıyla, bu konudaki görüşlerin birbirine çok yakın olduğu görülmektedir. Bu sonuç doğrultusunda, turizmin yöredeki yöresel yemekler üzerinde bir etkisi olduğu görülmektedir.

Gelenek ve göreneklerin turizmin etkisiyle zayıflamaması yönündeki bir çaba ve yerel kültür değerleri üzerine kurulan bir turizm anlayışı, Ürgüp yöresinde olduğu gibi, turistik çekicilikleri artırabilecek bir güce sahip olabilmektedir. Çünkü turistler, kendilerine yabancı olan farklı yaşam tarzlarını tanıma ve görme eğiliminde olabilirler. Bunun için, yerel kültürün bir parçası olan bu değerlerin orijinallliği

korunarak geliştirilmesine özen gösterilmelidir. Bu anlamda, yöredeki mutfak kültürünün tamamen korunarak, restoranlarda ağırlıklı olarak bu tür yemeklerin sunumunun yapılmasına dikkat edilmelidir.

Gelenek ve göreneklerin turizmin gelişimiyle zayıfladığı konusuna ilişkin ifadeye, katılımcıların %51,2 oranında olumsuz görüş belirtmeleri olumlu bir sonuçtur. Yerel gelenek ve görenekler, kültürlerin birbirinden ayırt edilmesini sağlamaktadır. Ayrıca, bu değerlerin korunması, yerel kültürün sürekliliğinin sağlanması adına gereklidir. Bu nedenle, yöre halkının kendi öz değerlerini oluşturan yerel gelenek ve göreneklerine sahip çıkması ve turizm gelişiminin bu değerler üzerinde zedeleyici bir etki bırakmaması konusunda dikkatli davranması zorunludur. Bununla birlikte, yöre halkının, genç nüfusa, bu değerleri öğretmeleri ile kuşaktan kuşağa bir aktarım sağlanmış olunacaktır.

- *Yabancı sözcüklerin yöre halkının dilindeki oranının artması:*

Konuyla ilgili ortaya çıkan araştırma sonuçlarına göre, %70 oranında bir katılımıla turizmin yerel dil üzerinde herhangi bir erozyona neden olmadığı ve turistlerin kullandığı dil nedeniyle, yöre halkının kendi öz dilinden uzaklaşmadığı (%63,6) görülmektedir. Diğer taraftan, turistlerin kullandığı yabancı dillerin, yöre halkı üzerinde, Türkçeden daha fazla bir saygınlık simgesi olarak görülmesi konusunda %50,9 oranında olumsuz görüş belirtilmesinin yanında, %38,7 oranında ise söz konusu olan ifadeye katılım göze çarpmaktadır.

Yöre halkının günlük yaşamı içinde, yabancı kelimelerin yoğun olarak kullanıldığına ilişkin ifadeye %58,6 oranında katılım elde edilmiştir. Yöre halkı, yabancı dillerdeki kelimeleri, giderek Türkçeye yerleştirmeye başlamakla birlikte, bu durumu doğallıkla benimsediği için, yerel dildeki bozulmaların farkına varamamaktadır. Elbette ki, yöre halkı ile turistler arasındaki iletişimin sağlıklı olması için, her iki tarafın birbirini anlaması ve büyük oranda aynı dili konuşmaları gerekmektedir. Hatta bu konuda yabancı dil eğitimlerinin artırılması ve gerekli önemin verilmesi şarttır. Tüm bunlar gerçekleşirken ise, Türkçeye zarar verilmeden

hareket edilmelidir. Çünkü dil, milletleri birbirinden ayırt edebilen bir unsurdur. Ancak yabancı dilin etkisi altına giren bir dil, giderek bozulup yok olabilir. Bu durum uzun bir süreç içinde gerçekleşebileceğinden, gerekli özenin gösterilmesi, yerel kültürün özünün korunması ve devam ettirmesi bakımından önemlidir.

- *Yerel sanatın işlev ve anlamının değişmesi:*

Turizmin yöreye özgü el sanatı ürünlerini yozlaştırdığını düşünenlerin oranı %29,7, yöredeki sanatsal etkinliklerin sadece turistlere yönelik düzenlendiği konusundaki katılım oranı %35,8, el sanatı ürünlerinin sadece turistlerin zevkine göre düzenlendiğini düşünen yöre halkının oranı %41,2 ve turizmin yöredeki el sanatı ürünlerinin ucuz ve kalitesiz üretilmesine neden olduğuna dair ifadeye katılım oranı ise %43,6'dır.

Ankete katılan kişilerin, turizm hareketlerinin yerel sanat anlayışı üzerindeki etkisini hissettikleri ancak bu etkinin henüz yıkıcı ve bozucu bir düzeyde olmadığını düşündükleri için tamamen olumsuz algılamadıkları saptanmıştır.

Ürgüp gibi turistik yörelerde, turizmin gelişmesiyle birlikte, sanatsal ürünlerin ve etkinliklerin, kültürel yönden zengin olması önemlidir. Bazı yörelerde, yerel kültürün turizme uyum sağlaması adına, sadece turistleri eğlendirmeye yönelik faaliyetler ve ticari amaç güdülerek ortaya çıkarılan sanat ürünlerini görmek mümkün olabilmektedir. Bu da, sanat ürününün, yapan kişi ve satın alan kişi arasındaki özel anlamın yok olmasına neden olduğu gibi, hem toplumsal işlevleri arasındaki bağın kopmasına hem de yerel sanatın yozlaşmasına neden olmaktadır. Bu yüzden Ürgüp yöresindeki yerel sanatın, özgünlüğünün korunması ve bu özelliğinin devamı için yine koruyucu önlemlerin devam ettirilmesi şarttır.

Yöredeki sanat ürünlerinin, turizmin gelişmesiyle birlikte öz değerlerini koruyarak, sanatsal etkinliklerin temelinde yöre kültürünün yer alması gerekmektedir. Örneğin yöreye özgü dans, tiyatro, el sanatları, müzik ve yerel kıyafetlere özgü sunumlara yer verilmeli ve bunlarla ilgili geceler düzenlenmelidir.

Ayrıca yörede düzenlenen şenlik ve festivallerin, turizm kapsamında ele alınıp, her yıl düzenli bir şekilde tanıtımının yapılması gereklidir. Yerel sanat ile turistlerin, ziyaret ettikleri yöre ve bir anlamda toplum hakkında genel fikirleri oluşmaktadır. Ancak özellikle görsel etkinliklerde, maddi sıkıntılar nedeniyle sahne alan kişilerin profesyonelliği ve kostümleri yine yöre kültürünü yansıtamayabilmekte ve oyunların kurguları, geleneklere uymadığında, yerel sanat anlamında bozulmalar başlamış olmaktadır. Bu doğrultuda, yerel sanat anlayışının özgünlüğünü koruması ve her gösterinin yöre kültürünü yansıtmaması konusunda dikkatli davranılması gerekmektedir.

- *Turizmin yöre halkının kendi kültürünün bir parçası haline gelmesi:*

Turizmin gerekli bir etkinlik olarak benimsenmesiyle birlikte, artık turizm hareketleri, yerel kültürün bir parçası haline gelmeye başlayabilmektedir. Yapılan bu araştırmada, turizmin gelişmesi için alt ve üst yapı yatırımlarının yoğun bir şekilde yapıldığı, ayrıca yöre belediyesinin katkılarının mevcut olduğu (%78,1) sonucu elde edilmiştir. Yörede, oldukça fazla turizm işletmesinin varlığından (%76) söz etmek mümkündür. Tablo 1’de görüldüğü üzere, Ürgüp’te 2005 yılı verilerine göre, 66 adet belediye belgeli konaklama tesisi, 24 adet ise işletme belgeli konaklama tesisi mevcuttur. Bunun yanında Tablo 5’de görüldüğü üzere Ürgüp’te 24 adet seyahat acentası, 67 adet hediyelik eşya dükkânı, 24 adet turistik restoran, 5 adet balon ajansı, 3 adet kamping ve 5 adet bar-disko olduğu görülmektedir. Böylece, turizm, ankete katılan yöre halkının %86 oranındaki katılımıyla, Ürgüp yöresindeki yerel kültürün bir parçası haline gelmiştir. Ancak burada dikkat edilmesi gereken noktalar bulunmaktadır. Yerel kültür barındığı bölgedeki inanç ve değerleri içermelidir. Bu inanç ve değerler, temellerini korudukları sürece bir anlamları vardır. Bu yüzden turizme ayak uyduran bir yerel kültür anlayışı değil, yerel değerler üzerine kurulmuş bir turizm anlayışı, bulunduğu yerdeki ekonomik, sosyal ve kültürel yapıya oldukça büyük katkıda bulunabilecek bir güce sahip olmaktadır.

Bu yüzden, yöredeki turizmin, yerel kültürün bir parçası haline gelmesiyle birlikte, yapılabilecek her türlü turistik işletme veya turistik etkinliklerin, yörenin

hem fiziki görünümünü hem de kültürel yapısını zedelemeyen gerçekleştirilmesine özen gösterilmesi gereklidir.

Turistik yörelerdeki işletme sayısının fazla olması, turizm faaliyetlerinin gerekliliği hissedilip bu konuda yöre belediyelerinin çalışmalar düzenlemesi turistik yöreler adına olumlu bir tablo çizebilse bile, bu durum, yörelerin giderek doğal güzelliğinin bozulup yok olmasına neden olabilmektedir. Bu yüzden bu faaliyetler düzenlenirken, turistik yörelerin fiziki ve toplumsal kapasitelerinin dikkate alınması gerekmektedir. Aksi takdirde, turizm yerel kültürün tamamen bir parçası haline gelip, düzensiz bir gelişim gösterebilir.

- *Araştırmanın hipotezlerine ilişkin test sonuçları:*

Araştırmanın hipotez testlerinin sonuçları dikkat çekicidir. Ankete katılan kişilerin kişisel özelliklerine göre, turizmin yerel kültür üzerindeki etkisi ile ilgili verilen ifadelerde farklılıklar tespit edilmiştir. Buna göre, turizmde çalışan kişiler (Ort.=2,60), turizm sektörü dışında çalışan kişilere (Ort.=2,80) oranla, turizmin yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi üzerindeki etkilerine daha az oranda katıldıklarını belirtmişlerdir. Yerel sanatın işlev ve anlamının değişmesi boyutu ile ankete katılan kişilerin çalışma durumlarına göre görüş farklılıkları belirlenmiştir. Söz konusu boyuta ilişkin ifadelerle, turizm sektöründe çalışanlar (Ort.=2,70), turizm sektörü dışında çalışan kişilere (Ort.=2,87) oranla daha az oranda katılmışlardır. Bu durum ise, turizmden maddi veya manevi kazançlar sağlayan kişilerin, turizmin olumsuz yönlerini görmezden gelebilmeleri şeklinde açıklanabilir. Ancak turizm sektörü dışında çalışan kişiler, turizm hareketlerine tarafsız bir şekilde bakabilir ve etkilerini bu anlamda yine tarafsız olarak yorumlayabilirler. Bu anlamda, turizmde çalışmayan kişilerin görüşleri önem kazanmaktadır.

Turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerine ilişkin ifadelerle, turizmde çalışan kişilerin çalışma sürelerine göre farklılıklar tespit edilmiştir. Bu farklılıkların hangi çalışma süresi gruplarından kaynaklandığının belirlenmesi için uygulanan Tukey testi sonuçlarına göre, kişilerin turizmde çalışma süreleri arttıkça, özellikle ahlâki

değer ve davranış değişmesi boyutuna ilişkin ifadelerle daha çok oranda katıldıkları görülmektedir. Buna göre, turizmin ahlâki değerler üzerindeki etkilerine, turizmde 1 yıl ve altında bir sürede çalışan kişilerin (Ort.=3,21), yine turizmde 8-13 yıl arasında çalışan kişilere (Ort.=3,64) oranla, daha az katıldıkları görülmektedir. Bununla birlikte yine Tukey testi sonuçlarına bakıldığında, turizmde 2-7 yıl arası çalışanların (Ort.=3,17), 8-13 yıl arası çalışanlara göre (Ort.=3,64), turizmin ahlâki değerler üzerindeki etkilerine yine daha az oranda katıldıkları görülmektedir. Turizmde çalışmaya yeni başlamış bir kişiyle, yıllardır turizm sektörü içinde yer alan bir kişinin, turizmin etkileri konusunda farklı algılara sahip olması gözlenebilen bir sonuçtur.

Ankete katılan kişilerin yaş grubu dağılımlarına göre görüş farklılıkları elde edilmiştir. Bu anlamda söz konusu farklılığın, ankete katılan kişilerin yaş grubu 18-23 olanlar (Ort.=2,37) ile yaş grupları 24-29 (Ort.=2,88) ve 36,41 (Ort.=2,76) olan kişilerden, 24-29 yaş grubu (Ort.=2,88) ile 42 ve üzeri (Ort.=2,26) olanlar, yine yaş grubu 30-35 (Ort.=2,60) olan kişilerden kaynaklandığı görülmektedir. Diğer bir görüş farklılığı, yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi boyutunda belirlenmiştir. Buna göre, 18-23 yaş grubunda olanlar (Ort.=2,49), yaşları 42 ve üzerinde olanlara (Ort.=2,88) oranla, söz konusu değişikliklere daha az oranda katıldıklarını belirtmişlerdir. Bu da, genç nüfusun günlük yaşamlarını doğal olarak görüp benimsemeleri, ancak diğer taraftan yaşça daha büyük olan kişilerin, yaşam biçimlerinin giderek geleneksellikten çıkıp yabancılaşmaya başlaması şeklinde görmeleriyle açıklanabilir.

Ürgüp'te ikamet edilen süre, verilen ifadelerde farklılıkların olmasına neden olmaktadır. Yani diğer bir ifadeyle, ikamet süresi arttıkça, yörede meydana gelen değişiklikler daha sağlıklı bir şekilde gözlenebilmektedir. Turizmin dini değerler üzerindeki etki boyutuna ilişkin ifadelerde, Ürgüp'teki ikamet süreleri, 3 yıl ve altı (Ort.=2,37) ile 4-9 yıl (Ort.=2,44) arasında olanlar, 4-9 yıl (Ort.=2,44) ile 16-21 yıl (Ort.=2,95) arasında olanlar ve 10-15 yıl (Ort.=2,84) ile 16-21 yıl (Ort.=2,95) arasında olan gruplarda farklılıklar tespit edilmiştir. İkamet süreleri 3 yıl ve daha az olan kişiler, Ürgüp'teki turizm hareketlerinin dini değerler üzerindeki etkilerine daha

az oranda katılmaktadırlar. İkamet süresi arttıkça, turizmin etkilerinin daha çok oranda algılandığı görülmektedir. Aynı durum 4-9 yıl (Ort.=2,44) ile 16-21 yıl (Ort.=2,95) ve 10-15 yıl (Ort.=2,84) ile 16-21 yıl (Ort.=2,95) arasında ikamet eden kişilerde görülmektedir.

Yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi boyutu ile ilgili ise, ikamet süreleri arttıkça, turizmin etkilerine katılımın arttığı belirlenmiştir. Yapılan Tukey testi sonuçlarına göre, ikamet süresi 3 yıl ve altı (Ort.=2,30) ile 4-9 yıl (Ort.=2,56), 16-21 yıl (Ort.=2,62), 22-27 yıl (Ort.=2,95) ve 28 yıl ve üzeri olanlar (Ort.=2,80), 10-15 yıl (Ort.=2,59) ile 22-27 yıl (Ort.=2,95) arasında olanlarda anlamlı farklılıklar görülmektedir. Ankete katılan kişilerin Ürgüp'teki ikamet süreleri arttıkça, turizmin yöre halkının günlük yaşamı üzerindeki etkilerini daha çok algıladıkları söylenebilir.

Yabancı sözcüklerin kullanım oranının artması ile ilgili verilen ifadelerde, kişilerin ikamet süreleri arttıkça katılımın daha fazla olduğu belirlenmiştir. Bu farklılıkların ise, Ürgüp'te 3 yıl ve altında ikamet eden kişiler ile, 22-27 yıl ve 28 yıl ve üzeri arasında ikamet eden kişilerden kaynaklandığı görülmektedir. Yani diğer bir ifadeyle, ikamet süreleri 3 yıl ve altında olan kişilerin (Ort.=2,38), 22-27 yıl (Ort.=2,97) ve 28 yıl ve üzeri (Ort.=2,59) olan kişilere oranla, yerel dil üzerindeki etkileri daha az düzeyde algıladıkları söylenebilir. Aynı durum yerel sanatın işlev ve anlamının değişmesi ile turizmin yerel kültürün bir parçası haline gelmesi boyutlarında elde edilmiştir. Bu da, yörede bulunma süresi arttıkça, kişilerin çevrelerinde gelişen değişiklikleri daha iyi algılamalarıyla açıklanabilir.

Ankete katılan kişilerin gelir dağılımlarına göre yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesine yönelik verilen ifadelerde görüş farklılıkları elde edilmiştir. Buna göre, gelir durumu arttıkça, turizmin yabancı yaşam biçimlerinin benimsenmesi konusundaki etkilerine katılma oranı düşmektedir. Turistler, genellikle para harcayan ve geldikleri yerlerdeki alışkanlıklarını sürdüren kişiler olarak bilinmektedir. Ancak turistler gibi yaşamak, çoğu yöre halkı için maddi imkânlarının yetersizliğinden mümkün olmamaktadır. Ortaya çıkan sonuç ise, aylık geliri daha az olan kişilerin,

kendilerinden daha fazla kazanan yöre halkının daha çok turistler gibi yaşayabildiği düşüncesine sahip olmaları ile açıklanabilir.

Turizm örf, adet, gelenek ve göreneklerimizi, yakından etkileyebilecek bir güçtedir. Turistlerin yabancı bir ülkeye gelmesiyle oluşan sosyal etkileşim ve değişmeyi, turizm olayının doğuşunda ve oluşumunda etken olan sosyolojik faktörleri ve turizmin yol açtığı sosyal etkileri göz ardı etmemek gerekmektedir. Özellikle turizm planlamacıları, turizmin sosyal yapıda meydana getireceği etkileri çok iyi bilmeli ve bunları değerlendirmelidirler. Aksi takdirde, turizm hareketleri, turistik yörelerdeki yerel kültürün yapısında bozulmalara neden olmakla birlikte, toplumsal sorunlara yol açabilmektedir.

Bu nedenle, turizmin belirli aşamalardan geçerek gelişmesi, yöre halkının kendi kültürü ve kültürel kaynakları ile turizm gelişiminin ekonomik, sosyal ve kültürel etkileri konularında bilinçlendirilmeleri gerekmektedir. Aynı zamanda, turistlerin gelmelerini sağlayan aracı kişi ve kuruluşların, turistleri, ziyaret ettikleri yöre kültürü hakkında bilgilendirmesi bu anlamda önemlidir. Çünkü böylelikle turistler, gittikleri yörenin normlarını önceden bilmiş olurlar ve bu çerçevede yöreye uygun davranışlar sergilemek konusunda dikkatli davranabilirler. Bu da karşılıklı ilişkiler anlamında, olumlu sonuçlar doğurabilmektedir.

Turist ve yöre halkının, kültürleri hakkında bilgi sahibi olarak benzerlikleri ve farklılıkları ile etkileşim sürecine girmeleri, yeni deneyimler, zevkler, farklı düşünme tarzları, daha fazla hoşgörü gibi insanları farklı düşünmeye sevk eden olumlu etkilerden söz edilebilmektedir.

Yöreye gelen turistlerin yıllara göre dağılımları Tablo 2 ve Tablo 3’de verilmişti. Bu dağılıma bakıldığında, Ürgüp yöresinin turist potansiyelinin, özellikle 2002 yılında yaklaşık 250.000 yabancı ziyaretçi ile yöre halkının 22.542 olan nüfusunun oldukça üzerinde olduğu görülmektedir. Bunun yanında, 2005 yılı dâhil olmak üzere, Ürgüp’e her yıl gelen turist sayısının, yöre halkının nüfusundan oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Turizmin, turistik yerler üzerindeki etkileri bir

anlamda bu orana bağılı olabilmektedir. Yani, yöreyi ziyaret eden turist sayısı, yöre halkının nüfusundan ne kadar çok ise, o yöredeki etkileri de o kadar fazla olabilmektedir.

Sonuçta genel olarak bakıldığında, Ürgüp yöresinde yaşayan yöre halkı, yörelerinde gelişen turizm hareketlerinin, yerel kültürleri üzerinde az da olsa olumsuz bir değişime neden olduğunu düşünmektedirler. Söz konusu olan bu etkiler, yöredeki dinsel inanç, ahlâki değerler, yerel yaşam tarzı, yerel dil ve yerel sanat üzerinde kendini göstermektedir. Yine, araştırma sonuçlarına göre, Ürgüp yöresindeki turizm hareketlerinin, yerel kültürün bir parçası haline gelmeye başladığı belirlenmiştir. Ancak tüm bu değişimlerin, yöredeki yerel kültür değerleri üzerinde şu an oldukça belirgin ve yıkıcı bir düzeyde olmadığı söylenebilir.

Kültürel anlamda koruma ve aynı zamanda gelişmeyi içeren politikaların geliştirilmesi, kültürel bozulmaların önüne geçilmesinde önemli bir adım olacaktır. Böylece öz değerlerden uzaklaşmadan gelişen turizm hareketleri ile hem kültürel çekicilik sağlanabilecek hem de yerel inanç, değer, ahlâk ve yaşam biçimlerinde değişimler yaşanmayacaktır.

Turizm gelişimi dikkatli planlamalarla yürütülebilirse, yerel kültür açısından birçok olumlu katkıları beraberinde getirebilmektedir. Böyle bir durumda yöre halkı, bu gelişime gönüllü olarak katkıda bulunmak isteyecektir. Başarılı bir turizm gelişimi yörelere ekonomik katkı sağlayarak, halkın refah düzeyini artırmakta, gelenekleri, değerleri ve kültürel mirası korumada yardımcı olabilmekte, yöreyi, kültürel değerler temel alınarak modernleştirerek global düzeye taşıyabilmektedir.

