

**T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

**TURİZM DESTİNASYONLARINDA YERLEŞİK YABANCI-
YEREL HALK ETKİLEŞİMİ ÜZERİNE BİR İNCELEME**

DOKTORA TEZİ

Gizem ÖZGÜREL

Balıkesir, 2020

**T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

**TURİZM DESTİNASYONLARINDA YERLEŞİK YABANCI-
YEREL HALK ETKİLEŞİMİ ÜZERİNE BİR İNCELEME**

DOKTORA TEZİ

Gizem ÖZGÜREL

**Tez Danışmanı
Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT**

Balıkesir, 2020

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ


TEZ ONAYI


Enstitümüzün **Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı**'nda **201612502001** numaralı 'in hazırladığı "**Turizm Destinasyonlarında Yerleşik Yabancı-Yerel Halk Etkileşimi Üzerine Bir İnceleme**" konulu DOKTORA/YÜKSEK LİSANS tezi ile ilgili TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliği uyarınca **21 Ocak 2020** tarihinde yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda tezin onayına OY BİRLİĞİ/OY ÇOKLUĞU ile karar verilmiştir.


Başkan


Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT

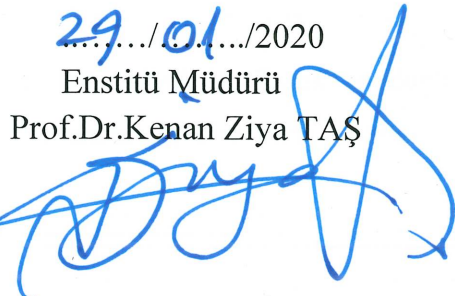

Prof. Dr. Ali Kemal GÜRBÜZ
Üye


Prof. Dr. Yusuf AYMANKUY
Üye


Doç. Dr. Hüseyin ÇEKEN
Üye


Doç. Dr. Uğur ÇALIŞKAN
Üye

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduklarını onaylarım.

29 / 01 / 2020
Enstitü Müdürü
Prof. Dr. Kenan Ziya TAŞ


ÖN SÖZ

Bu çalışma, Türkiye'nin Ege Bölgesinin güneybatısında yer alan Muğla ilinin bir ilçesi olan Marmaris'te sosyal etkileşimi açıklayabilmek amacıyla ortaya koyulmuştur. Doktora tezi olarak hazırlanan bu çalışmanın konusunu Marmaris destinasyonundaki yerleşik yabancı-yerel halk etkileşimi oluşturmaktadır. Çalışma, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Başkanlığı bünyesinde yürütülmüştür.

Çalışma, altı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde çalışmanın amacı ve yöntemi ile literatürde yer alan önceki çalışmalar verilmiştir. İkinci bölümde turizm destinasyonları, destinasyonlara yönelik yaklaşımlar, özellikleri ve sınıflandırılması ele alınmıştır. Üçüncü kısımda turizm destinasyonlarında yerleşik yabancı-yerel halk ilişkileri, etkileşimler ve sosyal etkileşimde rol oynayan etmenler açıklanmaya çalışılmıştır. Dördüncü bölümde turizme yönelik tutumlar ve tutumları açıklamada yararlanılan model ve teoriler incelenmiştir. Beşinci bölümde Marmaris destinasyonun arz ve talep durumu, ölçekte yer alan ifadelerin teorilerle ilişkisi, araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerliliği ve güvenilirliği, yerleşik yabancı ve yerel halk gruplarına ilişkin bulgular ile hipotez sonuçları, yerleşik yabancı-yerel halk gruplarına ilişkin araştırma bulguları başlığı altında verilmiştir. Altıncı bölümde sonuç ve öneriler sunulmuştur.

Çalışma hazırlanırken konu ile ilgili literatürde yer alan ilgili kitap, tez, makale ve raporlara, fiziksel olarak kütüphanelerden ve elektronik ortamlardan ulaşılmaya çalışılmıştır. Uygulama kısmı ise Marmaris destinasyonunda, yerleşik yabancılara ve yerel halka anket uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmada elde edilen veriler SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows 22.0 ve AMOS programları kullanılarak analiz edilmiştir.

Yılların birikimi ve çalışması ile ortaya koyulan bu çalışmada pek çok kişinin katkıları bulunmaktadır.

Öncelikle tez danışmanım olmayı kabul eden; lisans, yüksek lisans ve doktora eğitimimin her aşamasında hocam olarak tüm tecrübe ve bilgilerini aktaran, yol

gösteren kıymetli danışmanım Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT'a, üniversite eğitimim boyunca aldığım derslerinde ve yer aldıkları Tez İzleme Komitesi'nde, farklı bakış açıları, esirgemedikleri destekleri ve eşsiz katkılarıyla Prof. Dr. Ali Kemal GÜRBÜZ'e ve Prof. Dr. Yusuf AYMANKUY'a teşekkürü bir borç bilirim. Eğitim hayatımın son basamağı olan doktora eğitimimin bitimine kadar beni yetiştiren, üzerimde emeği olan tüm hocalarıma, her zaman akademik anlamda ve yaşam içerisinde fikirleri ve destekleri ile yanımda hissettiğim değerli hocalarım, Prof. Dr. Düriye BOZOK'a, Doç. Dr. Hüseyin ÇEKEN'e, Doç. Dr. Burhan Aydemir'e, Doç. Dr. Gülay ÖZDEMİR YILMAZ'a katkılarından dolayı teşekkürlerimi sunar, muhakkak doktora yapmalısın diyerek beni teşvik eden rahmetli hocam Doç. Dr. Ömer Lütfi MET'i saygıyla yad ederim.

Son söz olarak benim için çok değerli olan tüm aileme sonsuz teşekkürler... Başta onunla geçireceğim zamanı kendisinden çaldığım için özür dileyerek ve bu tezi ona atfederek kendimi affettirmeyi umduğum, anlayışıyla en zorları aştıran oğlum Teoman Tuna ÖZGÜREL'e, hiçbir zaman desteğini benden esirgemeyen, yorulduğum anlarda tutup elimden, yapabilirsin diyen canım eşim Özgür Tuna ÖZGÜREL'e, üzerimde maddi ve manevi sonsuz emekleri olan, bugünlere gelmem için, her daim bana güç veren, sevgileriyle hayatıma anlam katan, annem Ayşe YILMAZ'a, babam Coşkun YILMAZ'a ve kardeşim Ali Rıza YILMAZ'a minnetlerimi sunuyorum.

Gizem ÖZGÜREL
Marmaris, 2020

ÖZET

TURİZM DESTİNASYONLARINDA YERLEŞİK YABANCI-YEREL HALK ETKİLEŞİMİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

ÖZGÜREL, Gizem

Doktora, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT

2020, 306 Sayfa

Küreselleşme, göç ve turizm olguları, turizm destinasyonlarında farklı kökenden, kültürden, yaşam biçiminden insanların karşılaşmalarına sahne olmakta, etkileşimler, bireysel ve toplumsal değişimler yaratmaktadır. Çalışmada; yaşam biçimi göçmeni olarak Marmaris'e yerleşmiş, yöreye gelen turist ile aynı milliyetten olan, yerleşik yabancıların yerel halk ile ilişkilerinin olumlu düzeyde olup olmadığı ya da ne derece olumlu olduğu araştırılmıştır. Topluluk duygusu, sosyal mesafe ve yaşam kalitesinin sosyal etkileşime, sosyal etkileşimin turizme yönelik tutumlara etkisi araştırma modeli olarak belirlenmiştir. Turizm destinasyonlarındaki sosyal etkileşim olgusu mekân temelli yaklaşım ile ele alınmış, yerleşik yabancı ve yerel halk perspektifinden anlaşılmasına çalışılmıştır. Çalışmada nicel araştırma yöntemi benimsenmiş, 382 yerleşik yabancı ve 495 yerel halk katılımcısından gereksinim duyulan veriler toplanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; yerleşik yabancılarda sosyal etkileşim düzeyindeki toplam değişim %29.4 oranında topluluk duygusu, sosyal mesafe, yaşam kalitesi tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,294$). Topluluk duygusu sosyal etkileşim düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,468$). Sosyal mesafe sosyal etkileşim düzeyini etkilememektedir ($p=0.067>0.05$). Yaşam kalitesi sosyal etkileşim düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,210$). Turizme yönelik tutum düzeyindeki toplam değişim %15,8 oranında sosyal etkileşim tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,158$). Sosyal etkileşim turizme yönelik tutum düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,405$). Yerel halkta; sosyal etkileşim düzeyindeki toplam değişim %23 oranında topluluk duygusu, sosyal mesafe, yaşam kalitesi tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,230$). Topluluk duygusu sosyal etkileşim düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,223$). Sosyal mesafe sosyal etkileşim düzeyini

azaltmaktadır ($\beta=-0,006$). Yaşam kalitesi sosyal etkileşim düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,304$). Turizme yönelik tutum düzeyindeki toplam değişim % 13,1 oranında sosyal etkileşim tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,131$). Sosyal etkileşim turizme yönelik tutum düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,380$). Çalışmadan elde edilen bulgular; Marmaris destinasyonunda yerleşik yabancı-yerel halk ilişkisinin olumlu, kaliteli, samimi bir biçimde gerçekleştiğini, aralarındaki etkileşimi yüksek düzeyde önemsediklerini ve birbirleriyle olan temaslarından yüksek düzeyde memnun olduklarını göstermektedir. Söz konusu bulgular, turizmin dünya barışına hizmet ettiği savını desteklemektedir. Ek olarak; turist-yerel halk uyumsuzluk ve anlaşmazlıklarına yol açan nedenler arasında, turistin destinasyonda kısa süre bulunması dışında kalan, kültürel farklılıkların etkili faktör olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Topluluk Duygusu, Sosyal Etkileşim, Sosyal Mesafe, Yaşam Kalitesi, Turizm Destinasyonlarında Turizme Yönelik Tutum, Yerleşik Yabancı, Marmaris Türkiye

ABSTRACT

A STUDY ON THE INTERACTIONS BETWEEN FOREIGN RESIDENTS AND LOCAL PEOPLE IN THE TOURISM DESTINATIONS

ÖZGÜREL, Gizem

Doctorate, Department of Tourism Management

Thesis Supervisor: Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT

2020, 306 pages

Globalization, migration and tourism phenomena lead to the encounters of people with different origins, cultures and lifestyles in tourism destinations, creating interaction and individual and social changes. In this study, it has been investigated whether the foreign residents who settled in Marmaris, who has the same nationality as the tourists coming to the region, have positive relations with the local people and / or how positive they are. The effect of community sense, social distance and quality of life on social interaction and social interaction on tourism attitudes were determined as research model. The phenomenon of social interaction in tourism destinations has been dealt with a space-based approach and has been tried to be understood from the point of view of foreign residents and local people. In this study, data were collected from 382 foreign residents and 495 local residents using quantitative research method. According to the results, total change in social interaction level of resident foreigners is explained as 29.4% community feeling, social distance and quality of life ($R^2=0,294$). The sense of community increases the level of social interaction ($\beta=0,468$). The social distance did not affect the level of social interaction ($p=0.067 > 0.05$). Quality of life increases the level of social interaction ($\beta=0,210$). The total change in attitude towards tourism is explained by social interaction at the rate of 15.8% ($R^2=0,158$). Social interaction increases the attitude towards tourism ($\beta=0,405$). For local people; total change in the level of social interaction is explained by community sense, social distance and quality of life at a rate of 23% ($R^2=0,230$). The sense of community increases the level of social interaction ($\beta=0,223$). The social distance reduces the level of social interaction ($\beta = -0,006$). Quality of life increases the level of

social interaction ($\beta=0,304$). The total change in attitude towards tourism is explained by social interaction at a rate of 13.1% ($R^2=0,131$). Social interaction increases the level of attitude towards tourism ($\beta=0,380$). The findings of the study show that the foreign-local relations established in Marmaris are realized in a positive, high quality and sincere manner, they attach great importance to the interaction with each other and they are highly satisfied with their contacts with each other. These results support the argument “Tourism serves world peace”. In addition, it was concluded that cultural differences are effective factors, except for the short duration of the tourist's destination in terms of the reasons for the inconsistencies and disagreements between the tourist and local people.

Keywords: Marmaris, Community Sense, Social Interaction, Social Distance, Quality of Life, Attitude Towards Tourism in Tourism Destinations, Foreign Residents, Marmaris Turkey

Bu tezi canım oğlum Teoman Tuna ÖZGÜREL'e ithaf ediyorum.

İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ	iii
ÖZET	v
ABSTRACT	vii
İÇİNDEKİLER	x
ÇİZELGELER LİSTESİ	xiv
ŞEKİLLER LİSTESİ	xviii
KISALTMALAR	19
1. GİRİŞ	20
1.1. Amaç	20
1.2. Yöntem	25
1.2.1. Araştırmanın Modeli.....	26
1.2.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	30
1.2.3. Veri Toplama Aracı	31
1.2.3.1. Topluluk Duygusu Ölçeği	32
1.2.3.2. Sosyal Mesafe Ölçeği	34
1.2.3.3. Yaşam Kalitesi Ölçeği	37
1.2.3.4. Sosyal Etkileşim Ölçeği	38
1.2.3.5. Turizme Yönelik Tutum Ölçeği	39
1.2.4. Verilerin Toplanması	40
1.2.5. Verilerin Toplanmasında Karşılaşılan Güçlükler	41
1.2.6. Araştırmanın Varsayımları.....	42
1.2.7. Araştırmanın Sınırlılıkları	43
1.3. Literatürde Yer Alan Önceki Çalışmalar	43
1.3.1. Topluluk Duygusu ile İlgili Çalışmalar	44
1.3.2. Sosyal Mesafe ile İlgili Çalışmalar.....	46
1.3.3. Yaşam Kalitesi ile İlgili Çalışmalar	48
1.3.4. Sosyal Etkileşim ile İlgili Çalışmalar	50
1.3.5. Turizme Yönelik Tutum ile İlgili Çalışmalar	51
2. TURİZM DESTİNASYONLARI	55
2.1. Turizm Destinasyonu Kavramı	55
2.2. Turizm Destinasyonlarına Yönelik Yaklaşımlar	62
2.3. Turizm Destinasyonlarının Özellikleri	69
2.4. Turizm Destinasyonlarının Sınıflandırılması.....	71
2.4.1. Kentsel Turizm Destinasyonları.....	73

2.4.2. Kıyı Turizm Destinasyonları	76
2.4.3. Dağ Turizm Destinasyonları	77
2.4.4. Kırsal Turizm Destinasyonları	78
2.4.5. Keşfedilmemiş Turizm Destinasyonları	81
2.4.6. Egzotik, Eşsiz ve Ayrıcalıklı Turizm Destinasyonları	81
3. TURİZM DESTİNASYONLARINDA YERLEŞİK YABANCI-YEREL HALK ETKİLEŞİMİ	82
3.1. Yerleşik Yabancı-Yerel Halk Etkileşiminde Bazı Temel Kavramlar	82
3.1.1. Göç ve Yaşam Biçimi Göçü Kavramları	82
3.1.2. Göçmen, Yabancı, Yerleşik Yabancı ve Turist Kavramları	86
3.2. Yerleşik Yabancı-Yerel Halk Etkileşiminin Turizm Literatürü Açısından Önemi	92
3.3. Yerleşik Yabancı-Yerel Halk İlişkileri.....	94
3.3.1. Yerleşik Yabancı-Yerel Halk Arasındaki Sosyal İlişkiler ve Sahip Olduğu Özellikler	94
3.3.2. Turizm Destinasyonlarında Gündelik Yaşam	102
3.4. Yerleşik Yabancı-Yerel Halk Arasında Gerçekleşen Etkiler ve Etkileşimler	107
3.4.1. Kültürel Etkileşim	107
3.4.2. Ekonomik Etkileşim	113
3.4.3. Sosyal Etkileşim	115
3.5. Sosyal Etkileşimde Rol Oynayan Etmenler	119
3.5.1. Yerleşik Yabancı-Yerel Halk Etkileşiminde Topluluk Duygusu.....	120
3.5.2. Yerleşik Yabancı-Yerel Halk Etkileşiminde Sosyal Mesafe	122
3.5.3. Yerleşik Yabancı-Yerel Halk Etkileşiminde Yaşam Kalitesi	123
4. TURİZME YÖNELİK TUTUMLAR VE TUTUMLARI AÇIKLAMADA YARARLANILAN MODEL VE TEORİLER	127
4.1. Doxey Irridex Modeli	129
4.2. Butler Yaşam Döngüsü Modeli (Turizm Alanı Yaşam Döngü Modeli)	130
4.3. Sosyal Mübadele (Değişim) Teorisi.....	132
4.4. Duygusal Dayanışma Teorisi.....	135
4.5. Temas Hipotezi	136
5. TURİZM DESTİNASYONLARINDA YERLEŞİK YABANCI-YEREL HALK ETKİLEŞİMİ İLE İLGİLİ ANKET UYGULAMASI: MARMARİS ÖRNEĞİ	138
5.1. Marmaris Destinasyonu	138
5.1.1. Marmaris Destinasyonun Turizm Arzı	142
5.1.2. Marmaris Destinasyonuna Turizm Talebi	146
5.2. Veri Toplama Aracında Yer Alan Sorular ve Teorilerle İlişkisi.....	149

5.3. Araştırma Kullanılan Ölçeklerin Geçerliliği ve Güvenilirliği	159
5.3.1. Topluluk Duygusu Ölçeği Madde Analizi Ön Uygulama Sonuçları	159
5.3.2. Topluluk Duygusu Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi	160
5.3.3. Topluluk Duygusu Ölçeği Güvenirlik Katsayıları ve Madde Analizi	163
5.3.4. Sosyal Mesafe Ölçeği Madde Analizi Ön Uygulama Sonuçları	164
5.3.5. Sosyal Mesafe Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi.....	164
5.3.6. Sosyal Mesafe Ölçeği Güvenirlik Katsayıları ve Madde Analizi	166
5.3.7. Yaşam Kalitesi Ölçeği Madde Analiz Ön Uygulama Sonuçları.....	167
5.3.8. Yaşam Kalitesi Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi.....	169
5.3.9. Yaşam Kalitesi Ölçeği Güvenirlik Katsayıları ve Madde Analizi	171
5.3.10. Sosyal Etkileşim Ölçeği Madde Analizi Ön Uygulama Sonuçları.....	172
5.3.11. Sosyal Etkileşim Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi	173
5.3.12. Sosyal Etkileşim Ölçeği Güvenirlik Katsayıları ve Madde Analizi	174
5.3.13. Turizme Yönelik Tutum Ölçeği Madde Analizi Ön Uygulama Sonuçları.....	176
5.3.14. Turizme Yönelik Tutum Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi.....	176
5.3.15. Turizme Yönelik Tutum Ölçeği Güvenirlik Katsayıları ve Madde Analizi... ..	178
5.4. Yerleşik Yabancı ve Yerel Halk Gruplarına İlişkin Araştırma Bulguları	179
5.4.1. Yerleşik Yabancı ve Yerel Halk Gruplarına Göre Araştırma Bulgularının Genel Olarak Farklılaşma Durumu	179
5.4.1.1. Tanımlayıcı Özelliklere Göre Farklılaşma Durumu	179
5.4.1.2. Grup Farkı ANCOVA (Kovaryans Analizi) Testi Sonuçları	184
5.4.1.3. Yerleşik Yabancı Grubuna Göre Araştırma Bulgularının Regresyon Analizi Sonuçları.....	186
5.4.1.4. Yerel Halk Grubuna Göre Araştırma Bulgularının Regresyon Analizi Sonuçları	192
5.4.1.5. Gruplara Göre Farklılaşma Durumu Bağımsız Gruplar T-Testi Sonuçları.....	196
5.4.1.5.1. Ölçeklerde Yer Alan İfadelere Ait Puanların Gruplara Göre Farklılaşma Durumu	196
5.4.1.5.2. Topluluk Duygusu Puanlarına Göre Farklılaşma Durumu.....	208
5.4.1.5.3. Sosyal Mesafe Puanlarına Göre Farklılaşma Durumu	213
5.4.1.5.4. Yaşam Kalitesi Puanlarına Göre Farklılaşma Durumu	215
5.4.1.5.5. Sosyal Etkileşim Puanlarına Göre Farklılaşma Durumu.....	221
5.4.1.5.6. Turizme Yönelik Tutum Puanlarına Göre Farklılaşma Durumu	227
5.4.1.6. Yerel Halk Grubu Tek Örnek T-Testi Sonuçları	228
5.4.1.7. Yerleşik Yabancı Grubu Tek Örnek T-Testi Sonuçları	232

5.4.1.8. Yerleşik Yabancılarda Sosyal Etkileşim Puanlarının Yaşama ve İkamet Sürelerine Göre Farklılaşma Durumu.....	235
5.4.2. Yerleşik Yabancı ve Yerel Halk Gruplarına Göre Araştırma Bulgularının İçsel ve Dışsal Faktör Puanlarının Farklılaşma Durumu.....	237
5.4.2.1. İçsel ve Dışsal Faktör Puan Farklılaşmaları ile İlgili T-Testi Sonuçları	239
5.4.2.2. Yerel Halk Grubu Tek Örnek T-Testi Sonuçları.....	243
5.4.2.3. Yerleşik Yabancı Grubu Tek Örnek T-Testi Sonuçları	244
5.4.2.4. İçsel ve Dışsal Puanların İkamet Süresine Göre Farklılaşması ile İlgili Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları	245
5.4.2.4.1. Yerel Halkta İçsel-Dışsal Puanların İkamet Süresine Göre Farklılaşması	245
5.4.2.4.2. Yerleşik Yabancılarda İçsel-Dışsal Puanların İkamet Süresine Göre Farklılaşması	247
5.4.2.4.3. Tüm Grupta İçsel-Dışsal Puanların İkamet Süresine Göre Farklılaşması	249
5.4.3. Yerleşik Yabancı ve Yerel Halk Gruplarına Göre Araştırma Bulgularının Korelasyon Analizleri Sonuçları.....	253
5.4.3.1. Yerleşik Yabancı Grubuna Göre Araştırma Bulgularının Korelasyon Analizi Sonuçları.....	253
5.4.3.2. Yerel Halk Grubuna Göre Araştırma Bulgularının Korelasyon Analizi Sonuçları.....	256
5.4.4. Hipotez Sonuçları.....	259
6. SONUÇ ve ÖNERİLER.....	261
6.1. Sonuç	261
6.2. Öneriler	269
6.3. Ekler	275
7. KAYNAKÇA.....	284

ÇİZELGELER LİSTESİ

Çizelge 1. Turizm Destinasyonu Kavramı ile İlgili Yapılan Tanımlar.....	57
Çizelge 2. Turist-Yerel Halk ve Yerleşik Yabancı-Yerel Halk İlişkisinin Sahip Olduğu Özelliklerin Karşılaştırması.....	97
Çizelge 3. Yerleşik Yabancı-Yerel Halk Sosyal Etkileşim Biçimleri	118
Çizelge 4. Mübadele Kaynakları ve Taşıdıkları Özellikler	134
Çizelge 5. Yatırım, İşletme ve Belediye Belgeli Tesis İstatistikleri (Marmaris, Muğla, Türkiye).....	143
Çizelge 6. Marmaris Destinasyonundaki Yatırım Belgeli Tesisler Türü, Tesis Sayısı, Oda ve Yatak Sayıları (2019)	143
Çizelge 7. Marmaris Turizm İşletme Belgeli Tesisler Türü, Sayısı, Oda ve Yatak Sayıları (2019)	143
Çizelge 8. Marmaris'te Bulunan Bakanlıktan Belgeli Marinalar	144
Çizelge 9. Türkiye Yat Kapasitesi (2018).....	145
Çizelge 10. Muğla İlinde T.C. Bayraklı ve Yabancı Bayraklı Yat İşletmeleri	145
Çizelge 11. Mavi Bayrak İstatistikleri (2018)	146
Çizelge 12. Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Tesise Geliş ve Geceleme (Marmaris, Muğla ve Türkiye-2018)	147
Çizelge 13. Mahalli İdarelerce Belgelendirilen Konaklama Tesislerinde Tesise Geliş ve Geceleme (Marmaris, Muğla ve Türkiye-2018)	147
Çizelge 14. Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranları.....	148
Çizelge 15. Mahalli İdarelerce Belgelendirilen Konaklama Tesislerinde Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranları.....	148
Çizelge 16. Topluluk Duygusu ile İlgili Sorular ve Teorilerle İlişkisi	150
Çizelge 17. Sosyal Mesafe ile İlgili Sorular ve Teorilerle İlişkisi.....	152
Çizelge 18. Yaşam Kalitesi ile İlgili Sorular ve Teorilerle İlişkisi	154
Çizelge 19. Sosyal Etkileşim ile İlgili Sorular ve Teorilerle İlişkisi	156
Çizelge 20. Turizme Yönelik Tutum ile İlgili Sorular ve Teorilerle İlişkisi	158
Çizelge 21. Topluluk Duygusu Ölçeği Madde Analizi (Ön Uygulama)	160

Çizelge 22.Topluluk Duygusu Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi İndeks Değerleri	161
Çizelge 23.Topluluk Duygusu Ölçeği Faktör Yükleri ve Maddelere İlişkin Regresyon Katsayıları	162
Çizelge 24.Topluluk Duygusu Ölçeği Güvenirlik Katsayıları	163
Çizelge 25.Topluluk Duygusu Ölçeği Madde Analizi.....	163
Çizelge 26.Sosyal Mesafe Ölçeği Madde Analizi (Ön Uygulama)	164
Çizelge 27.Sosyal Mesafe Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi İndeks Değerleri.....	165
Çizelge 28.Sosyal Mesafe Ölçeği Faktör Yükleri ve Maddelere İlişkin Regresyon Katsayıları	166
Çizelge 29.Sosyal Mesafe Ölçeği Güvenirlik Katsayıları	166
Çizelge 30.Sosyal Mesafe Ölçeği Madde Analizi	167
Çizelge 31.Yaşam Kalitesi Ölçeği Madde Analizi (Ön Uygulama).....	168
Çizelge 32.Yaşam Kalitesi Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi İndeks Değerleri....	169
Çizelge 33.Yaşam Kalitesi Ölçeği Faktör Yükleri ve Maddelere İlişkin Regresyon Katsayıları	170
Çizelge 34.Yaşam Kalitesi Ölçeği Güvenirlik Katsayıları	171
Çizelge 35.Yaşam Kalitesi Ölçeği Madde Analizi	171
Çizelge 36.Sosyal Etkileşim Ölçeği Madde Analizi (Ön Uygulama)	172
Çizelge 37.Sosyal Etkileşim Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi İndeks Değerleri .	173
Çizelge 38.Sosyal Etkileşim Ölçeği Faktör Yükleri ve Maddelere İlişkin Regresyon Katsayıları	174
Çizelge 39.Sosyal Etkileşim Ölçeği Güvenirlik Katsayıları	175
Çizelge 40.Sosyal Etkileşim Ölçeği Madde Analizi.....	175
Çizelge 41.Turizme Yönelik Tutum Ölçeği Madde Analizi (Ön Uygulama)	176
Çizelge 42.Turizme Yönelik Tutum Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi İndeks Değerleri.....	177
Çizelge 43.Turizme Yönelik Tutum Ölçeği Faktör Yükleri ve Maddelere İlişkin Regresyon Katsayıları.....	177
Çizelge 44.Turizme Yönelik Tutum Ölçeği Güvenirlik Katsayıları	178
Çizelge 45.Turizme Yönelik Tutum Ölçeği Madde Analizi	178
Çizelge 46.Tanımlayıcı Özelliklerin Yerel Halk ve Yerleşik Yabancılara Göre Dağılımı.....	180

Çizelge 47.Gruplara Göre Sosyal Etkileşim Ortalama ve Düzeltilmiş Sosyal Etkileşim Ortalama Puanları	184
Çizelge 48.Topluluk Duygusu, Sosyal Mesafe, Yaşam Kalitesinin Sosyal Etkileşim Üzerine Etkisinde Yerel Halk ve Yerleşik Yabancı Farkına İlişkin Yapılan ANCOVA Testi Sonuçları.....	185
Çizelge 49.Gruplara Göre Turizme Yönelik Tutum Ortalama ve Düzeltilmiş Turizme Yönelik Tutum Ortalama Puanları.....	185
Çizelge 50.Sosyal Etkileşimin Turizme Yönelik Tutum Üzerine Etkisinde Yerel Halk ve Yerleşik Yabancı Farkına İlişkin Yapılan ANCOVA Testi Sonuçları	186
Çizelge 51.Yerleşik Yabancılarda Topluluk Duygusu, Sosyal Mesafe ve Yaşam Kalitesinin Sosyal Etkileşim Üzerine Etkisi	186
Çizelge 52.Yerleşik Yabancılarda Topluluk Duygusu Alt Boyutları ve Yaşam Kalitesi Alt Boyutlarının Sosyal Etkileşim Üzerine Etkisi	189
Çizelge 53.Yerleşik Yabancılarda Sosyal Etkileşimin Turizme Yönelik Tutum Üzerine Etkisi	190
Çizelge 54.Yerleşik Yabancılarda Sosyal Etkileşim Alt Boyutlarının Turizme Yönelik Tutum Üzerine Etkisi.....	191
Çizelge 55.Yerel Halkta Topluluk Duygusu, Sosyal Mesafe ve Yaşam Kalitesinin Sosyal Etkileşim Üzerine Etkisi	192
Çizelge 56.Yerel Halkta Topluluk Duygusu Alt Boyutları ve Yaşam Kalitesi Alt Boyutlarının Sosyal Etkileşim Üzerine Etkisi.....	193
Çizelge 57.Yerel Halkta Sosyal Etkileşimin Turizme Yönelik Tutum Üzerine Etkisi	195
Çizelge 58.Yerel Halkta Sosyal Etkileşim Alt Boyutlarının Turizme Yönelik Tutum Üzerine Etkisi	195
Çizelge 59.Ölçeklerde Yer Alan İfadelere Ait Puanların Gruplara Göre Farklılaşma Durumu	197
Çizelge 60.Topluluk Duygusu Puanlarının Gruplara Göre Farklılaşma Durumu	208
Çizelge 61.Sosyal Mesafe Puanlarının Gruplara Göre Farklılaşma Durumu	213
Çizelge 62.Yaşam Kalitesi Puanlarının Gruplara Göre Farklılaşma Durumu	215
Çizelge 63.Sosyal Etkileşim Puanlarının Gruplara Göre Farklılaşma Durumu	221
Çizelge 64.Temastan Duyulan Memnuniyet Puanlarının Gruplara Göre Farklılaşma Durumu	226

Çizelge 65.Turizme Yönelik Tutum Puanlarının Gruplara Göre Farklılaşma Durumu	227
Çizelge 66.Yerel Halk Grubunda Topluluk Duygusu, Yaşam Kalitesi, Sosyal Etkileşim, Temastan Duyulan Memnuniyet ve Turizme Yönelik Tutum Tek Örnek T-Testi Sonuçları.....	229
Çizelge 67.Yerel Halk Grubunda Sosyal Mesafe Tek Örnek T-Testi Sonuçları	231
Çizelge 68.Yerleşik Yabancı Grubunda Topluluk Duygusu, Yaşam Kalitesi, Sosyal Etkileşim, Temastan Duyulan Memnuniyet ve Turizme Yönelik Tutum Tek Örnek T-Testi Sonuçları.....	232
Çizelge 69.Yerleşik Yabancı Grubu Sosyal Mesafe Tek Örnek T-Testi Sonuçları	235
Çizelge 70.Yerleşik Yabancılarda Sosyal Etkileşim Puanlarının Yaşama Süresine Göre Farklılaşma Durumu.....	236
Çizelge 71.Yerleşik Yabancılarda Sosyal Etkileşim Puanlarının İkamet Süresine Göre Farklılaşma Durumu	237
Çizelge 72.İçsel-Dışsal Puanların Gruplara Göre Farklılaşma Durumu.....	240
Çizelge 73. Yerel Halk Grubunda İçsel ve Dışsal Puanlarının Tek Örnek T-Testi Sonuçları	244
Çizelge 74. Yerleşik Yabancı Grubunda İçsel ve Dışsal Puanlarının Tek Örnek T-Testi Sonuçları	244
Çizelge 75.Yerel Halkta İçsel-Dışsal Puanların İkamet Süresine Göre Farklılaşma Durumu	246
Çizelge 76.Yerleşik Yabancılarda İçsel-Dışsal Puanların İkamet Süresine Göre Farklılaşma Durumu	248
Çizelge 77. Tüm Grupta İçsel-Dışsal Puanların İkamet Süresine Göre Farklılaşma Durumu	250
Çizelge 78.Yerleşik Yabancılarda Topluluk Duygusu, Sosyal Mesafe, Yaşam Kalitesi, Sosyal Etkileşim ve Turizme Yönelik Tutum Puanları Arasında Korelasyon Analizi	254
Çizelge 79.Yerel Halkta Topluluk Duygusu, Sosyal Mesafe, Yaşam Kalitesi, Sosyal Etkileşim ve Turizme Yönelik Tutum Puanları Arasında Korelasyon Analizi.....	257
Çizelge 80. Hipotez Sonuçları.....	259

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Marmaris Destinasyonunda Araştırılacak Araştırma Modeli	27
Şekil 2. Turizm ve Göç İlişkisi.....	85
Şekil 3. Topluluk Duygusu Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizine İlişkin Diyagram	161
Şekil 4. Sosyal Mesafe Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizine İlişkin Diyagram	165
Şekil 5. Yaşam Kalitesi Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizine İlişkin Diyagram	169
Şekil 6. Sosyal Etkileşim Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizine İlişkin Diyagram ..	173
Şekil 7. Turizme Yönelik Tutum Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizine İlişkin Diyagram.....	177
Şekil 8. Topluluk Duygusu Puanlarının Gruplara Göre Farklılaşma Durumu	212
Şekil 9. Sosyal Mesafe Puanlarının Gruplara Göre Farklılaşma Durumu	214
Şekil 10. Yaşam Kalitesi Puanlarının Gruplara Göre Farklılaşma Durumu	220
Şekil 11. Sosyal Etkileşim Puanlarının Gruplara Göre Farklılaşma Durumu	224
Şekil 12. Turizme Yönelik Tutum Puanlarının Gruplara Göre Farklılaşma Durumu	227

KISALTMALAR

ADNKS: Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi

Ext. (External): Dışsal

IOM (International Organization for Migration): Uluslararası Göç Örgütü

Int.(Internal): İçsel

MARTAB: Marmaris ve Çevresi Turizm Alanı Altyapı Hizmet Birliği

SPSS (Statistical Package for Social Sciences): Sosyal Bilimler için İstatistik Programı

STK: Sivil Toplum Kuruluşları

T.C. : Türkiye Cumhuriyeti

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

UNWTO (United Nations World Tourism Organization): Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü

USAK: Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kurumu

VB.: Ve Benzeri

WHO (World Health Organization): Dünya Sağlık Örgütü

YH: Yerel Halk

YY: Yerleşik Yabancı

1. GİRİŞ

1.1. Amaç

Genel olarak bu çalışmanın amacı; turizm destinasyonlarında, yöreye gelen turistlerle aynı milliyetten olan, yerleşik yabancılarla yerel halk arasındaki ilişkilerin olumlu düzeyde olup olmadığının, ya da ne derece olumlu olduğunun araştırılmasıdır. Bu konu araştırılırken, çalışmanın ampirik araştırma bölümünde Marmaris destinasyonu esas alınmıştır.

Yerleşik yabancılar yerel halk arasındaki ilişkiler üzerinde durulması ilk bakışta bir “turizm” konusu olarak değil, bir “sosyoloji” ya da “göç” bilimi konusu olarak görülebilir. Çünkü “turizm”, insanların gittikleri yerde sürekli yerleşmemek kaydıyla yaptıkları seyahatleri ifade etmektedir. Fakat çalışma aynı zamanda bir turizm çalışmasıdır. Çalışmanın “turizm çalışması” olarak nitelendirilmesi, ampirik araştırmanın bir turizm destinasyonunda yapılması ya da yerleşik yabancıların turistlerle aynı millettten olması gibi basit sebeplere dayanarak yapılan bir isim yakıştırmasından ibaret değildir. Bu çalışmanın “turizm” disiplini açısından iki tür işlevinin bulunduğunu düşünülmektedir. Söz konusu işlevleri sırasıyla şu şekilde açıklamak mümkündür:

Çalışmanın birinci işlevi yerleşik yabancıların (yaşam biçimi göçmenlerinin) yerel halkla ilişkilerinin belirlenmesinde turizmin bir işlevinin olup olmadığının ortaya konulmasıdır.

Çalışmanın ikinci işlevi, “yerleşik yabancı-yerel halk etkileşimi”ni, “turist-yerel halk ilişkisi” konusunun bir temsilcisi gibi ele alarak, turist-yerel halk ilişkilerinin belirlenmesinde rol oynadığı düşünülen, ama doğrudan doğruya gözlenemeyen bazı faktörlerin gerçekten etkili olup olmadığının, yerleşik yabancı-yerel halk ilişkilerine bakılmak suretiyle ortaya çıkarılmaya çalışılmasıdır.

İlk olarak birinci işlev üzerinde durmak yerinde olacaktır:

Genellikle kabul edilmektedir ki, turizm farklı ulusları birbirine yakınlaştırarak dünya barışına hizmet etmektedir. Bunun yanı sıra, genel olarak “göçmenlik” olgusunun - göçmenler farklı milletten olduğunda- yerel halk tarafından hoş karşılanmadığı da genellikle bilinen bir olgudur. Acaba yerleşik yabancı bir turizm destinasyonuna yerleştiğinde ve bu yabancı yöreye gelen turistlerle aynı etnik kökenden olduğunda ilişkiler daha olumlu olmakta mıdır? Eğer bunun doğru olduğu ortaya çıkarsa, turizmin dünya barışına hizmet edici fonksiyonu bir bakıma teyit edilmiş olacaktır.

Bu noktada şu da denilebilir ki, bölgedeki yerleşik yabancı, daha önce destinasyonu bir veya birden fazla kere ziyaret etmiş olan bir “turist” idi. Eğer “turist-yöre halkı ilişkisi” olumsuz olsaydı, herhalde bölgeye sonradan yerleşmezdi. Dolayısıyla, sonuç önceden belli gibidir; yani yerleşik yabancı-yerel halk ilişkisinin olumlu olduğu rahatça tahmin edilebileceğine göre, yerleşik yabancı-yerel halk ilişkisini ayrıca araştırmaya acaba lüzum var mıdır? Ancak; yerleşik yabancıların yöreye yerleşme sebepleri arasında yerel halkın tutumu dışında kalan başka faktörlerin de yer aldığı ve “yerel halkın tutumu” faktörünün bu faktörler içerisinde sonuncu sıralarda olduğunun başka çalışmalarda (Özgürel ve Avcıkurt, 2018) ortaya konulmuş olması peşin olarak böyle bir yargıya varılmasını engellemektedir. Yabancılar daha önce turist iken gözlemledikleri ve onlara yerleşme kararı verdiren olguların, yerel halkın olumlu tutumları değil, yaşam koşullarının rahatlığı, doğal güzellikler, iklim, ucuzluk vb. faktörler olması pekâlâ mümkündür.

Çalışmanın ikinci işlevi ile ilgili şu şekilde bir açıklama yapılabilir:

Turist-yerel halk ilişkisinin niteliğini belirleyen birçok faktör bulunabilir. Bunların içerisinde, çalışma ile yakından ilişkili olan iki tanesi, yerel halk-turist arasındaki kültürel farklar ve turistin destinasyondaki kalış süresidir. Gerçekte, yerel halk-turist ilişkisini belirleme açısından, bu ikisi arasında yakın bir ilişki de söz konusudur.

Turistin kalış süresinin kısalığının yerel halk-turist ilişkisi üzerindeki etkisi konusunda ilk akla gelen, bu etkinin olumsuz olduğudur ki, turizm zaten yerleşmeye yönelik olmayan kısa süreli seyahatler olarak tanımlanmaktadır. Kalış süresinin kısalığının olumsuz etkisinin iki tür mekanizması olabilir: Birincisi, iki taraf arasındaki ilişki, turizmin karakteri icabı kısa süreli olduğundan, tarafların birbirlerine kötü

davranmamak için gayret sarf etmeye çok gereksinim duymamaları olabilir. Başlı başına yerleşik yabancı-yerel halk etkileşimi üzerine herhangi bir çalışmada, ilişkilerin olumlu olduğu saptandığı takdirde, bu saptama -kesin bir kanıt oluşturmamakla birlikte- bu hipotezi bir anlamda desteklemiş olur.

Kalış süresinin kısalığının ilişkilerin olumsuz olmasına sebep olabilmesini sağlayan ikinci tür mekanizma, turistlerin, kültür farklılığından kaynaklanan uyumsuzluklardan ders çıkararak, -deyim yerindeyse- “kendilerine çeki düzen vermek için” yeterli zamana sahip bulunmamaları olabilir. Acaba kalış süresi biraz daha uzun olan turistlerin yöre halkı ile etkileşimi, kendilerine çeki düzen vermeye vakitlerinin olması nedeniyle daha olumlu olmakta mıdır? Eğer böyle bir şey gözlenebilirse, turist-yerel halk ilişkisi niteliğinin belirlenmesinde kalış süresinin etkisi tescil edilmiş olur; yok eğer arada bir farklılık saptanmazsa, kültür farklılıklarının -kalış süresinden bağımsız olarak- esas etkili faktör olduğu sonucuna varmak gerekmektedir. Fakat bir gerçektir ki, turistin kalış süresi göreceli olarak ne kadar uzun olursa olsun, yine de aslında kısadır. Sözgelimi, gerek bir hafta gerekse iki hafta (iki hafta bir haftanın 2 katı olmasına rağmen) kısadır. Dolayısıyla göreceli olarak kalış süreleri farklı olan turistlerin düşünce ve duygularında ya da yerel halkın bunlarla ilişkileri hakkındaki düşüncelerinde süreye göre bir farklılık gözlemeyi beklemek güçtür. Bunun yanı sıra, zaten kısa süre için gelmiş olan yabancıya, sözgelimi, “yerel halkla yemeğinizi paylaşır mısınız?” türünden sorular sormak da çok anlamlı olmayabilir. Kalış süresinin etkisini ölçmek için, bir hafta ile iki haftayı karşılaştırmak yerine, sözgelimi 6 aydan beri kalmakta olanlarla 1 yıldan beri ikamet etmekte olanlar üzerinde bir araştırma yapılması (ki, bu durumda artık yabancı “turist” değil, “yerleşik” olmaktadır) daha anlamlı olabilir. Daha az ikametinin daha fazla uyumsuzluğa işaret ettiği saptandığı takdirde, bu durum turistin yerel halk ile anlaşmazlıklarının da, -karakter olarak- destinasyonda “geçici” olmasından kaynaklandığı hakkında bir ipucu olarak kabul edilebilir. Nitekim literatürde turist-yerel halk ilişki ve etkileşiminde teorik bir çerçevenin olmaması turist-yerel halk çalışmalarını sınırlandırmış (Zhang, İnbakaran ve Jackson, 2006) ve turist-yerel halk etkileşimini kesin bir şekilde ölçmek için yeterli bilgi olmadığı yapılan çalışmalarda belirtilmiştir (Reisinger ve Turner, 2003, 64; Carneiro, Eusébio ve Caldeira, 2018). Bu nedenle, turist-yerel halk etkileşimini etkileyen etmenleri, aralarındaki etkileşimi ve etkileşimin sonuçlarını anlamak için literatürü genişletmenin önemli olduğu bazı çalışmalarda belirtilmiştir (Pizam, Uriely ve Reichel, 2000;

Sinkovics ve Penz, 2009). Söz konusu “genişletme”nin yollarından birisinin, “turist”in bir çeşit temsilcisi olarak “yerleşik yabancı”nın kullanılması olduğunu çalışma kapsamında düşünülmüştür. Buna bağlı olarak bu tezde, bir turizm destinasyonu olan Marmaris’teki yerleşik yabancı ve yerel halk arasındaki sosyal etkileşim incelenmiştir. Çalışmada, yerel halk ile Marmaris’te yaşayan ve köken ülkeleri Türkiye olan Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları, yerleşik yabancılar ile Marmaris’te kiraladığı ya da satın aldığı konutta 6 ay ve üzerinde bir süre ikamet eden, T.C. kanunlarına göre göçmen sayılmayan, Marmaris halkı tarafından yabancı olarak görülen, daha iyi bir yaşam için göç etmiş, köken ülkesi Birleşik Krallık (İngiltere, Kuzey İrlanda, Galler ve İskoçya) olan Birleşik Krallık vatandaşları ile Türkiye’ye yerleştikten sonra Birleşik Krallık vatandaşlığı yanı sıra ikinci vatandaşlık olarak Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlığını alan yabancılar ifade edilmiştir.

Yukarıda belirtilen bu hususların merak edilmesi sebebiyle, çalışmanın ana çekirdeğini “Beşinci Bölüm”de yer alan Marmaris destinasyonunda uygulanan anket çalışması oluşturmaktadır.

Çalışmada kullanılan ölçek, aşağıda daha kapsamlı bir biçimde açıklanmıştır. Fakat şimdiden de birkaç söz söylemek yerinde olacaktır. Çalışmada kullanılan ölçekteki boyutlardan “sosyal mesafe” ve “sosyal etkileşim” boyutlarının, yerleşik yabancı-yerel halk etkileşiminin (yerel halk ile yerleşik yabancıların birbirleriyle uyumlu olup olmadığının) ölçülmesiyle daha doğrudan ilişkili olduğu söylenebilir. Diğer boyutların uyum ile ilişkisi, daha dolaylı bir nitelik taşımaktadır denilebilir. Hatta bazılarının, yabancıların yerel halkla ilişkilerine yok denecek kadar az atıf yapan sorulardan (“yaşam kalitesi” boyutu gibi) oluştuğu gözlenebilir. Fakat literatür kısmında belirtilen “duygusal dayanışma teorisi” hesaba katıldığında, gerçekte “uyum” kavramını daha geniş anlamda ele almak gerektiği ve dolayısıyla bu boyutlara da gerek bulunduğu söylenebilir. İlgili kısımda da belirtildiği gibi, duygusal dayanışma teorisi, değer yargılarının birbirine benzemesinin, başkaca somut bir sebebe gerek kalmaksızın dayanışmayı artıracaklarını öne sürmektedir. Bu durumda “yerel halkla iyi geçiniyor musunuz?” türünden daha direkt sorulara dahi gerek bulunmayacağı söylenebilir.

Söz konusu anket çalışmasının niçin sadece yerleşik yabancılarla değil, yerel halka da yapıldığı sorusu akla gelebilir ve böyle bir sorunun haklı yönleri bulunabilir. Bir örnek

vermek gerekirse, sözgelimi sadece yabancılara yapılan bir ankette, yabancılara yerel halkla iyi geçindikleri ortaya çıkmışsa, -herhalde- “yerel halk da yabancılara iyi geçiniyordur” denilebilir. Çünkü “uyum” kavramı, iki taraflı bir şeydir. Bunun yanı sıra, yerel halk bireylerinin genel olarak Marmaris toplumu hakkındaki düşüncelerinin olumlu ya da olumsuz olması (ki bu, “topluluk duygusu” boyutuyla ölçülmektedir) özellikle yerleşik yabancı-yerel halk ilişkisi özelinde bir fikir vermeyebilir. Dolayısıyla bu boyutla ilgili soruların yabancılara sorulması bir kıymet ifade etmekle birlikte, yerel halka sorulmasının bir anlam ifade etmeyeceği de ileri sürülebilir. Bütün bunlara rağmen, anketimizi yerel halka da uyguladık. Çünkü yerleşik yabancı-yerel halk ilişkisiyle doğrudan ilgili olan boyutlarda bile, yerel halk ile yerleşik yabancılara fikirleri arasında bir asimetri olmayacağını “peşinen” varsaymanın çok da doğru olmayacağı düşünülmektedir. Aralarında asimetri bulunsa da bulunmasa da, bundan çıkarılabilecek bazı muhtemel sonuçların olabileceği ihtimalini peşinen göz ardı etmemek adına, anket yerel halka da uygulanmıştır. Bu kararın alınmasında; Fan, Zhang, Jenkins ve Tavitiyaman, (2017) çalışmalarında; sosyal temasta, turist ve yerel halk gruplarının eş zamanlı olarak incelenmesini önermelerinin de etkisi bulunmaktadır.

Çalışmanın, turizme yönelik tutumları açıklamada kullanılan diğer teorilerle de ilişkisi bulunmaktadır. Örneğin, ilgili kısımda belirtildiği üzere, özellikle yerel halkın tutumları ile ilgili bazı teoriler, turizm destinasyonunun gelişme aşamaları üzerinde durmaktadır (Doxey Irridex ve Butler Yaşam Döngüsü Modelleri). Bu teorilerde dikkat çeken nokta, destinasyon gelişimin son aşamasında yerel halkın turizmden ve turistlerden soğumaya başlaması, hatta turiste karşı kızgınlık belirtileri göstermesidir. Marmaris ise, -bilindiği gibi- deyim yerindeyse- “yılların turizm destinasyonu”dur. Bu nedenle, eğer bu teoriler doğruysa, hâlihazırda Marmaris'te yerel halkın turistlere karşı oldukça olumsuz tutumlar içerisinde olması ve bunu yerleşik yabancı-turist ayrımı yapmaksızın, yerleşik yabancılara da yansıtması beklenir. Dolayısıyla, -başlangıçtaki temel amaç bu olmamakla birlikte-, bu çalışmanın turizme yönelik tutumlarla ilgili bazı teorilerin sorgulanmasına yönelik bir yönünün de -kaçınılmaz olarak- bulunduğunu söylemek mümkündür. Benzer şekilde, anket sorularının kendi içerisinde “içsel” ve “dışsal” olarak sınıflandırılarak ayrı ayrı analiz edilmesi ve birbiriyle karşılaştırılması, “sosyal mübadele teorisi” denilen bir başka teorinin sorgulanmasıyla eşdeğer sayılmalıdır. Sosyal mübadele teorisi, -ilgili kısımda da daha uzunca anlatılacağı gibi-, bireylerin

ilişkiye “ödül” bekledikleri için girdiklerini öne süren bir teoridir. Buna göre, sözgelimi “içsel” olarak birbirini hiç sevmeyen kimselerin, bazı nedenlerle “dışsal” olarak iyi geçinir bir görünüm sergilemeleri mümkündür.

1.2. Yöntem

Çalışmada izlenen konu sıralaması şu şekildedir:

İlk olarak, aşağıdaki “İkinci Bölüm”de turizm destinasyonlarının tanımı ve turizm destinasyonları hakkında genel olarak literatürde yer alan yaklaşımlar üzerinde durulmuştur.

İzleyen “Üçüncü Bölüm”de, turizm destinasyonlarında yerleşik yabancı-yerel halk ilişkisi üzerine literatürde yer alan görüşlerden söz edilmiştir. Doğal olarak bu bölüm, “göç” ve “yaşam biçimi göçü” kavramlarının tanımlanmasıyla başlamaktadır. Çünkü turizm destinasyonunda yerleşik yabancı (turistlerle aynı milliyetten olan yerleşik yabancı), normal bir göçü temsil etmekten ziyade, “yaşam biçimi göçü” kavramı ile paralellik arz etmektedir.

Çalışmada turizme yönelik tutumları açıklayan teorilerle, -yukarıda da belirtildiği gibi- çalışmanın ana konusu arasında belirli açılardan bazı ilişkiler kurulmuştur. Fakat bu teorilerin doğrudan doğruya “yerleşik yabancı” konusuyla değil, genel olarak “turizm” olgusuyla ilişkili olmaları nedeniyle, -çok uzun açıklamalar gerektirmemelerine rağmen- bunları ayrı bir bölümde, yani “Dördüncü Bölüm”de ele alınması uygun bulunmuştur.

Çalışmanın ana çekirdeğini oluşturan anket uygulaması ise, “Beşinci Bölüm”de yer almaktadır. Topluluk duygusu, sosyal mesafe, turizme yönelik tutum, yaşam kalitesi ve sosyal etkileşim boyutlarıyla, bunların alt boyutlarından oluşan bir ölçek, gerek yerleşik yabancılara, gerekse yerel halka uygulanmıştır.

Bu ölçekten çıkan bulgular ışığında, ölçeğin her bir boyutu ve alt boyutuyla ilgili olarak, yerleşik yabancılarla yerel halk arasında karşılaştırmalar yapılmıştır. Bunun yanı sıra, yerleşik yabancıların kendi içerisinde ve yerel halkın kendi içerisinde de, söz konusu boyutların her biriyle ilgili olarak bazı karşılaştırmalar yapılmıştır. Verilen cevapların

puanları hakkındaki bu ayrıntılı karşılaştırmaların hepsi birbiriyle eşit önemde olmayabilir ve her birinden çıkartılabilecek çarpıcı önemde sonuçlar bulunmayabilir. Fakat ileride yapılabilecek bazı çalışmaların yararlanabileceği birer veri olabilmeleri olasılığı göz önüne alınarak, bunları vermenin uygun olacağı düşünülmüştür.

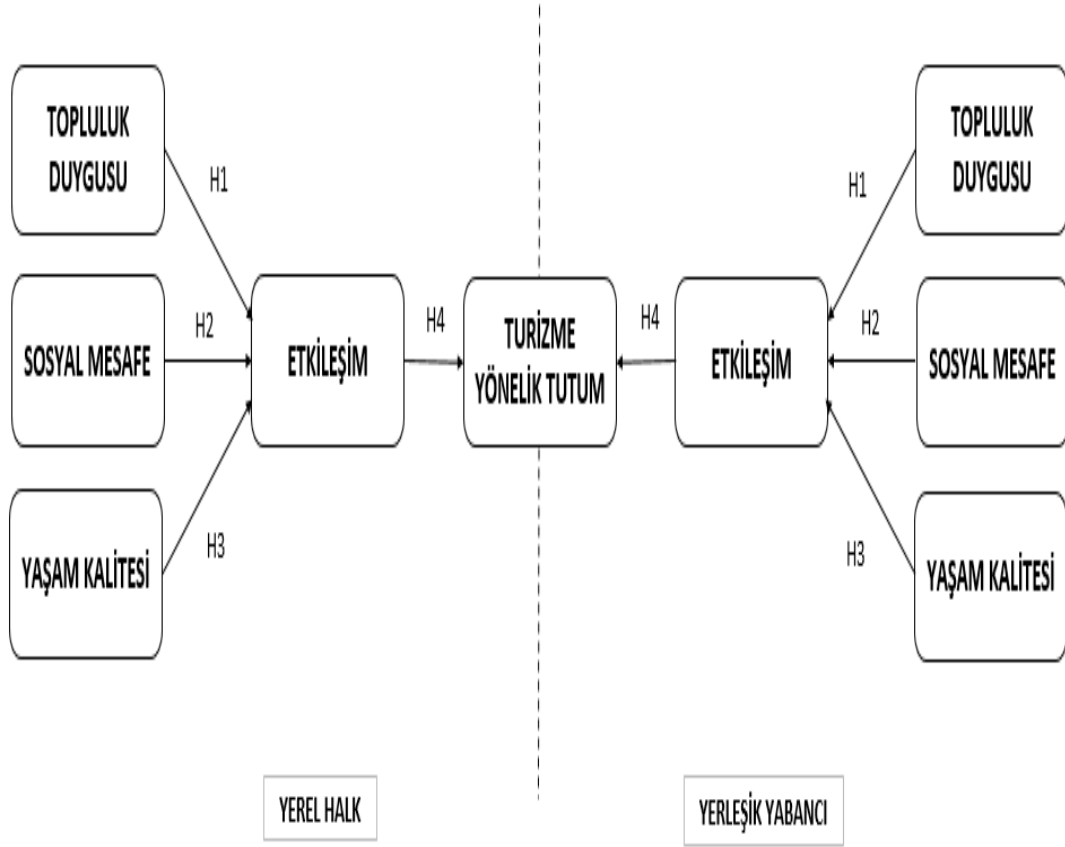
Aslında kısaca ve çok basit olarak ifade etmek gerekirse, çalışmanın ana teması yerel halk ile yerleşik yabancılar arasında genellikle çatışma hâlinin mi, yoksa uyum hâlinin mi ağır bastığıdır. Bu bağlamda, yerel halkın ve yerleşik yabancıların puanlarını karşılaştırmak yerine, yerleşik yabancıların puanının (ya da yerel halkın puanının) “belirli bir eşik değer”in üzerinde olup olmadığı daha önemli olabilir. Bir örnek vermek gerekirse, gerek yerel halkın sosyal etkileşim boyutu puanı, gerekse yerleşik yabancıların sosyal etkileşim puanı yüksek olmakla birlikte, yabancıların sosyal etkileşim boyutu puanı yerel halktan daha düşük çıkmış olsun. Her iki grubun puanının yüksekliği göz ardı edilip, sadece karşılaştırmaya önem verilirse, hatalı yorumlar yapılması söz konusu olabilir.

Bu çalışmada “genel olarak” neyin araştırılacağı yukarıda açıklanmaya çalışılmıştır. Alt boyutlarla ilgili ayrıntılı karşılaştırmaları ifade eden 29 adet hipotezi de -sonuçlar ve yorumlar sadece bunlarla sınırlı olmamasına karşın- aşağıda liste halinde verilmesi uygun bulunmuştur. Bunun yanı sıra kullanılan ölçekteki boyutlar hakkındaki bilgileri ve anket araştırması hakkındaki diğer bazı ön bilgileri de aşağıdaki kısımda verilmiştir. Bütün bunların, anket uygulamasına yer verilen Beşinci Bölüm’de verilmesi de tercih edilebilirdi. Fakat ölçek hakkındaki açıklamaların burada “peşinen” verilmesinin, ölçekteki boyutların teorik karşılıklarının anlatıldığı Üçüncü Bölüm okunurken, konunun karakteri nedeniyle daha etkin bir okuma sağlayabileceği kanısı ile hareket edilmiştir.

1.2.1. Araştırmanın Modeli

Araştırma tanımlayıcı ve tarama modelinde tasarlanmıştır. Tarama modeli, geçmişte veya araştırmanın yapıldığı zaman aralığında mevcut olan bir durum olduğu şekliyle betimlemenin amaçlandığı bir araştırma yaklaşımıdır (Karasar, 2012). Araştırmanın konusu olan olay veya grup mevcut durumuyla olduğu gibi tanımlanarak açıklanma yaklaşımı benimsenir. Bu çalışmada Marmaris destinasyonunda yerleşik yabancı ve

yerel halkın topluluk duygusu, sosyal mesafesi, yaşam kalitesi, sosyal etkileşimi ve turizme yönelik tutumları var olduğu şekilde tanımlanmaya çalışılmıştır. Araştırmada topluluk duygusu, sosyal mesafe, yaşam kalitesinin sosyal etkileşime, sosyal etkileşimin turizme yönelik tutumlara etkisi araştırma modeli olarak belirlenmiş ve aşağıda Şekil 1’de Marmaris destinasyonunda araştırılan araştırma modeline yer verilmiştir.



Şekil 1. Marmaris Destinasyonunda Araştırılacak Araştırma Modeli

Araştırmanın bağımsız değişkenlerini topluluk duygusu, sosyal mesafe, yaşam kalitesi; bağımlı değişkenlerini sosyal etkileşim ve turizme yönelik tutum oluşturmaktadır. Araştırmanın kontrol değişkeni olarak yerel halk ve yerleşik yabancı farkı alınmaktadır.

Literatürden elde edilen bulgular çerçevesinde ve çalışmanın amacı doğrultusunda araştırma hipotezleri ve alt hipotezler aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir:

Araştırmanın Hipotezleri

H1:Topluluk duygusu kontrol edildiğinde, sosyal etkileşim yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.

H2:Sosyal mesafe kontrol edildiğinde, sosyal etkileşim yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.

H3:Yaşam kalitesi kontrol edildiğinde, sosyal etkileşim yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.

H4:Sosyal etkileşim kontrol edildiğinde, turizme yönelik tutum yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.

Araştırmanın Alt Hipotezleri

H5:Topluluk duygusu yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.

H6:Sosyal mesafe yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.

H7:Yaşam kalitesi yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.

H8:Sosyal etkileşim yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.

H9:Turizme yönelik tutum yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.

H10:Topluluk duygusu, yaşam kalitesi, sosyal etkileşim ve turizme yönelik tutum içsel faktör puanları yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.

H11:Topluluk duygusu, sosyal mesafe ve turizme yönelik tutum dışsal faktör puanları yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.

H12:Topluluk duygusu içsel faktör puanları yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.

H13:Topluluk duygusu dışsal faktör puanları yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.

H14:Yerel halkta topluluk duygusu, yaşam kalitesi, sosyal etkileşim ve turizme yönelik tutum içsel faktör puanları ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir.

H15:Yerel halkta topluluk duygusu, sosyal mesafe ve turizme yönelik tutum dışsal faktör puanları ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir.

H16:Yerel halkta topluluk duygusu içsel faktör puanları ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir.

H17:Yerel halkta topluluk duygusu dışsal faktör puanları ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir

H18:Yerleşik yabancılarda topluluk duygusu, yaşam kalitesi, sosyal etkileşim ve turizme yönelik tutum içsel faktör puanları ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir.

H19:Yerleşik yabancılarda topluluk duygusu, sosyal mesafe ve turizme yönelik tutum dışsal faktör puanları ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir.

H20:Yerleşik yabancılarda topluluk duygusu içsel faktör puanları ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir.

H21:Yerleşik yabancılarda topluluk duygusu dışsal faktör puanları ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir.

H22:Yerleşik yabancılarda topluluk duygusunun sosyal etkileşim üzerine etkisi vardır.

H23:Yerleşik yabancılarda sosyal mesafenin sosyal etkileşim üzerine etkisi vardır.

H24:Yerleşik yabancılarda yaşam kalitesinin sosyal etkileşim üzerine etkisi vardır.

H25:Yerleşik yabancılarda sosyal etkileşimin turizme yönelik tutum üzerine etkisi vardır.

H26:Yerel halkta topluluk duygusunun sosyal etkileşim üzerine etkisi vardır.

H27:Yerel halkta sosyal mesafenin sosyal etkileşim üzerine etkisi vardır.

H28:Yerel halkta yaşam kalitesinin sosyal etkileşim üzerine etkisi vardır.

H29:Yerel halkta sosyal etkileşimin turizme yönelik tutum üzerine etkisi vardır.

Araştırmada elde edilen veriler SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows 22.0 ve AMOS programları kullanılarak analiz edilmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde tanımlayıcı istatistiksel yöntemleri olarak sayı, yüzde, ortalama, standart sapma kullanılmıştır. Ölçeklerin Türkçe adaptasyon çalışmalarında doğrulayıcı faktör analizleri ve iç tutarlılık katsayısı olarak cronbach alpha hesapları kullanılmıştır. Gruplara göre tanımlayıcı özelliklerin dağılımları ki-kare analizi ile test edilmiştir. Hipotezlerin test edilmesinde sürekli değişkenleri arasında pearson korelasyon ve regresyon analizi uygulanmıştır. İki bağımsız grup arasında niceliksel sürekli verilerin karşılaştırılmasında ve tek örnekte t-testi kullanılmıştır. Öncül değişkenler dikkate alınarak gruplar arasındaki farklar ANCOVA (kovaryans analizi) ile test edilmiştir.

1.2.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Muğla ili Marmaris ilçesine yerleşmiş yerleşik yabancılar ve Marmaris yerel halkı oluşturmaktadır. Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemine (ADNKS) göre Marmaris nüfusu 2018 yılında 94.247 kişidir. ADNKS (2018)'ne göre Türkiye'de vatandaşlık ülkesi Birleşik Krallık olan 11.701 kişi ikamet etmektedir (Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2018). İlçede ikametli olarak toplam 2.843 yabancı uyruklu bulunmakta, yabancı uyrukluların 1.082'sini Birleşik Krallık vatandaşları oluşturmaktadır (Göç Politika ve Projeleri Daire Başkanlığı, 2016). Araştırmanın örnekleminde olasılık dışı örnekleme yöntemlerinden; kartopu yöntemi ile veriler elde edilmiştir. Kartopu örnekleme; ana kütle içinde yer alan, araştırmacının ulaşabildiği ilk kişiden elde edilen veriler doğrultusunda, sonraki kişiye ve zincirleme biçimde diğer

kişilere ulaşarak, örneklem hacminin kartopu gibi büyütülmesidir. (Ural ve Kılıç, 2018:40).

Araştırmada daha fazla katılımcıya ulaşmak üzere ağırlıklı örneklem (tabakalandırma) yapılmayıp iki ayrı grupta örneklem hesabı yapılmıştır. Örneklem büyüklüğü Salant ve Dillman'nın (1994, 55) belirlediği formül ile hesaplanmıştır. Formül ve formülde yer alan sembollerin açıklamalarına aşağıda yer verilmiştir.

$$n = N t^2 p q / d^2 (N - 1) + t^2 p q$$

N: Hedef kitledeki birey sayısı

n: Örneklem alınacak birey sayısı

p: İncelenen olayın görülüş sıklığı (gerçekleşme olasılığı)

q: İncelenen olayın görülmeyiş sıklığı (gerçekleşmeme olasılığı)

t: Belirli bir anlamlılık düzeyinde, t tablosuna göre bulunan teorik değer

d: Olayın görülüş sıklığına göre kabul edilen \pm örneklem hatasıdır.

Yerel halk üzerinde örneklem formülü kullanılarak homojen bir yapıda olmayan bu evren için % 95 güven aralığında, \pm %5 örneklem hatası ile gerekli örneklem büyüklüğü Salant ve Dillman (1994)'ın formülüne göre $n = 94247 (1,96)^2 (0,5) (0,5) / (0,5)^2 (94247 - 1) + (1,96)^2 (0,5) (0,5) = 383$ olarak hesaplanmıştır.

Yerleşik yabancı üzerinde örneklem formülü kullanılarak homojen bir yapıda olmayan bu evren için % 95 güven aralığında, \pm % 5 örneklem hatası ile gerekli örneklem büyüklüğü Salant ve Dillman (1994)'ın formülüne göre $n = 1082 (1,96)^2 (0,5) (0,5) / (0,5)^2 (1082 - 1) + (1,96)^2 (0,5) (0,5) = 284$ olarak hesaplanmıştır.

1.2.3. Veri Toplama Aracı

Verilerin toplanmasında anket tekniği kullanılmıştır. Ankette konuya ilişkin literatürden derlenen topluluk duygusu ölçeği, sosyal mesafe ölçeği, yaşam kalitesi ölçeği, sosyal etkileşim ölçeği ve turizme yönelik tutum ölçeği kullanılmıştır.

Saha çalışması öncesinde literatürden derlenen topluluk duygusu, sosyal mesafe, yaşam kalitesi, sosyal etkileşim ve turizme yönelik tutum ölçeklerine yönelik uzman görüşleri

alınarak, ölçek ifadelerinin Türkçe ve İngilizce uyarlamaları yapılmıştır. 09/01/2019 tarihinde yeminli tercümana gönderilerek ölçek ifadelerinin redaksiyonu yapılmıştır.

Çalışmada kullanılan anket 6 kısımdan ve toplam 78 sorudan oluşmaktadır. Bölümler ve içerdikleri soru sayıları aşağıda yer almaktadır:

- 1. kısımda katılımcıların demografik özelliklerinin belirlenmesi amacıyla 8 adet,
- 2. kısımda topluluk duygusu ölçeğine ait 22 adet,
- 3. kısımda sosyal mesafe ölçeğine ait 7 adet,
- 4. kısımda yaşam kalitesi ölçeğine ait 22 adet,
- 5. kısımda sosyal etkileşim ölçeğine ait 13 adet ve temastan duyulan memnuniyete ait 1 adet,
- 6. kısımda turizme yönelik tutum ölçeğine ait 5 adet kapalı uçlu soru bulunmaktadır.

1.2.3.1. Topluluk Duygusu Ölçeği

Literatürde geliştirilmiş topluluk duygusuna yönelik ölçek örneklerinden bir kısmı ve açıklamaları şu şekildedir:

Topluluk duygusu ölçeği Doolittle ve MacDonald (1978) tarafından; toplumdaki iletişimsel davranışları, tutumları, sosyal organizasyonunun çevresel ilişki seviyelerini derinlemesine araştırmak için geliştirilmiştir. Ölçek 40 maddeden oluşmakta ve 5 boyutu bulunmaktadır. Bu boyutlar şunlardır (McMillan ve Chavis, 1986, 6):

- Resmi olmayan/informel etkileşim (informal interaction): Komşular ile bir kurala bağlı olmaksızın gerçekleşen etkileşim,
- Güvenlik (safety): Yaşamak için iyi bir yere sahip olma,
- Yeni kentleşme (proubanism): Mahremiyet ve anonimlik,
- Komşu tercihleri (neighboring preferences): Komşular ile etkileşim sıklığında tercihler ve
- Yerelcilik (localism): Mahalle işlerine katılma isteği ve fikirler sunmadır.

Hombrados-Mendieta, Gomez-Jacinto ve Dominguez-Fuentes (2009) çalışmalarında; Malaga kentinde yaşayanların topluluk duygusunu araştırmışlar ve Schweitzer, Rosenbaum, Campos ve Gardi'nin (2002) geliştirdiği topluluk duygusu ölçeğini kullanmışlardır. Ölçekte 27 ifade yer almakta ve 6 boyutta topluluk duygusu ölçülmektedir. Topluluk duygusu boyutları ve açıklamaları şunlardır:

- Bağlantı (connection): Komşularını bilmelerini, onlarla sosyalleşmelerini, komşularını kendilerine bağlı hissetmelerini ve birbirlerine güvenmelerini,
- Aitlik (belonging): Komşularıyla bir topluluk olarak yaşadıkları yere kendilerini adayarak, buldukları mekânı düşünüp düşünmediklerini,
- Destek (support): Komşuların birbirlerine yardım ederken, izlerken nasıl algıladıklarını,
- Katılım (participation): Komşuların yaşadıkları yerdeki veya mekândaki etkinliklere katılıp katılmamalarına yönelik inanma derecesini,
- Güçlendirme (empowerment): Komşuların önemli topluluk sorunlarına yönelik beraber çözüm üretme çabalarını hissedip hissetmediklerini,
- Güvenlik (safety): Gece yürümek ve yaşamak için buldukları yerin güvenli olup olmadığını ölçmek için geliştirilmiştir.

Kısa topluluk duygusu ölçeği (Brief Sense Of Community Scale-BSCS) Peterson, Speer ve McMillan (2008) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek McMillan ve Chavis'in (1986) modelinde tanımlanan duygusal bağlantıların boyutlarını değerlendirmek için tasarlanmıştır. Ölçekte 8 ifadeye yer verilmiş, 5'li Likert tipi (1 "kesinlikle katılmıyorum"dan- 5 "kesinlikle katılıyorum"a) formatta hazırlanmıştır. Ölçekte yer alan boyutlar ve açıklamaları aşağıda yer almaktadır (McMillan ve Chavis, 1986, 6-9; Ramos, Suarez, Leon ve Trinidad, 2017):

- Üyelik (membership): Toplumun bir parçası olma durumunu ifade etmekte ve 5 temel etmeden oluşmaktadır. Bu etmenler şunlardır: (1) sınırlar, (2) aidiyet duygusu, (3) kişisel yatırım, (4) duygusal güvenlik ve (5) ortak bir sembol sistemi.
- Etki (influence): Bir üyenin yaptıklarının toplum üzerinde ya da toplumun yaptıklarının bir üye üzerinde etkisi olduğunu ifade etmektedir. Birey ve toplum için önemli bir anlam duygusunu kapsamaktadır.

- Bütünleşme ve ihtiyaçların giderilmesi (integration and fulfillment of needs): Bireylerin gereksinimlerinin toplumun üyesi olmalarından, üyeliklerinden dolayı karşılanacağına dair duygularını içermektedir. Toplumun bir parçası olmanın ödüllendirici bir deneyim olduğunu vurgulamaktadır.
- Paylaşılan duygusal ilişki (shared emotional connection): Grup üyeleri tarafından paylaşılan bağlılık ve inanç ile gelecekte paylaşacakları ortak mekânlar, zaman ve benzer deneyimleri kapsamaktadır. Üyelerin birbirleriyle daha kaliteli etkileşimleri, ortak bir amaç için daha fazla üyenin bir araya gelmesi, bireyin topluma daha fazla bağlı hissetmesini işaret etmektedir. Topluluk duygusunun yukarıda açıklanan bu 4 bileşeni kendi aralarında etkileşimli, birbirlerine bağımlı ve bireyin bir topluluğa ya da topluma olan bağlantısına katkı sağlamaktadır.

Smith, K., M. (2011) çalışmasında; Buckner (1988) tarafından geliştirilmiş komşuluk uyum enstrümanlarını (The Neighborhood Cohesion Instruments-NCI) kullanmıştır. 18 ifade ile topluluk duygusu 3 boyutta ölçülmüştür. Ölçekte yer alan boyutlar şu şekildedir: Komşuluk/mahallenin çekiciliği (attraction to neighborhood), komşuluğun derecesi (degree of neighboring) ve psikolojik topluluk duygusu (psychological sense of community)'dur. Her bir ifade 5'li Likert tipi (1 "kesinlikle katılmıyorum"dan-5 "kesinlikle katılıyorum"a) formatta hazırlanarak, ölçülmüştür. Skorlar hesaplanırken aritmetik ortalama alınmakta, puanlar yükseldikçe topluluk duygusunun daha yüksek derecesini göstermektedir.

Sharifuddin, Zahari, Aizuddin ve Hanafiah (2014) çalışmalarında; topluluk duygusuna yönelik ölçekte 22 ifadeye yer vermiş; üyelik boyutu (6 ifade), etki boyutu (6 ifade), bütünleşme boyutu (5 ifade) ve duygusal bağlantılar boyutu (5 ifade) ile ölçülmüştür. Ölçek 5'li Likert tipi (1 "kesinlikle katılmıyorum"dan-5 "kesinlikle katılıyorum"a) formatta hazırlanmıştır. Sharifuddin ve arkadaşlarının kullandıkları topluluk duygusu ölçeğinin çalışmada kullanılması uygun bulunarak, yararlanılmıştır. Ölçekle ilgili ön uygulama (pilot araştırma) analiz bulguları 5. bölümde verilmektedir.

1.2.3.2. Sosyal Mesafe Ölçeği

Literatürde geliştirilmiş sosyal mesafe ölçeklerinden bazıları ve açıklamaları şu şekildedir:

Sosyal mesafe ölçeği ilk olarak Emory S. Bogardus tarafından 1925 yılında sosyal ilişkilerin genelini karakterize etmek, ulusal ve ırkçı tutumları ölçmek amacıyla kullanılmıştır. Ölçek, herhangi bir grubun toplumsal olarak benimsenme derecesini, belirli toplumsal ilişkilere karşı ortaya koydukları sıcaklık, yakınlık, kayıtsızlık veya düşmanlık derecelerini ölçmekte ve etkileşimlerin büyük bir kısmının doğasını açıklamaktadır. Bogardus sosyal mesafe ölçeğinde belirli grup üyelerinin aşağıdaki yollarla etkileşime girmeyi isteyip istemediklerini değerlendirmek için yedi farklı seviyeden etkileşim biçimine 1’den 7’ye kadar puan vermiştir. Bu etkileşim seviyeleri sırasıyla kendinden olmayan bir kişiyle (diğeri/öteki) ile kendisinin (Mather, Jones ve Moats, 2017):

- Evlilik yoluyla akrabalık (close relatives by marriage) 1.00 puan,
- Yakın arkadaşlık (close personal friends) 2.00 puan,
- Aynı sokakta komşuluk (neighbors on the same street) 3.00 puan,
- Aynı iş alanında birlikte çalışmak (co-workers in the same occupation) 4.00 puan,
- Ülkemde vatandaş (citizens in my country) 5.00 puan,
- Ülkemde yalnızca ziyaretçi (only visitors in my country) 6.00 puan ve
- Ülkemden uzakta tutma (would exclude from my country) 7.00 puan olarak derecelendirilmektedir. Elde edilen toplam puanlar, toplumdaki grupların birbirlerine sosyal yakınlıklarını veya uzaklıklarını göstermektedir.

Sinkovics ve Penz (2009, 462-465) çalışmalarında, sosyal mesafeyi 4 boyutta ölçen bir ölçek geliştirmişlerdir. Sosyal mesafeye yönelik ölçekte 28 ifadeye yer verilmiş; uzamsal mesafe boyutu (8 ifade), çevreyi gezme ve aktiviteler boyutu (6 ifade), kişisel temas boyutu (8 ifade) ve olumsuz davranış boyutu (6 ifade) ile ölçülmüştür. Ölçek 7’li Likert tipi (1 “çok rahat hissediyorum”dan-7 “çok rahatsız hissediyorum”a) formatta hazırlanmıştır:

- Uzamsal mesafe (spatial distance): Coğrafi sınırları aşarken karşılaşılan olaylar, durumlar ve yönler ile ilişkilidir.
- Çevreyi gezme ve aktiviteler (sightseeing-activities): Sakinlerin ve turistlerin gezip-görme vb. aktivitelerde buldukları ortamlarda birbirlerini görme, karşılaşma durumları ile ilgilidir.

- Kişisel temas (personal contact): Sakinler ve turistler arasındaki kişisel ilişkiler ve etkileşimi ifade etmektedir.
- Olumsuz davranış (negative behaviour): Sakinler tarafından olumsuz görülen turist davranışlarındaki yönleri yansıtmaktadır.

M. A. Thyne ve Lawson (2001) çalışmalarında geleneksel olarak göç çalışmalarında kullanılan sosyal mesafe ölçeğini turizme uyarlayarak, sosyal mesafeyi turist ve ev sahibi arasındaki temas ile ilişkilendirerek ölçmüşlerdir. Araştırmacılar çalışmalarında, turizmin etkileri ile sosyal mesafeyi ilintilendirerek, literatürdeki boşluğu doldurmaya çalışmışlardır. Sosyal mesafede; önyargı, ayrımcılık, ırkçılık, stereotipler ve etnik merkezlik gibi farklı kültürlere yönelik tutum ve davranışları kapsayacak biçimde ölçeği tasarlamışlar, 68 ifadeden oluşan ölçek turizme yönelik en uygun öğelerin belirlendiği 7 ifadeye indirgenerek geliştirilmiştir. Sosyal mesafe ölçeğinde yer alan ifadeler şu şekildedir:

- Uzun dönemli misafir olarak kabul etmek (have as long term guests),
- Evimde akşam yemeğinde misafir olarak ağırlamak (have into my house as dinner guests),
- Otostop çekiyorlarsa gideceklere yere bırakmak (give a ride to if they were hitchhiking),
- Kayak alanlarında, teleferikte yan yana oturmak (sit beside on a chair lift at one of our ski fields),
- Şehre giden otobüsü paylaşmak (share the bus into town with),
- Halka açık yüzme havuzumuzda onları görmek (see them at our public swimming pool),
- Hediyelik eşya dükkanında onları görmek (see them in a souvenir shop).

M. A. Thyne ve Lawson'ın geliştirdiği sosyal mesafe ölçeği, çalışma için uygun bulunarak, yararlanılmıştır. M. A. Thyne ve Lawson'ın ölçeği puanlanırken (Bogardus'un sosyal mesafe ölçeğinin puanlaması esas alınarak, Mather ve arkadaşlarının (2017) geliştirdiği iscore puanlaması yapılmıştır), ifadelere verilen yanıtlar "5-kesinlikle katılmıyorum", "4-katılmıyorum", "3-kararsızım", "2-katılıyorum", "1-kesinlikle katılıyorum" olarak kodlanmaktadır. İfadelere verilen puanlar katsayıları ile çarpılarak toplanmaktadır.

$$\text{Sosyal mesafe puanı} = (1.\text{soru} \times 1) + (2.\text{soru} \times 2) + (3.\text{soru} \times 3) + (4.\text{soru} \times 4) + (5.\text{soru} \times 5) + (6.\text{soru} \times 6) + (7.\text{soru} \times 7)$$

Hassas ölçüm yapan, iscore puanlamasında, ölçekten alınabilecek puan 28 ile 140 arasında değişmektedir. Bogardus düşük sosyal mesafe puanının yüksek düzeyde yakınlığı kabul etmeyi işaret ettiğini belirtmektedir (Mather vd., 2017). Bu doğrultuda çalışmada iscore puanının düşük düzeyde olması, sosyal mesafenin kısa olduğunu, sosyal yakınlığın yüksek olduğunu göstermektedir. Ölçekle ilgili ön uygulama (pilot araştırma) analiz bulguları 5. bölümde verilmektedir.

1.2.3.3. Yaşam Kalitesi Ölçeği

Literatürde geliştirilmiş yaşam kalitesi ölçeklerinden bazıları ve açıklamaları şu şekildedir:

Yaşam kalitesi ölçeği (Quality of Life Scale-QOLS) 1978'de Amerikalı psikolog John C. Flanagan tarafından geliştirilmiştir. 15 ifadenin yer aldığı ölçek, yaşam kalitesinin beş kavramsal alanını ölçmek üzere tasarlanmıştır. Yaşam kalitesi ölçeğinde yer alan boyutlar şunlardır (Burckhardt ve Anderson, 2003, 1):

- Maddi ve fiziksel refah,
- Diğer bireylerle ilişkiler,
- Sosyal, toplumsal ve sivil aktiviteler,
- Kişisel gelişim ve yerine getirme ve
- Boş zamanı değerlendirme.

Kim (2002) çalışmasında; yaşam kalitesini dört boyutta ölçen bir ölçek geliştirmiştir. Araştırmacı çalışmasında yer alan yaşam kalitesinin boyutları şu şekildedir:

- Maddi refah (material well-being),
- Topluluk refahı (community well-being),
- Duygusal refah (emotional well-being) ve
- Sağlık ve emniyet (health and safety well-being)'tir.

Carneiro ve Eusébio (2015, 30) çalışmalarında, turizmin yerel halkın yaşam kalitesi üzerine etkisini incelemişlerdir. Yaşam kalitesine yönelik ölçekte 22 ifadeye yer verilmiştir. Ölçek 7’li Likert tipi ölçek (1 “önemli değil”den 7 “çok önemli”ye) formatta hazırlanmıştır. Yaşam kalitesi ölçeğinde bulunan 5 boyut ve içerdikleri ifade sayıları aşağıda sunulmuştur:

- Miras ve ticari faaliyetlerin zenginleştirilmesi (heritage and enhancement of commercial activities) boyutu (6 ifade),
- Sosyalleşme ve rekreasyon fırsatları (socialization and recreation opportunities) boyutu (6 ifade),
- Sağlık ve güvenlik yararları (health and safety benefits) boyutu (3 ifade),
- Ekonomik fırsatlar ve destekleyici hizmetler (economic opportunities and supporting facilities) boyutu (5 ifade) ve
- Sessiz çevre (quiet environment) boyutu (2 ifade) ile ölçülmüştür. Çalışmada Carneiro ve Eusébio (2015)’nin geliştirdikleri ölçekten yararlanılmıştır. Ölçekle ilgili ön uygulama (pilot araştırma) analiz bulguları 5. bölümde verilmektedir.

1.2.3.4. Sosyal Etkileşim Ölçeği

Çalışmada yararlanılan sosyal etkileşim ölçeği, Carneiro ve Eusébio (2015, 29) tarafından turizm bağlamında, sosyal temas ile ilgili literatür taraması yapılarak, etkileşimi temsil eden 13 ifadeden oluşturulmuştur. Sosyal etkileşim ölçeğinde yer alan yakın etkileşim boyutu (5 ifade), turizm çekicilikleri ve destek hizmetlerinde gerçekleşen etkileşim boyutu (5 ifade), resmi (formel) etkileşim boyutu (3 ifade) ile ölçülmüştür. Carneiro ve Eusébio (2015) sosyal etkileşimi, 7’li Likert tipi ölçek ile etkileşim sıklığı (1 “asla”dan 7 “çok sık”a) ve sosyal temastan duyulan memnuniyet düzeyi ile ilgili 1 soru ekleyerek, memnuniyet düzeyini (1 “hiç tatmin olmamış”tan 7 “çok tatmin edici”ye) üzerinden ölçmüşlerdir. Ölçekte yer alan boyutlar ve açıklamaları şunlardır:

- Yakın etkileşim (close interaction): Yerleşiklerin/sakinlerin ziyaretçiler ile genellikle yakın temas halinde olduğu ve ziyaretçiler ile daha derin bir ilişkiye katkıda bulunan eylemler gerçekleştirdikleri durumu açıklamak için ifade edilen

boyuttur. Yakın etkileşime örnek olarak sakinlerin ziyaretçileri evlerine davet etmeleri veya birbirleri ile hediyeleşmeleri verilmektedir.

- Turizm çekicilikleri ve destek hizmetlerinde gerçekleşen etkileşim (interaction in tourism attractions and supporting services): Yerleşiklerin/sakinlerin ziyaretçiler ile yiyecek-içecek işletmelerinde, işyerinde, plajda vb. yerlerde temas ve ilişkileri sonucunda gerçekleşen etkileşimi ifade eden boyuttur. .
- Resmi (formel) etkileşim (formal interaction): Yerleşiklerin/sakinlerin ziyaretçiler ile genellikle profesyonel faaliyetlerinden dolayı gerçekleştirdikleri etkileşimi ifade eden boyuttur.

Çalışmada Carneiro ve Eusébio (2015)'nın geliştirdikleri ölçekten yararlanılmıştır. Ölçekle ilgili ön uygulama (pilot araştırma) analiz bulguları 5. bölümde verilmektedir.

1.2.3.5. Turizme Yönelik Tutum Ölçeği

Literatürde sosyal etkileşimin tutumlar üzerindeki etkisine yönelik olarak farklı disiplinlerce yapılmış çalışmalar bulunmaktadır (Lance, 1987; Munasib ve Roy, 2008; Månsson ve Dahlander, 2010; Tönis, 2017). Månsson ve Dahlander (2010, 60-61) yaptıkları çalışmalarında göçmen/misafir işçiler ile yerliler arasındaki sosyal etkileşimin, yerlilerin farklı iş alanlarıyla ilgili tutumlarını etkileyip etkilemediğini araştırmışlar; “genel göçmen tutumları”, “işgücü piyasasının tutumları”, “performans ve iş morali tutumları” ve “endüstri ilişkileri tutumları” olmak üzere 4 tutum boyutu ortaya çıkarmışlardır. Sosyal etkileşimin boyutlardan sadece “performans ve iş morali tutumları” üzerinde büyük bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Çalışmanın gruplar arası temas hipotezi ile ilgili yapılan ampirik çalışmaları desteklediği ve sosyal etkileşimin tutum oluşumunda önemli bir faktör olduğu araştırmacılar tarafından belirtilmiştir.

Turizm literatüründe; ev sahibi-turist etkileşimleri ile yerel halkın/yerleşiklerin turizme ve turizm gelişimine yönelik tutumları arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalara ulaşılmıştır (Eusébio, Vierab ve Lima, 2018; Italemahu, 2015; Luo, Brown ve Huang, 2015; Armenski, Dragičević, Pejović, Lukić ve Djurdjev, 2011; Zhang, 2008; Zhang vd., 2006; Andereck, Valentine, Knopf ve Vogt, 2005; Teye, Sönmez ve Sirakaya, 2002; Weaver ve Lawton, 2001; Pizam vd., 2000).

Eusébio ve arkadaşları (2018) çalışmalarında; yerleşiklerin turizm gelişimine yönelik tutumlarını ölçmek için 5 ifadeden oluşan, davranışsal boyutu değerlendiren, 7’li Likert tipi ölçekten (1 “kesinlikle katılmıyorum”dan 7 “kesinlikle katılıyorum”a) yararlanmışlardır. Ölçek Ölçekte yer alan ifadeler şunlardır:

- Turizm gelişiminin güçlü bir şekilde destelemek,
- Turizm gelişiminin artması için önerilerde bulunmak,
- Turizm planlamasına etkin bir şekilde katılmak,
- Turizm projelerinin geliştirilmesine katılmak ve
- Daha fazla turist görmeyi istemektir.

Çalışmada Eusébio ve arkadaşlarının (2018); Jurowski ve Gürsoy (2014), Ko ve Stewart (2002) ve McgeheeAndereck (2002)’in çalışmalarındaki ölçeklerden yararlanarak oluşturduğu ölçekten yararlanılmıştır. Ölçekle ilgili ön uygulama (pilot araştırma) analiz bulguları 5. bölümde verilmektedir.

1.2.4. Verilerin Toplanması

Çalışma ile ilgili verilerin toplanması aşamasında, Birleşik Krallık kökenli yerleşik yabancılar ile temas sağlanması ve iletişim kurulmasında birden fazla yol izlenmiştir. Marmaris destinasyonunda Birleşik Krallık kökenli yerleşik yabancıların gittiği bar ve restoranlara ulaşılmış, işletme sahiplerinden izinler alınarak basılı anket formlarının yerleşik yabancılar tarafından doldurulması sağlanmıştır. Ayrıca Marmaris sosyal yaşamında aktif rol alan yerleşik yabancılardan bazılarına ulaşılarak, google drive’da çevrimiçi olarak hazırlanan anketin, kendi oluşturdukları gruplar içerisinde paylaşılması yoluyla katılımcı sayısının artırılması sağlanmıştır. Bunların yanı sıra Marmaris’teki bazı emlakçılardan destek alınmış, ayrıca sosyal medya mecralarında Marmaris’te yaşayan Birleşik Krallık kökenli yerleşik yabancıların oluşturdukları sayfaların editörleri ile temasa geçilerek çevrimiçi anketin yayınlanması sağlanmıştır. Böylece anket cevaplayacak Birleşik Krallık kökenli yerleşik yabancılardan oluşan katılımcılara ulaşılmıştır. Yerel halka da hem basılı anketler hem de google drive’da hazırlanan çevrimiçi anket düzenlenmiş, temas sağlanan kişilerin desteği ile diğer kişilere ulaşılarak, yeter sayıda anketin cevaplanması sağlanmıştır.

14/01/2019-28/01/2019 tarihleri arasında araştırma örneklemini oluşturan Marmaris'teki yerleşik yabancılardan 60 ve yerel halktan 60 kişiye ulaşılarak ön uygulama yapılmıştır. Ön uygulamadan elde edilen veriler saha çalışmasına dâhil edilmemiştir. 10/02/2019-27/03/2019 tarihleri arasında sahadan araştırma için gereksinim duyulan veriler toplanmıştır. Yerel halktan toplam 505 adet, yerleşik yabancılardan toplam 400 adet anket toplanmıştır. Yerel halktan toplanan anketlerden 10 âdeti, yerleşik yabancılardan toplanan anketlerden 18 âdeti veri eksiklikleri bulunduğu için çalışmadan çıkartılmıştır.

1.2.5. Verilerin Toplanmasında Karşılaşılan Güçlükler

Araştırma yürütülürken karşılaşılan bazı güçlüklerin belirtilmesinde yarar görülmektedir. Karşılaşılan güçlüklerden ilki yerleşik yabancılardan Türkiye'deki yasal durumları ile ilgili karmaşık bir yapı sergilemelerinden kaynaklanmaktadır. Yerleşik yabancılardan Türkiye'de turistik vize, kısa süreli veya uzun süreli ikamet izni, evlilik nedeniyle aile ikamet izni, çalışma vizesi¹, tur operatörü vizesi², Birleşik Krallık vatandaşlıklarının yanı sıra Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlığı gibi farklı yasal prosedürleri yerine getirerek, farklı statülerde kalmalarından kaynaklı karmaşık bir yapıya sahip olmasıdır. Yerleşik yabancılardan bir kısmı çifte vatandaş (T.C. vatandaşı ve Birleşik Krallık vatandaşı), bir kısmı kısa veya uzun süreli ikamet iznine sahip Birleşik Krallık vatandaşı ve diğerleri ise turistik, çalışma ve tur operatörü vizesi ile Türkiye'de bulunmaktadır. Turistik vizede Türkiye'de her 180 günde toplam kalış süresinin 90 günü geçmemesi şartı uygulanmaktadır. Turistik vize ile Türkiye'ye giriş yapan yabancılardan bir kısmının Marmaris destinasyonuna yakın Yunan Adalarına giriş çıkış yaparak, Türkiye'deki ikamet sürelerini uzattıkları gözlemlenmektedir.

Araştırma kapsamında 6 ay ve üzerinde Marmaris destinasyonunda bulunan yerleşik yabancılara yönelik karşılaşılan bir diğer güçlük nüfus istatistiklerine ulaşmada yaşanan güçlüklerdir. Marmaris'te bulunan Muhtarlıklar ikamet bilgilerini paylaşamayacaklarını bildirmişlerdir. 18/05/2015 tarihinden itibaren yabancılara yönelik ikamet izni, çalışma izni gibi iş ve işlemler Emniyet Müdürlüklerinin

¹ Çalışma vizesi, çalışma kapsamında incelenen Birleşik Krallık vatandaşlarında yok denecek kadar düşük düzeyde gözlemlenmiştir.

²Tur operatörü vizesi; tur operatörü temsilcisi olarak çalışanlar için düzenlenen vizedir. 8 ay geçerliliği bulunmakta ve vizeye sahip olan yabancılardan turizm amaçlı kalacaklar kapsamında değerlendirilmektedir.

Yabancılar Şube ve Bürolarından İl Göç İdarelerine devredildiğinden, yerleşik yabancılar hakkında gereksinim duyulan verileri elde edebilmek için 11/01/2019 tarihinde T.C. İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü Göç Politika ve Projeleri Daire Başkanlığı'na yerleşik yabancılar ile ilgili istatistikler için bilgi talebinde bulunulmuştur. 23/01/2019 tarihli cevaben gönderilen yazıda istenen istatistiki bilgilerin Emniyet Genel Müdürlüğü Hudut Kapıları Daire Başkanlığı'ndan temin edilebileceği bildirilmiştir. 11/02/2019 tarihinde T.C. İçişleri Bakanlığı Emniyet Genel Müdürlüğü'ne Marmaris'teki yerleşik yabancılaraya yönelik istatistik bilgi talebi dilekçesi gönderilmiş, 18/02/2019 tarihli cevaben gönderilen yazıda söz konusu talep edilen istatistiklerin TÜİK'ten temin edilmesinin uygun olacağı belirtilmiştir. Yerleşik yabancıların mülk edinimi ile ilgili istatistikler ilçe bazında verilmediği için söz konusu istatistiklerden de yararlanılamamıştır. Çalışmada Özgürel ve Avcıkurt (2018) tarafından yapılan akademik çalışma için 09/03/2016 tarihinde İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü Göç Politika ve Projeleri Dairesi Başkanlığı'na gönderilen 29/03/2016 tarihinde cevaplanan yazıda yer alan Marmaris ilçesinde ikamet eden yabancıların istatistikleri kullanılmıştır.

1.2.6. Araştırmanın Varsayımları

Araştırmanın temel varsayımı yerleşik yabancı ve yerel halk arasında bir etkileşim durumunun var olmasıdır. Bu varsayımı; insanların bir arada yaşadığı topluluklarda, bir mekân içerisinde, insanın diğer insanlarla, gruplarla ve grupların kendi aralarında; sosyal bir varlık olmasının bir sonucu olarak sosyal ilişkiler yaşadıkları, birbirleri üzerinde karşılıklı etki yaratarak etkileştikleri biçiminde açıklamak mümkündür. Çalışmanın diğer varsayımları aşağıda maddeler halinde sunulmuştur.

- Dünya genelinde yaşanan değişim ve dönüşümler birçok alanda olduğu gibi turizm alanında da varlığını yoğun biçimde göstermektedir. Söz konusu durumdan dolayı, turizmin öznesi konumunda olan turistlerin; uluslararası ölçekte her geçen yıl sayıları artan seyahatlere katılmalarına, farklı destinasyonlara gitmelerine ve bir kısmının zaman içerisinde buralara yerleşmesine yol açtığı,

- Turizm destinasyonlarının, turist akışlarının gerçekleştiği, turistlerin ve göçmenlerin/yerleşik yabancıların yerel halkla, turizm çalışanlarıyla, diğer turistlerle birçok farklı sosyal ilişki ve etkileşim yaşadıkları mekânlar olduğu,
- Geçmişte turist olarak seyahat eden, daha iyi bir yaşama sahip olmak için köken ülkesini terk eden, yaşam biçimi göçmenlerinin, turizm destinasyonlarında yerleşik yabancılara dönüştüğü,
- Turizm destinasyonunu ziyaret eden turist ile aynı kökenden olan yerleşik yabancıların, turist-yerel halk uyumsuzlukları, anlaşmazlıkları ve çatışma durumlarına ikamet süresi uzun olduğu için, derinlemesine inceleme olanağı yaratacağı,
- Turist-yerel halk ilişkisinden yola çıkarak, yerleşik yabancı-yerel halk ilişkilerinin benzerlik ve farklılıklarının ortaya çıkartılabileceği,
- Yerleşik yabancı ve yerel halkın topluluk duygularının sosyal etkileşimi etkilediği,
- Yerleşik yabancı ve yerel halkın sosyal mesafelerinin sosyal etkileşimi etkilediği,
- Yerleşik yabancı ve yerel halkın yaşam kalitesinin sosyal etkileşimi etkilediği,
- Yerleşik yabancı-yerel halk etkileşiminin, turizme yönelik tutumları etkilediği,
- Araştırmada; örneklemin evreni temsil ettiği, ulaşılabilen katılımcıların, yerleşik yabancı ve yerel halkı temsil ettikleri, veri toplama araçlarının ölçmek istenilen kavramları ölçtükleri, veri analiz yöntemlerinin hipotezlerin test edilmesinde yeterli oldukları, katılımcıların veri toplama aracına samimi ve dürüst yanıt verdikleri varsayılmaktadır.

1.2.7. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmada; kullanılan veri toplama aracı, evren ve örnekleme (Marmaris ilçesinde ulaşılabilen yerel halk ve yerleşik yabancı) ile belirlenen hipotezler sınırlılıkları oluşturmaktadır.

1.3. Literatürde Yer Alan Önceki Çalışmalar

Çalışma kapsamında inceleme konusu yapılan; topluluk duygusu, sosyal mesafe, yaşam kalitesi, sosyal etkileşim ve turizme yönelik tutum ile ilgili önceden yapılmış

çalışmalara ve söz konusu çalışmalardan elde edilen bulgulara bu kısımda yer verilmeye çalışılmıştır.

1.3.1. Topluluk Duygusu ile İlgili alışmalar

Literatürde yer alan topluluk duygusu ile ilgili ulaşılmış çalışmalardan bazıları, elde ettikleri sonuçları ile aşağıda verilmiştir.

Okunola, Adebayo ve Amole (2018) çalışmalarında, topluluk duygusunun mahalle memnuniyetine doğrudan etkisini araştırmışlar ve anket yönetimi ile 1132 katılımcıya ulaşmışlardır. alışmalarında topluluk duygusu boyutlarından; üyelik, etki ve paylaşılan duygusal bağlantılar boyutlarının mahalle memnuniyeti üzerinde önemli olumlu katkı, etki boyutunun ise olumsuz etkide bulunduğu sonucuna ulaşmışlardır. Mahalle sakinlerinin eğitim düzeyleri yükseldikçe, topluluk duygularının da yükseldiği; ikamet süresinin artmasının topluluk duygusunu olumlu yönde etkilediği; yaş, hanehalkı büyüklüğu ve mesleğin daha önceki çalışmalarla uyumlu olmayarak topluluk duygusu üzerinde etkili olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Araştırmacılar olumlu etkileşim ile topluluk duygusunun gelişeceğini belirtmişlerdir.

Ramos ve arkadaşları (2017) çalışmalarında; Amerika Birleşik Devletleri'nde Nebraska kırsal bölgesindeki iki topluluktan biri olan İspanyol göçmenlerin topluluk duygusu, toplum katılımı ve yaşam doyumunu araştırmışlardır. Araştırmacılar, 180 anket katılımcısı ve 53 odak grup görüşmecisinden verileri elde etmişlerdir. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre; katılımcıların topluluk duygusunu hissettikleri, topluluk duygusu ile toplum katılımı ve yaşam doyumunu arasında pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Topluluk duygusu boyutlarından duygusal bağlantı boyutu en yüksek değere sahip boyut olarak çalışma bulguları içerisinde öne çıkmıştır. Araştırmacılar katılımcılar için topluluk duygusunun; yaşanılan coğrafi bir yerdeki coğrafi yakınlıktan öte, aidiyet duygusu anlamına geldiği, ortak bir amaç için paylaşan ve etkileşim kuran insanlar aracılığıyla topluluk duygusunun sosyal olarak inşa edildiği sonuçlarına ulaşmışlardır.

Sharifuddin ve arkadaşları (2014) çalışmalarında, Malacca'daki azınlık olan iki etnik grup Baba-Nyonya (98 katılımcı) ve Portekizlilerin torunlarından (77 katılımcı) nicel

araştırma yöntemi ile gereksinim duydukları verileri toplamıştır. Portekiz soyundan gelenlerin oluşturduğu etnik grubun; daha güçlü topluluk duygusuna sahip olduğu ve toplum ile bütünleşme, güven duygusu, toplumsal birlikteliği sürdürmek için topluluk duygusunun söz konusu etnik gruba motivasyon sağladığını, böylelikle kültürel miras ve geleneklerin sürdürülebildikleri sonuçlarına ulaşmışlardır. Araştırmacılar, topluluğun bir üyesi olmanın, yalnızca sosyal bağ ve beraberlik için değil, aynı zamanda toplumları ile ilgili eylemleri ve davranışları yansıtmada, topluluk duygusunun temel kabul edilmesi gerektiğini belirtmektedirler. Ayrıca elde edilen önemli bulgulardan biri de topluluk duygusunun alt boyutlarının (üyelik, etki, bütünleşme ve duygusal bağlantılar) aracılığıyla turizmin geliştirilmesinde toplumsal katılım sağlayarak, olumlu katkılar yaratmasıdır.

Hombrados-Mendieta, Gomez-Jacinto, Dominguez-Fuentes ve Garcia-Levia (2013) çalışmalarında; İspanya'daki göçmenler ve yerlilerin yaşam memnuniyeti üzerinde topluluk duygusunun etkisini araştırmışlardır. Malaga'da (İspanya) yaşayan 1646 (yerli-946 ve göçmen-700) katılımcıya anket yaparak verileri toplamışlardır. Araştırmadan elde edilen sonuçlar şu şekildedir: Topluluk duygusu ile yaşam memnuniyeti arasında bulunan olumlu ilişki, geçmiş çalışmaları da destekler niteliktedir. Ayrıca topluluk duygusu yüksek yerli ve göçmen katılımcıların yaşam memnuniyetlerinin daha yüksek olduğu, yerlilerin yaşam memnuniyetlerinin daha yüksek olduğu ve topluluk duygusunun göçmenlerin sosyal olarak bütünleşmelerinde ve yaşam memnuniyetlerini doğrudan artırmada anahtar olduğu sonuçlarına ulaşmışlardır.

Hombrados-Mendieta ve arkadaşları (2009) çalışmalarında topluluk duygusunu, sosyal etkileşim ve yaşam kalitesinin bir elementi olduğunu ifade etmişler, artan topluluk duygusu ve yaşam kalitesi ile tarafların (göçmenler ile sakinlerin) artan temaslarının ilişkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Topluluk duygusu üzerine turizm alanında yapılmış sınırlı sayıda çalışmaya ulaşılmıştır. Du, Su ve Jiang (2013) çalışmalarında topluluk duygusuna yönelik; yer bağlılığı, turizm etkilerinin algılanması, toplum katılımı, yerleşiklerin memnuniyeti ve turizmden elde edilen kişisel faydalar boyutlarını 558 katılımcıdan elde ettikleri veriler doğrultusunda, yapısal eşitlik modeliyle ortaya çıkarmışlardır. Kırsal turizm

destinasyonlarındaki topluluk duygusunun belirlenen boyutlardan önemli ölçüde etkilendiği sonucuna ulaşmışlardır. Turizm destinasyonlarında topluluk hissini teşvik edilmesinin; yerleşiklerin turizmin olumlu etkilerini algılamalarını artıracığına, turizmin olumsuz etkilerini algılamalarını azaltacağına ve yerel turizm gelişiminde yerleşiklerin aktif katılımının sağlanmasına yardımcı olabileceğini belirtmişlerdir.

Aref (2011) çalışmasında, İran'ın Şiraz kentindeki toplum katılımı ile topluluk duygusu arasında turizm gelişimi açısından bir ilişki olup olmadığı araştırmıştır. 175 katılımcıdan veriler toplanmış, elde edilen bulgulara göre toplum katılımı ile topluluk duygusu arasında turizm gelişimi açısından pozitif yönlü olumlu bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Araştırmacı elde ettiği sonuçlara göre; topluluk duygusunun yerel katılımın artırılması yoluyla turizm endüstrisinin gelişimi üzerinde katalizör etkisi yarattığını belirtmektedir.

Mesch ve Manor (1998, 504) yerel halkın topluluk duygusu üzerine yaptıkları çalışmalarında, toplulukta on yılı aşkın süre yaşayan yerel halkın; topluluk duygusunun daha yoğun, topluluğa bağlılıkların daha fazla ve duygularını ifade etmede diğerlerine göre daha başarılı oldukları sonuçlarına ulaşmışlardır.

1.3.2. Sosyal Mesafe ile İlgili Çalışmalar

Literatürde yer alan sosyal mesafe ile ilgili ulaşılmış çalışmalardan bazıları ve elde ettikleri sonuçları aşağıda verilmiştir.

Çelik (2019) çalışmasında, turistlerin sosyal mesafe algılarının nedenleri ve yerel halka yönelik sosyal mesafe algılarının turizm sayesinde azaltılıp azaltılamayacağını belirlemeye çalışmıştır. Araştırmacı Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Gaziantep ve Şanlıurfa'dan, bölgeyi ziyaret etmiş 400 (ziyaret öncesi ve sonrası) ve ziyaret etmemiş 263 katılımcıya anket uygulamıştır. Çalışmada; katılımcıların yaşadıkları yerdeki Güneydoğu halkının profilinin, demografik değişkenlerin (bekârlarda evlilere göre sosyal mesafenin daha fazla değiştiği, yaş arttıkça toleransın azaldığı), medyadaki haberlerin, internetin, duyduklarının ve ailelerinden öğrendiklerinin sosyal mesafelerini etkilediği sonuçlarına ulaşılmıştır.

M. Thyne, Watkins ve Yoshida (2017) çalışmalarında; Japon halkının turizm gelişimine yönelik algılarını, özellikle de sosyal mesafenin turizm gelişimine yönelik algılar üzerindeki etkisini incelemişlerdir. 1569 katılımcıdan verilerin toplandığı çalışmada, sosyal mesafenin; yerel halkın turist sayısındaki artışı desteleyip desteklememe durumu ve genel olarak toplumlarında turizm faaliyetlerinden hoşlanıp hoşlanmama durumları üzerinde önemli bir etkisi olduğu ortaya çıkarılmıştır. Araştırmacılar bir başka ifadeyle, sosyal mesafe düzeylerinin yerel halkın turizm geliştirmeye yönelik tutumlarını etkilediğini ifade etmişlerdir.

Nyaupane, Timothy ve Poudel (2015) çalışmalarında; Nepal Lumbini’de aynı turizm alanını kullanan farklı inançlara sahip gezginler arasındaki ilişkisel yapıları, benzerlikleri ve farklılıkları gözeterek, sosyal mesafenin rolünü incelemişlerdir. Bu bağlamda araştırmacılar, dini bir turizm mekânında dindar ve dindar olmayan turistler arasındaki ilişkileri sosyal mesafe açısından araştırmışlar, 199 gezginden verileri toplamışlardır. Katılımcı Hindu ve Hristiyanların Lumbini’yi ziyaret ettiklerini çünkü Budistlerin diğer gruplara göre kendilerine sosyal yakınlıklarının daha yüksek olduğunu düşünmelerinin etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca çalışmada katılımcıların kendilerini; turist, hacı, turist-hacı veya bu grupların dışında olacak biçimde tanımladıkları ve tanımlanan gruba göre motivasyonlarının farklılaştığını belirtmişlerdir.

Öztürk Y. ve Özaslan (2013) çalışmalarında, turizm eğitimi alan öğrencilerin turistler ile olan sosyal mesafelerinin kısa, sosyal etkileşimlerinin ise yüksek olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu bulgular yanında araştırmacılar ayrıca, sosyal yakınlığın olumlu deneyimlerden, sosyal uzaklığın ise olumsuz deneyimlerden, turist ve yerel halkın birbiri ile ilgili yanlış ve eksik bilgilerinden, kişilerarası inanç, görüş ve davranış farklılıklarından kaynaklandığını çalışmalarında belirtmişlerdir.

Hipp (2010) yaptığı çalışmasında, mikro mahallerde sosyal mesafe düzeyinin, mahalle sakinlerinin suç ve düzensizlik ile ilgili algılarını etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Sinkovics ve Penz (2009) çalışmalarında, Avusturyalı sakinlerin Japon ve Alman turistlere yönelik sosyal mesafelerini incelemişler, 449 katılımcıdan verileri toplamışlardır. Çalışmalarında sosyal mesafeyi çok boyutlu bir yapı olarak ortaya çıkarmışlardır. Araştırmacılar elde ettikleri bulgular doğrultusunda; sosyal mesafenin

etkileşimin bilişsel yapılarından çatışmadan kaçınma ve çatışma ile başa çıkma stratejisi olarak bir aracı olarak hizmet ettiği, bununla birlikte Avusturyalıların Japon turistler ile etkileşime girmekte Alman turistlere göre daha isteksiz oldukları sonuçlarına ulaşmışlardır.

1.3.3. Yaşam Kalitesi ile İlgili Çalışmalar

Literatürde yer alan yaşam kalitesi ile ilgili ulaşılmış çalışmalardan bazıları, elde ettikleri sonuçları ile aşağıda verilmiştir.

Carneiro ve arkadaşları (2018) çalışmalarında; turist-ev sahibi etkileşimini (yoğunluk ve memnuniyet) ve turizmin yerel halkın yaşam kalitesi üzerindeki etkisini tespit etmeye çalışmışlardır. Araştırmacılar Portekiz’de bulunan Barra ve Costa Nova kıyı turizm destinasyonlarından her birinden 175’er katılımcıya ulaşarak gereksinim duydukları verileri toplamışlardır. Elde edilen sonuçlara göre; ev sahibi toplumun yaşam kalitesinin iyileştirilmesinde turizmin önemli bir rolü bulunduğu belirtilmektedir. Turizmin yaşam kalitesinin; sakinlik ve güvenlik, kamu tesisleri ve hizmetleri, pozitif duygular ile ekonomik ve sosyal fırsatlar boyutlarında olumlu etkilere sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bununla birlikte turizm etkilerinin en düşük olduğu boyut sakinlik ve güvenlik boyutu olarak öne çıkmış ve araştırmacılar saha çalışmasının yüksek sezonda (Haziran-Eylül ayları arasında) yapılmasından kaynaklanmış olabileceği belirtilmiştir. Ayrıca ev sahibi toplumun turistlerle yoğun ve memnuniyet verici bir etkileşim içerisinde olmalarının da yaşam kalitelerine yönelik algıları üzerinde önemli bir rol üstlendiği sonucuna ulaşmışlardır.

A. Williams ve arkadaşları (2015) çalışmalarında Kanada’nın 3 küçük kentinde (Charlottetown, Prince Edward Island, Hamilton, Ontario, Saskatoon, Saskatchewan) göçmenlerin yaşam kalitesi algılarını araştırmışlardır. Araştırma verileri telefon ile ankete katılan 1529 ve odak grup görüşmesine katılan 11 katılımcıdan toplanmıştır. Araştırmada; yaşam kalitesinin genel algısı, araştırmaya katılanların şehirlerine yönelik hissettikleri, mahallelerindeki okulların ve rekreasyon programlarının kalitesi ve kültürel bütünleşme yaşam kalitesinin 4 bileşeni olarak incelenmiştir. Elde ettikleri bulgular doğrultusunda; göçmenlerin Kanada doğumlu bireylerden daha düşük düzeyde yaşam kalitesi algısına sahip oldukları, mahalle güvenliğinin, çok

kültürlülüğün, sunulan hizmet ve kaynakların (örneğin okullar, rekreasyon programları vb.) göçmen yaşam kalitesini artırmada önemli faktörler olduğu sonuçlarına ulaşmışlardır. Araştırmacılar sadece ikinci ve üçüncü kademe olarak ifade ettikleri daha küçük şehirlerdeki göçmenlerin toplumla bütünleşmelerinin ve uyumlarının sağlanabilmesi için, bütüncül bir yaklaşım benimsenmesi gerektiğine, ülkedeki göçmen nüfusun tamamına yönelik yaşam kalitesinin yükseltilmesinin önemine vurgu yapmışlardır.

Nkemngu (2015) çalışmasında, Soshanguve ilçesinde yaşayanların, toplumlarındaki turizm gelişiminin etkilerine yönelik algılarını, birey ve toplum düzeyindeki yaşam kalitesi üzerindeki etkilerini araştırmıştır. Çalışması kapsamında 429 katılımcıdan verileri toplamıştır. Araştırmacı yerel halkın turizm etkilerini büyük oranda olumlu algıladığı, turizm etkilerinin hem bireysel katılımcılar hem de bir bütün olarak toplum için daha iyi bir yaşam kalitesi sağlamada güçlü bir potansiyele sahip olduğu sonuçlarına ulaşmıştır.

Eusébio ve Carneiro (2011) çalışmalarında; turizmin turistlerin yaşam kalitelerinin fiziksel sağlık, psikolojik özellikler, sosyal ilişkiler ve çevre boyutlarına etkilerini araştırmışlardır. Araştırmacılar Portekiz'in Aveiro kentinden 377 katılımcıdan gereksinim duydukları verileri toplamışlardır. Araştırmalarında; turistlerin fiziksel sağlıkları, psikolojik özellikleri, sosyal ilişkileri ve çevresel yaşam alanları ile genel yaşam kalitelerini tespit etmeye çalışmışlardır. Yaşam kalitesinin psikolojik özelliklerinin ve çevresel etki boyutlarının turistlerin genel yaşam doyumu üzerinde olumlu etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Rátz, Michalkó ve Kovács (2008) çalışmalarında; Macar ziyaretçilerin Balaton Gölü'nün sahip olduğu turistik ortamın ana bileşenlerine yönelik algılarını tespit etmeyi ve söz konusu ziyaretçilerin yaşam kalitelerini etkileyen bileşenleri ortaya çıkartmayı amaçlamışlardır. 800 katılımcıdan anket aracılığıyla verileri toplamışlardır. Çalışmalarında; çevre bilinci gözetilerek yaratılan turizm alanının, ziyaretçiler tarafından ortamın genel olarak olumlu algılanmasına katkıda bulunduğu ve ziyaretçi deneyimleri ve geri dönüş istekleri üzerinde de önemli bir etki yarattığı sonuçlarına ulaşmışlardır. Araştırmacılar; yaşam kalitesinin öznel bir faktörü olarak seyahat deneyimlerinden kaynaklanan mutluluğun, yaşam kalitesini etkilediğini belirtmişlerdir.

1.3.4. Sosyal Etkileşim ile İlgili Çalışmalar

Mouratidis (2018) çalışmasında, kentsel yapının genel olarak sosyal refah üzerindeki etkisini sosyal hayata ve kişisel ilişkilere odaklanarak açıklamaya çalışmıştır. Çalışması için verileri, 1344 mahalle sakininden ve 10 derinlemesine görüşme yaptığı katılımcıdan toplamıştır. Oslo'da; kent merkezinde, yüksek nüfus yoğunluklu yerleşimlerdeki semt sakinlerinin aralarında daha az ilişki olmasına rağmen, kent merkezinden uzak düşük nüfus yoğunluğundaki semtteki sakinlere göre; kişisel ilişkilerden önemli ölçüde memnun oldukları, daha geniş yakın ilişkiler ağına sahip buldukları, daha aktif sosyal yaşama, daha güçlü sosyal desteğe ve tüm bunların yarattığı etki sonucu genel sosyal refah düzeylerinin daha yüksek olduğu sonuçlarına ulaşmıştır.

Z. Wang, F. Zhang ve F. Wu (2017) çalışmalarında, Çin Şangay'da kırsal bölgelerdeki göçmenler ile kentli yerel halk arasındaki komşuluk sıklığı ve yapısal özelliklerin duygusal ilişkilerini etkileyip etkilemediğini araştırmışlardır. 1420 katılımcıdan elde ettikleri verilere göre; katılımcılardan grup dışı insanlarla daha fazla etkileşimde bulunan bireylerin komşularıyla ilişkilerini daha şefkatli ve arkadaş canlısı olarak nitelendirme eğiliminde oldukları ve konut sahibi olanların grup dışı komşularıyla paylaştıkları ortak kimlikleri, benzer statüleri nedeniyle güçlü duygusal ilişkileri bulunduğu sonuçlarına ulaşmışlardır. Ayrıca işçi sınıfı mahallerinde yaşayan katılımcıların karşılıklı güveni kolaylaştırmak için gruplar arası komşuya güvenme eğiliminde oldukları araştırmacıların elde ettikleri bulgulardan bir diğeridir.

Capistrano ve Weaver (2017) çalışmalarında; Yeni Zelanda'daki Filipinli göçmen ev sahibi aileler ve onların Filipin'den ziyarete gelen akrabalarının etkileşimlerini ve deneyimlerini sosyal mübadele (değişim) teorisi ışığında incelemişlerdir. Nitel araştırma yönteminin benimsendiği çalışmada, derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Çalışmada Filipinli göçmen 11 aile (toplam 28 kişi) ve akrabalarını ziyarete gelmiş 17 Filipinliden verileri toplamışlardır. Elde ettikleri bulgulara göre araştırmacılar; Filipin kültürüne yönelik yapılmış çalışmalardan ve sosyal mübadele (değişim) teorisinden yararlanarak, Filipinli göçmenler ve ziyaretlerine gelen akrabaları arasındaki aile ilişkilerinin karşılıklı bağımlılığı ve etkileşimi gösterdiği, aile yükümlülüklerini karşılıklı olarak yerine getirdikleri sonuçlarına ulaşmışlardır.

Lee, Kim ve Loo (2016) çalışmalarında; sosyal etkileşim bağlamında spor etkinliklerinde gönüllü deneyimlerini, gönüllülerin takım üyesi değişimlerini ve gelecekteki niyetleri üzerindeki etkilerini ortaya çıkarmaya çalışmışlardır. Amerika Birleşik Devletleri'nde Kuzey bölgesinde spor etkinlikleri gönüllülerinden 150 katılımcıya ulaşarak, araştırmacılar verileri toplamışlardır. Elde ettikleri bulgulara göre, çevrimiçi sosyal etkileşim bağlarının ekip üyeliğini önemli ölçüde etkilediği, bu durumun katılımcıların gönüllülüğü tekrarlama niyetlerini etkilediği, aynı zamanda potansiyel gönüllülere gönüllük deneyimlerinin olumlu ağızdan kulağa iletişim yoluyla yayıldığı sonuçlarına ulaşmışlardır.

Wu L., Zhang ve Chikaraishi (2013) çalışmalarında; sosyal etkileşimlerin turizme katılım üzerindeki etkisini incelemiştirlerdir. Araştırmacılar, çalışmalarında Japonya'daki 1253 katılımcıya çevrimiçi anket yaparak, verileri toplamışlardır. Sosyal etkileşimi içsel, dışsal ve ilişkili etkiler olarak 3 tipe ayıran araştırmacılar, içsel sosyal etkilerin turizm katılım davranışları üzerinde önemli etkileri olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Weaver ve Lawton (2001) çalışmalarında; yerel halk-turist etkileşiminin turizme yönelik tutum üzerine etkisini araştırmış, turistlerle daha kapsamlı teması olanların, turizm yanlısı tutumları ifade etme olasılıklarının daha yüksek görüldüğü, destinasyona sonradan (yeni) gelenlerin turizmde çalışma, turistlerle daha sık temas ve toplumu yerel olmayanlarla paylaşma arzularını ifade etme olasılığının daha yüksek olduğu sonuçlarına ulaşmışlardır. Araştırmacılar; turizm ve turistlerle ilgilenenlerin turizm sektörüne daha olumlu bir biçimde eğileceği ve destinasyonda uzun süredir ikamet eden ancak turizme adapte olmamış olanların ise olumsuz tutumları barındıracağı sonuçlarına ulaşmışlardır.

1.3.5. Turizme Yönelik Tutum ile İlgili Çalışmalar

Erkılıç (2019) çalışmasında; Rize yerel halkının turizm gelişiminin yarattığı olumlu ve olumsuz etkilere yönelik algılarını ve söz konusu algılarının turizm gelişimine yönelik verdikleri destek üzerine etkisini tespit etmeye çalışmıştır. Araştırmacı yerel halktan 480 katılımcıdan verileri toplamıştır. Turizmin Rize'deki sosyo-kültürel ve ekonomik olumlu etkileri ile turizm gelişimine verilen destek arasında orta düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Eusébio ve arkadaşları (2018) çalışmalarında; yerel halkın yer bağlılığı, ev sahibi-turist etkileşimleri ve turizm ile ilgili algıladıkları olumlu ve olumsuz etkilerin, Cape Verde Boa Vista Adası'ndaki turizm gelişimine yönelik tutumları üzerinde nasıl bir etki yarattığını incelemişlerdir. Araştırmacılar yerel halktan 300 katılımcıdan verileri toplamışlardır. Araştırmalarından elde ettikleri sonuçlara göre yerel halk yer bağlılığı, ev sahibi-turist etkileşimi ve algıladıkları olumlu turizm etkilerinden, olumlu yönde etkilenmekte, algıladıkları olumsuz etkilerden ise olumsuz yönde etkilenmektedir. Ayrıca araştırmacılar; ev sahibi-turist etkileşiminin, sakinlerin turizm gelişimine yönelik tutumlarının en güçlü (doğrudan ve dolaylı) belirleyicisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Karakaş ve Şengün (2017) çalışmalarında; Diyarbakır yerel halkının turizme yönelik algılarını ve desteklerini tespit etmeye çalışmışlardır. Araştırmacılar 347 katılımcıdan, anket yöntemi ile verileri toplamışlardır. Elde ettikleri sonuçlar arasında; yerel halkın çoğunluğunun turizme yönelik bakış açılarının olumlu olduğu, ülke ve bölgeye ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel faydalarından dolayı destekleyecekleri yer almaktadır.

Armenski ve arkadaşları (2011) çalışmalarında turist davranışlarının, yerleşiklerin turist algılarına, turistleri kabul edip etmeme durumlarına, destinasyonda aralarında gerçekleşen sosyal etkileşimlerine etkilerini araştırmışlardır. Sırbistan'ın Belgrad, Novi Sad ve Sombor şehirlerinde yaşayan 113 sakinden verileri toplamışlardır. Yabancı turistlerin davranışlarının algılanması ve kabul edilip edilmemesinde; yaş, eğitim durumu, ikamet edilen yer gibi demografik faktörlerin önemli farklılıklar yarattığı sonuçlarına ulaşmışlardır. Bu bağlamda yerel halktan yüksek eğitimli ve yaşlı katılımcıların, yabancı turistlere karşı olumlu algı oluşturabilmeleri, yabancı turistleri kabul edebilmeleri ve kültürel etkileşime girebilmeleri için daha fazla kültürel olaya ihtiyaç duydukları araştırmacılar tarafından belirtilmiştir. Ayrıca yerel halkın olumsuz algılarının, destinasyondaki yabancı turist sayısı ile bağlantılı olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Månsson ve Dahlander (2010) çalışmalarında; sosyal etkileşimin işgücü piyasasında konuk işçilere yönelik tutumlar üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Çalışmalarında kasırgadan etkilenen 228 İsveçli orman sahibinin konuk işçiler/göçmenler ile konuk

olmayan işçilere yönelik tutumlarını karşılaştırmışlardır. Sosyal etkileşim ve tutum boyutlarından genel göçmen tutumları, işgücü piyasası tutumları ve endüstriyel ilişkiler tutumlarına ilişkin bir kanıt bulamamışlardır. Bununla birlikte sosyal etkileşimin tutum boyutlarından performans ve iş ahlakı tutumları üzerinde önemli bir etkisi olduğuna, konuk işçiler ile etkileşime giren orman sahiplerinin performans ve iş ahlakı ile ilgili tutumlarının daha olumlu hale geldiği sonucuna ulaşmışlardır.

Devine, Gabe ve Bell (2009) çalışmalarında; turizmin maliyet ve faydalarının sakinler tarafından hem kendi toplumları, hem de daha geniş bölgesel bir perspektiften nasıl algılandığını, fiziksel uzaklığın sakinlerin tutumlarında değişiklik yaratıp yaratmadığını tespit etmeye çalışmışlardır. Piscataquis iline bağlı 4 ilçeden, 377 katılımcıdan verileri toplamışlardır. Şehir ve ilçe ölçeğinde turizme yönelik algılanan farklı fayda ve maliyetler olduğu sonucuna ulaştıkları araştırmalarında, çalışma durumunun tutumlar üzerinde önemli düzeyde olumlu bir etkisi olduğu, hem çalışanların hem de emeklilerin turizme karşı daha az olumsuz tutumları bulunduğu sonuçlarına ulaşmışlardır. Ayrıca araştırmada istihdam edilme, turizm kaynaklı gürültü ve tıkanıklık gibi sayılabilecek bir çok etmenin, sakinlerin turizme yönelik tutumlarının formüle edilmesinde farklı dengeler oluşturduğunu ifade etmişlerdir.

Nyaupane, Teye ve Paris (2007) çalışmalarında; turist-ev sahibi etkileşimi açısından, turistlerin seyahat öncesi beklentileri ile gezi deneyimlerinin birden fazla gezi yerindeki gezi sonrası tutumlarını etkileyip etkilemediğini test etmişlerdir. Çalışmada; yurtdışı eğitim programına devam eden 66 katılımcının (Güney Pasifik-Avustralya ve Fiji ile Avrupa-Avusturya ve Hollanda) seyahat öncesi ve sonrası tutumları ile yurtdışı eğitim programına katılmayan 80 öğrenciden oluşan kontrol grubunun tutumlarını incelemişlerdir. Elde ettikleri bulgular doğrultusunda, destinasyonlara yönelik tutum değişikliklerinin hem olumlu hem de olumsuz olabileceği sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca tutum değişimlerinin; destinasyonun sunduğu turistik ortama, taraflar arasındaki sosyal mesafeye, tarafların geçmiş deneyimlerine ve aralarındaki ilişkilerin samimiyet derecesi ile yoğunluğu gibi bir dizi faktöre bağlı olduğunu belirtmişlerdir. Çalışmaları beklenti teorisini desteklemiş, ancak tutumlarda meydana gelen değişikliği açıklamada kültürel mesafe teorisi ile çelişmiştir.

Teye ve arkadaşları (2002) Gana sakinleri ve turizme yönelik tutumları ile ilgili çalışmalarında; turistlerle olumlu etkileşimin, yerel halkın tutumlarında önemli düzeyde değişiklik yarattığı sonucuna ulaşmışlardır.

Weaver ve Lawton (2001) çalışmalarında; yerel halk-turist etkileşiminin turizme yönelik tutum üzerine etkisini araştırmış, turistlerle daha kapsamlı teması olanların, turizm yanlısı tutumları ifade etme olasılıklarının daha yüksek görüldüğü, destinasyona sonradan (yeni) gelenlerin turizmde çalışma, turistlerle daha sık temas ve toplumu yerel olmayanlarla paylaşma arzularını ifade etme olasılığının daha yüksek olduğu sonuçlarına ulaşmışlardır. Araştırmacılar ayrıca turizm ve turistlerle ilgilenenlerin turizm sektörüne daha olumlu bir biçimde eğileceği ve destinasyonda uzun süredir ikamet eden ancak turizme adapte olmamış olanların ise olumsuz tutumları barındıracağını belirtmişlerdir.

Pizam ve arkadaşları (2000) İsrail'e çalışma amaçlı gelen turistler (388 kişi) üzerine yaptıkları çalışmalarında, yerel halk ve çalışma amaçlı gelen turistler arasındaki sosyal ilişkinin yoğunluğunun; turistlerin duygularını, tatminlerini, destinasyona ve yerel halka yönelik tutumlarını etkileyip etkilemediğini araştırmışlardır. Çalışmada turist-yerel halk arasındaki ilişki yoğunluğu arttıkça, turistlerin kalış süreleri, tatminleri ve elde ettikleri deneyimlerin üzerinde olumlu bir etki yarattığı sonuçlarına ulaşmışlardır. Ayrıca araştırmacılar, yerel halk ve destinasyona yönelik olumlu duygular için yoğun sosyal ilişkilerin ön şart olduğunu belirtmişlerdir.

2. TURİZM DESTİNASYONLARI

2.1. Turizm Destinasyonu Kavramı

Değişim ve dinamizm halindeki bireylerden oluşan toplumlar, 21. yüzyılda; sosyal, kültürel, teknolojik, siyasal ve ekonomik olarak yaşanan gelişmelerin etkisiyle hızlı bir dönüşüm geçirmektedir. Yaşanan bu değişim ve dönüşümler, tarım, sanayi ve hizmet sektörlerini yoğun biçimde etkilemektedir. Diğer sektörlerde olduğu gibi hizmet sektörü altında en büyük paylardan birine sahip olan turizm sektörü de bu değişim ve dönüşümlerden payına düşeni almaktadır. Bu durum beraberinde kişisel anlamda turizmin öznesi olan bireyleri seyahate yöneltmekte, bireylerin turizm destinasyonlarına gitmesine, bir kısmının destinasyonlara yerleşmesine ve oralarda farklı biçim ve düzeylerde ilişki kurmasına zemin hazırlamaktadır.

“Tatile ihtiyacım var” cümlesi, iş/çalışma ortamından, zorunlu işler için tüketilen zaman ve gündelik yaşamın monotonluğundan uzaklaşarak, rahatlamak, dinlenmek için boş zaman tüketmeye duyulan yadsınamaz bir gereksinimin ifadesidir. Günümüz modern insanının kendisini ifade etmesinde, tatil tercih ve eğilimleri bir bakıma araç olabilmektedir. Tatile çıkma, seyahat etme gibi turizme yönelik hareketler, modern yaşamın bireyleri için önemli anlamlara karşılık gelmekte, yaşam biçimlerinin bir göstergesi olarak kabul görmektedir (Urry, 2015). Tatil olgusu, bireyler ve mekânlar arasında fiziki ve sosyal bağların kurulmasına yol açmaktadır. Turizmin özünü tüketim odaklı sembol ve eylemler oluşturmakta, turistler boş zaman aktivitelerini farklı roller oynayarak turizm destinasyonlarında sahnelemektedirler (Tellan, 2016). Bu bakış açısıyla turizm destinasyonları, turistlerin turizm ile ilgili çeşitli etkinliklere katıldıkları ve etkileşim içerisinde buldukları mekânlar/sahneler olarak ortaya çıkmaktadır (Pike, 2008). Turizm etkinliklerinin sosyo-kültürel, ekonomik, doğal ve yapay fiziksel bir çevrede gerçekleşmesi turizm destinasyonlarının önemini ortaya çıkarmaktadır.

Turizm, birey ve bireylerden oluşan grupların; kişisel ilişkilerini, yaşam biçimlerini, kültürlerini, fikirlerini, davranışlarını, bakış açılarını, folklorik ürünlerini, değer yargılarını, tüketim kalıplarını değiştirmede etkili olabilen sosyo-kültürel bir olaydır (Tayfun, 2002; Hussein Tunç ve Saç, 2008). Toplumun dinamizmini etkileyen, toplumlar arasındaki ilişkiler için zemin hazırlayan turizm, farklı yaşam biçimleri, örf

ve adetlere sahip toplulukların kültürlerarası temasları ile etkileşime yol açmakta, toplumlar arasındaki bağları güçlendirmekte, yarattığı sosyo-kültürel etkileriyle sosyal yapılarda değişim ve dönüşüm yaratmaktadır (Kaya O., 2016; Yağcı ve Akçay, 2016, 311; Yasumura, 1994; Aymanıkuy, 1997). Turizm karşılaşmalara, karşılıklı anlayış gelişimine, kültürel değişimlere, işbirliğine ve dünya barışına katkıda bulunma gücüne sahiptir (Yu ve Lee, 2013, 1). Karşılaşmalar ve temaslar için ortam yaratan turizm destinasyonları; turist, turizm çalışanı, yerleşik yabancı ve yerel halk arasında sosyal ilişkiler kurulması, geliştirilmesi ve etkileşimin gerçekleşmesini sağlayan bir sahne, sosyal bir fenomen olarak görülmektedir (Yagi, 2001).

1980'lerden itibaren turizm alanında çalışan bilim insanları, turistik deneyimin içinde olduğu, turist olma duygusunu besleyen mekânları; turizm bölgesi (Atay, 2003; Kozak N., 2012), turizm merkezi, turizm mekânı (Eralp, 1983), turistik çekim merkezi (Doğan H. Z., 2004), turistik ortam (Huang vd., 2017; Zemla, 2016; Rızaoğlu, 2012), turistik alan (Swarbrooke, 2003; Avcıkurt, 2015; Avcıkurt, 2007, tatil yeri (Zoğal ve Emekli, 2017), turizm destinasyonu (Sainaghi ve Baggio, 2017; Özdemir, 2014; Atay, 2003; Bahar O. ve Kozak M., 2012; Ersun ve Arslan, 2011; Tinsley ve Lynch, 2001; Buhalis, 2000) gibi kavramlarla açıklamaya çalışmışlardır. Çalışmalar incelendiğinde destinasyon/turizm destinasyonu kavramı belirgin biçimde öne çıkmaktadır.

Turizm destinasyonu nedir? söz konusu aldatıcı soru turizm literatüründe zaman içerisinde birçok cevap almıştır (Pearce, 2014; Sainaghi ve Baggio, 2017, 368). Turizm ekonomisi, turizm pazarlaması, turizm sosyolojisi ve turizm coğrafyası alanlarında çalışan akademisyenler tarafından birçok farklı tanımlaması yapılmıştır. Burada öncelikle destinasyon kavramının isim anlamını açıklamak yerinde olacaktır. Güncel Türkçe Sözlükte, “varılacak olan yer” (TDK, 2019) olarak tanımlanan destinasyon kavramı, yabancı literatürde “destination” kelimesine karşılık gelmektedir. Türkçe literatürde pek çok araştırmacı tarafından kavram, varış yerinin ötesinde, seyahat olgusunun da dâhil edildiği, turizmde karşılığı olan, Türkçeleştirilmiş biçimi ile “destinasyon/turizm destinasyonu” olarak kullanılmaktadır (Yüksek, 2014). En genel biçimi ile turizm destinasyonunu, turizm faaliyetlerinin gerçekleştirildiği ve söz konusu faaliyetler sonucunda sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel etkiler altında kalan bir mekân olarak tanımlamak mümkündür. Turizm destinasyonu, turizmin analiz edilmesinde yararlanılan bir birim, kurumsal bir yapı sergileyen turizmin anahtar

kavramıdır. Ancak kavramın nasıl tanımlanacağı konusunda fikir birliğine varılamamış ve kabul görmüş ortak bir tanımı bulunmamaktadır. Bu bağlamda turizm destinasyonu kavramı, birçok farklı biçimde tanımlaması yapılmış bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Saraniemi ve Kylänen, 2010, 133). Literatürde yer alan turizm destinasyonu kavramının farklı tanımlamalarına aşağıda Çizelge 1’de yer verilmiştir.

Çizelge 1. Turizm Destinasyonu Kavramı ile İlgili Yapılan Tanımlar

Coltman (1989)	“Yerel olmayan günöbirlükçilere veya turistlere cazip gelecek farklı doğal güzellikleri ve çekicilikleri bulunan, onların hizmetine sunulmuş alandır.”
Seaton ve Bennett (1996)	“Turistlerin ilgisini çeken, ayırt edici doğal ve kültürel özelliklere sahip alandır.”
Frisk (1999)	“Olağan-sıradan toplum içinde bir çeşit turistik toplumun bulunduğu coğrafi mekân ve bölgedir.”
Buhalis (2000)	“Turistlere bütünleştirilmiş hizmetler sunan; ülke, ada, kasaba gibi iyi tanımlanmış coğrafi alanlardır.”
Tinsley ve Lynch (2001)	“Yerel sakinleri, işletmeleri ve bu işletmelerde sunulan hizmetleriyle, girdi çıktı ilişkileriyle, topluluk oluşturan bir bütün sistemdir.”
Swarbrooke (2003)	“Turistlerin ihtiyaç duyduğu destek hizmetler ile birlikte bir takım ilgi çekici mekânları içeren geniş alanlardır.”
Baggio, Scott ve Cooper (2010)	“Destinasyonlar, kendilerini oluşturan paydaşlarını ve söz konusu paydaşları birbirine bağlayan bağlantılarını bir ağ olarak gösteren karmaşık sistemler bütünüdür.”
Zemla (2016)	“Turistik unsurların; seyahat motivasyonlarını, ziyaretleri ve endüstri mekanizmasını sistematik bir biçimde harekete geçirerek ilişkilendirdiği ve entegre olduğu, hiçbir idari sınırlamaya bağlı olmayan mekândır.”
UNWTO (2016)	“Bir ziyaretçinin geceleme yapabileceği, ürün ve hizmetlerin kümелendiği, imajı ve kimliğiyle idari/analitik sınırları olan ya da olmayan fiziksel bir mekândır.”
Sainaghi ve Baggio (2017)	“Turizmin parçalardan oluşan bütünsel yapısını oluşturan bir sistem içerisinde yer alan, ortak üretici gibi çalışan birçok turizm aktörünün var olduğu yerdir.”
Huang, Qu ve Montgomery (2017)	“Turistlerin çeşitli olay ve etkinlikler aracılığıyla hem yerler hem de insanlarla etkileşimine yol açan ortamlardır.”
Uygur, Kasap ve Usta (2017)	“Sahip olduğu doğal ve kültürel turistik değerlerle, doğrudan ve dolaylı olarak turizme hizmet eden etmenlerin bütününden oluşan, turist çekebiyen, yerel halkın içinde yaşadığı coğrafi bir alandır.”
T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2017)	“Turizmin göreceli olarak önemli bir eylem alanı olarak ortaya çıktığı ve ekonomik, sosyal, fiziksel etkilerinin görüldüğü; tatil yerleri, ülkeler, bölgeler ve şehirler gibi alanlardır.”

*Araştırmacı tarafından derlenmiştir.

Turizm destinasyonları; önemli sayıda ziyaretçi tarafından bilinen, kendi düşüncelerini yaşayan bir varlık gibi benimseten, ayırt edici özelliklere sahip, turistleri çeken mekânlardır (Ünusan ve Sezgin, 2005, 162). Turistlerin çeşitlilik gösteren gereksinimlerini karşılamak üzere bir araya getirilmiş faaliyetlerin gerçekleştirildiği, unutulmaz ziyaret deneyimleri sunan, siyasi sınırları belli veya önemli çekiciliklerin bütününe kapsayan turizm destinasyonu; idari sınırları olan bir yeri/mekânı hatta müstakil bir merkezi ya da bir çekiciliği kapsayabilmektedir. Ticarileşmiş turizm eylem

mekânları bir başka ifadeyle turizm destinasyonları; uygun bir biçimde konumlanmış, gerekli tesislerin ve araçların kullanılmak üzere kiralanabileceği ve çok az miktarda eylemin kişinin kendisi tarafından üstlenildiği mekânlardır (Goffman, 2017). Günümüzde destinasyonlar; artan biçimde turistler tarafından öznel olarak yorumlanabilen, turistlerin seyahat güzergâhları, kültürel geçmişleri, seyahat amaçları, eğitim seviyeleri ve geçmiş deneyimlerine bağlı olan algısal bir kavram olarak değerlendirilmektedir (Buhalis, 2000). Bu bağlamda turizm destinasyonları; turizm ekseninde yaşanan ilişki ve etkileşimlerin yarattığı, hem fiziki özellik gösteren, hem de turistlerin zihninde yaratılmış soyut bir mekân olarak tanımlanabilir.

Turizm destinasyonundan söz edebilmek için, destinasyon olarak ifade edilmesine olanak tanıyan bileşenlerden bahsetmek yerinde olacaktır. Söz konusu bileşenler, hem turistik bir ürün olarak kabul edilen turizm destinasyonlarını, hem de genel olarak turistik ürünü oluşturmaktadır. Turizm destinasyonlarını oluşturan bileşenlere yönelik farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Bu yaklaşımlardan ilki, turizm destinasyonlarının temel kaynaklarını; birincil ve ikincil kaynaklar olarak sınıflandırmaktadır. Birincil kaynaklar içerisinde; iklimsel özellikler, ekolojik yapı, somut ve somut olmayan kültürel miras vb.; ikincil kaynaklar içerisinde ise konaklama, ulaştırma, yiyecek-içecek, rekreasyon hizmetleri vb. alt başlıklarında incelenmektedir (Kozak N., Kozak M. A. ve Kozak M, 2001). Bir diğer yaklaşım Toskay (1989) tarafından geliştirilmiş, turizm destinasyonlarını oluşturan unsurlar turizm ekseninde bir ayırım yapılarak, “turizmden bağımsız unsurlar” ve “turizme bağımlı unsurlar” olarak ikili bir sınıflandırma yapılmıştır. Turizmden bağımsız unsurlar; doğal çevre, sosyo-kültürel yapıya ait değerler, etkinlikler ve altyapıdan; turizme bağımlı unsurlar ise; kamu yönetimlerinin turizme yönelik hizmetleri, ulaştırma kuruluşları, konaklama işletmeleri, turizme yönelik özel mal/hizmet üretimi gerçekleştiren ve pazarlayan işletmeler, satış-pazarlama ve tanıtım kuruluşları ile turizmi destekleyen çeşitli kuruluşlardan oluşmaktadır (Toskay, 1989; Kozak N., 2012). Yukarıda ifade edilen yaklaşımlar doğrultusunda turizm destinasyonlarını oluşturan bileşenlere yönelik; turizmden bağımsız ve turizme bağımlı bileşenler başlıklarıyla bir ayırım yapılarak açıklamalarına aşağıda yer verilmiştir:

- **Turizmden Bağımsız Bileşenler:** Turizmden bağımsız bir turistik arz değeri olarak ortaya çıkan bileşenlerdir. Destinasyondaki varlıkları turizme bağlı

olmayan, turizm ile ortaya çıkmamış, mekânın karakteristik özelliklerini oluşturan bileşenlerdir.

Turizmden bağımsız bileşenler; “doğal turistik kaynaklar”, “sosyo-kültürel turistik kaynaklar” ve “altyapı”dır. Sözkonusu kaynakların varlığı bir mekânın turizm destinasyonu özelliği kazanması için yeterli değildir. Doğal turistik kaynaklar bileşeni, turizm destinasyonlarını oluşturan bileşenler içerisinde en önemlisi olarak kabul edilmektedir. Destinasyonun sahip olduğu doğal turistik kaynaklar arasında; coğrafi konumu, flora ve faunası, iklimi, kaplıca ve şifalı suları, gölleri, denizi, güneşli gün sayısı, kar kalınlığı, turist bakışına konu olabilecek seyirlik alanları, doğal harikaları, turist gönderen merkezlere uzaklığı vb. yer almaktadır. Turizm destinasyonu olma sürecinde sahip olunan deniz ve kumsal, yürüyüş alanları, eşsiz manzaralar, bir dağ ya da balıkçı köyü vb. başlangıç verileri olarak kabul edilmekte, mekânın turistik nitelik kazanımında etkili olmaktadır (Usta, 2016). Sosyo-kültürel turistik kaynaklar bileşeni, turizm destinasyonlarında yerelin sahip olduğu gelenekler, görenekler, kültürel varlıklar, kentleşme düzeyi, siyasal yapı ve eğitim durumu gibi değerlerden oluşmaktadır (Kozak N., Kozak M. A. ve Kozak M, 2001). Destinasyonun sosyo-kültürel turistik kaynakları arasında; mimarisi, arkeolojik ve tarihi kalıntıları, sanat eserleri gibi somut kültürel mirasları ile folklorü (mutfak, giyim-kuşam, halk oyunları, türküler, düğünler, inanış biçimleri, yerel kutlamalar ve festivaller, misafirperverlik vb.) somut olmayan kültürel miras değerleri yer almaktadır. Ancak sahip olunan söz konusu bu kaynaklar da bir yerin turizm destinasyonuna dönüşmesi için tek başına yeterli değildir. Altyapı; yerel halkın gereksinimlerini karşılama amacıyla oluşturulmuş; elektrik, su, enerji, telekomünikasyon, kanalizasyon, atık arıtma, park alanları, otoparklar, spor merkezleri, ulaştırma altyapısı, temizlik hizmetleri, arazi planlaması ve kullanımı ve benzerleridir. Kamu yönetiminin sorumluluğunda gerçekleştirilen altyapı, mekânın turizme açılmasında ve turizm gelişiminde son derece önemli olan kamu hizmetleridir. Turizm destinasyonlarında altyapı çalışmaları kapsamında arazi planlaması ve kullanımının hem yerel halk hem de turizm endüstrisi için önemli bir yeri bulunmaktadır. Yerel halkın yaşam kalitesinin korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi, turizm işletmelerinin talepleri karşılanırken koruma-kullanma dengesi gözetilerek arazi kullanımının gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Turistlerin destinasyona olan ilgisinin ve ziyaretlerinin devamının sağlanabilmesi akılcı, sistematik ve çevre dostu arazi planlaması ve kullanımı, güçlendirilmiş bir altyapı ile mümkündür.

- **Turizme Bağımlı Bileşenler:** Bağımlı bileşenler tamamıyla turizm talebinin yoğunluğuna göre gelişen ve turizme bağımlı, turistik arz değerleridir. Bir başka ifadeyle mekânda turizm gelişimi ile ortaya çıkan, varlığı turizme bağlı olan endüstri bileşenleridir. Turizm endüstrisi; ticari amaçlı turizm işletmeleri ve sosyal amaçlı (ticari amaç taşımayan) turizm kurum ve kuruluşlarından oluşmaktadır. Ayrıca varlığı doğrudan turizme bağlı olmasa da turistlerin çeşitli gereksinimlerini karşılamalarında yardımcı olan destek işletmeler de turizm gelişimine sağladıkları katkılar nedeniyle turizme bağımlı bileşenler başlığı altında incelenebilmektedir.

Ticari amaçlı turizm işletmeleri; konaklama (otel, tatil köyü, termal turizm tesisi, motel, hostel, pansiyon, kamping vb.), seyahat (tur operatörleri ve seyahat acenteleri), ulaştırma (hava, kara, deniz ve demiryolu işletmeleri), yiyecek-içecek (etnik lokantalar, fast-food işletmeler, restoranlar vb.), turistik eşya (hediyelikler, hatıralıklar, şapka, ayakkabı, gözlük, havlu, güneş kremi, şnorkel, kayak malzemeleri ve benzerlerinin üretimini/satışını yapan işletmeler) ve rekreasyon işletmeleri (ulusal parklar, hayvanat bahçeleri, spor kompleksleri, gazinolar, eğlence parkları, oyun salonları, tema parklar, tiyatrolar, festival ve fuarlar vb.)'nden oluşmaktadır. Sosyal amaçlı (ticari amaç taşımayan) turizm kurum ve kuruluşları arasında; Kültür ve Turizm Bakanlığı, turizm eğitimi veren ortaöğretim ve yükseköğretim kurumları, mesleki organizasyonlar, yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası turizm örgütleri, turizm ile ilgili dernek ve vakıflar yer almaktadır (Hazar, 2010). Destek işletmeler arasında ise bankalar, döviz büroları, sigorta ve danışmanlık hizmetleri sunan işletmeler bulunmaktadır (Kozak N., 2012).

Destinasyon olabilmeye en önemli nokta, turist çekebilecek somut veya soyut nitelikte belirgin olarak öne çıkan bir veya daha fazla çekiciliğin veya bileşenin bulunmasıdır (Atay, 2003). Çünkü turistler, turizm destinasyonlarınının sahip oldukları, kendileri için değer yaratan bileşen veya özelliklerin bir yada bir kaçını tarafından etkilenmekte ve tatil kararlarını bu doğrultuda vermektedir. Turizm destinasyonu olmayı sağlayan

bileşenlere yönelik literatürde yapılan bir diğer sınıflandırmada yer alan bileşenler arasında; doğal ve insan yapımı çekicilikler ile sosyo-kültürel çekicilikler, ulaşılabilirlik, turizm işletmeleri, destek hizmetler, etkinlikler, imaj ve karakter ile destinasyon yönetim örgütleri yer almaktadır. Aşağıda turizm destinasyonu olmayı sağlayan bileşenlere ve açıklamalarına yer verilmiştir (Petroman, 2015; Ammirato, Felicetti ve Gala, 2014; Murphy P., Pritchard ve Smith B., 2000; Gürbüz A., 2002):

- **Çekicilikler:** Turizm destinasyonunun fark edilmesini sağlayan, turist ziyaretlerinin destinasyona yönelmesinde etkili olan en önemli bileşenlerden biridir. Çekicilikleri kendi içerisinde 4 temel başlık altında incelemek mümkündür. Çekiciliklere yönelik temel başlıklar ve içeriklerini oluşturan özellikler şu şekildedir: **-Doğal ve insan yapımı çekicilikler** (iklim, coğrafi durum, flora-fauna, şifalı sular ile dini, sanatsal, bilimsel, tarihi eserler vb.); **-Sosyo-kültürel çekicilikler** (misafirperlik, gelenek ve görenekler, adetler, siyasal durum, kentleşme düzeyi, eğitim durumu vb.); **-Ekonomik çekicilikler** (genel ekonomik durum, turistik ürünün fiyatı, altyapı olanakları, turizm endüstrisinin durumu vb.); **-Psikolojik çekicilikler** (toplumlararası tarihi, kültürel ve dinsel ilişkiler, toplumsal davranış biçimleri, moda, alışkanlıklar, sempati duygusu vb.).
- **Ulaşılabilirlik:** Turizm destinasyonunun fiziki mesafe, zaman ve ulaşım maliyetleri açısından ölçülerek, ulaşım sistemi de dahil edilerek değerlendirilmesidir. Ulaşılabilirlik bileşeni kapsamında ulaşım sistemi ve destinasyona ulaşma olanakları yer almakta ve kapsamı aşağıda belirtilmektedir: **-Ulaşım sistemi** (kara, hava, deniz, demir yolları, ulaşım araçları, terminaller) ve **-Destinasyona ulaşma olanakları** (kolay ve ekonomik bir biçimde ulaşma durumu)
- **Turizm İşletmeleri:** Turistlerin seyahatleri süresince gereksinim duydukları mal ve hizmetleri üreten işletmelerdir. Söz konusu turizm işletmeleri şunlardır: **-Konaklama işletmeleri** (otel, tatil köyü, motel, hostel, oberj, apart, pansiyon vb.); **-Yiyecek-içecek işletmeleri** (restoran, etnik lokanta, fast food işletmeleri vb.); **-Ulaştırma işletmeleri** (kara, hava, deniz ve demiryolu işletmeleri); **-Seyahat işletmeleri** (seyahat acentaları ve tur operatörleri); **-Rekreasyon işletmeleri** (ulusal parklar, hayvanat bahçeleri, eğlence parkları, oyun salonları, temalı parklar vb.); **-Diğer turizm işletmeleri** (seyahat ve tatilde giyilen kıyafet

ve aksesuar satan işletmeler, çevirmenlik, rehberlik hizmetleri, hatıra eşya satan işletmeler vb.).

- **Destek Hizmetler:** Varlığı doğrudan turizm sektörüne bağlı olmayan, destinasyonda yaşayanların gereksinimlerini karşılamak üzere mal ve hizmet üreten, turistin destinasyonda turistik gereksinimleri dışında diğer gereksinimlerini karşılayan işletmelerin ürettikleri hizmetlerdir. Destek hizmetler arasında; haberleşme, bankacılık, döviz büroları, sağlık işletmeleri ve sigorta şirketleri tarafından sunulan hizmetler sayılabilir.
- **Etkinlikler:** Düzenlendiği turizm destinasyonlarında, turist akışları sağlayarak canlandırıcı bir etki yaratan, söz konusu destinasyonun imaj oluşumuna katkı sağlayan, faaliyetlerin sistematik bir biçimde planlandığı, geliştirildiği ve pazarlandığı organizasyonel aktivitelerdir (Getz, 1997). Etkinlikler; turistin seyahati süresince açık ya da kapalı mekânlarda, su sporları merkezlerinde, eğlence parklarında aktif olarak katılım göstererek veya izleyerek katıldığı konserler, kutlamalar, festivaller, fuarlar vb. aktivitelerdir.
- **İmaj ve Karakter:** Destinasyon imaj ve karakteri; destinasyonun diğerleri içerisinde ne olduğu ayrımını sağlayan, bireylerin o destinasyona yönelik sahip oldukları duygu, düşünce, inanış ve algılarının toplamıdır. Eşsiz, biricik bir mekân algısı, görülecek mekânlara, turist bakışına konu olacak manzaralar, çevresel kalite (sosyal, ekonomik, doğal ve yapay fiziki çevrede), güvenlik ve hizmet düzeyi destinasyon imajı ile karakterini oluşturmaktadır.
- **Destinasyon Yönetim Örgütleri:** Turizm destinasyonundaki tüm paydaşların iletişim ve işbirliğini sağlayarak, destinasyonun gelişiminde, yönetilmesinde ve pazarlanmasında etkin bir rol üstlenen örgütsel yapılanmalardır. Destinasyon yönetim örgütleri; yerel ve merkezi hükümet kuruluşları, yerel yönetimler, yerel halk, özel sektör girişimcileri, üniversiteler, sivil toplum kuruluşları (STK) ve yerel basın ile koordineli ve yerinden yönetim prensipleri ile çalıştığında başarılı bir turizm destinasyonu olmayı sağlayan örgütlerdir.

2.2. Turizm Destinasyonlarına Yönelik Yaklaşımlar

Zemla (2016) ve Timon (2004); turizm destinasyonlarının analizlerine yönelik tek bir yaklaşımın bulunmadığını ifade etmektedirler (Pallavicini, 2017). Turizm destinasyonlarını coğrafi, ekonomik ve psikolojik-sosyolojik açıdan üç farklı yaklaşım

doğrultusunda incelemek mümkündür (Manente, 2008). Coğrafi bakış açısıyla turizm destinasyonları; turistlerin ziyaret ettiği ve seyahatleri süresinde konakladığı, coğrafi ya da idari sınırları ile belirgin biçimde ayırt edilebilen yerlerdir. Ekonomik bakış açısıyla turizm destinasyonları; turistin seyahati sırasında konakladığı, turistik tüketimiyle ilgili harcamalar yaptığı, ekonomi açısından mevcut veya potansiyel turizm gelirlerinin önemli olduğu yerlerdir. Psikolojik-sosyolojik bakış açısıyla turizm destinasyonları; seyahatin temel nedenini oluşturan mekânlardır.

Sosyolojik açıdan turizm destinasyonlarını; coğrafi sınırlılık, destinasyon içeriği ve turist açıdan değerlendirmek mümkündür. Turizm destinasyonları coğrafi sınırlılık açısından; coğrafi sınırlarla tanımlanmayan mekânlardır. Bir başka ifadeyle bir mekânın turizm destinasyonu olarak ifade edilebilmesi için; coğrafi büyüklük, nüfus veya ülke, eyalet, il, ilçe gibi mülki sınıflandırma yapılması yönünde bir sınırlandırma bulunmamaktadır. Destinasyonların gelişiminin sosyal ilişki ve etkileşim süreçleri ile sağlandığı; sosyal yapı, imaj ve sosyal eylemlerin bir sonucu olduğu yaklaşımı benimsenmektedir. Destinasyonların içeriği açısından turizm destinasyonları, turizmin gerçekleştiği mekânları şekillendiren dinamik bir süreç olarak görülmektedir. Destinasyonların sahip olduğu çekicilikler, yerel kültür, etkinlikler, doğal çevre ve hizmetler destinasyon içeriğini belirlemektedir. Sosyolojik açıdan turist; turizm destinasyonunda deneyim arayan bir tüketici olarak görülmektedir. Ayrıca destinasyona yönelik turistik talep, turizm mekânını biçimlendiren bir sosyal deneyim yaratmaktadır (Framke, 2002).

Mekânsal açısından bir turizm destinasyonunun kimlik kazanabilmesi ve turist açısından doyurucu bir tatil deneyimine ulaşabilmesi için, bir arada bulunması gereken, daha önce de ifade edildiği gibi birbirine farklı düzeyde ilişkilerle bağlı, turizme bağımlı ve turizmden bağımsız bir takım bileşenlerin karışımına gereksinim duyulmaktadır. Doğal ve sosyo-kültürel kaynaklar turizm açısından çekicilik oluşturabilmekte, ulaşım altyapısı mekâna ulaşabilmeyi sağlamakta ancak mekânın turizm destinasyonu kimliği kazanmasında yeterli olmamaktadır. Bir mekânın turizm destinasyonu niteliği kazanabilmesi için ilk olarak turizm pazarına sunulabilecek doğal, yapay veya sosyo-kültürel turistik kaynaklardan bir ya da birkaçına sahip olması gerekmektedir. İkinci aşamada söz konusu mekânların ulaşım altyapısının oluşturulması/güçlendirilmesi ve turistik gereksinimleri karşılamak için üstyapısının

turizm gelişimine bağlı olarak tamamlanması gerekmektedir. Son aşama olan üst yapıyı oluşturan hizmet sağlayıcıların birbirleriyle ve destinasyon çevresiyle kaliteli, etkili ilişkiler kurması gerekmektedir (Ammirato vd., 2014). Tüm bu aşamaların sonucunda söz konusu mekân turist hareketlerinin hedefi olan bir turizm destinasyonuna dönüşmektedir. Bir başka ifadeyle mekânlar, turizm ihtiyaçlarından bir ya da daha fazlasını doyurması; aynı kültür, iklim ve doğa koşullarına sahip olması; ulaşım, konaklama, yeme içme ve eğlence gibi olanakları sunması, tüm paydaşların işbirliği içerisindeki etkileşimleri ve sahip olduğu imajı ile varlık kazanmaktadır (Bahar O. ve Kozak M., 2012, 41; Usta, 2016).

Destinasyonlar sahip oldukları çekicilikleri, yoğun ziyaretçi kabulleri, doğrudan ve dolaylı pek çok turizm hizmet üreticisinin faaliyetleriyle turizmin hayat bulduğu mekânlardır. Seyahat etme isteği yaratacak bir mekân/destinasyon olmadığı durumda turizmin var olması mümkün değildir. Ayrıca derecesi değişmekle beraber bir mekânın gelişim ve değişiminde rol oynayan en önemli ekonomik ve sosyal faaliyetlerden biri olarak turizm kabul edilmektedir (Özdemir, 2014; Lew, 1987).

Turizm destinasyonlarında elde edilen deneyimler; turist, turistin köken ülkesi, yerel halk, turizm sektörü ve destinasyon üzerinde etkiler yaratmaktadır. Turistin bir yeri hissetmesi, bir mekânın özünü ve ruhunu anlaması bir başka ifadeyle turizm destinasyonunu deneyimleyerek algılaması, turistin mekân ve yerel etmenlerle olan ilişkisine yön vermektedir. A. K. Gürbüz (1998); *“yerel halkın turistlerle kültür alışverişi sonucunda, dünya görüş ufğunun genişleyip zenginleşmesi ve geleneklerini muhafaza ederek de olsa ekonomik gelişme için yapılacak aksiyonlar konusunda eskisinden daha olumlu bir tutum takınabileceklerini”* belirtmektedir. Günümüz turizm araştırmalarında, turizmde mekân üretimi ve tüketiminin ötesine geçilerek turist ve yerel halk arasındaki ilişkiler üzerine çalışılmaya başlanmıştır (Zoğal ve Emekli, 2017, 22). Turizm mekânında bir başka ifadeyle turizm destinasyonunda turist diğer turistler, yerel halk ve turizm çalışanları gibi farklı gruplardan bireyler ile temas etmekte, sosyal ilişkiler kurarak etkileşimler yaşamaktadır. Giderek artan sayıda çalışma, uluslararası turistler ve yerel halk arasındaki etkileşimleri incelemektedir (Tucker ve Lynch, 2004; Zhang vd., 2006, Inbakaran ve Jackson, 2006; Mansfeld ve McIntosh, 2009; Yu ve Li, 2013).

Birey ilişkilerinin ve etkileşimlerinin bir ürünü olan toplumda, her tür iletişim ve etkileşim mekânda gerçekleşmektedir. Birey-çevre ilişkileri bir başka ifadeyle bireylerin mekânla uğraşları ve kurdukları ilişkiler, insanlık tarihi kadar eskiye dayansa da akademik anlamda bu çalışmaların daha yakın zamanlarda incelenmeye başlandığı bilinmektedir. Günümüzde kent bilimi, turizm, pazarlama, antropoloji, psikoloji, edebiyat, mimarlık, tarih gibi disiplinler kendi perspektiflerinden mekânı yorumlamakta ve mekân kavramsal olarak disiplinler arası bir çalışma alanına evrilmektedir. Araştırmacılar gittikçe artan bir biçimde, mekân anlamı ve yerleşimini birey-yer ilişkilerini anlamada, temel yapı taşı olarak görmeye başlamışlardır (Huang vd., 2017). Siyasal, sosyo-kültürel, ekonomik boyutlarıyla inceleme konusu yapılan mekân, gündelik yaşamdaki önemini her zaman korumuştur. İnsan yaşamının akıp gittiği mekânlar ve buralara atfedilen anlamlar; bireylerin, toplulukların veya toplumun çevre ile iletişim ve etkileşimde en önemli etmenlerinden biri olarak görülmeye devam etmektedir (Güleç Solak, 2017; Hutson, Montgomery ve Caneday, 2010; Wynveen, Kyle ve Sutton, 2009).

Türk Dil Kurumu'nda mekân; “yer, bulunulan yer” anlamına karşılık gelmektedir (TDK, 2019). Mekân kavramsal olarak; “tecrübe tarafından oluşturulmuş bir anlam merkezi” olarak tanımlanmaktadır (Tuan, 1975). Toplumsal ilişkiler içerisinde fiziki mekân çeşitli sosyo-kültürel, ekonomik, siyasi boyutlarıyla farklı anlamlar taşıdığı için önemli görülmekte, bundan dolayı da “mekân” bir metafordan ibaret olarak değerlendirilmemektedir (Öncü ve Weyland, 2007, 31).

Urry (2015)'ye göre; “*yalın mekân yoktur, sadece farklı türden mekânlar, mekânsal ilişkiler ve mekânsallaşmalar vardır*”. Giddens (1991), mekânın bir etkileşim ortamı olması dolayısıyla yerden farklılaştığını savunmaktadır. Dolayısıyla mekân, varlık alanında fiziksel olarak sürekli yaratılırken, zihin dünyasında da etkileşimlerin bir yansıması olarak yeniden oluşturulan, biçimlendirilen bir fenomen olarak görülmektedir (Yıldız ve Alaeddinoğlu, 2011, 845-850).

Lefebvre (1991) mekânın toplum tarafından üretilen bir ürün olduğunu ve her bir üretim şeklinin kendi mekânını ürettiğini, üretilen söz konusu yeni mekânların da yeni toplumsal ilişkiler ve etkileşimler oluşturduğunu belirtmektedir. Lefebvre'ye göre, sosyal alanda gerçekleşen faaliyetler, mekân ve etkileşim birbirine bağlıdır. Etkileşimin

gerçekleşmesi için mekân kullanılmakta, söz konusu etkileşimler de mekânı yeniden üretmektedir (Güllüpcinar, 2012). Lefebvre (1994) mekânı açıklarken; mekânın nasıl anlamlandırıldığı, deneyimlendiği ve tasarlandığı konusunda üçlü bir yapı önermektedir. Bunlar: tasarlanan mekân-mekânın temsil(ler)i, yaşanan mekân-temsil(ler)in mekânı ve anlamlandırılan mekân-mekânsal pratiklerdir. Mekânın temsili; yüceltilen, hâkim olunan, üretim ilişkilerine bağlı ortaya çıkan düzenin bilgi, imge ve sembollerinden oluşandır. Yaşanan mekân, insana ait tutku ve eylemlerin gerçekleştiği, dinamik, ilişkiel durumların yaşandığı yerleri kapsar. Anlamlandırılan mekân ise toplumun performansını ve yeterliğini gerektiren, üretimi, yeniden üretimi, mekânsal kümeleri, özgün yerlerin karmaşık sembollerini ifade eder. Bu üçlü yapı arasındaki ilişkiler, mekânı hem yukarıdan aşağıya hem de aşağıdan yukarıya üretilen bir ürün haline getirmekte, yaşamları etkilemektedir. Yaşanan (lived) mekân, algılanan (perceived) mekân ve bilinen/anlamlandırılan (conceived) mekân birbirinden ayrılamayan bir bütünün parçaları olarak görülmektedir. Ancak bilimsel pratikler içinde mekânın bilinen, algılanan ve yaşanan boyutları birbirinden ayrılmakta ve bunlar sırasıyla fiziksel, zihinsel ve toplumsal mekânlara karşılık gelmektedir (Arslan Avar, 2009). Mekân toplumsal ilişkilerin gerçekleştiği bir zemin olmasının ötesinde, toplumsal ilişkilerin üretimi, denetimi, farklılaştırılması, sürdürülmesi ve hatta sınırlandırılmasını sağlayan bir öznedir (Aydemir, 2011). Mekânlar bireylerin nereye dahil olduklarını, kimlerin bizden, kimlerin öteki olduğunun ayrımında yol gösterici olan, bireylerin birbirlerine yönelik duygu, düşünce ve davranışlarında etki yaratan, sosyal ilişki ve etkileşimlerin ortamlarıdır.

Sosyal/mekânsal teorisyenler, sosyal ve mekânsal olayların ilişkili olduğunu belirtmişler ve biri olmadan bir diğersinin anlaşılamayacağına ek olarak da resmin tamamının görülemeyeceğine vurgu yapmışlardır (Kaya İ., 2014). Massey (1994); sosyal süreçlerin mekân üzerinde oluşmasının, uzaklık ve yakınlıkların, alanlar arasındaki coğrafi çeşitliliğin, özgün yerlerin bireysel karakterinin ve anlamlarının toplumsal süreçlerin işleme açısından önemli olduğunu belirtmektedir.

Giddens (1976) “Sosyolojik yöntemin yeni kuralları: yorumlayıcı sosyolojinin pozitif eleştirisi” kitabında bireyin toplumla etkileşime girdiğini ve toplumun yaratılmasında aktif olarak rol oynadığını belirtmektedir. Kendini mekânlarda üreten toplum, sahip olduğu toplumsal kimliğini mekânlara yansıtmaktadır. Mekân değer yüklenen, bellek,

aidiyet, toplumsal ilişkiler, statü gibi doğrudan birey kimliğini oluşturan faktörlerle yakın ilgilidir (Aksan, 2008). İnsan, toplum ve mekân ilişkilerini şu şekilde özetlemek mümkündür: İnsan ve toplum ilişkileri, sosyal yapılanma, sosyal değişim, sosyal ilişkiler ve etkileşimler bir mekânda, mekânın sağladığı ortamda varolmaktadır. İnsan mekânda sosyal ilişkilerin bir parçasını oluşturmakta ve mekân toplum için önem taşıyan sembolleri ve anlamları temsil etmektedir (Erdönmez ve Akı, 2005, 85). Simmel (2015), boş bir yere anlam kazandıran etkileşimlerdeki mekânsal biçimlerin beş temel özelliğini çözümlenmiştir. Bu özellikler şunlardır (Urry, 2015):

- Bir mekânın eşsiz ya da biricik niteliği,
- Bir mekânın, mekânsal olarak “çerçevelemiş” parça ve etkinliklere bölünebilme biçimleri,
- Etkileşimlerin mekân içine yerleştirilebilme düzeyi,
- Özellikle yerleşim yerindeki yakınlık/uzaklık derecesi ve görme duyusunun rolü,
- Konumların değişme olanağı ve özellikle yabancıların gelişinin sonuçlarıdır.

Seyahatin demokratikleşmesiyle, ulusal veya uluslararası bir serbest dolaşım olanağı sunan, nüfusun coğrafi devinimi olan turizm; bireylerin boş zamanlarını değerlendirmek amacıyla gerçekleştirdikleri oldukça geniş bir kapsama sahip “*yer/mekân değiştirme*” hareketi olarak görülmektedir (Bimonte ve Punzo, 2016, 128; Urry, 2015). Turizmin özünde mekân değiştirme özelliği bulunmaktadır. Bireyin sürekli yaşadığı mekândan kısa ve geçici süreli ayrılığı turizmin dinamik yönünü ortaya koymaktadır. Turizm, “*bireylerin sürekli konutlarının bulunduğu yer dışındaki yaptıkları seyahat ve gittikleri yerlerde geçici konaklamalarından doğan ihtiyaçlarının karşılanması ile ilgili faaliyetlerdir*” (Olalı, 1982). Bireyin çeşitli mekânlarla kurduğu her bir farklı ilişkinin yapısal özelliği hem onun statik durumunu, hem de yer değiştirme durumunda davranışın turizm olgusuna varlık kazandırıp kazandırmamasına vurgu yapmaktadır. Bu durumda belirli bir özelliği kapsayan birey-mekân ilişkisi, yer değiştirmeler arasında turizme özgü olanların ayrımında bir ölçüt olarak kabul edilmektedir (Eralp, 1983). Seyahat bireylerin başka çevreleri, mekânları ve diğer bireyleri ziyaret etmelerini ve bunu stilize edilmiş biçimlerde yapmalarını sağlamaktadır. Birey uluslararası seyahatiyle; rutin yaşamındaki kural ve kısıtlamalardan uzaklaşarak, farklı davranış normlarının, özellikle yabancılarla birlikte

söz konusu normların varlık gösterdiği eşiksel bir mekâna girmektedir (Urry, 2015). Bu durum turizm destinasyonlarında yer alan tüm sosyal gruplar için mekânı, çeşitli anlamları ile birbirinden ayıklanamayacak bir bütünlük olarak görmeyi ve bu bakış açısıyla değerlendirmeyi gerekli kılmaktadır.

Uluslar arası turizm hareketleri, farklı toplumların karşılaşmasını ve temasını içeren bir kültürel ortam yaratmaktadır. Bu karşılaşma ve temasın; bir tarafında daha iyi bilinen, istikrarlı bir nüfus olan yerel halk; diğer tarafında ise değişken olan ve önceden bilinmeyen turistler yer almakta ve aynı turistik ortam içerisinde bulunmaktadır (Bimonte, 2008).

Turistin tatil deneyiminde önemli bir yere sahip olan yerel halkı açıklayabilmek için öncelikle yerel kavramı ile anlatılmak istenene vurgu yapmak yerinde olacaktır. Yerel, toplumsal olarak tanımlanan ve yaratılan mekânsal kendiliklerdir. Yerel alan, gündelik yaşamın odağında, bireylerin sadece ikamet ettikleri yer olmanın ötesinde, bireylerin yaşamlarının çoğunu geçirdikleri, yaşam dünyalarını oluşturdukları mekânlardır. Yerellik; bireylerin birbirleriyle ve fiziksel çevreyle etkileşim biçimlerini ve deneyimlerini ekleme yollarını birbirine bağlamaktadır (Berner, 2007). Yerel olanlar, “bizim gibi/bizden bireyler” ile yerel olmayanlar, “yabancılar”, “dışarıdan gelenler”, “diğerleri” arasında bir ayrımın yapılabilmesine, belirli bir coğrafyada yaşayanların kültürüne atıfta bulunmaktadır (Urry, 2015). Yerel halk kavramı ile belli bir yerde yaşayan bireylerin ilişkilerine, karşılıklı bağımlılıklarına ve etkileşimlerine işaret edilmektedir. Massey (1994) ile Lash ve Urry (2002)’nin ifade ettiği gibi, teorik bir kavram olan yerelin, somut, ampirik veya otantik olanla ya da mekânsal olarak sınırlı bir kendilikle (entity) karıştırılmaması gerekir. Bu çalışmada “yerel” “belirli bağlamlardaki konumlandırma edimleri (acts of positing) anlamında kullanılmıştır. İnsanlar mekânlara bağlamdan bağlama değişen birçok farklı anlam yüklemektedirler. Kısacası tek bir yerel yoktur, çeşitli küresellerle karmaşık biçimde yan yana duran çeşitli “yerel”ler vardır (Gannam, 2007).

Günümüzde turizm destinasyonları, turistik mal ve hizmetlerin tüketiminin gerçekleştiği birer turistik tüketim mekânına dönüşmüştür. A. K. Gürbüz (1998); “Özellikle bir toplumun yaşayış tarzının ekonominin gelişmişlik düzeyine ve özelliklerine göre şekillenebileceğini” ifade etmektedir. Yerel halk ve turistler

tarafından görsel etmenlerden oluşan hizmetler ve kullanıma bağlı olarak zaman içerisinde üretilen ve tüketilen mekânlar, yerelde kimliklerin de tüketilmesiyle neredeyse herşeyin tüketildiği turistik mekânlara dönüşmektedir (Urry, 2015). Turizm destinasyonları günden güne değişen, süreklilik taşımayan müdavimleriyle gelip geçiciliğin, insan akışkanlığının, sosyopsikolojik açıdan yabancılaşmanın, göçebe yaşamın ya da turist deneyimlerinin şekillendirdiği sanal bir mekân olmaya doğru evrilmektedir (Aytaç, 2017).

İnsanoğlunun sosyal bir varlık olarak diğerleri ile birlikte yaşama zorunluluğu, ihtiyaç ve isteklerinin karşılanması çabası beraberinde yerleşik yaşamı getirmiştir. Yerleşik yaşam yerleşim mekânlarının oluşturulmasını zorunlu kılmıştır. Geçmişten bugüne yerleşim mekânlarının bir kısmı yok olmuş, bir kısmı işlevsel özelliklerini muhafaza ederek günümüze kadar gelmiş, bir diğer kısmı ise değişimlerden etkilenerek işlevsel açıdan dönüşüm sürecine girmişlerdir.

2.3. Turizm Destinasyonlarının Özellikleri

Yerlerin, mekânsal boyutunun turizmde üretim, tüketim ve ev sahibi topluluk ile iç içe geçmiş olduğu vurgulanmaktadır (Saraniemi ve Kylänen, 2010, 6). Turizm destinasyonları, turistlere sunulan ürünlerin, hizmetlerin ve nihai olarak yerelde elde edilen deneyimlerin bir kombinasyonu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir turizm destinasyonunu diğerlerinden farklı kılan, ayıran etmenler söz konusu destinasyonun sahip olduğu özellikleridir. Dünya genelinde her bir turizm destinasyonu, bir diğerinden farklılık göstermekte ve birbirine benzemeyen karakteristik özellikleri onları benzersiz kılmaktadır. Bu nedenle her bir turizm destinasyonu kendine özgü ayrı bir mekân olarak kabul edilmektedir. Ancak yeni turizm destinasyonları yaratılma sürecinde birbirine benzeyen mekânların ortaya çıktığı gözlemlenmektedir. Turizm destinasyonlarının ortak özellikleri arasında; sahip oldukları değerlerle bir çekim gücü oluşturmaları, turistik istek ve ihtiyaçları karşılamaları, farklı grupları bünyelerinde barındırmaları (yerel halk, turistler, turizm işletmeleri vb.), belirli bir ziyaretçi kitlesi tarafından ziyaret edilmeleri sayılmaktadır (Ersun ve Arslan, 2011, 232). Turizm destinasyonunun sahip olduğu özellikler, turizm yapılanması ve turist beklentilerine cevap verebilecek biçimde harmanlanarak oluşturulmakta ve turizm gelişimine paralel olarak şekillenmektedir. İçinde bulunduğumuz yüzyılda bireyler arasındaki ilişkiler ve yoğun etkileşim, turizm

destinasyonlarını hızla etkilemekte ve turizm destinasyonları da bu yüksek tempolu döngüye dâhil olarak değişim ve dönüşüme uğramaktadır (Yıldız ve Alaeddinoğlu, 2011, 846). Bu durum farklı turizm destinasyonları arasında büyük beğeni ayrımlarının ortaya çıkmasına ve birinin bir diğerinin yerine tercih edilmesine sebep olmaktadır.

Turizm destinasyonları çevresel özellikleri ile turistleri destinasyona çekmekte, turizm faaliyetleri, işletmeler ve yerel halkın dahil olduğu süreç, yerel halkı, turistleri ve destinasyonu etkilemektedir. Rekabet edebilir, ekonomik açıdan kazançlı bir turizm destinasyonu yaratabilmek için; tüm paydaşların ortak amaçlarının ve odaklarının artırılması, destinasyon gelişiminin sağlanması ve yaşam kalitesinin artırılması için toplum desteğinin alınması, destinasyonda topluluk duygusunun artırılması/yeniden yaratılması, paydaşlar arası ilişkilerin güçlendirilerek etkileşimin sağlanması ve elde edilen gelirin daha çok kısmının destinasyonda kalması gerekmektedir (Morrison, Lynch ve Johns, 2004).

Turizm destinasyonları ile ilgili genel kabulleri aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür (Seaton ve Bennett, 1996, 350-351):

- Turizm destinasyonu iç ve dış birçok etmenden kolaylıkla etkilenebilmektedir.
- Turizm destinasyonu hem sosyo-kültürel hem de fiziksel bir varlık olarak kabul edilebilmektedir.
- Turizm destinasyonu sadece gerçekte var olan bir mekân olmakla birlikte, bireylerin zihinlerinde olduklarını düşündükleri soyut bir mekân olarak da kabul edilebilmektedir.
- Turizm destinasyonunda; gerçek olaylar, efsaneler ya da sanal olarak yaratılmış olaylar birer çekim etmeni olarak değerlendirebilmektedir.
- Turizm destinasyonu bütünleşik tek bir turizm ürünü ya da birden fazla ürün anlamına gelebilmektedir.
- Turizm destinasyonu geçmişte yaşanmış veya güncel olan olaylardan olumlu/olumsuz etkilenebilmektedir.
- Turizm destinasyonu büyük bir coğrafi alan içerisinde farklı özelliklere sahip nispeten daha küçük birden fazla coğrafi alanı kapsayabilmektedir.

Turizm destinasyonlarında, kısa süreli ve geçici konaklamalardan oluşan uluslararası turist hareketliliğinin yanında, göç olgusu içerisinde küresel ölçekte yaşanan bireysel hareketlilikler gözlenmektedir. Yeni hareketlilik biçimleri rastlantısal olmayan, birçok farklı tipteki birey tarafından çekici bulunan turizm destinasyonlarını hedef almaktadır. Bu destinasyonların göçün gerçekleştiği mekânlar olarak seçilmesinde sahip oldukları özellikler önemli bir yer tutmaktadır. Bu özellikler arasında; kültür, boş zaman aktiviteleri, misafirperverlik, sıcak bireysel ilişkiler gibi sosyo-kültürel turistik kaynaklar ile destinasyonun iklim, seyirlik manzaraları gibi doğal turistik kaynakları ve turizm işletmelerinin varlığı yer almaktadır.

2.4. Turizm Destinasyonlarının Sınıflandırılması

Turizm destinasyonlarında, bireylerin oldukça yakından, olabildiğince resmi olarak nitelendirilebilecek toplumsal ilişkileri ve etkileşimleri nasıl yaşadıkları, bu ilişki ve etkileşimlerin nasıl kesiştiği önemli bir soru olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir mekânda gerçekleşen toplumsal ilişkileri ve mekânın ziyaretçiler tarafından tüketilmesi gibi görünürde yalın olanı bilmek, gelişkin bir toplumsal kuramlaştırma gerektirmektedir. Neredeyse tüm toplumsal ve kültürel kuramlar mekânı bir şekilde tanımlamışlar, ancak mekân çeşitliliğini açıklamamışlardır (Urry, 2015).

Destinasyon olarak sınıflandırılacak birçok farklı mekândan bahsetmek mümkündür. Duran (2016)'a göre; günümüzde gerek küresel ölçekte yaşanan değişimler gerekse turist bakışı, turizm destinasyonlarını baskı altına almaktadır. Turizm destinasyonları sundukları turistik ürünlere göre ya da turist bakışıyla onların beklentilerine göre biçimlenme ikilemi yaşamaktadır. Turist açısından turizm destinasyonları bakılmak üzere seçilmektedir. Turist hayal kurarak, fanteziler üreterek, ya alışılmış olan her zaman karşılaştıklarından farklı anlamlar içeren ya da farklı bir düzeyde oluşan yoğun hazlarına yönelik beklentilerini gerçekleştireceğini umduğu destinasyona yönelmektedir (Urry, 2015). Turizm destinasyonlarının var olan turizm arzı ve sundukları ürünler, değişen turist istek ve beklentilerine cevap veremediğinde, turistik talebin düşmesi, zaman içerisinde ortadan kalkması ve mekânın turistik değerini yitirmesi söz konusu olmaktadır.

Farklı amaçlarla, farklı beklentilerini gerçekleştirmek üzere turizm aktivitelerine katılan ve değişik destinasyonları ortak amaçları doğrultusunda ziyaret eden turistler olduğu gibi, bir destinasyonu farklı amaçlarla ziyaret eden turistlerin de olması destinasyonlar için tanımlayıcı tipolojiler geliştirmeyi güçleştirmektedir. Turizm destinasyonları turizm çeşitleri kadar çok biçime sahiptir (Petroman, 2015). Bununla birlikte çoğu turizm destinasyonu birkaç kategoride sınıflandırılabilir (Buhalis, 2000).

Turizm destinasyonları Atay (2003) tarafından temel olarak iki grup altında sınıflandırılmıştır. Birinci grup içerisinde yer alan destinasyonlar, turistlerin seyahatleri boyunca ihtiyaç duydukları tüm ürün ve hizmetleri sunma potansiyeli bulunan, ekonomik olarak turizme odaklanmış ve gelişmiş turizm mekânları; ikinci grup içerisinde yer alan destinasyonlar ise turizm amaç edinerek geliştirilmemiş, ancak birçok turisti kendisine çeken turizm mekânlarıdır.

Birçok etmenin bileşiminden oluşan turizm destinasyonları, seyahatin ya da turistik bir aktivitenin ortaya çıkmasına sebep olan ana çekicilik göz önünde bulundurularak sınıflandırılabilir. Buhalis (2000) çalışmasında destinasyonları ana çekicilik açısından; kentsel, deniz kıyısı, dağ, kırsal, otantik ve eşsiz-egzotik destinasyonlar olarak sınıflandırmıştır.

Urry (2009) ise destinasyonları üç dikotomiye³ göre sınıflandırmaktadır. Bunlar; turist bakışının romantik⁴ ya da kolektif bir nesnesi olmalarına, tarihi ya da modern bir mekân olmalarına ve de otantik bir mekân olarak sunulup sunulmamalarına göredir. Araştırmacı turizm destinasyonlarını bu biçimde sınıflandırmanın basit olmadığını ancak bu dikatomileri kullanarak özetlemeyi yararlı bulduğunu ifade etmektedir.

N. Kozak (2012) turizm destinasyonlarını sundukları ana hizmet alanlarına göre; dinlenme hizmeti, kültür hizmeti, tarihsel içerikli hizmet, etnik turizm hizmeti, eğlence

³Dikotomi: İki farklı şey arasında karşıtlık kurma durumudur (www.uludagsozluk.com, 2019).

⁴Romantik bakış, tek başına seyre dilediği; ıssız kumsallara, bakir mekânlara “tek başına seyre dalış”a gönderme yapmaktadır. Kolektif bakış ise şenlikli bir etkinlik gibi başka bireylerin de o mekânda bulunmasıyla, başkalarını seyreden bireylere, kalabalığın ve hareketin olduğu mekânlara bakışı ifade etmektedir (Urry, 2009).

hizmeti, iktisadi ve siyasal içerikli hizmet sunan turizm destinasyonları olarak sınıflandırmıştır.

Bigné, Font ve Andreu (2000) altı genel tipolojiye göre bir sınıflandırma önermişlerdir. Bunlar: kentsel, kıyı, dağ, kırsal, keşfedilmemiş ve egzotik turizm destinasyonlarıdır (Pallavicini, 2017). Devam eden kısımda söz konusu destinasyonlar altı genel tipoloji altında açıklanmaya çalışılmıştır.

2.4.1. Kentsel Turizm Destinasyonları

Kentsel turizm destinasyonlarını açıklayabilmek için öncelikle kent ve kentsel mekân kavramlarını açıklamak yerinde olacaktır. Kent kavramının Güncel Türkçe Sözlük'teki isim anlamı; "şehir, nüfusunun çoğu ticaret, sanayi, hizmet veya yönetimle ilgili işlerle uğraşan, genellikle tarımsal etkinliklerin olmadığı yerleşim alanı, site"dir (TDK, 2019). Kentsel mekân tanımlamaları ülkeden ülkeye farklılık göstermekle birlikte; nüfus eşiği, nüfus yoğunluğu, yerleşim alanlarının bitişikliği, politik durum, tarım dışı mesleklerde nüfusun oranı ve belirli hizmet veya faaliyetlerin varlığı gibi değişkenlerden bir ya da birkaçı kullanılarak tanımlanmaya çalışılmaktadır (Hugo, Cahmpion ve Lattes, 2001). Kentler, farklı sınıflardan ve gruplardan insanların bulunduğu, kültürel çeşitliliklerin, değişik yaşam biçimlerinin sergilendiği, görece geniş bir coğrafi bir alana sahip, nüfus yoğunluğunun yüksek olduğu mekânlardır. Kentsel mekânlar; olayların geçtiği bir yer ya da insanların yöneldiği şeyin ötesinde, karşılıklı olarak, bilinçli ya da bilinçsiz bir biçimde toplumsal olarak üretilmektedir.

Kentlerin oluşumu insanın mekânı biçimlendirme çabasının sonucunda ortaya çıkmıştır. İnsanın kentleşmesi ise mekânın insanı biçimlendirmesine yol açmıştır. 19. yüzyıldan itibaren sanayileşmenin hızlı bir biçimde yerleşim alanları ile yakın çevresinde veya doğal kaynakların bulunduğu alanlarda sanayi tesisleriyle varlık göstermeye başlaması, söz konusu alanlarda değişimi beraberinde getirmiştir. Sanayi bölgelerine göç, artan nüfus ve söz konusu nüfusun fiziksel ve sosyal gereksinimlerini, isteklerini karşılama amaçlı açılan işletmeler söz konusu mekânlarda çehreyi değiştirmiştir. Söz konusu bu durum ise demografik, sosyal, kültürel ve siyasal süreçleriyle kentleşmeyi beraberinde getirmiştir. 1980'li yıllardan itibaren kentlerde yaşanan gelişim ve dönüşümlerde ulus ötesi ilişkilerin etkisi belirgin biçimde ortaya

çıkılmış, ilişkilerin rolüne yapılan vurgular belirgin biçimde artmıştır. Sosyologlar uzun yıllar boyunca sosyal bir grup olarak kenti, köy/kır topluluğunun karşıtı olarak görmüşlerdir. Ancak kentsel mekânların kırsal mekânlara dayalı açıklamaları yeni kent oluşumlarını açıklamada yetersiz kalmıştır. Castells (1977), kentsel alanın kıstaslarının tarihsel yönden göreliliğini ve muğlaklığından (kuramsal yönden) dolayı kentsel kavramının sınırlarını çizmenin gerekliliğine yönelik kuşkuları bulunduğunu ifade etmiştir. Kentsel mekânların sınırlarının çizilmesinin; ekonomik, ideolojik ya da politik bakış açısıyla tanımlamalar yapma yoluyla olabileceğini belirtmiştir (Gottdiener, 2001). Lefebvre kenti; mekân, gündelik yaşam, sosyal ve ekonomik (üretim) ilişkileri ekseninde, deneyimlerin kazanıldığı, ilişki süreçleri ile yeniden üretilen bir mekânsal alan olarak tanımlamıştır (Aslanoğlu, 1998).

Günümüzde kentsel mekânlar; kentlilerin, küresel ziyaretlere açıklığıyla kentteki ziyaretçilerin ve turistlerin varlığı ile giderek yabancılaşmanın, yeni imajların, değişen yaşam tarzlarının, gelip geçiciliğin ve topluluk duygusundan görece yoksunluğun ya da parçalanmışlığın deneyimlendiği modernitenin mekânlarına⁵ dönüşmüştür. Modernitenin kentsel mekânları tümüyle şekillendirmesi, kentsel mekânların karakteristik özellikleriyle, kent sakinlerinin kültürel ve sosyal etkileşimlerini biçimlendirmesi hali hazırda devam etmektedir. Bauman (2012) katı-durağan bir moderniteden, sıvı-akışkan moderniteye geçişi tasvir etmekte, bu bağlamda kentsel mekânlar modernite ve küreselleşmenin⁶ etkisinde, hem “gerçek” hem de “sanal” olarak katedilebilir hale gelmektedir. Bu bağlamda turizm açısından mekânlar; aktif katılım ile ziyaret edilerek, deneyimlenmekten pasif katılım ile uzaktan, sanal olarak deneyimlenen destinasyonlara dönüşebilmektedir.

Kentsel mekânların varoluşları medeniyet tarihi kadar eskiye dayanmakta ve günümüzde uluslararası turizm hareketlerinin önemli bir parçasını oluşturmaktadır (Buhalis, 2000; Urban Strategy Partners, 2017). Turizm açısından kentler; ticari amaçlı

⁵ Modernite: Kavram köken olarak 17. yüzyıla dayanmaktadır. Endüstriyel üretimin egemen olduğu, kentleşmenin yoğunlaştığı, bilimsel bilginin öne çıktığı, rasyonel örgütlenmenin başı çektiği manâlar bütünü olarak tanımlanmaktadır (Turan ve Aydilek, 2017, 281).

⁶ Küreselleşme: Dünyada farklı mekânlarda yaşayan birey, toplum ve devletlerarasındaki çevresel ilişki ve etkileşimlerin derecesinin “karşılıklı bağımlılık” kavramı çerçevesinde artan bir eğilim göstermesidir (Bayar, 2008). Yaşamın hemen her alanında; sosyal, kültürel, ekonomik, hukuki, fiziki çevrelerin ulusal, uluslararası veya dünya ölçeğinde yürütülen faaliyetlerden, insan, bilgi, sermaye hareketliliğinin yarattığı bağılıklar ve birbirine bağımlı bir mekânlar bütünü olma durumudur.

yapılan seyahatler, Antik Yunan'da düzenlenen olimpiyatlar, 14. yüzyılda hacıların Canterbury gibi kentlere ziyaretleri, 18. ve 19. yüzyılda Tarihi Avrupa Turu (Grand Tour) gibi keşif ve inceleme gezileri ile hedef varış yerleri olmuş, zenginler için eşsiz kentsel deneyimler sunmuşlardır (Karski, 1990: 15 akt., Hayllar, Griffin ve Edwards, 2008). Kentlerin sundukları fırsatlar, ziyaretçilere değer yaratan birer çekim merkezi olarak ön plana çıkmalarında etkili olmuştur. Kentler bir taraftan ekonomik gelişmişlikleri ile iş amaçlı seyahat edenlerin, bir diğer taraftan ise kentlilerin eş, dost ve akrabalarının ziyaretleri ile hedef olma özelliklerini sürdürmüşlerdir. Kentlerin ulaşım, konaklama, eğlence, boş zaman aktiviteleri açısından sundukları zengin çeşitlilik, hem ticari hem de turistik açıdan gelişmelerinde olumlu etkiler yaratmıştır. Kentlerin geçmişleri, sahip oldukları kültürel miras değerleri de kentsel mekânların bilinirliğini ve tanınırlığını arttırarak, daha fazla ziyaretçi çekmelerine yol açmıştır.

Ashworth (1989, 2003) kenti, turist aktiviteleri açısından önemli bir ortam olarak tanımlayan ilk araştırmacılardan birisidir. Kentlerin turizm destinasyonlarına dönüşmelerinde geçirdikleri evrim incelendiğinde üç durumdan söz etmek mümkündür: Bunlar; eski sanayi kentlerinin canlandırılarak turizme açılması, otantik değerlerin kentlerde turizm amaçlı değerlendirilmesi ve yapay çekicilikler oluşturularak turizmin kentte geliştirilmesidir (Hayllar vd., 2008). Eski sanayi kentleri yeniden canlandırılarak, dönüştürülerek, turizme kazandırılmış, birer çekim merkezi oluşturularak, popüler kentsel turizm destinasyonları yaratılmıştır. Liverpool'daki Albert Rıhtımı (Albert Dock-İngiltere) 1846 yılında yapılmış ve yıllar boyunca ülkenin ticari yaşamına yön vermiştir. Günümüzde çevresindeki kırmızı tuğlalı evler, kafeler, restoranlar, mağazalar ve müzeler ile turistler açısından uğrak ziyaret merkezlerinden biri konumuna ulaşmıştır (Kırtıloğlu, 2017). Chicago'daki Navy Pier İskelesi (ABD) en çok bilinen örneklerden bir diğeridir. 1916 yılında yapıldığında dünyanın en büyük iskelesi konumunda olan Navy Pier; lunaparkı, kentin birçok yerinden görünen dönme dolabı ile özellikle çocukları çekmekte, restoranları, alışveriş mağazaları, kongre-fuar alanları, sanat müzesi, sinema ve tiyatro salonları ile Chicago'yu ziyaret eden eden turistlerin uğrak mekânları arasında yerini almaktadır (Demir B., 2013). Otantik değerlerin kentlerde turizm amaçlı değerlendirilmesi; yerel kimliğin, kültürel miras çekiciliklerinin kenti ziyaret edenlere ve turistlere turizm amaçlı sunulması ile gerçekleşmektedir. Yunanistan'ın Atina kentinde bulunan Plaka mahallesi, Türkiye'de İstanbul kentinde; Fatih, Üsküdar ve Eyüp semtleri, İzmir'de Kadifekale, Muğla'da

Saburhane mahallesindeki eski Muğla evleri geçmişten günümüze taşımış oldukları kültürel miras değerlerini turizm amaçlı değerlendiren kentsel turizm destinasyonları örneklerinden sadece birkaçını oluşturmaktadır. Sanayileşmiş ve ekonomik açıdan gelişmiş kentlerde turizm açısından yapay çekicilikler oluşturularak turizm endüstrisi güçlendirilmekte, kentsel turizm destinasyonları yaratılmaktadır. Kentlerde; uluslararası etkinliklere ev sahipliği yapabilecek spor kompleksleri, müze kampüsleri, sanat merkezleri, büyük festival mekânları, çok kapsamlı eğlence merkezleri ve temalı parklar (Disneyland; Paris, California, Tokyo), kongre ve fuar alanları (Londra, Paris, Frankfurt, İstanbul, Antalya) gibi yapay çekicilikler oluşturularak turist ve ziyaretçiler söz konusu yerlere çekilmeye çalışılmaktadır.

İlgi çekici yerleri olan büyük veya küçük kentsel turizm destinasyonları içerisinde; başkentler, kültürel başkentler, büyük tarihi kentler, endüstriyel kentler, kültür ve sanat kentleri yer almaktadır. Kentsel turizm destinasyonları; iş, kongre, kültür, sanat, eğitim, sağlık, din ve incentive (özendirici, teşvik edici) etkinliklerin gerçekleştirilebildiği mekânlardır. Küreselleşme ve 21. yüzyıl politikalarının etkisiyle biçimlenen kentler, özellikle megakentler ve küresel kentler, sosyal statüsü yüksek gruplara hitap eden lüks turistik yerleri ile ön plana çıkmaktadır.