Turizmin, yerel kültür üzerindeki etkilerinin araştırıldığı bu çalışma kamu ve özel sektöre hem bir bilgi hem de kaynak sağlamada yardımcı olabileceği gibi, söz konusu olan etkilerin ortadan kaldırılmasında veya en aza indirilmesinde, olumlu yönde katkıda bulunabilecektir. Bunun yanında bu çalışmanın belirli aralıklarla tekrarlanarak yerel kültür üzerindeki etki belirlenmeli ve elde edilen sonuçlara göre turizm gelişimine yön verilmelidir.

KAYNAKÇA

- ABERCROMBIE, Nicholas. (2004). **Sociology**, (First Edition). New York:Polity Press.
- AHO, Seppo. (2001). “**Tourism as an Impetus for Local Entrepreneurs and Innovations**”, Workshop 4:Influence Of Tourism On Local Lifestyle, Cultural Heritage, Man and Tourism, Report Of The Asia-Europe Seminar-Hanoi.
- AKAT, Ömer. (2000). *Bir Sistem Olarak Turizmin Özellikleri ve Sosyo-Kültürel Etkileri*, **Standard Ekonomik ve Teknik Dergi**, (457), 51-55.
- AKGÖZ, Erkan. (2003). “Turizm İşletmelerindeki Türk Gecelerinin Türk Kültürünü Tanıtmaya Katkıları”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı.
- AKIŞ, Sevgin. (1996). *Turizmin Ekonomik, Sosyal ve Çevresel Etkileri*, **Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi**, (3-4), 10-15.
- AKTAN, Can. (1999). **Ahlâk ve Ahlâk Felsefesi**, İstanbul: Arı Düşünce ve Toplumsal Gelişim Derneği Yayını.
- ALAVALAPATI, Janaki R. R. ve Wiktor L. ADAMOWICZ. (2000). *Tourism Impact Modeling For Resource Extraction Regions*, **Annals of Tourism Research** 27, (1), 188-202.
- ALİ, Mohammed ve Mlenge H. Juma. (2003). **Tourism Development and Local Community The Case Of Two Coastal Villages In Zanzibar, Tanzania**, <www.wiomsa.org/download/MARGpubl%20as%20pdf/Mohd%20Haji%20%20Mlenge%20%20Tourism%20Development%20%20MARGI%20Final%20Rep%20E2%80%A6.pdf>, (2005, 24 Kasım) .
- ALTINAY, Mehmet. (1996). *Alternatif Turizm*, **Türsab Dergi**, (151), 59-60.
- ANDERECK, Katheleen, VALENTINE, Karin M., KNOPF, Richard C. and Christine A. VOGT. (2005). *Residents’ Perceptions Of Community Tourism Impacts*, **Annals Of Tourism Research** 32, (4), 1056-1076.

- ANDERSEN, Margaret L. and TAYLOR, Howard F. (2004), **Sociology**, Belmont: Thomson&Wadsworth Press.
- ANSTRAND, Melker. (2006). *Community-Based Tourism and Socio-Culture Aspects Relating To Tourism, A Case Study Of A Swedish Student Excursion To Babati (Tanzania)*, **Annals of Tourism Research** (3), 622-638.
- ARINÇ, P. Canan. (2002). Selçuk'ta Kültür Turizmi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Coğrafya Anabilim Dalı.
- ARON, Raymond. (1992). **Sınıf Mücadelesi**, İngilizceden Çeviren: Erol GÜNGÖR, İstanbul: Dergâh Yayınları.
- ARON, Raymond. (2006). **Sosyolojik Düşüncenin Evreleri** İngilizceden Çeviren: Korkmaz ALEMDAR, İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- ARTUN, Erman. (2000). **Türk Folklorunun Turizm Açısından Değerlendirilmesi**, <www.turkoloji.cu.edu.tr/halkbilim/7.php> (2006, 19 Ağustos)
- ARSLANOĞLU, İbrahim. (2000). *Kültür ve Medeniyet Kavramları, Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Merkezi Dergisi* (15), 243-255.
- ARSLANTÜRK, Zeki ve AMMAN, Tayfun. (2000). **Sosyoloji**, (Birinci Baskı), İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- ASHLEY, Caroline. (2000). **The Impacts of Tourism on Rural Livelihoods:Namibia's Experience**, ODI Working Paper No:128, <www.odi.org.uk/publications/working_papers/wp128.pdf> (2006, 23 Aralık).
- ASUNAKUTLU, Tuncer ve Barış SAFRAN. (2004). *Kültürel Farklılıklardan Kaynaklanan Çatışmalara Yönelik Bir Araştırma Marmaris Turizm Sektörü Örneği*, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi** 6, (1), 26-49.
- ATELJEVIC, Irena. (2000). **Consumer Psychology Of Tourism, Hospitality and Leisure**, (Third Ed.) A. G. Woodside, M. Y. Sakai, G. I. Crouch, M. OPPERMAN (Editors), New York: Cabi Publishing.
- AVCIKURT, Cevdet. (2003). **Turizm Sosyolojisi**, (Birinci Baskı). Balıkesir: Detay Yayıncılık.

- AYTAÇ, Ömer. (2002). **Sosyoloji-Bir Giriş Denemesi**, Elazığ: Dünya Matbaacılık .
- BALAMAN, Rıza. (2002). **Kültürel Değişim Sürecinde Değişme Olgusu**, Gap Çerçevesinde Halk Kültürü Sempozyumu Bildirileri, Halk Kültürlerini Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğü Yayınları:337, Seminer-Kongre Bildirileri Dizisi:73, Ankara: Yücel Ofset.
- BALAZ, Vladimir and Masaoki MITSUTAKE. (1998). *Japaneese Tourists In Transition Countries Of Central Europe:Present Behaviour and Future Trends*, **Tourism Management** (19), 433-443.
- BANKS, Sarah Katharine. (2003). Tourism Related Impacts As Perceived By Three Resident Typology Groups In San Pedro, Belize, A Dissertation Submitted To The Graduate Faculty Of North Carolina State University In Partial Fulfillment Of The Requirements For The Degree Of Doctor Of Philosophy, <www.lib.ncsu.edu/theses/available/etd-11052003-145250/unrestricted/etd.pdf> (2006, 12 Kasım).
- BARKER, Michael. (2002). *Modeling Tourism Crime The 2000 America's Cup*, **Annals of Tourism Research** 29 (3), 762-782.
- BARUTÇUGİL, Sabit, İ. (1989). **Turizm İşletmeciliği**, İstanbul: Beta Basım Yayınları.
- BATMAN, Orhan, YILDIRGAN, Recep ve DEMİRTAŞ, Nihat. (2001). **Turizm Rehberliği**, (Birinci Baskı), Adapazarı: Değişim Yayınları.
- BAUMAN Zygmunt. (1998). **Sosyolojik Düşünmek**. (Birinci Baskı). İngilizceden Çeviren: Abdullah YILMAZ, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BAYER, Zekai. (1992). **Turizme Giriş**, İstanbul: Küre Yayıncılık.
- BEERLI, Asunción. and Josefa. D. MARTIN. (2004). *Factors Influencing Destination Image*, **Annals of Tourism Research** 31 (3), 657-681.
- BENNETT, Oliver, ROE, Dilsy and ASHLEY Caroline.(1999). **Sustainable Tourism and Poverty Elimination Study**, London: Overseas Development Institute .
- BERBER, Şakir. (2003), *Sosyal Değişme Katalizörü Olarak Turizm ve Etkileri*, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi** (9) 205-221.

- BERRIANE, Mohammed. (1999). **Tourism, Culture and Development In the Arab Region**, Supporting Culture To Develop Tourism, Unesco's World Decade For Cultural Deveelopment Research, Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- BLAMEY, Russell. K. (2001). **The Encyclopedia Of Ecotourism**, (First Edition). David. B. Weaver (Editor), New York: Cabi Publishing.
- BLEASDALE, Sue and Sue TAPSELL. (1999). **Tourism and Cultural Conflicts**, Mike ROBINSON and Priscilla BONIFACE (Editors), New York: Cabi Publishing.
- BONIFACE, Brian G. and COOPER, Chris. (1994). **The Geograph Of Travel and Tourism**, (2nd. Ed.), Oxford: Butterworth Heinemann.
- BOTTOMORE, Tom B. (2000). **Toplumbilim**, (Altıncı Baskı). İngilizceden Çeviren: Ünsal OSKAY, İstanbul: Der Yayınları.
- BOYDAŞ, Nihat. (1996). *Sanat Kültürü Yansıtır*, **Millî Eğitim**, 131 (Temmuz-Ağustos-Eylül).
- BOVY, B. Manuel and LAWSON Fred. (1998). **Tourism and Recreation Handbook Of Planning and Design**, Oxford: Architectural Press.
- BOZYER, Ünal. (2001). Turizm Olgusunun Sosyal Yapı Üzerindeki Etkileri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla: Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Anabilim Dalı.
- BRAM, Jason. (1995). *Tourism and New York City's Economy*, **Current Issues, In Economics and Finance** 1, (7), 1-6.
- BRAMWELL, Bill and Bernard LANE. (2005). *Interpretation and Sustainable Tourism: The Potential and The Pitfalls*, **Interamerican Journal of Environment and Tourism** 1 (1), 20-27.
- BULUT, Erol. (1999). Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Ekonomik Etkileri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü .
- BULUT, Erol. (2000). *Türk Turizminin Dünya'daki Yeri ve Dış Ödemeler Bilançosuna Etkisi*, **Gazi Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi** 2, (3), 71-86.

- BUTCHER, Geoff, FAIRWEATHER, John R. and SIMMONS, David G. (2003). **The Economic Impact of Tourism on Christchurch City and Akaroa Township**, Tourism Recreation Research and Education Centre (TRREC) Report No: 37, Halswell: Butcher Partners Limited.
- BUTLER, Richard. W. (1990). *Alternatif Turizm: İnandırıcı Bir Umut Mu Yoksa Truva Atı Mı?*, **Turizmde Seçme Makaleler:7**, Tugev Yayını No: 13, İstanbul.
- BUTLER, Richard. W. (2001). **Seasonality In Tourism**, Tom BAUM and Suend LUNDTORP (Editors), Oxford: Pergamon Press.
- CANO, Lucero Morales and Avis MYSYK. (2004). *Cultural Tourism, The State, and Day Of The Dead*, **Annals of Tourism Research** 31, (4), 879-898.
- CARTER, Roger William and BEETON, Robert. (2003). **Managing Cultural Change and Tourism: A Review and Perspective**, <www.nrsm.uq.edu.au/Staff/bcarter/EcoNotes/CarterBeetonColl.pdf>, (2006, 12 Kasım).
- CERVENY, Lee K. (2004). **Preliminary Research Findings From A Study Of The Sociocultural Effect Of Tourism In Haines, Alaska**, United States Department Of Agriculture Forest Service, Pasific Northwest Research Station, General Technical Report 612, July, 1-77.
- CESSFORD, Gordon Robert and DINGWALL, Robert. (1999). **An Approach To Assessing The Environmental Impacts Of Tourism**, Conservation Advisory Science Notes No:247, New Zealand: Department Of Conservation Head Office.
- CHRISTENSEN, Anne Marie and BECKMANN, Suzanne C. (1998). **Consumers' Perspectives On Tourism and The Environment**, Working Paper No:10, Frederiksberk: Department Of Marketing Copenhagen Business School.
- CHRISTIE, Iain. T. and CROMPTON, Doreen E. (2001). *Tourism In Africa*, <www.worldbank.org/afr/wps/wp12.pdf> (2006, 22 Eylül).
- CHURCHMAN, Arza. (1997). *The Role of the Physical Environment in Culture Shock*, **Environment and Behavior** 29, (1), 64-86.