2.4.2. Kıyı Turizm Destinasyonları

Tarih öncesi dönemlerden günümüze; göl, akarsu ve denizler insanların yaşamlarını idame ettirebilmeleri, çeşitli gereksinimlerini karşılayabilmeleri açısından her zaman eşsiz bir değere sahip olmuştur. Kara parçası ile suyun birleştiği yer olan kıyıları; yerleşik hayata geçilen zamanlardan bu yana yerleşim alanları olarak seçilmiştir. Kıyı kesimleri; biyolojik (beslenme, barınma/yerleşme); ekonomik (ticaret, sanayi, tarım, hizmet); psikolojik ve sosyal gereksinimleri karşılama (rekreasyon ve turizm) amaçlı değerlendirilen, ilgi odağı olan, çeşitli etkinliklerin gerçekleştirildiği mekânlar olarak birçok farklı fonksiyon üstlenmişlerdir.

Kıyı mekânları sahip oldukları karakteristik özellikleriyle turizm açısından çekicilikler barındıran, tanınırlığının artmasına paralel olarak yoğun turist akışlarına sahne olan turizm destinasyonları olarak dikkat çekmektedir. Özellikle denize kıyısı bulunan balıkçı kasabalarının, küçük yerleşim birimlerinin küreselleşme ve turizm

faaliyetlerinin etkileriyle değişim ve dönüşümü gerçekleşmektedir. Kıyı şeritlerinin arazi kullanımından kaynaklanan farklılaşmalar, bir başka ifade ile turizm amaçlı kullanımları kıyı turizm destinasyonlarını yaratmaktadır. Kıyı turizm destinasyonları, bir hat boyunca uzanan kıyısı ve plajı/plajları ile öne çıkan mekânsal yerleşmelerdir. Kıyı turizm destinasyonlarının fiziksel ve fonksiyonel yapısı, kıyıların turizm amaçlı kullanım yoğunluğuna ve turizm gelişme düzeyine bağlı olarak şekillenmektedir. Dünyada yoğun bir biçimde Akdeniz çanağında kıyı şeridi boyunca, turizm tarafından veya turizm için yaratılmış deniz kıyısı destinasyonları bulunmaktadır. Kıyı turizm destinasyonları, mekânsal ve sosyal açıdan farklı manzaralar sunan, söz konusu manzaralarını turistleri çekmek için sembolik mıknatıslar olarak kullanan destinasyonlardır (Soto ve Clavé, 2017, 117).

Kentlerde yaşanan gürültü, kirlilik, stres gibi birçok olumsuz durum bireylerin günübirlik veya hafta sonları yakınlarında bulunan kıyı şeritlerine ya da daha uzun süreli tatili kapsayan dönemlerde görece uzak kıyı destinasyonlarına yönelmelerinde etkili olmuştur. Kıyı turizm destinasyonları; deniz, kum, güneş üçlüsünü ulaşmak isteyen, ada ziyaretleri, dalış veya su sporları aktivitelerine katılma arzusundakilerin hedef varış yeri olarak, yat, tekne veya kruvaziyer gemiler ile seyahat edenler için uğrama/durma yerleri olarak turizmde ön plana çıkmaktadır. Kıyı turizm destinasyonlarının bir kısmı zaman içerisinde ikinci konutların yapılması ile haftasonları ya da sezonluk ziyaret edilen mekânlardan, emeklilik, daha iyi yaşam vb. nedenlerle göç edilen mekânlar haline gelebilmektedir. Özellikle; ikinci konutların artışı, ikinci konut sahiplerinin yerleşim kararı olarak konutlarını birinci konutlara dönüştürmeleri, kıyı turizm destinasyonlarının turistler tarafından tercih edilmeyen, gerileme ve yok olma aşamasına gelen turizm mekânlarına evrilmelerinde etkili olmaktadır.

2.4.3. Dağ Turizm Destinasyonları

Dağlar; boş zaman değerlendirme, spor yapma ve turizm açısından taşıdıkları potansiyeller ile dikkat çeken ve insan yaşamında önemli bir yeri bulunan mekânlardır. İnsanlar eski dönemlerde güvenlik, hayvancılık faaliyetlerini sürdürme, yaz mevsiminde dinlenme ve rahatlama amaçlı dağlara yönelmekteydi. Günümüzde ise söz konusu amaçların yanı sıra kış mevsiminde de seyahat edilen, sporsal aktivitelerin

mekânları olarak dağlar, birer turizm destinasyonuna dönüşmeye başlamıştır. Doğa gezileri, yürüyüşler, inceleme gezileri, tırmanma, dağ ve kış sporları aktiviteleri dağ destinasyonlarının tanınırlığını ve bilinirliğini artırmış, turizm potansiyeline sahip dağlar, turizme kazandırılarak dağ turizm destinasyonları yaratılmıştır. Dağ sporları kapsamında, dağ/doğa yürüyüşü, tırmanış (kaya, buz) ve kayaklı dağcılık aktiviteleri yer almaktadır. Kış turizmi aktivitelerinin de gerçekleştirildiği dağ destinasyonlarında, geleneksel dağcılığın yanısıra dağ bisikletçiliği de yapılmaktadır. Dağ destinasyonları; geleneksel turizm destinasyonları içerisinde yer almakta ve kıyı destinasyonlarının ardından en çok tercih edilen mekânlar olarak dikkat çekmektedir.

Alp Dağları ilk dağ destinasyonları arasında sayılmaktadır. Son 50 yıldır dağ destinasyonlarına olan ilgi artmış, Alpler (Avrupa), Kayalık (Kuzey Amerika) gibi geleneksel hale gelmiş dağ destinasyonlarına, And (Güney Amerika), Atlas (Afrika), Himalayalar/Karakum, Kafkas (Asya) Dağları ve Antartika'daki dağ destinasyonları dahil olmuştur. Avrupa'da dağ destinasyonu dendiğinde ilk akla gelen Alpler; Fransa, İtalya, İsviçre, Liechtenstein, Almanya, Avusturya ve Slovanya dahil olmak üzere 7 ülkeyi kapsamaktadır Asya'da Everest Tepesi'nin de bulunduğu Himalaya Dağları 8.000 metreyi aşan birçok yüksek zirvesi ile öne çıkan dağ turizm destinasyonları arasında yerini almıştır (Somuncu, 2004).

Türkiye'de dağ destinasyonlarına ilk ziyaretler 19. yüzyılda bilimsel amaçlı ziyaretler ile başlamış, 20. yüzyılda spor amaçlı gerçekleştirilen ziyaretler dağ destinasyonlarının bilinirliğini arttırarak turizme kazandırılmasında etkili olmuştur. Uludağ (Bursa), Palandöken (Erzurum), Erciyes (Kayseri), Köroğlu (Bolu), Kaz Dağları (Balıkesir-Çanakkale), Ilgaz (Kastamonu-Çankırı), Kaçkar Dağları (Rize-Artvin), Aladağlar (Kayseri-Niğde-Adana) ve benzeri birçok dağ turizm destinasyonuna son yıllarda yerli ve yabancı turistler tarafından gösterilen ilgi artmıştır.

2.4.4. Kırsal Turizm Destinasyonları

Kırsal turizm destinasyonlarını irdeleme açısından kır, kırsal kavramlarını açıklamak, yerinde olacaktır. Kır kavramı; kasaba, köy, belde yerleşim birimleri gibi kent dışında kalan yerleşimleri ve toplulukları kapsamaktadır (Arslan ve Çağlayandereli, 2016, 372). Kırsalın isim anlamı Güncel Türkçe Sözlükte; "Az insanın barındığı, genellikle

kır durumundaki yer” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2019). Kırsal yerleşmeler genel olarak Avrupa’da “rural-kırsal”, Amerika ve Kanada’da “farm-çiftlik”, Türkiye’de “köy” olarak adlandırılmaktadır. Kırsal mekân tanımlamaları da kentsel mekân tanımlamaları gibi ülkeden ülkeye farklılık göstermekle birlikte; nüfus eşiği, nüfus seyrekliği, yerleşim alanlarının ayrıklığı, politik durum, tarım sektöründeki nüfus oranı ve belirli hizmet veya faaliyetlerin yoksunluğu gibi değişkenlerden bir ya da birkaçı kullanılarak tanımlanmaktadır. Kırsal mekânlar genel olarak; demografik, ekonomik, sosyo-kültürel ve siyasal açıdan öne çıkan özellikleriyle açıklanmaya ve anlaşılmaya çalışılmaktadır. Kırsal mekânlar demografik açıdan; nüfusun az olduğu, Türkiye’de 20.000 ve da az nüfusa sahip (TÜİK, 2012), dışa göç veren, yüksek bebek doğum ve ölüm oranlarına sahip özellikleriyle ön plana çıkmaktadır. Ekonomik açıdan kırsal mekânlar; sermaye birikiminin düşük olduğu, istihdamın tarım ve hayvancılıkta yoğunlaştığı, tarım dışı iktisadi faaliyetlere katılımın ve işbölümünün yok denecek kadar az olduğu mekânlardır. Sosyo-kültürel açıdan kırsal mekânlar; geleneklere bağlı, yüz yüze, yakın komşuluk ilişkilerinin kurulduğu, kültürü, özel bir adı ve tarihi bulunan (Arslan ve Çağlayandereli, 2016, 372), aidiyet ve topluluk duygusunun yüksek olduğu, sosyal mesafenin kısa, sosyal etkileşimin yüksek olduğu ortamlardır. Eğitim ve kültürel aktiviteler açısından kırsal mekânlar; sosyal ve kültürel olanakların yetersiz, iletişim ve ulaşım kanallarının sınırlı kaldığı mekânlardır. Siyasal açıdan kırsal mekânlar; kamu politikalarına katılımın düşük, modern ilişki ve özgürlüklerin kısıtlı olduğu mekânlar olarak tanımlanmaktadır (Nerse ve Türk, 2017, 507-509).

Kırsal mekânlara ilgi 19. yüzyılda başlayan sanayileşme ve akabinde sanayi kentlerinin sayısının hızla artmasının bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Kırsal mekânlar gün geçtikçe daha çok dinlenme, boş zaman aktiviteleri, eğlence, ikinci konutlar ve kentsel yerleşim yerlerine alternatif olarak görülmeye başlanmıştır. “Doğaya dönüş efsanesi-*back to nature myth*” kavramı, kentlileşme eğilimine karşı geliştirilmiş, insanın geçmişe ve doğaya duyduğu özlem, kentsel yaşamın tamamlayıcısı olarak betimlenmiştir (Bessière, 1998). Çalışma yaşamından kaynaklanan stres, kalabalık, gürültü, kirlilik vb. etkenlerden kaçmak isteyen kentli bireylerin arayışı, kırsal mekânlara yönelimi, doğaya dönüş trendini başlatmıştır. Kentlilerin kentsel mekânlardaki yapaylık, yabancılaşma, kalabalık, kaos, tek düze yaşam ve sosyalleşememe sorunları olduğu bilinmektedir. Söz konusu sorunlarla başetmek isteyen kentliler; gündelik yaşamlarını sürdürdükleri kentten kısa süreli doğaya, otantik olana kaçma ve kırsal mekânları tüketme

davranışlarında bulunmaktadır. Günümüzde kırsal mekânlar; doğa ile içiçe olmak, fiziksel ve ruhsal açıdan rahatlayarak dinlenmek, eğlenmek için arzulanan, tercih edilen mekânlar olmuştur (Baysal, Özgürel ve Çeken, 2016). Kentliler başta olmak günümüz modern insanının, istek ve tercihlerindeki niteliksel değişim, insanın doğaya dönüşü biçiminde kendini göstermiştir. Söz konusu değişim; bir taraftan kent tasarımlarında “yeşil”in ön plana çıkarılmasına, bir diğer taraftan “yeşil”e sahip kırsal mekânların, birer tüketim merkezine dönüşmeye başlamasına yol açmıştır. Tüketim mekânlarına dönüşmeye başlayan kırsalın tarımsal üretim işlevindeki azalmalar ve hatta yokoluşlar ile ortaya çıkan yapısal değişim de etkili olmuştur. Kırsal mekânlar hem turist ve ziyaretçilerin akışları, hem de içinde bulunduğu üretim çıkmazına alternatif olarak birer turizm destinasyonuna dönüşmeye başlamıştır. Turizm açısından kırsal mekânlar; kentsel mekânlar (kentler, şehirler, resortlar vb.) dışında kalan, doğal ve kültürel çekicilikler açısından benzersiz birer cazibe merkezi olma potansiyeli bulunan, sosyal ve doğal fiziksel çevresi korunmuş mekânlardır.

Günümüz modern insanının zorunlu çalışma zamanı dışında kalan zamanlarda sürekli ikamet ettiği mekânlardan ayrılarak; ruhsal, bedensel ve zihinsel olarak dinlenebildiği, yenilenebildiği, sağlığına kavuşabildiği ve boş zaman aktivitelerini gerçekleştirebildiği mekânlar arasında kırsal turizm destinasyonları yer almaktadır. Kentlilerin, kent çevresindeki kırsala gününbirlik ya da hafta sonu tatilinde kısa süreli kaçışları olabildiği gibi, kilometrelerce uzaklıklardaki kırsal mekânlara daha uzun süreli kalışlarının söz konusu olduğu turistik seyahatleri gözlemlenebilmektedir. Sahip olunan doğal çekicilikleri, özellikle geniş yeşil alan ve ormanları ile dikkat çeken kırsal destinasyonlarda; termal turizm, mağara turizmi, yayla turizmi, botanik turizmi, kuş gözlemciliği, ekoturizm, çiftlik turizmi ve tarım turizmi gerçekleştirilebilmektedir.

Kırsal mekânlarda turizm faaliyetlerinin varlığı, temelde kırsal turizmin temel bileşenlerine göre şekillenir. Kırsal mekânlarda ekonomik, sosyo-kültürel ve siyasal açıdan yaşanan değişim ve dönüşümler, kırsal ve kentsel mekânlar arasındaki sınırları bulanıklaştırmakta, kırsal ve kentsel mekânları birbirine yakınlaştırmak ve işlevsel açıdan bütünleşmelerinde etkili olmaktadır. Turizm kırsal mekânların etkileşimli ve geçişli bir yapıya dönüşmesini hızlandırmaktadır (Nerse ve Türk, 2017, 505).

2.4.5. Keşfedilmemiş Turizm Destinasyonları

Keşfedilmemiş turizm destinasyonları; farklı çekicilikleri bulunan, az bilinen, turizm gelişiminin düşük olduğu mekânlardır. Genellikle 3. dünya ülkelerinde alışılmışın dışında farklı özellikleri bulunan, pek çok insanın bilmediği, adını bile duymadığı bâkir mekânlardır. Bozulmamış çekicilikleri ile keşfe odaklanmış, macera peşindeki turistlerin öncü ziyaretleri ile yavaş yavaş varlıklarından haberdar olunan, macera duraklarıdır. Keşfedilmemiş turizm destinasyonları ağırlıklı olarak; Asya, Güney Amerika ve Afrika kıtalarında yer almaktadır. Kitle turizminin hedef varış yerleri arasında henüz bulunmayan, adı üzerinde keşfedilmemiş destinasyonlar, her ne kadar doğal ve sosyo-kültürel turistik kaynaklara sahip olsalar da altyapı ve turizm hizmetlerini üretecek işletmeler açısından yetersizdirler.

2.4.6. Egzotik, Eşsiz ve Ayrıcalıklı Turizm Destinasyonları

Kişiyeye özel hizmetler sunan, sahip olduğu çekicilikleri ile ziyaretçilerine unutulmaz, rüya gibi bir tatil deneyimi yaşatan lüks turizm destinasyonlarıdır. Yaşam boyunca en azından bir defa da olsa deneyimlenmesi tavsiye edilen, bir turistik ürün olarak fiyatı yüksek olan mekânlardır. Egzotik, eşsiz ve ayrıcalıklı turizm destinasyonları; kitle turizminin hedef destinasyonları dışında kalan, ziyaretçi sayıları kontrol altında tutulan, az ziyaretçi sayısı ile turist başına en yüksek gelirin elde edildiği destinasyonlardır. Prestij ve ayrıcalık sunan destinasyonlar; evlilik, balayı ve benzeri özel günlerin kutlamaları ile teşvik (incentive) seyahatlerinin gerçekleştirildiği turizm mekânlarıdır.

Günümüzde bir taraftan siyasal, ekonomik ve kültürel boyutlarıyla neredeyse tüm dünyayı etkisi altına küreselleşme, diğer taraftan uluslararası turizm hareketleri; köy, kasaba ve beldeleri hızlı bir biçimde dönüştürmekte ve yeni turizm destinasyonları yaratmaktadır. Küçük balıkçı kasabaları canlandırılarak, deniz kıyısı ve kış sporu resortları oluşturularak, kongre merkezleri inşa edilerek, rekreasyon aktivitelerine yönelik temalı parklar yapılarak, turist eğlence merkezleri ve termal-kaplıca kentleri yaratılarak turizm destinasyonlarına dönüşen mekânların sayısı ve turistik ürün çeşitliliği baş döndürücü bir hızla artmaktadır.

3. TURİZM DESTİNASYONLARINDA YERLEŞİK YABANCI-YEREL HALK ETKİLEŞİMİ

3.1. Yerleşik Yabancı-Yerel Halk Etkileşiminde Bazı Temel Kavramlar

3.1.1. Göç ve Yaşam Biçimi Göçü Kavramları

Dünya genelinde göç hareketlerinin başlangıcı neredeyse insanlık tarihi kadar eski olsa da 21. yüzyıl bazı göç teorisyenlerince “Göç Çağı” olarak adlandırılmaktadır (Castles, Haas ve Miller, 2014; Sağır, 2011). Göç olayının temelinde küreselleşme süreciyle birlikte üretim faktörlerinin uluslararası bir boyut kazanması, özellikle emeğin serbest dolaşımı yatmaktadır. Modern yaşamın temellerini atan göç, uzun yıllar boyunca, geleneksel olarak yeni bir mekânda, yeni bir yaşama doğru atılan bir defalık bir adım olarak görülmüş, farklı disiplinlerce inceleme konusu yapılmıştır. Modernizm⁷ sonrası çok yönlü bir yapı sergileyen insan hareketlilikleri, turizm ve göç olguları arasındaki sınırları bulanıklaştırmıştır (Waller, 2018). Günümüzde hemen hemen her yaşam biçiminden ve kökenden bireyin katıldığı göç hareketlerindeki yoğunluk; göçün nedenleri, amaçları ve yöntemi gibi etmenlerin yeniden yorumlanmasını ve tanımlanmasını gerekli kılmıştır. Mekânsal bir hareketlilik olan göçün niteliksel ve niceliksel açıdan gösterdiği değişim; yerel, bölgesel, ulusal ve küresel ölçekte yarattığı etkiler nedeniyle uzun yıllar boyunca incelenecek, analizleri yapılacak, çözümlenecek bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Göç; göçün öznesi olan bireylerin doğum yeri, vatandaşlık durumu, ikamet ettikleri mekân, ikametleri (McAuliffe ve Ruhs, 2018, 15), geçicilik ve kalıcılık durumları, aidiyetleri, nereye evleri kabul ettikleri vb. kriterler gözetilerek birçok farklı biçimde tanımlanmaya çalışılmaktadır.

Türk Dil Kurumu’nda isim anlamı olarak göç; “ekonomik, toplumsal, siyasi sebeplerle bireylerin veya insan topluluklarının bir ülkeden başka bir ülkeye, bir yerleşim yerinden başka bir yerleşim yerine gitme işi, taşınma” olarak tanımlanmıştır (TDK, 2019). Genel

⁷ Modernizm: 17. ve 18. yüzyılda temeli atılan, 20. yüzyılın ortalarına kadar toplumsal yaşamın her alanına yerleşen bir olgudur. Touraine (1997) tarafından toplumsal yaşamın; siyaset, aile, ekonomi, sanat, din gibi çeşitli bölümlerinin farklılaşması; akılcı, bilimsel, teknolojik ve yönetsel etkinliğin ürünlerinin yaygınlaştırılması olarak tanımlanmıştır (Touraine, 1997 akt., Karakaş M., 2013).

olarak göç kavramını; bir bireyin ya da bireyler grubunun uluslararası sınırları geçerek bir devletten başka bir devlete veya bir devletin sınırları içerisinde bir coğrafi mekândan bir başka coğrafi mekâna gitmesi olarak tanımlanmak mümkündür. Göçün süresi, yapısı ve nedeni dikkate alınmaksızın bireylerin yer değiştirmesi sonucu ortaya çıkan nüfus hareketleri bu ekseninde değerlendirilmektedir (Göç İdaresi Genel Müdürlüğü, 2018, 7). Türkiye’de 6458 Sayılı Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanunu’na göre göç; “yabancıların, yasal yollarla Türkiye’ye girişini, Türkiye’de kalışını ve Türkiye’den çıkışını ifade eden düzenli göç ile yabancıların yasa dışı yollarla Türkiye’ye girişini, Türkiye’de kalışını, Türkiye’den çıkışını ve Türkiye’de izinsiz çalışmasını ifade eden düzensiz göçü ve uluslararası korumayı kapsayacak biçimde” tanımlanmıştır.

Göç ve turizm olguları uzun yıllar boyunca birbirlerinden bağımsız olarak incelenmiştir. Turizmin önemi göç literatüründe çok az ilgi görmüştür (İbrahim ve Tremblay, 2017, 4). Göç çalışmalarında turizm, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren artan uluslararası göçler nedeniyle, ilgi duyulan ve araştırılan bir alan olmaya başlamıştır. Günümüzde artan bir seyirde devam eden esnek göç biçimleri, turizm ve göç arasındaki ayrımın yapılmasını zorlaştırmıştır. Turizm; geçici bir seyahati, bir başka ifadeyle geçici nüfusu hareketini veya bir dolaşım şeklini temsil etmektedir. Geçici hareketlerin, her ne kadar ayrımını yapmakta yaşanan metodolojik açıdan zorluklar olsa da, “süre, sıklık ve mevsimsellik” boyutlarıyla incelenmesi gerektiği öne sürülmektedir. Geçici hareketler ile kalıcı göç, zaman ve mekândaki aynı sürekliliğin bir parçasını oluşturmaktadır. İkinci dikkat çekici husus ise “olağan ikametgah” durumudur. Geçici hareketler eve dönüşe, kalıcı göç ise olağan ikametgah ve yeni yerleşilen eve atıfta bulunmaktadır. Ayrıca tekrarlayan/döngüsel bazı hareket biçimleri ikametgaha, evin neresi olduğuna dair vurguları gizleme eğilimi göstermektedir (Bell ve Ward, 2000, 87-91). Söz konusu durumlara verilecek örneklerden bazıları şunlardır: Yazlık ve kışlık olarak kullanılan evler, farklı uluslardan bireyler arasında yapılan evliliklerin bitmesi sonucu çocukların çift kutuplu ev durumu ve turizmde sezonluk çalışma amacıyla yapılan göçler ve benzeri durumlardır.

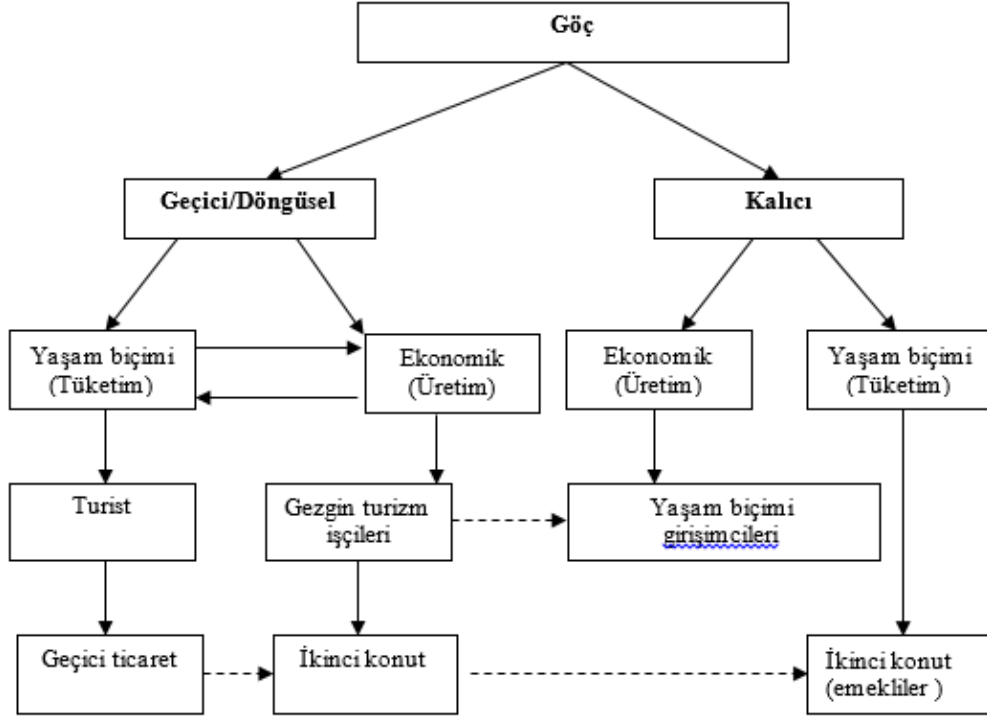
Literatürde, çağdaş nüfus hareketlerinin tipolojilerini oluşturmak, karakterize etmek ve isimlendirmek amacıyla birçok girişimde bulunulmuştur (O’Reilly, 2003). Bazı araştırmacılar turizm ve geçici hareketler/dolaşım (temporary movement/circulation),

işçi göçü (labor migration), ikinci konut sahipliği/konut turizmi (second home ownership/residential tourism), tüketim göçü (consumption migration), arkadaş-akraba turizmi (visiting friends and relatives- VFR tourism), sezonluk göç (seasonal migration), emekli göçü (retirement migration) ve yaşam biçimi göçü (lifestyle migration) üzerine çalışmaları ile turizm ve göç ilişkilerine dikkat çekmeye çalışmaktadır. Söz konusu göçlerin büyümesi, yeni hareketlilikler ve yeni göç biçimleri üretme kapasitesine sahip görünmektedir (A. Williams ve Hall, 2002, 3).

Turizm ve göç olguları arasında fonksiyonel, yakın ve karşılıklı bir ilişki bulunmaktadır. Turizm geçici, döngüsel veya kalıcı bir göç yaratabilmekte, söz konusu göç biçimleri özellikle akraba ve arkadaşların da göçmeni ziyaret etmesi ile turizme yönelik talebin artmasında etkili olmaktadır. Turizm ve göç etkileşiminin bir sonucu olarak turizm destinasyonları, uluslararası göç hareketliliğinde hedef mekânlar olarak seçilmektedir. Günümüzde bir turizm destinasyonuna taşınma, geçici olarak yaşama, köken ülkeye gidiş-dönüşler, birden çok mekânı yaşanan yer-birden fazla şehir ya da ülkede yaşama- olarak tanımlama, postmodern toplumun bir parçası haline gelmeye başlamıştır. İnsanlar şimdilerde her nerede isterlerse orada yaşayabileceklerini ve her nereye yerleşirlerse “ev”in orası olduğunu varsaymaktadırlar (Urry, 1999). Bir diğer taraftan 21. yüzyıl insanları artık tek bir mekânda uzun süre yaşamamakta, daha hareketli bir görüntü çizmekte, farklı mekânlar arasında seyahat etmekte, birden fazla evde yaşayabilmekte, kalmak ve yerleşmek için yeni destinasyonlar aramaktadırlar. Hatta günümüz gezginleri, küresel köyü mesken edinmekte, dünyayı ev olarak görmektedirler (Cohen, Duncan ve Thulemark, 2015).

Küreselleşme ile yaşam biçimlerine yönelik gelişen trendler, turizm ve göç olguları üzerinde de etkili olmuş, mekânlar arasında yaşanan hareketlilik birçok birey için yaşamlarının bir parçası haline gelmiştir. Urry (2002); “hareket halinde” olmanın birçok birey için yaşam biçimi haline geldiğini ifade etmektedir. Teorik olarak yaşam biçimi kavramı, modernizm sonrası, geç modernite ile tanımlanan değişimlerle ilişkili görülmektedir (Giddens, 1991). Dünyanın küresel bir köy olarak görülmeye başlanması, turizm ve turist davranışlarında da değişim ve dönüşümlere yol açmıştır. Günümüz dünyasında küreselleşmenin etkisiyle yaşam biçimlerinin de ulus ötesi bir yapıya büründüğü gözlemlenmektedir. Cohen’in “yaşam biçimi yolcuları”, genişletilmiş turizm deneyim bölümleri veya geçici hareketlilikleri ile turizmin devam

eden bir yaşam biçimine dönüşmesi açısından umut verici gezginler olarak görülmektedir. Turizm ve göç arasındaki ince çizginin, yaşam biçimi hareketliliği merceğinden daha iyi anlaşılabilceği savunulmaktadır (Cohen vd., 2015). Aşağıda Şekil 2’de turizm ve göç ilişkisi gösterilmektedir.



Şekil 2. Turizm ve Göç İlişkisi

Kaynak: D. R. Williams ve McIntyre (2012, 218).

Turizm hareketleri sonucunda ortaya çıkan bu durum “turist dolaşımlarının yerleşime dönüşmesi”, bir başka ifadeyle turistlerin göç davranışları olarak karşımıza çıkmakta ve yukarıda da belirttiğimiz klasik göç kategorilerinin kapsamı dışında kalmaktadır. A. Williams ve Hall (2002, 1) yaşam biçimi göçlerinin/seyahatlerinin kökenini; 18. ve 19. yüzyıldaki Tarihi Avrupa Turu’na (Grand Tour) katılan İngiliz aristokrasisine dayandırmaktadır. Daha sonraları Amerika’da genç Asyalılardan oluşan uzun dönemli turistlerin okul giderlerini karşılayabilmek ya da seyahat harcamalarını finanse edebilmek için kayıt dışı çalışmaları, sırt çantalıların İsrail’de, kuzey Avrupalıların İspanya ve İtalya’da kalıcı/yerleşik ya da yarı kalıcı/yarı yerleşik olarak yaşamaları gözlemlenebilen örnekler arasında sayılmaktadır (Waller, 2018). Ayrıca turizm deneyimleri; konut turizmi kapsamında ikinci ev satın alımı veya uzun süreli ev

kiralama biçiminde, bir sonraki aşama olarak da turizm destinasyonuna sürekli yerleşme ile sonuçlanabilmektedir (D. R. Williams ve McIntyre, 2012, 216-217). Yaşam biçimi göçü; özellikle kuzey Avrupadan güney Avrupaya; sosyal, ekonomik, doğal ve yapay fiziki çevre etmenlerinin motivasyonu ile iyi bir yaşama ulaşma arzusu içerisinde bulunan görece kalıcı turistlerin gerçekleştirdiği göç biçimidir. İyi bir yaşam ile yaşam kalitesini ve mutluluğunu artırmaya çalışan bireyler, yaşamlarında eksikliğini hissettikleri şeyler için, uluslararası göçün öznesi olmaktadır. Günümüzde klasik göç biçimleri dışında tutulan göç biçimleri; emekli göçü, kalıcı turist göçü, ikinci konut göçü, iklime bağlı göç, yavaş yaşam göçü, güneş arayanlar, kış kuşları gibi birçok farklı başlık altında incelenmektedir. Karmaşık yapısı ile karşımıza çıkan söz konusu göç biçimleri, farklı özelliklere sahip turizm destinasyonlarında, farklı nüfus hareketleri yaratarak kendilerini göstermektedir. Böylesine farklı ve geniş bir yelpaze oluşturan bu yeni göç biçimleri, üst başlık olarak yaşam biçimi göçü olarak adlandırılmakta; sebepleri, özellikleri ve yapısı yapılan çalışmalar ile anlaşılmaya çalışılmaktadır.

Yaşam biçimi göçünün kendisi başlı başına karmaşık bir yapıya sahiptir. Yaşam biçimi göçüne yönelik yapılan kavramsallaştırmalarda, bireylerin görece refahı ön plana çıkmakta ve ayrıcalıklı bir göç türü olarak görülmektedir (Lawson, 2017). Genel olarak yaşam biçimi göçünü, nispeten varlıklı bireylerin daha iyi bir yaşam arayışı için turizm destinasyonlarına gerçekleştirdikleri göç hareketi olarak tanımlamak mümkündür. Bireylerin köken ülkelerindeki bireysel, toplumsal, siyasal ve ekonomik kısıtlar ve tehditlerden ziyade göç edecekleri destinasyonlardaki varolan fırsatlar, yaşam biçimi göç hareketlerinin doğasını açıklamaya yardımcı olmaktadır. Yaşam biçimi göçleri; kalıcı, geçici, döngüsel, tam veya yarı zamanlı ya da bunların bir kombinasyonu biçiminde gerçekleşebilmektedir. Bu nedenle turizm olgusu geçici veya döngüsel bir göç biçimi olarak kavramsallaştırılabilmekte ve bir zaman/mekân sürekliliğine yerleştirilebilmektedir. Bauman (2012)'a göre, yaşam biçimi göç hareketlerinin ortaya çıkışında, bireylerin iyi yaşamı sürekli tatile yakın bir şey gibi düşünmelerinin önemli bir payı bulunmaktadır (Urry, 2009).

3.1.2. Göçmen, Yabancı, Yerleşik Yabancı ve Turist Kavramları

Göç hareketine katılan, göçün merkezinde yer alan bireyi tanımlamak için kullanılan göçmen kavramının, uluslararası düzeyde genel kabul görmüş bir tanımının

bulunmadığı Uluslararası Göç Örgütü (IOM [International Organization for Migration]) tarafından belirtilmektedir. Güncel Türkçe Sözlükte göçmen; “*Kendi ülkesinden ayrılarak başka ülkeye giden kimse, aile veya topluluk.*” (TDK, 2019); Göç Terimleri Sözlüğünde ise “*Kişisel amaçlarla (maddi ve/veya sosyal rahatlık), kendilerinin ve ailelerinin gelecekte beklenenlerini artırmak için başka bir ülkeye, dışarıdan herhangi bir zorlama olmaksızın, özgürce göç eden kimse.*” biçiminde tanımlanmaktadır (IOM, 2009). Birleşmiş Millet Uluslararası Göç İstatistikleri Önerileri belgesinde göçmen kavramı; her zamanki ikamet ettiği ülkeden kısa ya da uzun süreli ayrılarak ikamet yerini değiştiren herhangi bir kişiyi tanımlamak için kullanılmaktadır. Göçmenler; hedef ülkede ikametleri gözetilerek, kısa ve uzun süreli göçmenler olarak sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırmaya göre; kısa süreli göçmen, her zaman ikamet ettiği ülkeden ayrılarak ikamet yerini en az üç ay en fazla bir yıldan az olmak şartıyla değiştiren; uzun süreli göçmen ise her zaman ikamet ettiği ülkeden ayrılarak ikamet yerini en az bir yıl süreyle değiştiren göçmendir (UN, 1998). Ancak uluslararası göçmenler için yapılan bu sınıflandırma, tüm dünyada kabul edilen, ortak bir sınıflandırma özelliği taşımamaktadır.

Türkiye’de 19.09.2006 tarihli 26301 sayı no ile resmi gazetede yayımlanan, 5543 sayılı İskan Kanununun 4. madde 1. fıkrasına göre; “*Türk soyundan ve Türk kültürüne bağlı olmayan yabancılar göçmen olarak kabul edilmemektedir.*” (www.mevzuat.gov.tr, 2006). Türkiye’de yasal mevzuata göre uluslararası göç hareketlerine katılan, Türk soyundan ve Türk kültüründen olmayanlar yabancı olarak kabul edilmektedir. 11 Nisan 2013 tarihinde çıkarılan, 11 Nisan 2014 tarihinde ise yürürlüğe giren 6458 Sayılı Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanunu’na göre yabancı; “*Türkiye Cumhuriyeti Devleti ile vatandaşlık bağı bulunmayan kişi.*” olarak tanımlanmaktadır. Aynı kanunun 11. maddesi 1. fıkrasında, “*Türkiye’de 90 güne kadar kalacak yabancılar, vatandaşı oldukları veya yasal olarak buldukları ülkedeki konsolosluklardan geliş amaçlarını belirten vize alarak gelirler. Vizenin veya vize muafiyetinin Türkiye’de sağladığı kalış süresi, her 180 günde 90 günü geçemez.*” ifadesi yer almaktadır. Türkiye’de 90 günden daha fazla kalmak isteyen yabancıların ikamet izni alması yasal bir zorunluluktur. Kısa dönemli ikamet izinleri; her defasında en az 2 yıllık düzenlenebilmekte; konumuz itibarıyla Türkiye’de taşınmaz malı bulunanlara (md 31/b) ve turistlere (md 31/e), uzun dönem ikamet izni ise en az 8 yıl kesintisiz ikamet izni ile kalmış olanlara verilmektedir (Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanunu, 2013).

Avrupa Konseyi Yerel ve Bölgesel Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kurumu'nun 05.11.1992 tarihli, 144 sayılı Yabancıların Yerel Düzeyde Kamu Yaşamına Katılımına İlişkin Sözleşmesi'nde yerleşik yabancı (foreign resident); *“Bir devletin vatandaşı olmadığı halde, o devlet sınırları içerisinde yasal olarak ikamet eden kişi, mukim (ikamet eden) yabancı.”* olarak tanımlanmıştır (Council in Europe, 1992). Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kurumu [USAK]'nın *“Yerleşik Yabancıların Türk Toplumuna Entegrasyonu”* isimli projesinde, yerleşik yabancı kavramı için bir çerçeve çizilmiş ve kavram:

- Göç süreci öncesinde Türkiye'de ikamet etmemiş,
- Yaşamının belirli bir döneminde Türkiye'ye yerleşen,
- Türkiye'de satın aldığı ya da uzun süreliğine kiraladığı mülkte 6 aydan fazla olmak üzere ikamet eden kişileri tanımlamak için kullanılmıştır.

Yerleşik yabancı kavramının Türk mevzuatında herhangi bir yasal tanımlaması bulunmamaktadır. Bu bağlamda yerleşik yabancı kavramının çerçevesi çalışma kapsamında; yaşam biçimi göçü öncesinde Türkiye'de ikamet etmemiş, Türkiye'de mal-mülk satın alarak ya da uzun süreli kiralama yaparak yılın en azından yarıdan fazlasını Türkiye'de geçiren, köken ülke vatandaşlığı yanı sıra Türkiye'den de vatandaşlık alarak çifte vatandaşlığı olabilen, göçmen olarak ifade edilemeyen (Türk soyundan ve Türk kültürüne bağlı olmayan yabancı oldukları için), yerel halk tarafından yabancı olarak görülen birey olarak çizilmiştir.

Türkiye'ye yerleşen yabancılar, köken ülke vatandaşlıklarının yanı sıra Türkiye'ye yerleşimleri ile sonradan vatandaşlık alıp almamaları fark etmeksizin, yaşamlarının belirli bir dönemini veya tamamını burada geçirmekte; sosyal, kültürel ve ekonomik ilişkiler yaşadığı Türk toplumunda yabancı olarak görülmektedir. Sosyolojik bakış açısına göre yabancı kavramının uyrukluk ilişkisine göre değil, kişinin yerleştiği ülkeye yönelik sahip olduğu sosyo-kültürel, sosyo-ekonomik ve sosyo-psikolojik bağlılıklarına göre belirlenmesi gerektiği ifade edilmektedir (Zafer, 2013).

Yerleşik yabancılar; gençler, genç emekliler, emekliler, yaşlılar gibi belirli bir birey grubunun üyeleridir. Turizm destinasyonuna yönelik hareketleri; sürekli göç, geçici göç, döngüsel göç veya basit biçimde hareketlilik biçiminde gerçekleşmektedir.

Yerleşik yabancılar, destinasyonda boş zamanlarını eğlenceli, keyifli işlerle uğraşarak değerlendirmekte, sergiledikleri tutum ve davranışların temelinde turist motivasyonları bulunmaktadır. Hedef ülkede tüketim harcamaları, emlak alım-satım-kiralama durumları ve girişimcilik faaliyetleri de gösterebilen yerleşik yabancıların, turizm destinasyonunun mevcut ekonomisine katılımları söz konusu olmaktadır. Yerleşik yabancıların turizm destinasyonlarında 6 ay ve üzerinde ikametleri; sosyal, kültürel, ekonomik, politik ve çevresel açıdan etkiler yaratmalarına neden olmaktadır (Balkır ve Kırkulak Uludağ, 2014, 4).

Turist kavramı ile ilgili birçok tanımlama yapılmış, araştırmacıların alanları ve bakış açıları yapılan tanımlamalara yansımıştır. Usta (2016) turisti; *“Turizm olayına katılan ve yön veren, sürekli yaşadığı yeri ticari kazanç dışı nedenlerle geçici olarak terk ederek seyahat eden ve konaklayan; psikolojik tatmin arayan, sınırlı harcama gücü ve zamanı ile tüketici davranışlarında bulunan kişi.”* olarak tanımlamıştır. Pek çok ülkenin kabul ettiği Avrupa Birliği İstatistik Ofisi ve Dünya Turizm Örgütü tanımına göre turist; *“Devamlı ikamet ettiği ülkeden başka bir ülkeye, gelir elde etme amacı dışında; eğlence (tatil, kültürel, sportif ilişkiler, yakınları ziyaret vb.), mesleki (toplantı, kamu hizmeti, iş) ve diğer turizm konuları (staj, etüt, sağlık vb.) gibi farklı amaçlarla seyahat eden, ziyaret ettiği ülkede en az yirmi dört saat kalan ziyaretçidir.”* (UN, 1998).

Yukarıda yapılan tanımların çizdiği sınırlar doğrultusunda turist olarak kabul edilmeyenleri şu şekilde sıralamak mümkündür (Küçükaltan ve Akkaşoğlu, 2016, 28; Usta, 2016):

- Bir ülkeye çalışma amacıyla gidenler,
- Sürekli yerleşme amacı olanlar,
- Eğitim amaçlı uzun süre kalanlar,
- Bir ülkede oturup diğer ülkeye çalışmaya gitmek için sınır bölgelerine yerleşenler,
- Bir ülkeden durmaksızın transit geçenler,
- Uluslararası göçebeler,
- Mülteciler,
- Bir ülkede bulunan yabancı askeri birlik personeli ve
- Yabancı diplomatlardır.

Göç ve turizm yarattığı etkilerle, göçmen ve turist kavramlarının iç içe geçebildiği karmaşık bir durum yaratmıştır (A. Williams ve Hall, 2002, 3). O'Reilly (1995) göçmen ve turist bağlamında bu karmaşayı gidermek için; ev sahibi ve köken ülkeye bağlılık hissi ile ilgili göreceli yönelimlerini, zaman dağılımını gözetererek, beş farklı tipoloji önermiştir. Bu tipolojiler ve açıklamaları şu şekildedir:

- **Gurbetçiler (Expatriates):** Ev sahibi ülkede sürekli kalanlardır. Köken ülkelerine bir yandan bağlılıklarını sürdürürken, diğer taraftan da ev sahibi ülke ile özdeşleşmiş olanlardır.
- **Yerleşikler (Residents):** Yönelimleri ve yasal statüleri bakımından 6 ay ve üzerinde bir süre yerleştiği, ev sahipliğini üstlenen destinasyonda bulunan, ancak mevsimsel olarak yılın 2 ile 5 ayını köken ülkede geçirenlerdir.
- **Mevsimlik Ziyaretçiler (Seasonal Visitors):** Köken ülke odaklı olan, her sene yılın 2 ile 6 ayını turizm destinasyonunda geçirenlerdir.
- **Geri Dönenler (Returners):** Genellikle düzensiz ziyaretlerde bulunan ikinci konut sahipleridir.
- **Turistler (Tourists):** Ev sahibi turizm destinasyonunu tatil mekânı olarak tanımlayanlardır.

Yukarıdaki tanımlamalardan da anlaşılacağı üzere; göçmen, yabancı, yerleşik yabancı ve turist kavramları arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. Bir taraftan devletler ve kurumlar tarafından yapılan tanımlamalar, diğer taraftan akademik alanda yapılan çalışmalar ile ortaya konan kavramlar ve tanımlamalar anlam kargaşasına yol açmaktadır. Ülkeden ülkeye, hatta aynı ülke içerisinde farklı kurumların ya da farklı alanlarda çalışan bilim insanlarının yaptıkları tanımlamalar, karmaşık bir yapıya sahip olan göç ve turizm sarmalını daha da karmaşık bir hale getirmektedir. Uluslararası hareketlere katılan bireyler; göçmen mi?, göçebe mi?, yabancı mı?, yerleşik yabancı mı? turist mi?, daimi turist mi?, sakin mi?, gurbetçi mi? ikinci konut sahibi mi? gibi birçok soru farklı kurumlarca, farklı bakış açılarına göre, farklı biçimlerde cevaplandırılmaya çalışılmaktadır. Söz konusu belirsizlikler; hareket halindeki bireylerin motivasyon ve davranışlarından, üretim ve tüketim alanlarında sergiledikleri bulanıklıktan, göç ve turizm teorilerinin yeterince köprü işlevi görememesinden kaynaklanmaktadır (A. Williams ve Hall, 2002, 4).

Turizm destinasyonlarında turistlerin yarattığı nüfus hareketliliğinin daha geniş bir bakış açısıyla, geçici ve kalıcı hareketler arasındaki bazı kavramsal bağların ve önemli farklılıkların keşfedilmesi gerekmektedir (Bell ve Ward, 2000, 88). Turizm ve göç arasında değişen ilişkiler, turizm-göç bağının verimli ve bakir bir alanı temsil etmektedir. Söz konusu bu durum turizm tanımı da dahil olmak üzere yeni tanımlamalara ve bakış açılara gereksinim duyulduğunun önemli bir göstergesidir. Turistlerin göç pratiklerine yönelik akademik ilgi 1960'lı yıllardan itibaren başlamıştır. Literatürde özellikle son yıllarda yaşam biçimi göçü üzerine yapılmış çalışmaların sayısında bir artış görülmektedir (Kordel ve Pohle, 2018; Matarrita-Cascante, Zunino ve Sagner-Tapia, 2017; Kordel, 2016; O'Reilly ve Benson, 2015).

Literatür incelendiğinde, turizm destinasyonlarına yaşam biçimi göçü kapsamında yerleşen yabancılar için farklı kavramların araştırmacılarca kullanıldığı tespit edilmiştir. Bunlardan bazıları şu şekildedir; *yerleşik turist*-Sağır (2011); *emekli göçmen*-Özerim (2008); *göçmen*-Südaş (2009; 2012), Aksoy (2012), Südaş ve Mutluer (2010); *yabancı emekli yerleşik*; Toprak (2009); *yerleşik yabancı*; Özgürel ve Avcıkurt (2018), Özgüneş (2017), Yazan, Girgin ve Kuru (2017), Şirin (2017), Yirik, Uslu ve Küçük (2015), Kavacık Z., Kavacık M., İnal ve Durna (2014), Balkır ve Kırkulak Uludağ (2014), Bayram (2013), Çil (2013) ve Zafer (2013).

Türkiye'de turizm destinasyonlarında, turizm ve göç arasındaki sınırların belirginleştirilmesi, var olan karmaşıklığın ortadan kaldırılması, süregelen hareketliliğin ortaya çıkardığı ve çıkartabileceği sonuçların aydınlığa kavuşturulması gerekmektedir. Türkiye'de uluslararası turizm hareketlerinin ve turistlerin destinasyonda yarattığı sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel etkiler birçok araştırmaya konu edilmiştir (Dilek, 2016; Doğan H. ve Üngüren, 2010; Avcıkurt, 2007; Issı, 1989). Yerleşik yabancıların Türkiye'deki yasal sisteme göre turist olarak nitelendirilmesine (USAK, 2008) karşın, destinasyonlarda 6 ay ve üzerindeki kalışlarının yarattığı etkiler nedeniyle ayrı bir başlık altında incelenmesi gerekmektedir. Göç eden, ev alarak veya kiralarak turizm destinasyonuna yerleşen, köken ülke vatandaşlığının yanı sıra yerleştiği ülkenin vatandaşlığını da alabilen yabancıların, yarattıkları toplumsal etkiler ve ortaya çıkan karmaşık sosyal durumun tespit edilebilmesi için, öncelikle taşıdıkları özelliklerin neler olduğunun bilinmesi gerekmektedir. Türkiye'deki yerleşik yabancıları özellikleri itibariyle 5 temel grupta incelemek mümkündür. Bunlar: (1)

Tatilciler/yazlıkçılar, (2) Huzur ve farklılık arayanlar, (3) Emekliler, (4) Yatırımcılar ve (5) İş için gelenlerdir. Bu ayrıma ek olarak yerleşik yabancıların destinasyonda bulunma süreleri gözetilerek de bir gruplandırma yapılmaktadır. Destinasyonda bulunma süreleri açısından yerleşik yabancılar; tam yerleşikler, mevsimlik kalanlar ve fırsat buldukça kalanlar biçiminde gruplandırılmaktadır (USAK, 2008).

3.2. Yerleşik Yabancı-Yerel Halk Etkileşiminin Turizm Literatürü Açısından Önemi

Turizm olayının merkezinde insan yer almaktadır. İnsanın eseri olan toplumdaki ilişkiler, özelde; turizm toplumundaki ilişkiler, ilişki biçimleri ve içerikleri destinasyondaki insanların, ortak deneyimlerinin bir ürünüdür. Turizm destinasyonlarında deneyimlenen ilişkilerin yoğunluğu, ilişki biçimine yön veren etkenler ve sonuçlarının nasıl olduğunun bilinmesi turizmden beklenen faydaların elde edilmesi açısından son derece önemlidir.

Turizm destinasyonlarında sektörün ana paydaşlarından olan yerel halk ve turistin, karşılıklı ilişkileri uyumlu olduğunda pozitif yönlü bir etkileşim, uyumsuz olduğunda ise negatif yönlü bir etkileşim gerçekleşmektedir. Tarafların beklentilerinin, sosyo-kültürel özelliklerinin veya ekonomik durumlarının benzer olması, ilişkiye benzer anlamlar yüklemelerine ve uyumlu bir ilişki kurmalarında etkili olmaktadır. Bir diğer taraftan söz konusu benzerliklerin azalması; çatışma, rahatsızlık, kaygı ve saldırı durumlarının ortaya çıkmasında etkili olmaktadır (Dilek, 2016).

Çalışma kapsamında yerleşik yabancıların, tekrar getirilmek istenen turist ile eş değer tutulabileceği görüşü benimsenmiştir. Çalışmada; turist-yerel halk uyumsuzlukları, çatışma ve anlaşmazlıklarının kalış süresi ile ilişkisi merak edilmiştir. Acaba turist-yerel halk ilişkisinde uyumsuzluklar ne ölçüde kültür farkından, ne ölçüde kalış süresinin kısalığından kaynaklanıyor? sorusu araştırmaya değer bulunmuştur. Söz konusu durumu turistlere yönelik bir saha çalışması (anket) yaparak gözlemleme olanağı bulunmamaktadır. Çünkü; turist, yılın 6 ayı ve daha fazlası bir süre turizm destinasyonunda kalan yerleşik yabancıya göre, kısa (1 hafta-15 gün gibi) bir süre turizm destinasyonunda bulunmaktadır. Yerleşik yabancı ise turist ile aynı kültürdendir ve turizm destinasyonunda daha uzun süre kaldığı için gözlemleyebilme şansına sahip

olunmaktadır. Burada şöyle bir peşin yargıdan yola çıkılmaması gerekir. Yerleşik yabancı-yerel halk ile iyi anlaşmıyor olsaydı gelmezdi dienez. Çünkü yerleşik yabancıya destinasyona yerleşmesinde ekonomik nedenler başta olmak üzere toplumsal, politik, kültürel ve destinasyon imaj algısı gibi birçok nedenin varlığı göz ardı edilmiş olur.

Yerleşik yabancı-yerel halk ilişkilerinin uyum/uyumsuzluk durumu etkileşimlerinin olumlu/olumsuz sonuçlanmasında etkilidir. Sosyal etkileşimin olumlu sonuçlanması; destekleyici karşılıklı ilişkiler sonucunda ortaya çıkmaktadır. Sosyal etkileşimin olumlu olması; birçok sosyal problemin azalmasına, topluluk ve yer duygularını güçlendirmeye, can ve mülk güvenliği hissini artırmaya, kişinin bulunduğu sosyal çevreyi daha kaliteli algılamasına, memnuniyet ve tatmin yaşammasına, sosyal etkileşime daha açık olmasına, sosyal mesafenin azalmasına katkı sağlamaktadır. Dolayısıyla olumlu sosyal etkileşim; olumlu duygu, tutum, davranış geliştirmeyi desteklemekte (Smith, K., M., 2011), yerleşik yabancıya turizm destinasyonundaki toplumsal yaşayışa, kurallara uyum sağlamasına, entegrasyonuna ve çoğulcu bir toplum deneyimine başarılı bir biçimde katılmasına katkı sunmaktadır (Göker, 2013). Yerleşik yabancı-yerel halk arasında olumsuz sonuçlanan etkileşim ise; engelleyici karşılıklı ilişkilerin sonucunda ortaya çıkmaktadır. Sosyal etkileşimin olumsuz sonuçlanması; dışlanmaya, yabancı hissetmeye, içine kapanmaya, kişinin istenmediğini düşünmeye başlamasına, sosyal ve kültürel mesafesinin artmasına, yaşam kalitesinin düşmesine, topluluk duygusunun azalmasına neden olmakta, dolayısıyla olumsuz duyguların, tutum ve davranışların ortaya çıkmasında rol oynamaktadır.

Yerleşik yabancıların eş, dost ve akrabalarının ziyaret isteklerinde, turist olarak turizm destinasyonuna gelmelerinde, destinasyondaki yaşam deneyimlerini anlatmaları, ziyaretlerini teşvik etmeleri etkili olabilmektedir. Teorik olarak yerleşik yabancıya yerel halk ile ilişkileri ve etkileşimleri olumlu ise ağızdan kulağa (ağızdan ağıza) iletişim yoluyla bunu eş, dost ve akrabalarına anlatması, turizm destinasyonuna davet etmesi beklenebilecek bir durumdur. Ayrıca turist olarak seyahate çıkma arzusunda olan, seyahatini planlayan, destinasyon tercihi yapmaya çalışan veya turizm destinasyonunu ziyaret etmeyi düşünen turistin yerleşik yabancıya elde ettiği bilgiler, aldığı tavsiyeler de yerleşik yabancıya yaşadığı destinasyona yönelik turistik talebi etkileyecek bir potansiyel barındırmaktadır.

Yukarıdaki öngörüler doğrultusunda Marmaris destinasyonunda yerleşik yabancı-yerel halk ilişkileri ve etkileşimleri ne kadar olumlu? ve dolayısıyla Marmaris destinasyonunun çekiciliği ne kadar? söz konusu soruların cevaplarının araştırıldığı tezimiz aslında turizm tezi sayılabilir.

Devam eden kısımda, turizm destinasyonlarında geçici bir süre bulunan (6 aydan az) turistler kapsam dışında bırakılarak, yerleşik yabancıların yerel halk ile olan ilişkileri incelenmeye çalışılmıştır.

3.3. Yerleşik Yabancı-Yerel Halk İlişkileri

3.3.1. Yerleşik Yabancı-Yerel Halk Arasındaki Sosyal İlişkiler ve Sahip Olduğu Özellikler

İnsan doğduğu andan başlayarak başta aile bireyleri olmak üzere birçok farklı kişi ve grup ile sosyal yaşamın doğası gereği, yaşamı boyunca bir şekilde karşılaşmakta, temas etmekte ve sosyal ilişkiler kurmaktadır. Bu durumun bir sonucu olarak birey içinde var olduğu toplumdaki etkilenmekte ve bir şekilde içinde bulunduğu toplumu da etkilemektedir (Kağıtçıbaşı, 2017). Burada öncelikle toplum kavramını açıklamak yerinde olacaktır. Toplum kelimesinin isim anlamı; *“Aynı toprak parçası üzerinde bir arada yaşayan ve ortak menfaatlerini sağlamak için işbirliği yapan insanların tümü, cemiyet, topluluk.”* anlamına gelmektedir (TDK, 2019). Sosyolojik açıdan toplum; sınırları belirli bir coğrafi mekânda, ortak yaşam kültürü geliştirmiş, kendini oraya ait hisseden, birbirleriyle ilişki kuran, etkileşen bireylerin oluşturduğu bir sistemdir (Zencirkıran, 2017; Bahar, 2009).

İnsanın sosyal çevresini oluşturan, sosyal topluluğun bulunduğu her mekân, rastlantıya bağlı olan, istem dışı gelişen, yüz yüze veya dolaylı ilişki kurmasına olanak yaratan karşılaşmalara ve temaslara ortam sunmaktadır. Bir mekân; bireyin sosyal çevresiyle, orada yapılan çeşitli eylemlerle, diğerini ya da diğerlerini görmesini ve duymasını bir fırsat olarak sunmaktadır. Toplumsal karşılaşma ve temaslar; bireylerin birbirlerini fark etmeleri ile başlamakta, uzaklaşmalarıyla sona ermektedir. Karşılaşmaların ve temasların; amacı, toplumsal fonksiyonu, karşılaşan grupların türü ve sayısı, karşılaşma ve temas ortamı açısından birbirinden farklılık göstermektedir (Goffman, 2017).

Turizm destinasyonuna yerleşen yabancı, kendisine göre daha farklı bir görünüme sahip olan; farklı dil, din, örf, adet, yeme-içme gibi folklorik özellikler gösteren yerel halk ile sürekli karşılaşmakta ve temas etmektedir. Yerleşik yabancı da tıpkı turist gibi; karşılaşma ve temas yaşadığı yerel halk ile kendisi arasındaki farklılıkları, yerel halkın zamanı ve mekânı nasıl kullandığını, nasıl davranışlar sergilediğini, dünyayı nasıl algıladıklarını gözlemleyerek (Avcıkurt, 2007), gündelik yaşam içerisinde, kendisi de bu yaşamın bir parçasını oluşturarak deneyimlemektedir.

Birbirinin farkında olan, en az iki birey arasında belirli bir süre devam eden, belirli bir amacı gerçekleştirmeye odaklanarak kurulan anlamlı ilişkiler, sosyal ilişki olarak tanımlanmaktadır (Konuk, 2017; Bahar, 2009). Sosyal ilişki için; en az iki kişinin olması, tarafların birbirinin farkında olması, ilişkinin bir anlam içermesi ve belirli bir zaman dilimini kapsaması gerekmektedir. Sosyal ilişkiye giren yerleşik yabancı ve yerel halkın karşılıklı olarak birbirlerinden haberdar olmaları, sevgi-işbirliği kurma duygularıyla veya düşmanlık-zıtlama duygularıyla gerçekleşmektedir (Güney, 2016).

Yerleşik yabancı-yerel halk arasındaki sosyal ilişkisinin anlaşılabilmesi için, turizm destinasyonlarında sosyal ilişkilerin gerçekleştiği ortamlara değinilmesi yerinde olacaktır. Turizm destinasyonlarında turist; gereksinimlerini karşılamak üzere mal ve/veya hizmet satın alırken, aynı alanı, çekim yerini veya tesisini kullanırken (sokak, plaj, turizm işletmeleri vb.), bilgi veya fikirlerini zenginleştirmek amacıyla birçok farklı ortamda bulunmaktadır (Kastenholz, Carneiro, Eusébio ve Figueiredo, 2013; Rızaoğlu, 2012; Reisinger ve Turner, 2003, 38). Turizm destinasyonlarında turistlerin sosyal ilişkilerinin büyük çoğunluğu alışveriş mekânları, plajlar, restoranlar, oteller, havaalanları, yüzme havuzları, meydanlar, sokaklar, turistik çekim yerleri, yerel etkinlikler, sinema/konser vb. eğlence merkezleri, çarşı/pazar gibi çeşitli kamuya açık ortamlarda gerçekleşmekte (Urry, 2009) iken, yerleşik yabancı tüm bu ortamlar yanında aynı mahallede, sitede, apartmanda, evde yerel halk ile temas ederek sosyal ilişkilerini geliştirme ortamlarına sahip olmaktadır. Toplumsal yaşamı turiste göre kalıcı biçimde paylaşan yerleşik yabancı; yerel halk ile temas etmekte, buluşup görüşmekte, deneyimlerini paylaşmakta, ortak ilgi alanını oluşturan konularda diyaloglar kurabilmektedir. Yerleşik yabancı bir taraftan sadece turistler için hazırlanan ön

bölgeler/sahnelerde⁸, turist için arka bölge olarak ifade edilebilecek gündelik yaşamın sürdüğü bölgelerde ve evi, mahrem alanı olan arka bölgede yerel halk ile ilişkilerini geliştirebilmektedir.

Yerleşik yabancı-yerel halk ilişkisini; resmi olmayan (informel) ve resmi (formel) ilişkiler biçiminde sınıflandırarak incelemek mümkündür. Aşağıda ilişki biçimlerinin açıklamalarına yer verilmiştir:

- **Resmi Olmayan (İnformel) İlişki:** Yüz yüze, yardımlaşma, dostluk, samimiyet, konukseverlik ve sevgi duygusunun olduğu hâkim olduğu, gönüllü ilişkilerdir. Aynı zamanda benzer yaşam biçimine sahip kişiler arasında; aile, akrabalık ile komşuluk kümelerinde gerçekleşen, birincil küme özelliği gösteren bir ilişki biçimidir (Bahar, 2009). Resmi olmayan (informel) ilişki; yerleşik yabancı ve yerel halkın tüm kişilik özelliklerini açıkça ortaya koyabildikleri, biz duygusunun hâkim olduğu, kaynaşma ve dayanışmanın yüksek seviyede gerçekleştiği bir ilişkidir. Yerleşik yabancıların yerel halktan birisiyle evlenmesi, akraba olması, arkadaş-dost olması, aynı apartman, site ya da mahallede komşuluk ilişkisi kurması biçiminde sosyal ilişki gerçekleşmektedir. Yerleşik yabancı-yerel halk arasında kurulan gönüllü ilişkilerin, dostluğun dönüştürücü bir gücü bulunmakta, sosyal ağların genişlemesine ve zenginleşmesine katkı sağlamaktadır. Yerleşik yabancıların resmi olmayan ilişki tercihleri, ev sahibi toplum ile aralarındaki ilişkinin boyutları konusunda önemli bir gösterge olarak değerlendirilmektedir. Özellikle yerleşik yabancıların yerel halktan bir kişiyle evliliği, topluma entegrasyonun büyük oranda gerçekleştiğini göstermektedir (Göker, 2013).
- **Resmi (Formel) İlişki:** Bireyler arasında yararlı ve çıkarıcı bir temele dayanan, içtenliğin, duygusallığın ve yakınlığın olmadığı, belirli kurallar dizininde gerçekleşen, profesyonelliğin hâkim olduğu, ikincil küme özelliği gösteren ilişki biçimidir (Ergil, 1984). Resmi (formel) ilişki; yüzeysel, kurallı biçimde, kamu dairelerinde, resmi konular ile ilgili kurulan temaslarda, ticari faaliyetlerle ilgili alışveriş işlemlerinde gerçekleşen, kişisel olmayan ilişkileri kapsamaktadır.

⁸ Goffman'ın gündelik yaşamı tiyatro sahnesine benzetmesinden yola çıkarak yaptığı ayrımıdır. Ayrıntılar için, Goffman, E. (2009). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunuluşu*, Çeviren: B. Cezar, İstanbul: MetisYayınları.

Yerleşik yabancıların turizm destinasyonunda gündelik yaşamını sürdürürken, belirli bir kurala bağlı olarak, resmi yerlerde, kamu kurum ve kuruluşlarında, iş ilişkilerini yürütürken gerçekleştirdiği, resmiyetin hâkim olduğu ilişki biçimidir.

Yerleşik yabancı-yerel halk ilişkisinin taşıdığı özellikleri, turist-yerel halk ilişkisinin özelliklerinden hareket ederek incelemek yerinde olacaktır. Literatürde turist-yerel halk ilişkisinin sahip olduğu özelliklerden (Carneiro ve Eusébio, 2015, 27; Rızaoğlu, 2012; Yasumura, 1994; Avcıkurt, 2007) yola çıkılarak, yerleşik yabancı-yerel halk ilişkisinin taşıdığı özellikler karşılaştırılmış ve aşağıda Çizelge 2’de sunulmuştur.

Çizelge 2. Turist-Yerel Halk ve Yerleşik Yabancı-Yerel Halk İlişkisinin Sahip Olduğu Özelliklerin Karşılaştırması

Turist-Yerel Halk İlişkisi	Yerleşik Yabancı-Yerel Halk İlişkisi
Geçicilik ve Yinelenmeme (Tekrarsız)	Kalıcılık ve Yinelenme (Rutine Bağlı)
Zamansal (Kısa) ve Mekânsal Sınırlayıcılığın Olduğu	Zamansal (Uzun) ve Mekânsal Sınırlayıcılığın Olmadığı
Kendiliğinden Olma Eksikliği (Planlı)	Kendiliğinden Olma (Plansız)
Eşit ve Dengeli Olmayan Deneyim	Görece Eşit ve Dengeli Deneyim
Değişkenlik	Durağanlık
Anında Doyum	Zamana Yayılı Doyum
Kültürel Mesafe	Sosyal ve Kültürel Mesafe
Yabancılık	Aşinalık-Tanıdıklık
Sahne Önü (Ön Bölge)	Sahne Arkası (Arka Bölge)
Hile ve Sömürüye Açık	Hile ve Sömürüye Görece Kapalı
Ekonomik (Ticari-Maddiyata Dayalı)	Duyguya (Maneviyata Dayalı)
Turist Rolü	Yerleşik Rolü
Gruplar Arası Yoğun Geçişkenlik	Gruplar Arası Seyrek Geçişkenlik

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Çizelge 2’de yer alan özelliklerden; geçicilik ve yinelenmeme, zamansal ve mekânsal sınırlayıcılık, kendiliğinden olma eksikliği, eşit ve dengeli olmayan deneyim, değişkenlik, anında doyum, kültürel mesafe ve yabancılık (Carneiro ve Eusébio, 2015, 27; Rızaoğlu, 2012; Yasumura, 1994; Avcıkurt, 2007) başlıklarına literatürde ağırlıklı olarak değinilmiştir. Bu doğrultuda seçilen başlıklar, turist-yerel halk ve yerleşik yabancı-yerel halk karşılaştırması yapılarak aşağıda açıklanmıştır.

- **Geçicilik-Kalıcılık:** Turist-yerel halk ilişkisinde geçicilik, genellikle tatilin kısa süreyi içermesi ve aralarındaki ilişkinin çoğunlukla yinelenmeyen bir özellik taşıması anlamı taşımaktadır (Avcıkurt, 2007). Bu durum aradaki ilişkisinin sınırlı, tekrarsız, resmi (formel) ve yüzeysel olmasına neden olmaktadır. Yerleşik yabancı ve yerel halk arasında ise turiste göre, sürekli veya tekrarlı karşılaşmalar ve temaslar söz konusudur. Yılın 6 ayı ve üzerinde bir süreyi turizm destinasyonunda geçiren yerleşik yabancı turiste göre kalıcıdır. Yerleşik yabancı ve yerel halkın birbirini tanınması, anlaması ve kalıcı ilişkiler geliştirmesi için geniş bir zaman dilimi bulunmaktadır. Bu durum tarafların ilişkilerini ayarlamasına, bir başka ifade ile kalıcı, kuralsız, samimi, bağlılığın görece yüksek olduğu ilişki ve etkileşimlere ortam hazırlamaktadır.
- **Zamansal ve Mekânsal Sınırlama Durumu:** Turistin tatili zamansal olarak kısa bir zamanı kapsamakta ve tatildeki etkinlikleri, tatil süresinin önemli bir kısmını doldurmaktadır. Bu durum turistin yerel halk ile ilişki kurması için yeterli zamanının kalmaması anlamını taşımaktadır. Oysa yerleşik yabancı turizm destinasyonunda gündelik yaşamını sürdürmekte, rutinlerini zamansal bir kısıt olmadan gerçekleştirmektedir. Turistler, özellikle kitle turistleri zamanlarının büyük kısmını tatil köyleri ya da kompleks turizm işletmelerinde çevresel bir balon içerisinde geçirmekte, mekânsal açıdan yerel halk ile aralarına görünmeyen bir sınır çizilmektedir. Yerleşik yabancı ise turizm destinasyonunda hem ön bölgelerde hem de ilişki düzeylerine bağlı olarak arka bölgelerde, mekânsal ve zamansal kısıtlamalardan uzak, yerel halk ile bir arada gündelik yaşamını sürdürmektedir. Ancak bazı turizm destinasyonlarında yerleşik yabancılar için özel olarak tasarlanmış siteler kurulmaktadır. Sadece yabancılar satılan veya kiralanılan site içerisindeki evler; bir taraftan yerleşik yabancıların birbirleriyle yakın, samimi ilişkiler yaşamasına ortam yaratırken, diğer taraftan

yerel halktan kopmalarına ve yerel halk ile daha çok yüzeysel ilişkiler yaşamalarına yol açabilmektedir.

- **İlişkinin Kendiliğinden Olma Durumu:** Turist-yerel halk ilişkisinin kendiliğinden olma eksikliği; özellikle kitle turistlerinin tatil programının genellikle tur operatörleri ve seyahat acenteleri tarafından yapılmasından kaynaklanmaktadır. Bu durum ise turistin önceden sınırları çizilmiş bir plan dâhilinde hareket etmesine, denetlenmesine ve yerel halk ile düşük düzeyde temasına ve ilişkisine yol açmaktadır (Avcıkurt, 2007). Yerleşik yabancı-yerel halk ilişkisi plansız, sınırsız ve denetimsiz bir biçimde kendiliğinden gelişen karakteristik özellikler barındırmaktadır. Yerleşik yabancı-yerel halk ilişkisi; istekli olmasına, kişilik özelliklerine ve dil bilme durumuna bağlı olarak gerçekleşmektedir. Yerleşik yabancı; doğrudan, profesyonel araçlara gereksinim duymadan, bir programa bağlı kalmadan, hayatın olağan akışı içerisinde yerel halk ile sosyal ilişkilerini yürütmektedir.
- **Deneyim Durumu:** Turist-yerel halk ilişkisinde elde edilen deneyimler taraflar için eşit ve dengeli değildir. Ratz (2000) turizm destinasyonlarında, yerel halkın ve yereldeki toplulukların gereksinimlerinden önce turistlerin ve turizm endüstrisinin gereksinimlerini karşılama üzerine kurulan, yerele dikte edilen eşit olmayan bir ortam yaratılmasının, eşit ve dengeli olmayan deneyimlere neden olduğunu belirtmektedir (Saarinen ve Manwa, 2008, 45).

Turizm destinasyonunda; yerleşik yabancı, yerel halk ve turist aynı eserlere, yerlere ve manzaralara bakmaktadır. Ancak her bir tarafın baktıklarını nasıl gördükleri ve gördüklerini nasıl anlamlandırdıkları, ilişkileri açısından önem arz etmektedir. Özellikle yerel halk için turizm destinasyonunda var olan çekicilikler; bilindik, olağan ve sıradandır. Yerleşik yabancı-yerel halk ilişkisinin itibaren, ikametine paralel olarak, destinasyona bakışının, elde ettiği deneyim düzeyinin zaman içerisinde yerel halkın deneyim düzeyine yaklaşması ve benzeşmesi olasıdır.

Turizm destinasyonunda yaşayan yerleşik yabancı satın aldığı ya da uzun süreliğine kiraladığı evinde konaklamakta, ancak dışarıda yeme-içme, eğlenme gibi alışkanlıklarını, sosyal ve kültürel aktivitelerini sürdürmektedir. Yerel halk ile yerleşik yabancı-yerel halk ilişkisinin sosyal, kültürel, ekonomik ve psikolojik açıdan

gösterdiği farklılıklar, deneyim düzeylerinin belirlenmesinde etkili olabilecek etmenlerdir. Ancak turizm işletmeleri (konaklama, yiyecek-içecek işletmeleri) tarafından plajların kapatılması, yerel yönetimler tarafından halk plajı alanlarının daraltılması, sadece turiste açık olan yerlerin oluşturulması; hem yerel halk hem de yerleşik yabancı için turiste göre dengesiz bir deneyim yaşanması anlamı taşımaktadır. Bir diğer taraftan yerel halk ve yerleşik yabancı turiste göre genellikle destinasyon çevresi; fiziki, sosyal, siyasal, ekonomik ve kültürel çevre hakkında görece zengin bilgileri bulunmaktadır. Yerel sorunlarla başa çıkma konusunda deneyim ve kabiliyetleri bulunan yerel halkın bu birikimlerine benzer bir şekilde yerleşik yabancı da zaman içerisinde sahip olabilmekte, turist ile yerleşik yabancı ve yerel halkın aralarında eşit ve dengeli olmayan bir deneyim durumu ortaya çıkmaktadır (Su ve Wall, 2010, 38).

Turist-yerel halk deneyiminde olduğu gibi yerleşik yabancı-yerel halk deneyiminde, eşit olmayan, dengesiz bir durum oluşmasına etki eden bir takım etmenler bulunmaktadır. Bu etmenler arasında; farklı sosyal statü, yaşam biçimi, ekonomik düzey, tarafların birbirlerine yaklaşımları, sosyal ilişki ortamı, sosyal ilişkiyi teşvik eden otoritenin bulunup-bulunmaması, beklentiler, amaçlar, ilgi alanları, destinasyondaki etkinlikler, tarafların hayalleri, rolleri ve geçmiş deneyimleri sayılabilir (Reisinger, 2009; Eusébio ve Carneiro, 2012, 126; Avcıkurt, 2007). Farklı statüler, özellikle yerel halkın alt statülerde bulunması, yerel halkın yerleşik yabancı karşısında kendisini sosyal, ekonomik ya da kültürel açıdan yetersiz hissetmesine, yerleşik yabancıya mesafeli ve soğuk davranmasına yol açabilmektedir. Zaman içerisinde karşılıklı elde edilen deneyimler; yerel halk ve yerleşik yabancı, birbirlerine bakışlarında, duygularında, düşüncelerinde, tutum ve davranışlarında değişim yaratmaktadır. Taraflar arasında; işbirliği, uzlaşma, benimseme, çatışma, ötekileştirme veya dışlama gibi durumlar yaşanmaktadır. Yerleşik yabancı yasal statüsü, dil engeli, inançlarını yaşama ortamı olmaması gibi etmenler de yerel halk ile yerleşik yabancı arasında eşit ve dengeli olmayan deneyimlere yol açmaktadır.

- **Değişkenlik:** Yerleşik yabancı-yerel halk ilişkisi, turist-yerel halk ilişkisi gibi bulunan ortama, tarafların özelliğine, ilişki biçimine ve zamana bağlı olarak değişkenlik gösterebilmektedir (Avcıkurt, 2007). Her iki tarafın da sosyal ilişkilerine ve etkileşimlerine zemin hazırlayan, ilişkinin düzeyini, yönünü,

biçimini belirleyen ilişki ortamının özellikleri değişik ilişki biçimleri gelişmesine neden olmaktadır. Ayrıca tarafların taşıdıkları özellikleri; kişilik yapıları (içeride ya da dışarıya dönük kişilik özelliği), sosyal statülerindeki farklılıkları, yaşam biçimleri, inançları, ekonomik düzeyleri, zevk ve alışkanlıkları gibi daha eklenebilecek birçok etmen ilişkilerinin değişik biçimlerde gerçekleşmesine neden olmaktadır. Hem turist-yerel halk hem de yerleşik yabancı-yerel halk ilişkisi; resmi (formel)-resmi olmayan (informel) ilişkiler biçiminde; ilişki düzeyi açısından yüksek-orta-düşük düzeyde; ilişkinin yönü açısından pozitif-negatif yönlü, zamansal açıdan kısa-uzun süreli ilişkiler aralıklarında değişkenlik göstermektedir.

- **Anında Doyum:** Turist-yerel halk ilişkisinde anında doyum söz konusu iken, yerleşik yabancı-yerel halk ilişkisinde zamana yayılı doyum gerçekleşmektedir. Birçok farklı yerde ve zamanda bir araya gelen, temas eden, sosyal ilişkiler geliştirerek birbirini tanıyan yerleşik yabancı ve yerel halk, bulunulan şartlara, toplumsal kurallara göre beklentilerini karşılamaya çalışmakta ve doyumlarını zamana yayabilmektedir. Turist ise birçok gereksinimini turizm destinasyonunda karşılarken şartsız, kuralsız ve herhangi bir yaptırım olmaksızın hemen karşılamaya yönelmektedir (Doğan H. Z., 2004). Yerel halk-turist ile kurduğu ilişkide anında yarar sağlayarak doyuma ulaşmayı hedeflerken (Rızaoğlu, 2012), yerleşik yabancı ile olan ilişkisinde hem kişisel yarar hem de toplumsal yarar için uzun vadede doyuma ulaşmayı hedeflemesi mümkündür.
- **Kültürel Mesafe:** Kültürel mesafe kavramı, iki kültürün taşıdıkları özellikler itibarıyla birbirine ne kadar benzediği ya da ne kadar farklı olduğunu ifade etmektedir (Batır ve Okur, 2016, 3953). Gerek turist-yerel halk, gerekse yerleşik yabancı-yerel halk arasındaki ilişki her iki tarafın da sahip olduğu kültürel değerlere göre biçimlenmekte, diğer tarafın algılanan ve var olan kültürel farklılığına göre ilişkinin yönü belirlenmektedir. İlişkinin yönünü belirleyen önemli etmenlerden biri de tarafların sahip olduğu önyargılardır (Rızaoğlu, 2012). Gerek yerel halkın gerekse yerleşik yabancıların gündelik yaşamı paylaşımları, birbirlerini yönelik algılarında, duygu ve düşüncelerinde, önyargılarında elde edilen deneyimlere göre bir değişiklik yaratmaktadır. Özerim (2008) çalışmasında Avrupalı emeklilerin göç sonrası Türkiye algılarındaki değişimin yüksek oranda olumlu (verilen cevaplar %34 olumlu, %26 çok olumlu) olduğunu belirtmektedir.

- **Yabancılık:** Mead (1934)'e göre; bireyler sosyal ilişkilerinde, diğer bireylerin beklentilerini zihinlerinde kurgulayıp bir varlık haline getirmektedir. “Genelleştirilmiş öteki” olarak ifade edilen bu durum, bireyin ortama göre ilişki kurmasına, etkileşime girmesine ve beklendiğini düşündüğü davranışları sergilemesine sebep olmaktadır (Zencirkıran, 2017). Bauman (2012)'a göre ötekilikle karşılaşmak turist ve yerel halkı sınava tabi tutan bir deneyimdir, benzer biçimde farklı kültürden gelen yerleşik yabancı ve yerel halk da aynı mekânda bir bakıma bu sınava tabi tutulmaktadır. Yerleşik yabancı ve yerel halk birbirlerine göre yerleşimin başladığı ilk zamanlarda “genelleştirilmiş öteki” bir başka ifadeyle yabancıdırlar. Zaman içerisinde yerleşik yabancı-yerel halk arasında sık sık karşılaşmalar, temaslar olması aşinalığı, derinlemesine ilişkiler kurularak birbirlerini tanıma ve anlama durumlarının yaşanmasına olanak sunmaktadır.

3.3.2. Turizm Destinasyonlarında Gündelik Yaşam

Turizm destinasyonlarında yaşam biçimi göçünün hem tekil özneler hem de toplumsal gruplarda sebep olduğu etkinin ve ortaya çıkardığı sonuçların gözlem alanı, kendiliğinde oluşların sergilendiği gündelik yaşam olmalıdır. Çünkü sosyal ilişkilerin tüm yönleriyle ortaya çıktığı, örüntüler oluşturduğu ve olgusal bir biçim aldığı yegâne mecra gündelik yaşamdır (Sili Kalem, 2016). Burada öncelikle gündelik kavramını tanımlamak ve kapsamını açıklamak yerinde olacaktır. Gündelik kavramı ile tüm toplumlarda bireylerin yeme-içme, barınma, üretme, güvenlik, soyun devamlılığını sağlamak için yaşamı sürdürmek adına yaptıkları basit etkinliklere atıfta bulunulmakta, toplumsal işbölümünün arasına dağılmış iş yığınları, bir başka ifadeyle günlük işler anlatılmak istenmektedir (Doğan A. E., 2007). Bu doğrultuda gündelik yaşam; donuk, monoton bir yaşamsal gerçekliğin ötesinde, devinim içerisindeki deneyimlerin, devamlı eskime ve yenilenmenin, yabancılaşmayı ortadan kaldırarak aşinalığın farklı biçimlerinin döngüsel olarak yaşandığı yerdir (Köse, 2008). Gündelik yaşam; tekrara dayanan, sıradanlığı zamana ve mekâna bağlı olarak toplumdaki değişimlerden etkilenecek oluşandır. Bu bağlamda gündelik yaşamın; ev yaşamı, iş yaşamı, zaman kullanımı, beslenme biçimi, boş zaman aktiviteleri, alışveriş, tatil, nesnelere, nesnelere kullanımını gibi çoğaltabileceğimiz, toplum yaşamında düzenli bir biçimde yapılan tüm aktiviteleri kapsadığı ifade edilebilir (Yiğit, 2012). Benzer biçimde Certau (1988) da

gündelik yaşamı, yaşam pratikleri üzerinden değerlendirmektedir. Bireyin yaşam pratikleri ise bireyin diğer bireylerle ilişkileri üzerinden şekillenmektedir. Pierre Bourdieu'nun geliştirdiği; bireylerin geçmiş deneyimleri sonucunda oluşan, bütünleşmiş, kalıcı, içselleştirilmiş yatkınlıkları olan habitusları, toplumdaki değişik gruplar için yaşam biçimleri oluşturmakta ve gündelik yaşam pratiklerine yansımaktadır (Tekeli, 2009).

Turizm destinasyonlarında gündelik yaşam, gündelik deneyimler olarak yaşanmakta, diğer tüm mekânlarda olduğu gibi gündelik yapılan işleri, rutinleri, alışkanlıkları, yükümlülükleri ve tekrar edilen davranışları kapsamaktadır. Gündelik yaşamdaki rutinler, belirsizliğin karşısında alışlagelmiş olanı, benimseneni ve belirliği güvence altına almakta, güven ortamı yaratmaktadır. Turizm destinasyonlarının mekânsal inşasında ve gündelik yaşam pratiklerinde açık, geçirgen, melez yerel ilişkilerin yer aldığı bir mekânsal pratikten söz edilmektedir (Coşkun, 2011). Yerleşik yabancı ve yerel halkın gündelik yaşam pratikleri bireysel ve grup düzeyi olmak üzere iki ana başlık altında incelenebilmektedir. Bireysel düzey; bireysel seviyede gerçekleşen, bireylerarası ilişkileri kapsamaktadır. Bireysel düzeyde gerçekleşen pratikler; dinsel uygulamaları, dil kullanımını, akrabalık ilişkilerini, arkadaş seçimi ve bağlılıkları, medya kullanımını, eş seçimi ve evlilik biçimini, meslek seçimini ve boş zamanları değerlendirmeyi içermektedir. Grup düzeyi ise; grup içi ilişkileri içeren grup performanslarıdır. Grup içi kimlik inşası, onaylama ve aktarmaya yönelik icralar ve grup dışındakilere-diğerlerine yönelik söylemleri içermektedir (Yazgan, 2016).

Yerleşik yabancıların gündelik yaşamdaki yerel halk ile karşılaşmalarının dinamikleri, değişik kültürlerden gelmelerinden dolayı farklılık göstermektedir. Bilinmeyi biline dayanarak anlamaya ve açıklamaya çalışmak; bir başka ifadeyle aralarında birçok tanımlı farklılık bulunan yerel halk ile yerleşik yabancıların diğerini kendinden yola çıkarak anlamaya ve bilmeye çalışması bu karşılaşmaları ıralamaktadır (Oğuz H. Ş., 2013; Gheasi ve Nijkamp, 2017, 2; Kaya A., 2015; USAK, 2008). Yerleşik yabancıların zaman ve mekân sınırlayıcılığının ötesine geçmeleri, yeni ve farklı yaşam alanları yaratmak adına köken ve daha öncesinde vatandaşlık bağının bulunmadığı bir ülkeye yerleşmeleri, onların zamana, mekâna, aidiyete atfettikleri anlamların neler olduğunun anlaşılmasını gerekli kılmaktadır (Tuna ve Özbek, 2012, 2). Çünkü yerel halk ve yerleşik yabancı arasındaki karmaşık ilişkiler, coğrafi mekânlarda yolculuk ile

farklı kültürel mekânlar arasındaki yolculuk bağlantılarını gündeme getiren yeni bir teorik alan olarak karşımıza çıkmaktadır (Öncü ve Weyland, 2007, 20).

Yerleşik yabancı valizleri ile birlikte milli değerlerini, dilini, dinini, kimliğini, alışkanlıklarını, sosyo-ekonomik ve yasal statülerini kültürel bagaj olarak yanında getirmekte ve yerleştiği destinasyonda gündelik yaşamını sürdürmektedir (Birinci Gemici, 2016; Kaplan ve Chacko, 2015, 129). Yerleşik yabancıya başlangıçta kültürel bagajındaki değerler, davranışlar, yaşam bilgileri ve tecrübeleri yerleştiği turizm destinasyonunda kurduğu sosyal ilişkileri doğrultusunda tek tek gözden geçirilmektedir. Yerleşik yabancıya köken ülkesinden getirdiği yaşam biçimi, zaman içerisinde duruma bağlı olarak ya korunmakta ya da revize edilmektedir. Eski ve yeni yaşam biçimleri arasında yapılan tercihlere göre, yerleşik yabancı kültürel bagajını yenilerle değiştirerek, işlevsel olana dönüştürebilmekte ya da sıkı sıkıya eski ile bağını, kültürel korumacı bir davranış sergileyerek muhafaza edebilmektedir. Yerleşik yabancıların toplumsal yaşamdaki kültür-yapı ilişkisi biçimlerini oluşturan ve açığa çıkaran işleyişi, tanıdık, bilindik görünümünün altında oldukça dağınık, belirsiz ve son derece karmaşık karakteristik yapısıyla bu alanda genel-geçer bilgilere ulaşmayı zorlaştırmaktadır (Sili Kalem, 2016). Yerleşik yabancıların yaşam biçimleri; giydirilmiş kimlikleri⁹ ve parçalı-çoklu mekânlarda elde ettikleri yaşam deneyimleri ile zenginleşmektedir.

Aynı mekânı, zamanı, atmosferi paylaşan yerleşik yabancı ve yerel halkın; oturdukları, çalıştıkları ve ilişki kurdukları alanlar toplum içerisinde geliştirecekleri ilişki biçimlerini önemli biçimde şekillendirmektedir. Özellikle yerleşik yabancıların içine kapanma ya da içinde yaşadığı toplum ile sıkı bağlar kurma durumu, yaşanan turizm destinasyonunun sahip olduğu çevresel özelliklere bağlıdır. Turizm destinasyonlarında yerleşik yabancı ve yerel halk ilişkisinin gerçekleşebilmesi için doğal olarak sosyal ve fiziksel çevreye gereksinim duyulmaktadır. Turizm faaliyetlerinin gerçekleştirildiği, yerleşik yabancı ve yerel halkın gündelik yaşamını sürdürdüğü destinasyon, sosyal çevre tarafından kuşatılmakta (Fan vd., 2017), doğal ve yapay fiziksel çevrede ise roller

⁹ Giydirilmiş kimlik: Bireyin yaşadığı toplumdan etkilenmesi sonucunda, toplumun bir ürünü olmaya yönlendirilmesidir. Toplumun sahip olduğu değerler ile bireylerin yalın insan kimliğinin üzerine eklenen; genetik/ırk kimliği, kültürel kimlik, ulusal kimlik ve ekonomik insan kimliğidir (Aşkın, 2007).

sahnelenmektedir. Dolayısıyla fiziksel ve sosyal çevrenin ilişkilerdeki rolünün, bütünleyen bir yaklaşım ile ele alınması bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır. Doğal çevre, turizm destinasyonunda hazır bulunan, insan eli değmeden oluşmuş çevredir. Yapay çevre, turizm destinasyonunda insan eliyle şekillendirilmiş, doğal çevreden faydalanılarak oluşturulmuş çevredir. Sosyal çevre ise turizm destinasyonunda yerel halk, turizm çalışanları, turistler, yerleşik yabancılar gibi grupları oluşturan bireylerin aralarında gerçekleşen sosyal ilişkiler sonucunda ortaya çıkan çevredir. İnsanlar etkisi altına girdikleri sosyal çevrenin yönlendirmesiyle öğrenerek toplumsallaşmaktadırlar. Yerleşik yabancı ve yerel halkın karşılaştığı, birbirine temas ettiği sosyal çevre, gündelik yaşamın akıp gittiği, beraberinde turistlere sunulmak üzere hazırlanmış farklı özellikleri de içinde barındıran bir çevre olarak karşımıza çıkmaktadır.

Turizm destinasyonları; sahip olduğu deniz, manzara, iklim vb. doğal çevre elemanları; insan tarafından inşa edilmiş sokaklar, meydanlar, binalar, oteller, eğlence merkezleri gibi yapay çevre elemanları ve ilişkilerin gerçekleştiği sosyal çevrenin bütünleşmesi ile bir bütün oluşturmaktadır. Yerleşik yabancı ve yerel halkın bulunduğu çevrenin özellikleri; ilişkinin yapısını, düzeyini, yönünü ve ne derece etkin olacağını tayin etmede belirleyici olmaktadır. Turizm destinasyonlarında turistlerin dolaşımına açık mekânlar geliştirilmiş, “geçme anı” olarak tanımlanan, rastlantısal ve yüzeysel ilişkiler ile deneyimler için ortamlar hazırlanmıştır. Söz konusu ilişki ortamları; turizm destinasyonlarında, yerleşik yabancı ve yerel halkın gündelik yaşamının sıradan bir parçası olarak kabul edilmeye başlanmıştır (Urry, 2015).

Yerleşik yabancı-yerel halk ilişkisinin yoğunluğu ve biçimi, mekândan mekâna, bireyden bireye değişmekte ve çok farklı biçimler alabilmektedir. Yerleşik yabancı da turist gibi mal ve hizmetlerin ticaretini içeren değişimlerde, rekreasyon alanlarında, turizm olanaklarının sunulduğu ortamlarda, kültürel merasim ve etkinliklerde gerçekleşen sosyal temas ve karşılaşmalarında, karşılıklı bilgi ve fikir alışverişlerinde bulunmakta, sosyal etkileşim içerisine girmektedir (De Kadt, 1979 akt., Yasumura, 1994). Gündelik yaşam içerisinde turizm destinasyonun sahip olduğu özellikler, sosyal temas ve ilişki kurulabilecek alanları zenginleştirmektedir. İlişkiler açısından bu ortamların yerleşik yabancı ve yerel halk tarafından nasıl kullanıldığı önem arz etmektedir.

Turizm destinasyonunda aynı ortak kullanım alanlarının varlığı, turist-yerleşik yabancı ve yerel halk temas ve karşılaşmalar için zemin oluşturmaktadır. Çoklu ilişkilerin gözlemlendiği turizm destinasyonlarında çok farklı kültürlerden gelen bireyler, turistik pratikler ve gündelik yaşam pratiklerinin iç içe geçtiği bir atmosferde karşılaşmakta, kendi cephesinden diğerlerini gözlemleyerek karşılaştırma yapma fırsatı bulmaktadır. Bir taraftan turizme bağlı olarak ortaya çıkmış olan turizm işletmeleri, diğer taraftan yerel halkın gündelik yaşamını sürdürmesinde destek sağlayan işletmeler, yerleşik yabancı-yerel halk buluşmalarının ve ilişkilerinin gerçekleştiği alanlar olmaktadır. Turizm destinasyonlarının kültürel mozağini yansıtan; çarşılar, sinemalar, oteller, parklar, meydanlar, sokaklar, kafeler, restoranlar, eğlence yerleri, pastaneler gibi alanlar, gündelik yaşamın sahnelendiği yerlerdir. Buralar yeme-içme, eğlenme, vakit geçirme, gezme, bakma, kaçış, kendiliğinden oluş durumlarına bir başka ifadeyle aktivitelere karşılık gelmektedir. Turizm destinasyonlarının sahip olduğu bu alanlar, işlevsel özellikler yanında taşıdıkları simgesel, göstergesel kodlar ile yaşayan, toplumsal olanı yeniden üreten, dönüştüren mekânlar olarak merkezi bir rol oynamaktadır (Sevinç, 2013). Yerleşik yabancı ya da yerel halkın uğrak yeri olan kafe, alışveriş yaptığı mağaza, yemek yediği restoran veya eğlendiği bar gündelik alışkanlıklarını, rutinlerini gerçekleştirdiği alanlar arasındadır. Destinasyonda var olan bu alanlar, destinasyonda yaşayanların hayata tutunmasına, aidiyetlerine, destinasyona bağlanmalarına, kimlikler oluşturmalarına ve özdeşlik ilişkisi kurmalarına katkı sağlamaktadır. Gündelik yaşam içerisinde gidilen restoran, eğlenilen bar, müdavimlerinin salt yeme-içme ve eğlenme gereksinimlerini karşılamamakta; beraberinde sınıf, statü, ırk, cinsiyet, etnisite gibi sosyal belirleyicilerine dair işaret ve sembollerini yansıtmaktadır (Aytaç, 2007).

Turizm destinasyonlarında turistlere yönelik hizmet veren işletmeler, sunulan ürünler, farklı dillerde hazırlanmış menüler, tabelalar yerleşik yabancıların köken ülkelerine ait olanı görmesi ve ulaşabilmesi için fırsat yaratmakta, bir bakıma kendilerini evlerinde hissetmelerini sağlamaktadır. Elbette ki, destinasyonda var olan bu işletmeler kişisel tercihlere bağlı olarak uğranan ya da uğranmayan yerler olabilmektedir. Buluşma yerleri; destinasyona yeni yerleşmiş bir yerleşik yabancı için her türlü bilgi alışverişinde bulunabileceği, köken ülkesine olan özlemini azaltabileceği, korunabileceği; eskiler için ise sosyalleşebilecekleri, sohbet edebilecekleri bir alan olarak değer yaratmaktadır. Ayrıca yerleşik yabancıların kendi içlerinde oluşturdukları buluşma yerleri, bir başka

ifadeyle ara alanlar, destinasyonda birer çekim noktası olarak varlık göstermektedir. Özellikle girişimci yerleşik yabancıların açtıkları yiyecek-içecek veya eğlence işletmeleri gibi yerler, diğer yerleşik yabancıların buluşma yeri olmakta, kendi aralarındaki ağların örülmesine ve dayanışma örneklerinin sergilenmesine katkıda bulunmaktadır (Poyraz, 2017). Etnik bir grup ya da gruplar olarak yerleşik yabancılar her ne kadar kendi içlerinde ayrı ve güçlü bir ilişki ağı geliştiriyor olsalar da yerel halkın kültürü başta olmak üzere diğer kültürlerden gelen bireylerle de yakın ilişkiler kurarak, kapalı grup özelliğinden açık grup özelliği taşır hale gelmektedirler.

Farklı kültürler özelliklere sahip olan yerleşik yabancı ve yerel halkın kamusal mekânlarda sık sık karşılaşmaları birbirleriyle derinlemesine ilişkiler kuracakları anlamına gelmemektedir. Yerleşik yabancı ve yerel halk arasındaki yaşam biçimi farklılığı, ayrıklığın büyüklüğüne bağlı olarak, özellikle boş zaman aktivitelerinde varlığını göstermektedir. Yerleşik yabancı, yerel halk yerine, benzer yaşam biçimine sahip diğer yerleşik yabancılar ile kendilerine hitap eden mekânlarda bulunarak, ortak aktiviteler yaparak, boş zamanlarını değerlendirmeyi tercih edebilmektedir. Zaman içerisinde aynı mekânı paylaşan yerleşik yabancı ve yerel halkın birbirlerine aşina olmaları, bir arada olmayı kabullenmeleri ve içten, samimi ilişkiler geliştirmeleri söz konusu olabilmektedir. Turizm destinasyonunda gündelik yaşam; hem yerleşik yabancıların hem de yerel halkın yaptığı sıradan rutinlerinin basit bir toplamından ziyade, karmaşık yapısıyla mekânsal ve zamansal açıdan destinasyon çevresinde yayılan bir karşılıklı ilişkiler bütünü olarak göze çarpmaktadır (Esgin, 2012). Yerleşik yabancı ve yerel halk arasında anlamları üreten, gündelik yaşamdaki deneyimler ve diğerleriyle kurulan etkileşimlerdir.

3.4. Yerleşik Yabancı-Yerel Halk Arasında Gerçekleşen Etkiler ve Etkileşimler

3.4.1. Kültürel Etkileşim

Toplum içerisinde her bir birey, ailesinden başlayarak, okul, iş ve özel yaşamında sosyalleşerek kültürünü öğrenmekte, yaşayarak deneyimlemektedir. Kültür yaşam boyunca insanın sahip olduğu değer, tutum ve davranışların bütünüdür. Kültürün önemi ve yaşamdaki yeri, özellikle bir başka kültür ile karşılaşıldığında, uyum sağlamada zorluklar yaşandığında kendini göstermektedir (Aslan, 2016).

Kültür kelimesi Türk Dil Kurumu'nda isim anlamı olarak "tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçlar bütünü" olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2019). Kültür kavramı sosyolojik açıdan; "etkileşimlere yön veren senaryo ve rollerin işleyişinin daha iyi anlaşılmasına yardım eden bir kavram" olarak tanımlanmaktadır (Kocadaş, 2005). Geçmişten bu yana toplum tarafından üretilen ürünleri, sembolleri, gelenek-göreneklere, değerleri ve davranışları içeren kültür, toplumun diğer üyeleri ile paylaşılmaktadır. Farklı kültürden gelen bireyin bir başka bireyle, grupla veya birbirlerini yabancı olarak tanımlayan gruplar arasında gerçekleşen ilişki ile etkileşimlerde kültür önemli bir rol üstlenmekte ve önemli etkiler yaratmaktadır.

Kültürel etkileşim kavramını açıklamadan önce etkileşim kavramını açıklamak yerinde olacaktır. Etkileşim sözcüğünün İngilizce karşılığı "interaction" kelimesidir. İsim anlamı olarak etkileşim, "birbirini karşılıklı olarak etkileme işi" olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2019). Kültürel etkileşim ise insan kültürel etkinliklerinin ve üretiminin karşılıklı bir etki yaratma durumudur. Kültürel etkileşim bir süreçtir. Toplumların hem kendine özgü kültürlerinde hem de evrensel kültürde, kültürel çeşitliliklerle ilişkileri kültürel değişime yol açmakta, söz konusu değişimler ise milletler üstü kültürel bağlantılar ile gerçekleşmektedir (Oğuz E. S., 2011).

Turizm, göç ve küreselleşme olguları dünya kültürlerini birbirlerine yakınlaştırmakta, kültürel temas ve etkileşimlere yol açmaktadır. Toplumsal olarak farklı kültürlerin etkisi altında kalma, diğer kültürleri etkileme veya karşılıklı etkilenme durumu 21. yüzyılda kaçınılmaz olarak gerçekleşmektedir. Her bir kültür, kendine has karakteristik özelliklere; kültürel algılamalara, geleneklere, inanç ve değerler sistemine sahiptir. Kültürlerin sahip oldukları özellikler iletişim biçimleri üzerinde doğrudan bir etki yaratmaktadır. Farklı kültürlerin karşılaşmaları ve temaslarında, ilişkinin nasıl anlamlandırılacağı, tarafların kendi kültürel öğretileri aracılığıyla belirlenmektedir (Temel Eğinli ve Yalçın, 2016, 7).

Turizm destinasyonlarında; farklı kültürler aynı mekânda biraraya gelmektedir. Farklı kültürden olan turist-yerel halk, turist-turist, turist-turizm çalışanı, turizm çalışanı-turizm çalışanı, yerleşik yabancı-yerel halk temas ve ilişki ortamları, ortak hareket

etmeyi zorlayan ortamlar yaratmaktadır. Farklı kültürel kodlar taşıyan bireyler biraraya geldiklerinde, genellikle refleksleri ve alışkanlıkları doğrultusunda kendi değerler sistemine göre hareket etmektedirler.

Uluslararası turizm hareketlerine katılan turist, turizm destinasyonunda, yerel halk ile temas etmekte, aralarında değişik biçimlerde sosyal ilişkiler ve kültürel etkileşimler gerçekleşmektedir. Turist-yerel halk arasındaki ilişkilerde, sergilenen tutum ve davranışlarda; neyi, nasıl algıladıkları konularında kültürel özellikleri etkili olmaktadır. Turist ve yerel halkın algılamalarını etkileyen temel etkenler iki başlık altında incelenmektedir. Bunlar; turistler ile ilgili etkenler ve turizm destinasyonunda yaşayan yerel halk ile ilgili etkenlerdir. Turistlerle ilgili etkenler arasında; turistlerin fiziksel, etnik, demografik, ekonomik özellikleri, sayıları, ziyaret ettikleri topluma yönelik mesafeleri, aktivitelerden faydalanma yoğunlukları ve turizm destinasyonunda kalış süreleri yer almaktadır. Yerel halk ile ilgili etkenler arasında ise; toplumsal yapı, siyasi örgütlenme, yerel kültürün kuvvetliliği, politik tutumlar ile turizm destinasyonunun kendine has özelliklerinden olan ekonomik gelişmişlik düzeyi, turizm faaliyetlerinin ekonomi içerisindeki yeri, turizm gelişme düzeyi ve coğrafi özellikler sayılmaktadır (Rızaoğlu, 2012; Shaw ve A. M. Williams, 2004, 170-171; Avcıkurt, 2015).

Yerleşik yabancı yerel halk ile gündelik yaşam içerisinde sık sık temas etmekte, destinasyonda bulunma sürelerine, komşuluk durumlarına, ilişki sıklıklarına, ilişki düzeylerine, sahip oldukları demografik, etnik, ekonomik özelliklerine, ortak paylaşımları ve birlikte katıldıkları etkinliklere bağlı olarak kültürel etkileşimlerinin düzeyleri artmaktadır. Ayrıca her bir tarafın sahip olduğu kültürleri ve kültürlerine bağlılık durumları ile yaşam biçimleri, topluluk duyguları, sosyal ve kültürel mesafeleri, yaşam kalitesi algıları kültürel etkileşimleri üzerinde rol oynamaktadır.

Yabancı/turistin turizm destinasyonuna gelişi ile geçici süreli, hızlı ve zaman zaman yoğun kültürel temas ve ilişkiler yaşanmaktadır. Turizm destinasyonlarında karşılıklı kültürel etkiler kültürel etkileşimi sağlamakta, kültürel etkileşim yoluyla da ortak anlayışlar kazanma ve geliştirme veya eylemlere rehberlik eden tanımlamalara ulaşma söz konusu olmaktadır (White N.R. ve White P. B., 2008, 42). Turist-yerel halk temasında olduğu gibi yerleşik yabancı-yerel halk temasında da tarafların her zamanki alışılmış kalıpları dışında kalan yaklaşım biçimleri, yanlış ve uygunsuz olarak

değerlendirilebilmekte; eksik, yanlı ve gayri ahlaki olarak algılanabilmektedir (Ügeöz, 2003). Turist-yerel halk, yerleşik yabancı-yerel halk kültürel temaslarında, yabancı kendi kültürünün izlerini taşımakta, yerel halkın kültürü ise ziyaret eden ya da yerleşen yabancı için çoğu durumda turizm destinasyonuna yönelik nüfus hareketlerinde pozitif yönlü etki yaratan etmenler arasında yer alabilmektedir. Burada gözden kaçırılmaması gereken hususlar arasında; turist kültürü ve yaşam biçimi göçmeninin kültürü yer almaktadır. Her ne kadar turist kültürü, turistin köken ülke kültüründen ve günlük rutin davranış kalıplarından farklılık arzeden bir eğilim gösterse de –turistin geçiciliği, destinasyonda kısa süre kalışı nedeniyle- davranış biçimleri günümüzde turizm, göç ve küreselleşme etkisiyle artan biçimde gündelik olana benzemektedir (Avcıkurt, 2015).

Turist-yerel halk arasındaki kültürel etkileşiminin zaman ve mekâna yayılmış biçimini, turist gibi aynı köken ülkeden olan yerleşik yabancıyla yerel halk ile etkileşiminde izlemek mümkündür. Yerleşik yabancı ile yerel halk arasındaki kültürel ilişkiler; bilgi ve görgü transferinin yapılmasına, tarafları dil öğrenme konusunda teşvik etmesine, farklı kültürlere ve yaşam biçimlerine karşı hoşgörü ile bakabilme anlayışının gelişmesine, birbirlerine yönelik önyargıların kırılmasına, toplumsal barışa katkı sunmaktadır (Özgürel ve Avcıkurt, 2018, 200). Hem turist-yerel halk, hem de yerleşik yabancı-yerel halk etkileşiminde engeller yaratabilecek etkenler arasında; tarafların kültürel kodları, önyargıları, algılamadaki farklılıkları ve benzerleri gösterilmektedir. Kültürel kodlar; yerel halk ve aynı milliyetten olan turist/yerleşik yabancı gibi farklı sosyal grupların kendi üyeleri arasında anlamların kurulmasına ve anlaşmaların sağlanmasına aracılık eden sistemdir. Kodlar içeriğe bağlı mesajları iletme için “kelimelerin, sembollerin veya davranışların gizli bir sistemidir” (Hyatt ve Simons, 1999, 28). Kültürel kodların her bir kültür içinde üstlendiği işlevleri arasında şunlar bulunmaktadır:

- Mevcut kültürün sınırlarını belirleme,
- Kültüre özgü davranışları ve davranışların çerçevesini belirleme,
- Tutum ve davranışların toplum içindeki kabul edilebilirliğini sağlama,
- Toplumsal olay ve olgulara ortak bakış açısı oluşturma,
- Jest ve mimikler, işaretler, kelimeler, görsel ve ses gibi ilişki ve etkileşim kurmada yararlanan araçların, toplumsal kurallara göre algılanmasını ve birbirleri arasında bağlantıların kurulmasını sağlamasıdır.

Önyargılar ise bireylerin birbirlerine ya da bir grubun bir diğer grubun üyelerine sosyal ve kültürel mesafe koymasına, ayrımcılık yapmasına yol açan tutumlardır. Önyargılar; insanların birbirine, bir grubun bir diğer gruba karşı, dayanağı olmayan bir inanç veya düşünce olarak tanımlanabilecek bir kalıpyargı ve bu duruma eşlik eden güçlü bir duygulanımdır (Paker, 2012). Algılamadaki farklılıklar ise, bireyin duyu organlarından kaynaklanan fizyolojik bir durumun ötesinde, inançları, tutumları, kişilik özellikleri, değer yargıları, dünya görüşü ve geçmiş bilgi ile deneyimlerinin sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Turist-yerel halk, yerleşik yabancı-yerel halk arasında yaşanan kültürel etki ve etkileşimin izleri; dil, yaşam biçimi, giyim-kuşam, davranış kalıplarındaki farklılaşmalarda gözlemlenebilmektedir.

Kültürel etkileşimler, kültürel süreçler içinde gerçekleşmekte, söz konusu süreçlerin sonuçları ise; kültürel yozlaşma, kültürel yayılma, kültürleşme, kültürlenme, kültürel gecikme, kültürel şok, kültürel çatışma ve kültürel değişme gibi kavramlarla açıklanmaya çalışılmaktadır. Kültürel yozlaşma; turizm destinasyonlarını ziyaret eden veya yerleşen, yerele göre baskın olan, hakim ülkeden/ülkelerden gelen yabancıların kültürünün yerel kültürü etkileyerek, yabancı kültüre benzemesi durumudur. Özellikle turistlerin yaşam biçimlerinin yerel halk tarafından benimsenmesi, misafirperverlik gibi geleneksel değerlerden uzaklaşan yerel halkın herşeyi ticari bir meta olarak değerlendirmeye başlaması kültürel yozlaşmaya verilebilecek örnekler arasındadır. Turizm ve yaşam biçimi göçü nedeniyle turizm destinasyonlarını hedef alan farklı kültürden insanlar, yerel halkı etkileyerek, yeni adetler, alışkanlıklar, davranış kalıpları yaratarak kültürel yozlaşmaya neden olabilmektedir (Gürbüz A. K., 1998). Yerleşik yabancıların yerel halk ile gündelik yaşamdaki paylaşımlarının sıklık ve yoğunluğu, azınlık durumunda bulunan yerleşik yabancıyı etkileyerek, yerel kültürü benimsemesi biçiminde de ortaya çıkabilmektedir. Kültürel yayılma; toplumların sahip olduğu maddi ve maddi olmayan kültürel değerlerinin bir toplumdaki diğer topluma/toplumlara, bir başka ifade ile içeriden dışarıya ya da dışarıdan içeriye sürekli bir biçimde aktarılmasıdır (Avcıkurt, 2015). Turizm destinasyonlarında turist ve yerleşik yabancıların yerel halk ile temasları, tarafların tüketim ve üretim tarzları, yaşam biçimleri gibi alanlarda birbirlerinden etkilenmelerine, elde edilen deneyimin ve bilginin, yerel halk için destinasyonda, yerleşik yabancı ve turist içinse köken ülkesine taşınarak yayılmasıdır. Kültürel süreçlerin sonuçları arasında yer alan kültürleşme ise,

turizm destinasyonlarında turist-yerel halk, yerleşik yabancı-yerel halk kültürlerinin birbirlerini karşılıklı olarak etkilemesi, bir başka ifade ile kültürel etkileşimidir. Farklı kültürlerin etkileşimi sonucu ortaya çıkan, sentezlenmiş, geleneksel kültüre yeni ve özgün bir şey yaratarak katkıda bulunma süreci, kültürlenme kavramı ile açıklanabilir. Kentel alanlar çevresindeki gecekondu, arabesk müziğin ortaya çıkışı kültürlenmeye verilebilecek örneklerden bir kaçıdır. Kültürel gecikme kavramı; kültürün maddi ve maddi olmayan kısımlarının aynı hızda değişmemesine, manevi kısmının, yani maddi olmayan kısmının geç değişmesi olarak açıklanmaktadır (Öztürk E. ve Seyhan, 2016, 43). Örneğin bir mekân hızlı ve ani bir şekilde, turizm destinasyonu olarak gelişmeye, artarak devam eden turist akışlarına, birçok turistik faaliyete ve çok sayıda turistin gerçekleştirdiği aktivitelere ortam yaratabilmektedir. Ancak söz konusu mekânda yaşayan yerel halkın turizme katılımı ve turizm bilinci oluşumu, turizm kültürünün gelişimi bir başka ifadeyle kültürün maddi olmayan kısmının değişimi daha geç gerçekleşebilmektedir. Kültürel şok ise kendi kültürel ortamından fiziksel olarak ayrılarak, başka bir kültürel ortam içerisine geçici ya da kalıcı süreliğine katılan bireyin, yeni kültüre ayak uyduramaması sonucu ortaya çıkan ruhsal çöküntü ve çatışma durumunu açıklamaktadır. Örnek olarak, İngiltere'ye dil eğitimine giden öğrencinin yeni kültüre alışamamasından kaynaklanan bunalımı verilebilir. Farklı kültürlerin veya aynı toplum içerisinde yer alan farklı özellikleriyle dikkat çeken alt kültürlerin sahip oldukları öğelerin taraflar tarafından benimsenmemesi durumu, kültürel çatışma kavramı ile açıklanmaktadır. Kültürel değişim ise, yaşam biçimi olan kültürün, toplumda zaman içerisinde farklılaşması durumudur.

Uluslararası turizm hareketlerinin bir sonucu olarak biraraya gelen farklı kültürlerin ilişkilerinin sağlıklı bir biçimde kurulabilmesi ve geliştirilebilmesi, turist gönderen ve turist kabul eden toplumlar açısından ortaya çıkardığı kültürel etkiler nedeniyle son derece önemlidir. Unutulmaması gerekir ki; yerel halk ve yabancı turist arasındaki uyumun sağlanabilmesi, çatışmaların azaltılabilmesi ve turizmden beklenen faydaların kazanılması için sağlıklı bir kültürel etkileşim ortamı yaratılması gereklidir. Turistler ve yerleşik yabancıların alışkanlıkları, davranışları, inanışları yerel halkın dünya görüşünü zenginleştirerek, kültürel engellerinin azaltılmasında, olumlu tutumlar yaratılmasında etkili olmaktadır (Gürbüz A. K., 1998).

3.4.2. Ekonomik Etkileşim

Toplum gereksinimlerinin karşılanması; üretim, tüketim, bölüşüm ve alış-veriş ilişkilerinin sağlanabilmesi için gereksinim duyulan toplumsal kurumlardan¹⁰ biri ekonomidir. Turizm destinasyonları, özellikle gelişmiş ülke vatandaşlarının hedefleri arasında yer almakta, turistin köken ülkesindeki gelir artışları, hizmet tüketimine, özellikle turistik hizmet tüketimine yönelmelerinde etkili olmaktadır (Gürbüz A. K., 1998). Yaşam biçimi göçmenleri ise beklentilerine cevap verebilecek, yaşam kalitelerini arttıracak mekânlara geçici, kalıcı ya da döngüsel hareketlerde bulunmakta, genellikle köken ülkelerinde elde ettikleri gelirleri, turizm destinasyonlarında harcamaktadırlar. Gerek turizm aktivitelerine katılmak için seyahat eden turistler, gerekse daha iyi bir yaşam için turizm destinasyonuna göç etmiş yerleşik yabancılar ile yerel halk arasında farklı biçim ve düzeylerde ekonomik ilişkiler ve etkileşimler gerçekleşmektedir. Taraflar arasındaki ekonomik etkiler ve etkileşim, kazan-kazan yaklaşımıyla pozitif yönlü olabileceği gibi yerel halkta gösteriş etkisi yaratarak ya da yerleşik yabancıların/turistin ekonomik açıdan sömürülmesi ile kazan-kaybet yaklaşımıyla negatif yönlü bir seyir de izleyebilmektedir.

Turist çekmeye başlayan yerler, turistik talep artışına bağlı olarak zaman içerisinde turizm işletmeleri açısından çeşitlenip, zenginleşerek turizm sektörünün gözde destinasyonlarına dönüşmektedirler. Turistler; konaklama, yeme-içme, ulaştırma, seyahat, rekreasyon, alış-veriş ve diğer gereksinimlerini karşılamak üzere mal ve hizmet üretiminde bulunan işletmelerden gereksinim ve isteklerini karşılamakta, ekonomik bir ilişki içerisine girerek söz konusu işletmelerde gelir yaratıcı ve artırıcı etkileri bulunmaktadır. Uluslararası turizm hareketlerine katılan turistler, yapmış oldukları harcamalar ile turizm destinasyonlarının döviz geliri elde etmesini sağlamakta, toplumsal bir kurum olan ekonomiye, yerel, bölgesel ve ulusal ölçekte önemli katkılar sağlamaktadır. Turist ile benzer tüketim davranışları sergileyen yerleşik yabancılar da genellikle köken ülkelerinde elde ettikleri gelirlerini, birikimlerini, gündelik yaşamlarını sürdürdükleri turizm destinasyonlarında harcamaktadırlar. Turizm destinasyonlarında çok az sayıda yaşam biçimi göçmeni olan yerleşik yabancı

¹⁰ Toplumsal kurum; insanların ortak ve temel gereksinimlerini karşılamak amacıyla oluşturulmuş, toplum içine yerleşmiş, kurumsallaşmış ve devamlılığı bulunan ilişkiler sistemidir (Topses, 2013).

çalışma yaşamı içerisinde aktif olarak bulunmaktadır. Türkiye’de iş yaşamı içerisinde bulunan yerleşik yabancılar da genellikle turizm işletmesi sahibi/ortağı ya da emlak sektöründe girişimci olarak yer almakta, yok denecek kadar az sayıda yerleşik yabancıların da turizm işletmelerinde ücret karşılığı çalıştığı bilinmektedir.

Turist ve yerleşik yabancıların turizm destinasyonundaki işletmelerden mal ve hizmet talepleri, söz konusu işletmelerde yerel halkın istihdamını artırmaktadır. Sektörün istediği vasıflar yerel halkta olmasa bile diğer sektörlerle göre kısa sürede kazanma olanağı bulunduğu için yerel halkın turizm işletmelerinde istihdamı kolaylıkla sağlanabilmektedir (Gürbüz A. K., 1998). Yerel halktan kadınların, tarım işçilerinin, gençlerin ve emeklilerin yarı zamanlı ya da tam zamanlı olarak turizm işletmelerinde ve diğer işletmelerde, artan talebe cevap verebilmek için istihdamları söz konusu olmaktadır. Ayrıca yerleşik yabancıların evlerinde; temizlik işlerine yardımcı olarak, yaşlı bakımı, ev bakıcılığı, evcil hayvan bakıcılığı veya bahçe işleri gibi alanlarda yerel halkın istihdamı ile yerel halkın gelir elde etmesi söz konusu olmaktadır. Balkır ve Kırkulak Uludağ (2014) çalışmalarında; Antalya’da yaşayan yerleşik emekli yabancıların aylık harcamalarının en çok yiyecek ve eğlence giderleri üzerinde yoğunlaştığını tespit etmişlerdir. Turizm destinasyonlarının bir kısmı turizmin mevsimsellik özelliğinden etkilenmekte, düşük sezonda çok az sayıda turizm işletmesi hizmet vermeye devam etmektedir. Turizm destinasyonlarına yerleşmiş yabancıların sayıları, buraları ziyaret eden turistlerin sayılarına göre çok daha az olmakla birlikte özellikle düşük sezonda açık olan işletmelere gelir yaratıcı olumlu etkileri olduğu gözlemlenmektedir.

Turistlerin ve yerleşik yabancıların turizm destinasyonunda konut kiralararak ya da satın alarak, emlak sektöründe ekonomik hareketlilikler yarattıkları bilinmektedir. Özellikle yerleşik yabancıların turizm destinasyonlarında başta gayrimenkul yatırımları olmak üzere, bankalardaki döviz yatırımları da olumlu ekonomik etkiler yaratmaktadır. Köken ülkeleri ile sosyal, kültürel ve ekonomik ilişkileri devam eden yerleşik yabancıların, bir köprü vazifesi görerek, turizm destinasyonuna kurumsal bilgi ve teknolojilerin transferinin sağlanmasında, ticari ilişkilerin geliştirilmesinde etkin bir rol oynayabilecekleri düşünülmektedir (Özgürel ve Avcıkurt, 2018, 203). Yerleşik yabancıların köken ülkesi ve yerleştiği turizm destinasyonu arasında geliştirdiği ekonomik ilişkiler, her iki ülke ekonomisinde olumlu karşılıklı etkiler yaratmaktadır.

Yerleşik yabancıların turizm destinasyonunda yarattıkları olumlu etkiler yanında doğrudan ya da dolaylı olarak yarattıkları olumsuz ekonomik etkiler de söz konusu olmaktadır. Turizm destinasyonunda görece yüksek ekonomik statüleri nedeniyle kiralık ve satılık emlak fiyatlarını yükseltmeleri, kayıt dışı bir biçimde evlerini köken ülkeden gelenlere kiralamaları ve konaklama dışında diğer turistik hizmetlerde aracılık ederek kazanç sağlamaları ile yerleşik yabancılara göre genel fiyatlar düzeyinin ayarlanması sayılabilecek olumsuz ekonomik etkilerdir.

3.4.3. Sosyal Etkileşim

Toplum içerisinde bireylerin birbirlerine, dikkatlerini, sevgilerini, zamanlarını, bağlılıklarını vermesini sağlayan temel etmen sosyal etkidir. Sosyal etki kavramını, bireyin ya da birey gruplarının diğerini/diğerlerini herhangi bir konudaki tutum, duygu, düşünce ve davranışlarını etkileme çabası olarak tanımlamak mümkündür (Demir Özcan, 2017). Sosyal ilişki ve iletişim sırasında karşı tarafı etkilemeye çalışan kişi “sosyal etki kaynağı”; fikir, duygu ve davranışlarında değişiklik yaratılmak istenen kişi ise “sosyal etki hedefi” olarak isimlendirilmektedir (Sakallı, 2016). Yerleşik yabancı-yerel halk ilişkisinde; yerleşik yabancı sosyal etki kaynağı iken yerel halk sosyal etki hedefi ya da yerel halk sosyal etki kaynağı iken yerleşik yabancı sosyal etki hedefi olmaktadır. Turizmde mikro düzeyde yerleşik yabancıdan yerel halka ve/veya yerel halktan yerleşik yabancıya doğru sosyal etki akışı görülürken, makro düzeyde ise toplumlar veya topluluklar arasında bir sosyal etki akışı görülmektedir.

Sosyal etkileşim bireyler arasındaki gündelik etkileşimi ifade etmekte, bireylerin yaşamının dolayısıyla toplumun önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Sosyal etkileşim; katılan herkesin bir etkileşim içerisinde yer aldığı farkında olduğu, kişiler arasında doğrudan gerçekleşen etkileşimdir (Farshidi, 2016). Sosyal ilişkilerin karşılıklı etki yaratan bir sürece dönüşmesiyle sosyal etkileşim gerçekleşmektedir (Avcıkurt, 2007). Bir başka ifadeyle sosyal etkileşim; belirli koşullar altında diğer birey ya da birey gruplarının gözlemlenmesinden, iletişim kurulmasına, kısa süreli ilişkilerden uzun süreli ilişkilere kadar geniş bir yelpazedeki etki yaratan davranışları kapsamaktadır (Cook ve Sellitz, 1955, 52-53). Murphy L. (2001)’ye göre sosyal etkileşim üzerine yapılan araştırmalar temel olarak “diğer bireylerle günlük karşılaşmaların incelenmesi”dir. Etkileşim ailede yakın aile üyeleriyle başlamakta, okul, iş, sosyal

çevre gibi birçok alanda, çeşitli ortamlarda, değişik özelliklerde bireylerle yaşam boyu devam etmektedir (Bağlı, 1996). Sosyal etkileşim ile birey diğer birey/bireyler ile belirli durumlarda ilişki kurma, sohbet etme, düşünce ve deneyimlerini paylaşma, bilgiye ulaşma, sosyal bağlantılar geliştirme gibi amaçlarına ulaşmaktadır. Etkileşimin önemini vurgulayan özellikler arasında; bireylerin yapacakları işleri etkilemesi, toplumsal yaşamı şekillendirmesi, toplumsal uyumu sağlaması, bireylerarası işbirliğine ve devamlılığa katkı sunması ile sosyal modeller yaratması yer almaktadır (Güney, 2016).

Literatürde turist-yerel halk etkileşimi, “ev sahibi-konuk etkileşimi” anlamına gelen “host-guest interaction” başlığı altında incelenmektedir. “Host-guest” kavramı, V. L. Smith’in editörlüğünü yaptığı “Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism” (1989) kitabında sıklıkla kullanılmış, turizm çatısı altında etkileşim kuran iki topluluğu tanımlamak için literatürde yoğun olarak ifade edilen bir kavram haline gelmiştir. Literatürde ev sahibi kavramı içerisine; yerel sakinler, yerel halk, yatırımcılar, turistlere hizmet sunanlar (otelciler, önbüro çalışanları, servis personelleri, satış elemanları, rehberler, tur yöneticileri, taksi ve otobüs şoförleri vb.) dahil edilmektedir (Reisinger, 2009). Turist kavramı ile de destinasyonu ziyaret eden yerli ve yabancı turistler ifade edilmektedir. Turizm destinasyonunda turist birçok farklı grup ile etkileşim içerisine girebilmektedir. Turistin etkileşim içerisine girdiği gruplar şu şekildedir: (1) diğer turistler (yerli ve/veya yabancı), (2) hizmet sağlayıcılar, (3) yerel sakinler, (4) yerel halk/sağlayıcılar, (5) yabancı (ithal) işçiler ve (6) yatırımcılardır. Yerleşik yabancı ise turistlere ek olarak; diğer yerleşik yabancılar, sivil toplum kuruluşları (STK), çeşitli kamu kurum ve kuruluşları, turizm sektörü dışındaki işletmeler, yerel yönetimler ile etkileşim içerisine girebilmektedir.

Yerleşik yabancı-yerel halk etkileşimi; turizm destinasyonlarında yerleşik yabancı ve yerel halk arasında gündelik yaşamın bir parçası olarak ortaya çıkan, karşılıklı etkiler yaratan toplumsal ilişkidir. Bireylerin yerleşik yabancı ve yerel halk olarak yer aldığı mekânlar sosyolojik sistemde, sosyal etkileşimin gerçekleştiği katmanlardır, bir başka ifade ile sosyal etkileşim katmanlarını oluşturmaktadır. Farklı görüş, düşünce, yaşam biçimi, inanç, dil ve kültürlere sahip bireylerin yerleşik yabancı ve yerel halk olarak ilişkide bulunması, “yerleşik yabancı-yerel halk ilişkisi” olarak adlandırılan bir toplumsal ilişki biçiminin doğmasına ve birbirlerini karşılıklı olarak etkilemeleriyle

“yerleşik yabancı-yerel halk etkileşimi” olarak adlandırabileceğimiz etkileşim durumunu ortaya çıkarmaktadır.

Yerleşik yabancı ve yerel halk arasında sosyal ilişki ve etkileşimlerin gerçekleşmesinde ilişki kurmaya ne kadar istekli oldukları önemli bir husustur. Gündelik yaşam içerisinde diğer bireylerin istekleri ile karşı karşıya kalma birey için son derece olağan bir durumdur. Şüphesiz bireyler kendilerine yöneltilen her bir isteği kabul etmemektedirler. Diğer bireylerden gelen isteklerin kabul edilmesi durumu, birey davranışları üzerindeki sosyal etkinin örneklerinden biridir. Kabul etme davranışına yol açan sosyal etki, doğrudan doğruya bir istek biçiminde dile getirilmektedir. Bu bağlamda yerleşik yabancı veya yerel halk tarafından başlatılan sosyal ilişki, bir tarafın istemesi diğer tarafın ise kabul etmesi durumunda sosyal etki yaratmaktadır. Yerleşik yabancı ve yerel halkın sosyal ilişki için istekli ve sosyal etkilerin karşılıklı olması, birbirlerine yönelik tutumlarını anlama açısından da son derece önemlidir. Burada belirtilmesi gereken önemli bir diğer husus da tarafların sosyal ilişki kurmadaki isteksizliklerinin dil engelinden kaynaklanıp kaynaklanmadığının tespit edilmesidir.

Yerleşik yabancı turizm destinasyonunda tıpkı bir turist gibi fizyolojik, psikolojik, sosyo-kültürel ve diğer ihtiyaçlarını gidermek için yerel halk ile sosyal bir çevre içerisinde temasa geçmekte ve çeşitli ilişkiler kurmaktadır (Avcıkurt, 2007). Yerel halkın yerleşik yabancıyı aralarına kabul etmesi ve hoşgörülü davranışlar sergileyerek ötekileştirmemesi, taraflar arasında oluşacak olumlu bir sosyal etkileşim açısından ön şart olarak kabul edilmelidir.

Yerleşik yabancı-yerel halk etkileşiminin çerçevesini belirlerken Goffman (2017)’ın yararlandığı odaklanmış ve odaklanmamış etkileşimden yararlanılabilir. Odaklanmış etkileşim; iki veya daha fazla sayıda yerleşik yabancı ve yerel halktan aktörün yüz yüze etkileşimidir. Odaklanmamış etkileşim ise tarafların sosyal ilişkilerini jest, mimik, vücut duruşu gibi işaretler ile sağladığı etkileşimdir. Yerleşik yabancı-yerel halk etkileşimi; odaklanmış ya da odaklanmamış etkileşimden herhangi biri ya da her ikisinin bir arada olması biçiminde gerçekleşmektedir. Sokakta, sahilde, çarşıda, restoranda, sinemada, kalabalığın olduğu anlarda odaklanmamış etkileşim temeldir. Çünkü yerleşik yabancı diğerlerine onların farkında olduğunun sinyalini vererek; jest, mimikler, yüz ifadesi ve duruşu ile iletişime geçmektedir. Yerleşik yabancı bir diğer

tarafından, gündelik yaşamının büyük bir kısmında, diğerlerinin söyledikleri ya da yaptıklarına doğrudan dikkat ederek odaklanmış etkileşim içerisine girmektedir. Yerleşik yabancı destinasyonda yerel halk ile karşılaşmalarında; sitede, mahallede ayaküstü yaptığı sohbetlerde, alışveriş yaparken kurduğu yüz yüze ilişkilerde, yerel halktan arkadaşları, dostları ile birlikte gerçekleştirdikleri boş zaman aktivitelerinde, yardımlaşmalarında, ev ziyaretlerinde odaklanmış etkileşim içerisine girmektedir.

Yerleşik yabancı-yerel halk sosyal etkileşim biçimlerini, sosyal ilişki biçimlerinden yola çıkarak resmi olmayan (informel) ve resmi (formel) etkileşim olarak sınıflandırmak mümkündür. İnfornel (resmi olmayan) etkileşim, yakın etkileşim ve cazibe merkezleri ile tesislerde gerçekleşen etkileşim; resmi (formel) etkileşim ise işyerinde etkileşim alt başlıkları altında aşağıda Çizelge 3’te gösterilmektedir.

Çizelge 3. Yerleşik Yabancı-Yerel Halk Sosyal Etkileşim Biçimleri

Resmi Olmayan (informel) Etkileşim	Yakın Etkileşim	-Birbirlerini evlerine davet etme, -Beraber spor yapma, -Beraber partiye katılma, -Yemeklerini paylaşma vb.
	Cazibe Merkezlerinde ve Tesislerde Etkileşim	-Plajda iletişim kurma, -Etkinliklerde temas kurma, -Yiyecek-içecek işletmelerinde temas kurma, -Diğer ticari kuruluşlarda temas kurma, -Disko, kulüp ve barlarda temas kurma.
Resmi (Formel) Etkileşim	İşyerinde Etkileşim	-İşyerinde temas kurma, -Resmi işler hakkında bilgi verilmesi (belediye vb.) -Ürün ya da hizmet sunarken/alırken etkileşim.

Kaynak: Carneiro, Eusébio ve Caldeira (2018).

Goffman (2009)’a göre gündelik yaşam tiyatroya benzemektedir. Yerleşik yabancı ve yerel halkın sergilediği performanslar, oynadığı roller, birbirleriyle olan paylaşımları sahne önünde/ön bölgede gerçekleşmektedir. Turistten farklı olarak yerleşik yabancı için ön bölge; gündelik yaşamın sürüp gittiği; görünüşün önemli olduğu, kuralların ve kısıtlamaların sürdüğü, yerleşik yabancıyı kendisini biçimlendirdiği bölgedir. Yerleşik yabancı için arka bölge, kendisi ile baş başa kaldığı, ön bölgeyi eleştirilebildiği, mahrem alanı olan evidir (Esgin, 2012). Yerleşik yabancı ve yerel halkın destinasyondaki rolleri ve bu rolleri sergileyişleri sosyal etkileşimleri üzerinde bağlayıcı bir etkiye sahiptir. Yerleşik yabancı ve yerel halk başlangıçta bir rolle ortaya çıktığında, o ve diğerleri, daha sonraki tepkilerini de genelde büründükleri rolleri

üzerine inşa etmekte ve bir bakıma başlangıçtaki rollerine yapışıp kalmaktadırlar. Yerleşik yabancı ve turist arasındaki rol farklılığı incelendiğinde turist, belki bir daha hiçbir zaman karşılaşmayacağı, görmeyeceği yerel halkla temasında, rolünü daha yüksek perdeden canlandırabilmekte ya da kendisini utandıracağını bildiği şeyleri yapmakta kendini özgür bırakabilmektedir (Goffman, 2017). Oysa yerleşik yabancı yılın 6 ayı ve üzerinde bir süre, hatta içlerinden bir kısmı ömrünün sonuna kadar turizm destinasyonda ikamet etmekte, yerel halka tanışıklığı ve birlikte yaşama durumu turiste göre kalıcı olmaktadır. Bu durum da yerleşik yabancıların bulunduğu ortama uygun davranışlar içerisinde bulunmasına yol açmaktadır. Yerleşik yabancıların destinasyondaki toplumsal hayata ilişkin birçok bilgiye sahip olması, söze dökülmeyen ve yazılı olmayan kabulleriyle desteklenmektedir. Yerleşik yabancıların destinasyonda elde ettiği ve biriktirdiği bilgi stoku, hangi davranışları sergileyeceği konusunda kılavuzluk yapmaktadır.

Turist-yerel halk etkileşimi, etkileşimde rol oynayan etmenler ve etkileşimin sonuçlarına ilişkin turizm literatüründe yeterince çalışılmadığı ve oldukça az ilgi gördüğü belirtilmektedir (Carneiro ve Eusébio, 2015; Kastenholz vd., 2013; Eusébio ve Carneiro, 2012; Pizam vd., 2000). Yine de son yıllarda bu konuda yapılan çalışmaların sayısında bir artıştan söz edilmektedir (Dilek, 2016; Carneiro ve Eusébio, 2015; Eusébio ve Carneiro, 2012; Kastenholz vd., 2013; Pizam vd., 2000; Skipper, 2009; Tayfun, 2002). Yaşam biçimi göçü ile turizm destinasyonlarına yerleşen yabancıların yerel halk ile etkileşimleri üzerine yapılmış yok denecek kadar az sayıda çalışmaya rastlanılmıştır (Xu, Ma ve Jiang, 2017).

3.5. Sosyal Etkileşimde Rol Oynayan Etmenler

Yerleşik yabancı-yerel halk etkileşiminde rol oynayan etmenleri bilmek; ilişkiye yönelik beklentilerin ve sonuçların tahmin edilmesi açısından son derece önemlidir. Yerleşik yabancı-yerel halk arasındaki ilişkiyi etkileyen, nasıl olacağını belirleyen, ilişkinin sonuçları üzerinde etkili olan birçok etmen bulunmaktadır. Bu etmenlerden birçoğunun turist-yerel halk etkileşiminde etkili olduğu bilinmektedir. Etkileşim üzerinde rol oynayan etmenler arasında; destinasyondaki sosyo-kültürel yapı, destinasyondaki turizm yapısı, tarafların birbirlerine karşı tutumları, tarafların kişilik özellikleri, tarafların sayısı, coğrafi alanın büyüklüğü, nüfus yoğunluğu, tarafların ilgi

alanları, tarafların birbirlerine davranışları, çıkar çatışmaları, iletişim güçlükleri, yaşam biçimi farklılıkları, turizmin gelişme düzeyi, turizm olanakları, rekreasyon alanları, kültürel merasim ve etkinlikler, tarafların birbirleri hakkında ne kadar bilgi sahibi oldukları, kitle turizminin etkileri, ekonomik, sosyal ve kültürel farklılıklar, turizm bilinci ve paydaşların desteği, özdeşleşme düzeyi, geçici ve zamansal etkenler (oynadıkları roller), mekânsal etkenler (fiziksel, sosyal mesafe ve sosyal kurallar), algılar, değerler ve tutumlardaki farklılıklar gibi çok sayıda etken bulunmaktadır (Aref, 2011; Avcıkurt, 2015; Derrett, 2003; Doğan H. Z., 2004; Reisinger ve Turner, 2003; Rızaoğlu, 2012; Saarinen ve Manwa, 2008, 51; Pizam vd., 2000; Urry, 2009).

Yerleşik yabancı ve yerel etkileşimi üzerinde etkisi bulunan ve yukarıda ifade edilen etmenler dışında acaba başka hangi etmenler etkili olabilir sorusuna cevap bulabilmek adına literatür incelenmiştir. Yapılan incelemede; topluluk duygusu, sosyal mesafe ve yaşam kalitesinin yerleşik yabancı-yerel halk etkileşimine etkisi üzerine yapılmış çalışmaya/çalışmalara rastlanılmamıştır. Devam eden kısımda “topluluk duygusu”, “sosyal mesafe” ve “yaşam kalitesi” kavramları ayrı başlıklar altında kapsamlı olarak incelenmiştir.

3.5.1. Yerleşik Yabancı-Yerel Halk Etkileşiminde Topluluk Duygusu

Literatürde göçlerin sebep olduğu farklı dil, din, kültür ve yaşam biçimine sahip bireylerin, hedef ülkede bir arada yaşama sorunu ve topluluk duygusu olarak ifade edebileceğimiz topluma bağlanma noktaları tartışılan güncel konular içerisinde (Poyraz, 2017). Bireyin diğer bireylerle ilişki kurması, birlikte bulunması “birlikte olma duygusu” veya “topluluk duygusu” olarak adlandırılmakta, toplulukların sosyo-duygusal niteliğine vurgu yapılmaktadır.

Topluluk duygusu (sense of community) kavramı ilk olarak Seymour B. Sarason (1974) tarafından ifade edilmiştir. Sarason topluluk duygusunu; ait olma arzusu, karşılıklı bağımlı olma, yabancılaşma, yalnızlık, sosyal güçler ile ilgili etkisizlik gibi duyguların bir dökümü olarak tanımlamıştır (Sarason, 1974, 192). Topluluk duygusu; bireylerin aidiyet hisleri, birbirlerini ve grubu önemsemeleri, gereksinimlerinin karşılıklı bağlılıklarının bir sonucu olarak karşılanabileceği inancını taşımaları ile ilgili duyguları ifade etmektedir. Topluluk duygusu varlığıyla toplum içerisinde güçlü sosyal ve

duygusal bağların kurulmasına zemin hazırlayan, eksikliğiyle toplum içerisinde yabancılaşma, dışlanma, yalnızlık, kendini etkisiz hissetme gibi olumsuz duygular ve durumlar yaratan, bu bakış açısıyla sosyal ilişki ve etkileşimler için önemli etkiler yaratan bir duygudur.

Topluluk duygusunun öncülleri; sosyal, kişisel ve fiziksel faktörler olarak literatürde incelenmektedir. Sosyal faktörler; aidiyet ve topluma katılım gibi etmenleri; fiziksel faktörler; topluluk düzen ve tasarımı, suç oranı ve konut yoğunluğu gibi etmenleri; kişisel özellikler ise bireyin yaşı, mülkiyetin durumu (kiralama-sahibi), ikamet süresi ve hane halkı geliri gibi etmenleri içermektedir. Söz konusu etmenler hem topluluk duygusunu etkilemekte, hem de topluluk duygusundan etkilenmektedir (Smith, K.M., 2011).

Topluluk duygusu, toplumdaki diğer üyelere karşın bireyin yükümlülüklerini ve bağlılık duygusunu, topluluk üyeleri arasındaki kolektif değerleri, inançları ve çıkarları anlama yoluyla zamanla geliştirmektedir (Aref, 2011). Toplum içerisinde artan birey sayısı ile birlikte topluluk duygusu; sosyal, kültürel, ekonomik ve politik sermayeye katkılar sağlamaktadır. Topluluk duygusunun geliştiği toplumlarda sağlığın korunduğu, refahın yükseldiği, toplumsal değişime yönelik motivasyonu arttırdığı, toplumu daha esnek bir yapıya kavuşturduğu, özellikle göçmenlerin uyum süreçlerine katkıda bulunduğu ifade edilmektedir. Bu yapıyla topluluk duygusunun, göçmenlerin topluluğa entegrasyonunda hayati bir etmen olarak görülmesi gerektiği belirtilmektedir (Ramos vd., 2017).

Talen (2000), topluluk duygusunu sosyal etkileşimin bir etmeni ve duygusal bir bileşeni olarak değerlendirmektedir. Topluluk duygusu bireyin, toplumun diğer üyeleri ve dışarıdan gelen yabancılar ile bağlantı kurmasında, harekete geçmesinde, cesaret veren, teşvik eden bir duygudur. Topluluk duygusu yüksek toplum üyelerinin, ilişkilerini derinlemesine yaşaması, birbirlerini destekleyici davranışlarda bulunması, toplumsal hareket ve katılım gerektiren konularda işbirliği yapması beklenir.

Yukarıdaki açıklamalar doğrultusunda toplum içerisinde var olan gruplardan herhangi birisi içerisinde yer alan birey:

- “biz” ve “diğerleri/ötekiler” ayrımının yapılmasını sağlayan sınırlar içerisine girerek,
- kişisel yatırım yoluyla grup içerisinde yer edinerek,
- isteklerini grup içinde karşılayarak,
- gruba aidiyet hissederek,
- grup ile özdeşleşerek,
- grubun üyeleri ile arasındaki samimiyetin derecesini artırarak ve
- kendisine karşı dışarıdan gelebilecek olumsuz durumlara karşı koruma altına alındığını hissederek topluluk duygusunu yaşamaktadır.

3.5.2. Yerleşik Yabancı-Yerel Halk Etkileşiminde Sosyal Mesafe

Sosyal mesafe; sosyal yaşam içerisinde, çatışma durumlarına karşı geliştirilen, öznel, rasyonel bir savunma mekanizması olarak yaratılmaktadır (Sinkovics ve Penz, 2009, 465). Literatürde kavram; bireylerin sosyal ilişkilerini karakterize eden, birbirlerinin deneyimlerini anlama ve samimiyet kurma derecesi olarak tanımlanmaktadır (Bogardus, 1925). Sosyal mesafe; bireyler veya gruplar arasında belirli bir sosyal durumda beklenebilecek işbirlikçi davranış olarak görülmekte, hem bireysel hem de toplumsal açıdan bazı sonuçlar doğurmaktadır (Thyne, M., A. ve Lawson, 2001, 104). Sosyal mesafenin olası sonuçları arasında; sakinlerin sosyal etkileşimlerini ve destinasyona yönelik algılarını etkilemeleri yer almaktadır (Hipp ve Boessen, 2012, 196). Diğer bireyleri kendimize ne kadar yakın ya da uzak hissettiğimiz, gündelik yaşamdaki sosyal etkileşimin önemli bir belirleyicisidir. Sosyal yakınlığı etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bu faktörlerden bazıları şunlardır (Stephan, Liberman ve Trope, 2011):

- **Etkileşim sıklığı:** Sıkça görülen bireyleri daha yakın hissetme,
- **Benzerlik:** Bireyin kendisine benzer şekilde algıladığı bireyleri daha yakın hissetmesi ve
- **Sonuç bağımlılığı:** Bireyin bağlı olduğu bireyleri daha yakın hissetmesidir.

Turizm destinasyonlarında her zaman mekânsal mesafenin sağlanamaması, yerel halkın turistler ile yaşayabileceği çatışmaları önlemek için alternatif bir strateji geliştirmesine

neden olmaktadır. Çatışmadan kaçınma durumu sosyal mesafe ile sağlanmaktadır. Destinasyonda tanıdık olmama/aşinalık eksikliği, kalıp yargılar (stereotipler) ve önyargılar da sosyal mesafenin artmasında etkili olmaktadır. Taraflar arasındaki sosyal mesafe düzeyi ne kadar yüksek ise, bir diğer ifade ile hissedilen uzaklık ne kadar fazla ise, temas sonucunda elde edilen deneyim, memnuniyet ve tatmin düzeyinin düşük olma olasılığı da benzer oranda artmaktadır.

Literatürde turist-yerel halk arasındaki pozitif ilişkilerin gelişiminin sosyal mesafe kavramı ile ilişkili olduğu, taraflar arasındaki sosyal mesafenin azalmasının etkileşim olasılığını yükselteceği belirtilmektedir (Farshidi, 2016). Ayrıca gruplar arasındaki sosyal mesafe düzeyi azaldıkça, bireylerin diğerlerini bir nesne sınıfının temsilcileri olarak değil, kendileri gibi görmeye başladıkları belirtilmektedir (Frankowski-Braganza, 1983). Turist ve yerel halkın birbirleriyle temastan kaçınarak sosyal mesafe koymalarının, birbirlerine yönelik önyargıları beslediği, biz ve diğerleri ayrışmasına neden olduğu, olumsuz tutumların gelişmesinde ve hatta kurumsallaşmasında etkin rol oynadığı ifade edilmektedir (Çuhadar Gürkaynak, 2012).

Turizm destinasyonlarına yaşam biçimi göçüne katılarak yerleşen yabancılar, sosyo-demografik yapıyı ve kültürel kompozisyonu değiştirmektedirler. Yerleşik yabancılar ile yerel halk arasındaki kültür, dil, din, etnik, sosyo-ekonomik farklılıklarından dolayı sosyal mesafe ortaya çıkabilmektedir. Birbirleri için yabancı olan her iki taraf da “yabancı”ya karşı sosyal mesafesini ayarlayarak ilişkisinin biçimini ve yönünü belirlemekte, aralarındaki sosyal mesafenin artması, birbirlerinden uzaklaşmalarına ve etkileşimin sınırlı gerçekleşmesine yol açmaktadır. Taraflar arasındaki sosyal mesafenin uzun olması, sosyal etkileşimin düşük düzeyde gerçekleşmesine dolayısıyla yanlış anlaşılmalara ve güvensizlik ortamının oluşmasına neden olmaktadır (Hipp ve Boessen, 2012, 196).

3.5.3. Yerleşik Yabancı-Yerel Halk Etkileşiminde Yaşam Kalitesi

Yaşam kalitesi kavramının kökeni Aristo'nun “mutluluk” ve “iyi yaşam”ı konu edinen çalışmalarına dayanmaktadır (Edisan ve Kadioğlu, 2012, 77). Kavram ilk kez 1920'de Pigou tarafından kullanılmış, 1950'li yıllardan itibaren literatürdeki kullanımı yaygınlaşmıştır (Gondos, 2014). Yaşam kalitesi olgusu birçok disiplin tarafından farklı

boyutlarıyla çalışılmış, modelleri çizilmiş, 100'ün üzerinde tanımı yapılmıştır. Ancak yaşam kalitesi kavramına yönelik ortak bir tanımlama yapılarak, bir standart ve göstergeler sistemi oluşturulamamıştır (Andereck ve Nyaupane, 2011, 248).

Memnuniyet ile ilişkili olan yaşam kalitesi ile ilgili Allen (1991) 3 genel yaklaşım bulunduğunu ifade etmektedir: Bunlar; bireyci yaklaşım, aşkın yaklaşım ve bireyci-aşkın yaklaşım kombinasyonudur. Bireyci yaklaşım; bireyin arzu ve beklentileri ile başarılarına odaklanır. Bireyin iç durumuna odaklı olan yaklaşım dış çevreye çok az önem verir. Aşkın yaklaşım; bireyci yaklaşımın aksine dış çevreye odaklanır, dış çevrede sağlanan kalitenin bireyin yaşam kalitesini artıracaklarını savında bulunur, toplum odaklılığı benimser. Üçüncü yaklaşım ise bireysellik ve toplumsallık etrafında, birinin bir diğerinden üstün olmadığını, birbirlerini etkiledikleri ve aralarında alış-veriş olduğu görüşünü benimsemektedir (Allen, 1991).

Yaşam kalitesi kavramı farklı yaklaşımlar gözetilerek birey (kentte yaşayan insan odaklı) merkezli ve toplum merkezli (kent ortamının niteliklerine odaklı) olarak da açıklanmaya çalışılmaktadır. Birey merkezli yaklaşımlar; hazzı, yararcı, yaşamda bireyin istek sıralamasına, Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisine, Sen'ci kapasiteye sahip olma durumuna, onurlu yaşama hakkına, sağlık odaklı olma durumuna ve Aristocu Ereksel başlıkları altında incelenmektedir. Toplum merkezli yaklaşımlar ise kent merkezli ve çevrecilik temelli olarak açıklanmaya çalışılmaktadır¹¹ (Tekeli, 2009). Her iki yaklaşım grubu birbirini tamamlayarak, bütünleşmekte ve yaşam kalitesini oluşturmaktadır.

Yaşam kalitesi günümüzde tüm ülkelerin ulaşmayı arzuladığı, toplumların amaçları arasında üst sıralarda yer alan, evrensel hedeflerden biri olarak görülmektedir (Aydın Boylu ve Paçacıoğlu, 2016, 137). Yaşam kalitesi kavramı ile bireyin yaşamdaki konumu; hedefleri, beklentileri ve endişeleri ile bağlantılı olarak içinde yaşadığı kültür ve değerler sistemi ekseninde, mevcut durumunu nasıl algıladığı açıklanmak istenmektedir (WHO, 2002). Bir başka ifade ile kavram, kişinin yaşamdaki konumunu ve bu konumundan duyduğu memnuniyeti ifade etmektedir. Yaşam kalitesi kavramı,

¹¹ Detaylı bilgi için Tekeli, İ. (2009). *Gündelik Yaşam, Yaşam Kalitesi ve Yerellik Yazıları*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

kişinin hayatının birçok yönünün “iyiliğini” nasıl ölçtüğünü kapsamaktadır (Theofilou, 2013). Yaşam kalitesi durumu bir başka ifade ile kişinin yaşamındaki iyi oluş hali, objektif (nesnel) ve sübjektif (öznel) göstergeler üzerinden incelenmektedir. Objektif göstergeler arasında; cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim, gelir, sağlık, sosyal destek, iş yaşamı, boş zaman faaliyetleri, yaşanılan konutun durumu ve benzerleri; sübjektif göstergeler arasında ise kişinin sahip olduğu bu olanaklardan duyduğu duygusal tepkiler, tutum, yaşam doyumu ve tatmin duygusu ile iş ve kişisel ilişkilerden memnuniyeti yer almaktadır (Torlak ve Yavuzçehre, 2008, 30; Andereck, Valentine, Vogt ve Knopf, 2007; Aydın Boylu ve Paçacıoğlu, 2016, 138; Theofilou, 2013). Bir toplumdaki yaşam kalitesi; objektif koşulların ve toplum üyelerinin objektif koşullara (ekonomik faaliyet, iklim, sosyal/kültürel kurumlar ve çevresel koşullar) ilişkin hislerinin ve algılarının toplamından oluşmaktadır (Jennings ve Nickerson, 2006, 137).

Shalock (1996) yaşam kalitesinin boyut ve göstergeleri ile ilgili olarak bir yapı oluşturmuştur. Söz konusu boyut ve göstergeler şu şekildedir:

- Duygusal ve psikolojik iyi olma durumu: Güvenlik, maneviyat, mutluluk, strese kurtulma, öz kavrama ve memnuniyet.
- Kişilerarası ve sosyal ilişkiler: Yakınlık, sevgi, etkileşim, dostluklar ve destekler.
- İstihdam ve ekonomik güvenliğin dahil olduğu maddi refah: Mülkiyet, finansal durum, güvenlik, gıda, istihdam, servet, sosyo-ekonomik durum ve barınma.
- Kişisel gelişim, yeterlilik ve hedefler: Eğitim, beceri, yerine getirme, yeterlilik, amaçlı faaliyetler ve ilerleme.
- Sağlıklı yaşam ve rekreasyonun dahil olduğu fiziksel refah: Sağlık, beslenme, boş zaman değerlendirme, hareketlilik, sağlık hizmeti, sağlık sigortası, boş zaman ve günlük yaşam aktiviteleri.
- Bireysel karar alma, kontrol ve kararlar: Özerklik, seçimler, kararlar, kişisel kontrol, öz yönelim ve kişisel hedefler/değerler.
- Sosyal dahil olma, itibar ve değer: Kabul edilme, statü, destek, çalışma ortamı, toplumsal aktiviteler, roller, gönüllü faaliyetler ve ikamet edilen ortam.
- Mahremiyet dahil olmak üzere haklar: Mahremiyet, oy hakkı, erişim, gerekli süreçler, mülkiyet ve sivil sorumluluklardır.

Son yıllarda yaşam kalitesi kavramı, hem akademik yazında hem de gündelik yaşamda yoğun olarak kullanılmaktadır. Tıp, pazarlama, çevre bilimi ve ekonomi alanlarında yaşam kalitesi üzerine yapılan birçok çalışma olduğu gibi, turizm alanında yapılan çalışmaların sayısı da artarak devam etmektedir (Eusébio ve Caldeira, 2018, 1; Carneiro ve Eusébio, 2015, 25; Uysal, Sirgy, Woo ve Kim H., 2016; Acha-Anyi, 2015; Kim K., Uysal ve Sirgy, 2013; Jennings, Lee, Ayling ve Lunny, 2009).

Turist-yerel halk etkileşiminde ilişki durumunun belirleyici faktörleri arasında; turistin yaşadığı kaliteli turizm deneyimi (Skipper, 2009; Jennings vd., 2009; Perdue, Long ve Yang, 1999) ve yerel halkın yaşam kalitesi gösterilmektedir (Carneiro ve Eusébio, 2015; Skipper, 2009). Turizm sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel etkiler yaratmakta, söz konusu etkiler turizm destinasyonlarındaki yerel halkın yaşam kalitesinin düzeyini belirlemektedir (Eusébio vd., 2018). Turizm destinasyonunda yerel halkın yaşam kalitesi ile turistin turizm deneyimlerinin kalitesini etkileyen çeşitli faktörler bulunmaktadır. Bu faktörler şunlardır (Jennings ve Nickerson, 2006, 130):

- Yerel halkın/sakinlerin sayısı ve türü,
- Turistlerin sayısı ve türü,
- Yerel halk ve turistler arasındaki sosyal mübadele (değişim) ilişkileri,
- Birbirlerinin sosyal temsilleri ve
- Turizm gelişim biçimidir.

Turist açısından kaliteli turizm deneyimi, yerel halk açısından yaşam kalitesi belirli bir seviyenin üzerinde olduğunda, aralarındaki sosyal etkileşimin yönü pozitif olmaktadır. Benzer biçimde yerleşik yabancı ve yerel halkın yaşam kalitelerinin belirli bir seviyenin üzerinde olması durumunda, etkileşimlerinin yönünün pozitif olması olasıdır. Bir diğer taraftan yerel halkın turist ile etkileşimleri, turistin tatiline yönelik tatmininde, yerel halka ve destinasyona yönelik tutumlarında doğrudan etki yarattığı gibi (Fan vd., 2017); yerel halkın yerleşik yabancı ile etkileşiminin de, yerleşik yabancıyla yaşam kalitesi üzerinde, yerel halka ve destinasyona yönelik tutumlarında doğrudan bir etki yaratması beklenebilecek bir durumdur.

4. TURİZME YÖNELİK TUTUMLAR VE TUTUMLARI AÇIKLAMADA YARARLANILAN MODEL VE TEORİLER

Tutum kavramı; bireylerin herhangi bir bireye, psikolojik bir objeye; duygusal, bilişsel ve davranışsal bir bütünlük ile tepki gösterme eğilimi olarak tanımlanmakta, bireyleri tanımak ve davranışlarını açıklamak için sıklıkla kullanılmaktadır (Güney, 2016). Bireyin tutumu, kendisi için anlam taşıyan objeye ilişkin duygularından, düşüncelerinden ve davranışlarından oluşmaktadır. Tutumlara ve tutum değişimlerine gösterilen yoğun ilgi, tutumların sosyal davranışlara yol açan eğilimler olduğu görüşlerinin yaygınlığından kaynaklanmakta, olayları incelemede ara değişken olarak kullanılmaktadır (Kağıtçıbaşı, 2017; Topal, 2016).

İnsanların sosyalleşme süreciyle birlikte tutumlar oluşmaktadır. Tutumların oluşmasında; zihinsel ve bilgisel faktörler (inançlar), kişisel etkilenme, fizyolojik faktörler (yaşlanma, hastalık ve benzerleri), anne-baba etkisi, tutum nesnesiyle gerçekleşen yaşantılar (karşılaşmalar, tekrarlanan ilişkiler, deneyimler), akranlar (arkadaş grubu), bireysel özellikler (kişilik özellikleri-içe dönük/dışa dönük kişilikler vb.), kitle iletişim araçları (sosyal medya, yazılı ve görsel basın), sosyal sınıf (değer yargıları-kabullenme/reddetme) ve grup üyeliği (aile, akraba, çalışma grubu, arkadaş grubu) etkili olmaktadır (Güney, 2016; Odabaşı ve Barış, 2016, 171).

Toplumsal tutumlar; toplum ile ilgili olgu, değer, konu, kurum ve benzeri psikolojik objelere yönelik tutumlardır. Toplumsal özellik taşıyan bir olgu olarak turizm, toplumsal tutumların oluşmasına yol açmaktadır. Turizme yönelik tutumlar 50 yılı aşkın süredir turizm literatüründe çalışılmaktadır (Andereck ve Vogt, 2000, 27).

Turizm destinasyonlarında, turizm gelişiminin başarısı ve sürdürülebilirliği için yerelin desteği önemli bir gereklilik olarak kabul edilmektedir (Bimonte ve Punzo, 2016, 129). Yerel halkın turistler ile temas ve sosyal ilişkilerinin olumlu olması, ilişkiden bekledikleri yararlarla ulaşmalarına, turizmin etkilerini olumlu algılamalarına ve dolayısıyla turizmin gelişimine yönelik olumlu tutumlar geliştirmelerine etki etmektedir (Eusébio vd., 2018; Eusébio ve Carneiro, 2012; Akkawi, 2010; Zhang vd., 2006; Reisinger ve Turner, 2003; Pizam vd., 2000). Yapılan sınırlı sayıda çalışmada, yerel halk ile turistlerin tatmin edici temaslarının ve etkileşimlerinin, yerel halkın

turizme yönelik tutumları üzerinde olumlu bir etki yaratacağı öne sürülmektedir (Lindberg ve Johnson, 1997 akt., Eusébio vd., 2018; Akis, Peristianis ve Warner, 1996; Andereck ve Vogt, 2000, 27). Turistlerin ev sahibi topluluklara yönelik tutumları ise nispeten az bilinen ve teori gelişimi için potansiyel bir alan olmaya devam etmektedir (Carmichael, 2006 akt., Skipper, 2009).

Yerleşik yabancı ve yerel halkın birbirlerine, destinasyona veya turizme yönelik ne gibi tutumlar geliştirdikleri, nasıl bir toplumsal yaşam yaşayacaklarını belirleyen önemli bir durumdur. Gündelik yaşam içerisinde özellikle sayısal açıdan baskın nüfusa sahip yerel halkın yerleşik yabancılara karşı tutumlarının bilinmesi, çatışmaları önleyici tedbirler alınması ve birarada uyumlu bir yaşamın düzenlenmesi açısından bir gerekliliktir. Yerleşik yabancılar, yaşam biçimi göçü ile yerleştikleri destinasyonda sadece nüfus artışına sebep olmamakta, nüfus karakterini de değiştirmektedirler. Destinasyonda kültürel değişim açısından, çok kültürlü bir toplumsal yapı oluşmasına neden olmaktadır. Gerek yerel halk gerekse yerleşik yabancı turizm destinasyonunda öğrenerek yeni tutumlar kazanabilecekleri gibi var olan tutumlarını da sosyal ilişki ve etkileşimleriyle değiştirebilmektedirler. Yerleşik yabancı ve yerel halkın birbirlerini tanıyarak, sosyalleşme aracılığıyla öğrenerek, karşılıklı deneyimleri ile olumlu duygular (sevme, değer verme, önemseme, saygı duyma gibi) geliştirmeleri, birbirlerine yakınlaşmalarına ve turizm destinasyonunda toplumsal yaşama uyumlarının artmasına katkı sağlamaktadır.

Literatürde yerleşik yabancıların/yaşam biçimi göçmenlerinin, yerel halk ile ilişkilerinin, etkileşimlerinin turizme yönelik tutumları üzerine etkisini araştıran bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Ancak Kordel ve Pohle (2018, 126) çalışmalarında; yaşam biçimi göçmenlerinin, yerel toplum, ekonomi ve kamusal alanlarda çeşitli dönüşümler yaşanmasında zenginlik kattıkları, bununla birlikte bu dönüşümlere karşı kararsız bir tutum sergiledikleri sonuçlarına ulaşmışlardır. Ayrıca Fountain ve Hall (2002, 166) yerel halk ve yaşam biçimi göçmenlerinin turizm faaliyetleri ile ilişkileri ve tutumlarının homojen görülmemesi gerektiğini belirtmişlerdir.

Turizme yönelik tutumlar ile ilgili çeşitli görüşler bulunmakta, bu görüşleri açıklamak için teorilerden ve modellerden yararlanılmaktadır. Söz konusu teori ve modeller arasında; Doxey Irridex Modeli, Butler Yaşam Döngüsü Modeli (Turizm Alanı Yaşam

Döngü Modeli), Doğan Modeli, Ap ve Crompton Modeli, Sosyal Mübadele (Değişim) Teorisi, Duygusal Dayanışma Teorisi ve Temas Hipotezi yer almaktadır. Devam eden kısımda literatürde yaygın olarak yararlanılan; Doxey Irridex Modeli, Butler Yaşam Döngüsü Modeli (Turizm Alanı Yaşam Döngü Modeli), Sosyal Mübadele (Değişim) Teorisi, Temas Hipotezi ve çalışma ile ilgili farklı bir bakış açısı kazandıracığı düşünülen Duygusal Dayanışma Teorisi ayrı başlıklar altında açıklanmaya çalışılmıştır.

4.1. Doxey Irridex Modeli

Doxey Irridex Modeli (1975) bir başka ifadeyle kızgınlık indeksi (irritation index); destinasyonda turizm faaliyetlerinin yarattığı etkilerin, farklı büyüme aşamalarında, yerel toplumun deneyimlerini değiştirmesi ve farklı tepkiler vermesi durumunu 4 evre üzerinden açıklamaktadır. Model Doxey (1975) tarafından ilk olarak geliştirilmiş, Fridgen (1991) tarafından ilk olarak tanımlanmıştır (Harrill, 2004).

Doxey Irridex Modeline göre turizm gelişiminin başlangıcından itibaren yerel halk, turiste ve turizme karşı zaman içerisinde “hoşnutluk”, “ilgisizlik”, “kızgınlık” ve “düşmanlık” evrelerinden geçmektedir. Hoşnutluk evresinde; yöreye gelen turistler memnuniyetle karşılanmakta, resmi olmayan (informel) ilişkiler kurulmakta ve turizm ile ilgili yok denecek kadar az sayıda planlama çalışması yapılmaktadır. İlgisizlik evresinde; yöreye gelen turist sayısı artmakta ve turistler ile daha çok resmi (formel) ilişkiler, turizm işletmelerinde yaşanmaktadır. Kızgınlık evresinde; yöre doygunluğa, taşıma kapasitesi üst sınırlarına ulaşmaya başlamıştır. Turistlerin yarattığı olumsuz sosyal etkilerden yerel halk tedirginlik duymaktadır. Yerel yönetimler büyümeyi sınırlandırmak yerine altyapıyı genişleterek, turizm işletmeleri ise kapasitelerini artırarak kontrolü sağlamaya çalışmaktadır. Düşmanlık evresinde ise; yerel halk öfkelerini açıkça ifade etmekte, yerel yönetimler iyileştirici planlama çalışmaları yaparak, turizm işletmeleri ise tanıtım faaliyetleri ile destinasyonun kötüleşen itibarını düzeltmeye çalışmaktadır.

Modelde turizm gelişiminin başlangıç dönemlerinde yerel halkın; az sayıda turist gelmesi ve turizmin yeni geliyor olması nedeniyle elde edeceği faydalara yönelik beklentilerinin bulunmasından dolayı olumlu olan tutumlarının zamana yayılı değişimi açıklanmaktadır. Turizm gelişimiyle artan turist sayısından ve yaşam biçimine yönelik

tehditlerden dolayı ilerleyen dönemlerde yerel toplumun tutumlarının olumsuz değişimi açıklanmaya çalışılmaktadır (Wearing ve Larsen, 1996, 117; Shafaei ve Mohamed, 2015, 2). Doxey ayrıca yerel halkın kızgınlığının, yerel halk ile turistler arasındaki uyumsuzluğun derecesi tarafından belirlendiğini savunmaktadır (Zhang vd., 2006). Bu bağlamda; yerel halkın turiste ve turizm gelişimine tolerans göstermemesi nedeniyle, destinasyonu ziyaret eden turist sayısının zaman içerisindeki artışına kıyasla aynı oranda artmaya devam etmeyeceği ve yerel halk-turist uyumsuzluğundan dolayı turist sayısının azalacağı çıkarımı yapılmaktadır.

Doxey Irridex Modeli bazı zayıf yönleri ve eksikleri nedeniyle araştırmacılarca eleştirilmektedir. Modelin yerel halk tutumlarını, turizm gelişim evrelerinde tek yönlü olarak (olumludan olumsuz) göstermesi, her bir gelişim evresini homojen özellikte kabul etmesi, yerel halkın demografik özelliklerini dikkate almamış olması, toplum içerisindeki farklı etnik kökenlerden gelen, farklı inançlara sahip alt grupları göz ardı etmesi, artan turist sayısını kontrol edebilmek için stratejileri tanımlamaması, ataları kaçırılan zencilerin beyaz turisti düşmanca karşılaması gibi tarihsel süreçte yaşanan olumsuz durumları açıklayamaması yapılan eleştiriler arasındadır (Mason ve Cheyne, 2000, 392; Duran ve Özkul, 2012, 503; Pavli ve Portolan, 2015, 1).

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

Turizme yönelik tutumları açıklamada yararlanılan bir diğer model ise Turizm Alanı Yaşam Döngü Modeli-Tourism Area Life Cycle/TALC (1980)'dir. Modelin temelleri Butler ve Brougham (1972) tarafından hazırlanarak, Ottawa'da Research Workshop, Travel Research Association Conference'da sunulan, yayınlanmamış çalışmalarında yatmaktadır (Butler, 2004). Modelin kuramsal çerçevesini çizen Butler (1980); her bir turizm alanının, ürün satış evrelerinde olduğu gibi başlangıçta (ilk piyasaya giriş) yavaş, büyüme evresinde hızlı, durgunluk ve düşüş evrelerinde azalan satışlar gibi, benzer gelişim evrelerinden geçtiğini iddia etmektedir.

Butler Yaşam Döngüsü Modeli (Butler, 1980); bir turizm alanının nasıl geliştiğini, ziyaretçi sayısı ve altyapı durumunu dikkate alarak 6 evre (son evre 2 olasılıklı) üzerinden açıklamaya çalışmaktadır. Bu evreler; keşif, katılım, gelişme, doyumluk, durgunluk ve iki olasılığın bulunduğu son evre olan yeniden canlanma veya düşüştür.

Keşif evresinde; turistlere yeni bir turizm destinasyonu olmaya aday alan/yer sunulmakta, yerel olanaklardan yararlanan, sınırlı bilgi ve erişebilirliğe sahip turistlerin, turizm alanına ekonomik ve yerel halka sosyal etkileri düşük düzeyde olmaktadır.

Katılım evresinde; gelen turist sayısındaki kademeli artış, yerel halktan girişimcilerin turizme ilgi göstermesine, sektöre yatırım yapmaya başlamalarına yol açmaktadır. Söz konusu katılım evresinde; turist-yerel halk temasının yüksek olması, özellikle yerel halktan turistlere yiyecek-içecek hizmetleri üretimi yapan ve sunumda bulunan yerel halk sayısının artması beklenmektedir. Yerel toplumdaki ulaşım ve diğer altyapı yatırımları için yerel yönetimlere ve kamuya yönelik talepler, baskılar söz konusu olmaktadır.

Gelişme evresinde, turizm alanının imajı (destinasyon imajı) oluşmuş; turizm alanını ziyaret eden turistlerin, yatırım yapan yabancıların, farklı şehir yada ülkelerden sektörde çalışmaya gelenlerin sayıları artmış ve sunulan turistik ürün çeşitliliği hem niteliksel hem de niceliksel olarak geliştirilmiştir. Ancak gelişme evresinde turizm alanının çevresinde meydana gelen değişikliklerde yerel halkın söz hakkını, hakimiyetini yitirmesi hoşnutsuzluk yaratabilmektedir.

Doygunluk evresinde; turizm alanına yönelik turistik talebin artış oranında düşme eğilimi başlamıştır ancak ziyarete gelen turist sayısı artmaya devam etmektedir. Turizm alanının büyük bir kısmında piyasa yapısı, turizme bağımlı hale gelmiştir. Pazarlama faaliyetleri ile bir yandan uluslar arası ve küresel sermaye, diğer yandan turistler turizm alanına çekilmeye çalışılmaktadır. Ancak turizm piyasasında yer almayan sakinler, turizm sezonunda kendi nüfusunu aşan turist sayısı, turizm alanında turist odaklı yapılan bir çok faaliyetten kalıcı biçimde rahatsızlık duymaya ve muhalefet etmeye başlamaktadır.

Durgunluk evresinde; en yüksek turist sayısına ulaşılmaktadır. Turizm alanında turizm faaliyetlerinin yarattığı olumsuz etkiler ve taşıma kapasitelerinde yaşanan aşırı yüklenme ve aşımalar söz konusudur. Turizm alanı; güçlü imajına rağmen, demode olmaya başlamaktadır.

Altıncı evrede iki olasılıktan (yeniden canlanma veya düşüş) biri turizm alanında gerçekleşmektedir. Yeniden canlanma aşamasında; turizm alanının henüz keşfedilmemiş çekicilikleri turistik birer ürüne dönüştürülerek ya da temalı parklar, eğlence, kongre veya sanat merkezleri gibi yapay turistik çekicilikler yaratılarak, turistik talebin turizm alanına yönelmesi sağlanmaktadır. Düşüş durumunda, turizm alanı bir çok turist tarafından tercih edilmeyen, demode bir yere dönüşmüştür. Mevcut konaklama tesisleri düşen turistik talep nedeniyle devredilmekte, yurt ve huzur evi gibi farklı amaçlar için kullanıma açılmaktadır. Fiziki açıdan dönüştürmeye uygun konaklama tesisleri ise dairelere dönüştürülerek, konut özelliği kazandırılmaktadır. Turizm alanı daha çok gününbirlik ziyaretçiler ile haftasonunu geçirmek isteyen bir kısım turiste bir süre daha hizmet verse de aşılması taşıma kapasiteleriyle tıpkı bir yıldız gibi sönmekte, turizm piyasasından silinmektedir.

Model turizm gelişiminin devam etmesiyle destinasyonda sosyal, kültürel ve çevresel olumsuz etkilerin ortaya çıkacağını, yerel halkın turizme yönelik tutumlarında negatif yönlü bir değişim yaratacağını, yerel halkın turizm desteğinin gerileyeceğini ifade etmektedir.

Butler'ın modeli; aynı topluluk içerisindeki sakinler arasındaki içsel farklılıkları (sosyolojik, demografik) açıklamadığı (Zhang vd., 2006), homojen topluluklar olarak gördüğü için eleştirilmektedir. Bu duruma ek olarak modelde, destinasyonların her birinin eşit gelişim düzeyinde olsa bile orada yaşayan topluluklar tarafından farklı algılanabileceği gerçeği ve turizme uyum sağlayan toplulukların tutumları göz ardı edilmesi (Faulkner ve Tideswell, 1997, 26) ve modelin ampirik verilere dayanmaması eksiklikleri olarak ifade edilebilir.

4.3. Sosyal Mübadele (Değişim) Teorisi

Turizm literatüründe turizme yönelik tutumları açıklamada yararlanılan sosyal mübadele (değişim) teorisi; sosyoloji, sosyal psikoloji, ekonomi, antropoloji, yönetim ve organizasyon bilim dallarının farklı yaklaşımlarıyla ele alınan, disiplinler arası bir teoridir. Homans (1950, 1961) ve Blau (1964) bireysel ilişkileri; Emerson (1972) sosyal ağ ilişkilerini, Thibaut ve Kelley (1959) grupların sosyal ilişki tatmini ile ilgili yaptıkları çalışmalar ile teoriye katkılar sağlamışlardır. Homans, sosyal davranışı

mübadele ilişkisi ile açıklayan teoriyi geliştirmiş, Blau sosyal ilişkiyi tanımlarken sosyal mübadele teorisi kavramını ilk kullanan (Bedük ve Ertürk, 2015, 5) bilim insanı olmuş ve bir değişim süreci olarak sosyal etkileşime vurgu yapmıştır. Sosyal mübadele teorisi; bireyler arasında maddi ya da maddi olmayan kaynakların mübadelesinde, taraflar arasında ödül/bedel dengesinin gözetildiğini ve söz konusu dengenin yarattığı karşılıklı sosyal etkileri açıklamaya çalışmaktadır. Sosyal mübadele teorisinin ilkeleri şu şekildedir (Searle, 2000):

- Bireyler ilişkiye ödül beledikleri için girmektedir.
- İlişkinin devamlılığı, ödülün varlığına ve artarak devam etmesine bağlıdır.
- İlişkinin devam etmesi, taraflardan birinin karşılık vermesine ve alınacak ödülün söz konusu tarafa adil gelmesine bağlıdır.
- Sosyal ilişkinin bedeli, ödülünü aşmamalıdır.
- Beklenen ödülü alma olasılığının yüksek olması gerekmektedir.

Sosyal mübadele teorisi sosyal ilişkileri; tarafların birbirleriyle ilişkilerinden elde etmiş oldukları ödüller¹² ve katlanmış oldukları bedeller¹³ üzerinden incelemektedir. Bu bağlamda; sosyal ilişkiiden alınanlar ödül, verilenler ise bedel olarak adlandırılmaktadır. Teoriye göre; bireyler “saygı, sevgi, arkadaşlık, önemsenme...” gibi ödülleri elde edecekleri beklentisiyle, öznel bir maliyet-fayda analizi yaparak, alternatifleri karşılaştırarak bir seçim yapmakta ve sosyal ilişki içerisine girmektedir. Ancak sosyal mübadelede; genellikle mübadeleden elde edilen ödüller yasal bir zemine oturtularak garanti altına alınmamıştır. Bu durum sosyal mübadele içerisine giren bireylerin ödüllerin edinimi ile belirsizliği baştan kabul etmesi anlamına gelmektedir. Birey gelecekte bir yerde, bir zamanda ödülünü alabilir, beklediğinden daha az bir ödül alabilir ya da hiçbir zaman ödülünü alamayabilir. Bu bağlamda birey beklentisinin karşılanma düzeyine göre sosyal ilişkisini güçlendirebilir, askıya alabilir veya ilişkiyi sonlandırabilir.

¹² Ödüller; bireyin sosyal ilişkisinde sevildiğini, saygı duyulduğunu, onaylandığını hissetmesi gibi soyut, maddi yarar sağlaması gibi somut kazanımları içermektedir.

¹³Bedeller; bireyin sosyal ilişki sürecinde zamanını, enerjisini harcaması, diğer bireylerin ilişkiyi onaylamamasından kaynaklanan dışlanmaları ve ilişki sonucunda maddi zararlara yol açan kayıplardan oluşmaktadır.

Ap (1992)'a göre teori, bireyler ya da gruplar arasında gerçekleşen etkileşimde, kaynakların mübadelesini açıklamaktadır. Mübadelesi yapılan kaynaklar arasında; sevgi, statü, bilgi, para, mallar ve hizmetler yer almaktadır. Aşağıda mübadeleye konu kaynaklar ve taşıdıkları özellikleri Çizelge 4'te sunulmuştur.

Çizelge 4. Mübadele Kaynakları ve Taşıdıkları Özellikler

Mübadele Kaynakları							
		<i>Sevgi</i>	<i>Statü</i>	<i>Bilgi</i>	<i>Para</i>	<i>Mallar</i>	<i>Hizmetler</i>
Kaynakların Özellikleri	<i>Birey ve Diğerleri Arasındaki İlişki</i>	Kazanç	Bazen Kazanç	Ne Kazanç, Ne de Kayıp	Kayıp	Kayıp	Ne Kazanç, Ne de Kayıp
	<i>Verme ve Alma Arasındaki İlişki</i>	Olumlu	Olumlu	Olumsuz	Olumsuz	Olumsuz	Olumsuz
	<i>İhtiyaçların Sözlü İfadesi</i>	Çok Zor	Zor	Biraz Zor	Biraz Zor	Biraz Zor	Biraz Zor
	<i>Aynı Karşılıklık / Mübadele Yeteneği</i>	Olabildiğince Mümkün	Mümkün	Mümkün	Mümkün Değil	Mümkün	Olabildiğince Mümkün
	<i>Mübadele Aralığı</i>	En Dar	Dar	Biraz Dar	En Dar	Biraz Dar	Dar
	<i>Kişiler Arası ve İlişki Mübadele</i>	Ayrılamaz, Yakın	Ayrılamaz, Yakın	Şartlı Olarak Ayrılabilir	Ayrılabilir	Şartlı Olarak Ayrılabilir	Ayrılamaz, Yakın
	<i>İşleme Giriş Zamanı</i>	Daha Fazla Zaman	Daha Fazla Zaman	Ne Daha Fazla Ne De Daha Az Zaman	Daha Az Zaman	Daha Az Zaman	Daha Fazla Zaman
	<i>Ödül Gecikmesi</i>	Uzun	Uzun	Uzun/ Kısa	Kısa	Kısa	Uzun
	<i>Optimum Grup Büyüklüğü</i>	Daha Küçük	Daha Küçük	Daha Büyük	Daha Büyük	Daha Büyük	Daha Küçük
	<i>Kaynak Optimizasyonu</i>	Daracık	Daha Az Dar	Dar	En Dar/ En Geniş	Daha Az Dar	Dar
	<i>Depolama Alanı</i>	İçsel/Dışsal	İçsel/Dışsal	İçsel/Dışsal	Dışsal	Dışsal	Dışsal

Kaynak: Törnblom ve Kazemi (2012, 45).

Sosyal Mübadele Teorisi ekseninde insanların davranışlarını etkileyen temel etmenler arasında; sosyal etkileşimlerin ödül-bedel ilişkisinin bulunduğu bir mübadele süreci olarak görülmesi ve etkileşime geçme güdülerinin etkisi (bencil-kişisel çıkar odaklı veya özgecil-toplumsal çıkar odaklı) bulunmaktadır. Bireyler arasında ilişkilerde yardımlaşmaya yönelik mübadeleler gönüllülük esasına göre gerçekleşmektedir (Nunkoo, 2016).

Sosyal etkileşim içerisindeki bireylerin; fiziksel yakınlığı, sosyal yakınlığı, karşılıklı bağımlılıkları, sosyal rasyonel davranışları (yardım etme, işbirliği yapma, paylaşma, bağışlama ve benzerleri), mübadelede sürecinde beklentilerin karşılanması durumunda verdikleri karşılıklılık normu, mübadeleyi kolaylaştırmakta ve etkileşim sürecini devam ettirmektedir (Erdoğan, 2013).

Turizm açısından teori incelendiğinde; turist-yerel halk karşılaşmalarında mübadele tatmini ve ödüllendirme için bir fırsat olarak görülebileceği veya yerel halkın sömürü dürtülerini teşvik ederek, pekiştirebileceği ifade edilmektedir (Nunkoo, 2016). Burada belirtilmesi gereken önemli bir husus da mübadele tarafları arasındaki güven duygusunun varlığı ve bu duygunun zarara uğramamasıdır. Çünkü mübadele taraflarının birbirine güveni, sosyal mübadelenin gerçekleşmesi ve sürdürülmesi için önemlidir. Ap (1992) sosyal mübadele teorisine göre; turizmden fayda elde eden yerel halkın (sektörden gelir elde eden) turizme yönelik olumlu algı ve tutumlara sahip olduğunu, turizmden fayda elde etmeyen (sektörden gelir elde etmeyen) yerel halkın turizme yönelik algı ve tutumlarının olumsuz yönde olduğunu belirtmektedir. Turizm literatüründe yerel halkın turizme yönelik algı, tutum ve tepkisini ölçmek için sosyal mübadele teorisinden yararlanılmış çok sayıda çalışma bulunmaktadır (Andereck, vd., 2005; Ap, 1992; Chuang, 2010; Jurowski ve Gursoy, 2004; Madrigal, 1993; Perdue, Long ve Allen, 1987; Nunkoo, 2016; Paraskevaidis ve Andriotis, 2017; Teye vd., 2002; Yoon, Gursoy ve Chen, 2001; Ward ve Berno, 2011).

4.4. Duygusal Dayanışma Teorisi

Duygusal dayanışma teorisi, (emotional soldarity theory), klasik sosyolojinin öncülerinden Emile Durkheim (1912)'ın "*The Elemenary Forms of Religious Life*" kitabındaki ifadelerine dayanmaktadır. Durkheim; ortak inançlara sahip bireylerin katıldıkları dini ritüellerde duygusal bir bağ kurduklarını, dayanışma hissi içerisine girdiklerini iddia etmektedir.

Birey ya da grupların aralarındaki duygusal bağları; dini grup, aile içi, arkadaşlar, kuşaklar ve turist-yerel halk arasındaki karşılıklı sosyal ilişkileri duygusal dayanışma teorisi kapsamında inceleme konusu yapılmaktadır. Hammarström (2005)'e göre duygusal dayanışma; algılanan duygusal yakınlık ve kişiler arası temasın düzeyi

tarafından oluşturulan bağlardır. Woosnam (2010) bireyler ve gruplar arasında duygusal dayanışmanın oluşmasında; paylaşılan inançlar ve davranışlar ile etkileşimin önemli düzeyde belirleyici olduğu belirtmektedir. Duygusal dayanışmayı oluşturan bileşenler ve açıklamaları şu şekildedir: Misafirperverliğin/hoş karşılamamanın doğası (welcoming nature); yerel halkın turizm ve turiste yönelik yönelik kişisel ilgisini; duygusal yakınlık (emotional closeness) yerel halkın turistlerle kurduğu dostluk, arkadaşlık ilişkilerini; sempatik anlayış (sympathetic understanding) ise, yerel halkın kendisini turist yerine koyarak anlamaya çalışmasını, empati yapmasını ifade etmektedir. Daha açık bir ifadeyle, turist-yerel halk arasında benzer inanç ve davranışların paylaşılması ile olumlu sosyal etkileşim oturumları; duygusal yakınlık, sempatik anlayış (empati) ve misafirperverlik/hoş karşılama birlik duygusunu teşvik etmekte, duygusal dayanışmayı artırmaktadır (Woosnam, 2012). Grup içerisinde duygusal dayanışmanın artması da grubun parçası olarak bireylerin kimliklerini güçlendirmekte, psikolojik bağlılıklarını artırmaktadır (Hasani, Moghavvemi ve Hamzah, 2016).

Son yıllarda turizm alanında yapılan çalışmalarda, yerel halkın turistlere yönelik karmaşık duygularının turizm gelişimine yönelik tutumlarındaki etkisi duygusal dayanışma teorisinden yararlanılarak açıklanmaya çalışılmıştır (Hasani vd., 2016; Woosnam ve Norman, 2009; Woosnam ve Norman, 2010; Woosnam, 2012).

4.5. Temas Hipotezi

Temas Hipotezi (Contact Hypothesis) Gordon W. Allport (1954) tarafından “din” temelli temaslara yönelik önerilmiş; psikoloji, sosyoloji ve kriminoloji çalışmalarında çatışma yaşayan gruplar arasındaki ilişkileri aydınlatmak, söz konusu ilişkileri geliştirmek için en iyi yaklaşımlardan biri olarak kabul edilmiştir (Fan vd., 2017). Pettigrew (1998) Allport’un hipotezini geliştirerek gruplararası temas hipotezini öne sürmüştür.

Temas hipotezi; grup dışı üyeler ile kurulan olumlu temasın, tüm grup dışı üyelere genellenebileceği ve grup dışındakilere yönelik bir önyargı varsa, bunun azaltılabileceği varsayımına dayanmaktadır (Küçükkömürler ve Sakallı Uğurlu, 2017, 4; Nielsen, Nyland, Smyth, Zhang ve Zu, 2006). Allport’a göre gruplar arasında

gerçekleşen temas, gruplar arası tutumları geliştirme açısından son derece güçlü bir araçtır. Ancak gruplararası temasın olumlu etkilerinin ortaya çıkabilmesi için; grupların statülerinin eşit, amaçlarının ortak, ilişkilerinin işbirliği odaklı olması ve otorite tarafından desteklenmesi gerekmektedir. Gruplar arasında söz konusu dört koşul sağlanarak temas gerçekleştiğinde; kalıp yargılar (stereotipler), önyargılar ve sosyal mesafe gibi olumsuz sosyo-kültürel durumların etkisini azaltabileceği önerilmektedir (Allport, 1954). Ancak yapılan çalışmaların bir kısmında; sosyal temasın her zaman olumlu tutumlar geliştirmeye etki etmeyeceği, bazı durumlarda varolan olumsuz tutumları daha da pekiştirebileceği ifade edilmektedir (Çuhadar Gürkaynak, 2012). Bu bağlamda gruplar arasındaki sosyal mesafe ve önyargı gibi olumsuz tutumları azaltmak için, güçlü bir etki yaratacak olan olumlu sosyal temasın taraflarca gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Turizmde yerel halk-turist etkileşimine odaklanan çalışmaların bir kısmında temas hipotezinden yararlanılmıştır (Pizam vd., 2000).

5. TURİZM DESTİNASYONLARINDA YERLEŞİK YABANCI- YEREL HALK ETKİLEŞİMİ İLE İLGİLİ ANKET UYGULAMASI: MARMARİS ÖRNEĞİ

5.1. Marmaris Destinasyonu

Ege Bölgesi'nde bulunan, Muğla iline bağlı olan Marmaris ilçesi Türkiye'nin güneybatısında yer almaktadır. İlçenin batısında Reşadiye Yarımadası ve Kerme Körfezi, doğusunda Balan Dağı, Karadağ ve Günlük Tepeleri, kuzeyinde Ula ve güneyinde Akdeniz bulunmaktadır (T.C. Muğla Büyükşehir Belediyesi, 2017).

İlçeye karayolundan, Dalaman Havalimanı ile havayolundan ve Rodos Feribotları ile denizyolundan ulaşım sağlanmaktadır. Marmaris'e İstanbul, Ankara, İzmir, Denizli, Muğla ve Antalya'dan düzenli otobüs seferleri ile karayolundan ulaşım sağlanmaktadır. Marmaris; Muğla merkeze (56 km), Dalaman Havaalanına (90 km), Bodrum-Milas Havaalanına (140 km), Antalya Havaalanına (281 km) ve İzmir Adnan Menderes Havaalanına (284 km) fiziki mesafeleri ile zamansal ve parasal açıdan kolay ulaşılabilirliğe sahiptir. Bodrum-Çamlık arası tekne seferleri ve Marmaris-Rodos arası katamaran seferleri bulunmaktadır (Marmaris Belediyesi, 2019a). Fethiye ve Datça gibi Muğla ilinin önemli diğer turizm destinasyonlarından ikisinin geçiş güzergâhında olması turizm açısından Marmaris'in önemini artırmaktadır.

Akdeniz ikliminin etkisi altında bulunan ilçede, yaz mevsimi oldukça sıcak, kış mevsimi ise ılık ve yoğun yağışlı geçmektedir. Türkiye'de Rize ilinden sonra en çok yağış alan yerlerden biridir. Yıl içerisinde güneşli gün sayısı yaklaşık 300 gün olan Marmaris'te, deniz suyu sıcaklığı kış aylarında 15°C altına düşmemekte, yılın ortalama 7-8 ayı denize girilebilmektedir (Marmaris Belediyesi, 2019b).

Tarihi geçmişi M.Ö. 3400'lere uzanan kentin ilk adı Pyhskos'tur. Karia uygarlığının liman şehri olan Pyhskos, Karia dilinde "doğa kenti" anlamına gelmektedir. Herodot kitaplarında Marmaris'i "*En güzel manzaranın altında yaşayan mutlu halk.*" diyerek kaleme almıştır (Özgürel, 2018). Marmaris; Karia, Rodos ve Ada uygarlıkları, Mısır,

İon, Dor, Pers, Makedon, Suriye, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı medeniyetlerine ev sahipliği yapması nedeniyle eşsiz tarihi ve kültürel değerlerin izlerinin sergilendiği medeniyetler müzesi görünümündedir (Birsin, 2017). Bir liman kenti olan Marmaris destinasyonunda Physkos (Beldibi-Asartepe), Syrna (Bayır), Loryma (Bozukkale), Amos (Turunç), Erine ve Bybassios (Hisarönü) ile Tymnos (Bozburun)'un dahil olduğu 13 arkeolojik ören yeri bulunmaktadır. Marmaris kent merkezinde bulunan ve İyilik Kayalıkları olarak bilinen alan 1. Derece Sit Alanıdır ve İyilik Kayalıkları Arkeoloji Parkı olarak turizme kazandırılmıştır. Park alanında MÖ. 4. yüzyıla tarihlenen arkeolojik kalıntılar sergilenmektedir (Marmaris ve Çevresi Turizm Alanı Altyapı Hizmet Birliği [MARTAB], 2015).

Marmaris'in tarihi kent merkezi; kale, iskele ve marina ile sınırlanmış kısımdır. Marmaris Kalesi etekleri, kendine has dokusu, dar sokakları, evleri ile kentin ruhunu yansıtmaktadır. Diğer Osmanlı kentlerindeki kentsel mimari izlerini, çıkmalı ahşap yapıları tarihi kent merkezinde görmek mümkündür (Özgürel, 2018). Kale çevresindeki birçok tarihi yapı günümüze kadar olduğu gibi korunmuş, bir kısmı restore edilerek turizme kazandırılmıştır. Marmaris kent merkezinde en önemli tarihi yapı kaledir. İonyalılar tarafından yapıldığı öne sürülen kale, 1522'de Kanuni'nin Rodos seferi öncesinde genişletilerek restore edilmiş, 1980-1990 yılları arasında bir restorasyon daha geçirmiştir. 1991 yılında müzeye dönüştürülen kalede; Knidos, Burgaz ve Hisarönü kazılarında elde edilen eserler sergilenmektedir. Marmaris'te Osmanlı Dönemi'nin izlerini taşıyan, 16-20. yüzyıl aralığında inşa edilmiş tarihi yapılar arasında; Hafza Sultan Kervansarayı, çarşı içindeki Tarihi Bedesten, Sarıana Türbesi, İbrahim Ağa Camii, Taşhan ve Kemerli Köprü yer almaktadır. Ancak Kemerli Köprü 1993 yılında selde yıkılmıştır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019d).

İlçe sınırları içerisindeki doğal çekicilikler, Marmaris'in dünyanın bilinen turizm destinasyonları arasında yer almasında kaynak oluşturmuştur. Özellikle kıyı şeridi boyunca dizili irili ufaklı koyları, mavinin her tonunu barındıran berrak deniz suyu, temiz plajları, orman ile denizin içiçe geçtiği mesire yerleri ile turistleri bir mıknatıs gibi kendisine çeken Marmaris, dünya ölçeğinde bilinen, bir turizm destinasyonudur. Marmaris destinasyonunun öne çıkan doğal çekicilikleri arasında; Sığla (günlük), kızılçam ağaçları ile çevrili Günnücek (Marmaris) Milli Parkı ve piknik alanı, Marmaris'ten bakınca boğaz gibi görünen, yerel halkın Yalancı Boğaz olarak

tanımladığı doğal set, Cennet Adası-Nimara Mağarası, Sedir Adası, Fosforlu Mağara, Turgut Şelalesi, Kızılkumu Plajı, İnbükü mesire yeri ve uzunca bir liste oluşturabilecek daha birçok çekiciliği bulunmaktadır.

Marmaris yat turizmi ve mavi yolculuğun önemli merkezleri arasındadır. Türkiye'nin en büyük marinaları arasında bulunan Marmaris Yat Marinası, yat turizmi açısından destinasyonun önemli değerlerinden biridir (T.C. Muğla Büyükşehir Belediyesi, 2017). İlk mavi tur, Cumhuriyet Dönemi'nde Marmaris'te, Ali Fuat Eroğlu'nun teknesiyle, Azra Erat, Cevat Şakir (Halikarnas), Bedri Rahmi Eyüpoğlu'nun çabalarıyla "mavi yolculuk" adı ile başlamıştır. Seçkin turizm destinasyonları sıralamasında yerini alan Marmaris; bükleri, koyları, modern yat limanları, uluslararası standartlara sahip tesisleri, antik kentlere yakınlığı, yeşil ve mavinin iç içe geçtiği eşsiz manzaraları, eğlence ve renkli gece yaşamı ile dikkat çekmektedir. Kıyı şeridi boyunca uzanan konaklama, yiyecek-içecek, eğlence işletmeleri ile yat ve kurvaziyer limanları her yıl çok sayıda yerli ve yabancı turisti bölgeye çekmektedir. Sahip olduğu doğal, sosyo-kültürel çekiciliklerini, yerel halkla iç içe olan, kent merkezinde yer alan tesisleri ile turistik arza dönüştüren Marmaris'in kentleşme sürecinde turizm önemli bir paya sahiptir. İlçe kıyı ve yat turizmi yanında, kültür ve doğa turizmi açısından önemli bir potansiyel barındırmaktadır.

Marmaris ilçesinde; Adaköy, Armutalan, Bayır, Beldibi, Bozburun, Çamdibi, Çamlı, Çetibeli, Çıldır, Hatipirimi, Hisarönü, İçmeler, Karaca, Kemeraltı, Orhaniye, Osmaniye, Sarıana, Selimiye, Siteler, Söğüt, Taşlıca, Tepe, Turgut, Turunç ve Yeşilbelde Mahalleleri bulunmaktadır. 2018 yılı verilerine göre nüfusun en yüksek olduğu 3 mahalle sırasıyla; Armutalan (22.238), Beldibi (10.915) ve Tepe Mahallesi (6.934)'dir (www.nufusu.com, 2019). Marmaris destinasyonunda köy statüsünden mahalleye dönüşen yerleşimlerin çoğu sahil kısmında, az sayıdaki diğer yerleşim yerleri ise denize yakın veya ormanlık alan içerisinde yer almaktadır. Söz konusu yerleşimler kıyı turizmi, kırsal turizm, dağ ve doğa sporlarına yönelik turizm çeşitlerine kaynak oluşturması açısından önemli bir potansiyel oluşturmaktadır. Ayrıca Marmaris destinasyonunun iç kesimleri sahip olduğu tarım alanları açısından dikkat çekmekte; kırsal turizm, agro-turizm, çiftlik turizmi için gerekli olabilecek çekicilikleri bünyesinde barındırmaktadır. Marmaris kırsal alanları, tarımsal üretimleriyle, turizm işletmelerine kaynak sağlamak ve turizm sektörünü desteklemektedir.

Marmaris kent merkezi ve Marmaris mahallerinin özellikleri ile ilgili şu bilgiler sunulabilir (MARTAB, 2015; Kutluay, 2016):

Marmaris kent merkezi ekonomisinde turizm sektörü en önemli sektör olarak ön plana çıkmaktadır. Kıyı şeridi ve kent merkezi içinde yer alan turizm işletmeleri, turizme girdi sağlayan işletmelerin de gelişmesini sağlamaktadır. Marmaris kent merkezinden Turunç Mahallesi kadar uzanan turizm işletmeleri ve yürütülen turistik faaliyetler turizme dayalı bir ekonominin gelişimini güçlendirmektedir.

Armutalan Mahallesi, kent merkezi yakınında ve kent merkezi ve çevre mahalleleri ile yoğun etkileşim içerisindedir. Turizm sektörünün ön planda olduğu Armutalan'da, arıcılık ve bal üretimi de önemli bir ekonomik faaliyet olarak dikkat çekmektedir. Armutalan'da, diğer mahallelere göre ikinci konut sayısı düşük, turizm işletmelerinin sayısı yüksektir. Ulaşımın kolay olduğu, düzenli minibüs seferlerinin bulunduğu mahallede, orman ile çevrili, sessiz, iyi planlanmış bir çevre düzenlemesi dikkat çekmektedir. Yerli ve yabancı turistlerin uğrak mekânları arasında yer alan Armutalan, yürüyüş yolları, ormanda gezinti ve kaya tırmanışları için uygun yerlere sahiptir.