- CLOKE, Paul and Harvey C. PERKINS. (2002). *Commodification and Adventure In New Zealand Tourism*, **Current Issues In Tourism** 5 (6), 521-549.
- COHEN, Erik. (1996). **The Sociology of Tourism: Theoretical and Empirical Investigations**, (First Edition). Yiorgis APOSTOLOPOULOS, Stella LEIVADI, Andrew YIANNAKIS (Editors:), London: Routledge Taylor&Francis Group.
- COLANTONIO, Andrea. (2004). **Tourism In Havana During The Special Period: Impacts, Resident's Perceptions and Plannig Issues**, <www.lanic.utexas.edu/project/asce/pdfs/volume14/colantonio.pdf> (2006, 22 Ocak).
- COLTMAN, M. Michael. (1989). **Introduction To Travel and Tourism**, New York: Van Nostrand Reinhold.
- COOK, Roy, YALE, Laura J. and MARQUA, Joseph J. (1999). **Tourism The Business Of Travel**, (9th Ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- COWEN, Tyler. (2004). **Free To Choose, Commerce, Culture, and Diversity: Some Friedmanesque Themes In Trade and The Arts**, Mark A. WYNNE, Harvey ROSENBLUM, Robert L. FORMAINI (Editors). Racap Series On Culture and Tourism In Asia No:5, Bangkok: UNESCO Principal Regional Office For Asia and The Pacific.
- COULDRY, Nick. (2000). **Inside Culture**, London: Sage Publications.
- CRAIK, Jennifer. (2004). *The Culture Of Tourism*, **Tourism, Critical Concepts In The Social Sciences**, Stephen WILLIAMS (Editor), Vol. II, New York: Routledge Taylor&Francis Group.
- ÇAKIR, Pembegül. (2001). *Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Genel Bir Yaklaşım*, **Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi** 17, (1), 377-393.
- ÇİMAT, Ali. ve Ozan BAHAR. (2003) *Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme*, **Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi** 3 (6,) 1-18.

- DAVENPORT, John and Julia L. DAVENPORT. (2006). *The Impact Of Tourism and Personal Leisure Transport On Coastal Environments: A Review*, **Estuarine, Coastal and Shelf Science**, (67), 280-292.
- DAVIDSON, Rob. (1993). **Tourism**, London: Pitman Publishing.
- DAVIES, Terry and CAHILL, Sarah. (2000). **Environmental Implications of the Tourism Industry**, Research For The Future No:14, Washington: Rff Press.
- DEMİRAY, Uğur. (1991). *Kültürel İletişim Bağlamında Turizm Madalyonun Öteki Yüzü*, **Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi**, (13-14), 43-48.
- DEMİRCİOĞLU, A.Güzin. (1997). *Turizm-Çevre Etkileşimi Bakımından Sürdürülebilir Turizm Planlaması*, **Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi** 12, (2), 135-149.
- DİNÇER, İlksen. (1996). *Sürdürülebilir Turizmin Hayata Geçirilmesi İçin Aktive Olması Gereken Dinamikler ve İşlevleri-Model Çalışması*, *Sürdürülebilir Turizm; Turizm Planlamasına Ekolojik Yaklaşım*, İstanbul: Mimar Sinan Üniversitesi, 19.Dünya Şehircilik Günü Kollokyumu.
- DİNÇKOL, Abdullah. (2001). **Sosyolojiye Giriş**, İstanbul: Der Yayınları.
- DİNDAR, Mürüvvet. (2002). **Turizm ve Çevre İlişkileri**, II. Turizm Şurası Bildirileri, II.Cilt, Ankara: T.C. Turizm Bakanlığı Yayınları.
- DITTMER, Paul R. and GRIFFIN, Gerald G. (1997). **Dimensions Of The Hospitality Industry**, New York: Van Nostrand Reinhold Press.
- DOAN, Tiffany M. (2000). *The Effects of Ecotourism In Developing Nations: An Analysis of Case Studies*, **Journal Of Sustainable Tourism** 8, (4), 288-304.
- DOĞAN, İsmail. (1998). **Sosyoloji**, İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- DOĞAN, Hasan. Zafer. (2004). **Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri**, (Birinci Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- DOLNICAR, Sara, GRABLER, Klaus and MAZANEC, A. Josef. (2000). **Consumer Psychology Of Tourism, Hospitality and Leisure**, (3rd. Ed.) A.

G. WOODSIDE, M. Y. SAKAI, Geoffrey. I. CROUCH and M. OPPERMAN (Editors), New York: Cabi Publishing.

- DORON, Assa. (2004). **Tourist-Host Transactions: The Boatmen of Varanasi as Cultural Brokers,**

<www.coombs.anu.edu.au/asaa/conference/proceedings/doron-a-asaa2004.pdf>

(2006, 22 Kasım).

- DÖNMEZER, Sulhi. (1994). **Toplumbilim**, İstanbul: Beta Basım.
- DYER, Pam, Lucinde ABERDEN and Sigrid SCHULER. (2003). *Tourism Impacts On An Australian Indigenous Community: A Djabugay Case Study*, **Tourism Management**, (24), 83-95.

- EAGLES, Paul F.J., MCCOOL, Stephen F. and HAYNES, Christopher D. (2002). **Sustainable Tourism In Protected Areas Guidelines For Planning and Management**, Adrian Phillips (Editor:), Cambridge: Thanet Press.

- EAGLES, Paul F.J and Stephen F. MCCOOL. (2004). **Tourism In National Parks and Protected Areas: Planning and Management**, (First Edition). New York: Cabi Publishing.

- EKE, Feral ve Nihan ÖZDEMİR. (2000). *Turizmin Yerel Toplum Üzerine Etkileri*, **Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi**,(3), 177-191.

- ENGELHARDT, Richard., JAMIESON, Walter., KALDUN, Beatrice., Koch-Schulte, John., SUNALAI, Pawinee and Ellie MELEISEA. (2004). **The Effects of Tourism on Culture and the Environment in Asia and the Pacific: Tourism and Heritage Site Management in Luang Prabang**, Bangkok:Office Of Regional Advisor, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

- ERBAŞ, Aynur. (1993). *Geleneksel Türk El Sanatlarımız Üzerine Genel Bir Değerlendirme*, **Standard Ekonomik ve Teknik Dergi** 32. (382), 29-32.

- ERGİL, Doğu. (1994). **Toplum ve İnsan**, Ankara: Turhan Kitapevi.
- ERİNÇ, Sıtkı M. (1995). **Kültür Sanat Sanat Kültür**, İstanbul: Çınar Yayınları.

- ERKAL, Mustafa. (2000). **Sosyoloji**, İstanbul: Der Yayınları.

- EROĞLU, Feyzullah.(1995). **Davranış Bilimleri**, İstanbul: Beta Basım Yayım.
- FAGENCE, Michael. (2003). **Turism In Destination Communities**, (First Edition), S. SINGH, D. J. Timothy and R. K. DOWLING (Editors), Cambridge: Cabi Publishing.
- FAULKNER, Bill ve Carmen TIDESWELL. (1997). *A Framework for Monitoring Community Impacts of Tourism*, **Journal Of Sustainable Tourism** 5 (1), 3-28.
- FENNELL, David A. (1999). **Ecotourism**. (First Edition). London: Routledge Taylor&Francis Group .
- FENNELL, David A. (2002). **Ecotourism Programme Planning** (First Edition). New York: Cromwell Press.
- FICHTER, Joseph. (1990). **What Is Sociology?** İngilizceden Çeviren: Nilgün ÇELEBİ. Selçuk Üniversitesi Yayınları No:75, Konya: Selçuk Üniversitesi Basımevi.
- FIGUEIRA, Ana Paula. (2001). **The Role Of Planning In Local and Regional Tourism Development**, <www.pubol.ipbeja.pt/Artigos/APFigueira_Madrid.pdf> (2006, 3 Kasım).
- FRANCESCO, Anne M. and Gold, Barry A. (1998). **International Organizational Behavior**, (7th Ed.), London: Prentice Hall .
- FRANCIS, Dave W., SHARROCK, Wes W. and Cuff, E. C. (1998). **Perspectives In Sociology**, (4th Ed.), London: Routledge Taylor&Francis Group.
- FREEDMAN, J. L., D. O. Sears ve J. M. Calsmith. (2003). **Sosyal Psikoloji**, İngilizceden Çeviren: Ali DÖNMEZ, Ankara: İmge Yayıncılık.
- GARTNER, William C. (1996). **Tourism Development: Principles, Processes, and Policies**, New York: John Wiley&Sons.
- GEE, Y. Chuck., MAKENS, James C. and CHOY, Dexter J. L. (1997). **The Travel Industry**, (3rd Ed.). New York: John Wiley&Sons.
- GEZGİN, İlkay. (2004). **Turizm, İlkeler ve Yönetim**, Atilla Yüksel ve Murat Hançer (Editörler), Ankara: Turhan Kitapevi Yayınları.

- GETZ, Donald. (1991). **Festivals, Special Events and Tourism**, New York: Van Nostrand Reinhold.
- GIDDENS, Anthony. (1994). **Behavior In Organizations**, New Jersey: Prentice-Hall.
- GIDDENS, Anthony. (1999). **İleri Toplamların Sınıf Yapısı**, İngilizceden Çeviren: Ö. BALDIK, İstanbul: Birey Yayıncılık.
- GIDDENS, Anthony. (2000). **Sosyoloji**, Yayına Hazırlayanlar: Hüseyin ÖZEL ve Cemal GÜZEL, İstanbul: Ayraç Yayınevi.
- GIDDENS, Anthony (2005), **Sosyoloji, Toplumbilim, Siyaset Bilim**, Yayına Hazırlayanlar: Hüseyin ÖZEL, Cemal GÜZEL, Ankara: Ayraç Yayınevi.
- GIDDENS, Anthony ve Mitchell DUNEIER. (2000). **Introduction To Sociology**, (3th Ed.). London: Norton Company.
- GIDDENS, Anthony. (2005). **Sosyoloji**, Yayına Hazırlayan: Cemal GÜZEL, Ankara: Ayraç Yayınevi.
- GOELDNER, Charles. R. and MCINTOSH, Robert. (1990) **Tourism Principles, Practices, Philosophies**, (7th. Ed), New York: Wiley&Sons, Inc.
- GOODALL, Brain. (1992). **Progress In Tourism, Recreation and Hospitality Management**, C. P. COOPER and A. LOCKWOOD (Editors), New York: Belhaven Press.
- GÖNÜLLÜ, Müzeyyen ve Gönül İÇLİ. (2001). *Çalışma Yaşamında Kadınlar: Aile ve İş İlişkileri*, **Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi** 25 (1), 81-100.
- GREEN, Ray. (2005). *Community Perceptions Of Environmental and Social Change and Tourism Development On The Island Of Koh Samui, Thailand*, **Journal Of Environmental Psychology**, (25), 37-56.
- GREINER, Romy., MAYOCCHI, Colin., LARSON, Silva., STOECKL, Natalie and SCHWEIGERT, Roman. (2004). Benefits and Costs Of Tourism For Remote Communities, Case Study For The Carpentaria Shire In North-West Queensland, www.cse.csiro.au/publications/2004/Carpentaria_Final_Report.pdf > (2006, 24 Aralık).