Beldibi Mahallesi kent merkezine yakın, ağırlıklı olarak kent merkezi ile etkileşimin yoğun olduğu bir yerleşimdir. Turizm sektörünün ön planda olduğu mahallede, arıcılık ve bal üretimi önemli bir ekonomik faaliyettir. Beldibi, ikinci konutların yoğun olarak bulunduğu bir yerleşim yeridir.

İçmeler Mahallesi, ilçe genelinde büyük ölçekli turizm işletmelerinin kümelendiği, ekonomik faaliyetlerin turizm merkezli olduğu bir yerleşimdir. Konaklama, yiyecek-içecek, eğlence ve hatıra/hediyelik eşya işletmeleri açısından yüksek sezonda zengin bir çeşitlilik sunulan İçmeler'de, düşük sezonda hareketlilik yok denecek kadar azdır. Sakinlik ve sessizlik isteyen turistlerin tercih ettiği İçmeler, geniş yürüyüş yolları, mavi bayraklı plajları, çok sayıda oteli ve özellikle apart otelleri ile şirin bir turizm merkezidir. İçmeler'de köy içi olarak bilinen kısımdaki eski köy evleri, hemen bitişiğindeki modern yapıları iç içe geçmiş durumdadır. Ulaşım probleminin olmadığı İçmeler'de, sahil tarafından Marmaris kent merkezine kadar kesintisiz devam eden bisiklet ve yürüyüş yolu bulunmaktadır.

Turunç Mahallesi'nde kıyı ve yat turizmi ön plana çıkmakta, diğer yerleşim yerlerine göre daha sakin olan yapısı dikkat çekmektedir. Turunç'ta turizm sektörü ön plandadır.

Bozburun Mahallesi, Marmaris kent merkezine ve diğer yerleşim yerlerine göre uzak kalmış, kendi içinde bir gelişim göstermiştir. Yat turizminin uğrak noktalarından olan yerleşim, deniz ve doğa ile çevrili, sakin bir ortama sahiptir. Marmaris destinasyonunun (Kutluay, 2016):

- Bayır, Bozburun, Hisarönü, Orhaniye, Selimiye, Söğüt, Taşlıca ve Turgut yerleşimlerini kapsayan kısmı “Datça-Bozburun Özel Çevre Koruma Bölgesi”,
- Çamlı, Çetibeli ve Karaca yerleşimlerinin yer aldığı kısım “Gökova Özel Çevre Koruma Bölgesi”,
- İlçe merkezi, Armutalan ve İçmeler'in tamamı ile Beldibi ve Turunç'un bir kısmını ve Adaköy'ü içine alan bölge “Marmaris ve Çevresi Turizm Alanı” kapsamına alınmıştır.

5.1.1. Marmaris Destinasyonun Turizm Arzı

Süngercilik ve balık avcılığı ile küçük bir balıkçı kasabası olarak bilinen Marmaris, 24 Nisan 1957'de Fethiye merkezli yaşanan büyük depremde ciddi boyutlarda hasar görmüştür. Yıkıcı deprem sonrasında, deprem evleri olarak geniş ve bahçeli evler inşa edilmiştir. Deprem evleri geçen zaman içerisinde, turistlerin konaklaması için değerlendirilmeye başlanmış, böylelikle Marmarislilerin ilk “ev pansiyonculuğu” deneyimleri başlamıştır. 1957 yılında Marmaris'te Turizm Derneği kurulmuştur. O dönemde İstanbul'da 2, İzmir'de 1 Turizm Derneği bulunmaktadır. Cumhuriyet tarihinin 4. Turizm Derneği Marmaris'te kurulmuştur. Marmaris Turizm Derneği; evlerin yatak kapasitesinin belirlenmesi, ev pansiyonculuğu yapan evlere jeneratör verilmesi ve pansiyon kredisi sunma gibi faaliyetler yürütmüş, yerel halkı ev pansiyonculuğu yapmaya teşvik etmiş ve Marmaris turizminin gelişimine önemli katkılar sağlamıştır (Özel, 2019). 1960'lı yıllarda belgeli 10 otel ve 1 tatil köyü bulunan ilçede, turizm gelişimine bağlı olarak tesis sayısında ve yatak kapasitesinde önemli düzeyde artışlar olmuştur. Aşağıda Çizelge 5'te Marmaris ilçesi, Muğla ili ve Türkiye'deki yatırım, işletme ve belediye belgeli konaklama tesislerinin istatistikleri sunulmuştur.

Çizelge 5. Yatırım, İşletme ve Belediye Belgeli Tesis İstatistikleri (Marmaris, Muğla, Türkiye)

	Turizm Yatırım Belgeli			Turizm İşletme Belgeli			Belediye Belgeli		
	Tesis	Oda	Yatak	Tesis	Oda	Yatak	Tesis	Oda	Yatak
Marmaris	21	2.034	4.182	114	15.232	31.667	821	24.187	48.428
Muğla	104	11.327	25.720	393	49.033	104.891	1.231	31.416	67.460
Türkiye	1.051	122.228	263.033	3.771	446.228	935.286	7.711	231.997	513.479

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2017); Muğla İl Kültür Turizm Müdürlüğü (2019a); T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Marmaris Turizm Danışma Bürosu (2019).

Marmaris destinasyonunda turizm işletme ve belediye belgeli toplam 935 tesis, 39.419 oda ve 80.095 yatak kapasitesi ile sektörün konaklama gereksinimini karşılamaktadır.

Marmaris'teki yatırım belgeli tesislerin türleri, sayıları, oda ve yatak kapasiteleri aşağıda Çizelge 6'da sunulmuştur.

Çizelge 6. Marmaris Destinasyonundaki Yatırım Belgeli Tesisler Türü, Tesis Sayısı, Oda ve Yatak Sayıları (2019)

Türü	Tesis Sayısı	Oda	Yatak
Tatil Köyü	1	80	160
Butik Otel	4	101	202
5 Yıldızlı Otel	4	688	1.420
4 Yıldızlı Otel	6	939	1.948
3 Yıldızlı Otel	4	183	366
1 Yıldızlı Otel	2	43	86
Toplam	21	2.034	4.182

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Marmaris Turizm Danışma Bürosu (2019).

Marmaris'te yatırım belgeli toplam 21 tesisin, 2.034 oda ve 4.182 yatak kapasitesi bulunmaktadır.

Marmaris destinasyonundaki turizm işletme belgeli tesislerin türleri, sayıları, oda ve yatak kapasiteleri aşağıda Çizelge 7'de sunulmuştur.

Çizelge 7. Marmaris Turizm İşletme Belgeli Tesisler Türü, Sayısı, Oda ve Yatak Sayıları (2019)

Türü	Tesis Sayısı	Oda	Yatak
Tatil Köyü	3	805	1.664
5 Yıldızlı Otel	16	5.499	11.747
4 Yıldızlı Otel	25	4.247	8.717
3 Yıldızlı Otel	30	2.437	4.862
2 Yıldızlı Otel	12	648	1.313
1 Yıldızlı Otel	1	23	46
Müstakil Apart	25	1.523	3.218
Butik Otel	2	50	100
Toplam	114	15.232	31.667

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Marmaris Turizm Danışma Bürosu (2019).

Marmaris'te turizm işletme belgeli toplam 114 tesisin, 15.232 oda ve 31.667 yatak kapasitesi bulunmaktadır. İlçede ayrıca 3 adet İşletme Belgeli Özel Tesis bulunmaktadır.

Türkiye'de 2018 verilerine göre 10.297 seyahat acentası bulunmakta olup, A grubu seyahat acentası merkez ve şubeler toplamı (7.672 merkez ve 2.436 şube) 10.108'dir. B grubu (61 merkez ve 3 şube) toplam 64 ve C grubu (107 merkez ve 18 şube) toplam 125 acenta bulunmaktadır. Marmaris'te A Grubu seyahat acentası sayısı 216'dır (Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2019b).

Marmaris destinasyonunda bulunan Bakanlıktan belgeli marinalar aşağıda Çizelge 8'de sunulmuştur.

Çizelge 8. Marmaris'te Bulunan Bakanlıktan Belgeli Marinalar

Marina Adı	Deniz Alanı	Kara Alanı	Kapasite	Türü	Belge Türü
Marmaris Yat Limanı Netsel Marina	676	122	798	Ana Yat Limanı	İşletme Belgeli
Kumlubükü Yat Clubü	10	-	10	Yat Yanaşma Yeri	İşletme Belgeli
Marmaris Club Marina	33	-	33	Rıhtım ve İskele	İşletme Belgeli
Adaköy Marina	33	12	45	Rıhtım ve İskele	İşletme Belgeli
Martı Marina	306	70	376	4 Çıpalı Yat Limanı	Yatırım Belgeli
Toplam	1.058	204	1.262		

Kaynak: Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2019b).

Muğla ilinde toplam 27 marinanın 7.333 yat kapasitesi bulunmakta, söz konusu marinalardan 5'i 1.262 yat kapasitesi ile Marmaris destinasyonunda yer almaktadır. İlçede, iskele ve yat limanı çevresinde Netsel Marmaris Marina yer almaktadır. Marina; Doğu Akdeniz'in en prestijli, 798 yat kapasitesi ile Güney Ege Bölgesinin en büyüğü olma ve şehir marinası özelliklerini taşıyan, modern bir yat limanıdır. Marmaris Kalesine, rıhtım boyunca sıralanan barlar sokağında bulunan eğlence mekânlarına komşu olan marina, Marmaris kent merkezine 2 dakikalık yürüyüş mesafesindedir (Netsel Marmaris Marina, 2019).

Türkiye'nin 2018 yılına ait yat kapasitesi verileri aşağıda Çizelge 9'da sunulmuştur.

Çizelge 9. Türkiye Yat Kapasitesi (2018)

Belge Türü	Tesis Türü	Tesis Sayısı	Denizde	Karada	Toplam
Turizm İşletme Belgeli	Yat Limanı	27	8.598	3.117	11.715
	Yat Çekerek Yeri	6	-	967	967
Turizm Yatırım Belgeli	Yat Limanı/Rıhtım/İskele	8	2.752	778	3.530
	Kruvaziyer Gemi Limanı	1	-	-	-
	Yat Çekerek Yeri	1	-	352	352
Toplam		43	11.350	5.214	16.564

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2019a).

Çizelge 9'a göre Türkiye'de turizm işletme ve yatırım belgeli 43 tesisin, 16.564 yat kapasitesi bulunmaktadır.

Muğla ilinde Bakanlıktan T.C. Bayraklı ve Yabancı Bayraklı belgeli yatların sayısı ve yatak kapasitesi aşağıda Çizelge 10'da sunulmuştur.

Çizelge 10. Muğla İlinde T.C. Bayraklı ve Yabancı Bayraklı Yat İşletmeleri

İlçe	T.C. Bayraklı		Yabancı Bayraklı	
	Yat Sayısı	Yatak Sayısı	Yat Sayısı	Yatak Sayısı
Bodrum	369	4.126	45	333
Fethiye	348	4.226	58	460
Dalaman	5	31	-	-
Datça	230	2.550	-	-
Milas	27	255	-	-
Marmaris	10	77	195	1.614
Ortaca	6	55	-	-
Ula	9	67	-	-
Genel Toplam	1.004	11.387	298	2.407

Kaynak: Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2019b).

Çizelge 10'a göre Marmaris'te T.C. bayraklı ve yabancı bayraklı 205 yat, 1.691 yatak kapasitesi ile hizmet vermektedir. Ayrıca Marmaris'te 1 adet Bakanlık Belgeli yüzer tesis bulunmaktadır. Türkiye'de toplam 1.823 belgeli yatın, 18.193 yatağı bulunmaktadır. Ayrıca Türkiye'de 46 yüzer deniz turizmi aracı, 2 dalabilir deniz turizmi aracı ve 2.101 günübirlik gezi teknesi bulunmaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019a).

Aşağıda Çizelge 11'de Marmaris, Muğla ve Türkiye'nin 2018 yılı mavi bayrak istatistiklerine yer verilmiştir.

Çizelge 11. Mavi Bayrak İstatistikleri (2018)

	Plaj Sayısı	Marina Sayısı	Yat Sayısı
Marmaris	16	2	-
Muğla	100	7	1
Türkiye	459	22	10

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2019a); T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2018).

Dünya liginde Türkiye 459 mavi bayraklı plajı ile İspanya (590 plaj) ve Yunanistan (519 plaj)'dan sonra 3. sırada bulunmaktadır. Muğla ili 100 mavi bayraklı plajı ile Antalya (200 plaj)'dan sonra Türkiye sıralamasında 2. konumdadır. Marmaris'te mavi bayraklı 16 plaj ve 2 marina bulunmaktadır.

5.1.2. Marmaris Destinasyonuna Turizm Talebi

Türkiye hudut kapılarından 2018 yılında 46.112.592 ziyaretçi (39.488.401'i yabancı, 6.624.191'i yurtdışı ikametli vatandaş) giriş yapmış, 2017 yılına göre yabancı ziyaretçi sayısı %21,84, yurtdışı ikametli vatandaş sayısı ise %19,14 oranında artmıştır. Türkiye'ye en çok ziyaretçi gönderen ilk 5 ülke ve ziyaretçi sayıları sırasıyla; Rusya-5.964.613, Almanya-4.512.360, Bulgaristan-2.386.885, İngiltere-2.254.871 ve Gürcistan-2.069.392'dir. Gelen yabancıların giriş yaptıkları sınır kapılarının bağlı olduğu iller ve giriş oranları sırasıyla şu şekildedir: İstanbul (%34.2), Antalya (%31.50), Edirne (%9.71), Muğla (%6.90) ve Artvin (%5.98)'dir. Gelen yabancıların %76'sı havayolu, %21'i karayolu, %2.96'sı denizyolu ve %0.04'ü demiryolu ulaşım türünü tercih etmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019a).

2018 yılında turizm işletme belgeli konaklama tesislerinde ikamet edilen ülkeye göre İngiltere (Birleşik Krallık)'den 1.490.157 turist tesislere giriş yapmış, tesise gelişteki toplam içerisindeki payları %5,95 olmuştur. Tesislerde 6.638.900 geceleme yapan Birleşik Krallıktan gelen turistlerin, toplam geceleme içerisindeki oranı %6,98 olmuştur Mahalli idarelerce belgelendirilen konaklama tesislerinde ikamet edilen ülkeye göre İngiltere (Birleşik Krallık)'den 416.298 turist tesislere giriş yapmış, tesise gelişteki toplam içerisindeki payları %6,83 olmuştur (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019b).

Muğla ili hudut kapılarından 2018 yılında 2.805.115 turist (2.626.559’u yabancı, 178.556’sı yerli) Türkiye’ye giriş yapmış, 2017 yılına göre turist sayısında % 34,25 bir artış gerçekleşmiştir. Gelen yabancı turistler içinde ilk 5 ülke ve turist sayıları sırasıyla; İngiltere-1.027.304, Rusya Federasyonu-398.596, Almanya-218.195, Ukrayna-176.871, Polonya-138.948’dir (Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2019b).

Aşağıda Çizelge 12’de 2018 yılında turizm işletme belgeli konaklama tesislerine yerli ve yabancı turistlerin geliş ve geceleme sayıları, Marmaris, Muğla ve Türkiye toplamı olarak sunulmuştur.

Çizelge 12. Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Tesise Geliş ve Geceleme (Marmaris, Muğla ve Türkiye-2018)

	Tesise Geliş			Geceleme		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
Marmaris	663.372	266.884	930.256	2.754.655	750.006	3.504.661
Muğla	1.550.095	1.163.037	2.713.132	6.546.690	3.231.490	9.778.180
Türkiye	25.042.076	25.302.742	50.344.818	95.109.378	49.305.889	144.415.267

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2019b).

Aşağıda Çizelge 13’te 2018 yılında mahalli idarelerce belgelendirilen konaklama tesislerine geliş ve geceleme sayıları, Marmaris, Muğla ve Türkiye toplamı olarak sunulmuştur.

Çizelge 13. Mahalli İdarelerce Belgelendirilen Konaklama Tesislerinde Tesise Geliş ve Geceleme (Marmaris, Muğla ve Türkiye-2018)

	Tesise Geliş			Geceleme		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
Marmaris	354.625	189.450	544.075	1.075.134	460.837	1.535.971
Muğla	551.018	684.819	1.235.837	1.648.576	1.649.985	3.298.561
Türkiye	6.093.469	15.519.369	21.612.838	17.135.761	29.135.694	46.271.455

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2019c).

Çizelge 12 ve Çizelge 13 birlikte değerlendirildiğinde tesise geliş sayısı 2018 yılında 71.9 milyon olmuş, 2017 yılına göre %16,15 artış göstermiştir. 2018 yılında turizm işletme belgeli ve mahalli idarelerce belgelendirilen konaklama işletmelerinde toplam 190.7 milyon geceleme yapılmış, gecelerin %58,86’sı yabancı, %41,14’ü yerli

ziyaretçiler tarafından gerçekleştirilmiştir. Marmaris’te tesise geliş sayısı 930.256 olmuş, toplam 3.504.661 geceleme yapılmıştır.

Türkiye’de geceleme yapan yabancı ziyaretçilerin ülke dağılımları sırasıyla şu şekildedir. Rusya (26.5 milyon), Almanya (21.9 milyon), İngiltere (7.9 milyon), Ukrayna (3.8 milyon) ve Hollanda (3.3 milyon)’dır. Yabancıların en çok geceleme yaptığı iller arasında 1. sırada Antalya (70.2 milyon), 2. sırada İstanbul (20.1 milyon) yer almakta ve 8.1 milyon yabancı turist ile Muğla ili 3. sırada bulunmaktadır. Yerli ve yabancı ziyaretçilerin en çok geceleme yaptıkları iller sıralamasında da sıralama değişmemekte, Muğla ili 13 milyon yerli ve yabancı turist sayısı ile 3. sırada yer almaktadır.

Aşağıda Çizelge 14’te turizm işletme belgeli konaklama tesislerinde yerli ve yabancı ziyaretçilerin Marmaris, Muğla ve Türkiye’deki ortalama kalış süresi ve doluluk oranları sunulmuştur.

Çizelge 14. Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranları

	Ortalama Kalış Süresi (gün)			Doluluk Oranı (%)		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
Marmaris	4,15	2,81	3,77	45,26	12,32	57,58
Muğla	4,22	2,78	3,60	37,63	18,57	56,20
Türkiye	3,80	1,95	2,87	37,16	19,27	56,43

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2019b).

Çizelge 15’te mahalli idarelerce belgelendirilen konaklama tesislerinde yerli ve yabancı ziyaretçilerin Marmaris, Muğla ve Türkiye’deki ortalama kalış süresi ve doluluk oranları aşağıda sunulmuştur.

Çizelge 15. Mahalli İdarelerce Belgelendirilen Konaklama Tesislerinde Ortalama Kalış Süresi ve Doluluk Oranları

	Ortalama Kalış Süresi (gün)			Doluluk Oranı (%)		
	Yabancı	Yerli	Toplam	Yabancı	Yerli	Toplam
Marmaris	3,03	2,43	2,82	30,87	13,23	44,10
Muğla	2,99	2,41	2,67	20,57	20,59	41,16
Türkiye	2,81	1,88	2,14	14,41	24,50	38,92

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2019c).

Çizelge 14 ve Çizelge 15 birlikte değerlendirildiğinde, 2018 yılında ortalama kalış süresi yıl ortalaması Marmaris’te kalan yabancı ziyaretçiler için 3,55 gün, yerli ziyaretçiler için 2,62 gündür. Marmaris destinasyonunda doluluk oranı turizm işletme belgeli konaklama işletmelerinde %57,58 ve mahalli idarelerce belgelendirilmiş konaklama işletmelerinde %44,10 oranlarıyla Türkiye ortalamasının üzerindedir.

5.2. Veri Toplama Aracında Yer Alan Sorular ve Teorilerle İlişkisi

Çalışmada veri toplama aracında yer alan topluluk duygusu ile ilgili sorular ve teorilerle ilişkileri aşağıda Çizelge 16’da yer almaktadır.

Çizelge 16. Topluluk Duygusu ile İlgili Sorular ve Teorilerle İlişkisi

Ölçek Adı	Boyutlar	İfadeler (Katılma Dereceleri)	Teoriler ve Modeller				
			Temas Hipotezi (a)	Duygusal Dayanışma Teorisi (b)	Sosyal Mübadele (Değişim) Teorisi (c)	Doxey Irridex Modeli (d)	Butler Yaşam Döngüsü Modeli (e)
Topluluk Duygusu	Üyelik	1.Marmaris toplumunun bir üyesi olmak kendimi iyi hissetmemi sağlıyor.	X	X	X		
		2.Bir problemim olduğu zaman bunu Marmaris toplumunun üyeleri ile konuşabilirim.	X	X	X		
		3.Marmaris toplumunun bir üyesi olmak kimliğimin bir parçasıdır.	X	X	X		
		4.Marmaris toplumunun beni içine alması, benim için önemlidir.	X	X	X		
		5.Marmaris toplumunun diğer üyeleriyle sık sık bir araya geliyorum ve onlarla olmaktan zevk alıyorum.	X	X	X		
		6.Marmaris toplumundaki insanlar birbirleriyle iyi anlaşılır.	X	X	X		
	Etki	7.Marmaris toplum üyelerinin benim hakkımda ne düşündüğüne önem veririm.		X	X		
		8.Marmaris toplumunda insanlara güvenirim.	X	X	X		
		9.Eğer Marmaris toplumunda bir problem var ise toplum üyeleri bunu çözebilirler.		X			
		10.Marmaris toplumunun geleceği ile ilgili umutlu hissediyorum.		X			
		11.Marmaris toplumunun üyeleri birbirlerini önemserler.		X			
		12.Marmaris toplumunun diğer üyeleri tarafından değer görmek ve kabul edilmek benim için önemlidir.		X	X		
	Bütünleşme	13.Marmaris toplumunun bir parçası olduğum için önemli ihtiyaçlarım karşılanıyor.		X	X		
		14.Marmaris toplumu üyelerinin ihtiyaçlarımı karşılamada başarılıdır.		X	X		
		15.Marmaris toplumunda düşüncelerimin ve fikirlerimin değer görmesi benim için önemlidir.		X	X		
		16.Marmaris toplumunda aktif olarak birçok fayda kazanırım.		X	X		
		17.Marmaris toplumuna katılımımın ödüllendirici olduğunu hissedirim.		X	X		

Çizelge 16. Topluluk Duygusu ile İlgili Sorular ve Teorilerle İlişkisi (Devamı)

Duygusal Bağlantılar	18.Marmaris toplum üyeleri ve ben birçok şeye değer veririz.		X			
	19.Marmaris toplumundaki kişilerin benzer ihtiyaçları, benzer öncelikleri ve benzer amaçları vardır.		X			
	20.Marmaris toplumunda, toplum dışından kişilerin fark edebileceği, üyelik sembolleri ve ifadeleri vardır (Örneğin; kıyafetler, işaretler, sanat, mimari, logolar, görülecek yerler, bayraklar).		X			
	21.Marmaris toplum üyeleri; tatiller, kutlamalar veya felaketler gibi önemli olayları birlikte paylaşırlar.		X			
	22.Marmaris toplumu ve ben kültürel mirasımızı korumaktayız.		X			

Çizelge 16’da teoriler kısmında yer alan harflere ilişkin açıklamalar şu şekildedir:

a) Temas Hipotezi:

İfadeler taraflar arasındaki “*olumlu sosyal ilişkileri*” gösterdiği için Temas Hipotezi ile ilişkilidir.

b) Duygusal Dayanışma Teorisi:

Topluluk duygusunun “duygusal bağlantılar” boyutunda yer alan ifadelerdeki ortak değerler, amaçlar, semboller ve davranışlar “*duygusal yakınlık bileşeni*” bulunan Duygusal Dayanışma Teorisi ile ilişkilidir.

c) Sosyal Mübadele (Değişim) Teorisi:

İfadeler; önemsenme, mübadele tatmini, değer görme, fayda kazanımı-ödül varlığı, karşılıklılık gibi prososyal kazanımların ifade biçimleri olarak “*ödül beklentisi*”ni karşıladığı için Sosyal Mübadele (Değişim) Teorisi ile ilişkilidir.

Çalışmada yer alan sosyal mesafe ile ilgili sorular ve teorilerle ilişkileri aşağıda Çizelge 17’de yer almaktadır.

Çizelge 17. Sosyal Mesafe ile İlgili Sorular ve Teorilerle İlişkisi

Ölçek Adı	İfadeler (Katılma Dereceleri)	Teoriler ve Modeller				
		Temas Hipotezi (a)	Duygusal Dayanışma Teorisi (b)	Sosyal Mübadele (Değişim) Teorisi (c)	Doxey İrridex Modeli (d)	Butler Yaşam Döngüsü Modeli (e)
Sosyal Mesafe	1. Marmaris'e yerleşmiş İngilizler (yerleşik yabancılar)/yerel halk uzun dönemli komşum, misafirim olabilir.	X	X(b ₁)	X(c ₁)		
	2.Evimde akşam yemeği misafiri olarak yerleşik yabancıları/yerel halkı ağırlayabilirim.	X	X(b ₁)	X(c ₁)		
	3.İhtiyacı olan yerleşik yabancıları/yerel halkı gideceklere yere bırakırım.	X	X(b ₂)	X(c ₂)		
	4.Yerleşik yabancılar/yerel halk ile kamuya açık alanlarda (deniz kıyısında, restoranda vb.) yan yana otururum.	X	X(b ₁)		X	
	5.Şehre giden otobüsü yerleşik yabancılar/yerel halk ile paylaşıyorum.	X	X(b ₁)		X	
	6.Halka açık yüzme havuzumuzu yerleşik yabancılar/yerel halk ile paylaşmak beni rahatsız etmez.	X	X(b ₁)		X	
	7.Hediyelik eşya dükkânında yerleşik yabancıları/yerel halkı görmekten rahatsızlık duymam.	X	X(b ₁)		X	

Çizelge 17'de teoriler kısmında yer alan harflere ilişkin açıklamalar şu şekildedir:

a) Temas Hipotezi:

İfadeler taraflar arasındaki “*olumlu sosyal ilişkileri*” gösterdiği için Temas Hipotezi ile ilişkilidir.

b) Duygusal Dayanışma Teorisi:

b₁- İfadelerde resmi olmayan (informel), olumlu sosyal ilişkilere atıfta bulunulmakta, “*duygusal yakınlık bileşeni*”nden dolayı Duygusal Dayanışma Teorisi ile ilişkilidir.

b₂- İfadede empati yapılması, “*sempatik anlayış bileşeni*”ni işaret ettiği için Duygusal Dayanışma Teorisi ile ilişkilidir.

c) Sosyal Mübadele (Değişim) Teorisi:

c1- İfadeler; paylaşma, sevilme, değer görme gibi “*ödül beklentisi*”ni karşıladığı için Sosyal Mübadele (Değişim) Teorisi ile ilişkilidir.

c2- İfade, gönüllülük esaslı, “yardımlaşmaya yönelik mübadele” olduğu için Sosyal Mübadele (Değişim) Teorisi ile ilişkilidir.

d) Doxey Irridex Modeli:

İfadelerde tarafların resmi olmayan (informel) ilişkiler kurmaları, birbirlerinden memnuniyetlerini gösterdiği için, Doxey Irridex Modeli “hoşnutluk evresi”ni işaret etmekte ve teori ile ilişkili görülmektedir.

Çalışmada yer alan yaşam kalitesi ile ilgili sorular ve teorilerle ilişkileri aşağıda Çizelge 18’de yer almaktadır.

Çizelge 18. Yaşam Kalitesi ile İlgili Sorular ve Teorilerle İlişkisi

Ölçek Adı	Boyutlar	İfadeler (Verilen Önem)	Teoriler ve Modeller				
			Temas Hipotezi (a)	Duygusal Dayanışma Teorisi (b)	Sosyal Mübadele (Değişim) Teorisi (c)	Doxey Irridex Modeli (d)	Butler Yaşam Döngüsü Modeli (e)
Yaşam Kalitesi	Miras ve Ticari Faaliyetlerin Zenginleştirilmesi	1.Marmaris'te doğal çevrenin korunması.		X	X	X	X
		2.Diğerleri tarafından Marmaris'e değer verildiğini hissetmek.	X	X	X	X	
		3.Marmaris'te kültürel mirasın korunması.		X	X	X	X
		4.Marmaris'te yaşamaktan gurur duymak.	X	X	X	X	
		5.Marmaris'te restoran ve diğer ticari işletmelerin bulunması.		X	X	X	X
		6.Marmaris'te emlak ve arazilerin değer kazanması.		X	X		X
	Sosyalleşme ve Rekreasyon Fırsatları	7.Marmaris'te rekreasyon aktivitelerini yapma olanaklarına sahip olmak.		X	X	X	X
		8.Marmaris'te kültürel faaliyetlere katılma olanaklarına sahip olmak.		X	X	X	X
		9.Marmaris'te sosyalleşme olanaklarına sahip olmak.		X	X	X	X
		10.Marmaris'te hareketliliği/erişilebilirliği teşvik edecek tesislere sahip olmak.		X	X	X	X
		11.Marmaris'te bilgiye ulaşma olanağına sahip olmak.		X	X		X
		12.Marmaris'te farklı kültürlerden kişilerle iletişim olanağına sahip olmak.	X	X	X	X	
	Sağlık ve Güvenlik Yararları	13.Marmaris'te kendini güvende hissetmek.	X	X	X	X	X
		14.Marmaris'te sağlıklı bir yaşama sahip olmak.		X	X	X	X
		15.Marmaris'te temiz bir çevrede yaşamak.		X	X	X	X

Çizelge 18. Yaşam Kalitesi ile İlgili Sorular ve Teorilerle İlişkisi (Devamı)

Ekonomik Fırsatlar ve Destekleyici Hizmetler	16.Marmaris'te daha fazla iş fırsatlarına sahip olmak.		X	X	X	X
	17.Marmaris'te daha fazla gelir elde etme fırsatlarına sahip olmak.		X	X	X	X
	18.Marmaris'te iyi ulaşım olanaklarına sahip olmak.		X	X	X	X
	19.Marmaris'te sağlık hizmetleri erişimine sahip olmak.		X	X	X	X
	20.Marmaris'te ekonomik faaliyet çeşitliliğine sahip olmak.		X	X	X	X
Sessiz Çevre	21.Marmaris'te trafik ve insan sıklığı olmadan yaşamak.		X	X	X	X
	22.Marmaris'te sessiz bir çevrede yaşamak.		X	X	X	X

Çizelge 18'de teoriler kısmında yer alan harflere ilişkin açıklamalar şu şekildedir:

a) Temas Hipotezi:

İfadeler “*olumlu sosyal ilişkileri*” gösterdiği için Temas Hipotezi ile ilişkilidir.

b) Duygusal Dayanışma Teorisi:

İfadeler, topluluk üyelerinin turizme (etkilerine) yönelik kişisel ilgisini, “*misafirperverliğin/karşılaşmanın doğası bileşenini*” gösterdiği için Duygusal Dayanışma Teorisi ile ilişkilidir.

c) Sosyal Mübadele (Değişim) Teorisi:

İfadeler topluluk üyelerinin yaşam kaliteleleri üzerindeki turizm etkilerini ortaya çıkartmakta, söz konusu etkiler topluluk üyeleri tarafından “*fayda-maliyet*” analizi yapılarak değerlendirildiği için Sosyal Mübadele (Değişim) Teorisi ile ilişkili görülmektedir.

d) Doxey Irridex Modeli:

İfadeler yaşam kalitesinde turizmin sosyal etkilerini ortaya çıkartmaya yönelik olduğu için “*hoşnutluk, ilgisizlik, kızgınlık veya düşmanlık evreleriyle*” Doxey Irridex Modeli ile ilişkilidir.

e) Butler Yaşam Döngüsü Modeli:

İfadeler turizm gelişimiyle yaşam kalitesi üzerinde ortaya çıkan olumsuz etkileri açıklamaya yönelik olduğu için Butler'ın Yaşam Döngüsü Modeli ile ilişkilidir.

Çalışmada yer alan sosyal etkileşim ile ilgili sorular ve teorilerle ilişkileri aşağıda Çizelge 19'da yer almaktadır.

Çizelge 19. Sosyal Etkileşim ile İlgili Sorular ve Teorilerle İlişkisi

Ölçek Adı	Boyutlar	İfadeler (Verilen Önem ¹⁴)	Teoriler ve Modeller				
			Temas Hipotezi (a)	Duygusal Dayanışma Teorisi (b)	Sosyal Mübadele (Değişim) Teorisi (c)	Doxey İrriindex Modeli (d)	Butler Yaşam Döngüsü Modeli (e)
Sosyal Etkileşim	Yakın Etkileşim	1.Marmaris'e yerleşen İngilizler (yerleşik yabancılar) /yerel halk ile yemeğimi paylaşmak.	X	X(b ₁)	X(c ₁)	X	X(e ₁)
		2.Yerleşik yabancılarla/yerel halkla hediye alışverişinde bulunmak.	X	X(b ₁)	X(c ₁)	X	X(e ₁)
		3.Yerleşik yabancıları/yerel halkı evime davet etmek.	X	X(b ₁)	X(c ₁)	X	X(e ₁)
		4.Yerleşik yabancılarla/yerel halkla spor yapmak.	X	X(b ₁)	X(c ₁)	X	X(e ₁)
		5.Yerleşik yabancılarla/yerel halkla partiye/eğlenceye katılmak.	X	X(b ₁)	X(c ₁)	X	X(e ₁)
	Turizm Çekicilikleri ve Destek Hizmetlerinde Gerçekleşen Etkileşim	6.Yerleşik yabancılarla/yerel halkla diğer ticari işletmelerde iletişim kurmak.	X	X(b ₁)	X(c ₁)	X	X(e ₁)
		7.Yerleşik yabancılarla/yerel halkla sahilde iletişim kurmak.	X	X(b ₁)	X(c ₁)	X	X(e ₁)
		8.Yerleşik yabancılarla/yerel halkla eğlence yerlerinde (diskotek, kulüp, barlar vb.) iletişim kurmak.	X	X(b ₁)	X(c ₁)	X	X(e ₁)
		9.Yerleşik yabancılarla/yerel halkla yiyecek içecek işletmelerinde iletişim kurmak.	X	X(b ₁)	X(c ₁)	X	X(e ₁)
		10.Yerleşik yabancılarla/yerel halkla etkinliklerde iletişim kurmak.	X	X(b ₁)	X(c ₁)	X	X(e ₁)
Resmi (Formel) Etkileşim	11.Yerleşik yabancılarla/yerel halkla işyerinde iletişim kurmak.	X		X(c ₁)		X(e ₂)	
	12.Ürün ve hizmet sunarken yerleşik yabancılarla/yerel halkla etkileşime girmek.	X		X(c ₁)		X(e ₂)	
	13.Yerleşik yabancılarla/yerel halkla belediye hakkında bilgi vermek.	X	X(b ₂)	X(c ₂)			
Ayrıca ankette sorulan;	14.Marmaris toplumunda yerleşik yabancılarla/yerel halkla temasınızdan memnuniyet seviyeniz	X		X(c ₃)	X		

Çizelge 19 teoriler kısmında yer alan harflere ilişkin açıklamalar şu şekildedir:

¹⁴ İfade; 14. soruda temastan duyulan memnuniyet seviyesi

a) Temas Hipotezi:

İfadeler taraflar arasında gerçekleşen “*olumlu sosyal teması*” gösterdiği için Temas Hipotezi ile ilişkilidir.

b) Duygusal Dayanışma Teorisi:

b₁-İfadelerde kurulan dostluk, arkadaşlık ilişkileri bulunduğu için, Duygusal Dayanışma Teorisinin “*duygusal yakınlık bileşeni*”ni işaret etmekte ve teori ile ilişkili görülmektedir.

b₂-Burada yalnızca yerel halkın yerleşik yabancı ile ilgili empati yapması, “sempatik anlayış bileşeni”ni işaret ettiği için Duygusal Dayanışma Teorisi ile ilişkilidir.

c) Sosyal Mübadele (Değişim) Teorisi:

c₁-İfadeler; paylaşma, değer görme, sevgi, saygı, önemsenme gibi “*ödül beklentisi*”ni karşıladığı için Sosyal Mübadele (Değişim) Teorisi ile ilişkilidir.

c₂-İfade, bilgi paylaşımı; gönüllülük esaslı, “*yardımlaşmaya yönelik mübadele*” olduğu için Sosyal Mübadele (Değişim) Teorisi ile ilişkilidir.

c₃-İfade “*mübadele tatminini*” ifade ettiği için Sosyal Mübadele (Değişim) Teorisi ile ilişkilidir.

d) Doxey Irridex Modeli:

İfadelerde tarafların resmi olmayan (informel) ilişkiler kurmaları, birbirlerinden memnuniyetlerini gösterdiği için, “*hoşnutluk evresi*” ile Doxey Irridex Modeli ile ilişkilidir.

e) Butler Yaşam Döngüsü Modeli:

e₁- İfadeler, taraflar arasındaki yakın, samimi ilişkilerin varlığını, temas yüksekliğini gösterdiği için modelin “katılım” evresi ile Butler’ın Yaşam Döngüsü Modeli ile ilişkilidir.

e₂-İfadeler taraflar arasındaki profesyonel, iş amaçlı, yüzeysel iş ilişkileri, yerel halkın modelin “katılım” evresinden başlayarak turizm girişimciliği, yerleşik yabancıların ise “gelişim” evresiyle destinasyondaki girişimciliğini veya istihdamını gösterdiği için Butler’ın Yaşam Döngüsü Modeli ile ilişkilidir.

Çalışmada yer alan turizme yönelik tutum ile ilgili sorular ve teorilerle ilişkileri aşağıda Çizelge 20’de yer almaktadır.

Çizelge 20. Turizmde Yönelik Tutum ile İlgili Sorular ve Teorilerle İlişkisi

Ölçek Adı	İfadeler (Katılma Derecesi)	Teoriler ve Modeller				
		Temas Hipotezi (a)	Duygusal Dayanışma Teorisi (b)	Sosyal Mübadele (Değişim) Teorisi (c)	Doxey Irridex Modeli (d)	Butler Yaşam Döngüsü Modeli (e)
Turizmde Yönelik Tutum	1.Marmaris'te turizm gelişimini güçlü bir şekilde desteklerim.	X	X	X(c ₁), X(c ₂)	X	X
	2.Marmaris'te turizm gelişiminin artması için önerilerde bulunurum.	X	X	X(c ₁), X(c ₂)	X	X
	3.Marmaris'te turizm planlamasına etkin bir şekilde katılırım.	X	X	X(c ₁), X(c ₂)	X	X
	4.Marmaris'te turizm projelerinin geliştirilmesine katılırım.	X	X	X(c ₁), X(c ₂)	X	X
	5.Marmaris'te daha fazla turist görmek isterim.	X	X	X(c ₁), X(c ₂)	X	X

Çizelge 20'de yer alan teorilere ilişkin kısaltmalar sütununun açıklamaları şu şekildedir:

a) Temas Hipotezi:

İfadeler, “bireyler ve/veya gruplar ile kurulan olumlu temas”ı işaret ettiği için Temas Hipotezi ile ilişkilidir.

b) Duygusal Dayanışma Teorisi:

İfadeler, “turiste ve turizmde olan kişisel ilgiyi gösterdiği” için, Duygusal Dayanışma Teorisi'nin misafirperverliğin/hoş karşılanmanın doğası bileşeni ile ilişkilidir.

c) Sosyal Mübadele (Değişim) Teorisi:

c₁-İfadeler; “yardım ve işbirliği” gibi (destekleme, öneride bulunma, aktif katılım) sosyal rasyonel davranışların, mübadele sürecinde, sosyal beklentilerinin karşılanacağını gösterdiği için Sosyal Mübadele (Değişim) Teorisi ile ilişkili görülmektedir.

c₂-İfadeler, “turizmden ödül” beklentisini işaret etmesi nedeniyle Sosyal Mübadele (Değişim) Teorisi ile ilişkilidir.

d) Doxey Irridex Modeli:

İfadeler turizm gelişiminden elde edilecek faydalara yönelik beklentinin yüksek olduğunu göstermesi, “hoşnutluk” evresini işaret etmesi nedeniyle Doxey Irridex Modeli ile ilişkilidir.

e) Butler Yaşam Döngüsü Modeli:

İfadeler turizm gelişiminde “*gelişme aşamasına*” henüz gelinmediğini, turizme yönelik söz söyleme hakkının yitirilmediğini ve taşıma kapasitelerinin aşılmadığını gösterdiği için Butler Yaşam Döngüsü Modeli ile ilişkilidir.

5.3. Araştırma Kullanılan Ölçeklerin Geçerliliği ve Güvenilirliği

Bu bölümde ön uygulama çalışmasından elde edilen veriler ile ölçeklere ait geçerlilik, genel güvenilirlik ve madde analizleri verilmiştir. “Cronbach Alpha” katsayısının değerlendirilmesinde kullanılan kriterler şu şekildedir (Özdamar, 2004):

$0,00 \leq \alpha < 0,40$ ise ölçek güvenilir değil, $0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise düşük güvenilirlikte, $0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise ölçek oldukça güvenilir, $0,80 \leq \alpha < 1,00$ ise yüksek derecede güvenilir bir ölçek olarak kabul edilmektedir.

5.3.1. Topluluk Duygusu Ölçeği Madde Analizi Ön Uygulama Sonuçları

Ön uygulama sonrasında topluluk duygusu ölçeğinde bulunan 22 maddenin genel güvenilirliğini hesaplamak için iç tutarlılık katsayısı olan “Cronbach Alpha” hesaplanmıştır. Ölçeğin genel güvenilirliği $\alpha=0.947$ olarak yüksek bulunmuştur. Ölçek maddelerine ilişkin madde analizi sonuçları aşağıda Çizelge 21’de verilmektedir.

Çizelge 21. Topluluk Duygusu Ölçeği Madde Analizi (Ön Uygulama)

Soru No	Madde Silindiğinde Ölçek Puanı	Madde Silindiğinde Varyans	Madde Toplam Korelasyonu	Madde Silindiğinde Cronbach Alpha
2.1	74,675	237,885	,636	,944
2.2	75,067	233,206	,670	,944
2.3	75,183	233,966	,603	,945
2.4	74,958	228,897	,775	,942
2.5	75,008	232,529	,650	,944
2.6	75,425	232,314	,715	,943
2.7	75,617	234,743	,531	,946
2.8	75,567	232,819	,701	,943
2.9	75,267	232,164	,792	,942
2.10	74,975	235,453	,690	,944
2.11	75,308	231,005	,825	,942
2.12	75,250	231,870	,718	,943
2.13	75,542	228,923	,738	,943
2.14	75,475	237,041	,604	,945
2.15	75,058	239,232	,559	,945
2.16	75,392	238,711	,557	,945
2.17	75,350	234,818	,669	,944
2.18	75,017	232,353	,782	,942
2.19	75,175	244,398	,364	,948
2.20	75,450	236,804	,515	,946
2.21	74,817	235,731	,608	,945
2.22	75,050	234,653	,664	,944

Madde analizi sonucunda ölçek maddelerin çıkarılması durumunda güvenilirliklerin düştüğü ve maddelere ilişkin madde toplam korelasyon değerlerinin yüksek (>0.30) olduğu saptanmıştır. Genel güvenilirlik ve madde analizleri sonuçlarına göre ölçek maddelerinin tutarlılık gösterdiği ve ölçeğe olan katkılarının yüksek olduğu anlaşılmıştır.

5.3.2. Topluluk Duygusu Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi

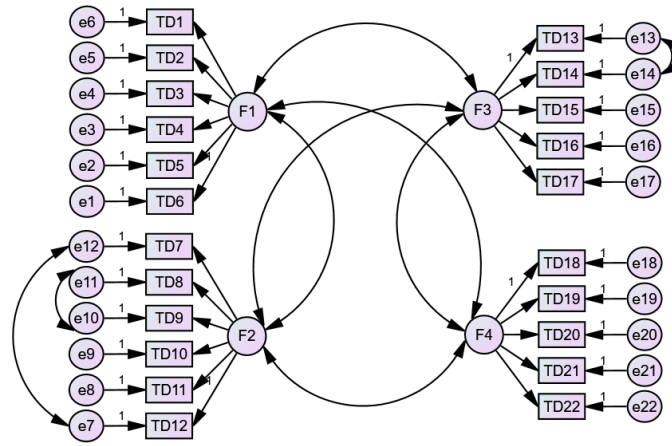
Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA), gözlenen (observed) değişkenler ile gizli (Latent) değişkenler arasındaki ilişkiyi ölçebilen yapısal eşitlik modelinin (YEM) bir türüdür (Brown ve Moore, 2012, 1).

“Doğrulayıcı Faktör Analizinde, çeşitli uyum indeksi sonuçlarına göre modelin teori ile uyumlu olup olmadığına karar verilir. Modelde maddelerin faktör yükleri çok iyi çıksa bile uyum indeksleri normal değerleri yakalayamayabilir. Bu uyum indeksleri; χ^2 /sd , GFI, AGFI, , CFI, RMSEA, RMR gibi isimler alır. Uyum indeksleri çok çeşitlidir fakat bu

uyum indekslerinden hangilerinin standart kabul edileceği hakkında tam bir uzlaşma olmadığı bildirilmektedir.” (Çapık, 2014).

Çalışmada literatürde bulunan araştırmalarda en sık kullanılan uyum iyiliği indeksleri kullanılmıştır.

Saha araştırması sonucunda toplum duygusu ölçeğinin daha önceden belirlenmiş faktör yapısı doğrulayıcı faktör analizi ile test edilmiştir. Doğrulayıcı faktör analize ilişkin diyagram aşağıda Şekil 3’te verilmektedir.



Şekil 3. Toplum Duygusu Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizine İlişkin Diyagram

(F1: Üyelik, F2: Etki, F3: Bütünleşme, F4: Duygusal Bağlantılar)

Doğrulayıcı faktör analizine ilişkin uyum iyiliği kriterleri aşağıda Çizelge 22’de verilmektedir.

Çizelge 22. Toplum Duygusu Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi İndeks Değerleri

İndeks	Normal Değer*	Kabul Edilebilir Değer**	Toplum Duygusu Ölçeği
χ^2/sd	<2	<5	3.53
GFI	>0.95	>0.90	0.90
AGFI	>0.95	>0.90	0.91
CFI	>0.95	>0.90	0.90
RMSEA	<0.05	<0.08	0.07
RMR	<0.05	<0.08	0.06

*, ** Kaynaklar: (Şimşek, 2007; Hooper ve Mullen 2008, 53-60; Schumacker ve Lomax, 2010, 1-8; Waltz, Strickland ve Lenz, 2010; J. Wang ve X. Wang, 2012, 5-9; Sümer, 2000; Tabachnick ve Fidell, 2013, 725).

Analiz sonuçları, doğrulayıcı faktör analizi ile hesaplanan uyum istatistiklerinin ölçeğin daha önce belirlenen faktör yapısı ile kabul edilebilir düzeyde uyumlu olduğu saptanmıştır. Standardize edilmiş faktör yükleri, t değerleri ve maddelerin oluşturduğu açıklayıcılık (R^2) değerleri aşağıda Çizelge 23’te verilmektedir.

Çizelge 23. Topluluk Duygusu Ölçeği Faktör Yükleri ve Maddelere İlişkin Regresyon Katsayıları

Maddeler		Faktörler	β	Std. β	S.Hata	t	p	R^2
TD6	<---	F1	1,000	0,698				0,505
TD5	<---	F1	1,046	0,711	0,053	19,629	p<0,001	0,565
TD4	<---	F1	1,178	0,775	0,055	21,286	p<0,001	0,374
TD3	<---	F1	1,111	0,741	0,054	20,422	p<0,001	0,502
TD2	<---	F1	1,140	0,755	0,055	20,788	p<0,001	0,524
TD1	<---	F1	0,998	0,714	0,051	19,721	p<0,001	0,581
TD12	<---	F2	1,000	0,719				0,646
TD11	<---	F2	1,078	0,839	0,045	23,967	p<0,001	0,562
TD10	<---	F2	0,974	0,752	0,045	21,498	p<0,001	0,534
TD9	<---	F2	0,973	0,735	0,046	20,931	p<0,001	0,532
TD8	<---	F2	1,045	0,774	0,047	22,084	p<0,001	0,438
TD7	<---	F2	1,008	0,662	0,045	22,257	p<0,001	0,600
TD13	<---	F3	1,000	0,729				0,540
TD14	<---	F3	0,908	0,731	0,035	25,956	p<0,001	0,566
TD15	<---	F3	0,934	0,750	0,044	21,419	p<0,001	0,703
TD16	<---	F3	0,999	0,804	0,043	22,971	p<0,001	0,517
TD17	<---	F3	0,966	0,763	0,044	21,788	p<0,001	0,510
TD18	<---	F4	1,000	0,724				0,571
TD19	<---	F4	1,015	0,708	0,052	19,693	p<0,001	0,550
TD20	<---	F4	0,976	0,611	0,057	17,008	p<0,001	0,600
TD21	<---	F4	1,061	0,752	0,051	20,864	p<0,001	0,505
TD22	<---	F4	1,082	0,710	0,055	19,747	p<0,001	0,487

Standardize edilmiş katsayılar incelendiğinde faktör yüklerinin 0,4’ten yüksek, standart hata değerlerinin düşük, t değerlerinin anlamlı (p<0,001), R^2 değerlerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlar önceden belirlenen faktör yapısına ilişkin yapı geçerliliğini doğrulamaktadır.

5.3.3. Topluluk Duygusu Ölçeği Güvenirlik Katsayıları ve Madde Analizi

Saha araştırması sonucunda topluluk duygusu ölçeğinin güvenirliliğini belirlemek üzere iç tutarlılık katsayıları (Cronbach Alpha) hesaplanarak aşağıda Çizelge 24'te verilmektedir.

Çizelge 24. Topluluk Duygusu Ölçeği Güvenirlik Katsayıları

	Yerel Halk	Yerleşik Yabancı	Tüm Örneklem
	Alpha	Alpha	Alpha
Üyelik	0,950	0,968	0,954
Etki	0,888	0,897	0,922
Bütünleşme	0,954	0,944	0,966
Duygusal Bağlantılar	0,909	0,911	0,899
Topluluk Duygusu	0,945	0,960	0,953

Ölçeğin iki grupta ve genelde güvenilir olduğu saptanmıştır. Ölçek puanı ve alt boyutların puanları hesaplanırken aritmetik ortalama kullanılmıştır.

Aşağıda Çizelge 25'te topluluk duygusu ölçeği madde analizi yer almaktadır.

Çizelge 25. Topluluk Duygusu Ölçeği Madde Analizi

	Madde silindiğinde ölçek puanı	Madde silindiğinde varyans	Madde toplam korelasyonu	Madde silindiğinde cronbach alpha
TD1	74,977	280,472	,638	,951
TD2	75,333	276,971	,680	,950
TD3	75,344	277,160	,680	,950
TD4	75,252	275,396	,717	,950
TD5	75,251	278,462	,658	,951
TD6	75,348	278,209	,684	,950
TD7	75,553	275,172	,659	,951
TD8	75,617	276,321	,721	,950
TD9	75,462	278,342	,679	,950
TD10	75,209	278,309	,696	,950
TD11	75,347	275,962	,771	,949
TD12	75,324	275,929	,708	,950
TD13	75,754	275,674	,681	,950
TD14	75,510	278,040	,692	,950
TD15	75,202	277,727	,698	,950
TD16	75,440	276,881	,724	,950
TD17	75,523	277,693	,687	,950
TD18	75,173	280,920	,660	,951
TD19	75,285	281,551	,615	,951
TD20	75,507	282,084	,531	,952
TD21	75,139	280,821	,647	,951
TD22	75,325	279,845	,622	,951

Madde analizi sonucunda ölçek maddelerine ilişkin madde toplam korelasyon değerlerinin yüksek (>0.30) olduğu saptanmıştır. Genel güvenilirlik ve madde analizleri sonuçlarına göre ölçek maddelerinin tutarlılık gösterdiği ve ölçeğe olan katkılarının yüksek olduğu saptanmıştır.

5.3.4. Sosyal Mesafe Ölçeği Madde Analizi Ön Uygulama Sonuçları

Ön uygulama sonrasında sosyal mesafe ölçeğinde bulunan 7 maddenin genel güvenilirliğini hesaplamak için iç tutarlılık katsayısı olan “Cronbach Alpha” hesaplanmıştır. Ölçeğin genel güvenilirliği $\alpha=0.847$ olarak yüksek bulunmuştur. Ölçek maddelerine ilişkin madde analizi sonuçları aşağıda Çizelge 26’da verilmektedir.

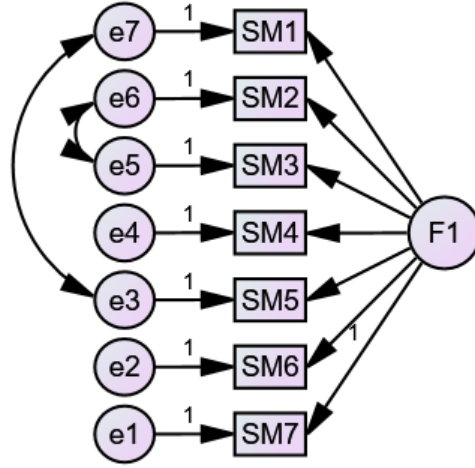
Çizelge 26.Sosyal Mesafe Ölçeği Madde Analizi (Ön Uygulama)

Soru No	Madde Silindiğinde Ölçek Puanı	Madde Silindiğinde Varyans	Madde Toplam Korelasyonu	Madde Silindiğinde Cronbach Alpha
3.1	25,667	13,451	,659	,818
3.2	25,867	13,932	,526	,839
3.3	26,133	13,864	,461	,854
3.4	25,442	14,215	,680	,817
3.5	25,425	14,078	,693	,815
3.6	25,442	13,879	,659	,818
3.7	25,375	14,152	,652	,820

Madde analizi sonucunda ölçek maddelerden 3 numaralı maddenin çıkarılması durumunda güvenilirliklerin düştüğü ve maddelere ilişkin madde toplam korelasyon değerlerinin yüksek (>0.30) olduğu saptanmıştır. Genel güvenilirlik ve madde analizleri sonuçlarına göre 3 numaralı madde dışında ölçek maddelerinin tutarlılık gösterdiği ve ölçeğe olan katkılarının yüksek olduğu anlaşılmıştır. 3 numaralı maddenin toplam korelasyon değeri yüksek olması nedeniyle çalışmaya alınması uygun görülmüştür.

5.3.5. Sosyal Mesafe Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi

Saha araştırması sonucunda sosyal mesafe ölçeğinin daha önceden belirlenmiş faktör yapısı doğrulayıcı faktör analizi ile test edilmiştir. Doğrulayıcı faktör analize ilişkin diyagram aşağıda Şekil 4’te verilmektedir.



Şekil 4. Sosyal Mesafe Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizine İlişkin Diyagram

Doğrulayıcı faktör analizine ilişkin uyum iyiliği kriterleri aşağıda Çizelge 27’de verilmektedir.

Çizelge 27. Sosyal Mesafe Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi İndeks Değerleri

İndeks	Normal Değer*	Kabul Edilebilir Değer**	Sosyal Mesafe Ölçeği
χ^2/sd	<2	<5	2,59
GFI	>0.95	>0.90	0.94
AGFI	>0.95	>0.90	0.91
CFI	>0.95	>0.90	0.93
RMSEA	<0.05	<0.08	0.06
RMR	<0.05	<0.08	0.06

*, ** **Kaynaklar:** (Şimşek, 2007; Hooper ve Mullen 2008, 53-60; Schumacker ve Lomax, 2010, 1-8; Waltz vd., 2010; J. Wang ve X. Wang, 2012, 5-9; Sümer, 2000; Tabachnick ve Fidel, 2013, 725).

Analiz sonuçları, doğrulayıcı faktör analizi ile hesaplanan uyum istatistiklerinin ölçeğin daha önce belirlenen faktör yapısı ile kabul edilebilir düzeyde uyumlu olduğu saptanmıştır. Standardize edilmiş faktör yükleri, t değerleri ve maddelerin oluşturduğu açıklayıcılık (R^2) değerleri aşağıda Çizelge 28’de verilmektedir.

Çizelge 28.Sosyal Mesafe Ölçeği Faktör Yükleri ve Maddelere İlişkin Regresyon Katsayıları

Maddeler		Faktörler	B	Std. β	S.Hata	t	p	R ²
SM7	<---	F1	1,000	0,858				0,518
SM6	<---	F1	1,012	0,864	0,030	34,014	p<0,001	0,498
SM5	<---	F1	1,019	0,916	0,027	37,600	p<0,001	0,402
SM4	<---	F1	0,967	0,868	0,028	34,285	p<0,001	0,754
SM3	<---	F1	0,800	0,634	0,038	21,058	p<0,001	0,839
SM2	<---	F1	0,891	0,706	0,036	24,467	p<0,001	0,747
SM1	<---	F1	0,941	0,720	0,038	24,722	p<0,001	0,737

Standardize edilmiş katsayılar incelendiğinde faktör yüklerinin 0,4'ten yüksek, standart hata değerlerinin düşük, t değerlerinin anlamlı (p<0,001), R² değerlerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlar önceden belirlenen faktör yapısına ilişkin yapı geçerliliğini doğrulamaktadır.

5.3.6. Sosyal Mesafe Ölçeği Güvenirlik Katsayıları ve Madde Analizi

Saha araştırması sonucunda sosyal mesafe ölçeğinin güvenirliliğini belirlemek üzere iç tutarlılık katsayıları (Cronbach Alpha) hesaplanarak aşağıda Çizelge 29'da verilmektedir.

Çizelge 29.Sosyal Mesafe Ölçeği Güvenirlik Katsayıları

	Yerel Halk	Yerleşik Yabancı	Tüm Örneklem
	Alpha	Alpha	Alpha
Sosyal Mesafe	0,921	0,905	0,926

Ölçeğin iki grupta ve genelde güvenilir olduğu saptanmıştır. Ölçek puanı ve alt boyutların puanları hesaplanırken aritmetik ortalama kullanılmıştır.

Çizelge 30.Sosyal Mesafe Ölçeği Madde Analizi

	Madde Silindiğinde Ölçek Puanı	Madde Silindiğinde Varyans	Madde Toplam Korelasyonu	Madde Silindiğinde Cronbach Alpha
SM1	24,398	26,208	,725	,919
SM2	24,450	26,177	,763	,915
SM3	24,482	26,997	,677	,924
SM4	24,075	26,800	,817	,910
SM5	24,054	26,681	,832	,909
SM6	24,109	26,648	,786	,913
SM7	24,073	26,675	,787	,913

Madde analizi sonucunda ölçek maddelerine ilişkin madde toplam korelasyon değerlerinin yüksek (>0.30) olduğu saptanmıştır. Genel güvenilirlik ve madde analizleri sonuçlarına göre ölçek maddelerinin tutarlılık gösterdiği ve ölçeğe olan katkılarının yüksek olduğu saptanmıştır.

5.3.7. Yaşam Kalitesi Ölçeği Madde Analiz Ön Uygulama Sonuçları

Ön uygulama sonrasında yaşam kalitesi ölçeğinde bulunan 22 maddenin genel güvenilirliğini hesaplamak için iç tutarlılık katsayısı olan “Cronbach Alpha” hesaplanmıştır. Ölçeğin genel güvenilirliği $\alpha=0.951$ olarak yüksek bulunmuştur. Ölçek maddelerine ilişkin madde analizi sonuçları aşağıda Çizelge 31’de verilmektedir.

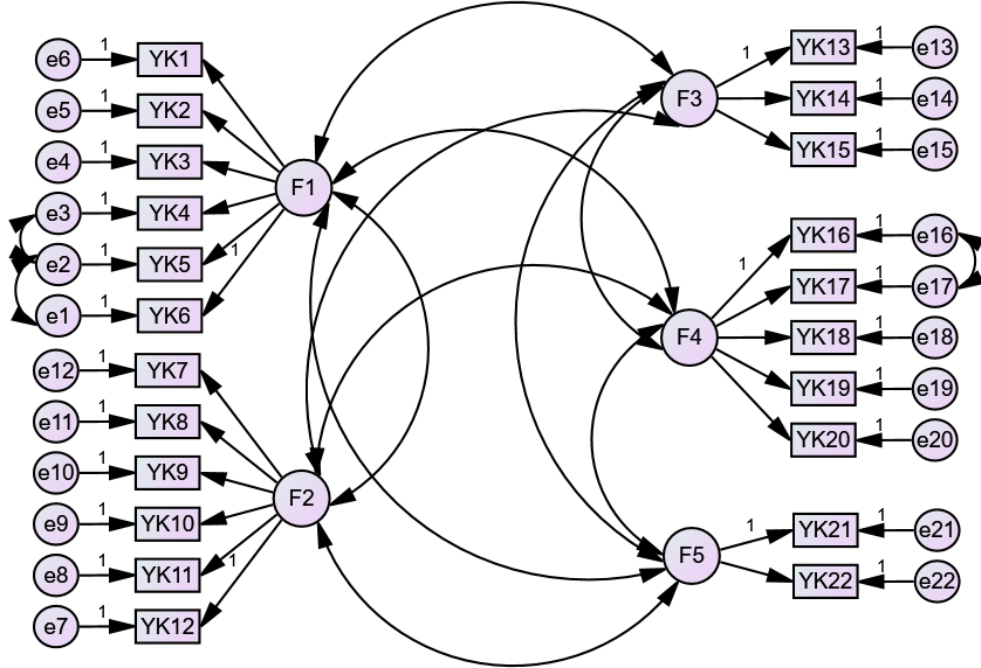
Çizelge 31.Yaşam Kalitesi Ölçeği Madde Analizi (Ön Uygulama)

Soru No	Madde Silindiğinde Ölçek Puanı	Madde Silindiğinde Varyans	Madde Toplam Korelasyonu	Madde Silindiğinde Cronbach Alpha
4.1	92,633	159,831	,706	,948
4.2	92,808	160,509	,671	,948
4.3	92,750	159,702	,656	,948
4.4	92,850	158,969	,639	,949
4.5	92,850	159,591	,702	,948
4.6	93,258	162,328	,444	,952
4.7	93,017	157,731	,706	,948
4.8	93,017	156,756	,760	,947
4.9	92,825	159,322	,745	,947
4.10	92,792	158,973	,762	,947
4.11	92,800	158,867	,768	,947
4.12	92,850	160,095	,729	,948
4.13	92,542	162,435	,706	,948
4.14	92,633	160,671	,705	,948
4.15	92,567	163,508	,659	,949
4.16	93,092	156,252	,577	,951
4.17	92,983	157,059	,652	,949
4.18	92,775	157,470	,775	,947
4.19	92,633	161,427	,632	,949
4.20	92,975	155,957	,826	,946
4.21	92,983	158,790	,575	,950
4.22	92,967	160,251	,550	,950

Madde analizi sonucunda ölçek maddelerden 6 numaralı maddenin çıkarılması durumunda güvenilirliklerin düştüğü ve maddelere ilişkin madde toplam korelasyon değerlerinin yüksek (>0.30) olduğu saptanmıştır. Genel güvenilirlik ve madde analizleri sonuçlarına göre 6 numaralı madde dışında ölçek maddelerinin tutarlılık gösterdiği ve ölçeğe olan katkılarının yüksek olduğu anlaşılmıştır. 6 numaralı maddenin toplam korelasyon değeri yüksek olması nedeniyle çalışmaya alınması uygun görülmüştür.

5.3.8. Yaşam Kalitesi Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi

Saha araştırması sonucunda yaşam kalitesi ölçeğinin daha önceden belirlenmiş faktör yapısı doğrulayıcı faktör analizi ile test edilmiştir. Doğrulayıcı faktör analize ilişkin diyagram aşağıda Şekil 5’te verilmektedir.



Şekil 5. Yaşam Kalitesi Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizine İlişkin Diyagram

(F1: Miras ve Ticari Faaliyetlerin Zenginleştirilmesi, F2: Sosyalleşme ve Rekreasyon Fırsatları, F3: Sağlık ve Güvenlik Yararları, F4: Ekonomik Fırsatlar ve Destekleyici Hizmetler, F5: Sessiz Çevre)

Doğrulayıcı faktör analizine ilişkin uyum iyiliği kriterleri aşağıda Çizelge 32’de verilmektedir.

Çizelge 32. Yaşam Kalitesi Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi İndeks Değerleri

İndeks	Normal Değer	Kabul Edilebilir Değer	Yaşam Kalitesi Ölçeği
χ^2/sd	<2	<5	3,217
GFI	>0.95	>0.90	0.90
AGFI	>0.95	>0.90	0.90
CFI	>0.95	>0.90	0.92
RMSEA	<0.05	<0.08	0.07
RMR	<0.05	<0.08	0.04

Analiz sonuçları, doğrulayıcı faktör analizi ile hesaplanan uyum istatistiklerinin ölçeğin daha önce belirlenen faktör yapısı ile kabul edilebilir düzeyde uyumlu olduğu

saptanmıştır. Standardize edilmiş faktör yükleri, t değerleri ve maddelerin oluşturduğu açıklayıcılık (R^2) değerleri aşağıda Çizelge 33’te verilmektedir.

Çizelge 33.Yaşam Kalitesi Ölçeği Faktör Yükleri ve Maddelere İlişkin Regresyon Katsayıları

Maddeler		Faktörler	β	Std. β	S.Hata	t	p	R^2
YK6	<---	F1	1,000	0,565				0,516
YK5	<---	F1	1,362	0,628	0,121	11,265	p<0,001	0,715
YK4	<---	F1	1,436	0,621	0,146	9,848	p<0,001	0,570
YK3	<---	F1	1,652	0,839	0,155	10,632	p<0,001	0,709
YK2	<---	F1	1,689	0,822	0,159	10,590	p<0,001	0,646
YK1	<---	F1	1,698	0,825	0,160	10,597	p<0,001	0,503
YK12	<---	F2	1,000	0,687				0,461
YK11	<---	F2	1,122	0,768	0,054	20,837	p<0,001	0,671
YK10	<---	F2	1,208	0,803	0,056	21,688	p<0,001	0,721
YK9	<---	F2	1,194	0,822	0,054	22,163	p<0,001	0,651
YK8	<---	F2	1,245	0,788	0,058	21,341	p<0,001	0,481
YK7	<---	F2	1,123	0,694	0,059	18,986	p<0,001	0,621
YK13	<---	F3	1,000	0,807				0,676
YK14	<---	F3	1,030	0,849	0,037	27,978	p<0,001	0,644
YK15	<---	F3	1,062	0,819	0,040	26,763	p<0,001	0,589
YK16	<---	F4	1,000	0,679				0,472
YK17	<---	F4	1,001	0,709	0,036	27,442	p<0,001	0,680
YK18	<---	F4	0,976	0,804	0,046	21,160	p<0,001	0,676
YK19	<---	F4	0,957	0,842	0,044	21,993	p<0,001	0,704
YK20	<---	F4	1,016	0,755	0,051	20,044	p<0,001	0,514
YK21	<---	F5	1,000	0,845				0,548
YK22	<---	F5	0,872	0,719	0,048	18,165	p<0,001	0,533

Standardize edilmiş katsayılar incelendiğinde faktör yüklerinin 0,4’ten yüksek, standart hata değerlerinin düşük, t değerlerinin anlamlı (p<0,001), R^2 değerlerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlar önceden belirlenen faktör yapısına ilişkin yapı geçerliliğini doğrulamaktadır.

5.3.9. Yaşam Kalitesi Ölçeği Güvenirlik Katsayıları ve Madde Analizi

Saha araştırması sonucunda yaşam kalitesi ölçeğinin güvenilirliğini belirlemek üzere iç tutarlılık katsayıları (Cronbach Alpha) hesaplanarak aşağıda Çizelge 34'te verilmektedir.

Çizelge 34.Yaşam Kalitesi Ölçeği Güvenirlik Katsayıları

	Yerel Halk	Yerleşik Yabancı	Tüm Örneklem
	Alpha	Alpha	Alpha
Miras ve Ticari Faaliyetlerin Zenginleştirilmesi	0,906	0,903	0,899
Sosyalleşme ve Rekreasyon Fırsatları	0,889	0,909	0,949
Sağlık ve Güvenlik Yararları	0,907	0,928	0,933
Ekonomik Fırsatlar ve Destekleyici Hizmetler	0,916	0,901	0,887
Sessiz Çevre	0,911	0,915	0,936
Yaşam Kalitesi	0,903	0,944	0,947

Ölçeğin iki grupta ve genelde güvenilir olduğu saptanmıştır. Ölçek puanı ve alt boyutların puanları hesaplanırken aritmetik ortalama kullanılmıştır.

Çizelge 35.Yaşam Kalitesi Ölçeği Madde Analizi

	Madde Silindiğinde Ölçek Puanı	Madde Silindiğinde Varyans	Madde Toplam Korelasyonu	Madde Silindiğinde Cronbach Alpha
YK1	91,749	160,273	,697	,944
YK2	91,835	160,547	,686	,944
YK3	91,761	161,146	,688	,944
YK4	92,001	160,971	,583	,946
YK5	91,951	159,994	,668	,945
YK6	92,377	163,069	,403	,950
YK7	92,014	160,080	,649	,945
YK8	91,964	158,974	,718	,944
YK9	91,836	159,893	,740	,944
YK10	91,903	159,668	,723	,944
YK11	91,834	160,691	,695	,944
YK12	91,897	162,067	,629	,945
YK13	91,706	162,754	,681	,945
YK14	91,694	162,379	,718	,944
YK15	91,708	161,739	,702	,944
YK16	91,973	158,381	,641	,945
YK17	92,006	158,433	,670	,945
YK18	91,832	159,742	,725	,944
YK19	91,771	160,234	,754	,944
YK20	91,992	158,766	,691	,944
YK21	91,877	162,464	,576	,946
YK22	91,971	163,564	,509	,947

Madde analizi sonucunda ölçek maddelerine ilişkin madde toplam korelasyon değerlerinin yüksek (>0.30) olduğu saptanmıştır. Genel güvenilirlik ve madde analizleri sonuçlarına göre ölçek maddelerinin tutarlılık gösterdiği ve ölçeğe olan katkılarının yüksek olduğu saptanmıştır.

5.3.10. Sosyal Etkileşim Ölçeği Madde Analizi Ön Uygulama Sonuçları

Ön uygulama sonrasında sosyal etkileşim ölçeğinde bulunan 13 maddenin genel güvenilirliğini hesaplamak için iç tutarlılık katsayısı olan “Cronbach Alpha” hesaplanmıştır. Ölçeğin genel güvenilirliği $\alpha=0.955$ olarak yüksek bulunmuştur. Ölçek maddelerine ilişkin madde analizi sonuçları aşağıda Çizelge 36’da verilmektedir.

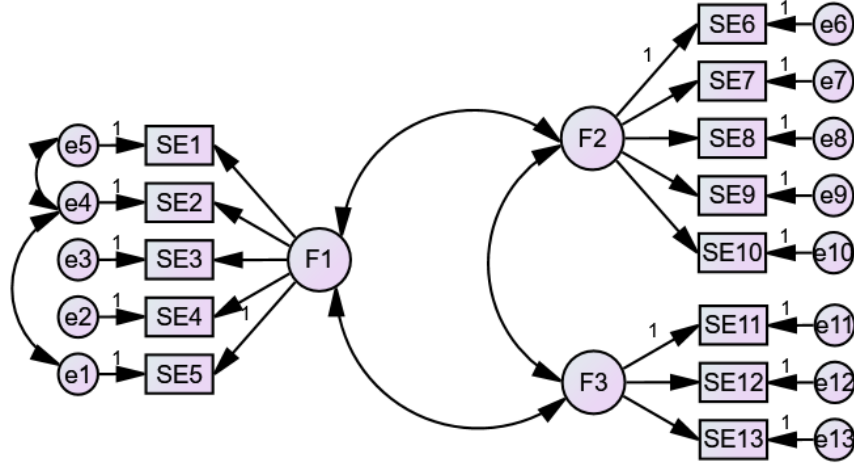
Çizelge 36.Sosyal Etkileşim Ölçeği Madde Analizi (Ön Uygulama)

Soru No	Madde Silindiğinde Ölçek Puanı	Madde Silindiğinde Varyans	Madde Toplam Korelasyonu	Madde Silindiğinde Cronbach Alpha
5.1	50,025	127,554	,823	,950
5.2	50,250	125,987	,843	,949
5.3	50,250	128,206	,771	,951
5.4	50,367	126,839	,753	,952
5.5	50,233	123,962	,865	,949
5.6	50,192	127,148	,771	,951
5.7	50,317	124,000	,863	,949
5.8	50,392	125,837	,759	,952
5.9	50,183	125,546	,884	,949
5.10	50,175	126,045	,850	,949
5.11	50,342	127,907	,669	,954
5.12	50,150	128,650	,725	,952
5.13	50,217	130,961	,674	,953

Madde analizi sonucunda ölçek maddelerin çıkarılması durumunda güvenilirliklerin düştüğü ve maddelere ilişkin madde toplam korelasyon değerlerinin yüksek (>0.30) olduğu saptanmıştır. Genel güvenilirlik ve madde analizleri sonuçlarına göre ölçek maddelerinin tutarlılık gösterdiği ve ölçeğe olan katkılarının yüksek olduğu anlaşılmıştır.

5.3.11. Sosyal Etkileşim Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi

Saha araştırması sonucunda sosyal etkileşim ölçeğinin daha önceden belirlenmiş faktör yapısı doğrulayıcı faktör analizi ile test edilmiştir. Doğrulayıcı faktör analize ilişkin diyagram aşağıda Şekil 6’da verilmektedir.



Şekil 6. Sosyal Etkileşim Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizine İlişkin Diyagram

(F1: Yakın Etkileşim, F2: Turizm Çekicilikleri ve Destek Hizmetlerinde Gerçekleşen Etkileşim, F3: Resmi/Formel Etkileşim)

Doğrulayıcı faktör analizine ilişkin uyum iyiliği kriterleri aşağıda Çizelge 37’de verilmektedir.

Çizelge 37. Sosyal Etkileşim Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi İndeks Değerleri

İndeks	Normal Değer*	Kabul Edilebilir Değer**	Sosyal Etkileşim Ölçeği
χ^2/sd	<2	<5	3,368
GFI	>0.95	>0.90	0.90
AGFI	>0.95	>0.90	0.90
CFI	>0.95	>0.90	0.94
RMSEA	<0.05	<0.08	0.07
RMR	<0.05	<0.08	0.05

*, ** **Kaynaklar:** (Şimşek, 2007; Hooper ve Mullen 2008, 53-60; Schumacker ve Lomax, 2010, 1-8; Waltz vd., 2010; J. Wang ve X. Wang, 2012, 5-9; Sümer, 2000; Tabachnick ve Fidel, 2013, 725).

Analiz sonuçları, doğrulayıcı faktör analizi ile hesaplanan uyum istatistiklerinin ölçeğin daha önce belirlenen faktör yapısı ile kabul edilebilir düzeyde uyumlu olduğu

saptanmıştır. Standardize edilmiş faktör yükleri, t değerleri ve maddelerin oluşturduğu açıklayıcılık (R^2) değerleri aşağıda Çizelge 38’de verilmektedir.

Çizelge 38.Sosyal Etkileşim Ölçeği Faktör Yükleri ve Maddelere İlişkin Regresyon Katsayıları

Maddeler		Faktörler	β	Std. β	S.Hata	t	p	R^2
SE5	<---	F1	1,000	0,861				0,516
SE4	<---	F1	0,905	0,793	0,032	28,708	p<0,001	0,728
SE3	<---	F1	1,012	0,870	0,030	33,346	p<0,001	0,722
SE2	<---	F1	0,997	0,857	0,035	28,737	p<0,001	0,780
SE1	<---	F1	0,769	0,735	0,030	25,324	p<0,001	0,772
SE6	<---	F2	1,000	0,816				0,605
SE7	<---	F2	1,055	0,861	0,034	30,838	p<0,001	0,742
SE8	<---	F2	1,089	0,778	0,041	26,550	p<0,001	0,666
SE9	<---	F2	1,119	0,879	0,035	31,818	p<0,001	0,540
SE10	<---	F2	1,089	0,883	0,034	32,066	p<0,001	0,735
SE11	<---	F3	1,000	0,850				0,757
SE12	<---	F3	0,956	0,853	0,032	29,862	p<0,001	0,630
SE13	<---	F3	0,860	0,718	0,036	23,609	p<0,001	0,742

Standardize edilmiş katsayılar incelendiğinde faktör yüklerinin 0,4’ten yüksek, standart hata değerlerinin düşük, t değerlerinin anlamlı ($p<0,001$), R^2 değerlerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlar önceden belirlenen faktör yapısına ilişkin yapı geçerliliğini doğrulamaktadır.

5.3.12. Sosyal Etkileşim Ölçeği Güvenirlik Katsayıları ve Madde Analizi

Saha araştırması sonucunda sosyal etkileşim ölçeğinin güvenilirliğini belirlemek üzere iç tutarlılık katsayıları (Cronbach Alpha) hesaplanarak aşağıda Çizelge 39’da verilmektedir.

Çizelge 39.Sosyal Etkileşim Ölçeği Güvenirlik Katsayıları

	Yerel Halk	Yerleşik Yabancı	Tüm Örneklem
	Alpha	Alpha	Alpha
Yakın Etkileşim	0,937	0,922	0,939
Turizm Çekicilikleri ve Destek Hizmetlerinde Gerçekleşen Etkileşim	0,914	0,945	0,909
Resmi (Formel) Etkileşim	0,915	0,918	0,944
Sosyal Etkileşim	0,906	0,954	0,951

Ölçeğin iki grupta ve genelde güvenilir olduğu saptanmıştır. Ölçek puanı ve alt boyutların puanları hesaplanırken aritmetik ortalama kullanılmıştır.

Çizelge 40.Sosyal Etkileşim Ölçeği Madde Analizi

	Madde Silindiğinde Ölçek Puanı	Madde Silindiğinde Varyans	Madde Toplam Korelasyonu	Madde Silindiğinde Cronbach Alpha
SE1	47,662	109,537	,687	,949
SE2	47,851	106,353	,751	,947
SE3	47,872	105,991	,770	,947
SE4	47,853	107,107	,735	,948
SE5	47,839	105,311	,804	,946
SE6	47,755	107,434	,779	,946
SE7	47,748	106,707	,816	,945
SE8	47,967	106,242	,721	,948
SE9	47,722	106,130	,810	,945
SE10	47,681	106,418	,825	,945
SE11	47,754	107,620	,723	,948
SE12	47,647	108,663	,713	,948
SE13	47,790	108,435	,671	,949

Madde analizi sonucunda ölçek maddelerine ilişkin madde toplam korelasyon değerlerinin yüksek (>0.30) olduğu saptanmıştır. Genel güvenilirlik ve madde analizleri sonuçlarına göre ölçek maddelerinin tutarlılık gösterdiği ve ölçeğe olan katkılarının yüksek olduğu saptanmıştır.

5.3.13. Turizme Yönelik Tutum Ölçeği Madde Analizi Ön Uygulama Sonuçları

Ön uygulama sonrasında turizme yönelik tutum ölçeğinde bulunan 5 maddenin genel güvenilirliğini hesaplamak için iç tutarlılık katsayısı olan “Cronbach Alpha” hesaplanmıştır. Ölçeğin genel güvenilirliği $\alpha=0.846$ olarak yüksek bulunmuştur. Ölçek maddelerine ilişkin madde analizi sonuçları aşağıda Çizelge 41’de verilmektedir.

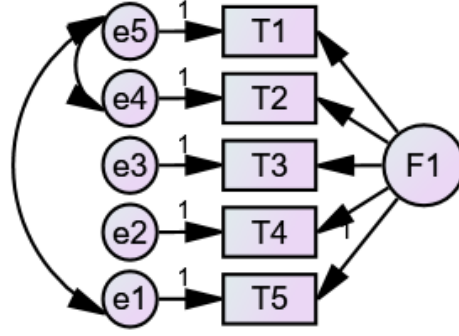
Çizelge 41. Turizme Yönelik Tutum Ölçeği Madde Analizi (Ön Uygulama)

Soru No	Madde Silindiğinde Ölçek Puanı	Madde Silindiğinde Varyans	Madde Toplam Korelasyonu	Madde Silindiğinde Cronbach Alpha
6.1	14,925	15,734	,441	,863
6.2	15,683	11,630	,764	,784
6.3	16,183	10,689	,778	,778
6.4	16,083	10,850	,769	,781
6.5	15,225	13,201	,549	,842

Madde analizi sonucunda ölçek maddelerden 1 numaralı maddenin çıkarılması durumunda güvenilirliklerin düştüğü ve maddelere ilişkin madde toplam korelasyon değerlerinin yüksek (>0.30) olduğu saptanmıştır. Genel güvenilirlik ve madde analizleri sonuçlarına göre 1 numaralı madde dışında ölçek maddelerinin tutarlılık gösterdiği ve ölçeğe olan katkılarının yüksek olduğu anlaşılmıştır. 1 numaralı maddenin toplam korelasyon değeri yüksek olması nedeniyle çalışmaya alınması uygun görülmüştür.

5.3.14. Turizme Yönelik Tutum Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi

Saha araştırması sonucunda turizme yönelik tutum ölçeğinin daha önceden belirlenmiş faktör yapısı doğrulayıcı faktör analizi ile test edilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizine ilişkin diyagram aşağıda Şekil 7’de verilmektedir.



Şekil 7. Turizme Yönelik Tutum Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizine İlişkin Diyagram

Doğrulayıcı faktör analizine ilişkin uyum iyiliği kriterleri aşağıda Çizelge 42’de verilmektedir.

Çizelge 42. Turizme Yönelik Tutum Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi İndeks Değerleri

İndeks	Normal Değer*	Kabul Edilebilir Değer**	Topluluk Duygusu Ölçeği
χ^2/sd	<2	<5	3,368
GFI	>0.95	>0.90	0.90
AGFI	>0.95	>0.90	0.90
CFI	>0.95	>0.90	0.94
RMSEA	<0.05	<0.08	0.07
RMR	<0.05	<0.08	0.05

*, ** **Kaynaklar:** (Şimşek, 2007; Hooper ve Mullen 2008, 53-60; Schumacker ve Lomax, 2010, 1-8; Waltz vd., 2010; J. Wang ve X. Wang, 2012, 5-9; Sümer, 2000; Tabachnick ve Fidell, 2013, 725).

Analiz sonuçları, doğrulayıcı faktör analizi ile hesaplanan uyum istatistiklerinin ölçeğin daha önce belirlenen faktör yapısı ile kabul edilebilir düzeyde uyumlu olduğu saptanmıştır. Standardize edilmiş faktör yükleri, t değerleri ve maddelerin oluşturduğu açıklayıcılık (R^2) değerleri aşağıda Çizelge 43’te verilmektedir.

Çizelge 43. Turizme Yönelik Tutum Ölçeği Faktör Yükleri ve Maddelere İlişkin Regresyon Katsayıları

Maddeler		Faktörler	β	Std. β	S.Hata	t	p	R^2
T5	<---	F1	1	0,537				0,544
T4	<---	F1	2,028	0,930	0,118	17,256	p<0,001	0,487
T3	<---	F1	1,980	0,906	0,115	17,176	p<0,001	0,821
T2	<---	F1	1,399	0,698	0,093	15,110	p<0,001	0,866
T1	<---	F1	0,718	0,404	0,050	14,350	p<0,001	0,536

Standardize edilmiş katsayılar incelendiğinde faktör yüklerinin 0,4'ten yüksek, standart hata değerlerinin düşük, *t* değerlerinin anlamlı ($p < 0,001$), R^2 değerlerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlar önceden belirlenen faktör yapısına ilişkin yapı geçerliliğini doğrulamaktadır.

5.3.15. Turizme Yönelik Tutum Ölçeği Güvenirlik Katsayıları ve Madde Analizi

Saha araştırması sonucunda turizme yönelik tutum ölçeğinin güvenilirliğini belirlemek üzere iç tutarlılık katsayıları (Cronbach Alpha) hesaplanarak aşağıda Çizelge 44'de verilmektedir.

Çizelge 44. Turizme Yönelik Tutum Ölçeği Güvenirlik Katsayıları

	Yerel Halk	Yerleşik Yabancı	Tüm Örneklem
	Alpha	Alpha	Alpha
Turizme Yönelik Tutum	0,869	0,829	0,860

Ölçeğin iki grupta ve genelde güvenilir olduğu saptanmıştır. Ölçek puanı ve alt boyutların puanları hesaplanırken aritmetik ortalama kullanılmıştır.

Çizelge 45. Turizme Yönelik Tutum Ölçeği Madde Analizi

	Madde Silindiğinde Ölçek Puanı	Madde Silindiğinde Varyans	Madde Toplam Korelasyonu	Madde Silindiğinde Cronbach Alpha
T1	15,303	14,661	,565	,858
T2	15,667	12,976	,738	,816
T3	15,942	12,491	,720	,821
T4	15,913	12,378	,739	,815
T5	15,368	14,123	,636	,842

Madde analizi sonucunda ölçek maddelerine ilişkin madde toplam korelasyon değerlerinin yüksek (>0.30) olduğu saptanmıştır. Genel güvenilirlik ve madde analizleri sonuçlarına göre ölçek maddelerinin tutarlılık gösterdiği ve ölçeğe olan katkılarının yüksek olduğu saptanmıştır.

5.4. Yerleşik Yabancı ve Yerel Halk Gruplarına İlişkin Araştırma Bulguları

5.4.1. Yerleşik Yabancı ve Yerel Halk Gruplarına Göre Araştırma Bulgularının Genel Olarak Farklılaşma Durumu

5.4.1.1. Tanımlayıcı Özelliklere Göre Farklılaşma Durumu

Bu kısımda Marmaris destinasyonunda araştırmanın anketini cevaplandıran yerel halk ve yerleşik yabancılardan oluşan katılımcıların vermiş oldukları bilgiler ekseninde söz konusu tanımlayıcı özellikleri, farklılaşma durumlarına göre Çizelge 46'da sunulmuştur.

Çizelge 46. Tanımlayıcı Özelliklerin Yerel Halk ve Yerleşik Yabancılara Göre Dağılımı

		Yerel Halk		Yerleşik Yabancı		p
		n	%	n	%	
Yaş	35 Yaş Altı	233	%47,1	114	%29,8	X ² =80,036 p=0,000
	36-49	167	%33,7	92	%24,1	
	50-64	74	%14,9	109	%28,5	
	65 Yaş ve Üzeri	21	%4,2	67	%17,5	
Cinsiyet	Kadın	239	%48,3	221	%57,9	X ² =7,919 p=0,003
	Erkek	256	%51,7	161	%42,1	
Eğitim Durumu	Temel Eğitim	174	%35,2	135	%35,3	X ² =51,898 p=0,000
	Üniversite	259	%52,3	147	%38,5	
	Lisansüstü	42	%8,5	30	%7,9	
	Diğer	20	%4,0	70	%18,3	
Medeni Durum	Bekâr	177	%35,8	114	%29,8	X ² =32,651 p=0,000
	Eşi Ölmüş	20	%4,0	25	%6,5	
	Boşanmış	41	%8,3	29	%7,6	
	Birlikte Yaşıyor	7	%1,4	35	%9,2	
	Evli	250	%50,5	179	%46,9	
Yasal Durum	Oturma İzni	9	%1,8	146	%38,2	X ² =793,316 p=0,000
	T.C. Vatandaşı	473	%95,6	0	%0,0	
	Çifte Vatandaş	13	%2,6	174	%45,5	
	Turist Vizesi	0	%0,0	62	%16,2	
Yaşama Süresi	1 Yıldan Az	26	%5,3	45	%11,8	X ² =31,150 p=0,000
	1-5 Yıl	107	%21,6	89	%23,3	
	6-10 Yıl	106	%21,4	114	%29,8	
	11 Yıl ve Üzeri	256	%51,7	134	%35,1	
İkamet Süresi	7-9 Ay	50	%10,1	65	%17,0	X ² =42,730 p=0,000
	10-12 Ay	50	%10,1	88	%23,0	
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	395	%79,8	229	%59,9	
Dil Seviyesi	Bilmiyorum	80	%16,2	58	%15,2	X ² =31,341 p=0,000
	Temel	91	%18,4	127	%33,2	
	Orta	159	%32,1	84	%22,0	
	İyi	108	%21,8	62	%16,2	
	Çok İyi	57	%11,5	51	%13,4	

Yaş ile grup arasında anlamlı ilişki bulunmuştur ($X^2=80,036$; $p=0,000<0.05$). Yerel halk grubunda yaş 35 yaş altı olma oranı yerleşik yabancı grubuna göre yüksektir. Yerel halk grubunda yaş 36-49 olma oranı yerleşik yabancı grubuna göre yüksektir. Yerleşik yabancı grubunda yaş 50-64 olma oranı yerel halk grubuna göre yüksektir. Yerel halk grubunda yaş 65 yaş ve üzeri olma oranı yerleşik yabancı grubuna göre yüksektir. Yerleşik yabancıların %17,5'inin 65 yaş üzeri, %28,5'inin 50-64 yaş ve %53,9'unun 49 yaş altı olması dikkat çekicidir. Birleşik Krallıkta devlet emeklilik yaşı doğum yılına göre değişme şartıyla, kadın ya da erkek olmak fark etmeksizin 60 ile 68 yaş aralığındadır (Türkçe Tax, 2018). Mevcut bulgu Marmaris destinasyonunu yerleşmek için tercih eden Birleşik Krallık kökenli yabancıların sadece emeklilerden oluşmadığını, farklı yaş grupları ile yaşam biçimi göçü kapsamında geldiklerini göstermekte ve literatürü desteklemektedir (Benson ve O'Reilly, 2016; 2009).

Cinsiyet ile grup arasında anlamlı ilişki bulunmuştur ($X^2=7,919$; $p=0,003<0.05$). Yerleşik yabancı grubunda cinsiyet kadın olma oranı yerel halk grubuna göre yüksektir. Yerel halk grubunda cinsiyet erkek olma oranı yerleşik yabancı grubuna göre yüksektir. Yerleşik yabancılar da cinsiyetin kadın olma durumundaki yüksek oran, Türkiye'de yapılmış diğer akademik çalışmaları desteklemektedir. Özgüneş (2017) Muğla/Bodrum'da gerçekleştirdiği saha çalışmasında anketi cevaplandıran toplam 255 yerleşik yabancıların %73,3'ünü; Yazan ve arkadaşları (2017) Antalya/Alanya'da yürüttüğü saha çalışmasında 200 yerleşik yabancı katılımcıdan %59'unu; Şirin (2017) Antalya/Alanya'daki araştırmasında 317 yerleşik yabancı katılımcıdan %61'ini; Yirik ve arkadaşları (2015) Antalya'daki yerleşik yabancıların sosyo-kültürel algılarına ilişkin çalışmalarında 428 yerleşik yabancı katılımcının %64,5'ini kadınların oluşturduğunu belirtmişlerdir. Yerleşik yabancılar içerisinde kadınların evlilik, çalışma, daha iyi bir yaşam için erkeklere göre başka bir ülkeye yerleşmede daha cesur ve atılgan oldukça söylenebilir. Ulaşılan araştırmalardan, Balkır ve Kırkulak Uludağ (2014)'ın Antalya'daki emekli yerleşik yabancılar a yönelik saha çalışmalarında anketlerine yanıt veren 500 katılımcıdan %45'ini kadın katılımcılar oluşturmuştur.

Eğitim durumu ile grup arasında anlamlı ilişki bulunmuştur ($X^2=51,898$; $p=0,000<0.05$). Yerleşik yabancı grubunda eğitim durumu temel eğitim olma oranı yerel halk grubuna göre yüksektir. Yerel halk grubunda eğitim durumu üniversite olma oranı yerleşik yabancı grubuna göre yüksektir. Yerel halk grubunda eğitim durumu

lisansüstü olma oranı yerleşik yabancı grubuna göre yüksektir. Yerleşik yabancı grubunda eğitim durumu diğer olma oranı yerel halk grubuna göre yüksektir. Çalışmada yerleşik yabancıların eğitim durumu değişkenine göre %46,4'ü lisans ve üstü eğitim sahibidir. Yerleşik yabancılara yönelik Türkiye'de yapılan çalışmalarda yerleşik yabancıların eğitim durumu lisans ve lisansüstü olanların oranları; Çil (2013)'in çalışmasında yerleşik yabancı katılımcıların %46,1; Yirik ve arkadaşları (2015)'nin çalışmalarında yerleşik yabancı katılımcıların %47,6'sıdır. Bu bağlamda eğitim düzeyi yüksek yabancıların bir kısmının Türkiye'nin kıyı bölgelerini yerleşim yeri olarak seçtikleri ve turizm destinasyonlarına sosyal sermayeleri ile zenginlik kattıkları söylenebilir.

Medeni durum ile grup arasında anlamlı ilişki bulunmuştur ($X^2=32,651$; $p=0,000<0.05$). Yerel halk grubunda medeni durum bekâr olma oranı yerleşik yabancı grubuna göre yüksektir. Yerleşik yabancı grubunda medeni durum eşî ölmüş olma oranı yerel halk grubuna göre yüksektir. Yerel halk grubunda medeni durum boşanmış olma oranı yerleşik yabancı grubuna göre yüksektir. Yerleşik yabancı grubunda medeni durum birlikte yaşıyor olma oranı yerel halk grubuna göre yüksektir. Yerel halk grubunda medeni durum evli olma oranı yerleşik yabancı grubuna göre yüksektir. Elde edilen bulgulara göre yerleşik yabancıların %56,1'i satın aldıkları ya da kiraladıkları evde en az iki kişi yaşamakta, çiftlerin bir kısmı evli olarak, bir kısmı ise birlikte oldukları kişi ile aynı evi paylaşmaktadır.

Yasal durum ile grup arasında anlamlı ilişki bulunmuştur ($X^2=793,316$; $p=0,000<0.05$). Yerleşik yabancı grubunda yasal durum oturma izni olma oranı yerel halk grubuna göre yüksektir. Yerel halk grubunda yasal durum T.C. vatandaşı olma oranı yerleşik yabancı grubuna göre yüksektir. Yerleşik yabancı grubunda yasal durum çifte vatandaş olma oranı yerel halk grubuna göre yüksektir. Yerleşik yabancı grubunda yasal durum turist vizesi olma oranı yerel halk grubuna göre yüksektir. Yerleşik yabancıların %45,5'i çifte vatandaşdır. Birleşik Krallık vatandaşlığı yanı sıra T.C. vatandaşlığını sonradan alan yerleşik yabancılar; 5 yıl kesintisiz Türkiye'de ikamet etme, Türkiye'ye yerleşmeye karar verdiğini destekleyen davranışlarda bulunma (örneğin; Türkiye'de gayrimenkul satın alma, iş kurma veya yatırım yapma, işyerini Türkiye'ye taşıma, çalışma izni ile Türkiye'de bir işyerinde çalışma, Türk vatandaşı ile 3 yıllık evli olma vb.) şartlarından bir ya da birkaçını gerçekleştirmiş yabancılardır (www.ingilizkonsoloslu.org, 2019).

Katılımcı yerleşik yabancıların %38,2'si oturma iznine sahip, %16,2'si ise turist vizesi ile Marmaris destinasyonunda yasal olarak bulunmaktadır.

Yaşama süresi ile grup arasında anlamlı ilişki bulunmuştur ($X^2=31,150$; $p=0,000<0.05$). Yerel halk grubunda yaşama süresi 1 yıldan az olma oranı yerleşik yabancı grubuna göre yüksektir. Yerleşik yabancı grubunda yaşama süresi 1-5 yıl olma oranı yerel halk grubuna göre yüksektir. Yerleşik yabancı grubunda yaşama süresi 6-10 yıl olma oranı yerel halk grubuna göre yüksektir. Yerel halk grubunda yaşama süresi 11 yıl ve üzeri olma oranı yerleşik yabancı grubuna göre yüksektir. Yerel halk grubunda yer alan katılımcılardan %73,1, yerleşik yabancı grubunda yer alan katılımcılardan %64,9'u 6 yıl ve üzeri süredir Marmaris destinasyonunda yaşamaktadır. Destinasyonda yıllardır aynı mekânı ve atmosferi paylaşan her iki grubun çoğunluğunun 6 yıl ve üzerinde bir süredir birlikte gündelik yaşamı paylaştıkları tespit edilmiştir.

İkamet süresi ile grup arasında anlamlı ilişki bulunmuştur ($X^2=42,730$; $p=0,000<0.05$). Yerleşik yabancı grubunda ikamet süresi 7-9 ay arası olma oranı yerel halk grubuna göre yüksektir. Yerleşik yabancı grubunda ikamet süresi 10-12 ay arası olma oranı yerel halk grubuna göre yüksektir. Yerel halk grubunda ikamet süresi uzun süredir (12 ay ve üzeri) olma oranı yerleşik yabancı grubuna göre yüksektir. Yerleşik yabancıların %59,9'u Marmaris'e sürekli olarak yerleşmiştir. %23'ü 10 aydan fazla, 1 yıldan az süre Marmaris'te bulunmakta, turistik amaçlı yurt içi ve/veya yurt dışı seyahatler ya da kısa süreli köken ülkeye gidiş-dönüşleri söz konusu olmaktadır. Yerleşik yabancıların %17'si ise 7-9 ay arası Marmaris'te kalmakta, daha çok turist vizesi ile Marmaris'te bulunan giriş-çıkış yapan yabancılarından oluşmaktadır. Yerleşik yabancıların %82,9'u yıl içerisinde 10 ay ve üzerinde bir süre Marmaris'te bulunmaktadır.