- GRUNEWALD, Rodrigo De Azeredo. (2002). *Tourism and Cultural Revival*, **Annals of Tourism Research** 29 (4) , 1004–1021.
- GUNN, A. Clare and VAR, Turgut. (2002). **Tourism Plannig, Basics, Concepts, Cases**, (4th Ed.). New York: Routledge Taylor&Francis Group.
- GÜLER, Çağatay ve ÇOBANOĞLU, Zakir. (1994). **Turist Sağlığı**, Ankara: Aydoğdu Ofset.
- GÜNDÜZ, Fuat. (2004). *Çevre ve Turizmin Sürdürülebilirliği*, **Planlama Dergisi**, (27), 58-66.
- GÜNEY, Salih. (1998). **Davranış Bilimleri ve Yönetim Psikolojisi Terimler Sözlüğü**, Ankara: Ocak Yayınları.
- GÜRKAN, İlhan. (1996). *Turizmin Sosyal Yapı Üzerindeki Etkileri*, **Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi**, (1-2), 112-119.
- GÜVEN, Sami. (1999). **Toplumbilim**, Bursa: Ezgi Kitapevi Yayınları.
- GÜVENÇ, Bozkurt. (2002). **Kültürün ABC'si**, (İkinci Baskı), İstanbul: Şefik Matbaa.
- HALEY, A. J, SNAITH, Tim and Graham MILLER. (2005). *The Social Impacts Of Tourism*, **Annals Of Tourism Research** 32, (3), 647-668.
- HALL, Colin Michael. (1994). **Tourism and Politics**, (4th Ed.). New York: John Wiley&Sons.
- HALL, Derek R. (1995). **Tourism, The Less Developed Countries**, David HARRISON (Editor), New York: John Wiley&Sons.
- HAMELINK, Cees J. (1997). **New Information and Communication Technologies, Social Development and Cultural Change**, United Nations Research Institute For Social Development, Discussion Paper No:86, Geneva: Unrisd Press.
- HAMILTON, Jacqueline. (2002). *The Environmental Impacts Of Tourism*, Seminar zur Volkswirtschaftslehre: Contemporary Environmental Problems Hausarbeit Thema 4, Hamburg, Wintersemester, 10 October 2002.

- HARARI, Thomas. (2005). **Impacting The Warm Heart Of Africa, A Study Of The Economic and Socio-Cultural Effects Of Tourism On The Nkhata Bay District, Malawi**, ODI Working Paper No:17, London: Odi.
- HARPER, Dee Wood. (2001). *Comparing Tourists Crime Victimization*, **Annals Of Tourism Research** 28 (4), 1053-1056.
- HARRISON, David. (1995). **Tourism, The Less Developed Countries** David HARRISON (Editor), New York: John Wiley&Sons.
- HARRISON, David. (2004). *Tourism In Pasific Islands*, **The Journal of Pacific Studies** 26, 81-2) 1–28.
- HASHIMOTO, Atsuko. (2002). **Aspects Of Tourism, Tourism and Development**, Richard SHARPLEY and David J. TEFLER (Editors), New Zealand: Channel View Publications.
- HAYDU, John and HODGES, Alan. (2002). Economic Dimensions of the Florida Golf Course Industry, 1-16 <www.edis.ifas.ufl.edu > (2006, 23 Kasım).
- HENSLIN, M. James. (2003). **Sociology: A Down-To Earth Approach**, (7th Ed.), London: Ally&Bacon Press.
- HITCHCOCK, Robert K. (1997). **Tourism and Culture: An Applied Perspective**, Erve CHAMBERS (Editor). New York: State University Of New York Press.
- HITCHCOCK, Michael. (2001). **Souvenirs, Cultural Heritage and Development**, Workshop 5: From Traditional Handicraft To Industrialized Souvenirs?, Cultural Heritage, Man and Tourism, Report Of The Asia-Europe Seminar-Hanoi.
- HİMMETOĞLU, Bülent ve Robert BROTHERTON. (1994). *Turizmin Gelişmesi İçin Bir Alternatif: Özel İlgi Turizmi*, **Turizmde Seçme Makaleler** 19, Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayını No:30, Mayıs-İstanbul.
- HOFMAN, Robert J. (2000). **Assessment of the Possible Cumulative Environmental Impacts of Commercial Ship-Based Tourism In the Antarctic Peninsula Area**, National Science Foundation Reports, California: Environmental Office.

- HOLDEN, Andrew. (1999). *High Impact Tourism: A Suitable Component of Sustainable Policy? The Case of Downhill Skiing Development at Cairngorm, Scotland*, **Journal of Sustainable Tourism** 7 (2), 97-107.
- HOLDEN, Andrew. (2003). *In Need Of New Environmental Ethics For Tourism*, **Annals Of Tourism Research** 30 (1), 94-108.
- HOLLOWAY, J. Christopher. (1993), **The Business Of Tourism**, (3rd Ed.).London: Pitman Publishing.
- HOTTOLA, Petri. (2004). *Culture Confusion Intercultural Adaptation in Tourism*, **Annals of Tourism Research** 31 (2), 447-466.
- HUNTER, C. William and Gren, H. (1996). **Tourism and The Environment**, Great Britain: Routledge Taylor&Francis Group.
- HUNTER, C. William. (2004). *Trust Between Culture: The Tourist, Tourism, Critical Concepts In The Social Sciences*, Edited By Stephen Williams, Vol. II, New York: Routledge Taylor&Francis Group.
- IDINOPULOS, Thomas A. (1999). *Din Nedir?*, İngilizceden Çeviren: Temel YEŞİLYURT, **Harran Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi**, (5), 151-166
- INGLIS, Fred. (2004). **Culture**, Cambridge: Polity Press.
- INSKEEP, Edward. (1991). **Tourism Planning, An Integrated and Sustainable Development Approach**, New York: Van Nostrand Reinhold.
- IŞIKÇI, Yılmaz. (2002). **Türk Turizminde Alt Yapı ve Çevre**, II. Turizm Şurası Bildirileri, II.Cilt, Ankara: T.C. Turizm Bakanlığı Yayınları.
- İÇÖZ, Orhan. (1994). *Çevre Sorunları Turizmi Tehdit Ediyor Mu?*, **Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi**, (15-16), 18-22.
- JAMIESON, Walter. (2000). **The Challenges Of Sustainable Community Cultural Heritage Tourism**, <www.unesdoc.unesco.org> (2006, 23 Ocak).
- JAMIESON, Walter and SUNALAI, Pawinee. (2005). **Innovative Communities: People-Centred Approaches to Environmental Management In the Asia-Pacific Region**, Jerry VELASQUEZ, Makiko YASHIRO, Susan YOSHIMURA, Izumi ONO (Editors), (2nd Edt.). Hong Kong: United Nations University Press.

- KAĞITÇIBAŞI, Çiğdem. (1992). **İnsan ve İnsanlar**, İstanbul: Evrim Yayınları.
- KAHAL, Sonia El. (1997) **Intoduction to International Business**, London: Mc Graw Hill Book Company.
- KANG, Mi-hee. (2000). **Tourism Impacts and Potential for Ecotourism Development in and around Mt. Sorak Biosphere Reserve**, Unesco Research Final Report, <www.unesco.org/mab/bursaries/mysrept/2000/kang/finalreport_miheeKang.pdf> (2006, 24 Temmuz).
- KAR, Muhsin, ZORKİRİŞÇİ, Ebru, YILDIRIM, Metin. (2004). *Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme*, **Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi** 4 (8), 87-112.
- KARADENİZ, Cemile Bahtiyar. (2004). *İlköğretim Bölümü Öğrencilerinin Turizme Bakışı Ve Turizmi Değerlendirmesi (On Dokuz Mayıs Üniversitesi Örneği)* **On Dokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi** (17), 37-52.
- KARAMAN, Sebahattin. (1999a). *Balıkesir’de Yöre Halkının Turizme Bakış Açısı*, **Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi** (2), 151-168.
- KARAMAN, Sebahattin. (1999b). *Turizmin Çoğaltan Katsayısı*, **Standard Ekonomik ve Teknik Dergi**, (453), 47-50).
- KELLER, Peter. (2001). **Management of Cultural Change In Tourism Regions and Communities**, <www.bibemp2.us.es/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/turismo%200cultural/management%20cultural%20change%20in%20tourism%20regions.pdf> (2006, 23 Ağustos).
- KESMANEE, Chupinit and Kulawadee CHAROENSRI. (1995). **Case Study On The Effects Of Tourism On Culture and The Environment, Thailand**, Racap Series On Culture and Tourism In Asia No:5, Bangkok: UNESCO Principal Regional Office For Asia and The Pacific.

- KIZILIRMAK, İsmail ve Hüseyin KURTULDU. (2005). *Kültürel Turizmin Önemi Ve Tüketici Tercihlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma*, **Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi**, (1), 100-120.
- KIZILOLUK, Hakkı. (2001). *Sınıf Ortamında Öğretmen Öğrenci İletişiminin Yatay Veya Dikey Olmasının Öğrenme Üzerindeki Etkileri*, **Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi** **25** (1), 151-159.
- KIM, Kyungmi. (2002). The Effects Of Tourism Impacts Upon Quality Of Life Of Residents In The Community, Dissertation Submitted To The Faculty Of The Virginia Polytechnic Institute and State University In Partial Fulfillment Of The Requirements For The Degree Of Doctor Of Philosophy, Virginia, <www.scholar.lib.vt.edu/theses/available/etd-1206-123337/unrestricted/Title_and_Text.pdf> (2006, 11 Kasım).
- KIRKPATRICK, Jeane. B. (2001). *Ecotourism, Local and Indigenous People, and The Conservation Of The Tasmanian Wilderness World Heritage Area*, **Journal of The Royal Society of New Zealand** **31**, (4) December 2001 819-829.
- KIRSTGES, Torsten. (2002). *Basic Questions of 'Sustainable Tourism': Does Ecological and Socially Acceptable Tourism Have a Chance?*, **Current Issues In Tourism** **5**, (3-4), 173-192.
- KO, Dong-Wan and William P. STEWART. (2002). *A Structural Equation Model Of Residents' Attitudes For Tourism Development*, **Tourism Management** (23), 521-530.
- KOCACIK, Faruk. (2003). **Toplumbilim Ders Notları**, Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi Yayınları No:92.
- KONTOGEORGOPOULOS, Nick. (1999). *Sustainable Tourism Or Sustainable Development? Financial Crisis, Ecotourism, and The 'Amazing Thailand' Campaign*, **Current Issues In Tourism** **2**, (4), 316-332
- KOUSIS, Maria. (2000). *Tourism and The Environment A Social Movements Perspective*, **Annals of Tourism Research** **27**, (2), 468-489.
- KOZAK, Nazmi., KOZAK, A. Meryem, KOZAK, Metin. (2001). **Genel Turizm İlkeler-Kavramlar**, Ankara: Detay Yayıncılık.

- KUŞLUVAN, Zeynep. (1999). **Turizm ve Çevre İlişkisi**, <www.kalder.org.tr/page.asp?pageID=377&keyword=turizm&CatID=&ContentID=787> (2006, 12 Ocak).
- KUVAN, Yalçın ve Perran AKAN. (2004). *Residents' Attitudes Toward General and Forest-Related Impacts Of Tourism: The Case Of Belek, Antalya*, **Tourism Management**, (26), 691-706.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı İstatistikleri. (2000-2005), www.turizm.gov.tr
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm Belgeli Tesis İstatistikleri (2006). Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Araştırma ve Değerlendirme Daire Başkanlığı, Haziran.
- LANQUAR, Robert. (1991). **Turizm-Seyahat Sosyolojisi**, İngilizceden Çeviren: Gülsel ÖZTUNALI KAYIR, İstanbul: İletişim Yayınları.
- LAZEAR, Edward P. (1997). **Culture and Language**, Chicago: Stanford University Press.
- LENSKE, G. (1993). **Evrimsel Bir Perspektiften Çatışma ve Yapı, Çağdaş Sosyoloji Teorileri**, İngilizceden Çeviren: H. ERBAŞ, , Ankara: Gündoğan Yayınları.
- LEPP, Andrew Paul. (2004). *Tourism In A Rural Ugandan Village: Impacts, Local Meaning And Implications For Development*, A Dissertation Presented To The Graduate School Of The University Of Florida In Partial Fulfillment Of The Requirements For The Degree Of Doctor Of Philosophy, University Of Florida, <www. etd.fcla.edu/UF/UFE0005580/lepp_a.pdf> (2006, 24 Ağustos).
- LICKORISH, Leonard J. and JENKINS, Carson L. (1997). **An Introduction To Tourism**, Oxford: Butterworth-Heinemann.
- LOHMANN, Martin and Jörn W. Mundt. (2002). **Maturing Markets For Cultural Tourism: Germany and The Demand For The Cultural Destination**, <www.ba-ravensburg.de/~mundt/cultural%20tourism.pdf> (2006, 25 Ocak).

- LOPEZ, Lola and PALOMINO, Bravo. (2003). **Impacts Of Mass Tourism On Local Communities and The New Phenomenon Of Colonization Case Study: Majorca**, Bournemouth University: Master Of Arts European Tourism Management, <www.du.se/upload/3648/ETM%20Thesis%20Lop%C3%A9z-Bravo.pdf> (2006, 14 Ağustos).
- LOWYCK, Els., LANGENHOVE, Luk Van and BOLLAERT, Livin. (1993). **Choice and Demand In Tourism**, (2nd Ed). Peter JOHNSON and Barry THOMAS (Editors), New York: Mansell Publishing.
- MACDONALD, Roberta and Lee JOLLIFFE. (2003). *Cultural Rural Tourism*, **Annals of Tourism Research** 30, (2), 307-322.
- MACHADO, Antonia. (2003). **Capacitating For Tourism Development In Vietnam: Training Course Module, Tourism and Sustainable Development**, <www.nsf.gov/pubs/2002/nsf02201/nsf02201.pdf> (2006, 24 Temmuz).
- MALINOWSKI, Bronislaw. (1990). **İnsan ve Kültür**, Ankara: Verso Yayınları.
- MANSUROĞLU, Sibel. (2006). *Turizm Gelişmelerine Yöre halkının Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Akseki/Antalya Örneği*, **Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi** 19, (1), 35-46.
- MARTIN, Brian. (1993). **Social Defence, Social Change**, London: Freedom Press.
- MASON, Peter. (2003). **Tourism Impact, Planning and Management**, (4 Ed.). Oxford: Butterworth-Heinemann Jordan Hill.
- MBAIWA, Joseph E. (2003). *The Socio-Economic and Environmental Impacts Of Tourism Development On The Okavango Delta, North-Western Botswana*, **Journal Of Arid Environments**, (54), 447-467.
- MCCOOL, Stephen F. and David W. LIME. (2001). *Tourism Carrying Capacity: Tempting Fantasy Or Useful Reality?*, **Journal Of Sustainable Tourism** 9, (5), 372-388.

- MCDONNELL, Ian., ALLEN, Johnny and O'TOOLE, William. (1998). **Festival and Special Event Management**, , Brisbane: John Wiley & Sons Australia Ltd.
- MCKERCHER, Bob and Hilary du CROS. (2002). **Cultural Tourism, The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management**, (3rd Ed.)New York: The Hawort Hospitality Press.
- MCQUAIL, Dennis and Swen WINDAHL. (1993). **İletişim Modelleri**, İngilizceden Çeviren: Mehmet KÜÇÜKKURT, Ankara: İmaj Yayınları.
- MEETHAN, Kevin. (2003). *Mobile Cultures? Hybridity, Tourism and Cultural Change*, **Tourism and Cultural Change 1**, (1), 11-28.
- MILL, R. Christie and MORRISON, Alastair M. (1992). **The Tourism System**, New Jersey: Prentice Hall.
- MOORE, A. Susan ve SMITH, Amanda J. and David NEWSOME. (2003). *Environmental Performance Reporting for Natural Area Tourism: Contributions by Visitor Impact Management Frameworks and Their Indicators*, **Journal Of Sustainable Tourism 11**, (4), 348-375.
- MORSE, Suzanne W. (2004). **Smart Communities**, San Francisco: Jossey-Bass Press.
- National and Regional Tourism Planning. (1997). Methodologies and Case Studies, London: International Thomson Business Press.
- NEWSOME, David., MOORE, A. Susan and DOWLING, Ross K. (2002). **Aspects Of Tourism, Natural Area Tourism, Ecology, Impacts and Management**, New Zealand: Cromwell Press.
- ONDIMU, Kennedy I. (2002). *Cultural Tourism In Kenya*, **Annals Of Tourism Research 29**, (4), 1036-1047.
- ONGYERTH, Gerhard T. (1991). *Kültürel İlişki Olarak Turizm*, İngilizceden Çeviren: Asker KARTARİ, **Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi**, (19-20), 11-13.
- OPUŞ, Sevda. (2001). *Turizmin Ekonomik Etkileri: Erzurum'daki Turistik İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Bir Araştırma*, **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 15**, (3-4), 37-58.

- OZAN, Rengin. (2004). *Kültürlerarası Ortamda Yerellik Olgusu*, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, (2), 955-963.
- ÖZBUDUN, Sibel. (2003). **Kültür Halleri, Geçmişte, Ötelerde, Günümüzde**, (Birinci Baskı), Ankara: Ütopya Yayınevi.
- ÖZDEMİR, Mehmet. (1990). **Turizmin Sosyal Yapı Üzerindeki Tesirleri**, Türkiye Kalkınma Bankası, Ankara: Turizm Yıllığı.
- ÖZDEMİR, Mehmet.(1992). **Turizmin Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri**, Ankara: TC Turizm Bankası AŞ Yayınları.
- ÖZGEN, Ebru. (2003). *İletişim ve Liderlik*, **İletişim Dergisi**, (18), 99-119.
- ÖZKALP, Enver. (2001). **Sosyolojiye Giriş**, (Onbirinci Baskı), Eskişehir: Etam Matbaa.
- ÖZKUL, Emrah. (2001). Turizm Hareketlerinin Sosyo-Kültürel Etkileri (Marmaris Örneği), Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı.
- ÖZMEN, Suna. (2004). *Aile İçinde Öfke ve Saldırganlığın Yansımaları*, **Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi** 37 (2), 27-39.
- ÖZTAŞ, Kadir. (2002). **Turizm Ekonomisi**, (Birinci Baskı). Ankara: Nobel Yayınları.
- PAGE, Sheila. (1999). **Tourism and Development: The Evidence From Mauritius, South Africa and Zimbabwe**, The Sustainable Livelihoods Working Paper Series: Reports, London: Russell Press.
- PALA, Nurettin. (2001). Turizmin Sosyo-Kültürel Sonuçları Açısından Bir İnceleme (Balıca Mağarası Örneği), Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı.
- PAMİR, H. Yaprak.(1997). Turizmin Sosyal Yapıya ve Sosyal Değişmeye Etkileri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm Anabilim Dalı.

- PANDEY, Ram Niwas., CHETTRI, Pitambar., KUNWAR, Ramesh Raj and GHIMIRE, Govinda. (1995). **The Effects Of Tourism On Culture and Environment**, Racap Series On Culture and Tourism In Asia No:4, Bangkok: Unesco Publications.
- PARTIDARIO, Maria Rosario. (1999). Sustainable Tourism, The Product Of Early Environmental Planning, Assessment and Management, <www.campus.fct.unl.pt/mp/downloads/Sustainable.doc> (2006, 22 Ekim).
- PATEMAN, Trevor. (1993) **Education and Social Theory, The Blackwell Dictionary Of Twentieth-Century Social Thought**, W. OUTWHITE and T. BOTTOMORE (Editors), New York: Cabi Publishing.
- PATIN, Valery. (1999). *Will Market Forces Rule?*, **Unesco The Courier**, (July-August), 35-36.
- PEARCE, Douglas. (1991). **Tourist Development**, London: Longman.
- PELFREY, William V. (1998). *Tourism and Crime: A Preliminary Assessment of the Relationship of Crime to the Number of Visitors at Selected Sites*, **International Journal Of Comparative and Applied Criminal Justice** 22 (2), 293-304.
- PEREZ, Eugeni Aguiló, and Jaume Rosselló NADAL. (2005). *Host Community Perceptions, A Cluster Analysis*, **Annals of Tourism Research** 32, (4), 925-941.
- PIRNAR, İge. (1992). *Turizmin Ekonomik Etkileri ve Bunların Yararlarını Arttırıcı Politikalar Nelerdir?*, **Amfora Turizm, Tanıtım, Kültür ve Çevre Dergisi** 1, (6), 26-29.
- PIRNAR, İge. (1993). *Turizmin Doğal Çevreye Etkileri Ve Çevrenin Korunması*, **Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi**, (5-6), 15-17.
- PIZAM. Abraham. (1999). **Consumer Behavior In Travel and Tourism**, (First Ed.). Yoel MANSFELD and Abraham PIZAM (Editors). New York: The Haworth Press.

- PORIA, Yaniv, BUTLER, Richard and David AIREY. (2003). *Tourism, Religion and Religiosity: A Holy Mess*, **Current Issues In Tourism** 6, (4), 340-363.
- POSEY, Darrell and DUTFIELD, Graham. (1996). **Beyond Intellectual Property: Toward Traditional Resource Rights For Indigenous Peoples and Local Communities**, (First Edt.). Ottawa: International Development Research Centre.
- PRITCHARD, Annette ve Nigel J. MORGAN. (2001). *Culture, Identity and Tourism Representation: Marketing Cymru Or Wales?*, **Tourism Management** 22, (2001), 167-179.
- RANSOM, Whitney. (2000). **The Manuel Antonio Barrio: Impacts Of Tourism On A Growing Community**, <www.ncsu.edu/~twallace/Ransom2000.PDF>, (2006, 26 Ekim).
- RATTANASUWONGCHAI, Nuchnard. (2001). **Rural Tourism - The Impact On Rural Communities**, <www.agnet.org/library/data/eb/eb458b/eb458b.pdf> (2006, 18 Ağustos).
- RÁTZ, Tamara. (2000). **The Socio-Cultural Impacts Of Tourism Case Of Lake Balaton**, London: Research Support Scheme Of The Open Society Support Foundation, <http://rss.archives.ceu.hu/archive/00001132/01/140.pdf> (2006, 12 Aralık).
- RENARD, Yves. (2001). **Practical Strategies For Pro-Poor Tourism: A Case Study Of The St. Lucia Heritage Tourism Programme**, Overseas Development Institues and the International Institute For Environment and Development Report No:7.
- RIZAOĞLU, Bahattin ve Abdullah TANRISEVDİ. (1997). *Yerel Toplumsal Duyarlılığın Bir Ölçüsü Olarak Turizmin Toplumsal Taşıma Kapasitesi*, **Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi**, (1-2), 54 (Yıl:8).
- RIZAOĞLU, Bahattin. (2003). **Turizm Davranışı**, (İkinci Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.
- RIZAOĞLU, Bahattin. (2004). **Turizm ve Toplumsallaşma**, (Üçüncü Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.