Dil seviyesi ile grup arasında anlamlı ilişki bulunmuştur ($X^2=31,341$; $p=0,000<0.05$). Yerel halk grubunda dil seviyesi bilmiyorum olma oranı yerleşik yabancı grubuna göre yüksektir. Yerleşik yabancı grubunda dil seviyesi temel olma oranı yerel halk grubuna göre yüksektir. Yerel halk grubunda dil seviyesi orta olma oranı yerleşik yabancı grubuna göre yüksektir. Yerel halk grubunda dil seviyesi iyi olma oranı yerleşik yabancı grubuna göre yüksektir. Yerleşik yabancı grubunda dil seviyesi çok iyi olma oranı yerel halk grubuna göre yüksektir. Yerel halkın %16,2'sinin hiç İngilizce

bilmemesi, yerleşik yabancıların ise %15,2'sinin hiç Türkçe bilmemesi, sosyal ilişki ve etkileşimleri açısından dil engeli olarak karşımıza çıkmaktadır. Yerel halkın %65,4'ü, yerleşik yabancıların %41,6'sı orta düzey ve üzerinde birbirlerinin dillerini konuşabilmektedir. Turizm açısından gelişmiş bir destinasyon olan Marmaris'te en önemli geçim kaynağının turizm olması, turistik ortamlar ile yerel halkın yaşam ortamlarının iç içe bir özellik taşımasından kaynaklı yakın temas ve etkileşimler, turizmde ve diğer sektörlerde çalışma amaçlı göç eden, yabancı dil bilen kalifiye işgücünün varlığı, yerel halktaki dil bilme oranının yüksekliğini açıklamaktadır. Yerleşik yabancıların %33,2'si temel düzeyde Türkçe bilmekte, gündelik yaşamlarındaki gereksinimlerini karşılamak için kendilerini ifade etmeye çalışmaktadırlar.

5.4.1.2. Grup Farkı ANCOVA (Kovaryans Analizi) Testi Sonuçları

Araştırmada topluluk duygusu, sosyal mesafe, yaşam kalitesi puanları kontrol edilerek sosyal etkileşim puanlarının gruplara göre farkı ANCOVA (Kovaryans Analizi) testi ile analiz edilmiştir. Aşağıda Çizelge 47'de gruplara göre sosyal etkileşim ortalama ve düzeltilmiş sosyal etkileşim ortalama puanları verilmiştir.

Çizelge 47. Gruplara Göre Sosyal Etkileşim Ortalama ve Düzeltilmiş Sosyal Etkileşim Ortalama Puanları

Grup	Ortalama	Std. Sapma	Düzeltilmiş Ortalama
Yerel Halk	4,0068	,943	4,014
Yerleşik Yabancı	3,9491	,739	3,939

Yerel halk ve yerleşik yabancı grupları arasında sosyal etkileşim puanları arasındaki farkın anlamlılığı düzeltilmiş değerler (Adjusted means) üzerinden ANCOVA ile test edilmiştir. ANCOVA analizi öncesinde varyansların homojen olduğu saptanmış ($p=0,246>0,05$); regresyonların homojenliği test edildiğinde (grup * sosyal etkileşim) regresyon doğrularının eğimleri eşit bulunmuştur ($p=0,344>0,05$).

Aşağıda Çizelge 48'de topluluk duygusu, sosyal mesafe, yaşam kalitesinin sosyal etkileşim üzerine etkisinde yerel halk ve yerleşik yabancı farkına ilişkin yapılan ANCOVA testi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 48.Topluluk Duygusu, Sosyal Mesafe, Yaşam Kalitesinin Sosyal Etkileşim Üzerine Etkisinde Yerel Halk ve Yerleşik Yabancı Farkına İlişkin Yapılan ANCOVA Testi Sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	η^2p
Topluluk Duygusu	25,465	1	25,465	46,233	,000	
Sosyal Mesafe	8,279	1	8,279	17,796	,000	
Yaşam Kalitesi	31,819	1	31,819	57,769	,000	
Grup	1,071	1	1,071	1,945	,163	,002
Hata	480,298	872	,551			
Toplam	14552,385	877				
R ² = 0,260 (Düzeltilmiş R ² = 0,256)						

ANCOVA analiz sonuçlarına göre düzeltilmiş sosyal etkileşim puanları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır (F(1,872)=1,945; p=0,163>0,05). Elde edilen bulgular; **H1:**“Topluluk duygusu kontrol edildiğinde, sosyal etkileşim yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.”, **H2:**“Sosyal mesafe kontrol edildiğinde, sosyal etkileşim yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.”, **H3:**“Yaşam kalitesi kontrol edildiğinde, sosyal etkileşim yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.” hipotezlerini desteklememektedir.

Araştırmada sosyal etkileşim puanları kontrol edilerek turizme yönelik tutum puanlarının gruplara göre farkı ANCOVA (Kovaryans Analizi) testi ile analiz edilmiştir. Aşağıda Çizelge 49’da gruplara göre turizme yönelik tutum ortalama ve düzeltilmiş turizme yönelik tutum ortalama puanları verilmiştir.

Çizelge 49.Gruplara Göre Turizme Yönelik Tutum Ortalama ve Düzeltilmiş Turizme Yönelik Tutum Ortalama Puanları

Grup	Ortalama	Std. Sapma	Düzeltilmiş Ortalama
Yerel Halk	4,0097	,986	4,000
Yerleşik Yabancı	3,7801	,747	3,793

Yerel halk ve yerleşik yabancı grupları arasında turizme yönelik tutum puanları arasındaki farkın anlamlılığı düzeltilmiş değerler (Adjusted means) üzerinden ANCOVA ile test edilmiştir. ANCOVA analizi öncesinde varyansların homojen olduğu saptanmış (p=0,344>0,05); regresyonların homojenliği test edildiğinde (grup * turizme yönelik tutum) regresyon doğrularının eğimleri eşit bulunmuştur (p=0,613>0,05).

Aşağıda Çizelge 50’de sosyal etkileşimin turizme yönelik tutum üzerine etkisinde yerel halk ve yerleşik yabancı farkına ilişkin yapılan ANCOVA testi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 50.Sosyal Etkileşimin Turizme Yönelik Tutum Üzerine Etkisinde Yerel Halk ve Yerleşik Yabancı Farkına İlişkin Yapılan ANCOVA Testi Sonuçları

Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	η^2p
Sosyal Etkileşim	97,580	1	97,580	143,081	,000	,141
Grup	9,243	1	9,243	13,554	,000	,015
Hata	596,062	874	,682			
Toplam	14110,560	877				
R ² = 0,155 (Düzeltilmiş R ² = 0,153)						

Ancova analiz sonuçlarına göre düzeltilmiş turizme yönelik tutum puanları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur (F(1,874)=13,554; p=0,000<0,05). Yerel halkın turizme yönelik tutumu yerleşik yabancılara göre yüksektir. Elde edilen bulgular; **H4**:“Sosyal etkileşim kontrol edildiğinde, turizme yönelik tutum yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.” hipotezini desteklemektedir.

5.4.1.3. Yerleşik Yabancı Grubuna Göre Araştırma Bulgularının Regresyon Analizi Sonuçları

Aşağıda Çizelge 51’de yerleşik yabancılarda topluluk duygusu, sosyal mesafe ve yaşam kalitesinin sosyal etkileşim üzerine etkisi, regresyon analizi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 51.Yerleşik Yabancılarda Topluluk Duygusu, Sosyal Mesafe ve Yaşam Kalitesinin Sosyal Etkileşim Üzerine Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	t	p	F	Model (p)	R ²
Sosyal Etkileşim	Sabit	1,497	5,000	0,000	53,920	0,000	0,294
	Topluluk Duygusu	0,468	8,714	0,000			
	Sosyal Mesafe	-0,004	-1,838	0,067			
	Yaşam Kalitesi	0,210	4,853	0,000			

Topluluk duygusu, sosyal mesafe, yaşam kalitesi ile sosyal etkileşim arasındaki neden sonuç ilişkisini belirlemek üzere yapılan regresyon analizi anlamlı bulunmuştur (F=53,920; p=0,000<0,05). Sosyal etkileşim düzeyindeki toplam değişim %29.4

oranında topluluk duygusu, sosyal mesafe, yaşam kalitesi tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,294$).

Topluluk duygusu sosyal etkileşim düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,468$). Elde edilen bulgu literatür tarafından desteklenmektedir (Hombrados-Mendieta vd., 2009). Yerleşik yabancı Marmaris toplumuna üye olarak, grup üyeleri tarafından etkilenecek, kendisi de bir etki yaratarak, ortak kimlik ve değerler üzerinde buluşarak, yerel halk ile sosyal ilişkiler kurmakta ve karşılıklı bir etkileşim içerisine girmektedir. Sosyal ilişki ve etkileşimler üzerinde etkili olan topluluk duygusu, yerleşik yabancıların sosyal çevresini oluşturmasında, geliştirmesinde, destekleyici bir çevreye sahip olmasında ve olumlu kazanımlar elde etmesinde oldukça büyük bir öneme sahiptir. Yerel halk ile yaşanacak etkileşim süreçleri hem turist hem de yaşam biçimi göçmeni yerleşik yabancı için oldukça karmaşıktır. Yerel halkın sahip olduğu farklı ilişki modelleri, ırksal, dilbilimsel ve dini konular başta olmak üzere bir çok özellik turist ve yerleşik yabancı için oldukça farklı olabilmektedir (Gimenez ve Perez, 2003 akt., Hombrados-Mendieta vd., 2013). Yerleşik yabancı yerel halka yönelik geliştirdiği topluluk duygusu ile bağlantı noktaları oluşturmaktadır. Grup üyeliği, dostluk, arkadaşlık, komşuluk ilişkileri yoluyla duygusal bağlantılar kurmaları, kendilerini grup içinde görmeleri, karşılıklı bağlılık yoluyla bütünleşmeleri, sosyal etkileşim düzeylerinin artmasına katkı sağlamaktadır. Elde edilen bulgu; **H22:**“Yerleşik yabancılar da topluluk duygusunun sosyal etkileşim üzerine etkisi vardır.” hipotezini desteklemektedir.

Sosyal mesafe sosyal etkileşim düzeyini etkilememektedir ($p=0.067>0.05$). Elde edilen bulgu ile literatür ile örtüşmemektedir. Literatürde sosyal mesafenin göç alan toplumlarda taraflar arasında sosyal etkileşim olasılığını etkileyebileceği; dil, din, etnik köken ve sosyo-ekonomik farklılıkların göçmenler ile yerel halk arasında sosyal mesafeyi artırabileceği belirtilmektedir (Hipp ve Boessen, 2012, 6). Turistin temsili olarak kabul ettiğimiz yerleşik yabancıların Marmaris’te, farklılıklar yerine benzerlikler üzerine odaklanmış duruşları ile yerel halk ile arasına sosyal mesafe koymadığı, bir bakıma sosyal ilişki ve etkileşimlerini artırmak için engelleri kaldırdıkları söylenebilir. Bu durum turizm zemininde gerçekleşen etkileşimlerin, sadece turistler için değil her ne kadar göçmen olsalar da yaşam biçimi göçü kapsamında destinasyona yerleşen yabancıların sosyal mesafelerini azalttığı savını desteklemektedir. Marmaris’te, yerel halk ile benzer sosyo-ekonomik konumda

bulunan yerleşik yabancıların, gerek Türkçe konuşarak gerekse kendi ana dillerini konuşan yerel halktan bir çok kişi bulunması nedeniyle dil engeli yaşamadan sosyal ilişkiler kurabilmeleri, ilişkilerinde sosyal mesafe koymamalarının gerekçeleri arasında sayılabilir. Elde edilen bulgu, **H23**:“Yerleşik yabancılarda sosyal mesafenin sosyal etkileşim üzerine etkisi vardır.” hipotezini desteklememektedir.

Yaşam kalitesi sosyal etkileşim düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,210$). Turizm destinasyonlarında planlı ve sürdürülebilir turizm gelişimi hem turistin kaliteli bir turizm deneyimi yaşamasını hem de yerel halkın yaşam kalitesi düzeyini arttırmaktadır. Arzulanan yaşam kalitesi ya da kaliteli bir deneyim için, yaşanılan/bulunulan çevredeki ilişki ve etkileşimler önemli bir rol üstlenmekte, olumlu ilişkiler, bireylerin mevcut durumlarından memnuniyet duymalarını etkilemektedir. Yerleşik yabancıların Marmaris destinasyonunda sahip olduğu kaliteli bir yaşam -ki bu durum yaşam biçimi göçmeni olmasını sağlayan motivasyonlar toplamıdır-, olumlu duygu, düşünce ve davranışlar içerisinde olmasının ön koşulunu sağlamaktadır. Sosyal, kültürel, ekonomik ve fiziki çevresinden, fiziksel sağlığından ve duygusal durumundan memnun olan yerleşik yabancıların, sosyal ilişkilere çok daha açık olması, sosyal etkileşim düzeyini arttırmaktadır. Sosyal ilişki ve etkileşimler yaşam kalitesi üzerinde bir etki yaratırken, turistin ya da yerleşik yabancıların turizm destinasyonundaki mevcut durumundan ve çevresinden memnun olması, sosyal etkileşimleri üzerinde önemli düzeyde etki yaratmaktadır. Elde edilen bulgu, **H24**:“Yerleşik yabancılarda yaşam kalitesinin sosyal etkileşim üzerine etkisi vardır.” hipotezini desteklemektedir.

Aşağıda Çizelge 52’de yerleşik yabancılarda topluluk duygusu alt boyutları ve yaşam kalitesi alt boyutlarının sosyal etkileşim üzerine etkisi, regresyon analizi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 52.Yerleşik Yabancılarda Topluluk Duygusu Alt Boyutları ve Yaşam Kalitesi Alt Boyutlarının Sosyal Etkileşim Üzerine Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	t	p	F	Model (p)	R ²
Sosyal Etkileşim	Sabit	-0,084	-0,327	0,744	39,413	0,000	0,476
	Üyelik	0,115	1,926	0,055			
	Etki	-0,080	-1,293	0,197			
	Bütünleşme	0,308	5,870	0,000			
	Duygusal Bağlantılar	-0,088	-1,541	0,124			
	Miras ve Ticari Faaliyetlerin Zenginleştirilmesi	0,401	4,772	0,000			
	Sosyalleşme ve Rekreasyon Fırsatları	0,319	3,812	0,000			
	Sağlık ve Güvenlik Yararları	-0,233	-3,596	0,000			
	Ekonomik Fırsatlar ve Destekleyici Hizmetler	0,157	2,545	0,011			
	Sessiz Çevre	0,096	2,211	0,028			

Yerleşik yabancılarda üyelik, etki, bütünleşme, duygusal bağlantılar, miras ve ticari faaliyetlerin zenginleştirilmesi, sosyalleşme ve rekreasyon fırsatları, sağlık ve güvenlik yararları, ekonomik fırsatlar ve destekleyici hizmetler, sessiz çevre ile sosyal etkileşim arasındaki neden sonuç ilişkisini belirlemek üzere yapılan regresyon analizi anlamlı bulunmuştur (F=39,413; p=0,000<0.05). Sosyal etkileşim düzeyindeki toplam değişim %47,6 oranında üyelik, etki, bütünleşme, duygusal bağlantılar, miras ve ticari faaliyetlerin zenginleştirilmesi, sosyalleşme ve rekreasyon fırsatları, sağlık ve güvenlik yararları, ekonomik fırsatlar ve destekleyici hizmetler, sessiz çevre tarafından açıklanmaktadır (R²=0,476). Üyelik sosyal etkileşim düzeyini etkilememektedir (p=0.055>0.05). Etki sosyal etkileşim düzeyini etkilememektedir (p=0.197>0.05). Bütünleşme sosyal etkileşim düzeyini arttırmaktadır (β=0,308). Duygusal bağlantılar sosyal etkileşim düzeyini etkilememektedir (p=0.124>0.05). Elde edilen bulgulara göre yerleşik yabancılarda topluluk duygusu boyutlarından bir tek bütünleşme boyutu, sosyal etkileşim düzeyini arttırmaktadır. Yerleşik yabancının gündelik yaşamı paylaştığı yerel halk ile beraberlik duygusu içerisinde, gerek kendi gerekse Marmaris toplumunu oluşturan grup üyelerinin duygusal ve entelektüel ihtiyaçlarının karşılanması, söz

konusu ilişkileri ödüllendirici bulması, sosyal etkileşim düzeyini artırmaktadır ve elde edilen bulgu literatür tarafından desteklenmektedir (Smith J. K., 2010).

Yaşam kalitesi boyutlarından miras ve ticari faaliyetlerin zenginleştirilmesi sosyal etkileşim düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,401$). Sosyalleşme ve rekreasyon fırsatları sosyal etkileşim düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,319$). Ekonomik fırsatlar ve destekleyici hizmetler sosyal etkileşim düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,157$). Sessiz çevre sosyal etkileşim düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,096$). Sağlık ve güvenlik yararları sosyal etkileşim düzeyini azaltmaktadır ($\beta=-0,233$). Elde edilen bulgulara göre yerleşik yabancılarda yaşam kalitesi boyutlarından yalnızca sağlık ve güvenlik yararları boyutu sosyal etkileşim düzeyini azaltmaktadır. Yerleşik yabancıların; kendini güvende hissetmemesi, sağlıklı bir yaşama sahip olmaması, temiz bir çevrede yaşamaması durumlarında sosyal etkileşimlerinin bu durumlardan olumsuz etkileneceği, etkileşim düzeylerinin düşeceği söylenebilir.

Aşağıda Çizelge 53'te yerleşik yabancılarda sosyal etkileşimin turizme yönelik tutum üzerine etkisi, regresyon analizi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 53. Yerleşik Yabancılarda Sosyal Etkileşimin Turizme Yönelik Tutum Üzerine Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	t	p	F	Model (p)	R ²
Turizme Yönelik Tutum	Sabit	2,183	11,421	0,000	72,332	0,000	0,158
	Sosyal Etkileşim	0,405	8,505	0,000			

Yerleşik yabancılarda sosyal etkileşim ile turizme yönelik tutum arasındaki neden sonuç ilişkisini belirlemek üzere yapılan regresyon analizi anlamlı bulunmuştur ($F=72,332$; $p=0,000<0,05$). Turizme yönelik tutum düzeyindeki toplam değişim % 15,8 oranında sosyal etkileşim tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,158$). Sosyal etkileşim turizme yönelik tutum düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,405$). Turistlerin turizm destinasyonlarında yerel halk ile kurdukları sosyal ilişkileri, elde ettikleri deneyimleri tutum değişimleri yaratmaktadır. Turist ile aynı kökenden olan yerleşik yabancıların turizme yönelik tutum değişimlerinde yerel halk ile olan sosyal ilişkilerinin samimiyet derecesi ve yoğunluğunun etki ettiği söylenebilir. Söz konusu bulgular literatür tarafından desteklenmektedir (Nyaupane vd., 2007; Pizam vd., 2000). Elde edilen

bulgu; **H25:**“Yerleşik yabancılarda sosyal etkileşimin turizme yönelik tutum üzerine etkisi vardır.” hipotezini desteklemektedir.

Aşağıda Çizelge 54’te yerleşik yabancılarda sosyal etkileşim alt boyutlarının turizme yönelik tutum üzerine etkisi, regresyon analizi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 54.Yerleşik Yabancılarda Sosyal Etkileşim Alt Boyutlarının Turizme Yönelik Tutum Üzerine Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	t	p	F	Model (p)	R ²
Turizme Yönelik Tutum	Sabit	2,247	11,907	0,000	28,595	0,000	0,178
	Yakın Etkileşim	0,340	5,566	0,000			
	Turizm Çekicilikleri ve Destek Hizmetlerinde Gerçekleşen Etkileşim	-0,121	-1,520	0,129			
	Resmi (Formel) Etkileşim	0,174	2,388	0,017			

Yerleşik yabancılarda yakın etkileşim, turizm çekicilikleri ve destek hizmetlerinde gerçekleşen etkileşim, resmi (formel) etkileşim ile turizme yönelik tutum arasındaki neden sonuç ilişkisini belirlemek üzere yapılan regresyon analizi anlamlı bulunmuştur (F=28,595; p=0,000<0.05). Turizme yönelik tutum düzeyindeki toplam değişim % 17,8 oranında yakın etkileşim, turizm çekicilikleri ve destek hizmetlerinde gerçekleşen etkileşim, resmi (formel) etkileşim tarafından açıklanmaktadır (R²=0,178).

Yakın etkileşim turizme yönelik tutum düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,340$). Turizm çekicilikleri ve destek hizmetlerinde gerçekleşen etkileşim turizme yönelik tutum düzeyini etkilememektedir (p=0.129>0.05). Resmi (formel) etkileşim turizme yönelik tutum düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,174$). Elde edilen bulgulara göre; resmi olmayan (informel) ve resmi (formel) etkileşim turizme yönelik tutumu etkilememektedir. Yerleşik yabancılardan yerel halk ile maneviyata dayalı, gayri resmi yakın ilişkileri ile maddiyata ve çikara dayalı, kurala bağlı biçimde gerçekleşen resmi ilişkileri turizme yönelik tutumlarını etkilememektedir. Marmaris destinasyonunda bulunan turizme bağımlı ve turizmden bağımsız işletmelerde, etkinliklerde, açık kamusal alanlarda yerleşik yabancılardan yerel halk ile karşılaşmaları, temasları ve aralarındaki resmi olmayan (informel) etkileşimleri turizme yönelik tutumlarını etkilememektedir.

5.4.1.4. Yerel Halk Grubuna Göre Araştırma Bulgularının Regresyon Analizi Sonuçları

Aşağıda Çizelge 55’te yerel halkta topluluk duygusu, sosyal mesafe ve yaşam kalitesinin sosyal etkileşim üzerine etkisi, regresyon analizi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 55. Yerel Halkta Topluluk Duygusu, Sosyal Mesafe ve Yaşam Kalitesinin Sosyal Etkileşim Üzerine Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	t	p	F	Model (p)	R ²
Sosyal Etkileşim	Sabit	2,208	6,209	0,000	50,249	0,000	0,230
	Topluluk Duygusu	0,223	4,070	0,000			
	Sosyal Mesafe	-0,006	-3,570	0,000			
	Yaşam Kalitesi	0,304	5,937	0,000			

Yerel halkta; topluluk duygusu, sosyal mesafe, yaşam kalitesi ile sosyal etkileşim arasındaki neden sonuç ilişkisini belirlemek üzere yapılan regresyon analizi anlamlı bulunmuştur (F=50,249; p=0,000<0.05). Sosyal etkileşim düzeyindeki toplam değişim %23 oranında topluluk duygusu, sosyal mesafe, yaşam kalitesi tarafından açıklanmaktadır (R²=0,230).

Topluluk duygusu sosyal etkileşim düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,223$). Yerel halkın sağlıklı ve sürdürülebilir ilişkiler kurmasında, geliştirmesinde topluluk duygusu, ilişkilerinin kalitesini arttırmakta, bir başka ifadeyle, sosyal etkileşimleri üzerinde olumlu etkiler yaratmaktadır. Yerel halkın Marmaris toplumunda, toplumun diğer üyelerine karşı bağlılık ve sorumluluk duymasının, toplum içine karışmasının, ait olma hissinin, diğeri/diğerleri ile ilişkisinin, sosyal etkileşim düzeyinin artmasında olumlu etkiler yarattığı söylenebilir. Sosyal etkileşim düzeyinin artması topluluk duygusunu arttırmakta, yerel halkta artan topluluk duygusunun, Marmaris toplumunda etkileşimlerinin çok daha tatmin edici olmasına katkı sağlaması muhtemel görülmektedir. Elde edilen bulgu; **H26:**“Yerel halkta topluluk duygusunun sosyal etkileşim üzerine etkisi vardır.” hipotezini desteklemektedir.

Sosyal mesafe sosyal etkileşim düzeyini azaltmaktadır ($\beta=-0,006$). Elde edilen bulguya göre yerel halkın turist ile aynı kökenden olan yerleşik yabancıya ilgisiz

olması, çeşitli kaygıları ya da önyargıları nedeniyle uzak durması, yabancı olarak görmesi, dışlaması vb. durumları sosyal etkileşim düzeyini olumsuz etkilemektedir. Elde edilen bulgu; **H27**:“Yerel halkta sosyal mesafenin sosyal etkileşim üzerine etkisi vardır.” hipotezini desteklemektedir.

Yaşam kalitesi sosyal etkileşim düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,304$). Yerel halkın yaşam kalitesi; sosyal, kültürel, ekonomik, psikolojik ve fiziki açıdan mevcut durumundan memnuniyeti göstermektedir. Yaşadığı çevreden ve sahip olduklarından mutluluk duyan yerel halkın, turist ya da turist ile aynı kökenden olan yerleşik yabancı ile daha güçlü sosyal ilişki ve etkileşimlere girme eğilimlerinin artması muhtemel görülmektedir. Elde edilen bulgu; **H28**:“Yerel halkta yaşam kalitesinin sosyal etkileşim üzerine etkisi vardır.” hipotezini desteklemektedir.

Aşağıda Çizelge 56’da yerel halkta topluluk duygusu alt boyutları ve yaşam kalitesi alt boyutlarının sosyal etkileşim üzerine etkisi, regresyon analizi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 56. Yerel Halkta Topluluk Duygusu Alt Boyutları ve Yaşam Kalitesi Alt Boyutlarının Sosyal Etkileşim Üzerine Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	T	p	F	Model (p)	R ²
Sosyal Etkileşim	Sabit	0,522	1,985	0,048	30,588	0,000	0,350
	Üyelik	-0,012	-0,166	0,868			
	Etki	0,005	0,066	0,948			
	Bütünleşme	0,148	2,197	0,029			
	Duygusal Bağlantılar	0,054	0,871	0,384			
	Miras ve Ticari Faaliyetlerin Zenginleştirilmesi	0,150	1,986	0,048			
	Sosyalleşme ve Rekreasyon Fırsatları	0,431	5,462	0,000			
	Sağlık ve Güvenlik Yararları	-0,190	-2,162	0,031			
	Ekonomik Fırsatlar ve Destekleyici Hizmetler	0,173	2,396	0,017			
	Sessiz Çevre	0,082	1,380	0,168			

Yerel halk üyelik, etki, bütünleşme, duygusal bağlantılar, miras ve ticari faaliyetlerin zenginleştirilmesi, sosyalleşme ve rekreasyon fırsatları, sağlık ve güvenlik yararları, ekonomik fırsatlar ve destekleyici hizmetler, sessiz çevre ile sosyal etkileşim arasındaki

neden sonuç ilişkisini belirlemek üzere yapılan regresyon analizi anlamlı bulunmuştur ($F=30,588$; $p=0,000<0.05$). Sosyal etkileşim düzeyindeki toplam değişim %35 oranında üyelik, etki, bütünleşme, duygusal bağlantılar, miras ve ticari faaliyetlerin zenginleştirilmesi, sosyalleşme ve rekreasyon fırsatları, sağlık ve güvenlik yararları, ekonomik fırsatlar ve destekleyici hizmetler, sessiz çevre tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,350$).

Üyelik sosyal etkileşim düzeyini etkilememektedir ($p=0.868>0.05$). Etki sosyal etkileşim düzeyini etkilememektedir ($p=0.948>0.05$). Bütünleşme sosyal etkileşim düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,148$). Duygusal bağlantılar sosyal etkileşim düzeyini etkilememektedir ($p=0.384>0.05$). Topluluk duygusu boyutlarından yalnızca bütünleşme boyutu sosyal etkileşim düzeyi üzerinde olumlu bir etki yaratmaktadır. Yerel halk Marmaris toplumunu oluşturan grup üyeleri ile kaynaşmada, ortak anlamlar oluşturmada, fonksiyonel olarak toplumsal görev ve sorumluluklarını bir grup üyesi olarak yerine getirmede, sosyal ilişki ve etkileşimleri anahtar işlevi görmektedir.

Miras ve ticari faaliyetlerin zenginleştirilmesi sosyal etkileşim düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,150$). Sosyalleşme ve rekreasyon fırsatları sosyal etkileşim düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,431$). Sağlık ve güvenlik yararları sosyal etkileşim düzeyini azaltmaktadır ($\beta=-0,190$). Ekonomik fırsatlar ve destekleyici hizmetler sosyal etkileşim düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,173$). Sessiz çevre sosyal etkileşim düzeyini etkilememektedir ($p=0.168>0.05$). Elde edilen bulgulara göre yaşam kalitesi boyutlarından yalnızca sağlık ve güvenlik yararları boyutu sosyal etkileşim düzeyini azaltmaktadır. Yerel halkın turizm gelişimine bağlı olarak artan turist, yerleşik yabancı ve iş amaçlı göç eden yabancı sayısı ve turizm suçları nedeniyle kendini güvende hissetmemesi, çevresel kirlilik ve sağlıklı yaşam olanaklarından mahrum kalma durumu yaşam kalitesini olumsuz etkileyebilecek durumlardır. Elde edilen bulgu, sağlık ve güvenlik yararlarının zarara dönüşmesi durumunun artarak devam etmesinin, yerel halkın sosyal etkileşimlerini daha da olumsuz etkileme gücüne sahip olduğunu göstermektedir.

Aşağıda Çizelge 57’de yerel halkta sosyal etkileşimin turizme yönelik tutum üzerine etkisi, regresyon analizi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 57.Yerel Halkta Sosyal Etkileşimin Turizme Yönelik Tutum Üzerine Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	t	p	F	Model (p)	R ²
Turizme Yönelik Tutum	Sabit	2,486	13,772	0,000	75,186	0,000	0,131
	Sosyal Etkileşim	0,380	8,671	0,000			

Yerel halk sosyal etkileşim ile turizme yönelik tutum arasındaki neden sonuç ilişkisini belirlemek üzere yapılan regresyon analizi anlamlı bulunmuştur (F=75,186; p=0,000<0.05). Turizme yönelik tutum düzeyindeki toplam değişim %13,1 oranında sosyal etkileşim tarafından açıklanmaktadır (R²=0,131). Sosyal etkileşim turizme yönelik tutum düzeyini arttırmaktadır (β =0,380). Turistlerin egemen olduğu turizm destinasyonlarında, daha açık bir ifade ile turist ihtiyaç ve isteklerini karşılamak için hazırlanmış bir çevrede, yerel halkın turistle ya da turistin temsili kabul ettiğimiz yerleşik yabancı ile etkileşimi, turizmin sürdürülebilirliği açısından önem arz etmektedir. Yerel halkın turizmden elde ettiği faydaların artması, sosyal ilişki ve etkileşimlerinin pozitif yönlü olması, turizme yönelik olumlu tutumlar geliştirmelerinin en önemli belirleyicileri olarak ifade edilebilir (Eusébio vd., 2018; Nyaupane vd., 2007). Elde edilen bulgu; **H29**:“Yerel halkta sosyal etkileşimin turizme yönelik tutum üzerine etkisi vardır.” hipotezini desteklemektedir.

Aşağıda Çizelge 58’de yerel halkta sosyal etkileşim alt boyutlarının turizme yönelik tutum üzerine etkisi, regresyon analizi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 58.Yerel Halkta Sosyal Etkileşim Alt Boyutlarının Turizme Yönelik Tutum Üzerine Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	t	p	F	Model (p)	R ²
Turizme Yönelik Tutum	Sabit	2,430	13,228	0,000	26,008	0,000	0,132
	Yakın Etkileşim	0,186	2,706	0,007			
	Turizm Çekicilikleri ve Destek Hizmetlerinde Gerçekleşen Etkileşim	-0,029	-0,318	0,751			
	Resmi (Formel) Etkileşim	0,233	2,728	0,007			

Yerel halk yakın etkileşim, turizm çekicilikleri ve destek hizmetlerinde gerçekleşen etkileşim, resmi (formel) etkileşim ile turizme yönelik tutum arasındaki neden sonuç ilişkisini belirlemek üzere yapılan regresyon analizi anlamlı bulunmuştur ($F=26,008$; $p=0,000<0.05$). Turizme yönelik tutum düzeyindeki toplam değişim %13,2 oranında yakın etkileşim, turizm çekicilikleri ve destek hizmetlerinde gerçekleşen etkileşim, resmi (formel) etkileşim tarafından açıklanmaktadır ($R^2=0,132$). Yakın etkileşim turizme yönelik tutum düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,186$). Turizm çekicilikleri ve destek hizmetlerinde gerçekleşen etkileşim turizme yönelik tutum düzeyini etkilememektedir ($p=0.751>0.05$). Resmi (formel) etkileşim turizme yönelik tutum düzeyini arttırmaktadır ($\beta=0,233$). Elde edilen bulgular; literatürde yer alan, turist ve yerel halk arasındaki olumlu karşılaşmalar yerel halkın turizm etkilerini olumlu algılamasına dolayısıyla destinasyondaki turizm gelişimine yönelik olumlu tutumlar geliştirmesine sebep olur iddiasını desteklemektedir (Eusébio vd., 2018). Yerel halkın turist ile aynı kökenden olan yerleşik yabancı ile arkadaşlık, dostluk, iş, bilgi ya da mal/hizmet alış-verişlerine yönelik ilişkileri ve odaklanmış etkileşimleri turizme yönelik tutumlarını arttırmaktadır. Turizm çekicilikleri ve destek hizmetlerinde gerçekleşen etkileşimleri, - jest, mimik ve duruşları ile gerçekleştirdikleri-, bir başka ifade ile odaklanmamış etkileşimleri turizme yönelik tutumlarını etkilememektedir. Yerel halk, Marmaris destinasyonunda çok sayıda yerli ve yabancı turist ile özellikle yerleşik yabancının köken ülkesi olan Birleşik Krallıktan gelen çok sayıda turist ile karşılaşmakta ve temas etmektedir. Birleşik Krallık kökenli yerleşik yabancı ile yerel halkın odaklanmamış etkileşimi, yerel halkın turizme yönelik tutumlarını etkilememektedir.

5.4.1.5. Gruplara Göre Farklılaşma Durumu Bağımsız Gruplar T-Testi Sonuçları

5.4.1.5.1. Ölçeklerde Yer Alan İfadelere Ait Puanların Gruplara Göre Farklılaşma Durumu

Ankette bulunan ölçekler, her bir ölçeğin boyutları, boyutlar altında yer alan ifadeler, içsel ve dışsal faktör ayrımları yapılarak, her bir ifadeye ait puanların yerleşik yabancı ve yerel halk gruplarına göre farklılaşma durumları aşağıda Çizelge 59'da sunulmuştur.

Çizelge 59. Ölçeklerde Yer Alan İfadelere Ait Puanların Gruplara Göre Farklaşma Durumu

Ölçekler	Alt Boyutlar	Maddeler	İçsel ve Dışsal Faktörler	Yerel Halk (n=495)		Yerleşik Yabancı (n=382)		t	p
				Ort	Ss	Ort	Ss		
2. Topluluk Duygusu	Üyelik	2.1.Marmaris toplumunun bir üyesi olmak kendimi iyi hissetmemi sağlıyor.	İçsel	3,867	1,190	4,102	0,880	-3,243	0,001
		2.2.Bir problemim olduğu zaman bunu Marmaris toplumunun üyeleri ile konuşabilirim.	Dışsal	3,453	1,215	3,822	1,045	-4,743	0,000
		2.3.Marmaris toplumunun bir üyesi olmak kimliğimin bir parçasıdır.	İçsel	3,519	1,217	3,709	1,048	-2,436	0,013
		2.4.Marmaris toplumunun beni içine alması, benim için önemlidir.	İçsel	3,543	1,238	3,890	1,037	-4,409	0,000
		2.5.Marmaris toplumunun diğer üyeleriyle sık sık bir araya geliyorum ve onlarla olmaktan zevk alıyorum.	Dışsal	3,457	1,210	4,005	0,928	-7,352	0,000
		2.6.Marmaris toplumundaki insanlar birbirleriyle iyi anlaşrlar.	Dışsal	3,444	1,165	3,798	0,974	-4,787	0,000
	Etki	2.7.Marmaris toplum üyelerinin benim hakkımda ne düşündüğüne önem veririm.	İçsel	3,293	1,281	3,524	1,242	-2,679	0,008
		2.8.Marmaris toplumunda insanlara güvenirim.	İçsel	3,111	1,141	3,613	1,036	-6,717	0,000
		2.9.Eğer Marmaris toplumunda bir problem var ise toplum üyeleri bunu çözebilirler.	Dışsal	3,226	1,146	3,819	0,943	-8,199	0,000
		2.10.Marmaris toplumunun geleceği ile ilgili umutlu hissediyorum.	İçsel	3,564	1,189	3,963	0,866	-5,537	0,000
		2.11.Marmaris toplumunun üyeleri birbirlerini önemserler.	Dışsal	3,444	1,142	3,801	0,932	-4,960	0,000
		2.12.Marmaris toplumunun diğer üyeleri tarafından değer görmek ve kabul edilmek benim için önemlidir.	İçsel	3,471	1,192	3,819	1,083	-4,470	0,000
	Bütünleşme	2.13.Marmaris toplumunun bir parçası olduğum için önemli ihtiyaçlarım karşılanıyor.	Dışsal	2,990	1,225	3,455	1,140	-5,753	0,000
		2.14.Marmaris toplumu üyelerinin ihtiyaçlarını karşılamada başarılıdır.	Dışsal	3,238	1,170	3,694	0,932	-6,232	0,000
		2.15.Marmaris toplumunda düşüncelerimin ve fikirlerimin değer görmesi benim için önemlidir.	İçsel	3,673	1,112	3,838	1,077	-2,208	0,027
		2.16.Marmaris toplumunda aktif olarak birçok fayda kazanırım.	Dışsal	3,475	1,150	3,547	1,023	-0,969	0,325
		2.17.Marmaris toplumuna katılımımın ödüllendirici olduğunu hissederim.	İçsel	3,285	1,164	3,602	1,029	-4,208	0,000

Çizelge 59. Ölçeklerde Yer Alan İfadelere Ait Puanların Gruplara Göre Farklılaşma Durumu (Devamı)

	Duygusal Bağlantılar	2.18.Marmaris toplum üyeleri ve ben birçok şeye değer veririz.	İçsel	3,697	1,104	3,872	0,891	-2,523	0,010
		2.19.Marmaris toplumundaki kişilerin benzer ihtiyaçları, benzer öncelikleri ve benzer amaçları vardır.	İçsel	3,673	1,121	3,982	0,903	-4,396	0,000
		2.20.Marmaris toplumunda, toplum dışından kişilerin fark edebileceği, üyelik sembolleri ve ifadeleri vardır (Örneğin; kıyafetler, işaretler, sanat, mimari, logolar, görülecek yerler, bayraklar ve benzerleri).	Dışsal	3,531	1,238	3,738	0,947	-2,711	0,005
		2.21.Marmaris toplum üyeleri; tatiller, kutlamalar veya felaketler gibi önemli olayları birlikte paylaşırlar.	Dışsal	3,602	1,135	3,738	0,944	-1,893	0,053
		2.22.Marmaris toplumu ve ben kültürel mirasımızı korumaktayız.	Dışsal	3,352	1,239	3,552	1,087	-2,509	0,011
3.Sosyal Mesafe(*)		3.1. Marmaris'e yerleşmiş İngilizler (yerleşik yabancılar)/yerel halk uzun dönemli komşum, misafirim olabilir.	Dışsal	3,754	1,261	4,034	0,876	-3,710	0,000
		3.2.Evimde akşam yemeği misafiri olarak yerleşik yabancıları/yerel halkı ağırlayabilirim.	Dışsal	3,796	1,174	3,859	0,942	-0,853	0,381
		3.3.İhtiyacı olan yerleşik yabancıları/yerel halkı gideceklere yere bırakırım.	Dışsal	3,804	1,113	3,775	1,036	0,397	0,692
		3.4.Yerleşik yabancılar/yerel halk ile kamuya açık alanlarda (deniz kıyısında, restoranda vb.) yan yana otururum.	Dışsal	4,099	1,069	4,327	0,757	-3,544	0,000
		3.5.Şehre giden otobüsü yerleşik yabancılar/yerel halk ile paylaşıyorum.	Dışsal	4,145	1,070	4,317	0,761	-2,654	0,006
		3.6.Halka açık yüzme havuzumuzu yerleşik yabancılar/yerel halk ile paylaşmak beni rahatsız etmez.	Dışsal	4,067	1,121	4,291	0,802	-3,306	0,001
		3.7.Hediyelik eşya dükkânında yerleşik yabancıları/yerel halkı görmekten rahatsızlık duymam.	Dışsal	4,145	1,094	4,272	0,848	-1,872	0,053
		4.Yaşam Kalitesi	Miras ve Ticari Faaliyetlerin Zenginleştirilmesi	4.1.Marmaris'te doğal çevrenin korunması.	İçsel	4,543	0,953	4,490	0,686
4.2.Diğerleri tarafından Marmaris'e değer verildiğini hissetmek.	İçsel			4,481	0,945	4,374	0,690	1,853	0,054
4.3.Marmaris'te kültürel mirasın korunması.	İçsel			4,543	0,921	4,463	0,638	1,452	0,129
4.4.Marmaris'te yaşamaktan gurur duymak.	İçsel			4,293	1,021	4,236	0,852	0,885	0,365
4.5.Marmaris'te restoran ve diğer ticari işletmelerin bulunması.	İçsel			4,366	0,943	4,257	0,831	1,789	0,074
4.6.Marmaris'te emlak ve arazilerin değer kazanması.	İçsel			3,830	1,282	3,971	0,885	-1,837	0,055

Çizelge 59. Ölçeklerde Yer Alan İfadelere Ait Puanların Gruplara Göre Farklılaşma Durumu (Devamı)

	Sosyalleşme ve Rekreasyon Fırsatları	4.7.Marmaris'te rekreasyon aktivitelerini yapma olanaklarına sahip olmak.	İçsel	4,257	1,017	4,254	0,767	0,042	0,965	
		4.8.Marmaris'te kültürel faaliyetlere katılma olanaklarına sahip olmak.	İçsel	4,461	0,905	4,105	0,838	5,960	0,000	
		4.9.Marmaris'te sosyalleşme olanaklarına sahip olmak.	İçsel	4,501	0,870	4,346	0,747	2,789	0,005	
		4.10.Marmaris'te hareketliliği/erişilebilirliği teşvik edecek tesislere sahip olmak.	İçsel	4,410	0,920	4,309	0,752	1,747	0,073	
		4.11.Marmaris'te bilgiye ulaşma olanağına sahip olmak.	İçsel	4,487	0,911	4,369	0,701	2,094	0,031	
		4.12.Marmaris'te farklı kültürlerden kişilerle iletişim olanağına sahip olmak.	İçsel	4,442	0,870	4,280	0,751	2,905	0,003	
	Sağlık ve Güvenlik Yararları	4.13.Marmaris'te kendini güvende hissetmek.	İçsel	4,614	0,760	4,497	0,683	2,357	0,019	
		4.14.Marmaris'te sağlıklı bir yaşama sahip olmak.	İçsel	4,669	0,725	4,453	0,681	4,487	0,000	
		4.15.Marmaris'te temiz bir çevrede yaşamak.	İçsel	4,667	0,717	4,424	0,799	4,725	0,000	
	Ekonomik Fırsatlar ve Destekleyici Hizmetler	4.16.Marmaris'te daha fazla iş fırsatlarına sahip olmak.	İçsel	4,513	0,897	4,016	1,108	7,344	0,000	
		4.17.Marmaris'te daha fazla gelir elde etme fırsatlarına sahip olmak.	İçsel	4,408	0,998	4,076	0,929	5,037	0,000	
		4.18.Marmaris'te iyi ulaşım olanaklarına sahip olmak.	İçsel	4,519	0,915	4,330	0,733	3,308	0,001	
		4.19.Marmaris'te sağlık hizmetleri erişimine sahip olmak.	İçsel	4,586	0,832	4,385	0,718	3,763	0,000	
		4.20.Marmaris'te ekonomik faaliyet çeşitliliğine sahip olmak.	İçsel	4,428	0,968	4,081	0,855	5,536	0,000	
	Sessiz Çevre	4.21.Marmaris'te trafik ve insan sıklığı olmadan yaşamak.	İçsel	4,572	0,819	4,160	0,874	7,173	0,000	
		4.22.Marmaris'te sessiz bir çevrede yaşamak.	İçsel	4,448	0,871	4,102	0,877	5,824	0,000	
	5.Sosyal Etkileşim	Yakın Etkileşim	5.1.Marmaris'e yerleşen İngilizler (yerleşik yabancılar)/yerel halk ile yemeğimi paylaşmak.	Dışsal	4,125	1,061	4,065	0,949	0,866	0,387
			5.2.Yerleşik yabancılarla/yerel halkla hediye alışverişinde bulunmak.	Dışsal	3,976	1,145	3,827	1,109	1,931	0,054
			5.3.Yerleşik yabancıları/yerel halkı evime davet etmek.	İçsel	3,875	1,211	3,908	1,012	-0,438	0,654
			5.4.Yerleşik yabancılarla/yerel halkla spor yapmak.	İçsel	4,040	1,134	3,738	1,045	4,049	0,000
			5.5.Yerleşik yabancılarla/yerel halkla partiye/eğlenceye katılmak.	İçsel	3,865	1,248	3,997	0,941	-1,733	0,073

Çizelge 59. Ölçeklerde Yer Alan İfadelere Ait Puanların Gruplara Göre Farklılaşma Durumu (Devamı)

	Turizm Çekicilikleri ve Destek Hizmetlerinde Gerçekleşen Etkileşim	5.6.Yerleşik yabancılarla/yerel halkla diğer ticari işletmelerde iletişim kurmak.	İçsel	4,002	1,132	4,013	0,886	-0,157	0,871
		5.7.Yerleşik yabancılarla/yerel halkla sahilde iletişim kurmak.	İçsel	4,004	1,140	4,026	0,872	-0,315	0,745
		5.8.Yerleşik yabancılarla/yerel halkla eğlence yerlerinde (diskotek, kulüp, barlar vb.) iletişim kurmak.	İçsel	3,754	1,293	3,848	1,011	-1,179	0,224
		5.9.Yerleşik yabancılarla/yerel halkla yiyecek içecek işletmelerinde iletişim kurmak.	İçsel	4,022	1,146	4,063	0,967	-0,556	0,570
		5.10.Yerleşik yabancılarla/yerel halkla etkinliklerde iletişim kurmak.	İçsel	4,105	1,108	4,050	0,939	0,783	0,424
	Resmi (Formel) Etkileşim	5.11.Yerleşik yabancılarla/yerel halkla işyerinde iletişim kurmak.	İçsel	4,196	1,049	3,764	1,093	5,931	0,000
		5.12.Ürün ve hizmet sunarken yerleşik yabancılarla/yerel halkla etkileşime girmek.	İçsel	4,170	1,126	4,045	0,905	1,776	0,068
		5.13.Yerleşik yabancılarla/yerel halka belediye hakkında bilgi vermek.	İçsel	3,956	1,240	3,992	0,912	-0,485	0,615
	6.Tutum	6.1.Marmaris'te turizm gelişimini güçlü bir şekilde desteklerim.	Dışsal	4,238	1,124	4,254	0,870	-0,224	0,817
		6.2.Marmaris'te turizm gelişiminin artması için önerilerde bulunurum.	Dışsal	4,053	1,101	3,660	1,087	5,270	0,000
6.3.Marmaris'te turizm planlamasına etkin bir şekilde katılırım.		Dışsal	3,756	1,219	3,414	1,176	4,184	0,000	
6.4.Marmaris'te turizm projelerinin geliştirilmesine katılırım.		Dışsal	3,812	1,222	3,406	1,153	5,005	0,000	
6.5.Marmaris'te daha fazla turist görmek isterim.		İçsel	4,190	1,158	4,168	0,844	0,318	0,741	

(*) Sosyal mesafe puanları, tüm ölçek ifadelerinin aynı yönde olmasının sağlanması amacıyla olumlu yönde düzenlenmiş, sosyal yakınlık düzeyini göstermektedir.

“2.1.Marmaris toplumunun bir üyesi olmak kendimi iyi hissetmemi sağlıyor.” ifadesinde yerleşik yabancıların puanları ($yy\bar{x}=4,102$), yerel halkın puanlarından ($yh\bar{x}=3,867$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=-3,243$; $p=0,001>0,05$).

“2.2.Bir problemim olduğu zaman bunu Marmaris toplumunun üyeleri ile konuşabilirim.” ifadesinde yerleşik yabancıların puanları ($yy\bar{x}=3,822$), yerel halkın puanlarından ($yh\bar{x}=3,453$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=-4,743$; $p=0,000>0,05$).

“2.3. *Marmaris toplumunun bir üyesi olmak kimliğimin bir parçasıdır.*” ifadesinde yerleşik yabancıların puanları ($yy\bar{x}=3,709$), yerel halkın puanlarından ($yh\bar{x}=3,519$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=-2,436$; $p=0,013>0,05$).

“2.4. *Marmaris toplumunun beni içine alması, benim için önemlidir.*” ifadesinde yerleşik yabancıların puanları ($yy\bar{x}=3,890$), yerel halkın puanlarından ($yh\bar{x}=3,543$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=-4,409$; $p=0,000>0,05$).

“2.5. *Marmaris toplumunun diğer üyeleriyle sık sık bir araya geliyorum ve onlarla olmaktan zevk alıyorum.*” ifadesinde yerleşik yabancıların puanları ($yy\bar{x}=4,005$), yerel halkın puanlarından ($yh\bar{x}=3,457$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=-7,352$; $p=0,000>0,05$).

“2.6. *Marmaris toplumundaki insanlar birbirleriyle iyi anlaşılırlar.*” ifadesinde yerleşik yabancıların puanları ($yy\bar{x}=3,798$), yerel halkın puanlarından ($yh\bar{x}=3,444$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=-4,787$; $p=0,000>0,05$).

“2.7. *Marmaris toplum üyelerinin benim hakkında ne düşündüğüne önem veririm.*” ifadesinde yerleşik yabancıların puanları ($yy\bar{x}=3,524$), yerel halkın puanlarından ($yh\bar{x}=3,293$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=-2,679$; $p=0,008>0,05$).

“2.8. *Marmaris toplumunda insanlara güvenirim.*” ifadesinde yerleşik yabancıların puanları ($yy\bar{x}=3,613$), yerel halkın puanlarından ($yh\bar{x}=3,111$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=-6,717$; $p=0,000>0,05$).

“2.9. *Eğer Marmaris toplumunda bir problem var ise toplum üyeleri bunu çözebilirler.*” ifadesinde yerleşik yabancıların puanları ($yy\bar{x}=3,819$), yerel halkın puanlarından ($yh\bar{x}=3,226$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=-8,199$; $p=0,000>0,05$).

“2.10. *Marmaris toplumunun geleceği ile ilgili umutlu hissediyorum.*” ifadesinde yerleşik yabancıların puanları ($yy\bar{x}=3,963$), yerel halkın puanlarından ($yh\bar{x}=3,564$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=-5,537$; $p=0,000>0,05$).

“2.11. *Marmaris toplumunun üyeleri birbirlerini önemserler.*” ifadesinde yerleşik yabancıların puanları ($yy\bar{x}=3,801$), yerel halkın puanlarından ($yh\bar{x}=3,444$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=-4,960$; $p=0,000>0,05$).

“2.12. Marmaris toplumunun diğer üyeleri tarafından değer görmek ve kabul edilmek benim için önemlidir.” ifadesinde yerleşik yabancıların puanları ($yy\bar{x}=3,819$), yerel halkın puanlarından ($yh\bar{x}=3,471$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=-4,470$; $p=0,000>0,05$).

“2.13. Marmaris toplumunun bir parçası olduğum için önemli ihtiyaçlarım karşılanıyor.” ifadesinde yerleşik yabancıların puanları ($yy\bar{x}=3,455$), yerel halkın puanlarından ($yh\bar{x}=2,990$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=-5,753$; $p=0,000>0,05$).

“2.14. Marmaris toplumu üyelerinin ihtiyaçlarını karşılamada başarılıdır.” ifadesinde yerleşik yabancıların puanları ($yy\bar{x}=3,694$), yerel halkın puanlarından ($yh\bar{x}=3,238$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=-6,232$; $p=0,000>0,05$).

“2.15. Marmaris toplumunda düşüncelerimin ve fikirlerimin değer görmesi benim için önemlidir.” ifadesinde yerleşik yabancıların puanları ($yy\bar{x}=3,838$), yerel halkın puanlarından ($yh\bar{x}=3,673$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=-2,208$; $p=0,027>0,05$).

“2.16. Marmaris toplumunda aktif olarak birçok fayda kazanırım.” ifadesinin ortalamaları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($t_{(875)}=-0,969$; $p=0,325>0,05$).

“2.17. Marmaris toplumuna katılımımın ödüllendirici olduğunu hissedirim.” ifadesinde yerleşik yabancıların puanları ($yy\bar{x}=3,602$), yerel halkın puanlarından ($yh\bar{x}=3,285$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=-4,208$; $p=0,000>0,05$).

“2.18. Marmaris toplum üyeleri ve ben birçok şeye değer veririz.” ifadesinde yerleşik yabancıların puanları ($yy\bar{x}=3,872$), yerel halkın puanlarından ($yh\bar{x}=3,697$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=-2,523$; $p=0,010>0,05$).

“2.19. Marmaris toplumundaki kişilerin benzer ihtiyaçları, benzer öncelikleri ve benzer amaçları vardır.” ifadesinde yerleşik yabancıların puanları ($yy\bar{x}=3,982$), yerel halkın puanlarından ($yh\bar{x}=3,673$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=-4,396$; $p=0,000>0,05$).

“2.20. Marmaris toplumunda, toplum dışından kişilerin fark edebileceği, üyelik sembolleri ve ifadeleri vardır (örneğin; kıyafetler, işaretler, sanat, mimari, logolar, görülecek yerler, bayraklar ve benzerleri).” ifadesinde yerleşik yabancıların puanları

($yy\bar{x}=3,738$), yerel halkın puanlarından ($yh\bar{x}=3,531$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=-2,711$; $p=0,005>0,05$).

“2.21. *Marmaris toplum üyeleri; tatiller, kutlamalar veya felaketler gibi önemli olayları birlikte paylaşırlar.*” ifadesinin ortalamaları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($t_{(875)}=-1,893$; $p=0,053>0,05$).

“2.22. *Marmaris toplumu ve ben kültürel mirasımızı korumaktayız.*” ifadesinde yerleşik yabancıların puanları ($yy\bar{x}=3,552$), yerel halkın puanlarından ($yh\bar{x}=3,352$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=-2,509$; $p=0,011>0,05$).

“3.1. *Marmaris’e yerleşmiş İngilizler (yerleşik yabancılar)/yerel halk uzun dönemli komşum, misafirim olabilir.*” ifadesinde yerleşik yabancıların puanları ($yy\bar{x}=4,034$), yerel halkın puanlarından ($yh\bar{x}=3,754$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=-3,710$; $p=0,000>0,05$).

“3.2. *Evimde akşam yemeği misafiri olarak yerleşik yabancıları/yerel halkı ağırlayabilirim.*” ifadesinin ortalamaları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($t_{(875)}=-0,853$; $p=0,381>0,05$).

“3.3. *İhtiyacı olan yerleşik yabancıları/yerel halkı gideceklere yere bırakırım.*” ifadesinin ortalamaları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($t_{(875)}=0,397$; $p=0,692>0,05$).

“3.4. *Yerleşik yabancılar/yerel halk ile kamuya açık alanlarda (deniz kıyısında, restoranda vb.) yan yana otururum.*” ifadesinde yerleşik yabancıların puanları ($yy\bar{x}=4,327$), yerel halkın puanlarından ($yh\bar{x}=4,099$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=-3,544$; $p=0,000>0,05$).

“3.5. *Şehre giden otobüsü yerleşik yabancılar/yerel halk ile paylaşıyorum.*” ifadesinde yerleşik yabancıların puanları ($yy\bar{x}=4,317$), yerel halkın puanlarından ($yh\bar{x}=4,145$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=-2,654$; $p=0,006>0,05$).

“3.6. *Halka açık yüzme havuzunu yerleşik yabancılar/yerel halk ile paylaşmak beni rahatsız etmez.*” ifadesinde yerleşik yabancıların puanları ($yy\bar{x}=4,291$), yerel halkın puanlarından ($yh\bar{x}=4,067$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=-3,306$; $p=0,001>0,05$).

“3.7. *Hediyelik eşya dükkânında yerleşik yabancıları/yerel halkı görmekten rahatsızlık duymam.*” ifadesinin ortalamaları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($t_{(875)}=-1,872$; $p=0,053>0,05$).

“4.1. *Marmaris’te doğal çevrenin korunması.*” ifadesinin ortalamaları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($t_{(875)}=0,934$; $p=0,331>0,05$).

“4.2. *Diğerleri tarafından Marmaris’e değer verildiğini hissetmek.*” ifadesinin ortalamaları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($t_{(875)}=1,853$; $p=0,054>0,05$).

“4.3. *Marmaris’te kültürel mirasın korunması.*” ifadesinin ortalamaları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($t_{(875)}=1,452$; $p=0,129>0,05$).

“4.4. *Marmaris’te yaşamaktan gurur duymak.*” ifadesinin ortalamaları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($t_{(875)}=0,885$; $p=0,365>0,05$).

“4.5. *Marmaris’te restoran ve diğer ticari işletmelerin bulunması.*” ifadesinin ortalamaları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($t_{(875)}=1,789$; $p=0,074>0,05$).

“4.6. *Marmaris’te emlak ve arazilerin değer kazanması.*” ifadesinin ortalamaları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($t_{(875)}=-1,837$; $p=0,055>0,05$).

“4.7. *Marmaris’te rekreasyon aktivitelerini yapma olanaklarına sahip olmak.*” ifadesinin ortalamaları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($t_{(875)}=0,042$; $p=0,965>0,05$).

“4.8. *Marmaris’te kültürel faaliyetlere katılma olanaklarına sahip olmak.*” ifadesinde yerel halkın puanları ($yh\bar{x}=4,461$), yerleşik yabancıların puanlarından ($yy\bar{x}=4,105$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=5,960$; $p=0,000<0,05$).

“4.9. Marmaris’te sosyalleşme olanaklarına sahip olmak.” ifadesinde yerel halkın puanları ($y_h\bar{x}=4,501$), yerleşik yabancıların puanlarından ($y_y\bar{x}=4,346$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=2,789$; $p=0,005<0,05$).

“4.10. Marmaris’te hareketliliği/erişilebilirliği teşvik edecek tesislere sahip olmak.” ifadesinin ortalamaları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($t_{(875)}=1,747$; $p=0,073>0,05$).

“4.11. Marmaris’te bilgiye ulaşma olanağına sahip olmak.” ifadesinde yerel halkın puanları ($y_h\bar{x}=4,487$), yerleşik yabancıların puanlarından ($y_y\bar{x}=4,369$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=2,094$; $p=0,031<0,05$).

“4.12. Marmaris’te farklı kültürlerden kişilerle iletişim olanağına sahip olmak.” ifadesinde yerel halkın puanları ($y_h\bar{x}=4,442$), yerleşik yabancıların puanlarından ($y_y\bar{x}=4,280$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=2,905$; $p=0,003<0,05$).

“4.13. Marmaris’te kendini güvende hissetmek.” ifadesinde yerel halkın puanları ($y_h\bar{x}=4,614$), yerleşik yabancıların puanlarından ($y_y\bar{x}=4,497$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=2,357$; $p=0,019<0,05$).

“4.14. Marmaris’te sağlıklı bir yaşama sahip olmak.” ifadesinde yerel halkın puanları ($y_h\bar{x}=4,669$), yerleşik puanlarından ($y_y\bar{x}=4,453$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=4,487$; $p=0,000<0,05$).

“4.15. Marmaris’te temiz bir çevrede yaşamak.” ifadesinde yerel halkın puanları ($y_h\bar{x}=4,667$), yerleşik yabancıların puanlarından ($y_y\bar{x}=4,424$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=4,725$; $p=0,000<0,05$).

“4.16. Marmaris’te daha fazla iş fırsatlarına sahip olmak.” ifadesinde yerel halkın puanları ($y_h\bar{x}=4,513$), yerleşik yabancıların puanlarından ($y_y\bar{x}=4,016$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=7,344$; $p=0,000<0,05$).

“4.17. Marmaris’te daha fazla gelir elde etme fırsatlarına sahip olmak.” ifadesinde yerel halkın puanları ($y_h\bar{x}=4,408$), yerleşik yabancıların puanlarından ($y_y\bar{x}=4,076$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=5,037$; $p=0,000<0,05$).

“4.18. *Marmaris’te iyi ulaşım olanaklarına sahip olmak.*” ifadesinde yerel halkın puanları ($y_{h\bar{x}}=4,519$), yerleşik yabancıların puanlarından ($y_{y\bar{x}}=4,330$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=3,308$; $p=0,001<0,05$).

“4.19. *Marmaris’te sağlık hizmetleri erişimine sahip olmak.*” ifadesinde yerel halkın puanları ($y_{h\bar{x}}=4,586$), yerleşik yabancıların puanlarından ($y_{y\bar{x}}=4,385$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=3,763$; $p=0,000<0,05$).

“4.20. *Marmaris’te ekonomik faaliyet çeşitliliğine sahip olmak.*” ifadesinde yerel halkın puanları ($y_{h\bar{x}}=4,428$), yerleşik yabancıların puanlarından ($y_{y\bar{x}}=4,081$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=5,536$; $p=0,000<0,05$).

“4.21. *Marmaris’te trafik ve insan sıklığı olmadan yaşamak.*” ifadesinde yerel halkın puanları ($y_{h\bar{x}}=4,572$), yerleşik yabancıların puanlarından ($y_{y\bar{x}}=4,160$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=7,173$; $p=0,000<0,05$).

“4.22. *Marmaris’te sessiz bir çevrede yaşamak.*” ifadesinde yerel halkın puanları ($y_{h\bar{x}}=4,448$), yerleşik yabancıların puanlarından ($y_{y\bar{x}}=4,102$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=5,824$; $p=0,000<0,05$).

“5.1. *“Marmaris’e yerleşen İngilizler (yerleşik yabancılar)/yerel halk ile yemeğimi paylaşmak.*” ifadesinin ortalamaları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($t_{(875)}=0,866$; $p=0,387>0,05$).

“5.2. *Yerleşik yabancılarla/yerel halkla hediye alışverişinde bulunmak.*” ifadesinin ortalamaları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($t_{(875)}=1,931$; $p=0,054>0,05$).

“5.3. *Yerleşik yabancıları/yerel halkı evime davet etmek.*” ifadesinin ortalamaları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($t_{(875)}=-0,438$; $p=0,654>0,05$).

“5.4. *Yerleşik yabancılarla/yerel halkla spor yapmak.*” ifadesinde yerel halkın puanları ($y_{h\bar{x}}=4,040$), yerleşik yabancıların puanlarından ($y_{y\bar{x}}=3,738$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=4,049$; $p=0,000<0,05$).

“5.5. *Yerleşik yabancılarla/yerel halkla partiye-eğlenceye katılmak.*” ifadesinin ortalamaları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($t_{(875)}=-1,733$; $p=0,073>0,05$).

“5.6. *Yerleşik yabancılarla/yerel halkla diğer ticari işletmelerde iletişim kurmak.*” ifadesinin ortalamaları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($t_{(875)}=-0,157$; $p=0,871>0,05$).

“5.7. *Yerleşik yabancılarla/yerel halkla sahilde iletişim kurmak.*” ifadesinin ortalamaları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($t_{(875)}=-0,315$; $p=0,745>0,05$).

“5.8. *Yerleşik yabancılarla/yerel halkla eğlence yerlerinde (diskotek, kulüp, barlar vb.) iletişim kurmak.*” ifadesinin ortalamaları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($t_{(875)}=-1,179$; $p=0,224>0,05$).

“5.9. *Yerleşik yabancılarla/yerel halkla yiyecek içecek işletmelerinde iletişim kurmak.*” ifadesinin ortalamaları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($t_{(875)}=-0,556$; $p=0,570>0,05$).

“5.10. *Yerleşik yabancılarla/yerel halkla etkinliklerde iletişim kurmak.*” ifadesinin ortalamaları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($t_{(875)}=0,783$; $p=0,424>0,05$).

“5.11. *Yerleşik yabancılarla/yerel halkla işyerinde iletişim kurmak.*” ifadesinde yerel halkın puanları ($y_h\bar{x}=4,196$), yerleşik yabancıların puanlarından ($y_y\bar{x}=3,764$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=5,931$; $p=0,000<0,05$).

“5.12. *Ürün ve hizmet sunarken yerleşik yabancılarla/yerel halkla etkileşime girmek.*” ifadesinin ortalamaları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($t_{(875)}=1,776$; $p=0,068>0,05$).

“5.13. *Yerleşik yabancılara/yerel halka belediye hakkında bilgi vermek.*” ifadesinin ortalamaları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($t_{(875)}=-0,485$; $p=0,615>0,05$).

“6.1.Marmaris’te turizm gelişimini güçlü bir şekilde desteklerim.” ifadesinin ortalamaları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($t_{(875)}=-0,224$; $p=0,817>0,05$).

“6.2. Marmaris’te turizm gelişiminin artması için önerilerde bulunurum.” ifadesinde yerel halkın puanları ($y_{h\bar{x}}=4,053$), yerleşik yabancıların puanlarından ($y_{y\bar{x}}=3,660$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=5,270$; $p=0,000<0,05$).

“6.3. Marmaris’te turizm planlamasına etkin bir şekilde katılırım.” ifadesinde yerel halkın puanları ($y_{h\bar{x}}=3,756$), yerleşik yabancıların puanlarından ($y_{y\bar{x}}=3,414$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=4,184$; $p=0,000<0,05$).

“6.4. Marmaris’te turizm projelerinin geliştirilmesine katılırım.” ifadesinde yerel halkın puanları ($y_{h\bar{x}}=3,812$), yerleşik yabancıların puanlarından ($y_{y\bar{x}}=3,406$) yüksek bulunmuştur ($t_{(875)}=5,005$; $p=0,000<0,05$).

“6.5. Marmaris’te daha fazla turist görmek isterim.” ifadesinin ortalamaları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($t_{(875)}=0,318$; $p=0,741>0,05$).

5.4.1.5.2. Topluluk Duygusu Puanlarına Göre Farklılaşma Durumu

Topluluk duygusu puanlarının gruplara göre farklılaşma durumu bağımsız gruplar t-testi sonuçları, aşağıda Çizelge 60’ta verilmiştir.

Çizelge 60. Topluluk Duygusu Puanlarının Gruplara Göre Farklılaşma Durumu

Gruplar	Yerel Halk (n=495)		Yerleşik Yabancı (n=382)		t	sd	p
	Ort	Ss	Ort	Ss			
Üyelik	3,547	0,974	3,888	0,708	-5,765	875	0,000
Etki	3,352	0,947	3,757	0,787	-6,754	875	0,000
Bütünleşme	3,332	0,952	3,627	0,844	-4,780	875	0,000
Duygusal Bağlantılar	3,571	0,924	3,776	0,686	-3,642	875	0,000
Topluluk Duygusu	3,450	0,864	3,768	0,650	-5,987	875	0,000
Bağımsız Gruplar T-Testi							

Yerleşik yabancı ve yerel halk gruplarının üyelik puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($t_{(875)}=-5.765$; $p=0.000<0,05$). Yerleşik yabancıların üyelik puanları ($yy\bar{x}=3,888$), yerel halkın üyelik puanlarından ($yh\bar{x}=3,547$) yüksek bulunmuştur. Yukarıda Çizelge 59'da gösterildiği üzere, topluluk duygusu üyelik boyutunu içeren ifadelerin tamamında yerleşik yabancıların puanları yerel halkın puanlarından yüksektir. Üyelik boyutunu kapsayan; toplum üyeliğinin yarattığı iyi olma hissi ($yy\bar{x}=4,102$; $yh\bar{x}=3,867$), problemleri toplum üyeleri ile konuşabilme ($yy\bar{x}=3,822$; $yh\bar{x}=3,453$), toplum üyeliğini kimliğinin bir parçası olarak görme ($yy\bar{x}=3,709$; $yh\bar{x}=3,519$); toplum tarafından grup üyeliğine alınmanın önemi ($yy\bar{x}=3,890$; $yh\bar{x}=3,543$); grup üyeleri ile beraber olmaktan duyulan zevk ($yy\bar{x}=4,005$; $yh\bar{x}=3,457$) ve toplum üyelerinin birbirleriyle iyi anlaşmaları ($yy\bar{x}=3,798$; $yh\bar{x}=3,444$) ifadelerinde yerleşik yabancıların puanları, yerel halkın puanları ile anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır. Söz konusu farklılıklar nedeniyle yerleşik yabancı ve yerel halkın toplum üyeliğini farklı algılayarak, farklı tutum ve davranışlar sergilemelerinin muhtemel olduğu, her iki grubun topluluk duygusu ile üyeliklerinde bir ayrım bulunduğu söylenebilir.

Yerleşik yabancı ve yerel halk gruplarının etki puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($t_{(875)}=-6.754$; $p=0.000<0,05$). Yerleşik yabancıların etki puanları ($yy\bar{x}=3,757$), yerel halkın etki puanlarından ($yh\bar{x}=3,352$) yüksek bulunmuştur. Yukarıda Çizelge 59'da gösterildiği üzere topluluk duygusu etki boyutunu içeren ifadelerin tamamında yerleşik yabancıların puanları yerel halkın puanlarından yüksektir. Etki boyutunu kapsayan; grup üyelerinin düşüncelerini önemseme ($yy\bar{x}=3,524$, $yh\bar{x}=3,293$), grup üyelerine güvenme ($yy\bar{x}=3,613$; $yh\bar{x}=3,111$), grubun problem çözme becerisine yönelik güven ($yy\bar{x}=3,819$; $yh\bar{x}=3,226$), grubun geleceğine yönelik umutlu hissetme ($yy\bar{x}=3,963$; $yh\bar{x}=3,564$), grup üyelerinin birbirini önemsemesi ($yy\bar{x}=3,801$; $yh\bar{x}=3,444$); grup üyelerinden değer görme ve kabullenme ($yy\bar{x}=3,819$; $yh\bar{x}=3,471$) puanları, yerleşik yabancıların, yerel halk ile anlamlı düzeyde farklılaştıklarını göstermektedir. Elde edilen bulgular; beraberlik, yakınlık ve aidiyet duygusu açısından topluluk duygusunun Marmaris toplumunda daha küçük bir topluluk oluşturan yerleşik yabancıların üzerinde, yerel halka göre daha önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Bulgular, Sharifuddin ve arkadaşlarının (2014) iki etnik grubun topluluk duygularını karşılaştırdığı çalışmalarında elde ettikleri sonucu desteklemektedir. Yerleşik yabancıların ve yerel halkın Marmaris toplumunda; kendilerini hayata bağlayan, anlam

duygularının yükseltilmesinde topluluk duygusu etkisinin önemli bir araç olması muhtemel görülmektedir.

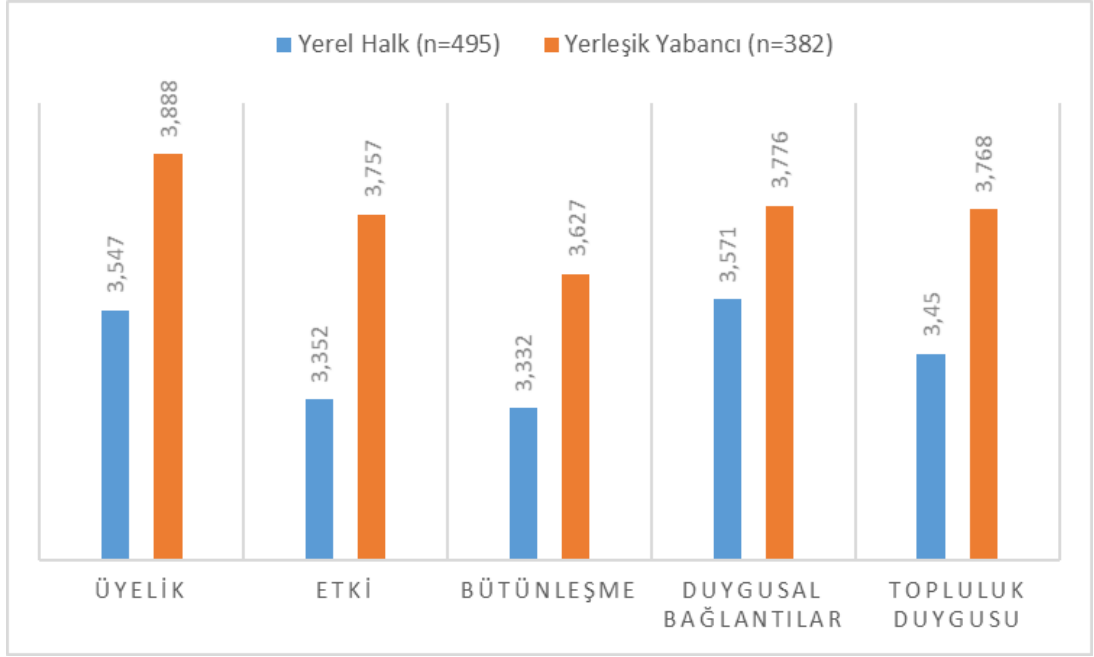
Yerleşik yabancı ve yerel halk gruplarının bütünleşme puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($t_{(875)}=-4.780$; $p=0.000<0,05$). Yerleşik yabancıların bütünleşme puanları ($yy\bar{x}=3,627$), yerel halkın bütünleşme puanlarından ($yh\bar{x}=3,332$) yüksek bulunmuştur. Yukarıda Çizelge 59’da gösterildiği üzere, topluluk duygusu bütünleşme boyutunu içeren ifadeler ve söz konusu ifadeler karşılık gelen puanlara göre; “*Marmaris toplumunda aktif olarak birçok fayda kazanırım.*” ifadesi gruplar arasında anlamlı farklılık göstermemektedir ($yy\bar{x}=3,547$; $yh\bar{x}=3.457$; $p=0,325>0,05$). Fayda kazanımının yerel halk ve yerleşik yabancı gruplarında sahip olduğu puanların yüksekliği; sosyal mübadele kuramını desteklemekte ve Marmaris toplumunda ilişkilerin karşılıklı kazanımlar devam ettiği müddetçe sürdürüleceğini göstermektedir. Diğer ifadelerin tamamında yerleşik yabancıların puanları yerel halkın puanlarından yüksektir. Bütünleşme boyutunu kapsayan Marmaris toplumunun bir parçası olarak ihtiyaçların karşılanması ($yy\bar{x}=3,455$; $yh\bar{x}=2,990$), üye ihtiyaçlarının karşılanma başarısı ($yy\bar{x}=3,694$; $yh\bar{x}=3,238$), düşünce ve fikirlerin değer görmesi ($yy\bar{x}=3,838$; $yh\bar{x}=3,673$), topluma katılımın ödüllendirici olması ($yy\bar{x}=3,602$; $yh\bar{x}=3,285$) ifadelerinde puanların yüksekliği; yerleşik yabancıların Marmaris toplumu ile birlikteliklerini sürdürmede motivasyonlarını sağladığı (Sharifuddin vd., 2014) için topluluk duygusuyla bütünleşmeye, daha fazla güvendikleri ve inandıkları söylenebilir.

Yerleşik yabancı ve yerel halk gruplarının duygusal bağlantılar puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($t_{(875)}=-3.642$; $p=0.000<0,05$). Yerleşik yabancıların duygusal bağlantılar puanları ($yy\bar{x}=3,776$), yerel halkın duygusal bağlantılar puanlarından ($yh\bar{x}=3,571$) yüksek bulunmuştur. Yukarıda Çizelge 59’da verildiği üzere, topluluk duygusu duygusal bağlantılar boyutunu içeren ifadeler ve söz konusu ifadeler karşılık gelen puanlara göre; “*Marmaris toplum üyeleri; tatiller, kutlamalar veya felaketler gibi önemli olayları birlikte paylaşırlar.*” ifadesi gruplar arasında anlamlı farklılık göstermemektedir ($yy\bar{x}=3,738$; $yh\bar{x}=3,602$, $p=0,053>0,05$). Yerel halk ve yerleşik yabancıların Marmaris toplumunda yaşanan, birlik olmayı gerektiren önemli olaylara, ortak tepkiler vererek, benzer davranışları, birbirlerine yakın düzeyde gerçekleştirdikleri bilinmektedir. Bu duruma örnek olarak; Marmaris’teki yerleşik yabancıların belediye çalışanları ile sahil temizliği yapmaları, Marmaris yerel halkı ve

yerleşik yabancılarından oluşan hayvan sever grubun yunusların terapi merkezinde kötü ve sağlıksız koşullarda oldukları iddiası ile düzenledikleri eylem (“Marmaris'te Hayvan Severler”, 2018), vahşi bir biçimde katledilen Özgecan Aslan olayına tepki göstererek yerel halkla birlikte fidan dikmeleri verilebilir (Gündoğan, 2018; “Marmaris'te Yerleşik Yabancılar”, 2015). Diğer ifadelerin tamamında yerleşik yabancıların puanları yerel halkın puanlarından yüksektir. Duygusal bağlantılar boyutunu kapsayan; ortak değerler ($yy\bar{x}=3,872$; $yh\bar{x}=3,697$), benzer öncelik, ihtiyaç ve amaçlar ($yy\bar{x}=3,982$; $yh\bar{x}=3,673$), üyelik sembol ve ifadeleri ($yy\bar{x}=3,738$; $yh\bar{x}=3,531$), kültürel mirası koruma ($yy\bar{x}=3,552$; $yh\bar{x}=3,352$); yerleşik yabancılar açısından Marmaris toplumu ile duygu birliği sağlamasında, topluluk duygusunda duygusal bağlantılarının yüksek düzeyde bir öneme sahip olduğu ifade edilebilir. Bu bağlamda yerleşik yabancıların yerel halk ile gelecekte yaşanması muhtemel olay ve durumlarda, duygu birliği içerisinde, ortak hareket edebilecekleri çıkarımında bulunulabilir.

Yerleşik yabancı ve yerel halk gruplarının topluluk duygusu puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($t_{(875)}=-5.987$; $p=0.000<0,05$). Yerleşik yabancıların topluluk duygusu puanları ($yy\bar{x}=3,768$), yerel halkın topluluk duygusu puanlarından ($yh\bar{x}=3,450$) yüksek bulunmuştur. Elde edilen sonuç, Hombrados-Mendieta ve arkadaşlarının (2013) çalışmalarında elde ettikleri, göçmenlerin sosyal olarak bütünleşmelerinde ve yaşam memnuniyetleri artırmada anahtar bir rolü bulunan topluluk duygusunun, Marmaris destinasyonundaki yerleşik yabancılar için de benzer bir rol üstlendiğini göstermektedir.

Topluluk duygusu puanlarının gruplara göre farklılaşma durumu aşağıda Şekil 8'de verilmiştir.



Şekil 8. Topluluk Duygusu Puanlarının Gruplara Göre Farklılaşma Durumu

Elde edilen bulgular; **H5**:“Topluluk duygusu yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.” hipotezini desteklemektedir. Elde edilen bulgulara göre Marmaris toplumunda Türk nüfusuna/yerel halka göre daha küçük bir grubu oluşturan, yabancı olarak nitelendirilen Birleşik Krallık kökenli yerleşik yabancıların topluluk duygularının düzeyi yerel halktan yüksektir. Bu bağlamda yerleşik yabancıların diğer bireyler/toplum ile sağlıklı ve sürdürülebilir bir biçimde birlikte yaşamalarını mümkün kılan insan ilişkilerinin daha kaliteli olması yönünde bir tutumları bulunduğu, aynı zamanda diğer toplum üyelerine karşı yükümlülük hislerinin ve bağlılıklarının daha yüksek olduğu söylenebilir. Ek olarak elde edilen bulgulara göre yerleşik yabancıların; toplumsal bütünleşmelerinde ve yerel halkla birlikte yaşamayı sürdürmelerinde, topluluk duygusuna, muhtemelen destekleyici bir araç olarak güven duydukları söylenebilir. Yerleşik yabancıların daha iyi bir yaşam için göç ettikleri destinasyonda, yerel kaynaklara ulaşabilmesi ve sahip olabileceğini düşündüğü çeşitli fırsatların varlığından haberdar olması, çoğunluğu oluşturan ve gücü elinde bulunduran gruba/yerel halka dâhil olma isteğini muhtemelen pekiştirmektedir. Bu bağlamda; yerleşik yabancıların sahip oldukları yüksek düzeydeki topluluk duyguları ile yabancılık, yalnızlık ve sosyal etkisizlik gibi olumsuz duyguları kendilerinden uzaklaştırmaya yönelik, bir başa çıkma duygusu olarak, topluluk duygularına işlev kazandırdıkları söylenebilir.

5.4.1.5.3. Sosyal Mesafe Puanlarına Göre Farklılaşma Durumu

Sosyal mesafe puanlarının gruplara göre farklılaşma durumu bağımsız gruplar t-testi sonuçları, aşağıda Çizelge 61’de verilmiştir.

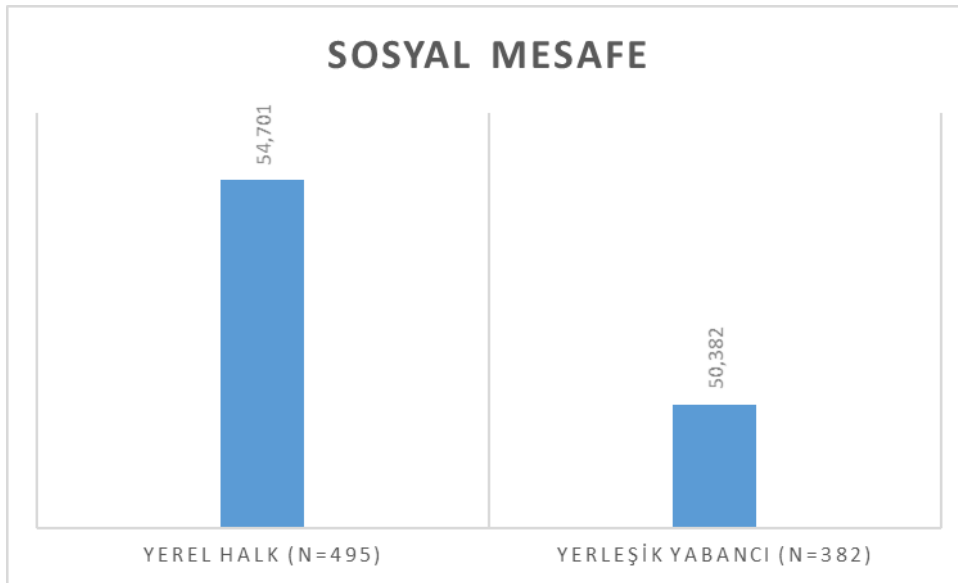
Çizelge 61.Sosyal Mesafe Puanlarının Gruplara Göre Farklılaşma Durumu

Gruplar	Yerel Halk (n=495)		Yerleşik Yabancı (n=382)		t	sd	p
	Ort	Ss	Ort	Ss			
Sosyal Mesafe İscore	54,701	27,682	50,382	18,133	2,643	875	0,006
Bağımsız Gruplar T-Testi							

Gruplara göre sosyal mesafe iscore puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($t_{(875)}=2.643$; $p=0.006<0,05$). Yerel halkın sosyal mesafe iscore puanları ($y\bar{x}=54,701$), yerleşik yabancıların sosyal mesafe iscore puanlarından ($yy\bar{x}=50,382$) yüksek bulunmuştur. Sosyal mesafe puanları; iscore hesaplaması sonucunda elde edilen puanlara göre 28-140 aralığında değer almaktadır. Her iki grubun sahip olduğu iscore puanları sosyal mesafelerinin anlamlı düzeyde farklı olduğunu göstermektedir. Elde edilen puanlara göre yerleşik yabancıların yerel halka yönelik sosyal mesafelerinin daha kısa, bir başka ifadeyle sosyal yakınlıklarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda, yerleşik yabancıların yerel halkı kendilerine daha yakın hissettikleri, yerel halka göre benzerliklerinin daha fazla olduğunu düşündükleri, yerel halk ile beraber olmaktan daha yüksek düzeyde memnuniyet duydukları söylenebilir. Yukarıda Çizelge 59’da sosyal mesafe ölçeğinde yer alan ifadelere ve söz konusu ifadelere karşılık gelen sosyal yakınlığı gösteren puanlara göre, “*Evimde akşam yemeği misafiri olarak yerleşik yabancıları/yerel halkı ağırlayabilirim.*” ($yy\bar{x}=3,859$; $y\bar{x}=3,796$, $p=0,381>0,05$), “*İhtiyacı olan yerleşik yabancıları/yerel halkı gideceklere yere bırakırım.*” ($yy\bar{x}=3,775$; $y\bar{x}=3,804$, $p=0,692>0,05$) ve “*Hediyelik eşya dükkânında yerleşik yabancıları/yerel halkı görmekten rahatsızlık duymam.*” ($yy\bar{x}=4,272$; $y\bar{x}=4,145$, $p=0,053>0,05$) ifadeleri gruplar arasında farklılık göstermemektedir. Yerel halkın geleneksel karakteristik misafirperverliği ve yardımseverliğinin, aynı zamanda turizm gelişimi nedeniyle turizm işletmelerinde turistlerle/yabancıyla olan temasının, yerleşik yabancıların ise ön kabulleriyle destinasyona yerleşimlerinin birbirlerine yönelik sosyal mesafe puanlarının birbirine

yakın, sosyal mesafelerinin kısa olmasında etkili olduğu söylenebilir. Diğer ifadelerin tamamında yerleşik yabancıların puanları yerel halkın puanlarından yüksektir. Yerleşik yabancıların yerel halkı; uzun dönemli komşu/misafir olarak kabul etmesi ($yy\bar{x}=4,034$; $yh\bar{x}=3,754$), kamuya açık alanlarda yan yana olmaktan ($yy\bar{x}=4,327$; $yh\bar{x}=4,099$), aynı otobüsü paylaşmaktan ($yy\bar{x}=4,317$; $yy\bar{x}=4,145$), halka açık yüzme havuzunu ortak kullanmaktan rahatsızlık duymaması ($yy\bar{x}=4,291$; $yh\bar{x}=4,067$) gönüllü olarak, yaşam biçimi göçü ile yerleştikleri Marmaris’te, yerel halkı kendilerine yakın görmektedirler. Yerel halkın, yerleşik yabancıardan daha yüksek iscore puanları, yerleşik yabancılarla göre sosyal mesafelerini daha uzun tuttukları, yerleşik yabancılarla karşı temkinli olma eğiliminde oldukları söylenebilir. Marmaris destinasyonundaki mevcut konum ve durumlarında, sosyal, kültürel, ekonomik ve siyasal çevrede yerleşik yabancıardan kaynaklanabilecek olumsuzluklara karşın savunma mekanizması olarak sosyal mesafeyi bir enstrüman olarak değerlendirdikleri söylenebilir.

Sosyal mesafe puanlarının gruplara göre farklılaşma durumu aşağıda Şekil 9’da verilmiştir.



Şekil 9. Sosyal Mesafe Puanlarının Gruplara Göre Farklılaşma Durumu

Elde edilen bulgular; **H6**:“Sosyal mesafe yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.” hipotezini desteklemektedir. Farklı etnik kökenlerden olan, farklı kültürlere, kişilik özelliklerine ve yaşam biçimlerine sahip yerleşik yabancı ve yerel halkın algılamadaki farklılıkları, yabancı görme veya yabancılık hissetme

durumları, kalıp yargıları (stereotipler) ve önyargıları vb. birçok değişken, farklı sosyal mesafe puanlarına sahip olmalarında etkili olabilmektedir. Yerleşik yabancı ve yerel halkın sosyal mesafe puanları arasında anlamlı bir farklılık olmasına karşın, sosyal yakınlıklarının bulunduğu söylenebilir. Literatürde yerleşik yabancıların Türkiye'ye yerleşirken; kültürel ve etnik farklılıkları, inanç ve yaşam biçimi ayrıklıklarını problem yapmadıkları, kültürel bir kaynaşma için fırsat olarak değerlendirdikleri, sosyal ilişkileri sıcak, Türkleri misafirperver, Türkiye'yi güvenli buldukları belirtilmekte ve Türkiye'deki örf ve adetleri kolayca benimsedikleri ifade edilmektedir (Tuna ve Özbek, 2012; Südaş ve Mutluer, 2008; Yirik vd., 2015). Bu bağlamda yerleşik yabancıların yerel halka sosyal mesafelerinin daha kısa bir diğer ifade ile sosyal yakınlıkların yüksek olması literatürü desteklemektedir. Yerel halkın turistin geçiciliğine karşın yerleşik yabancıların destinasyondaki kalıcılığına, demografik ve sosyal yapıda meydana getirebileceği olumsuz etkiler ile ilgili kaygı duyması, güven eşliğinin düşük olması, çatışmadan kaçınması gibi nedenlerle sosyal mesafe düzeyini uzun tuttuğu söylenebilir.

5.4.1.5.4. Yaşam Kalitesi Puanlarına Göre Farklılaşma Durumu

Yaşam kalitesi puanlarının gruplara göre farklılaşma durumu bağımsız gruplar t-testi sonuçları, aşağıda Çizelge 62'de verilmiştir.

Çizelge 62. Yaşam Kalitesi Puanlarının Gruplara Göre Farklılaşma Durumu

Gruplar	Yerel Halk (n=495)		Yerleşik Yabancı (n=382)		t	sd	p
	Ort	Ss	Ort	Ss			
Miras ve Ticari Faaliyetlerin Zenginleştirilmesi	4,343	0,778	4,298	0,525	0,959	875	0,315
Sosyalleşme ve Rekreasyon Fırsatları	4,426	0,765	4,277	0,564	3,200	875	0,001
Sağlık ve Güvenlik Yararları	4,650	0,666	4,458	0,618	4,359	875	0,000
Ekonomik Fırsatlar ve Destekleyici Hizmetler	4,491	0,812	4,178	0,648	6,179	875	0,000
Sessiz Çevre	4,510	0,767	4,131	0,762	7,276	875	0,000
Yaşam Kalitesi	4,510	0,767	4,131	0,762	7,276	875	0,000
Bağımsız Gruplar T-Testi							

Yerleşik yabancı ve yerel halk gruplarının sosyalleşme ve rekreasyon fırsatları puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($t_{(875)}=3.200$; $p=0.001<0,05$). Yerel halkın sosyalleşme

ve rekreasyon fırsatları puanları ($y\bar{x}=4,426$), yerleşik yabancıların sosyalleşme ve rekreasyon fırsatları puanlarından ($yy\bar{x}=4,277$) yüksek bulunmuştur. Yukarıda Çizelge 59'da yaşam kalitesi ölçeği sosyalleşme ve rekreasyon fırsatları boyutunda yer alan ifadeler ve söz konusu ifadeler karşılık gelen puanlara göre; “*Marmaris'te rekreasyon aktivitelerini yapma olanaklarına sahip olmak.*” ($yy\bar{x}=4,254$; $y\bar{x}=4,257$, $p=0,965>0,05$) ve “*Marmaris'te hareketliliği/erişilebilirliği teşvik edecek tesislere sahip olmak.*” ($yy\bar{x}=4,309$; $y\bar{x}=4,410$, $p=0,073>0,05$) ifadelerinin ortalamaları yerel halk ve yerleşik yabancı grup değişkenine göre farklılık göstermemektedir. Marmaris'in turizm potansiyeli ve arzının da etkisiyle, sosyalleşme ve rekreasyon fırsatları her iki grubun yaşam kalitesinde farklılık göstermeksizin yüksek düzeyde öneme sahiptir. Marmaris destinasyonu; sahip olduğu doğası, mavi bayraklı koyları, turizm tesisleri, gece hayatı, kültür ve sanat etkinlikleri, parkları, bisiklet yolları, doğa ve su sporları yapma olanakları ile sadece turistlere değil, yerel halk ve yerleşik yabancılara birçok boş zaman aktivitesi için seçenekler sunmaktadır. Sosyalleşme ve rekreasyon fırsatları boyutunu kapsayan diğer ifadelerin tamamında yerel halkın puanları yerleşik yabancıların puanlarından yüksektir. Yerel halk; Marmaris'te kültürel faaliyetlere katılmayı ($yy\bar{x}=4,105$; $y\bar{x}=4,461$); sosyalleşmeyi ($yy\bar{x}=4,346$; $y\bar{x}=4,501$); bilgiye ulaşmayı ($yy\bar{x}=4,369$; $y\bar{x}=4,487$) ve farklı kültürlerden kişilerle iletişim olanaklarına sahip olmayı ($yy\bar{x}=4,280$; $y\bar{x}=4,442$) yerleşik yabancıdan daha fazla önemsemektedir. Marmaris destinasyonunda turizm sektörünün gelişimi ile yaratılan olumlu sosyal ve kültürel etkilerin, yerel halkın yaşam kalitesinde sosyalleşme ve rekreasyon fırsatlarını zenginleştirdiği söylenebilir.

Yerleşik yabancı ve yerel halk gruplarının sağlık ve güvenlik yararları puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($t_{(875)}=4.359$; $p=0.000<0,05$). Yerel halkın sağlık ve güvenlik yararları puanları ($y\bar{x}=4,650$), yerleşik yabancıların sağlık ve güvenlik yararları puanlarından ($yy\bar{x}=4,458$) yüksek bulunmuştur. Yukarıda Çizelge 59'da yaşam kalitesi ölçeği sağlık ve güvenlik yararları boyutunda yer alan ifadeler ve söz konusu ifadeler karşılık gelen puanlara göre; ifadelerin tamamında yerel halkın puanları yerleşik yabancılardan yüksektir. Yerel halk; “*Marmaris'te kendini güvende hissetmeyi*” ($yy\bar{x}=4,497$; $y\bar{x}=4,614$), sağlıklı bir yaşama sahip olmayı ($yy\bar{x}=4,453$; $y\bar{x}=4,669$) ve temiz bir çevrede yaşamayı ($yy\bar{x}=4,424$; $y\bar{x}=4,667$) yerleşik yabancıya göre daha yüksek düzeyde önemsemektedir. Yerel halkın kendisini yüksek düzeyde güvende hissetmeyi istemesinin; Marmaris'te turizm gelişimi ile Türkiye'nin farklı

şehirlerinden, yabancı ülkelerden göç almaya başlamasıyla demografik yapının değişmesinden ve turizm kaynaklı suçların ortaya çıkmasından kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Yerleşik yabancıların olumsuz biçimde değişen çevre koşullarına bağlı olarak yerleşmiş oldukları destinasyonlardan, köken ülkelerine ya da daha iyi yaşam sürdürebilecekleri farklı ülkelere gidişleri söz konusu olabilmektedir. Oysa yerel halkın yerleşik yabancıya göre destinasyonda kalıcılığı söz konusudur. Bu bağlamda yerel halkın; güvenli, sağlıklı ve temiz çevre hassasiyetinin daha yüksek olmasının olağan karşılanabileceği düşünülmektedir. Marmaris destinasyonunda sürdürülebilir bir çevre için, karar vericilerin yerelden alacağı destek çok önemlidir. Yerel halkın sağlık-güvenlik hassasiyetlerinin ve tutumlarının yüksek düzeyde olması, Marmaris'te sürdürülebilir bir çevre için yürütülecek çalışmalarda, sahip oldukları farkındalık nedeniyle, destek verme eğilimlerinin de muhtemelen yüksek olacağı söylenebilir.

Yerleşik yabancı ve yerel halk gruplarının ekonomik fırsatlar ve destekleyici hizmetler puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($t_{(875)}=6.179$; $p=0.000<0,05$). Yerel halkın ekonomik fırsatlar ve destekleyici hizmetler puanları ($yh\bar{x}=4,491$), yerleşik yabancıların ekonomik fırsatlar ve destekleyici hizmetler puanlarından ($yy\bar{x}=4,178$) yüksek bulunmuştur. Yukarıda Çizelge 59'da yaşam kalitesi ölçeği ekonomik fırsatlar ve destekleyici hizmetler boyutunda yer alan ifadeler ve söz konusu ifadeler karşılık gelen puanlara göre; ifadelerin tamamında, yerel halkın puanları yerleşik yabancılardan yüksektir. Yerel halk; Marmaris'te daha fazla iş fırsatı ($yy\bar{x}=4,016$; $yh\bar{x}=4,513$), daha fazla gelir fırsatı ($yy\bar{x}=4,076$; $yh\bar{x}=4,408$), daha iyi ulaşım olanağı ($yy\bar{x}=4,330$; $yh\bar{x}=4,519$), sağlık hizmetleri erişimi ($yy\bar{x}=4,385$; $yh\bar{x}=4,586$) ve ekonomik faaliyet çeşitliliğine ($yy\bar{x}=4,081$; $yh\bar{x}=4,428$) yerleşik yabancılara göre, yaşam kalitelerinde ekonomik fırsatlar ve destekleyici hizmetlere daha yüksek düzeyde önem vermektedir. Marmaris geçmişte küçük bir balıkçı kasabası iken günümüzde ekonomisi turizme bağımlı, dünyanın seçkin turizm destinasyonlarından birine dönüşmüştür. Marmaris'te turizmin mevsimsellik etkisi nedeniyle düşük sezonda birçok turizm işletmesi faaliyet göstermemekte ve bu işletmelerde çalışan yerel halk mevsimsel işsizlik yaşamaktadır. Marmaris yüksek sezonda turizmde çalışma amaçlı gelen yerli ve yabancı işgücü nedeniyle mevsimlik göç almaktadır. Yüksek sezonda; turistler, günübirlik ziyaretçiler ve sezonluk çalışmaya gelenler ile Marmaris'in nüfusu katlanarak artmaktadır. Türkiye'de altyapı çalışmalarının il-ilçe nüfusları gözetilerek yapılması, nüfusun mevsimsel olarak arttığı yerleşim alanlarında; ulaşım, sağlık hizmetlerinin yetersiz

kalmasına neden olabilmektedir. Yerel halkın yaşam kalitelerinde ekonomik fırsatlar ve destekleyici hizmetleri yüksek düzeyde önemsemesinin, Marmaris'teki mevcut durumlarının iyileştirilmesine yönelik isteklerinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Karar vericilerin; Marmaris'i turizme aşırı bağımlılıktan kurtaracak iş alanlarına destek vermesinin, sosyal taşıma kapasitesinin aşılmasına yönelik önlemler almasının, yerel halkın yaşam kalitesine olumlu katkıları olacağı düşünülmektedir. Yerleşik yabancıların; iş ve gelir fırsatlarını içeren ifadeler ile ekonomik faaliyet çeşitliliğine ilişkin ifadeye daha düşük düzeyde önem vermeleri; çoğunluğunun köken ülkelerinde elde ettikleri gelir ve birikimleri harcayarak Marmaris'te yaşamlarını sürdürmeleri, yerleşim kararlarında iş ve çalışmanın ana amaç olmamasından kaynaklandığı düşünülmekte, elde edilen bulgu, yaşam biçimi göçmeni olduklarını desteklemektedir.