- RICHARDS, Greg. (2001). **Cultural Attractions and European Tourism**, (2nd Ed.). New York: Cabi Publishing.
- RITZER, George ve Douglas J. GOODMAN. (2004). **Modern Sociological Theory**, (8th. Ed.). New York: The McGraw-Hill Companies.
- ROBERTS, Lesley and HALL, Derek. (2001). **Rural Tourism and Recreation, Principles To Practice**, (First Edition), London: Cabi Publishing.
- ROBINSON, Mike. (1999). **Tourism and Cultural Conflicts**, Mike ROBINSON and Priscilla BONIFACE (Editors), New York: Cabi Publishing.
- ROBINSON, Mike. (2004). *Tourism Development In De-Industrializing Centres Of The Uk, Change, Culture and Conflict*, **Tourism, Critical Concepts In The Social Sciences**, Stephen Williams (Editor), Vol. IV, New York: Routledge Taylor&Francis Group.
- ROCHARUNGSAT, Pimrawee. (2004). Community-Based Tourism: The Perspectives Of Three Stakeholder Groups, Proceedings of the New Zealand Tourism and Hospitality Research Conference 2004. Wellington, 8-10 December. pp. 335-347., <www.vms.vuw.ac.nz/vuw/fca/vms/files/aa69.pdf> (2006, 14 Aralık).
- ROE, Dilys. (2001). **Pro-poor Tourism: Harnessing the World's Largest Industry for the World's Poor**, <www.iiied.org> (2005, 12 Aralık).
- ROE, Dilys., Leader-Williams, Nigel and Dalal-Clayton, Barry. (1997). **Take Only Photographs, Leave Only Footprints: The Environmental Impacts Of Wildlife Tourism**, Wildlife and Development Series No:10, London: The Environmental Planning Group.
- ROESSINGH, Carel and Hanneke DUIJNHOFEN. (2004). *Small Entrepreneurs and Shifting Identities: The Case Of Tourism In Puerto Plata (Northern Dominican Republic)*, **Journal Of Tourism and Cultural Change** 2, (3), 185-201.
- ROSS, Glenn F. (1992). *Resident Perceptions of the Impact of Tourism on an Australian City*, **Journal Of Travel Research** 30 (3), 13-17.
- ROSS, Glenn F. (1994). **The Psychology Of Tourism**, Melbourne: Hospitality Press.

- RYAN, Chris. (1995). **Researching Tourist Satisfaction Issues, Concepts, Problems**, London: Routledge.
- RYAN, Chris. (1996). **Recreational Tourism, A Social Science Perspective**, (3rd Ed.). London: International Thomson Business Press.
- RYAN, Chris. (2000). **Tourism Management**, Chris RYAN and Stephen PAGE (Editors), Oxford: Pergamon Press.
- RYAN, Chris. (2002a). *Tourism and Cultural Proximity*, **Annals of Tourism Research** 29, (4), 952-971.
- RYAN, Chris. (2002b). **The Tourist Experience**, (2nd Ed.). New York: Continuum Press.
- SAARINEN, Jarkko. (2000). **Destinations, Cultural Landscapes Of Tourism**, (4th Ed.). Greg RINGER (Editor), New York: Routledge Taylor&Francis Group.
- SAĞ, Vahap. (2003). *Toplumsal Değişim ve Eğitim Üzerine*, **Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi** 27 (1), 11-25.
- SALAZAR, Noel B. (2004). **In Tourist Behaviour, A Psychological Perspective**, Aparna Raj Ed, New Delhi: Kanishka Publisher.
- SALENÇON, Steven. (2004). *Tourism, A Tool For Poverty Alleviation?*, <www.du.se/upload/6894/Salencon%20thesis.pdf> (2007, 12 Ocak).
- SAM, Rıza. (1994). *Turizm ve Sosyal Değişme*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Malatya: İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı.
- SAM, Rıza. (2001). *Turizm-Tanıtım Faaliyetlerinde Kitle-İletişim Araçlarının Destekleyici ya da Engelleyici Kullanımı Üzerine*, **Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi**, (2), 53-59.
- SAMIDI, M. Hum. (2001). **“Cultural Heritage Preservation and Presentation In Indonesia”**, Workshop 6: Cultural Heritage and Its Representation, Cultural Heritage, Man and Tourism, Report Of The Asia-Europe Seminar-Hanoi.
- SARIOĞLU, Halide. (1992). *El Sanatlarında Kalite Kontrolü*, **Standard Ekonomik ve Teknik Dergi** 31. (369), 20-23.

- SAVERIADES, Alexis. (2000). *Establishing The Social Tourism Carrying Capacity For The Tourist Resorts Of The East Coast Of The Republic Of Cyprus*, **Tourism Management**, (21), 147-156.
- SEVER, Sedat (1998). *Dil ve İletişim*, **Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi**, (31), 51-66.
- SEZGİN, Orhan Mesut. (2001). **Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı**, Ankara: Detay Yayıncılık.
- SHACKLEY, Myra. (1999). *The Himalayas: Masked Dances and Mixed Blessings*, **Unesco The Courier**, (July-August), 28-29.
- SHAH, Kishore and Vasanti GUPTA. (2000). **Tourism, the Poor and Other Stakeholders: Experience in Asia**, Charlotte BOYD (Editor), The Sustainable Livelihoods Working Paper Series, London: Russell Press.
- SİLAH, Serdar. (2001) Turizme Yönelik Geleneksel El Sanatları İşletmeciliği ve Kültürel Değerleri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri Anabilim Dalı.
- SINGH, Sagar. (2004). *Religion, Heritage and Travel: Case References from the Indian Himalayas*, **Current Issues In Tourism** 7, (1), 44-65.
- SMITH Valene L. and EADINGTON, William R. (1992). **Tourism Alternatives: Potentials and Problems In The Development Of Tourism**. New York: John Wiley.
- SMITH, Anthony D. (1996). **Toplumsal Değişme Anlayışı**, İngilizceden Çeviren: Ülgen Oskay, Ankara: Gündoğan Yayınları.
- SMITH, Mark J. (2000). **Culture**, Philadelphia: Open University Press.
- SOFIELD, Trevor H. B. and Fung Mei Sarah LI. (1998). *Tourism Development and Cultural Policies In China*, **Annals of Tourism Research** 25, (2), 362-392.
- SPENCELEY, Anna. (2003). **Tourism, Local Livelihoods, and The Private Sector In South Africa: Case Studies On The Growing Role Of The Private Sector In Natural Resources Management**, Sustainable Livelihoods In Southern Africa Research Paper:8, Brighton: Sustainable Livelihoods in Southern

Africa Programme, Environment Group, Institute of Development Studies, University of Sussex.

- SPENCELEY, Anna and Jennifer SEIF. (2003). **Strategies, Impacts and Costs Of Pro-Poor Tourism Approaches In South Africa**, Sustainable Livelihoods In Southern Africa Research Paper:11, Scottsville: Sustainable Livelihoods in Southern Africa Programme, Environment Group, Institute of Development Studies, University of Sussex.
- STRINATI, Dominic. (2004). **An Introduction To Theories Of Popular Culture**, London: Routledge Taylor& Francis Group.
- STYNES, Daniel J. (2002). **Economic Impacts of Tourism, A Handbook For Tourism Professionals**, Vanessa ARNOLD (Editor) Michigan:Tourism ResearchLaboratory, <www.msu.edu/course/prr/840/econimpact/pdf/ecimpvol1.pdf> (2006, 12 Mayıs).
- SUEO, Kuwahara. (2003). **Traditional Culture, Tourism, and Social Change In Mogmog Island, Ulithi Atol**, Section 1, Report 1: “Social Homeostasis Of Small Islands In An Island-Zone”, Kagoshima University Research Center For The Pacific Islands Occasional Papers No.39, 1-9.
- SUNDJAYA. (2005). **Innovative Communities: People-Centred Approaches to Environmental Management in the Asia-Pacific Region**, (2nd Ed.), Jerry VELASQUEZ, Makiko YASHIRO, Susan YOSHIMURA, Izumi ONO (Editors), Hong Kong: United Nations University Press.
- SWARBROOKE, John. (1999). **Sustainable Tourism Management**, (First Edition), New York: Cabl Publishing.
- SWINGWOOD, A. (1998). **Sosyolojik Düşüncenin Kısa Tarihi** (İngilizceden Çeviren: O. AKINHAY, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- ŞAFAK, İsmail. (2003). *Türkiye’deki Av Turizmi Uygulamalarının Özel Avlak İşletmelerine Etkileri*, Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, (2), 133-148.
- TAKAHASHI, Kimiaki. (2002). **Tourism and Social Change**, <www.gsid.nagoya-u.ac.jp/project/fieldwork/ofw/OFW_Report/2000/WG4.pdf> (2006, 22 Ağustos).

- TATOĞLU, Ekrem., ERDAL, Fuat., ÖZGÜR, Hüseyin ve AZAKLI, Sedat. (2000). **Residents Perceptions Of The Impacts Of Tourism In A Turkish Resort Town**, www.opf.slu.cz/vvr/akce/turecko/pdf/Tatoglu.pdf adresinden 22 Kasım 2006 tarihinde alınmıştır.
- TEIVANE, Una. (1998). *Social Perceptions Of Tourism By People Living In Latvia Republic*, The Graduate College University Of Wisconsin-Stout: Submitted In Partial Fulfillment Of The Requirements For The Master Of Science Degree With A Major In Hospitality and Tourism.
- TEZCAN, Mahmut. (1995). **Sosyolojiye Giriş**, Ankara: Şafak Matbaacılık.
- TEZCAN, Mahmut. (1997). **Türk Kişiliği ve Kültür-Kişilik İlişkileri**, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- TEZCAN, Mahmut. (2003). **Cumhuriyetten Günümüze Türk Ailesinin Dünü, Bugünü Geleceği (Sosyo – Kültürel Açıdan)**, <www.turkoloji.cu.edu.tr/GENEL/tezcan_aile.pdf> (2006, 3 Ekim).
- TEZCAN, Berna. (2004). *Developing Alternative Modes Of Tourism In Turkey*, Ankara: Middle East Technical University A Thesis Submitted To The Graduate School Of Social Sciences.
- THIO, Alex. (2005). **Sociology**, Boston: Pearson Education.
- THOMPSON, William E and Joseph V. HICKEY. (2005). *Society In Focus: An Introduction To Sociology*, <www.ablongman.com/thompson5e> (2006, 28 Aralık).
- THOMSON, Peter. (2005). **İletişimin Sırları**, İngilizceden Çeviren: Metin YURTBAŞI, (Üçüncü Baskı) İstanbul: Arion Yayınevi.
- TIMOTHY, Dallen J. (2002). **Aspects Of Tourism, Tourism and Development**, (2nd Ed.). Richard SHARPLEY and David J. TEFLER (Editors), New Zealand: Channel View Publications.
- TILLICH, Paul. (2001). *Din, Bilim ve Felsefe*, İngilizceden Çeviren: Aliye ÇINAR, **Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi** 10, (2), 271-283.
- TOHAMY, Sahar and Adrian SWINSCOE. (2000). *The Economic Impacts Of Tourism In Egypt*, **Annals of Tourism Research** 30, (4), 918-932.