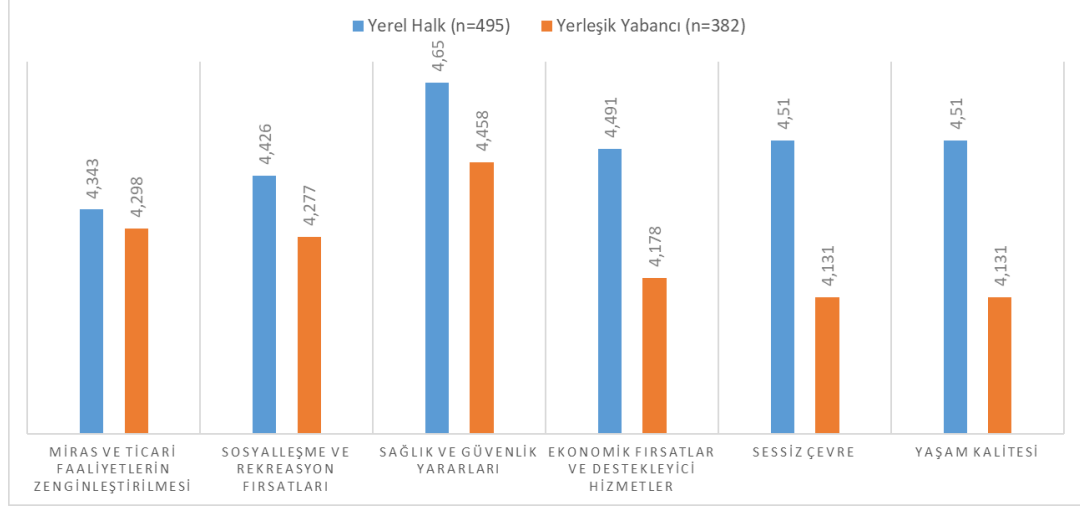
Yerleşik yabancı ve yerel halk gruplarının sessiz çevre puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($t_{(875)}=7.276$; $p=0.000<0,05$). Yerel halkın sessiz çevre puanları ($yh\bar{x}=4,510$), yerleşik yabancıların sessiz çevre puanlarından ($yy\bar{x}=4,131$) yüksek bulunmuştur. Yukarıda Çizelge 59'da yaşam kalitesi ölçeği sessiz çevre boyutunda yer alan ifadelere ve söz konusu ifadelere karşılık gelen puanlara göre; ifadelerin tamamında, yerel halkın puanları yerleşik yabancılardan yüksektir. Yerel halk Marmaris'te trafik sıkışıklığı ve insan kalabalığı olmadan ($yy\bar{x}=4,160$; $yh\bar{x}=4,572$), sessiz bir çevrede yaşamayı ($yy\bar{x}=4,102$; $yh\bar{x}=4,448$), yaşam kalitelerinde sessiz çevreyi yerleşik yabancılardan daha yüksek düzeyde önemsemektedir. Marmaris destinasyonunun yerleşik nüfusu her geçen yıl artarak yükselmektedir. Yüksek sezonda gelen turistler ile geçici Marmaris nüfusu yaklaşık 6-7 katına, hatta kurban ve ramazan bayramının yüksek sezon ile kesiştiği tarihlerde, GETOB Başkanı Bülbüloğlu'nun ifadesiyle 10 katına kadar çıkmaktadır ("Nüfusu 10 Katına Çıktı", 2018). Marmaris'te turizm işletmelerinin konumluk yerleri ile yerel halk ve yerleşik yabancıların yerleşim alanları iç içe geçmiş durumdadır. Özellikle oteller, yiyecek-içecek, eğlence işletmeleri yerel halk ve yerleşik yabancıların deniz kıyısı ve yakınlarındaki konutları ile bitişik nizam yan yana bulunmaktadır. Yerel halk ve yerleşik yabancı; kalabalığı, gürültüyü ve trafik yoğunluğunu gündelik yaşamının bir parçası olarak deneyimlemektedir. Ancak yerel halkın ve yerleşik yabancıların farklı yaşam biçimi ve alışkanlıklarının, günlük rutinlerindeki ayrılıklarının, farklı algılamalarının, yaşam kalitelerinde sessiz çevreyi farklı düzeylerde önemsemelerine neden olduğu düşünülmektedir.

Yerleşik yabancı ve yerel halk gruplarının miras ve ticari faaliyetlerin zenginleştirilmesi puanları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($p>0,05$). Yukarıda Çizelge 59'da verildiği üzere, yaşam kalitesi ölçeği miras ve ticari faaliyetlerin zenginleştirilmesi boyutunda yer alan ifadeler ve söz konusu ifadeler karşılık gelen puanlara göre; doğal çevrenin korunması ($yy\bar{x}=4,490$; $yh\bar{x}=4,543$); Marmaris'e değer verildiğini hissetme ($yy\bar{x}=4,374$ $yh\bar{x}=4,481$), kültürel mirasın korunması ($yy\bar{x}=4,463$; $yh\bar{x}=4,543$), Marmaris'te yaşamaktan gurur duyma ($yy\bar{x}=4,236$ $yh\bar{x}=4,293$), restoran ve diğer ticari işletmelerin bulunması ($yy\bar{x}=4,257$; $yh\bar{x}=4,366$), emlak ve arazilerin değer kazanması ($yy\bar{x}=3,830$; $yh\bar{x}=3,971$) ifadelerinin tamamında, yerleşik yabancı ve yerel halk puanları anlamlı farklılık göstermemektedir. Marmaris'teki doğal, sosyal, kültürel ve ekonomik çevrenin mevcut durumu, her iki grubun da yaşam kalitesinde miras ve ticari faaliyetlerin zenginleştirilmesine verdikleri önem düzeyini yükseltmektedir. Doğaya verilen değer, kış aylarında hava kirliliğini önlemek adına 1984 yılından bu yana devam eden kömür yakma yasağı, gerek yerel yönetimler gerekse çevre dostu gönüllüler tarafından tüm topluma yayılmaya çalışılan temiz çevre bilinci ile Marmaris'te varlığını göstermektedir. Marmaris destinasyonu var olan imajı ile yerli ve yabancı birçok turisti kendisine çekmekte, yerleşik yabancı ve yerel halk için yaşamlarını sürdürdükleri Marmaris'in bir parçası olmak gurur duygularını okşamaktadır. Turizme bağımlı ve turizmden bağımsız işletmelerin gerek niceliksel gerekse niteliksel olarak zenginleşmesi, yerleşik yabancı ve yerel halkın istek ve beklentilerine cevap veren, çeşitli mal ve hizmetlere kolaylıkla ulaşılması, yerleşik yabancı ve yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmektedir. Turizm literatüründe emlak ve arazi fiyatlarının artması olumsuz bir ekonomik etki olarak görülmektedir. Marmaris'te ev kirilayarak yerleşik yaşam sürdüren her iki grubun da emlak fiyatlarındaki artışlardan dolayı yaşam kalitelerinin olumsuz etkileneceği söylenebilir. Ancak ev, emlak sahibi olan, evlerini kiraya veren, yatırım amaçlı ev ve emlak edinen yerleşik yabancı ve yerel halkın, söz konusu varlıklarının değer kazanması yaşam kalitelerinin artmasında olumlu ekonomik etkiler yaratmaktadır. Elde edilen sonuçlara göre, Marmaris'te turizm gelişimi sürdürülebilirlik ekseninde devam ettiği müddetçe, yerel halkın ve yerleşik yabancıların yaşam kalitesi düzeyini düşürmeyeceği ve hatta yükseltebileceği söylenebilir.

Yerleşik yabancı ve yerel halk gruplarının yaşam kalitesi puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($t_{(875)}=7.276$; $p=0.000<0,05$). Yerel halkın yaşam kalitesi puanları

($y_h\bar{x}=4,510$), yerleşik yabancıların yaşam kalitesi puanlarından ($y_y\bar{x}=4,131$) yüksek bulunmuştur.

Yaşam kalitesi puanlarının gruplara göre farklılaşma durumu aşağıda Şekil 10'da verilmiştir.



Şekil 10. Yaşam Kalitesi Puanlarının Gruplara Göre Farklılaşma Durumu

Elde edilen bulgular; **H7**:“Yaşam kalitesi yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.” hipotezini desteklemektedir. Yerel halkın yaşam kalitesine verdiği önem düzeyinde; Marmaris’teki en önemli ekonomik faaliyet alanı olan turizmin sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel etkilere yönelik beklentilerin ve elde edilen sonuçların etkili olduğu düşünülmektedir. Marmaris’in turizm gelişim biçimine bağlı olarak var olan turizm faaliyetlerinin, gerçekleştirilen aktivitelerin, gelen turistler ile yaşanan sosyal mübadele ilişki düzeylerinin, yerel halkın yaşam kalitesini etkilediği söylenebilir. Yaşam biçimi göçmenleri, köken ülkelerinde eksikliğini hissettikleri, yaşamlarına dahil etmeyi amaç edindikleri çeşitli faktörler için ülkelerinden ayrılmaktadır. Yaşam biçimi göçmenlerinin Akdeniz çanağındaki ülkelere yerleşme kararı almalarında; iklim, ekonomik koşullar, sıcak insan ilişkileri gibi faktörlerin etkili olduğu bilinmektedir. Yerleşik yabancıların geçici ya da kalıcı olarak göç ettikleri destinasyonlarda yaşam kalitelerinin düşmesi, göç edilen ülkeyi terk ederek daha iyi bir yaşam sürecekleri yeni ülkelere/yerlere ya da köken ülkelerine dönüş ile sonuçlanabilmektedir. Bu bağlamda gelişmişlik ve yaşam standartları açısından dünya listesinde üst sıralarda yer alan Birleşik Krallıktan göç etmiş yerleşik yabancıların yaşam kalitesi puanlarının yerel halka göre farklılık göstermesine karşın oldukça

yüksek düzeyde olması, Marmaris'teki yaşam kaliteleri bozulmadığı sürece Marmaris'te yerleşik olarak bulunmaya devam edeceklerinin bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

5.4.1.5.5. Sosyal Etkileşim Puanlarına Göre Farklılaşma Durumu

Sosyal etkileşim puanlarının gruplara göre farklılaşma durumu bağımsız gruplar t-testi sonuçları aşağıda Çizelge 63'te verilmiştir.

Çizelge 63.Sosyal Etkileşim Puanlarının Gruplara Göre Farklılaşma Durumu

Gruplar	Yerel Halk (n=495)		Yerleşik Yabancı (n=382)		t	Sd	p
	Ort	Ss	Ort	Ss			
Yakın Etkileşim	3,976	1,018	3,907	0,850	1,066	875	0,276
Turizm Çekicilikleri ve Destek Hizmetlerinde Gerçekleşen Etkileşim	3,977	1,028	4,000	0,805	-0,354	875	0,715
Resmi (Formel) Etkileşim	4,107	0,990	3,963	0,804	2,313	875	0,018
Sosyal Etkileşim	4,007	0,944	3,949	0,739	0,986	875	0,309
Bağımsız Gruplar T-Testi							

Yerleşik yabancı ve yerel halk gruplarının resmi (formel) etkileşim puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($t_{(875)}=2.313$; $p=0.018<0,05$). Yerel halkın resmi (formel) etkileşim puanları ($y_h\bar{x}=4,107$), yerleşik yabancıların resmi (formel) etkileşim puanlarından ($y_y\bar{x}=3,963$) yüksek bulunmuştur. Yukarıda Çizelge 59'da sosyal etkileşim ölçeği resmi (formel) etkileşim boyutunda yer alan ifadeler ve söz konusu ifadelere karşılık gelen puanlar incelendiğinde; ürün ve hizmet sunumunda etkileşim ($y_y\bar{x}=4,045$; $y_h\bar{x}=4,170$, $p=0,068>0,05$) ve belediye hakkında bilgi verme ($y_y\bar{x}=3,992$; $y_h\bar{x}=3,956$, $p=0,615>0,05$) ifadelerinin ortalamaları yerel halk ve yerleşik yabancı grup değişkenine göre farklılık göstermemektedir.

Elde edilen sonuç; yerleşik yabancı ve yerel halkın, resmi (formel) mübadele ilişkilerinde sosyal kurallara ve rollerine uygun sosyal davranışı gerçekleştirmeyi karşılıklı olarak yüksek düzeyde önemsediklerini göstermektedir. Söz konusu durum tarafların karşılıklı sosyal etkiler yoluyla; ödül alma, cezadan kaçınma, tam ve doğru bilgiye ulaşma gibi nedenlerden dolayı uyma davranışında bulduklarını

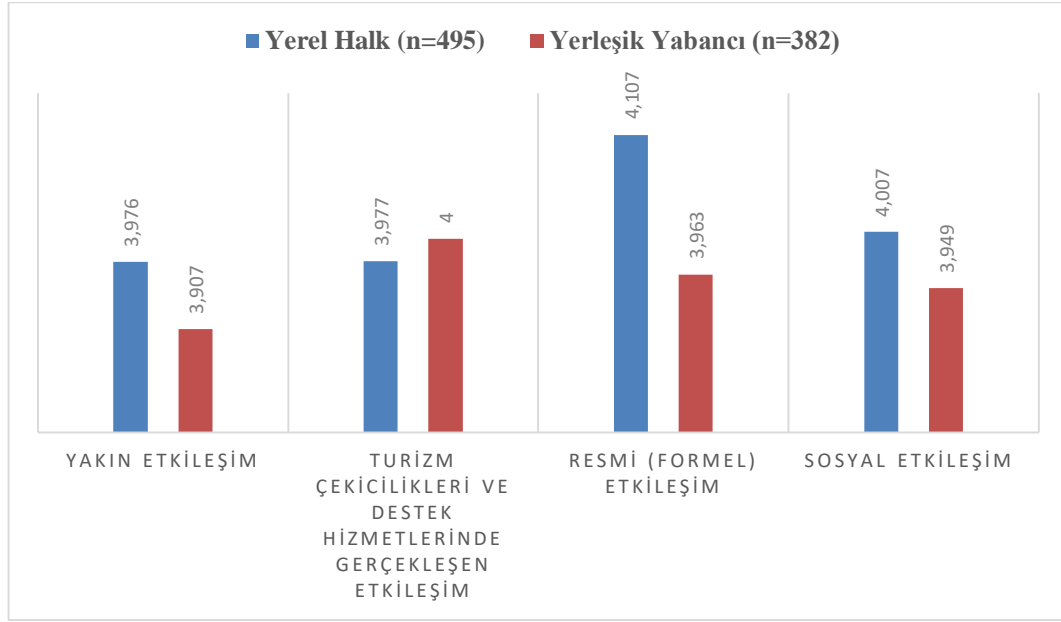
göstermektedir (Sakallı, 2016). Resmi (formel) etkileşim ifadelerinden; işyerinde iletişim kurma ($yy\bar{x}=3,764$; $yh\bar{x}=4,196$) ifadesinde yerel halkın puanları yerleşik yabancıların puanlarından yüksektir. Elde edilen sonuca göre; yerel halk yerleşik yabancılardan elde ettiği ve gelecekte elde edeceğini düşündüğü kazanımlar nedeniyle işyerindeki iletişimlerini çok daha yüksek düzeyde önemsemektedir. Yerleşik yabancılar, gündelik yaşamlarında gereksinim ve istek duydukları çeşitli mal ve hizmetleri doğal olarak Marmaris'teki işletmelerden temin etmektedirler. Yapılan akademik çalışmalarda, yerleşik yabancıların turizm destinasyonlarında önemli ekonomik etkiler yarattıkları ifade edilmektedir (Balkır ve Kırkulak Uludağ, 2014; Südaş ve Mutluer, 2008; USAK, 2008). Bu bağlamda; yerel halkın yerleşik yabancılarla işyerindeki iletişimlerine, elde ettikleri ekonomik kazanımlar nedeniyle, daha yüksek düzeyde önem verdikleri çıkarımı yapılabilir. Yerel halk yerleşik yabancı ile işyerindeki iletişimini; hile ve aldatmadan uzak, tanıdık, aşına olmanın yarattığı sorumluluk ile sürdürme eğilimindedir.

Yerleşik yabancı ve yerel halk gruplarının yakın etkileşim, turizm çekicilikleri ve destek hizmetlerinde gerçekleşen etkileşim, sosyal etkileşim puanları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($p>0,05$). Yukarıda Çizelge 59'da yer alan, sosyal etkileşim ölçeği yakın etkileşim boyutunda yer alan ifadeler ve söz konusu ifadelere karşılık gelen puanlar incelendiğinde; yemeğini paylaşma ($yy\bar{x}=4,065$; $yh\bar{x}=4,125$), hediye alışverişinde bulunma ($yy\bar{x}=3,827$; $yh\bar{x}=3,976$), evine davet etme ($yy\bar{x}=3,875$; $yh\bar{x}=3,908$) ve partiye/eğlenceye katılma ($yy\bar{x}=3,997$; $yh\bar{x}=3,865$) ifadelerinin ortalamaları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir. Yerleşik yabancı ve yerel halk, samimiyet ve derinliğin söz konusu olduğu, resmi olmayan (informel) etkileşimlerine yüksek düzeyde önem vermektedir. Literatürde; turist-yerel halk ilişkilerinin genellikle yüzeysel, resmi (formel) ilişkiler biçiminde geliştiği ifade edilmektedir. Turistin destinasyonda kısa süreli bulunması, kalıcılığının söz konusu olmaması, resmi olmayan (informel) ilişkiler için fırsatının bulunmaması (Sinkovics ve Penz, 2009, 458), dil engeli, katıldığı turizm çeşidi, kişilik özellikleri, yerel halka karşı kültürel mesafesi, iletişim kurma becerileri gibi sayılabilecek pek çok etkene bağlı olarak turist-yerel halk arasındaki ilişkilerin yüzeysel olması gerekelendirilebilmektedir. Turist-yerel halk ilişkisi için uygun ortamların varlığı, yerel otoriteler tarafından sağlanan destek ve teşvikler, her iki tarafa da yakın ve samimi ilişkiler kurabilmeleri için çeşitli fırsatlar sunabilmektedir. Prentice, Witt ve

Wydenbach (1994) çalışmalarında; turistlerin yerel halk ile sohbet etme, günlük sosyal aktivitelere katılma gibi resmi olmayan (informel) etkileşimleri ile destinasyonu ve yerel halkı sevebileceklerini ifade etmektedir. Turist ile aynı kökenden olan yerleşik yabancının Marmaris destinasyonunda gündelik yaşamı yerel halk ile birarada sürdürmesi, karşılaşma ve temaslarını artırmakta, sosyal çevrelerini genişletme ve sosyal ilişkilerinin derinliğini artırmada sayısız fırsat sunmaktadır. Marmaris'te tarafların birbirine aşına olması, ortak arkadaşlarının bulunması, komşuluk ilişkileri, ortak ilgi alanları, sosyal ve kültürel çeşitli etkinliklerde beraber olma durumları, ilişkilerinin yakın ve samimi biçime dönüşmesinde, yardımlaşmalarında, kaynaşmalarında yüksek düzeyde etki yaratmaktadır. Tarafların birbirlerine ve Marmaris'e yönelik sevgilerinin, bağlılıklarının artmasında karşılıklı, pozitif sosyal ilişkileri ve etkileri önemli düzeyde katkı sağlamaktadır. İfadeler içerisinde birlikte spor yapma ($yy\bar{x}=3,738$; $yh\bar{x}=4,040$) gruplar arasında anlamlı farklılık göstermekte, yerel halk yerleşik yabancılar ile spor yapmayı daha çok önemsemektedir. Yerel halkın yerleşik yabancıyı benimseme ve kabul edişinin göstergesi olarak, ortak ilgi alanları bulma ve paylaşımları artırma amacıyla, bir araç olarak spor yapmayı daha yüksek düzeyde önemsedikleri söylenebilir. Turizm çekicilikleri ve destek hizmetlerinde gerçekleşen etkileşim boyutunda yer alan; diğer ticari işletmelerde ($yy\bar{x}=4,013$; $yh\bar{x}=4,002$), sahilde ($yy\bar{x}=4,026$; $yh\bar{x}=4,004$), eğlence yerlerinde ($yy\bar{x}=3,848$; $yh\bar{x}=3,754$), yiyecek-içecek işletmelerinde ($yy\bar{x}=4,063$; $yh\bar{x}=4,022$) ve etkinliklerde ($yy\bar{x}=4,050$; $yh\bar{x}=4,105$) iletişim kurma ifadelerinin ortalamaları yerleşik yabancı ve yerel halk gruplarında anlamlı farklılık göstermemektedir. Her iki grup; turizm çekicilikleri ve destek hizmetlerinde gerçekleşen resmi olmayan (informel) sosyal etkileşimlerine yüksek düzeyde önem vermektedir. Literatürde; gündelik aktiviteler yaşam biçimi göçmenlerinin sosyalleşmesi ve topluluk ruhunu inşa etmelerinde etkili görülmektedir (Kordel ve Pohle, 2018, 142). Turizm destinasyonunun sahip olduğu özellikler, sunduğu olanaklar turist-yerel halk etkileşiminde olduğu gibi Marmaris özelinde yerleşik yabancı ve yerel halk için de benzer sahneler yaratmaktadır. Marmaris destinasyonunda turistik ortamlar ve gündelik yaşam ortamları içiçe geçmiş durumdadır. Yaşam biçimi göçmenlerinin göç motivasyonları içerisinde alt sıralarda da olsa bulunan, yerel halk ile yakın ilişkiler yaşama arayışının elde edilen bulgulara göre yerine getirildiği söylenebilir. Ancak Kordel ve Pohle'nin (2018) çalışmalarında; yaşam biçimi göçmenlerinin, göç sonrası yaşamlarında yerel halk ile yakın sosyal ilişkiler kurmadıkları, ulus, sınıf ve ırk çizgileriyle örtüşen paralel topluluklar yarattıkları

belirtilmektedir. Marmaris'te yerleşik yabancı ve yerel halk aynı mahallede, sitede oturmakta, tarafların eğitim dönemindeki çocukları aynı okullara gitmekte, sosyal yaşam içerisinde yerleşik yabancılar zaman zaman ortak buluşma noktalarında bir araya gelseler de yerel halktan soyutlanmış paralel bir yaşam görüntüsü vermemektedirler.

Sosyal etkileşim puanlarının gruplara göre farklılaşma durumu aşağıda Şekil 11'de verilmiştir.



Şekil 11. Sosyal Etkileşim Puanlarının Gruplara Göre Farklılaşma Durumu

Elde edilen bulgular; **H8**:“Sosyal etkileşim yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.” hipotezini desteklememektedir. Yerleşik yabancı ve yerel halk resmi olmayan (informel) etkileşimlerine eşit seviyede ve yüksek derecede önem vermektedir. Yüz yüze olan, samimiyetin, konukseverliğin, dostluk ve yardımlaşmanın söz konusu olduğu resmi olmayan (informel) etkileşimleri, yerel halk ve yerleşik yabancı arasında sıcak ve derin ilişkilerin karşılıklı bir biçimde oluştuğunu göstermektedir. Yerleşik yabancı ve yerel halk arasındaki uyumlu ilişki, sosyal etkileşimlerini pozitif yönlü etkilemektedir. Turist-yerel halk ilişkileri hızlı ve yüzeysel bir biçimde gelişmekte iken, turist ile aynı kökenden olan yerleşik yabancıların yavaş-zamana yayılı, derin, sosyal ilişki ve etkileşimleri söz konusu olmaktadır. Literatürde; turizm destinasyonlarında turist-yerel halk etkileşimlerinin düşük düzeyde gerçekleştiği (Eusébio ve Carneiro, 2012; Reisinger ve Turner, 2003; Carneiro ve Eusébio, 2015) ve turist-yerel halk ilişkisinde temasın kalitesinin, temas sıklığından çok

daha önemli olduğu belirtilmektedir (Binder, Zagefka, Brown, Funke, Kessler, Mummendey, Maquil, Demoulin and Leyens, 2009). Elde edilen bulgular yerleşik yabancı-yerel halk etkileşiminin taraflar açısından yüksek düzeyde önemsendiğini göstermekte ve tarafların karşılıklı sosyal ilişkileri ile etkileşimlerinin kalitesinin artmasında, etkileşimlerine verdikleri önemin etkisi olduğu düşünülmektedir. Marmaris yerel halkının, tipik Akdeniz insanı olarak, ilişkilerinde sıcakkanlı ve misafirperver oldukları bilinmektedir. Genel bir kanı olarak Birleşik Krallık kökenlilerin, sosyal ilişkilerinde soğuk ve misafirperver olmadıkları ifade edilmesine karşın böyle bir genelleme yapmanın yanlış olacağı düşünülmektedir. Çünkü ilk karşılaşmalarında karşı tarafı tanımak amacıyla soğuk davranabilen İngilizlerin, samimiyet dereceleri arttıkça yakın, sıcak sosyal ilişkiler kurdukları ve son derece kibar davranışlar sergiledikleri bilinmektedir (Avcıkurt, 2015). Marmaris yerel halkının uzun yıllardır yabancı turistlerle, özellikle yerleşik yabancı ile aynı kökenden olan Birleşik Krallıktan gelen turistlerle sosyal karşılaşma ve temasları bulunmaktadır. Marmaris Birleşik Krallık kökenli yabancıların yaşam biçimi göçmeni olarak Türkiye’de yerleşmeyi tercih ettikleri bir destinasyondur. Özgürel ve Avcıkurt (2018, 214) çalışmalarında, Marmaris’teki yerleşik yabancıların Marmaris’e yerleşmeden önce turist olarak gelme durumları ile ilgili olarak katılımcıların %48,14’ünün “4 ve üstü”; %14,82’sinin 3 kez, %18,52’sinin ise 2 kez Marmaris’e geldiklerini tespit etmişlerdir. Marmaris’i tercih eden turistlerin bir kısmının, istikrarlı biçimde yıllar boyunca -ki bu zaman dilimi 15-20 yıla yayılabilmektedir-, aynı apart otele gelerek ya da 3-5 aylığına ev kiralayarak tatillerini yaptıkları gözlemlenmektedir. Birleşik Krallık kökenli Marmaris müdavimi turistler ile Marmaris’te bulunan yerleşik yabancıların, turist kültüründen farklı olarak köken ülke kültürünün etkisi ile sosyal ilişkiler kurdukları düşünülmektedir. Yerleşik yabancıların ve yerel halkın hem geçmişteki, hem de gündelik yaşamdaki deneyimlerinin, birlikte yaşama kültürüne alışmalarını hızlandırdığı, bu bağlamda; her iki grubun karşılıklı kültürel etkilerinin kültürleşmeye, daha açık bir ifadeyle kültürel olarak değişmelerine yol açtığı söylenebilir. Yerel halk ve yerleşik yabancı yaşadıkları kültürel değişim ile birbirlerine yaklaşmışlardır çıkarımı yapılabilir. Yerleşik yabancı-yerel halk arasında sevme, değer verme, bağlılık duyguları, birbirleriyle kaynaşma ve dayanışma durumlarının oluşmasında, aralarındaki sosyal etkileşime yüksek düzeyde önem vermelerinin etkisi olduğu söylenebilir. Bu bağlamda; turizmin, modern yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmesi, turist davranışının giderek gündelik olana benzemeye başlaması, küresel köyün sakinlerinin birbirine yakınlaşması ve evrensel

kültürün yayılımı, ulusal kültürleri kapsayıcılığı, turist-yerel halk ilişkilerini ve etkileşimlerini pozitif yönlü etkileyerek, toplumlar arası barışa katkı sağladığı söylenebilir.

Yerleşik yabancı ve yerel halk gruplarına birbirleri ile olan temaslarından duydukları memnuniyet düzeyleri sorulmuş, gruplara göre farklılaşma durumu aşağıda Çizelge 64’te sunulmuştur.

Çizelge 64. Temastan Duyulan Memnuniyet Puanlarının Gruplara Göre Farklılaşma Durumu

Gruplar	Yerel Halk (n=495)		Yerleşik Yabancı (n=382)		t	sd	p
	Ort	Ss	Ort	Ss			
Temastan Duyulan Memnuniyet	4,093	0,988	4,183	0,825	-1,441	875	0,150
Bağımsız Gruplar T-Testi							

Yerleşik yabancı ve yerel halkın temaslarından duydukları memnuniyet puanları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($p>0,05$). Elde edilen sonuca göre yerleşik yabancı ve yerel halk sosyal temaslarından karşılıklı olarak yüksek düzeyde memnuniyet duymaktadır. Literatürde; turizm destinasyonlarında turist-yerel halk karşılaşmaları, turizm deneyiminin önemli bir bileşeni olarak görülmekte, hem turistlerin hem de yerel halkın memnuniyetlerini olumlu ya da olumsuz yönde etkilediği ifade edilmektedir (Andereck vd., 2005; Eusébio ve Carneiro, 2012; Eusébio vd., 2018). Turist-yerel halk temaslarından duyulan memnuniyetin; önyargıları, kalıp yargıları (stereotipleri), sürtüşme ve gerilimleri azaltabileceği ve tarafların birbirlerini tanımalarının, öğrenmelerinin, kültürel zenginleşmeye katkıda bulunabileceği belirtilmektedir (Luo vd., 2015). Turist ile aynı kökenden olan yerleşik yabancı ve yerel halkın temaslarından yüksek düzeyde memnuniyet duymaları; birbirlerini benzer algılamalarına, uyumlarına katkılar sunacağı, Marmaris’te toplumsal anlayış ve hoşgörüyü daha da geliştireceği, bütünleşmeyi sağlayacağı ve Marmaris toplumunun sosyal sermayesini zenginleştirerek, sosyal değişim sürecini olumlu etkileyeceği söylenebilir.

5.4.1.5.6. Turizme Yönelik Tutum Puanlarına Göre Farklılaşma Durumu

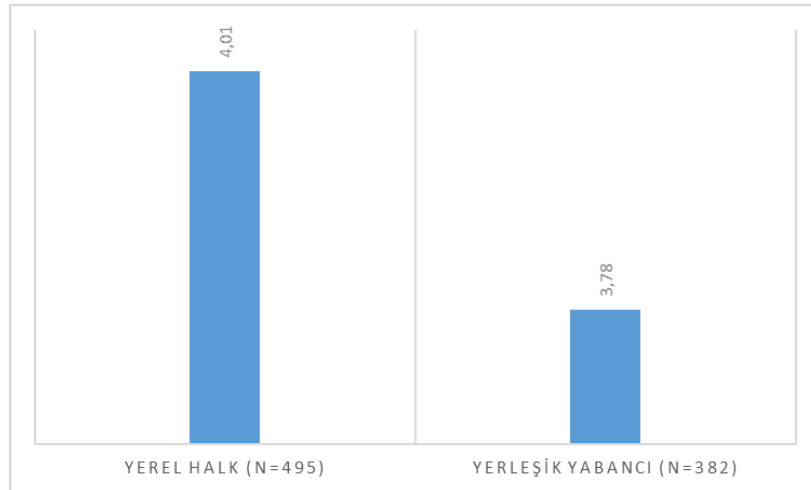
Aşağıda Çizelge 65’te turizme yönelik tutum puanlarının gruplara göre farklılaşma durumu, bağımsız gruplar t-testi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 65. Turizme Yönelik Tutum Puanlarının Gruplara Göre Farklılaşma Durumu

Gruplar	Yerel Halk (n=495)		Yerleşik Yabancı (n=382)		t	sd	p
	Ort	Ss	Ort	Ss			
Turizme Yönelik Tutum	4,010	0,986	3,780	0,748	3,786	875	0,000
Bağımsız Gruplar T-Testi							

Yerleşik yabancı ve yerel halk gruplarının turizme yönelik tutum puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($t_{(875)}=3.786$; $p=0.000<0,05$). Yerel halkın turizme yönelik tutum puanları ($y\bar{x}=4,010$), yerleşik yabancıların turizme yönelik tutum puanlarından ($yy\bar{x}=3,780$) yüksek bulunmuştur.

Turizme yönelik tutum puanlarının gruplara göre farklılaşma durumu aşağıda Şekil 12’de verilmiştir.



Şekil 12. Turizme Yönelik Tutum Puanlarının Gruplara Göre Farklılaşma Durumu

Elde edilen bulgular; **H9**: “Turizme yönelik tutum yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.” hipotezini desteklemektedir. Turizme yönelik tutum

konusunda, literatürde farklı disiplinlerden gelen araştırmacılar, konuya farklı açılardan yaklaşmışlardır. Araştırmacıların elde ettiği bulgular, birçok demografik-sosyolojik faktörün (yaş, cinsiyet, etnik köken, yaşam döngüsü, turizm merkezine yakınlık, ikamet süresi, turistlerle temas düzeyi, turizme katılım, turizm hakkında bilgi sahibi olma vb.) turizme yönelik topluluk tutumları üzerinde etkili olduğunu göstermektedir (Zhang vd., 2006). Bu bağlamda turist ile aynı kökenden olan yerleşik yabancı ile yerel halkın turizme yönelik tutum düzeylerindeki farklılıkta; demografik-sosyolojik faktörlere ek olarak, destinasyonun gelişim düzeyi, turistlerin sayısı, yoğunluğu, tipolojileri, etkileşimleri, bireyden kaynaklı faktörler ve bireyin yaşadığı, bireyle bitişik dış çevre faktörlerinin de etkili olması muhtemel görülmektedir (Weaver ve Lawton, 2001, 442).

5.4.1.6. Yerel Halk Grubu Tek Örnek T-Testi Sonuçları

Çalışmada topluluk duygusu, yaşam kalitesi, sosyal etkileşim, temastan duyulan memnuniyet ve turizme yönelik tutum tek örnek t-testi analizi yapılırken, 5’li Likerte göre orta değer¹⁵ olan “3 sayısı”¹⁶, eşik değer, bir başka ifadeyle test değeri olarak belirlenmiş ve Çizelge 66’da yerel halk grubuna ait söz konusu t-testi sonuçları verilmiştir.

¹⁵ Orta değer: Sayısal veri serisi küçükten büyüğe sıralandığında, serinin ortasında kalan sayıdır.

¹⁶ 5’li Likert veri serisi, 1’den başlayarak 5’e kadar kodlanmaktadır. En olumsuz cevap, en düşük puan olan (1), en olumlu cevap, en yüksek puan olan (5) sayısı ile temsil edilmektedir. 5’li Likerte, 3 sayısı orta değeri göstermektedir. Çalışmada orta değer olan 3, eşik değer olarak kabul edilmiştir.

Çizelge 66.Yerel Halk Grubunda Topluluk Duygusu, Yaşam Kalitesi, Sosyal Etkileşim, Temastan Duyulan Memnuniyet ve Turizme Yönelik Tutum Tek Örnek T-Testi Sonuçları

	N	Ortalama	Std. Sapma	t	p	Fark
Üyelik	495	3,547	0,974	12,504	0,000	0,547
Etki	495	3,352	0,947	8,261	0,000	0,352
Bütünleşme	495	3,332	0,952	7,764	0,000	0,332
Duygusal Bağlantılar	495	3,571	0,924	13,752	0,000	0,571
Topluluk Duygusu	495	3,450	0,864	11,603	0,000	0,450
Miras ve Ticari Faaliyetlerin Zenginleştirilmesi	495	4,343	0,778	38,424	0,000	1,343
Sosyalleşme ve Rekreasyon Fırsatları	495	4,426	0,765	41,499	0,000	1,426
Sağlık ve Güvenlik Yararları	495	4,650	0,666	55,091	0,000	1,650
Ekonomik Fırsatlar ve Destekleyici Hizmetler	495	4,491	0,812	40,856	0,000	1,491
Sessiz Çevre	495	4,510	0,767	43,779	0,000	1,510
Yaşam Kalitesi	495	4,510	0,767	43,779	0,000	1,510
Yakın Etkileşim	495	3,976	1,018	21,336	0,000	0,976
Turizm Çekicilikleri ve Destek Hizmetlerinde Gerçekleşen Etkileşim	495	3,977	1,028	21,153	0,000	0,977
Resmi (Formel) Etkileşim	495	4,107	0,990	24,881	0,000	1,107
Sosyal Etkileşim	495	4,007	0,944	23,740	0,000	1,007
Temastan Duyulan Memnuniyet	495	4,093	0,988	24,624	0,000	1,093
Turizme Yönelik Tutum	495	4,010	0,986	22,776	0,000	1,010
Tek Örneklem T-Testi (Test Değeri=3)						

Yerel halkta topluluk duygusu, yaşam kalitesi, sosyal etkileşim, temastan duyulan memnuniyet ve turizme yönelik tutum puanlarının orta/eşik değer olan 3'ten yüksek olduğu saptanmıştır ($p<0,05$).

Yerel halk grubunda; topluluk duygusu ve topluluk duygusu alt boyutlarının ortalama puanları, belirlenen orta/eşik değere göre incelendiğinde, üyelik boyutu (fark=0,547), etki boyutu (fark=0,352), bütünleşme boyutu (fark=0,332), duygusal bağlantılar boyutu (fark=0,571) ve topluluk duygusu (fark=0,450) puanları 3'ten yüksek bulunmuştur. Topluluk duygusu alt boyutlarından duygusal bağlantılar boyutu farkın en yüksek olduğu boyuttur ve Ramos ve arkadaşlarının (2017) çalışmalarında elde ettikleri sonuç ile örtüşmektedir. Yerel halkın sahip olduğu topluluk duygusu ile Marmaris'te refah

içerisinde, durumlarından memnuniyet duyarak yaşadıkları, Marmaris'in ve Marmaris toplumunun kendileri için bir anlam taşıdığı söylenebilir.

Yerel halk grubunda; yaşam kalitesi ve yaşam kalitesi alt boyutlarının ortalama puanları, belirlenen orta/eşik değere göre incelendiğinde, miras ve ticari faaliyetlerin zenginleştirilmesi boyutu (fark=1,343), sosyalleşme ve rekreasyon fırsatları (fark=1,426), sağlık ve güvenlik yararları (fark=1,650), ekonomik fırsatlar ve destekleyici hizmetler (fark=1,491), sessiz çevre (fark=1,510) ve yaşam kalitesi (fark=1,510) puanları 3'ten yüksek bulunmuştur. Yaşam kalitesi boyutlarından sağlık ve güvenlik yararları boyutu, en yüksek farka sahip boyut olarak öne çıkmıştır. Yerel halkın turizm gelişimine bağlı olarak turizm suçlarında yaşanabilecek olası artışlardan, özellikle yüksek sezonda artan ziyaretçi sayısı ile birlikte yaşanabilecek çevresel kirlilikten yüksek düzeyde rahatsızlık duyabileceği, yaşam kalitesini olumsuz etkileyeceği, bu gerekçelerle sağlık ve güvenlik yararlarını yüksek düzeyde önemsendiği düşünülmektedir. Yerel halkın sahip olduğu yaşam kalitesi ile yüksek yaşam standartlarına sahip olduğu, Marmaris destinasyonundaki sosyal, kültürel, ekonomik ve fiziki çevrenin yaşam kalitesi algısı üzerinde olumlu etkiler yarattığı ifade edilebilir.

Yerel halk grubunda; sosyal etkileşim ve sosyal etkileşim alt boyutlarının ortalama puanları, belirlenen orta/eşik değere göre incelendiğinde, yakın etkileşim boyutu (fark=0,976), turizm çekicilikleri ve destek hizmetlerinde gerçekleşen etkileşim boyutu (fark=0,977), resmi (formel) etkileşim boyutu (fark=1,107) ve sosyal etkileşim (fark=1,007) puanları 3'ten yüksek bulunmuştur. Boyutlar içerisinde resmi (formel) etkileşim puanı en yüksek farka sahiptir. Ekonomisi turizme bağımlı olan Marmaris destinasyonunda, yerleşik yabancılarla resmi (formel) etkileşimin yerel halk tarafından yüksek düzeyde önemsenmesi, yerleşik yabancılardan elde ettikleri kazanımlarından ve geleceğe yönelik beklentilerinden kaynaklanmaktadır. Sosyal etkileşim ile bağlantılı olarak sorulan temastan duyulan memnuniyetin ortalama puanı da (fark=1,093) orta/eşik değer olarak belirlenen 3'ten büyük bulunmuştur. Yerel halkın yerleşik yabancılar ile sosyal etkileşimi ve temastan duyduğu memnuniyet düzeyi belirlenen orta/eşik değer üzerinde olduğundan, yerleşik yabancılara karşı ilgili oldukları, sosyal ilişkilerinde çatışmadıkları, yerel halk cephesinden ilişkinin uyumlu, etkileşimin olumlu algılandığı söylenebilir. Marmaris destinasyonunda yerel halk; hem mahrem alan olan arka bölgelerde (evde) hem de ön bölgeyi oluşturan, destinasyonun doğal ve

yapılı fiziki çevresi içerisinde bulunan açık ve kapalı alanlarda yerleşik yabancılarla etkileşim içerisine girmekte ve etkileşimlerini önemsemektedir. Yerel halkın yerleşik yabancılarla, samimi, yakın sosyal ilişkileri ve kuralla bağlı olarak gelişen resmi (formel) ilişkileri ile toplumsal rollerine uygun olarak hareket ettikleri, sosyal ilişki ve etkileşimlerinin beklentileri karşıladığı, Marmaris'e yerleşen yabancıya alıştıkları, rahatsız olmadıkları ve yerleşik yabancıları sevdiğileri söylenebilir.

Yerel halk grubunda; turizme yönelik tutum ortalama puanı, orta/eşik değer olan 3'ün (fark=1,010) üzerindedir. Marmaris destinasyonunda gündelik yaşamını sürdüren yerel halkın turizmin yarattığı atmosferi ve turizmin sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel etkilerini olumlu algılamasının, turizme yönelik tutumlarını olumlu etkilediği ve turizm gelişimini desteklediği söylenebilir. Bu bağlamda Marmaris destinasyonunda turizmin yerel halk tarafından benimsendiği –gerek ekonomik açıdan doğrudan ya da dolaylı bağımlı olmaları, gerekse yaşam kalitesi düzeylerini yükseltmesi-, turizmi yaşamlarının bir parçası olarak gördükleri bununla birlikte Marmaris turizminin gelişimini tamamlamadığı ve taşıma kapasitesinin aşılmadığı söylenebilir.

Sosyal mesafe t-testi analizi yapılırken, sosyal mesafe iscore orta/eşik değeri¹⁷ olan “84” test değeri olarak belirlenmiş ve Çizelge 67’de yerel halk grubu t-testi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 67.Yerel Halk Grubunda Sosyal Mesafe Tek Örnek T-Testi Sonuçları

	N	Ortalama	Std. Sapma	t	p	Fark
Sosyal Mesafe	495	54,701	27,682	494	,000	-26,854
Tek Örneklem T-Testi (Test Değeri=84)						

Yerel halkın sahip olduğu sosyal mesafe ortalama puanı, sosyal mesafe için belirlenen orta/eşik değer olan 84'ten düşük olduğu saptanmıştır ($p<0,05$). Yerel halkın orta/eşik değer altındaki sosyal mesafe ortalaması, sosyal yakınlığı göstermektedir. Yerel halkın yerleşik yabancıyı benimsediği, kendisi ile benzer algıladığı, çatışma ya da huzursuzluk yaratacak bir tehdit olarak algılamadığı, önyargılardan uzaklaşarak duygusal,

¹⁷ iscore orta/eşik değeri; sosyal mesafe iscore puanları 28 ile140 arasında uç değerler almakta, sosyal mesafe orta/eşik değeri 84'ü göstermektedir.

ayrımcılık yapmayarak davranışsal, kalıp yargılarını bir tarafa bırakarak bilişsel açıdan olumlu tutumlara sahip oldukları söylenebilir.

5.4.1.7. Yerleşik Yabancı Grubu Tek Örnek T-Testi Sonuçları

Marmaris destinasyonunda, turist ile aynı kökenden olan, yaşam biçimi göçmeni yerleşik yabancıların topluluk duygusu, yaşam kalitesi, sosyal etkileşim, temastan duyulan memnuniyet ve turizme yönelik tutumlarına ilişkin tek örnek t-testi sonuçları aşağıda Çizelge 68’de yer almaktadır.

Çizelge 68. Yerleşik Yabancı Grubunda Topluluk Duygusu, Yaşam Kalitesi, Sosyal Etkileşim, Temastan Duyulan Memnuniyet ve Turizme Yönelik Tutum Tek Örnek T-Testi Sonuçları

	N	Ortalama	Std. Sapma	t	p	Fark
Üyelik	382	3,888	0,708	24,516	0,000	0,888
Etki	382	3,757	0,787	18,796	0,000	0,757
Bütünleşme	382	3,627	0,844	14,523	0,000	0,627
Duygusal Bağlantılar	382	3,776	0,686	22,109	0,000	0,776
Topluluk Duygusu	382	3,767	0,650	23,068	0,000	0,767
Miras ve Ticari Faaliyetlerin Zenginleştirilmesi	382	4,298	0,525	48,372	0,000	1,298
Sosyalleşme ve Rekreasyon Fırsatları	382	4,277	0,564	44,232	0,000	1,277
Sağlık ve Güvenlik Yararları	382	4,458	0,618	46,082	0,000	1,458
Ekonomik Fırsatlar ve Destekleyici Hizmetler	382	4,177	0,648	35,539	0,000	1,177
Sessiz Çevre	382	4,131	0,762	28,992	0,000	1,131
Yaşam Kalitesi	382	4,131	0,762	28,992	0,000	1,131
Yakın Etkileşim	382	3,907	0,850	20,873	0,000	0,907
Turizm Çekicilikleri ve Destek Hizmetlerinde Gerçekleşen Etkileşim	382	4,000	0,805	24,276	0,000	1,000
Resmi (Formel) Etkileşim	382	3,963	0,804	23,397	0,000	0,963
Sosyal Etkileşim	382	3,949	0,739	25,095	0,000	0,949
Temastan Duyulan Memnuniyet	382	4,183	0,825	28,040	0,000	1,183
Turizme Yönelik Tutum	382	3,780	0,748	20,390	0,000	0,780
Tek Örneklem T-Testi (Test Değeri=3)						

Yerleşik yabancılarda topluluk duygusu, yaşam kalitesi, sosyal etkileşim, temastan duyulan memnuniyet ve turizme yönelik tutum puanlarının orta/eşik değer olan 3'ten yüksek olduğu saptanmıştır ($p<0,05$).

Yerleşik yabancı grubunda; topluluk duygusu ve topluluk duygusu alt boyutlarının ortalama puanları, belirlenen orta/eşik değere göre incelendiğinde, üyelik boyutu (fark=0,888), etki boyutu (fark=0,757), bütünleşme boyutu (fark=0,627), duygusal bağlantılar boyutu (fark=0,776) ve topluluk duygusu (fark=0,767) puanları 3'ten yüksek bulunmuştur. Topluluk duygusu boyutlarından üyelik boyutunun puanı, en yüksek farka sahiptir. Yerleşik yabancıların yerel halkı diğerleri/ötekiler olarak görmek yerine, aynı toplum içerisinde bir parça olarak var olduklarını, kendilerini Marmaris toplumuna ait ve güvende hissettikleri söylenebilir. Yerleşik yabancıların sahip olduğu topluluk duygusu ile Marmaris'te dil, din, kültür ve irksal açıdan toplam Marmaris nüfusu içerisinde azınlık olarak bulunmalarına karşın, daha iyi bir yaşam için yerleştikleri destinasyonda yerel halk ile güçlü toplumsal bağlar kurdukları tespit edilmiştir. Yerleşik yabancıların; yabancılıkları ile baş edebilmek, yalnızlık ve eş, dost, akraba çevresinden fiziksel olarak ayırık olmalarından kaynaklanan duygularından uzaklaşmak, dışlanma gibi olumsuz durumlara maruz kalmamak, sosyal ve psikolojik açıdan yaşamlarını daha kaliteli getirmek için, biz duygusu ile Marmaris toplumuna bağlandıkları ve bütünleştikleri söylenebilir.

Yerleşik yabancı grubunda; yaşam kalitesi ve yaşam kalitesi alt boyutlarının ortalama puanları, belirlenen orta/eşik değere göre incelendiğinde, miras ve ticari faaliyetlerin zenginleştirilmesi boyutu (fark=1,298), sosyalleşme ve rekreasyon fırsatları (fark=1,277), sağlık ve güvenlik yararları (fark=1,458), ekonomik fırsatlar ve destekleyici hizmetler (fark=1,177), sessiz çevre (fark=1,131) ve yaşam kalitesi (fark=1,131) puanları 3'ten yüksek bulunmuştur. Yaşam kalitesi alt boyutlarından sağlık ve güvenlik yararları puanı en yüksek farka sahiptir. Yerleşik yabancıların sağlıklı bir yaşam, temiz bir çevre ve kendilerini güvende hissedecekleri bir ortam içerisinde olmayı çok daha yüksek düzeyde önemsemeleri, daha iyi bir yaşam için köken ülkelerini terk etmelerinde, ana sebeplerden olan etkenleri göstermekte ve yaşam biçimi göçmeni olduklarını desteklemektedir. Yerleşik yabancıların sahip olduğu yaşam kalitesi ile kendilerini göçe iten yaşam kalitesi beklentilerinin gerçekleştiği, Marmaris destinasyonuna yerleşmeleri ile daha iyi yaşam koşullarına ulaştıkları

söylenbilir. Marmaris'teki sosyal, kültürel, ekonomik ve fiziki çevrenin, yerleşik yabancıların yaşam kalitesi algıları üzerinde olumlu etkiler yarattığı, Marmaris'te kendilerini güvende hissettikleri, Marmaris'te yaşamaktan gurur duydukları, sosyalleşme adına birçok olanağa sahip olarak Marmaris'teki yaşamlarından mutlu oldukları ve Marmaris'i sevdikleri söylenbilir.

Yerleşik yabancı grubunda; sosyal etkileşim ve sosyal etkileşim alt boyutlarının ortalama puanları, belirlenen orta/eşik değere göre incelendiğinde, yakın etkileşim (fark=0,907), turizm çekicilikleri ve destek hizmetlerinde gerçekleşen etkileşim (fark=1,000), resmi (formel) etkileşim (fark=0,963) ve sosyal etkileşim (fark=0,949) test değeri 3'ten yüksek bulunmuştur. Sosyal etkileşim boyutları içerisinde, turizm çekicilikleri ve destek hizmetlerinde gerçekleşen etkileşim boyutunun puanları en yüksek farka sahiptir. Marmaris destinasyonunda turizm gelişimine paralel olarak çok sayıda turizm işletmesinin varlığı, spordan sanata birçok alanda gerçekleştirilen etkinlikler, doğal ve yapılı fiziki çevrenin sunduğu olanaklar, yerleşik yabancıların yerel halk ile resmi olmayan (informel) etkileşimleri için çok sayıda ortam yaratmaktadır. Söz konusu karşılaşma ve temas ortamları, Marmaris destinasyonunun sahip olduğu özellikler, yerleşik yabancıların yerel halk ile yakın, samimi ilişkiler kurmalarında, sunduğu atmosfer ile yüksek düzeyde bir etki yarattığı düşünülmektedir. Sosyal etkileşim ile bağlantılı olarak sorulan temastan duyulan memnuniyetin ortalama puanı da (fark=1,183) orta/eşik değer olarak belirlenen 3'ten büyük bulunmuştur. Yerleşik yabancıların yerel halk ile sosyal etkileşimi ve temastan duyduğu memnuniyet düzeyi belirlenen eşik değerinin üzerinde olduğundan, yerel halkla ilişki ve etkileşimlerinin beklentilerini karşıladığı, yerel halk ile olumlu ilişkiler yaşadıkları, ilişkilerinden tatmin oldukları ve son derece uyumlu ilişkiler yaşadıkları söylenbilir.

Yerleşik yabancı grubunda; turizme yönelik tutum ortalama puanı, orta/eşik değer olan 3'ün (fark=0,780) üzerindedir. Literatürde Cohen'in ifade ettiği gibi yaşam biçimi göçmenleri, turizm deneyim bölümlerini genişleterek, turizmi devam eden bir yaşam biçimine dönüştürme eğilimindedirler. Bu bağlamda Marmaris destinasyonuna geçici ya da kalıcı olarak yerleşmiş yerleşik yabancıların, turizm ile yakın ilişkilerinin ve Marmaris'te turizmin yarattığı etkilerden (sosyal, ekonomik, kültürel ve çevresel) kazanım elde etmelerinin, turizme yönelik olumlu tutumlara sahip olmalarında ve turizm gelişimini desteklemelerinde belirleyici olduğu söylenbilir.

Sosyal mesafe t-testi analizi yapılırken, sosyal mesafe iscore orta/eşik değeri olan “84” test değeri olarak belirlenmiş ve aşağıda Çizelge 69’da yerleşik yabancı grubu t-testi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 69. Yerleşik Yabancı Grubu Sosyal Mesafe Tek Örnek T-Testi Sonuçları

	N	Ortalama	Std. Sapma	t	p	Fark
Sosyal mesafe	382	50,3822	18,13309	381	,000	-33,617
Tek Örneklem T-Testi (Test Değeri=84)						

Yerleşik yabancı grubunun sahip olduğu sosyal mesafe ortalama puanı, sosyal mesafe için belirlenen orta/eşik değeri olan 84’ten düşük olduğu saptanmıştır ($p < 0,05$). Yerleşik yabancı grubunun orta/eşik değeri altındaki sosyal mesafe ortalaması, yerel halka olan sosyal yakınlığını göstermektedir. Marmaris destinasyonunda yerleşik yabancıların yerel halk ile benzeştiklerini düşündüğü, turizmin ve yaşam biçimi göçünün sosyal mesafeyi kısaltarak, sosyal yakınlığı arttırdığı söylenebilir. Bu bağlamda; farklı kültürlerin karşılaşmalarının Marmaris’te tarafların birbirlerine olan toleranslarını arttırdığı, çatışma yerine uzlaşmanın tercih edildiği ve toplum barışına katkıda bulunduğu söylenebilir.

5.4.1.8. Yerleşik Yabancılarda Sosyal Etkileşim Puanlarının Yaşama ve İkamet Sürelerine Göre Farklılaşma Durumu

Aşağıda Çizelge 70’te Marmaris destinasyonundaki yerleşik yabancıların sosyal etkileşim puanlarının yaşama süresi değişkenine göre farklılaşma durumunu gösteren bulgulara yer verilmiştir.

Çizelge 70. Yerleşik Yabancılarda Sosyal Etkileşim Puanlarının Yaşama Süresine Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
Yakın Etkileşim	1 Yıldan Az	45	4,236	0,566	3,276	0,021	1>3 1>4
	1-5 Yıl	89	3,973	0,861			
	6-10 Yıl	114	3,814	0,855			
	11 Yıl ve Üzeri	134	3,833	0,893			
Turizm Çekicilikleri ve Destek Hizmetlerinde Gerçekleşen Etkileşim	1 Yıldan Az	45	4,267	0,658	1,902	0,129	
	1-5 Yıl	89	3,966	0,861			
	6-10 Yıl	114	3,949	0,791			
	11 Yıl ve Üzeri	134	3,976	0,815			
Resmi (Formel) Etkileşim	1 Yıldan Az	45	3,950	0,832	0,101	0,959	
	1-5 Yıl	89	4,000	0,870			
	6-10 Yıl	114	3,939	0,751			
	11 Yıl ve Üzeri	134	3,963	0,801			
Sosyal Etkileşim	1 Yıldan Az	45	4,166	0,603	1,691	0,168	
	1-5 Yıl	89	3,973	0,783			
	6-10 Yıl	114	3,891	0,711			
	11 Yıl ve Üzeri	134	3,909	0,768			
Tek Yönlü Varyans Analizi							

Yerleşik yabancıların yaşama süresine göre yakın etkileşim puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($F_{(3, 378)}=3,276$; $p=0,021<0,05$). Farkın nedeni; yaşama süresi 1 yıldan az olanların yakın etkileşim puanlarının ($\bar{x}=4,236$), yaşama süresi 6-10 yıl olanların yakın etkileşim puanlarından ($\bar{x}=3,814$) yüksek olmasıdır. Yaşama süresi 1 yıldan az olanların yakın etkileşim puanlarının ($\bar{x}=4,236$), yaşama süresi 11 yıl ve üzeri olanların yakın etkileşim puanlarından ($\bar{x}=3,833$) yüksek olmasıdır.

Yerleşik yabancıların turizm çekicilikleri ve destek hizmetlerinde gerçekleşen etkileşim, resmi (formel) etkileşim, sosyal etkileşim puanları yaşama süresi değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($p>0,05$).

Aşağıda Çizelge 71’de yerleşik yabancıların sosyal etkileşim puanlarının ikamet süresi değişkenine göre farklılaşma durumunu gösteren bulgulara yer verilmiştir.

Çizelge 71. Yerleşik Yabancılarda Sosyal Etkileşim Puanlarının İkamet Süresine Göre Farklılaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p
Yakın Etkileşim	7-9 Ay	65	4,025	0,766	2,573	0,078
	10-12 Ay	88	4,030	0,773		
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	229	3,827	0,893		
Turizm Çekicilikleri ve Destek Hizmetlerinde Gerçekleşen Etkileşim	7-9 Ay	65	3,991	0,876	0,222	0,801
	10-12 Ay	88	4,050	0,813		
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	229	3,983	0,784		
Resmi (Formel) Etkileşim	7-9 Ay	65	3,850	0,875	0,780	0,459
	10-12 Ay	88	3,974	0,773		
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	229	3,990	0,796		
Sosyal Etkileşim	7-9 Ay	65	3,953	0,784	0,603	0,548
	10-12 Ay	88	4,022	0,731		
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	229	3,920	0,731		
Tek Yönlü Varyans Analizi						

Yerleşik yabancıların yakın etkileşim, turizm çekicilikleri ve destek hizmetlerinde gerçekleşen etkileşim, resmi (formel) etkileşim, sosyal etkileşim puanları ikamet süresi değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($p>0.05$).

5.4.2. Yerleşik Yabancı ve Yerel Halk Gruplarına Göre Araştırma Bulgularının İçsel ve Dışsal Faktör Puanlarının Farklılaşma Durumu

Tüm canlı organizmalarda olduğu gibi insanlarda, konumuz itibariyle yerleşik yabancılarda ve yerel halkta, içsel ve dışsal uyarıcılara karşı çeşitli tepkiler göstermektedir. Taraflar birbirlerinden farklı biçimlerde çevreleriyle etkileşim süreci içerisine girmekte, içsel ve dışsal uyarıcıların etkisinde tutum ve davranışları biçimlenmektedir.

Yerleşik yabancıların ve yerel halkın etkileşim süreçlerini, davranışlarını, tavırlarını, tepkilerini etkileyen içsel faktörleri psikolojik faktörler olarak da adlandırmak mümkündür. Söz konusu içsel faktörler her iki tarafın davranışlarına, tepkilerine neden olan psikolojik süreçler tarafından etkilenmekte, bireylerin gereksinimlerinden beslenmektedir. İçsel faktörler 5 başlık altında incelenmektedir. Bunlar; motivasyon (güdülenme), algılama, öğrenme, tutum ve kişiliktir. Yerleşik yabancıların ve yerel halkın davranışlarını, tepkilerini etkileyen dışsal faktörler, içsel faktörlere bağımlı olan,

çevresel, durumsal ve bireysel faktörler olmak üzere 3 başlık altında incelenen faktörlerdir. Çevresel faktörler arasında yerleşik yabancı ve yerel halkın yaşadığı; ekonomik, toplumsal, sosyo-kültürel, politik, yasal, coğrafi ve teknolojik çevre sayılabilir. Durumsal faktörler arasında; bireylerin amaçları, destinasyon ortamı, mekânsal ve zamansal koşullar, sosyal ilişki atmosferi yer almaktadır. Bireysel faktörler arasında ise; yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi ve medeni durum bulunmaktadır (Rızaoğlu, 2012; Dönmez, 2016).

Faulkner ve Tideswell (1997) çalışmalarında; turizm gelişimi/topluluk arayüzünü iki boyut altında; içsel (intrinsic) ve dışsal (extrinsic) boyutlar olarak incelemişlerdir. İçsel boyutu; turizm destinasyonunda toplum üyelerinin karakteristik özelliklerinin oluşturduğu arayüz boyutu olarak tanımlamışlardır. Turizmin toplum içerisindeki etkilerinde rol oynayan; üyelere ait çeşitliliğin yarattığı, üyelerin iç çevrelerini oluşturan, kendilerine ait olan özellikler olduğunu belirtmişlerdir. İçsel boyut turizm destinasyonunda yaşayan bireylerin; turizme katılımı, sosyo-ekonomik özellikleri, turistik faaliyet ortamlarının konutlarına yakınlığı, destinasyondaki ikamet süreleri vb. özelliklerden oluşmaktadır. Topluluk üyeleri ile ilgili içsel faktörler, toplumun heterojenliğine katkıda bulunmaktadır (Zhang vd., 2006). İkamet süresinin uzunluğu algı ile ilişki değildir, ancak istihdam ya da yaşam biçimi seçimi gibi yerleşme nedenleri ve toplum içinde turizme bağlı değişikliklere uyum sağlamaya aracılık etmektedir. Dışsal boyut ise bir turizm destinasyonunun rolü açısından üstlendiği özellikleri, karakteristiğini ifade etmektedir. Turizm destinasyonun gelişim düzeyi, turist/yerel halk oranı, yabancı turist oranı, konumu, gelen turistlerin tipolojileri, mevsimsellik durumu ve benzerlerinden oluşan, bireyin etkisi altında kaldığı dış çevreye ait olan, toplum üyelerini çevreleyen faktörler dışsal boyutu oluşturmaktadır. Faulkner ve Tideswell'in içsel ve dışsal faktör modelinin, herhangi bir turizm destinasyonunda uygulanabilecek, yerleşiklerin turizme yönelik tutumlarını belirlemede çerçeve oluşturması nedeniyle, değerli bir model olduğunu ifade etmektedir (Weaver ve Lawton, 2001, 442).

Çalışma kapsamında ölçek ifadelerinin içsel ve dışsal faktör ayrımı ise; bireyin duygularını ifade eden, içselleştirdiği durumlara yönelik tutumu içsel faktör; davranışları ifade eden, dışsal olarak gözlemlenebilecek ifadelerle yönelik tutumu dışsal faktör olarak sınıflandırılmıştır. Sevme, güvenme, önemseme vb. duyguları ifade eden

içselleştirilmiş bir durumu işaret eden ifadeler içsel faktör olarak; katılma, destekleme, paylaşma vb. davranışları ifade eden dışarıdan görünen bir durumu işaret eden ifadeler ise dışsal faktör olarak belirlenmiştir.

5.4.2.1. İçsel ve Dışsal Faktör Puan Farklılaşmaları ile İlgili T-Testi Sonuçları

Yukarıda Çizelge 59’da ankette bulunan ölçekler, ölçek boyutları, ifadeler, içsel ve dışsal faktör ayrımı yapılarak sunulmuştur. Özetlemek gerekirse;

Topluluk duygusu ölçeği 11 içsel, 11 dışsal faktör toplam 22 ifadeden oluşmaktadır. Topluluk duygusu boyutlarını oluşturan ifadelerdeki dağılım şu şekildedir:

-üyelik boyutunda 3 içsel,3 dışsal faktör ifadesi,

-etki boyutunda 4 içsel, 2 dışsal faktör ifadesi,

-bütünleşme boyutunda 2 içsel, 3 dışsal faktör ifadesi,

-duygusal bağlantılar boyutunda 2 içsel, 3 dışsal faktör ifadesi bulunmaktadır.

Sosyal mesafe ölçeğinde 7 dışsal faktör ifadesi yer almaktadır. Sosyal mesafe ölçeğinde yer alan ifadelere verilen yanıtlar diğer dışsal ifadeler ile puanlanırken ters olarak “1-kesinlikle katılmıyorum”, “2-katılmıyorum”, “3-kararsızım”, “4-katılıyorum”, “5-kesinlikle katılıyorum” kodlanmıştır. Dolayısıyla sosyal mesafe puanları sosyal yakınlığı göstermektedir.

Yaşam kalitesi ölçeğinde 22 içsel faktör ifadesi, sosyal etkileşim ölçeğinde 13 içsel faktör ifadesi, turizme yönelik tutum ölçeğinde ise 1 içsel, 4 dışsal faktör ifadesi bulunmaktadır.

Aşağıda Çizelge 72’de içsel-dışsal puanların gruplara göre farklılaşma durumu verilmiştir.

Çizelge 72.İçsel-Dışsal Puanların Gruplara Göre Farklılaşma Durumu

Gruplar	Yerel Halk (n=495)		Yerleşik Yabancı (n=382)		t	sd	p
	Ort	Ss	Ort	Ss			
İçsel Faktör	4,105	0,641	4,067	0,492	0,963	875	0,320
Dışsal Faktör	3,680	0,809	3,856	0,558	-3,635	875	0,000
Topluluk Duygusu İçsel Faktör	3,511	0,890	3,788	0,690	-5,026	875	0,000
Topluluk Duygusu Dışsal Faktör	3,389	0,874	3,747	0,663	-6,652	875	0,000
Üyelik İçsel Faktör	3,643	1,050	3,901	0,794	-3,991	875	0,000
Üyelik Dışsal Faktör	3,451	0,994	3,875	0,759	-6,924	875	0,000
Etki İçsel Faktör	3,360	0,973	3,730	0,832	-5,943	875	0,000
Etki Dışsal Faktör	3,335	1,041	3,810	0,849	-7,246	875	0,000
Bütünleşme İçsel Faktör	3,479	1,009	3,720	0,921	-3,645	875	0,000
Bütünleşme Dışsal Faktör	3,234	1,023	3,565	0,880	-5,047	875	0,000
Duygusal Bağlantılar İçsel Faktör	3,650	0,996	3,805	0,793	-2,500	875	0,010
Duygusal Bağlantılar Dışsal Faktör	3,519	0,999	3,757	0,775	-3,862	875	0,000
Bağımsız Gruplar T-Testi							

Katılımcıların gruplara göre dışsal puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($t_{(875)}=-3.635$; $p=0.000<0,05$). Yerleşik yabancıların dışsal puanları ($yy\bar{x}=3,856$), yerel halkın dışsal puanlarından ($yh\bar{x}=3,680$) yüksek bulunmuştur. Topluluk duygusu, sosyal mesafe ve turizme yönelik tutum ifadelerinin 28'i dışsal faktör ifadesidir. Elde edilen sonuca göre yerleşik yabancıların yerel halka göre topluluk duygusu, sosyal mesafe, turizme yönelik tutum dışsal puanlarının daha yüksek olması, davranışsal olarak daha yüksek düzeyde eyleme dönük ifadelere katıldıklarını göstermektedir. Ancak söz konusu ifadeler katılımları, uyumsuz olmamak adına, içselleştirilmeden, bir bakıma “mış gibi yaparak” göstermelik sergilenen davranışlar olabileceği göz ardı edilmemelidir.

Katılımcıların gruplara göre topluluk duygusu içsel puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($t_{(875)}=-5.026$; $p=0.000<0,05$). Yerleşik yabancıların topluluk duygusu içsel puanları ($yy\bar{x}=3,788$), yerel halkın topluluk duygusu içsel puanlarından ($yh\bar{x}=3,511$) yüksek bulunmuştur. Yerleşik yabancıların karakteristik özelliklerinin,

toplumda heterojenliği sağlayan farklılıklarının etkisiyle, Marmaris toplumuna içsel olarak daha yüksek düzeyde bağlanmaları olası görülebilir.

Katılımcıların gruplara göre topluluk duygusu dışsal puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($t_{(875)}=-6.652$; $p=0.000<0,05$). Yerleşik yabancıların topluluk duygusu dışsal puanları ($yy\bar{x}=3,747$), yerel halkın topluluk duygusu dışsal puanlarından ($yh\bar{x}=3,389$) yüksek bulunmuştur. Yerleşik yabancıların, gündelik yaşamı sürdürdükleri Marmaris'te, bir önceki paragrafta belirtildiği üzere, içsel olarak benimsedikleri topluluk duygularını davranışları ile destekledikleri söylenebilir.

Katılımcıların gruplara göre üyelik içsel puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($t_{(875)}=-3.991$; $p=0.000<0,05$). Yerleşik yabancıların üyelik içsel puanları ($yy\bar{x}=3,901$), yerel halkın üyelik içsel puanlarından ($yh\bar{x}=3,643$) yüksek bulunmuştur. Yerleşik yabancıların Marmaris toplumuna aidiyet hissetmelerini sağlayan üyeliklerini yerel halka göre daha yüksek düzeyde içselleştirdikleri söylenebilir.

Katılımcıların gruplara göre üyelik dışsal puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($t_{(875)}=-6.924$; $p=0.000<0,05$). Yerleşik yabancıların üyelik dışsal puanları ($yy\bar{x}=3,875$), yerel halkın üyelik dışsal puanlarından ($yh\bar{x}=3,451$) yüksek bulunmuştur. Yerleşik yabancıların kendilerini Marmaris toplumunun bir üyesi olarak, bir önceki paragrafta belirtildiği üzere, içsel olarak benimsedikleri üyeliklerini, davranışları ile destekledikleri söylenebilir.

Katılımcıların gruplara göre etki içsel puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($t_{(875)}=-5.943$; $p=0.000<0,05$). Yerleşik yabancıların etki içsel puanları ($yy\bar{x}=3,730$), yerel halkın etki içsel puanlarından ($\bar{x}=3,360$) yüksek bulunmuştur. Yerleşik yabancıların Marmaris toplumunda grup üyesi olarak, yer edinerek etkileme ve etkilenme durumunu yerel halka göre daha yüksek düzeyde içselleştirdiği söylenebilir.

Katılımcıların gruplara göre etki dışsal puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($t_{(875)}=-7.246$; $p=0.000<0,05$). Yerleşik yabancıların etki dışsal puanları ($yh\bar{x}=3,810$), yerel halkın etki dışsal puanlarından ($\bar{x}=3,335$) yüksek bulunmuştur. Yerleşik yabancıların, bir önceki paragrafta belirtildiği üzere, içsel olarak benimsedikleri

etkileme ve etkilenme durumunu, yerel halka göre daha yüksek düzeyde davranışları ile destekledikleri söylenebilir.

Katılımcıların gruplara göre bütünleşme içsel puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($t_{(875)}=-3.645$; $p=0.000<0,05$). Yerleşik yabancıların bütünleşme içsel puanları ($yy\bar{x}=3,720$), yerel halkın bütünleşme içsel puanlarından ($yh\bar{x}=3,479$) yüksek bulunmuştur. Yerleşik yabancıların yerel halkla özdeşleşmeyi, bir diğer ifadeyle yerel halkla benzeşerek kaynaşmayı, karşılıklı bağımlılıklarını daha yüksek düzeyde içselleştirdikleri söylenebilir.

Katılımcıların gruplara göre bütünleşme dışsal puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($t_{(875)}=-5.047$; $p=0.000<0,05$). Yerleşik yabancıların bütünleşme dışsal puanları ($yy\bar{x}=3,565$), yerel halkın bütünleşme dışsal puanlarından ($yh\bar{x}=3,234$) yüksek bulunmuştur. Yerleşik yabancıların, bir önceki paragrafta belirtildiği üzere, içsel olarak benimsedikleri bütünleşme durumunu, yerel halka göre daha yüksek düzeyde davranışları ile destekledikleri söylenebilir.

Katılımcıların gruplara göre duygusal bağlantılar içsel puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($t_{(875)}=-2.500$; $p=0.010<0,05$). Yerleşik yabancıların duygusal bağlantılar içsel puanları ($yy\bar{x}=3,805$), yerel halkın duygusal bağlantılar içsel puanlarından ($yh\bar{x}=3,650$) yüksek bulunmuştur. Yerleşik yabancıların duygusal açıdan Marmaris toplumuna aidiyet hissetmesi, dışarıdan gelebilecek herhangi bir olumsuz durumda koruma altında olduğu duygusunu, yerel halka göre daha yüksek düzeyde içselleştirmiş olduğu söylenebilir.

Katılımcıların gruplara göre duygusal bağlantılar dışsal puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($t_{(875)}=-3.862$; $p=0.000<0,05$). Yerleşik yabancıların duygusal bağlantılar dışsal puanları ($yy\bar{x}=3,757$), yerel halkın duygusal bağlantılar dışsal puanlarından ($yh\bar{x}=3,519$) yüksek bulunmuştur. Yerleşik yabancıların, bir önceki paragrafta belirtildiği üzere, içsel olarak benimsedikleri duygusal bağlantılar durumunu, yerel halka göre daha yüksek düzeyde davranışları ile destekledikleri söylenebilir.

Yerleşik yabancıların; üyelik, etki, bütünleşme ve duygusal bağlantılardan oluşan, topluluk duygusu boyutlarının tamamında içsel ve dışsal faktör puanları yerel halkın içsel ve dışsal faktör puanlarından yüksek bulunmuştur. Bu bağlamda yerleşik yabancıların yerel halka göre topluluk duygusunu daha yüksek düzeyde hem içselleştirdikleri hem de davranışsal olarak gösterme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Katılımcıların topluluk duygusu, sosyal etkileşim, yaşam kalitesi ve turizme yönelik tutum içsel faktör puanları grup değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($p>0,05$). Topluluk duygusu, yaşam kalitesi, sosyal etkileşim ve turizme yönelik tutum ölçeklerinde toplam 47 içsel faktör ifadesi bulunmaktadır. Elde edilen sonuca göre; yerleşik yabancı ve yerel halkın topluluk duygusu, sosyal etkileşim, yaşam kalitesi ve turizme yönelik tutumu benzer biçimde içselleştirdikleri söylenebilir.

Elde edilen bulgular; **H10**:“Topluluk duygusu, sosyal etkileşim, yaşam kalitesi ve turizme yönelik tutum içsel faktör puanları yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.” hipotezini desteklememekte; **H11**:“Topluluk duygusu, sosyal mesafe ve turizme yönelik tutum dışsal faktör puanları yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.”, **H12**:“Topluluk duygusu içsel faktör puanları yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.” ve **H13**:“Topluluk duygusu dışsal faktör puanları yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.” hipotezlerini desteklemektedir.

5.4.2.2. Yerel Halk Grubu Tek Örnek T-Testi Sonuçları

Aşağıda yerel halk grubunda içsel ve dışsal puanlarının tek örnek t-testi sonuçları Çizelge 73'te sunulmuştur. Tek örnek t-testi analizi yapılırken, 5'li Likerte göre orta değer olan “3 sayısı”, eşik değer, bir başka ifadeyle test değeri olarak belirlenmiştir.

Çizelge 73. Yerel Halk Grubunda İçsel ve Dışsal Puanlarının Tek Örnek T-Testi Sonuçları

	N	Ortalama	Std. Sapma	t	p	Fark
İçsel Faktör	495	4,105	0,641	38,349	0,000	1,105
Dışsal Faktör	495	3,680	0,809	18,684	0,000	0,680
Topluluk Duygusu İçsel Faktör	495	3,511	0,890	12,781	0,000	0,511
Topluluk Duygusu Dışsal Faktör	495	3,389	0,874	9,913	0,000	0,389
Üyelik İçsel Faktör	495	3,643	1,050	13,626	0,000	0,643
Üyelik Dışsal Faktör	495	3,451	0,994	10,101	0,000	0,451
Etki İçsel Faktör	495	3,360	0,973	8,219	0,000	0,360
Etki Dışsal Faktör	495	3,335	1,041	7,164	0,000	0,335
Bütünleşme İçsel Faktör	495	3,479	1,009	10,562	0,000	0,479
Bütünleşme Dışsal Faktör	495	3,234	1,023	5,095	0,000	0,234
Duygusal Bağlantılar İçsel Faktör	495	3,650	0,996	14,510	0,000	0,649
Duygusal Bağlantılar Dışsal Faktör	495	3,519	0,999	11,549	0,000	0,519

Yerel halkta içsel, dışsal, topluluk duygusu içsel, topluluk duygusu dışsal, üyelik içsel, üyelik dışsal, etki içsel, etki dışsal, bütünleşme içsel, bütünleşme dışsal, duygusal bağlantılar içsel, duygusal bağlantılar dışsal puanlarının orta/eşik değer olan 3'ten yüksek olduğu saptanmıştır ($p < 0,05$).

5.4.2.3. Yerleşik Yabancı Grubu Tek Örnek T-Testi Sonuçları

Aşağıda yerleşik yabancı grubunda içsel ve dışsal puanlarının tek örnek t-testi sonuçları Çizelge 74'te sunulmuştur. Tek örnek t-testi analizi yapılırken, 5'li Likerte göre orta değer olan "3 sayısı", eşik değer, bir başka ifadeyle test değeri olarak belirlenmiştir.

Çizelge 74. Yerleşik Yabancı Grubunda İçsel ve Dışsal Puanlarının Tek Örnek T-Testi Sonuçları

	N	Ortalama	Std. Sapma	t	p	Fark
İçsel Faktör	382	4,067	0,492	42,423	0,000	1,067
Dışsal Faktör	382	3,856	0,558	29,992	0,000	0,856
Topluluk Duygusu İçsel Faktör	382	3,788	0,690	22,333	0,000	0,788
Topluluk Duygusu Dışsal Faktör	382	3,747	0,663	22,014	0,000	0,747
Üyelik İçsel Faktör	382	3,901	0,794	22,166	0,000	0,901
Üyelik Dışsal Faktör	382	3,875	0,759	22,526	0,000	0,875
Etki İçsel Faktör	382	3,730	0,832	17,145	0,000	0,730
Etki Dışsal Faktör	382	3,810	0,849	18,656	0,000	0,810
Bütünleşme İçsel Faktör	382	3,720	0,921	15,281	0,000	0,720
Bütünleşme Dışsal Faktör	382	3,565	0,880	12,565	0,000	0,565
Duygusal Bağlantılar İçsel Faktör	382	3,805	0,793	19,835	0,000	0,805
Duygusal Bağlantılar Dışsal Faktör	382	3,757	0,775	19,101	0,000	0,757

Yerleşik yabancılarda içsel, dışsal, topluluk duygusu içsel, topluluk duygusu dışsal, üyelik içsel, üyelik dışsal, etki içsel, etki dışsal, bütünleşme içsel, bütünleşme dışsal, duygusal bağlantılar içsel, duygusal bağlantılar dışsal puanlarının orta/eşik değer olan 3'ten yüksek olduğu saptanmıştır ($p<0,05$).

5.4.2.4. İçsel ve Dışsal Puanların İkamet Süresine Göre Farklılaşması ile İlgili Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

5.4.2.4.1. Yerel Halkta İçsel-Dışsal Puanların İkamet Süresine Göre Farklılaşması

Aşağıda Çizelge 75'te yerel halkta içsel-dışsal puanların ikamet süresine göre farklılaşma durumu, tek yönlü varyans analizi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 75.Yerel Halkta İçsel-Dışsal Puanların İkamet Süresine Göre Farklaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
İçsel Faktör Puanları	7-9 Ay	50	4,147	0,621	0,316	0,729	
	10-12 Ay	50	4,155	0,617			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	395	4,094	0,648			
Dışsal Faktör Puanları	7-9 Ay	50	3,835	0,711	1,312	0,270	
	10-12 Ay	50	3,745	0,763			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	395	3,652	0,826			
Topluluk Duygusu İçsel Faktör Puanları	7-9 Ay	50	3,580	0,864	1,036	0,356	
	10-12 Ay	50	3,660	0,754			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	395	3,484	0,909			
Topluluk Duygusu Dışsal Faktör Puanları	7-9 Ay	50	3,587	0,822	1,919	0,148	
	10-12 Ay	50	3,482	0,746			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	395	3,353	0,893			
Üyelik İçsel Faktör Puanları	7-9 Ay	50	3,627	1,005	0,850	0,428	
	10-12 Ay	50	3,827	0,876			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	395	3,622	1,076			
Üyelik Dışsal Faktör Puanları	7-9 Ay	50	3,753	0,918	3,126	0,045	1>3
	10-12 Ay	50	3,553	0,915			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	395	3,400	1,007			
Etki İçsel Faktör Puanları	7-9 Ay	50	3,480	1,030	1,433	0,239	
	10-12 Ay	50	3,530	0,851			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	395	3,323	0,979			
Etki Dışsal Faktör Puanları	7-9 Ay	50	3,460	1,147	0,763	0,467	
	10-12 Ay	50	3,440	0,867			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	395	3,306	1,048			
Bütünleşme İçsel Faktör Puanları	7-9 Ay	50	3,480	0,974	0,140	0,869	
	10-12 Ay	50	3,550	0,888			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	395	3,470	1,029			
Bütünleşme Dışsal Faktör Puanları	7-9 Ay	50	3,340	1,068	0,318	0,727	
	10-12 Ay	50	3,193	0,904			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	395	3,226	1,033			
Duygusal Bağlantılar İçsel Faktör Puanları	7-9 Ay	50	3,810	0,947	1,351	0,260	
	10-12 Ay	50	3,780	0,887			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	395	3,613	1,014			
Duygusal Bağlantılar Dışsal Faktör Puanları	7-9 Ay	50	3,753	0,996	3,116	0,045	1>3
	10-12 Ay	50	3,727	0,923			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	395	3,462	1,003			
Tek Yönlü Varyans Analizi							

Yerel halkta ikamet süresine göre üyelik dışsal puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($F_{(2, 492)}=3,126$; $p=0,045<0,05$). Farkın nedeni; ikamet süresi 7-9 ay olanların üyelik dışsal puanlarının ($y\bar{x}=3,753$), ikamet süresi uzun süredir (12 ay üzeri) olanların üyelik dışsal puanlarından ($y\bar{x}=3,400$) yüksek olmasıdır.

Yerel halkta ikamet süresine göre duygusal bağlantılar dışsal puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($F_{(2, 492)}=3,116$; $p=0,045<0.05$). Farkın nedeni; ikamet süresi 7-9 ay olanların duygusal bağlantılar dışsal puanlarının ($y\bar{x}=3,753$), ikamet süresi uzun süredir (12 ay üzeri) olanların duygusal bağlantılar dışsal puanlarından ($y\bar{x}=3,462$) yüksek olmasıdır.

Yerel halkta içsel (topluluk duygusu, sosyal etkileşim, yaşam kalitesi, turizme yönelik tutum), dışsal (topluluk duygusu, sosyal mesafe, turizme yönelik tutum), topluluk duygusu içsel, topluluk duygusu dışsal, üyelik içsel, etki içsel, etki dışsal, bütünleşme içsel, bütünleşme dışsal, duygusal bağlantılar içsel puanları ikamet süresine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($p>0.05$).

Elde edilen bulgular; **H14**:“Yerel halkta topluluk duygusu, sosyal etkileşim, yaşam kalitesi ve turizme yönelik tutum içsel faktör puanları ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir.”, **H15**:“Yerel halkta topluluk duygusu, sosyal mesafe ve turizme yönelik tutum dışsal faktör puanları ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir.”, **H16**:“Yerel halkta topluluk duygusu içsel faktör puanları ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir.” ve **H17**:“Yerel halkta topluluk duygusu dışsal faktör puanları ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir.” hipotezlerini desteklememektedir.

5.4.2.4.2. Yerleşik Yabancılarda İçsel-Dışsal Puanların İkamet Süresine Göre Farklılaşması

Aşağıda Çizelge 76’da yerleşik yabancılarda içsel-dışsal puanların ikamet süresine göre farklılaşma durumu, tek yönlü varyans analizi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 76.Yerleşik Yabancılarda İçsel-Dışsal Puanların İkamet Süresine Göre Farklaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
İçsel Faktör Puanları	7-9 Ay	65	4,051	0,517	1,593	0,205	
	10-12 Ay	88	4,149	0,423			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	229	4,040	0,507			
Dışsal Faktör Puanları	7-9 Ay	65	3,885	0,519	1,418	0,243	
	10-12 Ay	88	3,931	0,502			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	229	3,818	0,586			
Topluluk Duygusu İçsel Faktör Puanları	7-9 Ay	65	3,831	0,675	2,078	0,127	
	10-12 Ay	88	3,902	0,639			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	229	3,732	0,709			
Topluluk Duygusu Dışsal Faktör Puanları	7-9 Ay	65	3,768	0,641	1,748	0,175	
	10-12 Ay	88	3,853	0,569			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	229	3,700	0,699			
Üyelik İçsel Faktör Puanları	7-9 Ay	65	3,882	0,686	0,647	0,524	
	10-12 Ay	88	3,985	0,844			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	229	3,873	0,804			
Üyelik Dışsal Faktör Puanları	7-9 Ay	65	3,933	0,678	3,788	0,023	2>3
	10-12 Ay	88	4,046	0,690			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	229	3,793	0,797			
Etki İçsel Faktör Puanları	7-9 Ay	65	3,819	0,800	1,875	0,155	
	10-12 Ay	88	3,838	0,801			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	229	3,663	0,849			
Etki Dışsal Faktör Puanları	7-9 Ay	65	3,854	0,789	2,102	0,124	
	10-12 Ay	88	3,955	0,797			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	229	3,742	0,879			
Bütünleşme İçsel Faktör Puanları	7-9 Ay	65	3,692	1,010	2,956	0,053	
	10-12 Ay	88	3,926	0,879			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	229	3,649	0,902			
Bütünleşme Dışsal Faktör Puanları	7-9 Ay	65	3,497	0,970	0,642	0,527	
	10-12 Ay	88	3,652	0,802			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	229	3,552	0,882			
Duygusal Bağlantılar İçsel Faktör Puanları	7-9 Ay	65	3,915	0,763	1,701	0,184	
	10-12 Ay	88	3,881	0,682			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	229	3,745	0,837			
Duygusal Bağlantılar Dışsal Faktör Puanları	7-9 Ay	65	3,815	0,736	0,471	0,625	
	10-12 Ay	88	3,796	0,728			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	229	3,726	0,804			
Tek Yönlü Varyans Analizi							

Yerleşik yabancılarda ikamet süresine göre üyelik dışsal puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($F_{(2, 379)}=3,788$; $p=0,023<0,05$). Farkın nedeni; ikamet süresi 10-12 ay olanların üyelik dışsal puanlarının ($yy\bar{x}=4,046$), ikamet süresi uzun süredir (12 ay üzeri) olanların üyelik dışsal puanlarından ($yy\bar{x}=3,793$) yüksek olmasıdır.

Yerleşik yabancı ve yerel halk gruplarının içsel (topluluk duygusu, sosyal etkileşim, yaşam kalitesi, turizme yönelik tutum), dışsal (topluluk duygusu, sosyal mesafe, turizme yönelik tutum), topluluk duygusu içsel, topluluk duygusu dışsal, üyelik içsel, etki içsel, etki dışsal, bütünleşme içsel, bütünleşme dışsal, duygusal bağlantılar içsel, duygusal bağlantılar dışsal puanları ikamet süresine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($p>0.05$).

Elde edilen bulgular; **H18**:“Yerleşik yabancılarda topluluk duygusu, sosyal etkileşim, yaşam kalitesi ve turizme yönelik tutum içsel faktör puanları ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir.”, **H19**:“Yerleşik yabancılarda topluluk duygusu, sosyal mesafe ve turizme yönelik tutum dışsal faktör puanları ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir.”, **H20**:“Yerleşik yabancılarda topluluk duygusu içsel faktör puanları ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir.” ve **H21**:“Yerleşik yabancılarda topluluk duygusu dışsal faktör puanları ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir.” hipotezlerini desteklememektedir.

5.4.2.4.3. Tüm Grupta İçsel-Dışsal Puanların İkamet Süresine Göre Farklılaşması

Aşağıda Çizelge 77’de yerel halk ve yerleşik yabancılardan oluşan tüm grupta içsel-dışsal puanların ikamet süresine göre farklılaşma durumu, tek yönlü varyans analizi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 77. Tüm Grupta İçsel-Dışsal Puanların İkamet Süresine Göre Farklaşma Durumu

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
İçsel Faktör Puanları	7-9 Ay	115	4,093	0,564	0,989	0,372	
	10-12 Ay	138	4,151	0,500			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	624	4,074	0,600			
Dışsal Faktör Puanları	7-9 Ay	115	3,863	0,608	4,004	0,019	1>3 2>3
	10-12 Ay	138	3,864	0,613			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	624	3,713	0,751			
Topluluk Duygusu İçsel Faktör Puanları	7-9 Ay	115	3,722	0,769	5,661	0,004	2>3
	10-12 Ay	138	3,814	0,690			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	624	3,575	0,849			
Topluluk Duygusu Dışsal Faktör Puanları	7-9 Ay	115	3,689	0,728	7,135	0,001	1>3 2>3
	10-12 Ay	138	3,719	0,661			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	624	3,480	0,843			
Üyelik İçsel Faktör Puanları	7-9 Ay	115	3,771	0,845	2,848	0,058	
	10-12 Ay	138	3,928	0,856			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	624	3,714	0,991			
Üyelik Dışsal Faktör Puanları	7-9 Ay	115	3,855	0,792	10,882	0,000	1>3 2>3
	10-12 Ay	138	3,867	0,811			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	624	3,544	0,954			
Etki İçsel Faktör Puanları	7-9 Ay	115	3,672	0,918	6,884	0,001	1>3 2>3
	10-12 Ay	138	3,726	0,829			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	624	3,448	0,947			
Etki Dışsal Faktör Puanları	7-9 Ay	115	3,683	0,976	6,664	0,001	1>3 2>3
	10-12 Ay	138	3,768	0,857			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	624	3,466	1,011			
Bütünleşme İçsel Faktör Puanları	7-9 Ay	115	3,600	0,996	3,872	0,021	2>3
	10-12 Ay	138	3,790	0,898			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	624	3,535	0,987			
Bütünleşme Dışsal Faktör Puanları	7-9 Ay	115	3,429	1,012	1,336	0,263	
	10-12 Ay	138	3,486	0,866			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	624	3,346	0,992			
Duygusal Bağlantılar İçsel Faktör Puanları	7-9 Ay	115	3,870	0,846	4,119	0,017	1>3 2>3
	10-12 Ay	138	3,844	0,761			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	624	3,661	0,954			
Duygusal Bağlantılar Dışsal Faktör Puanları	7-9 Ay	115	3,788	0,855	5,230	0,006	1>3 2>3
	10-12 Ay	138	3,771	0,801			
	Uzun Süredir (12 Ay Üzeri)	624	3,559	0,943			
Tek Yönlü Varyans Analizi							

Tüm grupta ikamet süresine göre dışsal puanları (topluluk duygusu, sosyal etkileşim, yaşam kalitesi, turizme yönelik tutum) anlamlı farklılık göstermektedir ($F_{(2, 874)}=4,004$; $p=0,019<0,05$). Farkın nedeni; ikamet süresi 7-9 ay olanların dışsal puanlarının ($\bar{x}=3,863$), ikamet süresi uzun süredir (12 ay üzeri) olanların dışsal puanlarından ($\bar{x}=3,713$) yüksek olmasıdır. İkamet süresi 10-12 ay olanların dışsal puanlarının

($\bar{x}=3,864$), ikamet uzun süredir (12 ay üzeri) olanların dışsal puanlarından ($\bar{x}=3,713$) yüksek olmasıdır.

Tüm grupta ikamet süresine göre topluluk duygusu içsel puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($F_{(2, 874)}=5,661$; $p=0,004<0.05$). Farkın nedeni; ikamet süresi 10-12 ay olanların topluluk duygusu içsel puanlarının ($\bar{x}=3,814$), ikamet süresi uzun süredir (12 ay üzeri) olanların topluluk duygusu içsel puanlarından ($\bar{x}=3,575$) yüksek olmasıdır.

Tüm grupta ikamet süresine göre topluluk duygusu dışsal puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($F_{(2, 874)}=7,135$; $p=0,001<0.05$). Farkın nedeni; ikamet süresi 7-9 ay olanların topluluk duygusu dışsal puanlarının ($\bar{x}=3,689$), ikamet süresi uzun süredir (12 ay üzeri) olanların topluluk duygusu dışsal puanlarından ($\bar{x}=3,480$) yüksek olmasıdır. İkamet süresi 10-12 ay olanların topluluk duygusu dışsal puanlarının ($\bar{x}=3,719$), ikamet süresi uzun süredir (12 ay üzeri) olanların topluluk duygusu dışsal puanlarından ($\bar{x}=3,480$) yüksek olmasıdır.

Tüm grupta ikamet süresine göre üyelik dışsal puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($F_{(2, 874)}=10,882$; $p=0,000<0.05$). Farkın nedeni; ikamet süresi 7-9 ay olanların üyelik dışsal puanlarının ($\bar{x}=3,855$), ikamet süresi uzun süredir (12 ay üzeri) olanların üyelik dışsal puanlarından ($\bar{x}=3,544$) yüksek olmasıdır. İkamet süresi 10-12 ay olanların üyelik dışsal puanlarının ($\bar{x}=3,867$), ikamet süresi uzun süredir (12 ay üzeri) olanların üyelik dışsal puanlarından ($\bar{x}=3,544$) yüksek olmasıdır.

Tüm grupta ikamet süresine göre etki içsel puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($F_{(2, 874)}=6,884$; $p=0,001<0.05$). Farkın nedeni; ikamet süresi 7-9 ay olanların etki içsel puanlarının ($\bar{x}=3,672$), ikamet süresi uzun süredir (12 ay üzeri) olanların etki içsel puanlarından ($\bar{x}=3,448$) yüksek olmasıdır. İkamet süresi 10-12 ay olanların etki içsel puanlarının ($\bar{x}=3,726$), ikamet süresi uzun süredir (12 ay üzeri) olanların etki içsel puanlarından ($\bar{x}=3,448$) yüksek olmasıdır.

Tüm grupta ikamet süresine göre etki dışsal puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($F_{(2, 874)}=6,664$; $p=0,001<0.05$). Farkın nedeni; ikamet süresi 7-9 ay olanların etki dışsal puanlarının ($\bar{x}=3,683$), ikamet süresi uzun süredir (12 ay üzeri) olanların etki dışsal puanlarından ($\bar{x}=3,466$) yüksek olmasıdır. İkamet süresi 10-12 ay olanların etki dışsal

puanlarının ($\bar{x}=3,768$), ikamet süresi uzun süredir (12 ay üzeri) olanların etki dışsal puanlarından ($\bar{x}=3,466$) yüksek olmasıdır.

Tüm grupta ikamet süresine göre bütünleşme içsel puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($F_{(2, 874)}=3,872$; $p=0,021<0.05$). Farkın nedeni; ikamet süresi 10-12 ay olanların bütünleşme içsel puanlarının ($\bar{x}=3,790$), ikamet süresi uzun süredir (12 ay üzeri) olanların bütünleşme içsel puanlarından ($\bar{x}=3,535$) yüksek olmasıdır.

Tüm grupta ikamet süresine göre duygusal bağlantılar içsel puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($F_{(2, 874)}=4,119$; $p=0,017<0.05$). Farkın nedeni; ikamet süresi 7-9 ay olanların duygusal bağlantılar içsel puanlarının ($\bar{x}=3,870$), ikamet süresi uzun süredir (12 ay üzeri) olanların duygusal bağlantılar içsel puanlarından ($\bar{x}=3,661$) yüksek olmasıdır. İkamet süresi 10-12 ay olanların duygusal bağlantılar içsel puanlarının ($\bar{x}=3,844$), ikamet süresi uzun süredir (12 ay üzeri) olanların duygusal bağlantılar içsel puanlarından ($\bar{x}=3,661$) yüksek olmasıdır.

Tüm grupta ikamet süresine göre duygusal bağlantılar dışsal puanları anlamlı farklılık göstermektedir ($F_{(2, 874)}=5,230$; $p=0,006<0.05$). Farkın nedeni; ikamet süresi 7-9 ay olanların duygusal bağlantılar dışsal puanlarının ($\bar{x}=3,788$), ikamet süresi uzun süredir (12 ay üzeri) olanların duygusal bağlantılar dışsal puanlarından ($\bar{x}=3,559$) yüksek olmasıdır. İkamet süresi 10-12 ay olanların duygusal bağlantılar dışsal puanlarının ($\bar{x}=3,771$), ikamet süresi uzun süredir (12 ay üzeri) olanların duygusal bağlantılar dışsal puanlarından ($\bar{x}=3,559$) yüksek olmasıdır.

Elde edilen bulgular bir bütün olarak değerlendirildiğinde, tüm grupta ikamet süresi uzun süredir (12 ay üzeri) olanların, dışsal (topluluk duygusu, sosyal etkileşim, yaşam kalitesi, turizme yönelik tutum), topluluk duygusu içsel ve dışsal, üyelik dışsal, etki içsel ve dışsal, bütünleşme içsel, duygusal bağlantılar içsel ve dışsal puanları daha düşük düzeydedir.

Tüm grupta içsel, üyelik içsel, bütünleşme dışsal puanları ikamet süresi değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($p>0.05$).