- TOK, Celal. (2005). *Kültür Turizmi, Standard Ekonomik ve Teknik Dergi*. 44, (6), 42-43.
- TOKMAK, Cüneyt. (2003). **Turizm Çeşitlemelerinden Mağara Turizmi ve Balıca Mağarası Örneğinin Değerlendirilmesi**, Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı Bildirileri, Çankırı.
- TOLAN, Barlas. (1991). **Toplumbilimlerine Giriş**, Ankara: Adım Yayıncılık.
- TOWNER, John. (1997). **Culture and Tourism**, <www.channelviewpublications.net/jost/011/0162/jost0110162.pdf> (2006, 3 Mart).
- TROEL, Jessica, Carl Bruch, Angela Cassar and Scott Schang (2005). **Enhancing Participation and Governance In Water Resources Management: Conventional Approaches and Information Technology**, Libor JANSKY and Juha I. UITTO (Editors), New York: United Nations University Press.
- TSARTAS, Paris. (2003). *Tourism Development in Greek Insular and Coastal Areas: Sociocultural Changes and Crucial Policy Issues*, **Journal Of Sustainable Tourism**, (2-3) 116- 132.
- TUNÇ, Azize ve SAÇ, Firuzan. (1998). **Genel Turizm, Gelişimi-Geleceği**, Ankara: Detay Yayınları.
- TURHAN, Mümtaz. (1994). **Kültür Değişimleri (Sosyal Psikoloji Bakımından Bir Teknik)**, İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları.
- ULUCAK, M. Emir. (2000). Turizmin Turistik Yörelerdeki Sosyo-Kültürel Yaşama Etkileri ve Fethiye Yöresinde Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı .
- UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization). (2004). *Tourism, Culture and Development In West Africa*, <www.unesdoc.unesco.org> (2006, 28 Aralık).
- URAL, Ayhan. ve KILIÇ, İbrahim (2005). **Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi**, Ankara: Detay Yayıncılık.

- URRY, John. (1996). **The Sociology Of Tourism**, Yiorgos APOSTOLOPOULOS, Stella LEIVADİ and Andrew YİANNAKİS (Editors), New York: Routledge Taylor&Francis Group.
- USAL, Alpaslan. (1990). *Turizmin Sosyo-Kültürel Etkisi ve Bir Araştırma*, **Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi**, (10-11-12), 13-22.
- USAL, Alparslan ve Zeynep KUŞLUVAN. (2002). **Davranış Bilimleri, Sosyal Psikoloji**, (Dördüncü Baskı), İzmir: Barış Yayınları.
- USLUATA, Ayseli. (1993). **İletişim**, İstanbul: İletişim Yayınları.
- ÜNLÜÖNEN, Kurban ve Arzu KILIÇLAR. (1999). *Bir Turistik Kalkınma Kutubu Olarak Kemer'de Turizmin Ekonomik Etkileri*, **Gazi Üniversitesi, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi**, (2), 169-188.
- ÜRGER, Savaş. (1993). **Genel Turizm**, Antalya: Akdeniz Üniversitesi Yayını.
- Ürgüp Turizm Danışma Bürosu Dökümanı. (2004). Ürgüp ve yöresi.
- VANHUY, Nguyen. (2001). **Tourism and Cultural Heritage: What Future To Be Expected For Handicraft, Tourism, Cultural Heritage, and The Current Challenge Of Traditional Handicraft Development**, Workshop 6: Cultural Heritage and its Representation, Cultural Heritage, Man and Tourism, Report Of The Asia-Europe Seminar-Hanoi.
- VATANDAŞ, Celalettin. (2002). **Çokkültürlülük**, İstanbul: Değişim Yayınları.
- VELLAS, François and BECHEREL, Lionel. (1995). **International Tourism An Economic Perspective**, London: Macmillan Press Ltd.
- WANHILL, Stephen. (1996). **The Hospitality Industry, Tourism and Europe**, New York: Cassell Press.
- WARD, John. (1998). **Travel and Tourism**, London: Addison Wesley Longman Limited.
- WEBER, Max. (1998). **Sosyoloji Yazıları**, İngilizceden Çeviren: T. PARLA, İstanbul: İletişim Yayınları.
- WIGHT, Pamela. (1993). *Eco-tourism: Ethics or Eco-Sell?*, **Journal of Travel Research** 31, (3), 1-11.

- WITT, Stephen. F. and MOUTINHO, Luiz. (1989) **Tourism Marketing and Management Handbook**, Cambridge: Great Britain At The University Press.
- WILLIAMS, Peter and Alison GILL. (1994). **Carrying Capacity Management In Tourism Settings**, London: Butterworth-Heinemann.
- XU, Gang. (1999). **Tourism and Local Economic Development In China**, Cornwall: Curzon Press.
- YAZICIOĞLU, Yahşi ve ERDOĞAN, Samiye. (2004). **Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri**, Ankara: Detay Yayıncılık.
- YOUELL, Ray. (1998). **Tourism**, (5th Ed). New York: Addison Wesley Longman Limited.
- YOZGAT, Fazıl. (2002). **Toplumsal Değişme ve Arainsangücü Yoluyla Kalkınma, Alan Araştırması**, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- YÜKSEL, Atila, Fisun YÜKSEL ve Murat HANÇER. (2002). **Turizm ve Sosyal Etkileri**, II. Turizm Şurası Bildirileri, III.Cilt, Ankara: T.C. Turizm Bakanlığı Yayınları(12-14 Nisan).
- ZAFAR, Ahmad. (1992). *Bir Pazarlama Faaliyeti Olarak Olumsuz Bir İmajın Düzeltilmesi*, (Çev:Metin Kozak), **Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi**, (29-30), 9-11.
- ZIEGLER, Jesse H. (2003), *Din Psikolojisi ve Din Eğitimi*, İngilizceden Çeviren: Hüseyin YILMAZ), **Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi** 7, (1), 417-429.
- www.nevsehir.gov.tr
- www.tuik.gov.tr
- www.urguptso.tobb.org.tr

EK-Anket Formu

Sayın Cevaplayıcı,

Elinizdeki anket formu, turizmin yerel kültür üzerindeki etkilerini araştırmak amacıyla hazırlanmıştır. Anket formunun cevaplandırılmasında, düşüncelerinizi samimi olarak belirtmeniz, araştırma sonuçlarının doğruluk ve geçerlilik derecesi için büyük önemi bulunmaktadır. Göstereceğiniz duyarlılıktan dolayı şimdiden teşekkürlerimizi sunarız.

Yrd. Doç. Dr. Selma Meydan UYGUR

Eda BAYKAN

KİŞİSEL BİLGİLER

1. Cinsiyet

() Bay () Bayan

2. Yaş

3. Çalışma durumu

() Turizm sektöründe () Turizm sektörü dışında

Turizm sektöründe ise kaç senedir çalışılmaktadır?.....

4. Eğitim durumu

() İlkokul mezunu () Ortaokul mezunu () Lise mezunu () Önlisans

() Lisans () Lisansüstü

5. Ürgüp'te ne zamandır ikamet edilmektedir?yıl

6. Gelir durumunuzYTL

Yönerge: Bu anket ile, turizmin yerel kültür üzerindeki etkileri araştırılmaktadır. Aşağıda belirtilen yargılar ile ilgili görüşünüzü, “kesinlikle katılıyorum” “katılıyorum” “kararsızım”, “katılmıyorum” ve “kesinlikle katılmıyorum” seçeneklerinden birine (X) işareti koyarak belirtiniz.	KESİNLİKLE KATILIYORUM	KATILIYORUM	KARARSIZIM	KATILMIYORUM	KESİNLİKLE KATILMIYORUM
	5	4	3	2	1
1. Yöreye gelen turistler, yöre halkının dini inançları üzerinde etkili olmuştur.					
2. Yöremizde, çalışan kesim, özellikle turistleri tatmin etmek için dini görevlerini aksatmaktadır.					
3. Turizm, yöre insanının dini değerlerini azaltmıştır.					
4. Yöre halkı, turistlerin dini inançlarından etkilenmektedir.					
5. Turizm, ahlâki değerlerde azalmaya yol açmaktadır.					
6. Gelir getirdikleri sürece, turistlerin her davranışına göz yumulmaktadır.					
7. Bazı turistler, uyuşturucu kullanımının yaygınlaşmasından sorumludur.					
8. Turizm, ticari ahlâkın bozulmasına yol açmaktadır.					
9. Mal ve hizmetler, turistlere değerinden daha yüksek fiyata satılmaktadır.					
10. Turizm, suç oranını artırmaktadır.					
11. Yöre halkı, turist davranışlarını taklit etmektedir.					
12. Turizm, yöredeki yeme-içme alışkanlıklarını değiştirmektedir.					
13. Turizm, yöre halkının kılık ve kıyafet alışkanlıklarını değiştirmiştir.					
14. Restoranlarda, yöresel yemekler yerine, turistlerin damak tadına hitap eden yiyecek ve içecekler sunulmaktadır.					
15. Gelenek ve görenekler, turizmin gelişmesiyle zayıflamıştır.					
16. Turizm, yerel dilin bozulmasına neden olmaktadır.					
17. Turistlerin kullandığı dil, yöremizde Türkçeden daha fazla bir saygınlık simgesidir.					
18. Turistlerin kullandığı yabancı dildeki kelimeler, günlük yaşamın bir parçası halindedir.					
19. Turistlerin kullandığı dil nedeniyle, yöre halkı kendi öz dilinden uzaklaşmaya başlamıştır.					
20. Turizm, yöreye özgü el sanatı ürünlerini yozlaştırmaktadır.					
21. Yöredeki sanatsal etkinlikler, sadece turistlere yönelik düzenlenmektedir.					
22. El sanatı ürünleri sadece turistlerin zevkine yönelik üretilmektedir.					
23. Turizm, yöremizdeki el sanatı ürünlerinin ucuz ve kalitesiz üretilmesine neden olmaktadır.					
24. Yöremizde oldukça fazla turizm işletmesi mevcuttur.					
25. Turizm etkinliklerinin düzenlenmesi konusunda belediyemiz çalışmalar yapmaktadır.					
26. Turizm yöremizde gerekli bir etkinlik olarak benimsenmiştir.					
27. Turizm, yerel kültürün bir parçası haline gelmiştir.					