5.4.3. Yerleşik Yabancı ve Yerel Halk Gruplarına Göre Araştırma Bulgularının Korelasyon Analizleri Sonuçları

5.4.3.1. Yerleşik Yabancı Grubuna Göre Araştırma Bulgularının Korelasyon Analizi Sonuçları

Araştırma bulgularında; iki değişken arasında ilişki olup olmadığı, ilişki varsa gücünü ve yönünü incelemek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. İki değişken arasındaki ilişki; pozitif yönlü, negatif yönlü veya değişkenlerin birbirini etkilemediği, ilişki olmaması biçiminde ortaya çıkmaktadır.

İki değişken arasındaki ilişkinin gücünü gösteren korelasyon katsayısı (r) -1 ile +1 arasında değer almaktadır ($-1 \leq r \leq +1$). Korelasyon katsayısı $r=+1$ pozitif tam ilişki, $r=-1$ negatif tam ilişki, $r=0$ ilişki yok anlamına gelmektedir. Korelasyon katsayısının (r) değeri; “0,2’den küçük” ise çok zayıf korelasyon, “ $0,2 \leq r \leq 0,4$ arasında” ise zayıf korelasyon, “ $0,4 < r \leq 0,6$ arasında” ise orta şiddette korelasyon, “ $0,6 < r \leq 0,8$ arasında” ise yüksek korelasyon, 0,8’den büyük ise çok yüksek korelasyon olduğu yorumu yapılmaktadır (Kul, 2019).

Aşağıda Çizelge 78’de yerleşik yabancılarda topluluk duygusu, sosyal mesafe, yaşam kalitesi, sosyal etkileşim ve turizme yönelik tutum puanları arasında korelasyon analizi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 78.Yerleşik Yabancılarda Topluluk Duygusu, Sosyal Mesafe, Yaşam Kalitesi, Sosyal Etkileşim ve Turizme Yönelik Tutum Puanları Arasında Korelasyon Analizi

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Üyelik	r	1,000																
Etki	r	0,719**	1,000															
Bütünleşme	r	0,596**	0,744**	1,000														
Duygusal Bağlantılar	r	0,567**	0,610**	0,643**	1,000													
Topluluk Duygusu	r	0,846**	0,909**	0,872**	0,799**	1,000												
Sosyal Mesafe	r	-0,379**	-0,241**	-0,310**	-0,407**	-0,381**	1,000											
Miras ve Ticari Faaliyetlerin Zenginleştirilmesi	r	0,441**	0,382**	0,348**	0,410**	0,458**	-0,353**	1,000										
Sosyalleşme ve Rekreasyon Fırsatları	r	0,390**	0,280**	0,303**	0,347**	0,381**	-0,343**	0,712**	1,000									
Sağlık ve Güvenlik Yararları	r	0,211**	0,150**	0,186**	0,203**	0,216**	-0,402**	0,523**	0,667**	1,000								
Ekonomik Fırsatlar Ve Destekleyici Hizmetler	r	0,244**	0,155**	0,176**	0,283**	0,243**	-0,291**	0,616**	0,663**	0,601**	1,000							
Sessiz Çevre	r	0,158**	0,189**	0,172**	0,293**	0,230**	-0,211**	0,466**	0,402**	0,467**	0,386**	1,000						
Yaşam Kalitesi	r	0,158**	0,189**	0,172**	0,293**	0,230**	-0,211**	0,466**	0,402**	0,467**	0,386**	1,000**	1,000					
Yakın Etkileşim	r	0,469**	0,428**	0,481**	0,353**	0,507**	-0,336**	0,554**	0,460**	0,306**	0,407**	0,302**	0,302**	1,000				
Turizm Çekicilikleri ve Destek Hizmetlerinde Gerçekleşen Etkileşim	r	0,389**	0,336**	0,382**	0,327**	0,418**	-0,196**	0,546**	0,488**	0,233**	0,358**	0,308**	0,308**	0,729**	1,000			
Resmi (Formel) Etkileşim	r	0,311**	0,265**	0,395**	0,346**	0,379**	-0,235**	0,503**	0,560**	0,297**	0,456**	0,286**	0,286**	0,665**	0,796**	1,000		
Sosyal Etkileşim	r	0,441**	0,393**	0,479**	0,384**	0,494**	-0,289**	0,592**	0,545**	0,305**	0,448**	0,330**	0,330**	0,905**	0,921**	0,884**	1,000	
Turizme Yönelik Tutum	r	0,481**	0,528**	0,602**	0,479**	0,610**	-0,409**	0,360**	0,276**	0,139**	0,216**	0,133**	0,133**	0,416**	0,300**	0,340**	0,400**	1,000

*p<0,05; **p<0,01

Yerleşik yabancılarda; yaşam kalitesi ile sessiz çevre arasında; $r=1$ pozitif, tam korelasyon ($p=0,000<0.005$) bulunmuştur. Turizm destinasyonunda gürültüden uzak, sessiz bir çevrede yaşama, özellikle sosyal ve fiziki taşıma kapasitesinin aşılması durumunun, yerleşik yabancının yaşam kalitesi ile güçlü bir biçimde ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Sosyal etkileşim ile turizm çekicilikleri ve destek hizmetlerinde gerçekleşen etkileşim arasında; $r=0.921$ pozitif, çok yüksek korelasyon ($p=0,000<0.005$) bulunmuştur. Yerleşik yabancılardan; Marmaris destinasyonunun sahip olduğu kıyı şeridi, yiyecek-içecek, eğlence ve diğer işletmeleri ile düzenlenen kültürel etkinliklerde sunduğu ortam, yerel halk ile etkileşimlerinde yüksek düzeyde ilişkili bulunmuştur.

Yerleşik yabancılarda; topluluk duygusu ile etki arasında; $r=0.909$ pozitif, çok yüksek korelasyon ($p=0,000<0.005$) bulunmuştur. Marmaris toplumunda yerel halk ile yerleşik yabancılardan bir arada bulunması, destinasyona yönelik aidiyet hissetmelerinde, ortak anlamlar üretmelerinde, güven duygusunu arttırmalarında, topluluk duygusu ile güçlü ve olumlu bir ilişki bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Turizme yönelik tutum ile sosyal mesafe arasında; $r=-0.409$ negatif, orta şiddette korelasyon ($p=0,000<0.005$) bulunmuştur. Yerleşik yabancılardan; çatışmadan kaçınma amaçlı bir başa çıkma stratejisi olarak yerel halk ile arasına sosyal mesafe koymasının, turizme yönelik tutumu ile olumsuz, orta şiddette ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Sosyal mesafe ile duygusal bağlantılar arasında; $r=-0.407$ negatif, orta şiddette korelasyon ($p=0,000<0.005$) bulunmuştur. Yerleşik yabancılardan, yerel halk ile ortak eylemler, ortak amaçlar ve paylaşımlarının azalması ile sosyal mesafeleri arasında orta düzeyde ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Miras ve ticari faaliyetlerin zenginleştirilmesi ile sosyal mesafe arasında; $r=-0.353$ negatif, orta şiddette korelasyon ($p=0,000<0.005$) bulunmuştur. Marmaris destinasyonunda doğal ve insan yapımı çevrenin korunması, destinasyon bağlılığının ve aidiyetin artması ve emlak değer artışlarının, yerleşik yabancılardan yerel halka yönelik sosyal yakınlığı orta düzeyde ilişkili olduğu tespit edilmiştir.

5.4.3.2. Yerel Halk Grubuna Göre Araştırma Bulgularının Korelasyon Analizi Sonuçları

Aşağıda izelge 79’da yerel halkta topluluk duygusu, sosyal mesafe, yaşam kalitesi, sosyal etkileşim ve turizme yönelik tutum puanları arasında korelasyon analizi sonuçları verilmiştir.

Çizelge 79.Yerel Halkta Topluluk Duygusu, Sosyal Mesafe, Yaşam Kalitesi, Sosyal Etkileşim ve Turizme Yönelik Tutum Puanları Arasında Korelasyon Analizi

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Üyelik	r 1,000																
Etki	r 0,823**	1,000															
Bütünleşme	r 0,779**	0,804**	1,000														
Duygusal Bağlantılar	r 0,745**	0,722**	0,708**	1,000													
Topluluk Duygusu	r 0,930**	0,929**	0,903**	0,865**	1,000												
Sosyal Mesafe	r -0,603**	-0,538**	-0,459**	-0,633**	-0,615**	1,000											
Miras ve Ticari Faaliyetlerin Zenginleştirilmesi	r 0,435**	0,386**	0,322**	0,461**	0,442**	-0,396**	1,000										
Sosyalleşme ve Rekreasyon Fırsatları	r 0,350**	0,287**	0,281**	0,389**	0,358**	-0,427**	0,752**	1,000									
Sağlık ve Güvenlik Yararları	r 0,330**	0,249**	0,185**	0,330**	0,303**	-0,419**	0,676**	0,723**	1,000								
Ekonomik Fırsatlar ve Destekleyici Hizmetler	r 0,317**	0,244**	0,202**	0,369**	0,311**	-0,455**	0,703**	0,718**	0,724**	1,000							
Sessiz Çevre	r 0,231**	0,198**	0,139**	0,283**	0,234**	-0,317**	0,510**	0,521**	0,617**	0,608**	1,000						
Yaşam Kalitesi	r 0,231**	0,198**	0,139**	0,283**	0,234**	-0,317**	0,510**	0,521**	0,617**	0,608**	1,000**	1,000					
Yakın Etkileşim	r 0,331**	0,299**	0,321**	0,339**	0,354**	-0,366**	0,438**	0,495**	0,376**	0,414**	0,362**	0,362**	1,000				
Turizm Çekicilikleri ve Destek Hizmetlerinde Gerçekleşen Etkileşim	r 0,299**	0,290**	0,295**	0,360**	0,340**	-0,346**	0,479**	0,511**	0,338**	0,461**	0,308**	0,308**	0,801**	1,000			
Resmi (Formel) Etkileşim	r 0,330**	0,295**	0,316**	0,353**	0,355**	-0,377**	0,507**	0,531**	0,390**	0,477**	0,307**	0,307**	0,742**	0,869**	1,000		
Sosyal Etkileşim	r 0,342**	0,317**	0,334**	0,375**	0,375**	-0,387**	0,504**	0,547**	0,394**	0,477**	0,353**	0,353**	0,927**	0,951**	0,914**	1,000	
Turizme Yönelik Tutum	r 0,571**	0,508**	0,507**	0,623**	0,606**	-0,724**	0,433**	0,480**	0,406**	0,424**	0,347**	0,347**	0,341**	0,326**	0,350**	0,364**	1,000

*p<0,05; **p<0,01

Yerel halkta; yaşam kalitesi ile sessiz çevre arasında; $r=1$ pozitif, tam korelasyon ($p=0,000<0.005$) bulunmuştur. Marmaris destinasyonunda sessiz bir çevre, aşılmanın taşıma kapasitesinin, yerel halkın yaşam kalitesi ile çok yüksek düzeyde ilişkili olduğu tespit edilmiştir.

Topluluk duygusu ile üyelik arasında; $r=0.93$ ve topluluk duygusu ile etki arasında; $r=0.929$ pozitif, çok yüksek korelasyon ($p=0,000<0.005$) bulunmuştur. Yerel halkın Marmaris toplumunun bir üyesi olarak ortak duygu, düşünce ve davranışlara sahip olmasının ve harekete geçmesinin topluluk duygusu ile çok yüksek düzeyde ilişkili olduğu tespit edilmiştir.

Sosyal mesafe ile duygusal bağlantılar arasında; $r=-0.633$ negatif, yüksek korelasyon ($p=0,000<0.005$) bulunmuştur. Yerel halkın toplum tarafından karşılanan çeşitli gereksinimleri, toplumun tamamını ilgilendiren iyi ve kötü durumlardaki birliktelikleri, duygusal bağlar kurmaları sosyal yakınlıkları yüksek düzeyde ilişkilidir. Aralarındaki sosyal mesafenin artması, duygu birlikteliğini olumsuz etkileme potansiyeli barındırmaktadır.

Sosyal mesafe ile üyelik arasında; $r=-0.603$ negatif, yüksek korelasyon ($p=0,000<0.005$) bulunmuştur. Yerel halkın sosyal mesafe düzeyinin artması ile toplum üyeliği arasında negatif yönlü ve yüksek düzeyde ilişki bulunmuştur. Sosyal yakınlığın artması, yerel halkın Marmaris toplumuna karışması ve üyeliği ile topluluk duygusunu artırmaktadır.

Sosyal mesafe ile etki arasında; $r=-0.538$ negatif, orta şiddette korelasyon ($p=0,000<0.005$) bulunmuştur. Yerel halkın Marmaris toplumunda ilişkilerine mesafe koyması, üyesi olduğu toplumun desteğini alamamasında ve destek vermemesinde orta düzeyde ilişkili bulunmuştur.

5.4.4. Hipotez Sonuçları

Aşağıda Çizelge 80’de hipotezlere ilişkin sonuçlar toplu biçimde sunulmaktadır.

Çizelge 80. Hipotez Sonuçları

H	Hipotez	Sonuç
H1	Topluluk duygusu kontrol edildiğinde, sosyal etkileşim yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H2	Sosyal mesafe kontrol edildiğinde, sosyal etkileşim yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H3	Yaşam kalitesi kontrol edildiğinde, sosyal etkileşim yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H4	Sosyal etkileşim kontrol edildiğinde, turizme yönelik tutum yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H5	Topluluk duygusu yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H6	Sosyal mesafe yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H7	Yaşam kalitesi yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H8	Sosyal etkileşim yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H9	Turizme yönelik tutum yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H10	Topluluk duygusu, yaşam kalitesi, sosyal etkileşim ve turizme yönelik tutum içsel faktör puanları yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H11	Topluluk duygusu, sosyal mesafe ve turizme yönelik tutum dışsal faktör puanları yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H12	Topluluk duygusu içsel faktör puanları yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H13	Topluluk duygusu dışsal faktör puanları yerel halk ve yerleşik yabancı arasında farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H14	Yerel halkta topluluk duygusu, yaşam kalitesi, sosyal etkileşim ve turizme yönelik tutum içsel faktör puanları ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H15	Yerel halkta topluluk duygusu, sosyal mesafe ve turizme yönelik tutum dışsal faktör puanları ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H16	Yerel halkta topluluk duygusu içsel faktör puanları ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi

Çizelge 80. Hipotez Sonuçları (Devamı)

H17	Yerel halkta topluluk duygusu dışsal faktör puanları ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H18	Yerleşik yabancılarda topluluk duygusu, yaşam kalitesi, sosyal etkileşim ve turizme yönelik tutum içsel faktör puanları ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H19	Yerleşik yabancılarda topluluk duygusu, sosyal mesafe ve turizme yönelik tutum dışsal faktör puanları ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H20	Yerleşik yabancılarda topluluk duygusu içsel faktör puanı ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H21	Yerleşik yabancılarda topluluk duygusu dışsal faktör puanları ikamet sürelerine göre farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H22	Yerleşik yabancılarda topluluk duygusunun sosyal etkileşim üzerine etkisi vardır.	Desteklendi
H23	Yerleşik yabancılarda sosyal mesafenin sosyal etkileşim üzerine etkisi vardır.	Desteklenmedi
H24	Yerleşik yabancılarda yaşam kalitesinin sosyal etkileşim üzerine etkisi vardır.	Desteklendi
H25	Yerleşik yabancılarda sosyal etkileşimin turizme yönelik tutum üzerine etkisi vardır.	Desteklendi
H26	Yerel halkta topluluk duygusunun sosyal etkileşim üzerine etkisi vardır.	Desteklendi
H27	Yerel halkta sosyal mesafenin sosyal etkileşim üzerine etkisi vardır.	Desteklendi
H28	Yerel halkta yaşam kalitesinin sosyal etkileşim üzerine etkisi vardır.	Desteklendi
H29	Yerel halkta sosyal etkileşimin turizme yönelik tutum üzerine etkisi vardır.	Desteklendi

6. SONUÇ ve ÖNERİLER

6.1. Sonuç

Küresel ölçekte birçok alanda yaşanan gelişme ve değişimlerden gerek göç olgusu gerekse turizm olgusu üzerine düşen payı almaya devam etmektedir. Uluslararası alanda gerçekleşen turist akışlarının ve yaşam biçimi göçlerinden kaynaklanan nüfus hareketlerinin hedefindeki destinasyonlardaki sosyal ilişki ve etkileşimler, turizmde önemli bir işlev üstlenmektedir. Bireylerin ortak yaşamının bir ürünü olan turizm; ilişkilerin ve etkileşimlerin bir ürünü olan toplumda, söz konusu bu toplumların var olduğu mekânda/turizm destinasyonunda gerçekleşmektedir.

Yerleşik yabancı-yerel halk etkileşiminin incelendiği çalışmada; topluluk duygusu, sosyal mesafe ve yaşam kalitesinin sosyal etkileşime, sosyal etkileşimin de turizme yönelik tutuma etkisi irdelenerek, literatüre katkı sağlanmaya çalışılmıştır. Çalışmadan elde edilen bulgular önemli teorik ve pratik uygulamalar sunmaktadır.

Yerleşik yabancı ve yerel halk gruplarında topluluk duygusu; etkileşimin duygusal bir bileşenidir ve sosyal etkileşim üzerinde etkisi bulunmaktadır. Aynı zamanda topluluk duygusu, sosyal ilişkilerin düzeyini, kaliteli bir ilişki olup olmadığını göstermektedir. Çalışmada yerleşik yabancı-yerel ilişkisinin kaliteli, beklentileri karşılayabilir bir düzeyde olup olmadığını öğrenme yollarından biri olduğu için incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre yerel halk ve yerleşik yabancıların topluluk duyguları, sosyal etkileşim düzeylerini artırmaktadır. Bu bağlamda yerleşik yabancı ve yerel halk arasındaki sosyal ilişkilerin kaliteli olduğunu söylenebilir. Marmaris destinasyonunda yerleşik yabancıların topluluk duygusu puanlarının yerel halktan yüksek olması; Marmaris toplumuna üyelik duygularının ve topluluk bağlılıklarının güçlü olduğunu göstermektedir. Yerleşik yabancıların topluluk duygularının; yabancı bir toplumda kendilerini daha güvende hissetmeleri, yabancılıkları ile başa çıkabilmelerinde, aidiyet hissetmelerinde, Marmaris ile bütünleşmelerinde ve sağlıklı ilişkiler yaşamalarında önemli bir enstrüman işlevi gördüğü sonucuna ulaşılmıştır. Gerek yerleşik yabancı gerekse yerel halkın topluluk duygularının belirlenen eşik değerin üzerinde çıkması ise Marmaris destinasyonuna yönelik her iki grubun da aidiyet hissettikleri, birbirleriyle kaynaştıkları ve biz duygusunu taşıdıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Sosyal mesafe, yerleşik yabancı ve yerel halkın birbirleri ile samimiyet kurma derecelerini gösterdiği için incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre; yerleşik yabancıların yerel halka yönelik sosyal mesafesinin sosyal etkileşim düzeyini etkilemediği, yerel halkın yerleşik yabancılara yönelik sosyal mesafesinin sosyal etkileşim düzeyini azalttığı tespit edilmiştir. Yerleşik yabancıların yerel halka yönelik sosyal mesafeleri daha kısadır. Çatışmadan uzak kalmak için bir baş ediş strateji olarak yerel halk yerleşik yabancıya karşı mesafelidir. Ancak her iki grubunda belirlenen eşik değer altında sosyal mesafe puanlarına sahip olmaları; gündelik yaşamdaki ilişkilerinin samimi, etkileşimlerinin pozitif yönlü olduğunu, birbirlerini benzer gördüklerini göstermektedir.

Yaşam kalitesi, turizm destinasyonundaki objektif koşullara (ekonomik faaliyet, iklim, sosyal/kültürel kurumlar ve çevresel koşullar) ilişkin hisler ve algılar toplamı olduğu için incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, yerel halk ve yerleşik yabancıların yaşam kalitesi, sosyal etkileşim düzeylerini artırmaktadır. Yerel halkın yaşam kalitesi puanlarının yerleşik yabancılardan daha yüksek olmasında; Marmaris destinasyonunda turizme bağımlı bir ortamın var olmasının etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yerel halkın turizm aracılığıyla; ticari faaliyetlerinin çeşitlenmesi, sosyalleşme ve rekreasyon olanaklarının artması, çeşitli ekonomik fırsatlara ulaşması; turizmin, olumlu sosyal, kültürel, ekonomik etkilerinin yaşam kalitelerini artırdığı göstermektedir. Sağlıklı, kendisini güvende hissettiği bir çevrede, huzur içerisinde yaşamayı önemseyen yerel halk, söz konusu faktörlerde bir olumsuzluk yaşamadığı müddetçe çevresini olumlu algılayacak, daha iyi bir yaşam kalitesine sahip olmak için turizmi destekleyecektir. Yerleşik yabancı ve yerel halk gruplarının belirlenen eşik değer üzerindeki yaşam kalitesi puanları; Marmaris destinasyonunda çevreye (sosyal, kültürel, ekonomik, doğal ve yapay) ilişkin duygu, düşünce ve algılarının olumlu olduğunu göstermektedir.

Sosyal etkileşim; yerleşik yabancı ve yerel halkın gündelik yaşamdaki etkileşimidir. Tarafların karşılıklı etkileme ve etkilenme durumları arasında bir farklılık olmaması, etkileşimin doğası gereği beklenen bir durumdur. Hem yerleşik yabancıların hemde yerel halkın samimi, yakın sosyal ilişkiler içinde bulunması, birbirlerini sevdiklerini göstermektedir. Aynı zamanda her iki grup da birbirleriyle temaslarından yüksek

düzyeyde memnuniyet duymakta, söz konusu bulgu tatmin edici sosyal ilişkiler yaşadıklarını, birbirlerine değer verdiklerini, kaynaşma ve dayanışma içerisinde olduklarını göstermektedir.

Çalışma kapsamında ayrıca sosyal etkileşimin turizme yönelik tutum değişikliği yaratıp yaratmadığı araştırılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, yerel halk ve yerleşik yabancı sosyal etkileşimleri, turizme yönelik tutum düzeyini artırmaktadır. Turizm hakkında bilgi sahibi olan yerel halk ve yerleşik yabancı, turistlerle Marmaris destinasyonunda odaklanmış ya da odaklanmamış etkileşim içerisine girmektedir. Gündelik yaşamda Marmaris'teki turizm gelişiminin doğası gereği yerleşik yabancı ve yerel halk turistlerle sık sık karşılaşmakta, olumlu karşılaşma ve temasları turizme yönelik olumlu tutumlar geliştirmelerinde etkili olmaktadır.

Çalışma turizme yönelik tutumları açıklamada yararlanan; Doxey Irridex Modeli (Long, Perdue ve Allen, 1997), Butler Yaşam Döngüsü Modeli/Turizm Alanı Yaşam Döngüsü Modeli (Zhong, Deng ve Xiang, 2008), Sosyal Mübadele (Değişim) Teorisi (Ap, 1992; Younghan, Milyang ve Jakeun, 2016), Duygusal Dayanışma Teorisi (Woosnam, 2012; Aleshinloye, 2015) ve Temas Hipotezi (Månsson ve Dahlander, 2010) ile ilgili daha önceki deneysel çalışmaları desteklemektedir. Topluluk duygusu, sosyal mesafe, yaşam kalitesi, sosyal etkileşim ve turizme yönelik tutumlarla ilgili ifadeler bölüm 5.2.'de teorilerle ilişkilendirilmiş ve ayrıntılı olarak sunulmuştur. Topluluk duygusu; temas hipotezi, duygusal dayanışma teorisi ve sosyal mübadele (değişim) teorisi ile ilişkili bulunmuştur. Sosyal mesafe; temas hipotezi, duygusal dayanışma teorisi, sosyal mübadele (değişim) teorisi ve Doxey Irridex Modeli ile ilişkili bulunmuştur. Yaşam kalitesi ve sosyal etkileşim; temas hipotezi, duygusal dayanışma teorisi, sosyal mübadele (değişim) teorisi, Doxey Irridex Modeli ve Butler Yaşam Döngüsü Modeli (Turizm Alanı Yaşam Döngüsü Modeli) ile ilişkili bulunmuştur. Bu bağlamda turist-yerel halk etkileşimini açıklamada; sosyal etkileşimi etkileyen, etkileşim sonuçlarına biçim kazandıran duygusal, davranışsal ve bilişsel durumların gözetilerek, uyum ve uyumsuzlukların daha geniş ve çok boyutlu biçimde irdelenmesi gerekmektedir.

Literatürde turizmin, farklı kültürleri, toplumları birbirine yakınlaştırdığı, barış kültürüne katkı sağladığı, farklı kültürlerin paylaşılmasının ve takdir edilmesinin dünya

barışına katkıda bulunduğu, dünyanın barış sektörü olduğu belirtilmektedir (D'amore 1998, akt. Litvin, 1998; Wintersteiner ve Wohlmuther, 2014, 51). Turist ile aynı kökenden olan yerleşik yabancı, aslında yaşam biçimi göçmenidir. Göç çalışmalarında göçmenlerin, göç ettikleri, farklı etnik kültüre sahip toplumda hoş karşılanmadıkları, genellikle istenmedikleri ve çatışmalar yaşadıkları bilinmektedir. Oysaki yaşam biçimi göçmeni olarak Marmaris'e yerleşmiş yabancıların, Marmaris toplumunda hoş karşılandıkları, kabul edildikleri ve yerel halkla iyi geçindikleri tespit edilmiştir. Marmaris'teki yerleşik yabancıların, destinasyonu ziyaret eden, -yabancı turistler arasında sayısal açıdan ilk sırada olan-, İngilizler ile aynı kökenden olmasının yerelde iyi ilişkiler kurulmasında, uyumlu bir birliktelik yaşamalarında, bütünleşmelerinde, beklentilerin karşılıklı gerçekleşmesinde ve ortak davranış örüntüleri oluşturulmalarında önemli düzeyde etkisi bulunmaktadır.

1960'lı yıllardan bu yana yerli ve yabancı birçok turisti kendisine çeken Marmaris destinasyonunda; temel ekonomik faaliyet alanının turizm olması, tesisler ve yerel halk yaşam alanlarının iç içe olması, yerel halkın turist ile sık sık karşılaşmasına, sosyal ilişki ve etkileşimler yaşamasına, dolayısıyla Birleşik Krallıktan gelen turistleri benimsemesine yol açmıştır. Yaşam biçimi göçmeni, yerleşik yabancıların geçmişte bir turist olarak destinasyonu ziyaret etmeleri söz konusu olsa bile, göç motivasyonları arasında yerel halkla kurdukları sosyal ilişkilerin, yerel halkın tutumlarının göç nedenleri arasında alt sıralarda yer aldığı bilinmektedir. Dolayısıyla yerleşik yabancıların yerel halk ile olan sosyal ilişkilerinde, zaten yerel halk ile geçmişte bir turist olarak deneyimledikleri uyumlu sosyal ilişkileri vardı, iyi geçiniyorlardı, şimdi de destinasyona yerleşerek bu iyi ilişkilerini devam ettiriyorlar diyerek peşinen bir kabulde bulunulamayacağını belirtmek gerekmektedir.

Çalışmadan elde edilen bulgular; Marmaris destinasyonunda yerleşik yabancı-yerel halk ilişkisinin olumlu, kaliteli, samimi bir biçimde gerçekleştiğini, aralarındaki etkileşimi yüksek düzeyde önemsediklerini ve birbirleriyle olan temaslarından yüksek düzeyde memnun olduklarını göstermektedir. Söz konusu bulgular, turizmin dünya barışına hizmet ettiği savını desteklemektedir. Şöyle ki; küreselleşme, göç ve turizm olguları; göçmen, ziyaretçi, turist, gezgin, yabancı ve yerleşik yabancı kavramlarına karşılık gelen insan yüzlerini ortaya çıkarmıştır. Her ne kadar turistlerin yarattığı geçici birlikteliklerden, kültürel uygunluk talep etmek gerçekçi olmasa da, kısmen paylaşılan

sosyal birliktelikler; -eğlence, spor, ortak ilgiler, bilgi paylaşımı ve benzerleri- uyum eğilimi içerisine girmelerine etki etmektedir. Bir diğer taraftan; turist-yerel halk ilişkisinin olumlu, kaliteli, samimi bir biçimde gerçekleşebilmesi ve tarafların temaslarından yüksek düzeyde memnun olabilmeleri için şunlar söylenebilir: Turizm destinasyonlarında gündelik yaşam içerisinde, kitle turizminin yarattığı olumsuz etkilerden uzaklaşan/uzak olan turistin, arka bölgelerde yerel halk ile sosyal ilişkiler kurmasının sağlanması, kültürlerarası iletişim yoluyla, karşılıklı anlayışlar geliştirmesine ve bir barış kültürü oluşturma zemini yakalanmasına katkılar sağlayabilir. Turizm destinasyonlarında turist-yerel halk, turist-turist, turist-rehber arasındaki olumlu sosyal ilişki ve etkileşimlerin, kültürlerarası temasların, dünya barışı ve tüm dünyada barış kültürünün yayılmasına önemli katkıları olduğu söylenebilir.

Turist-yerel halk ilişkisinin niteliğini belirleyen faktörlerden; kalış süresinin kısalığı ve kültürel farklılıklar faktörleri, turist-yerel halk ilişkisini olumsuz etkileyen faktörler arasındadır. Turist-yerel halk ilişkisinde turistin destinasyonda kısa süre kalması; yerel halk ile ilişkilerinin geçici olmasına, yüzeysel ilişkiler kurmasına, anında doyuma odaklanmış ilişkiler yaşamasına, genellikle bir plan dahilinde hareket ettiği için zamansal ve mekânsal olarak kısıtlı olmasına, ziyaretçisi olduğu topluma karşı sahip olduğu kültürel mesafesinin etkisinde, yabancılık duygusu içerisinde, sömürüye açık biçimde, maddiyata dayalı, eşit ve dengeli olmayan bir deneyim yaşayarak, turist rolünü oynayarak ilişkilerini yürütmesine sebep olmaktadır. Bu bağlamda turist-yerel halk ilişkisinde tarafların birbirlerine yönelik davranışlarında kötü davranmamak için çaba harcamaya gerek duymamaları olağandır. Oysa turist ile aynı kökenden olan yerleşik yabancı destinasyonda turiste göre kalıcıdır, 6 ay ve üzerinde bir süre yerel halk ile gündelik yaşamı paylaşmaktadır. Dolayısıyla yerleşik yabancıların ikamet süresinin uzunluğu; yerel halk ile kalıcı ve derinlemesine ilişkiler kurması, zamana yayılı bir doyum, zamansal ve mekânsal kısıtlamalardan uzak, kültürel ve sosyal mesafesinin azaldığı, bir diğer ifadeyle yakınlaşmalarının arttığı, tanıdık ve aşina olunan kişiler ile hile ve aldatmacadan uzak, maneviyata (sevgi, saygı, hoşgörü, yardımlaşma vb.) dayalı, eşit ve dengeli bir deneyim yaşamasını sağlamaktadır.

Çalışmadan elde edilen bulgular; turiste göre kalış süresi uzun olan, destinasyonda ikamet eden yerleşik yabancıların, yerel halka yönelik sosyal mesafelerinin kısa, bir diğer ifadeyle sosyal yakınlıklarının yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir.

Yerleşik yabancı, yerel halkı komşusu olarak benimsemekte, eve yemeğe çağırma veya yardıma ihtiyaç duyması durumunda çaba sarf etmeye gerek duymaktadır. Yerleşik yabancılar yerel halk ile temaslarından memnuniyet duymakta, yakın etkileşim, turizm çekicilikleri ve destek hizmetlerinde etkileşim, resmi (formel) etkileşim biçimlerine yüksek düzeyde önem vermektedir. Yakın sosyal ilişkiler, karşılıklı yakın etkileşim, tarafların birbirlerine zaman ayırması, değer ve emek vermesi, sevgi ile oluşmaktadır (Wydenbach, 1994). Yerleşik yabancıların mahrem alanı olan evini yerel halktan arkadaşlarına açması, sosyal etkinliklerde yerel halk ile sosyal ilişkiler kurmaya, iletişim içerisinde bulunmaya önem vermesi, farklı kültürden kişilerle iletişim olanağına sahip olmasının yaşam kalitesini artırmasını önemsemesi, yerel halka iyi davranma ve iyi geçinme çabası içerisinde olduğunu göstermektedir.

Yerleşik yabancıların yakın etkileşim, turizm çekicilikleri ve destek hizmetlerinde gerçekleşen etkileşim, resmi (formel) etkileşim, sosyal etkileşim puanları ikamet süresi değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir. Elde edilen bulgulara göre; kalış süresi daha uzun olan turistlerin temsili olan yerleşik yabancıların; ikamet sürelerinin uzunluğunun, sosyal ilişki ve etkileşimlerinin olumlu olmasında bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir. Söz konusu bu durum turist-yerel halk ilişkisinin niteliğinin belirlenmesinde, kalış süresinin bir etkisinin olmadığını tescillemektedir. Bu bağlamda, turizm destinasyonlarında turist-yerel halk uyumsuzluk ve anlaşmazlıklarına yol açan nedenler arasında, turistlerin destinasyonda kısa süre kalması, bir başka ifadeyle geçici olması durumu dışında kalan, kültürel farklılıkların etkili faktör olduğu sonucuna varılmıştır.

Turizm destinasyonlarında turist-yerel halk ilişkisinde; turist kabul eden toplumun kültürü (yerel toplumun kültürü), turist gönderen toplumun kültürü ile turist kültürü, ilişkilerin yönünü ve sonuçlarını etkilemektedir. Toplumların, diğer toplumlardan ayrılmasını sağlayan, geçmişten bugüne taşıdıkları, tüm maddi ve maddi olmayan değerleri, kültürlerini oluşturmada ve toplum üyelerinin davranışlarına yön vermektedir. Turist kültürü ise gündelik yaşamından, rutinden uzaklaşan turistlerin tatilde daha rahat ve kısıtlamalardan uzak bir biçimde gerçekleştirdiği davranışlarını etkileyen, melez bir kültür olarak karşımıza çıkmaktadır.

Turist-yerel halk ilişki ve etkileşimlerinde kültürel farklılıklar, -kültürel kodlar, önyargı, algılama farklılıkları vb.- ilişki ve etkileşimleri etkilemekte, olumsuz sonuçlara sebep olmaktadır. Söz konusu olumsuz sonuçlar; tarafların birbirlerine karşı ilgisiz kalmaları, hoşgörüsüzlük, önyargılı bir yaklaşımda bulunarak fiziksel ve sosyal mesafelerini uzatmaları, toplumsal huzursuzluklar, anlaşmazlıklar ve çatışmalar biçiminde gözlemlenmektedir. Turistin ziyaret ettiği toplum değer ve inançlarına saygı göstermemesi, örneğin Türkiye’de üstsüz güneşlenmesi, aşırı alkol tüketimi, kamuya açık alanlarda cinsel yakınlaşmaları, yüksek sesle konuşmaları gibi durumlar çatışmaları artırmaktadır.

Turist ile aynı kökenden olan yerleşik yabancı ile yerel halk arasındaki ilişkilerin olumlu olması, iyi geçinmeleri ve karşılıklı ilişkilerinden memnuniyet duymaları, turizm, göç ve küreselleşme olgularının etkisiyle, kültürel farklılıklardan ziyade kültürel çeşitlilik ve zenginlik ekseninde, evrensel kültürün yayılımının bir göstergesi olarak çalışma kapsamında destek bulmuştur. Bu bağlamda yerleşik yabancı ve yerel halkın; öznelerarasılık olarak ifade edebileceğimiz, diğerini/ötekini hissederek, kişilerarası sıkı bir bağ kurarak ve birbirlerine uyum sağlayarak bir arada yaşadıkları söylenebilir. Turizme açıldığından bu yana milyonlarca yabancı turiste ev sahipliği yapan Marmaris’te, yabancı turist, yerleşik yabancı ve yerel halkın karşılıklı olarak birbirlerini tanımaları ve saygı göstermeleri Marmaris destinasyonunda, çok kültürlülüğü, bir başka ifadeyle kültürlerarasılığı, dolayısıyla yeni melez bir kültürün oluşmasını sağlamıştır. Köken ülkesi Birleşik Krallık ve Rusya Federasyonu’ndan gelen yabancılar başta olmak üzere, çok sayıda yabancıların yerleşik yaşam sürdüğü Marmaris toplumunda çokkültürlü bir ortamın var olması, kültürel çeşitliliğin hoş karşılanmasına ve desteklenmesine zemin oluşturmuştur (Şahin, 2018).

Marmaris destinasyonunda yaşama süresi açısından da turist ile aynı kökenden olan yerleşik yabancıların sosyal etkileşim durumu incelendiğinde sosyal etkileşim, yaşama süresi değişkenine göre de farklılık göstermemektedir. Gerek ikamet süresi, gerekse yaşam süresi değişkenine göre Marmaris’teki yerleşik yabancıların sosyal etkileşim düzeyleri üzerinde bir etkisi bulunmadığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda iki farklı kültürden olan yerleşik yabancı ve yerel halkın, kültürel farklılıkları birer zenginlik olarak kabul ettikleri, kültürel olarak bütünleştikleri, evrensel değerler etrafında

buluşarak, çatışmadan yüksek düzeyde uyum içerisinde bir arada yıllardır yaşadıkları söylenebilir.

Çalışma kapsamında; yerleşik yabancı-yerel halk etkileşimi açıklanmaya çalışılırken, anket soruları içsel ve dışsal olarak ayrılarak, analiz edilmiştir. Analizde; “içsel” birbirini hiç sevmeyen kişilerin “dışsal” olarak iyi geçinir gibi görünme biçiminde bir durumlarının olup olmadığı, “-miş gibi” yapıp yapmadıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen bulgulara göre yerleşik yabancı ve yerel halka uygulanan ankette yer alan ifadelerden, -içsel faktörler sınıflandırmasında yer alan ifadelerde-, içsel puanlarının anlamlı farklılık göstermediği, topluluk duygusu, yaşam kalitesi, sosyal etkileşim ve turizme yönelik tutum ifadelerini içselleştirdikleri tespit edilmiştir. Ancak ankette yer alan ifadelerden, -dışsal faktörler sınıflandırmasında yer alan ifadelerde-, yerleşik yabancıların dışsal puanlarının (topluluk duygusu, sosyal mesafe ve turizme yönelik tutum), yerel halkın dışsal puanlarından yüksek olduğu tespit edilmiştir. Yerleşik yabancılar, göçmen olmalarının etkisiyle, yabancılik duygularının yönlendirmesiyle, Marmaris toplumu ile uyumlu görünme, yerel halkla ilişkilerini daha iyi gösterme ya da kültürel olarak daha davranışa dönük olma gibi nedenlere bağlı olarak dışsal puanlarının yüksek olması açıklanabilir.

Yerleşik yabancıların yerel halk ile uyumlu sosyal ilişkilerini ve tatmin edici etkileşimlerini, Marmaris’te elde ettikleri deneyimlerini eş, dost ve akrabalarına anlatmaları, insan doğası gereği deneyim aktarımları beklenebilecek bir durumdur. Ağızdan kulağa iletişim yoluyla, yerleşik yabancıların tanıdıklarının duyduklarından etkilenecek, Türkiye’yi, özelde Marmaris destinasyonunu ziyaret etmeleri söz konusu olmaktadır. Araştırma kapsamında yerleşik yabancıların sosyal medya mecralarında; “Things to Do in Marmaris Turkey”, “The İçmeler Dream Teamers”, “Who Loves Turunç”, “One Love Marmaris”, “Marmaris-The Only Place to Be-Bring It on”, “We All Love Turkey-Marmaris” vb. sayfalar açtıkları, Marmaris ve Türkiye hakkında bilgiler verdikleri ve yorumlar yaptıkları tespit edilmiştir.

Yerleşik yabancıların Marmaris’e yönelik hissettiği duyguları ve Marmaris dendiğinde zihninde oluşan çağrışımlar bütünü Marmaris’in imajını oluşturmaktadır. Turist ile aynı kökenden olan yerleşik yabancıların Marmaris destinasyonuna yönelik görüşleri ve tutumları, Marmaris imajını açıklamaktadır. Seyahate çıkmayı düşünen, seyahatini

planlayan, destinasyon tercihi yapmaya çalışan veya Marmaris'i ziyaret etmeyi düşünen turistin söz konusu mecralardan elde ettiği bilgiler, aldığı tavsiyeler, destinasyonunun ve Türkiye'nin tanıtımına katkı sağlamakta, imajını güçlendirmekte, yerleşik yabancıların deneyim paylaşımları, destinasyona yönelik turistik talebi etkileme gücü taşımaktadır.

Yaşam biçimi göçmeni olan yerleşik yabancıların, Marmaris'e yerleşmelerinde etkili olan birçok faktör bulunmaktadır. Bu faktörler sırasıyla; iklim koşulları, yaşam koşullarının rahatlığı, ucuzluk, doğal güzellikler, iş kurma ve çalışma, yöre halkının tutumu ve özel nedenler (evlilik vb.)'dir (Özgürel ve Avcıkurt, 2018, 213). Marmaris destinasyonunun fark edilmesini sağlayan, seçkin turizm destinasyonları arasına girmesinde etkili olan, çok sayıda yerli ve yabancı turisti kendisine çeken, çekicilikleri bulunmaktadır. Sahip olduğu iklimi, coğrafi konumu, yeşilin her tonunun görülebildiği florası, kalesi, kentsel mimarisi, tamamlanmış altyapısı, turist istek ve beklentilerine cevap verebilen çok sayıda ve yüksek kalitede turizm işletmesi, misafirperver halkı, köy düğünleri, iğne oyası gibi el sanatları, modern yaşam biçimi, turiste ve dünyaya açık ilişkileri ile davranışları hem turistler hem de yerleşik yabancılar için önemli düzeyde çekicilik yaratmaktadır.

Son söz olarak; Marmaris destinasyonunda sosyal taşıma kapasitesinin aşılmadığı, çekiciliğinin devam ettiği, ortak yaşam kültürünün geliştiği, hoşgörünün hakim olduğu söylenebilir.

6.2. Öneriler

Turist ile aynı kökenden olan yerleşik yabancı ve yerel halk arasındaki etkileşim, çalışma kapsamında Marmaris destinasyonunda hem bugünkü durumu analiz edebilme hem de gelecekte yaşanması muhtemel durumları bugünden görebilme olanağı sunmuştur. Devam eden kısımda yapılan literatür incelemesi ve elde edilen bulgular ışığında; merkezi ve yerel yönetimlere, turizm işletmelerine, yerel halka ve eğitim kurumlarına yönelik önerilere yer verilmiştir.

Merkezi ve yerel yönetimlere yönelik öneriler:

- Merkezi yönetimin yerleşik yabancı kavramını tanımlayarak, gerekli yasal düzenlemeleri yapması gerekmektedir.
- Yapılan tanımlamaya uygun olarak yerleşik yabancılar ile ilgili detaylı istatistiki bilgi havuzu oluşturulmalıdır.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, T.C. Dışişleri Bakanlığı, T.C. İçişleri Bakanlığı ve Bakanlığa bağlı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü ortak çalışmaları ile yerleşik yabancıların tanıtım, dışarıda kamuoyu oluşturma, lobicilik faaliyetleri, uyum ve bütünleşme çalışmalarında ortak akıl ve bilgi üretmek adına koordineli olunması gerekmektedir.
- Yerleşik yabancıların köken ülkelerine yönelik pazarlama faaliyetlerinde, gönüllü turizm elçileri olarak verdikleri desteklerin profesyonel bir yaklaşımla, bütünleştirilerek, sağladıkları pozitif katkıların artırılması sağlanmalıdır.
- Marmaris toplumundaki yerleşik yabancı ve yerel halk dahil tüm paydaşların destinasyon yönetimine aktif katılımını sağlayarak, şeffaf, hesap verebilir, destinasyon bağlılığını ve topluluk duygusunu teşvik eden, sahiplenmeyi artıran, yerel yönetim modelinin yerel yönetimler tarafından oluşturulması gerekmektedir.
- Turizm kenti kimliği ile bilinen Marmaris destinasyonunun; doğal ve yapay fiziki çevresini oluşturan çevresel kimliği ile sosyo-kültürel, sosyo-ekonomik ve sosyo-psikolojik kimliğinin değişen durumu analiz edilerek bütünleştirilmeli, karakteristik yapısına uygun olarak, imaj çalışmaları geliştirilmelidir.
- Değişen yurttaşlık ve hemşerilik anlayışına uygun olarak, yerel yönetimlerin; yereldeki yerleşik yabancılardan aldığı bu gücü, destinasyon pazarlaması, markalaması ve imaj çalışmalarında, turistlerin turistik ürünlere yönelik belirsizlik ve kuşkularının giderilmesinde, destek güç olarak değerlendirmesi gerekmektedir.
- Turizm destinasyonunda genişletilmiş yerellik vizyonu ile yerelde gömülü olan, turist-yerleşik yabancı-yerel halk ilişkileri ile yeniden üretilen, öğrenilmesi fiziksel ve sosyal yakınlık gerektiren bilginin, rekabet avantajı sağlayan bir üstünlük olarak, yerel yönetimler tarafından ortaya çıkartılması, tüm turizm paydaşları için bir değere dönüştürülmesi gerekmektedir.

- Yerleşik yabancı ve yerel halkın daha iyi yaşam koşullarına sahip olabilmesi, güvenli bir ortam yaratılabilmesi için gerekli tedbirlerin alınması gerekmektedir.
- Yerel halk ve yerleşik yabancılarda topluluk duygusunu ve Marmaris destinasyonuna olan bağlılığı sürdürülebilir kılacak, daha da güçlendirecek, kamu desteği sağlanmalıdır.
- Yerleşik yabancı ve turistlerden elde edilen bilgi, ilişki sermayesi, insan sermayesi, sosyal sermaye gibi unsurlardan oluşan entelektüel sermayenin yerelde zenginleşmesini sağlayacak, karşılıklı etkileşime olanak sunan ortamların artırılması gerekmektedir.
- Karşılıklı bağımlılık ve sorumluluklar ekseninde, yerel yönetimlerin yerleşik yabancı, yerel halk ve destinasyondaki diğer tüm paydaşları toplum üyeliği ile toplumsal barışa katkı konusunda bir araya getirme ve senkronize harekete yönlendirme fonksiyonu üstlenmesi gerekmektedir.
- Marmaris Belediyesinin akıllı kent uygulamalarında başlangıç kabul edilebilecek, Marmaris Belediyesi Yönetim Bilgi Sistemini daha fonksiyonel hale getirerek, vatandaş odaklıktan, vatandaş olmayan yerleşik yabancı ve turistlerin de dahil olabileceği bir sisteme dönüştürmesi gerekmektedir.
- Yerel yönetimler tarafından Marmaris portalı kurularak; turistik ürün ve hizmetlerden danışma hizmetlerine kadar zengin ve sürekli güncel tutulan bir içerik ile küresel ağ bağlantıları sağlanmalıdır.
- Turist-yerel halk, yerleşik yabancı-yerel halk, yerleşik yabancı-turist sosyal ilişki ve etkileşimleri için, ortak kullanılan açık ve kapalı alanların, paylaşım ortamlarının niceliksel ve niteliksel olarak artırılması gerekmektedir.
- Turist, yerleşik yabancı ve yerel halkın kültür, sanat, spor, fuar ve festival gibi çeşitli etkinlikler yoluyla temas ve etkileşimlerinin artırılması gerekmektedir.
- Marmaris destinasyonunda birçok turizm işletmesinin İngilizce tabelaları, ilan panolarında yer alan İngilizce metinler, kent dokusu ve ruhunu yansıtacak biçimde daha uygun hale getirilerek Türkçe kullanılmalı ve destinasyon karakteri ortaya çıkartılmalıdır.
- Düzenlenecek kurslar ve seminerler ile Marmaris toplumunda 7'den 70'e herkese; turizm bilinci, çevreyi koruma-kullanma dengesinin önemi, birlikte olma ve yaşama anlayışının geliştirilmesi, kültürlerarası iletişim (sözlü ve beden dili) eğitimleri verilmelidir.

- Gönüllü faaliyetlerde bulunma konusunda son derece istekli olan yerleşik yabancıların, özellikle yüksek sezonda Marmaris'i ziyaret eden turistlerin karşılaşılabilecekleri sorunları çözmede, tatil deneyimlerine yönelik tatminlerini ölçmede, Belediye bünyesinde oluşturulacak fiziki veya sanal destek masasında yardımları alınmalıdır.
- Kardeş kent uygulamalarının gerçekleştirilmesi, yerel yönetimler arasında iletişim ağlarının kurulması, yabancı tur operatörlerinin hakim olduğu Marmaris destinasyonunda, operatörlere bağımlılığı azaltmak için bir yol olarak benimsenmelidir.
- Marmaris'te başta belediye olmak üzere, tüm kamu kurum ve kuruluşlarında istihdam edilen, yabancı dil bilen personel sayısının artırılması gerekmektedir.
- Yabancılara vatandaşlık verilmesi, ev satılması gibi tüm toplumu ve geleceğini ilgilendiren konularda kamu otoritesi tarafından yapılan plan ve uygulamaların, kamuoyu ile açık ve şeffaf bir biçimde paylaşılması gerekmektedir.

Turizm işletmelerine yönelik öneriler:

Varlıkları turizme bağlı olan turizm işletmelerine çok sayıda ve büyük önem arz eden görevler düşmektedir. Bu bağlamda;

- Turizm işletmeleri, yerelde yaşam kalitesini destekleyen, taşıma kapasitesini göz önünde bulunduran, yerel halkın turiste ve turizme yönelik tutumlarında etkili olan sürdürülebilir turizm ilkelerini benimsen, işbirliği içerisinde fiziki ve sosyal çevre dostu politikalara, aynı doğrultuda devam edilmelidir.
- Turizm gelişiminin devam ettiği Marmaris destinasyonunda, turizm işletmelerinin; turistlerin; sosyal ve kültürel mesafesini azaltma yönündeki çabalarını artırarak, tatil deneyimlerinden tatmin ve mutluluk duyma düzeylerini artırmaları gerekmektedir.
- Düşük sezonda açık olan turizm işletmelerinin, özellikle yiyecek-içecek ve eğlence işletmelerinin yerleşik yabancı ve yerel halktan oluşan misafir portföylerinin istek ve beklentilerini iyi analiz etmesi gerekmektedir.
- Turizm işletmeleri; dış müşterilerine (turistlere), iç müşterilerine (çalışanlarına), araçlarına, tedarikçilerine ve Marmaris toplumuna değer yaratan, memnuniyet ve tatmin sağlayan bir misyon ile hareket etmelidir.

- Turist-turizm çalışanı, turist-turist, turist-yerel halk ilişki ve etkileşimlerinin, turistin tatil deneyiminden tatmin duyması ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisi göz önünde bulundurulmalıdır. Bu bağlamda turizm işletmelerinin; kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak, kültürel iletişimin geliştirilmesi ve yanlış anlaşılmalara önüne geçilmesi için çalışanlarına ve turistlerin öğrenme süreçlerine katkı sağlaması gerekmektedir.
- Çalışanların farklı kültürler ile iletişim kurma becerilerini artıracak hizmet içi eğitimler verilmelidir.
- Turistlerin kültürel özelliklerine uygun olarak geliştirilen, istek ve beklentilerine cevap veren turistik ürünler oluşturulurken, örneğin koy ya da plajların yerel halka kapatılması gibi durumlardan, kaynak kullanımından dolayı ortaya çıkabilecek çıkar çatışmalarına yol açılmamalıdır.
- Marmaris destinasyonunun kendine has karakteristik özelliklerinden olan, yerel yaşam ve turistik yaşamın iç içe geçmişliği göz önünde bulundurularak, bu ruhu bozacak yatırım kararlarından uzak durulmalıdır.
- Her ne kadar rekabet edebilmek, pazardan pay alabilmek için, konaklama işletmeleri, her şey dahil sistemi uygulamak durumunda bulursa da, turisti bulunduğu çevresel balon dışına çıkartacak, yerelle temasını sağlayacak ortamlarda çeşitli aktiviteleri planlayarak, uygulamaya geçirmelidir.
- Turistler ile kurulan ilişkilerde; ticari sömürü ve aldatmadan uzak, kibar davranışların sergilendiği ve olumlu duygularla yaklaşım, tüm çalışanlara işletme kültürü olarak verilmelidir.

Yerel halka yönelik öneriler:

- Yerel halk turizm destinasyonlarının en önemli aktörlerinden biri olarak, yaşamını sürdürdüğü turizm destinasyonunda, hem bugün ki durumunu hem de gelecekte olmak istediği durumu için, bağlantı noktalarını oluşturan topluluk duygusunu güçlendirmek için çaba sarf etmelidir.
- Sivil toplum kuruluşlarına üyeliği ile örgütlenerek, aktif yapısıyla turistik ortam içerisine katılım göstererek, sosyalleşme ve farklı kültürleri tanıma fırsatını, gerek turist gerekse yerleşik yabancı ile kurduğu ilişkileriyle değerlendirmelidir.
- Farklı kültürlerin karşılaşmalarında dil bilmemek, sosyal ilişki ve etkileşimlerde en büyük engellerden biridir. Türkiye'nin dünyaya açılan pencerelerinden olan

Marmaris'te, yabancı dil öğrenmeyi, yerel halk kişisel gelişiminin bir parçası ve dünya vatandaşlığının vizesi olarak görmelidir.

Eğitim kurumlarına ve akademisyenlere yönelik öneriler:

Eğitim insan yaşamında ailede başlamakta, kamu ve özel sektör tarafından yürütülen faaliyetler ile hayat boyu devam etmektedir.

- Kreş ve anaokullarından başlayarak, kültürlerarası ilişkiler konusunda eğitimler verilmelidir.
- Üniversitelerde bölüm veya program ayırt etmeksizin, farklı kültürler ile iletişim ve ilişki kurma becerisini artıracak dersler müfredata alınmalıdır.
- Turizme yönelik meslek edindirme ve mesleki gelişim kurslarında; turist-turizm çalışanı ve turizm çalışanları arası ilişkiler ile iletişim dersleri, uygulamalı, proje tabanlı gerçekleştirilmelidir.
- Akademisyenler yapacakları çalışmalarında; birden fazla turizm destinasyonunu kapsayacak biçimde evren ve örneklem büyüklüğünü genişleterek ve karşılaştırmalar yaparak, alandaki boşluğun doldurulmasına katkı sunabilirler.
- Farklı milliyetten turistler, turizm çalışanları, köken ülkeleri farklı olan yaşam biçimi göçmenleri ile yerel halk etkileşimleri, farklı zaman dilimleri gözetilerek, akademisyenler tarafından inceleme konusu yapılabilir.
- Turist-yerel halk etkileşimini açıklayabilmek için; duygusal, davranışsal ve bilişsel durumların gözetilerek, uyum ve uyumsuzlukların daha geniş ve çok boyutlu biçimde irdelenmesi gerekmektedir.
- Yerleşik yabancıların turistin temsilcisi olarak; turizm işletmelerinden istek ve beklentileri araştırılmalı, turistik ortam ve mekânları kullanımları analiz edilmelidir.
- Turizm destinasyonlarında yerel halk, yerleşik yabancı, turist, turizm çalışanlarının yaşam biçimlerini oluşturan, içsel yatkınlıkları, habitusları incelenerek, topluluk duyguları, sosyal mesafeleri, yaşam kaliteleri ve sosyal etkileşimleri üzerindeki etkileri araştırılabilir.

6.3. Ekler

Ek-1 Yerleşik Yabancı Anket Formu

1. Demographic							
1.1. Age: () Under 18 () 18-35 () 36-49 () 50-64 () 65 and above							
1.2. Gender: () Female () Male							
1.3. Education: () Formal education () University graduate () Post graduate () Other (vocational courses etc)...							
1.4. Marital status: () Single () Widowed () Divorced () Live together () Married							
1.5. Legal Situation in Turkey: () Residence permit () Citizens of the Republic of Turkey () Dual citizen () Tourist visa							
1.6. Life time in Marmaris: () Less than 1 year () 1-5 years () 6-10 years () Over 11 years							
1.7. Duration of stay Marmaris (average months): () 7-9 months () 10-12 months () Over 12 months							
1.8. Your Turkish language proficiency level? () No () Basic () Medium () Good () Very Good							
2. Sense of Community		Factors (Internal-External)	1 strongly disagree	2 disagree	3 neutral	4 agree	5 strongly agree
	2.1. Being a member of Marmaris community makes me feel good.	Int.					
	2.2. When I have a problem, I can talk about it with members of Marmaris community.	Ext.					
	2.3. Being a member of the community of Marmaris is a part of my identity.	Int.					
	2.4. Fitting into Marmaris community is important to me.	Int.					
	2.5. I am with other Marmaris community members a lot and enjoy being with them.	Ext.					
	2.6. People in Marmaris community get along with one another.	Ext.					
	2.7. I care about what other Marmaris community members think of me.	Int.					
	2.8. I can trust people in Marmaris community.	Int.					
	2.9. If there is a problem in Marmaris community, members can get it solved.	Ext.					
	2.10. I feel hopeful about the future of Marmaris community.	Int.					
	2.11. Members of Marmaris community care about one another.	Ext.					
	2.12. It is important to me that I am valued or accepted by others in Marmaris community	Int.					
	2.13. My important needs are met because I am part of Marmaris community.	Ext.					
	2.14. Marmaris community has been successful in getting the needs of its members met.	Ext.					
	2.15. It is important to me that my thoughts and opinions are valued.	Int.					
	2.16. I get many benefits from being active in Marmaris community.	Ext.					
	2.17. I feel my involvement in Marmaris community is rewarding.	Int.					
	2.18. Marmaris community members and I value many things.	Int.					
	2.19. People in Marmaris community have similar needs, priorities, and goals.	Int.					
	2.20. Marmaris community has symbols and expressions of memberships such as clothes, signs, art, architecture, logos, landmarks, and flags that people can recognize.	Ext.					
	2.21. Members of Marmaris community have shared important events together, such as holidays, celebrations or disasters.	Ext.					
2.22. Marmaris community and I maintain our cultural heritage practices.	Ext.						
3. Social Distance	3.1. Local people in Marmaris can be my long-term neighbors or/and guests.	Ext.					
	3.2. I would like to have local people into my house as dinner guests.	Ext.					
	3.3. I can give a ride to local people where they need to go.	Ext.					
	3.4. I sit side by side with local people in public areas (on the sea shore, in the restaurant, etc.).	Ext.					
	3.5. I share the bus to the city with local people.	Ext.					
	3.6. It doesn't bother me to share our public swimming pool with local people.	Ext.					
	3.7. I'm not bothered to see local people in the souvenir shop.	Ext.					

6. Attitude	6.1. I strongly support tourism development in Marmaris.	Ext.					
	6.2. I make suggestions for increasing the development of tourism in Marmaris.	Ext.					
	6.3. I actively participate in tourism planning in Marmaris.	Ext.					
	6.4. I participate in the enhancement of tourism projects in Marmaris.	Ext.					
	6.5. I would like to see more tourists in Marmaris.	Int.					
4. Quality of Life			1 not at all important	2 low importance	3 neutral	4 very important	5 extremely important
	4.1. Preserving natural environment in Marmaris.	Int.					
	4.2. Feeling that Marmaris is valued by others.	Int.					
	4.3. Preserving cultural heritage in Marmaris.	Int.					
	4.4. Feeling proud to live in Marmaris.	Int.					
	4.5. Having restaurants and other commercial establishments in Marmaris.	Int.					
	4.6. Occurrence of valuation of real estate and land in Marmaris.	Int.					
	4.7. Having opportunity to carry out recreational activities in Marmaris.	Int.					
	4.8. Having opportunity to participate in cultural activities in Marmaris.	Int.					
	4.9. Having opportunities for socialising in Marmaris.	Int.					
	4.10. Having facilities to promote mobility/accessibility in Marmaris.	Int.					
	4.11. Having access to information in Marmaris.	Int.					
	4.12. Having opportunities of contact with people of different cultures in Marmaris.	Int.					
	4.13. Feeling safe in Marmaris.	Int.					
	4.14. Having a healthy life in Marmaris.	Int.					
	4.15. Living in an unpolluted environment in Marmaris.	Int.					
	4.16. Having more job opportunities in Marmaris.	Int.					
	4.17. Having opportunities to get more financial resources in Marmaris.	Int.					
	4.18. Having access to good transport in Marmaris.	Int.					
	4.19. Having access to health services in Marmaris.	Int.					
	4.20. Having diversity of economic activities in Marmaris.	Int.					
	4.21. Living with out traffic jams and people in Marmaris.	Int.					
	4.22. Living in a quiet environment in Marmaris.	Int.					
5. Social Interaction	5.1. Sharing meals with local people.	Int.					
	5.2. Exchanging gifts with local people.	Int.					
	5.3. Inviting local people to my home.	Int.					
	5.4. Practising sports with local people.	Int.					
	5.5. Participating in parties with local people.	Int.					
	5.6. Contact with local people in other commercial establishments.	Int.					
	5.7. Contact with local people on the beach.	Int.					
	5.8. Contact with local people in discos, clubs and bars.	Int.					
	5.9. Contact with local people in food and beverage establishments.	Int.					
	5.10. Contact with local people in events.	Int.					
	5.11. Contact with local people in the workplace.	Int.					
	5.12. Interacting with local people when providing them goods and services	Int.					
	5.13. Providing local people with information about the municipality	Int.					

			1 completely dissatisfied				
			2 mostly dissatisfied				
			3 neutral				
			4 mostly satisfied				
			5 completely satisfied				
	5.14. Level of satisfaction with the contact with local people in their community	Int.					

Ek-2 Yerleşik Yabancı Anket Formu

1. Demografik Bilgiler								
1.1. Yaş: () 18 yaş altı () 18-35 () 36-49 () 50-64 () 65 yaş ve üzeri								
1.2. Cinsiyet: () Kadın () Erkek								
1.3. Eğitim durumu: () Temel eğitim () Üniversite () Lisansüstü () Diğer (meslek kursları vb.)								
1.4. Medeni durumu: () Bekar () Eşi ölmüş () Boşanmış () Birlikte yaşıyor () Evli								
1.5. Türkiye'deki yasal durumu: () Oturma izni () TC vatandaşı () Çifte vatandaş () Turist vizesi								
1.6. Marmaris'te yaşama süresi: () 1 yıldan az () 1-5 yıl () 6-10 yıl () 11 yıl ve üzeri								
1.7. Marmaris'te ikamet süresi (ortalama ay): () 7-9 ay () 10-12 ay () 12 ay üzeri () Diğer belirtiniz)...								
1.8. Türkçe dil seviyeniz?() Bilmiyorum () Temel () Orta () İyi () Çok İyi								
2. Topluluk Duygusu	Alt Boyutlar	Lütfen aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi belirten seçeneği işaretleyiniz.	Faktörler (içsel ve dışsal)	1 kesinlikle katılmıyorum	2 katılmıyorum	3 kararsızım	4 katılıyorum	5 kesinlikle katılıyorum
	Üyelik	2.1. Marmaris toplumunun bir üyesi olmak kendimi iyi hissetmemi sağlıyor.	İçsel					
		2.2. Bir problemim olduğu zaman bunu Marmaris toplumunun üyeleri ile konuşabilirim.	Dışsal					
		2.3. Marmaris toplumunun bir üyesi olmak kimliğimin bir parçasıdır.	İçsel					
		2.4. Marmaris toplumunun beni içine alması, benim için önemlidir.	İçsel					
		2.5. Marmaris toplumunun diğer üyeleriyle sık sık bir araya geliyorum ve onlarla olmaktan zevk alıyorum.	Dışsal					
		2.6. Marmaris toplumundaki insanlar birbirleriyle iyi anlaşır.	Dışsal					
	Etki	2.7. Marmaris toplum üyelerinin benim hakkımda ne düşündüğüne önem veririm.	İçsel					
		2.8. Marmaris toplumunda insanlara güvenirim.	İçsel					
		2.9. Eğer Marmaris toplumunda bir problem var ise toplum üyeleri bunu çözebilirler.	Dışsal					
		2.10. Marmaris toplumunun geleceği ile ilgili umutlu hissediyorum.	İçsel					
		2.11. Marmaris toplumunun üyeleri birbirlerini önemserler.	Dışsal					
		2.12. Marmaris toplumunun diğer üyeleri tarafından değer görmek ve kabul edilmek benim için önemlidir.	İçsel					
	Bütünleşme	2.13. Marmaris toplumunun bir parçası olduğum için önemli ihtiyaçlarım karşılanıyor.	Dışsal					
		2.14. Marmaris toplumu üyelerinin ihtiyaçlarımı karşılamada başarılıdır.	Dışsal					
		2.15. Marmaris toplumunda düşüncelerimin ve fikirlerimin değer görmesi benim için önemlidir.	İçsel					
		2.16. Marmaris toplumunda aktif olarak birçok fayda kazanırım.	Dışsal					
		2.17. Marmaris toplumuna katılımımın ödüllendirici olduğunu hissedirim.	İçsel					
	Duygusal Bağlantılar	2.18. Marmaris toplum üyeleri ve ben birçok şeye değer veririz.	İçsel					
		2.19. Marmaris toplumundaki kişilerin benzer ihtiyaçları, benzer öncelikleri ve benzer amaçları vardır.	İçsel					
		2.20. Marmaris toplumunda, toplum dışından kişilerin fark edebileceği, üyelik sembolleri ve ifadeleri vardır (Örneğin; kıyafetler, işaretler, sanat, mimari, logolar, görülecek yerler, bayraklar vb.).	Dışsal					
		2.21. Marmaris toplum üyeleri; tatiller, kutlamalar veya felaketler gibi önemli olayları birlikte paylaşırlar.	Dışsal					
2.22. Marmaris toplumu ve ben kültürel mirasımızı korumaktayız.		Dışsal						

3.Sosyal Mesafe		3.1.Yerel halk uzun dönemli komşum, misafirim olabilir.	Dışsal						
		3.2.Evimde akşam yemeği misafiri olarak yerel halkı ağırlayabilirim.	Dışsal						
		3.3.İhtiyacı olan yerel halkı gideceklere yere bırakırım.	Dışsal						
		3.4. Yerel halk ile kamuya açık alanlarda (deniz kıyısında, restoranda vb.) yan yana otururum.	Dışsal						
		3.5.Şehre giden otobüsü yerel halkla paylaşıyorum.	Dışsal						
		3.6.Halka açık yüzme havuzumuzu yerel halkla paylaşmak beni rahatsız etmez.	Dışsal						
		3.7.Hediyelik eşya dükkânında yerel halkı görmekten rahatsızlık duymam.	Dışsal						
6.Tutum		6.1.Marmaris'te turizm gelişimini güçlü bir şekilde desteklerim.	Dışsal						
		6.2.Marmaris'te turizm gelişiminin artması için önerilerde bulunurum.	Dışsal						
		6.3.Marmaris'te turizm planlamasına etkin bir şekilde katılırım.	Dışsal						
		6.4.Marmaris'te turizm projelerinin geliştirilmesine katılırım.	Dışsal						
		6.5.Marmaris'te daha fazla turist görmek isterim.	İçsel						
	Alt Boyutlar	Lütfen aşağıdaki ifadelere verdiğiniz önem derecesini belirten seçeneğini işaretleyiniz.	Faktörler (içsel ve dışsal)	1 hiç önemli değil	2 düşük derecede önemli	3 kararsızım	4 orta derecede önemli	5 çok önemli	
4.Yaşam Kalitesi	Miras ve Ticari Faaliyetlerin Zenginleştirilmesi	4.1.Marmaris'te doğal çevrenin korunması.	İçsel						
		4.2.Diğerleri tarafından Marmaris'e değer verildiğini hissetmek.	İçsel						
		4.3.Marmaris'te kültürel mirasın korunması.	İçsel						
		4.4.Marmaris'te yaşamaktan gurur duymak.	İçsel						
		4.5.Marmaris'te restoran ve diğer ticari işletmelerin bulunması.	İçsel						
		4.6.Marmaris'te emlak ve arazilerin değer kazanması.	İçsel						
	Sosyalleşme ve Rekreasyon Fırsatları	4.7.Marmaris'te rekreasyon aktivitelerini yapma olanaklarına sahip olmak.	İçsel						
		4.8.Marmaris'te kültürel faaliyetlere katılma olanaklarına sahip olmak.	İçsel						
		4.9.Marmaris'te sosyalleşme olanaklarına sahip olmak.	İçsel						
		4.10.Marmaris'te hareketliliği/erişilebilirliği teşvik edecek tesislere sahip olmak.	İçsel						
		4.11.Marmaris'te bilgiye ulaşma olanağına sahip olmak.	İçsel						
		4.12.Marmaris'te farklı kültürlerden kişilerle iletişim olanağına sahip olmak.	İçsel						
	Sağlık ve Güvenlik Yararları	4.13.Marmaris'te kendini güvende hissetmek.	İçsel						
		4.14.Marmaris'te sağlıklı bir yaşama sahip olmak.	İçsel						

		4.15.Marmaris'te temiz bir çevrede yaşamak.	İçsel					
5.Sosyal Etkileşim	Ekonomik Fırsatlar ve Destekleyici Hizmetler	4.16.Marmaris'te daha fazla iş fırsatlarına sahip olmak.	İçsel					
		4.17.Marmaris'te daha fazla gelir elde etme fırsatlarına sahip olmak.	İçsel					
		4.18.Marmaris'te iyi ulaşım olanaklarına sahip olmak.	İçsel					
		4.19.Marmaris'te sağlık hizmetleri erişimine sahip olmak.	İçsel					
		4.20.Marmaris'te ekonomik faaliyet çeşitliliğine sahip olmak.	İçsel					
	Sessiz Çevre	4.21.Marmaris'te trafik ve insan sıklığı olmadan yaşamak.	İçsel					
		4.22.Marmaris'te sessiz bir çevrede yaşamak.	İçsel					
	Yakın Etkileşim	Turizm Çekicilikleri ve Destek Hizmetlerinde Gerçekleşen Etkileşim	5.1.Yerel halkla yemeğimi paylaşmak.	İçsel				
			5.2.Yerel halkla hediye alışverişinde bulunmak.	İçsel				
			5.3. Yerel halkı evime davet etmek.	İçsel				
5.4. Yerel halkla spor yapmak.			İçsel					
5.5.Yerel halkla partiye/eğlenceye katılmak.			İçsel					
Formal (resmi) Etkileşim		5.6.Yerel halkla diğer ticari işletmelerde iletişim kurmak.	İçsel					
		5.7. Yerel halkla sahilde iletişim kurmak.	İçsel					
		5.8.Yerel halkla eğlence yerlerinde (diskotek, kulüp, barlar vb.) iletişim kurmak.	İçsel					
		5.9.Yerel halkla yiyecek içecek işletmelerinde iletişim kurmak.	İçsel					
		5.10.Yerel halkla etkinliklerde iletişim kurmak.	İçsel					
Lütfen aşağıdaki ifadeye memnuniyet sevinizi belirten seçeneğini işaretleyiniz.	5.11. Yerel halkla işyerinde iletişim kurmak.	İçsel						
	5.12.Ürün ve hizmet sunarken yerel halkla etkileşime girmek.	İçsel						
	5.13. Yerel halka belediye hakkında bilgi vermek.	İçsel						
				1 tamamen memnuniyetsiz	2 çoğunlukla memnuniyetsiz	3 kararsızım	4 çoğunlukla memnun	5 tamamen memnun
		5.14.Marmaris toplumunda yerel halkla temasınızdan memnuniyet seviyeniz.	İçsel					

Ek-3 Yerel Halk Anket Formu

1. Demografik Bilgiler								
1.1. Yaş: () 18 yaş altı () 18-35 () 36-49 () 50-64 () 65 yaş ve üzeri								
1.2. Cinsiyet: () Kadın () Erkek								
1.3. Eğitim durumu: () Temel eğitim () Üniversite () Lisansüstü () Diğer (meslek kursları vb.)								
1.4. Medeni durumu: () Bekar () Eşi ölmüş () Boşanmış () Birlikte yaşıyor () Evli								
1.5. Türkiye'deki yasal durumu: () Oturma izni () TC vatandaşı () Çifte vatandaş () Turist vizesi								
1.6. Marmaris'te yaşama süresi: () 1 yıldan az () 1-5 yıl () 6-10 yıl () 11 yıl ve üzeri								
1.7. Marmaris'te ikamet süresi (ortalama ay): () 7-9 ay () 10-12 ay () 12 ay üzeri () Diğer (belirtiniz)....								
1.8. İngilizce dil seviyeniz? () Bilmiyorum () Temel () Orta () İyi () Çok İyi								
2. Topluluk Duygusu	Alt Boyutlar	Lütfen aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi belirten seçeneği işaretleyiniz.	Faktörler (içsel ve dışsal)	1 kesinlikle katılmıyorum	2 katılmıyorum	3 kararsızım	4 katılıyorum	5 kesinlikle katılıyorum
	Üyelik	2.1. Marmaris toplumunun bir üyesi olmak kendimi iyi hissetmemi sağlıyor.	İçsel					
		2.2. Bir problemim olduğu zaman bunu Marmaris toplumunun üyeleri ile konuşabilirim.	Dışsal					
		2.3. Marmaris toplumunun bir üyesi olmak kimliğimin bir parçasıdır.	İçsel					
		2.4. Marmaris toplumunun beni içine alması, benim için önemlidir.	İçsel					
		2.5. Marmaris toplumunun diğer üyeleriyle sık sık bir araya geliyorum ve onlarla olmaktan zevk alıyorum.	Dışsal					
		2.6. Marmaris toplumdaki insanlar birbirleriyle iyi anlaşırlar.	Dışsal					
	Etki	2.7. Marmaris toplum üyelerinin benim hakkımda ne düşündüğüne önem veririm.	İçsel					
		2.8. Marmaris toplumunda insanlara güvenirim.	İçsel					
		2.9. Eğer Marmaris toplumunda bir problem var ise toplum üyeleri bunu çözebilirler.	Dışsal					
		2.10. Marmaris toplumunun geleceği ile ilgili umutlu hissediyorum.	İçsel					
		2.11. Marmaris toplumunun üyeleri birbirlerini önemserler.	Dışsal					
		2.12. Marmaris toplumunun diğer üyeleri tarafından değer görmek ve kabul edilmek benim için önemlidir.	İçsel					
	Bütünleşme	2.13. Marmaris toplumunun bir parçası olduğum için önemli ihtiyaçlarımı karşılıyor.	Dışsal					
		2.14. Marmaris toplumu üyelerinin ihtiyaçlarımı karşılamada başarılıdır.	Dışsal					
		2.15. Marmaris toplumunda düşüncelerimin ve fikirlerimin değer görmesi benim için önemlidir.	İçsel					
		2.16. Marmaris toplumunda aktif olarak birçok fayda kazanırım.	Dışsal					
		2.17. Marmaris toplumuna katılımımın ödüllendirici olduğunu hissedirim.	İçsel					
	Duygusal Bağlantılar	2.18. Marmaris toplum üyeleri ve ben birçok şeye değer veririz.	İçsel					
		2.19. Marmaris toplumundaki kişilerin benzer ihtiyaçları, benzer öncelikleri ve benzer amaçları vardır.	İçsel					
		2.20. Marmaris toplumunda, toplum dışından kişilerin fark edebileceği, üyelik sembolleri ve ifadeleri vardır (Örneğin; kıyafetler, işaretler, sanat, mimari, logolar, görülecek yerler, bayraklar vb.).	Dışsal					
		2.21. Marmaris toplum üyeleri; tatiller, kutlamalar veya felaketler gibi önemli olayları birlikte paylaşırlar.	Dışsal					
	2.22. Marmaris toplumu ve ben kültürel mirasımızı korumaktayız.	Dışsal						

3.Sosyal Mesafe		3.1. Marmaris'e yerleşmiş İngilizler (yerleşik yabancılar) uzun dönemli komşum, misafirim olabilir.	Dışsal						
		3.2.Evimde akşam yemeği misafiri olarak yerleşik yabancıları ağırlayabilirim.	Dışsal						
		3.3.İhtiyacı olan yerleşik yabancıları gideceklere yere bırakırım.	Dışsal						
		3.4.Yerleşik yabancılar ile kamuya açık alanlarda (deniz kıyısında, restoranda vb.) yan yana otururum.	Dışsal						
		3.5.Şehre giden otobüsü yerleşik yabancılar ile paylaşıyorum.	Dışsal						
		3.6.Halka açık yüzme havuzumuzu yerleşik yabancılar ile paylaşmak beni rahatsız etmez.	Dışsal						
		3.7.Hediyelik eşya dükkânında yerleşik yabancıları görmekten rahatsızlık duymam.	Dışsal						
6.Tutum		6.1.Marmaris'te turizm gelişimini güçlü bir şekilde desteklerim.	Dışsal						
		6.2.Marmaris'te turizm gelişiminin artması için önerilerde bulunurum.	Dışsal						
		6.3.Marmaris'te turizm planlamasına etkin bir şekilde katılırım.	Dışsal						
		6.4.Marmaris'te turizm projelerinin geliştirilmesine katılırım.	Dışsal						
		6.5.Marmaris'te daha fazla turist görmek isterim.	İçsel						
4.Yaşam Kalitesi	Alt Boyutlar	Lütfen aşağıdaki ifadelere verdiğiniz önem derecesini belirten seçeneğini işaretleyiniz.	Faktörler (içsel ve dışsal)	1 hiç önemli değil	2 düşük derecede önemli	3 kararsızım	4 orta derecede önemli	5 çok önemli	
	Miras ve Ticari Faaliyetlerin Zenginleştirilmesi	4.1.Marmaris'te doğal çevrenin korunması.	İçsel						
		4.2.Diğerleri tarafından Marmaris'e değer verildiğini hissetmek.	İçsel						
		4.3.Marmaris'te kültürel mirasın korunması.	İçsel						
		4.4.Marmaris'te yaşamaktan gurur duymak.	İçsel						
		4.5.Marmaris'te restoran ve diğer ticari işletmelerin bulunması.	İçsel						
		4.6.Marmaris'te emlak ve arazilerin değer kazanması.	İçsel						
	Sosyalleşme ve Rekreasyon Fırsatları	4.7.Marmaris'te rekreasyon aktivitelerini yapma olanaklarına sahip olmak.	İçsel						
		4.8.Marmaris'te kültürel faaliyetlere katılma olanaklarına sahip olmak.	İçsel						
		4.9.Marmaris'te sosyalleşme olanaklarına sahip olmak.	İçsel						
		4.10.Marmaris'te hareketliliği/erişilebilirliği teşvik edecek tesislere sahip olmak.	İçsel						
		4.11.Marmaris'te bilgiye ulaşma olanağına sahip olmak.	İçsel						
		4.12.Marmaris'te farklı kültürlerden kişilerle iletişim olanağına sahip olmak.	İçsel						
4.13.Marmaris'te kendini güvende hissetmek.		İçsel							

	Sağlık ve Güvenlik Yararları	4.14.Marmaris'te sağlıklı bir yaşama sahip olmak.	İçsel						
		4.15.Marmaris'te temiz bir çevrede yaşamak.	İçsel						
	Ekonomik Fırsatlar ve Destekleyici Hizmetler	4.16.Marmaris'te daha fazla iş fırsatlarına sahip olmak.	İçsel						
		4.17.Marmaris'te daha fazla gelir elde etme fırsatlarına sahip olmak.	İçsel						
		4.18.Marmaris'te iyi ulaşım olanaklarına sahip olmak.	İçsel						
		4.19.Marmaris'te sağlık hizmetleri erişimine sahip olmak.	İçsel						
		4.20.Marmaris'te ekonomik faaliyet çeşitliliğine sahip olmak.	İçsel						
	Sessiz Çevre	4.21.Marmaris'te trafik ve insan sıklığı olmadan yaşamak.	İçsel						
		4.22.Marmaris'te sessiz bir çevrede yaşamak.	İçsel						
	5.Sosyal Etkileşim	Yakın Etkileşim	5.1.Marmaris'e yerleşen İngilizler (yerleşik yabancılar) ile yemeğimi paylaşmak.	İçsel					
5.2.Yerleşik yabancılarla hediye alışverişinde bulunmak.			İçsel						
5.3.Yerleşik yabancıları evime davet etmek.			İçsel						
5.4.Yerleşik yabancılarla spor yapmak.			İçsel						
5.5.Yerleşik yabancılarla partiye/eğlenceye katılmak.			İçsel						
Turizm Çekicilikleri ve Destek Hizmetlerinde Gerçekleşen Etkileşim		5.6.Yerleşik yabancılarla diğer ticari işletmelerde iletişim kurmak.	İçsel						
		5.7.Yerleşik yabancılarla sahilde iletişim kurmak.	İçsel						
		5.8.Yerleşik yabancılarla eğlence yerlerinde (diskotek, kulüp, barlar vb.) iletişim kurmak.	İçsel						
		5.9.Yerleşik yabancılarla yiyecek içecek işletmelerinde iletişim kurmak.	İçsel						
		5.10.Yerleşik yabancılarla etkinliklerde iletişim kurmak.	İçsel						
Resmi (formel) Etkileşim		5.11.Yerleşik yabancılarla işyerinde iletişim kurmak.	İçsel						
		5.12.Ürün ve hizmet sunarken yerleşik yabancılarla etkileşime girmek.	İçsel						
		5.13.Yerleşik yabancılara belediye hakkında bilgi vermek.	İçsel						
			Lütfen aşağıdaki ifadeye memnuniyet seviyenizi belirten seçeneğini işaretleyiniz.		1 tamamen memnuniyetsiz	2 çoğunlukla memnuniyetsiz	3 kararsızım	4 çoğunlukla memnun	5 tamamen memnun
			5.14.Marmaris toplumunda yerleşik yabancılarla temasınızdan memnuniyet seviyeniz.	İçsel					

7. KAYNAKÇA

- Acha-Anyi, N. P. (2015). Quality of Life and Tourism Impacts: A Community Perspective. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4(1), 1-13.
- Akis, S., Peristianis, N., and Warner, J. (1996). Residents' Attitudes to Tourism Development: The Case of Cyprus. *Tourism Management*, 17(7), 481-494.
- Akkawi, M. H. (2010). *Resident Attitudes towards Tourism Development in Conservative Cultures: The Case of Qatar*. Unpublished Master Thesis, University of Waterloo of Arts in Recreation and Leisure Studies – Tourism and Policy Planning, Waterloo, Ontario Canada.
- Aksan, G. (2008). Farklı Yaşamlar ve Mekanlar Olarak Siteril Hayatlar. *Selçuk Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Edebiyat Dergisi*(19), 317-322.
- Aksoy, Z. (2012). Uluslararası Göç ve Kültürlerarası Etkileşim. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(20), 292-303.
- Aleshinloye, K. D. (2015). *Examining Residents' and Tourists' Emotional Solidarity with One Another at The Osun-Osogbo Festival: A Modified Durkheimian Model*. Unpublished PhD Thesis, Texas A&M University Recreation, Park, and Tourism Sciences, Texas USA.
- Allen, L. (1991). Benefits of Leisure Services to Community Satisfaction. In B. Driver, P Brown and G. Peterson (Eds.), *Benefits of Leisure* (pp. 331-350). State College, PA: Venture Publishing, Inc
- Allport, G. W. (1954). *The Nature of Prejudice*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Altıntaş, V. (2010). *Turizm Gelişiminin Yerel Halkın Yaşam Kalitesi Üzerine Etkisi: Alanya Bölge Modeli*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi SBE Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik ABD, Antalya.
- Ammirato, S., Felicetti, A. M., and Gala, D. M. (October, 2014). Tourism Destination Management: A Collaborative Approach. Paper presented at the *15th IFIP WG 5.5 Working Conference on Virtual Enterprises*, p. 217-226. PRO-VE Amsterdam: Springer Heidelberg.
- Andereck, K. L. and Vogt, C. A. (2000). The Relationship between Residents' Attitudes toward Tourism and Tourism Development Options. *Journal of Travel Research*, 39(1), 27-36.
- Andereck, K. L. and Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the Nature of Tourism and Quality of Life Perceptions Among Residents. *Journal of Travel Research*, 50(3), 248-260.
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., and Vogt, C. A. (2005). Residents' Perceptions of Community Tourism Impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076.
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Vogt, C. A., and Knopf, R. C. (2007). A Cross-Cultural Analysis of Tourism and Quality of Life Perceptions. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(5), 483-502.
- Ap, J. (1992). Residents' Perceptions on Tourism Impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665-690.
- Ap, J. and J. Crompton (1993). Residents' Strategies for Responding to Tourism Impacts, *Journal of Travel Research*. 32(1), 47-50
- Aref, F. (2011). Sense of Community and Participation for Tourism Development. *Life Science Journal*, 8(1), 20-25.

- Armenski, T., Dragicevic, V., Pejovic, L., and Lukic, T. (2011). Interaction Between Tourists and Residents: Influence on Tourism Development. *Polish Sociological Review*(173), 107-118.
- Arslan Avar, A. (2009). Lefebvre'nin Üçlü -Algılanan, Tasarlanan, Yaşanan Mekan-Diyalektiği. *TMMOB Mimarlar Odası Ankara Şubesi Aralık* (2009), 7-16.
- Arslan, A. ve Çağlayandereli, M. (2016). Sosyolojik Açından Kır, Köy ve Köylü. A. Arslan ve M. Çağlayandereli. (Editörler), s. 369-388. *Sosyoloji, Günlük Yaşamı Anlamak*. Çanakkale: Paradigma Akademi.
- Aslan, C. (2016). Kültür ve Toplum. E. Duran ve C. Aslan (Editörler). *Turizmin Sosyal Psikolojik Temelleri*, s.241-257. Çanakkale: Paradigma Akademi.
- Aslanoğlu, R. A. (1988). *Kent, Kimlik ve Küreselleşme*. Bursa: Asa Kitabevi.
- Ashworth, G. J. (1989). Urban Tourism: An Imbalance in Attention. In C. Cooper (Eds.), *Progress In Tourism, Recreation And Hospitality Management*, Vol. 1 (pp. 33–54). London: Belhaven.
- Ashworth, G. J. (2003). Urban Tourism: Still An Imbalance in Attention? In C. Cooper (Eds.), *Classic Reviews in Tourism* (p. 143–163) Clevedon: Channel View.
- Aşkın, M. (2007). Kimlik ve Giydirilmiş Kimlikler. *Atatürk Üniversitesi SBE Dergisi*, 10(2), 213-220.
- Atay, L. (2003). *Turistik Destinasyon Pazarlaması ve Bir Alan Uygulaması*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi SBE Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İzmir.
- Avcıkurt, C. (2007). *Turizm Sosyolojisi: Turist-Yerel Halk Etkileşimi* (2. Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Avcıkurt, C. (2015). *Turizm Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşım* (4. Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aydemir, M. A. (2011). *Toplumsal İlişkilerin Sosyal Sermaye Değeri: Topluluk Duygusu ve Sosyal Sermaye Üzerine Bir İnceleme*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi SBE Sosyoloji ABD, Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Aydiner Boylu, A. ve Paçacıoğlu, B. (2016). Yaşam Kalitesi ve Göstergeleri. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 8(15), 137-150.
- Aymankuy, Y. (1997). *Türkiye'de Geliştirilebilir Turizm Şekli Olarak Kongre Turizmi ve İzmir İl Merkezi Örnek Uygulaması*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi SBE Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik ABD, Balıkesir.
- Aytaç, Ö. (2007). Kent Mekanlarının Sosyo-Kültürel Coğrafyası. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(2), 199-226.
- Aytaç, Ö. (2017). Kent, Metropol ve Değişen Yer/Mekân İmajları. *Mukaddime*, 8(1), 1-23.
- Baggio, R., Scott, N., and Cooper, C. (2010). Network Science: A Review Focused on Tourism. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 802-827.
- Bağlı, E. T. (1996). *5 ve 7 Yaş Kız Erkek Çocuklarının Çocuk Bahçelerindeki Oyun Araçlarında Gözlemlenen Sosyal Etkileşimleri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi SBE Eğitimde Psikolojik Hizmetler ABD, Ankara.
- Bahar, H. İ. (2009). *Sosyoloji* (3. Basım). Ankara: USAK Yayınları.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2012). *Turizm ve Rekabet*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Balkır, C. ve Kırkulak Uludağ, B. (2014). Antalya'da Yaşayan Yerleşik Yabancı Emekli Göçmenlerin Yerel Ekonomiye Etkisi. M. Tuna (Editör), *Türkiye ve Yeni Uluslararası Göçler*, s. 77-106. Ankara: Sentez.
- Batır, R. ve Okur, A. (2016). Kültürel Mesafenin Uluslararası Öğrencilerin Sosyokültürel Adaptasyonlarına ve Akademik Başarılarına Etkisi. *Journal of Human Sciences*, 13(3), 3951-3960.

- Bauman, Z. (2012). *Küreselleşme Toplumsal Sonuçları* (4. Basım), (Çev. A. Yılmaz) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bayar, F. (2008). Küreselleşme Kavramı ve Küreselleşme Sürecinde Türkiye. *Ekonomik Sorunlar Dergisi*(32), 25-34.
- Bayram, G. (2013). *Antalya'da Yaşayan Yerleşik Yabancıların Sosyal Statüleri ve Kültürel Özellikleri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji ABD, Antalya.
- Baysal, K., Özgürel, G. ve Çeken, H. (2016). Aydın Yöresindeki Yerel Etkinliklerin Kırsal Turizm Açısından Değerlendirilmesi. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi (IJSES)*, 6(1), 100-108.
- Bedük, A. ve Ertürk, E. (2015). Sosyal Mübadele Teorisi Bağlamında Güç Mesafesi ve Örgütsel Adalet Algılamalarının Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerine Etkisi: Bir Araştırma. *İşletme Bilimi Dergisi*, 3(1), 1-19.
- Bell, M., and Ward, G. (2000). Comparing Temporary Mobility with Permanent Migration. *Tourism Geographies*, 2(1), 87-107.
- Benson, M. and O'Reilly, K. (2009). Migration and The Search for A Better Way of Life: A Critical Exploration of Lifestyle Migration. *The Sociological Review*, 57(4), 608-625.
- Benson, M. and O'Reilly, K. (2016). From Lifestyle Migration to Lifestyle in Migration: Categories, Concepts and Ways of Thinking. *Migration Studies*, 4(1), 20-37.
- Berner, E. (2007). Metropol İkilemi: Küresel Toplum, Yerellikler ve Manila'da Kent Arazisi İçin Yürütülen Mücadele. Derleyen A. Öncü ve P. Weyland, Çev. L. Şimşek ve N. Uygun, *Mekan, Kültür, İktidar: Küreselleşen Kentlerde Yeni Kimlikler*, 2. Baskı, s. 137-161. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bessière, J. (1998). Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21-34.
- Bigné, J. E., Font, X., and Andreu, L. (2000). *Marketing De Destinos Turísticos: Análisis Y Estrategias De Desarrollo*. Esic Editorial.
- Bimonte, S. (2008). The "Tragedy of Tourism Resources" as The Outcome of a Strategic Game A New Analytical Framework. *Ecological Economics*(67), 457-464.
- Bimonte, S., and Punzo, L. F. (2016). Tourist Development and Host-Guest Interaction. *Annals of Tourism Research*(58), 128-139.
- Binder, J., Zagefka, H., Brown, R., Funke, F., Kessler, T., Mummendey, Maquil, A., Demoulin, S., and Leyens, J.-P. (2009). Does Contact Reduce Prejudice or Does Prejudice Reduce Contact? A Longitudinal Test of The Contact Hypothesis Among Majority and Minority Groups in Three European Countries. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96(4), 843-856.
- Birinci Gemici, N. (2016). Çalışma Hayatında Dezavantajlı Bir Grup: Göçmenler. *İş ve Hayat*, 2(4), 239-261.
- Birsin, H. (2017, Ocak). "Marmaris Tarihi". Web: <http://www.muglamarmaris.com/marmaris-in-tarihi> 30 Mart 2019'da alınmıştır.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and Power in Social Life*. Wiley: New York.
- Bogardus, E. S. (1925). Measuring Social Distances. *Journal of Applied Sociology*(9), 216-226.
- Brown, T. A., and Moore, M. T. (2012). Confirmatory Factor Analysis. In R. H. Hoyle (Eds.), *Handbook of Structural Equation Modeling* (p.1-38.). New York: Guilford Press.

- Buckner, J. C. (1988). The Development of An Instrument to Measure Neighborhood Cohesion. *American Journal of Community Psychology*, 16(6), 771-791.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*, 21(1), 1-27.
- Burckhardt, C. S., and Anderson, K. L. (2003). The Quality of Life Scale (QOLS): Reliability, Validity, and Utilization. *Health and Quality of Life Outcomes*, 1(60), 1-7.
- Butler, R.W. (1980). The Concept of Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *Canadian Geographer*(24), 5-12.
- Butler, R. (2004). The Tourism Area Life Cycle in The Twenty-First Century. In A. A. Lew, C. M. Hall, and A. M. Williams (Eds.), *A Companion to Tourism* (p. 159-170). Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- Capistrano, R.; Weaver, A. (2017). Host-Guest Interactions between First-Generation Immigrants and Their Visiting Relatives: Social Exchange, Relations of Care and Travel. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 11(3), 403-420.
- Carneiro, M. J., and Eusébio, C. (2015). Host-Tourist Interaction and Impact of Tourism on Residents' Quality of Life. *Tourism & Management Studies*, 11(1), 25-34.
- Carneiro, M. J., Eusébio, C., and Caldeira, A. (2018). The Influence of Social Contact in Residents' Perceptions of the Tourism Impact on Their Quality of Life: A Structural Equation Model. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 19(1), 1-30.
- Castells, M. (1979). *The Urban Question: A Marxist Approach*, Cambridge: The MIT Press.
- Castles, S., Haas, H. D., and Miller, M. J. (2014). *The Age of Migration International Population Movements* (5th Edition). New York: Palgrave Macmillan.
- Certeau, M. D. (1988). *The Practise of Everyday Life*, Trans. S. Rendall, California: University of California Press Ltd.
- Chuang, S-T. (2010). Rural Tourism: Perspectives from Social Exchange Theory. *Social Behavior and Personality*, 38(10), 1313-1322.
- Cohen, S. A., Duncan, T., and Thulemark, M. (2015). Lifestyle Mobilities: The Crossroads of Travel, Leisure and Migration. *Mobilities*, 10(1), 155-172.
- Coltman, M. M. (1989). *Tourism Marketing*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Coşkun, F. (2011). *Metropol'ün Adası: Heybeliada'nın Gündelik Yaşam Pratikleri Üzerinden Sosyolojik Analiz*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi SBE Sosyoloji ABD, İstanbul.
- Cook, S.W., and Seltiz, C. (1955). Some Factors Which Influence The Attitudinal Outcomes of Personal Contacts. *International Social Science Bulletin*(7), 51-58.
- Council in Europe. (1992, November). *Treaty Office*. Web: <https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/144> adresinden 03 Haziran 2018'de alınmıştır.
- Çapık, C. (2014). Geçerlik ve Güvenirlik Çalışmalarında Doğrulamalı Faktör Analizinin Kullanımı. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 17(3), 196-205.
- Çelik, S. (2019). Does Tourism Reduce Social Distance? A study on Domestic Tourists in Turkey. *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 30(1), 115-126.

- Çil, K. (2013). *Yerleşik Yabancıların Türkiye Algılamaları: Antalya Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ABD, Antalya.
- Çuhadar Gürkaynak, E. (2012). Toplumsal Temas: Önyargı ve Ayrımcılığı Önlemek İçin Bir Sosyal Değişim Aracı Olarak Kullanılabilir mi? K. Çayır ve M. Ayan Ceyhan (Editörler), *Ayrımcılık: Çok Boyutlu Yaklaşımlar* (s. 255-265). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları No: 393.
- Demir Özcan, N. (2017). Bireylerin Tüketim Nesnesine Dönüşmesinde Sosyal Medyanın Etkisi. *Sosyoloji Konferansları* No: 55 (2017-1)/(s. 277-288). İstanbul, İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Demir, B. (Kasım, 2013). *Navy Pier-Chicago*. Web: <https://gezimanya.com/GeziNotlari/navy-pier-chicago> adresinden 02 Ekim 2019'da alınmıştır.
- Derrett, R. (2003). Making Sense of How Festivals Demonstrate A Community's Sense of Place. *Event Management*, 8(1), 49-58.
- Devine, J., Gabe, T. ve Bell, K. P. (2009). Community Scale and Resident Attitudes Towards Tourism. *Regional Analysis & Policy*, 39(1), 11-22.
- Dilek, S. E. (2016). Turist Yerli Etkileşimleri. E. Duran ve C. Aslan (Editörler), *Turizmin Sosyal Psikolojik Temelleri* (s. 109-117). Çanakkale: Paradigma Yayınları.
- Dogan, H.Z. (1989). Forms of Adjustment: Sociocultural Impacts of Tourism. *Annals of Tourism Research*. 16(2), 216-136.
- Doğan, A. E. (2007). Mekân Üretimi ve Gündelik Hayatın Birikim ve Emek Süreçleriyle İlişisine Kayseri'den Bakmak. *Praksis*(16), 91-122.
- Doğan, H. Z. (2004). *Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri* (2. Basım) Ankara: Detay Yayıncılık.
- Doğan, H. ve Üngüren, E. (2010). Alanya Halkının Turizme Sosyo-Kültürel Açından Bakışı. *New World Sciences Academy*, 5(4), 396-415.
- Doolittle, R.J., and Macdonald, D. (1978). Communication and A Sense of Community in A Metropolitan Neighborhood: A Factor Analytic Examination. *Community Quarterly*, 26(3), 2-7.
- Dönmez, B. (2016). Turist Davranışı ve Niteliği: İçsel ve Dışsal Faktörler. E. Duran ve C. Aslan (Editörler), *Turizmin Sosyal Psikolojik Dinamikleri* (s. 47-70). Çanakkale: Paradigma Akademi.
- Du, Z., Su, Q., and Jiang, L. (2013). A Structural Model of Residents' Sense of Community in Rural Tourism Destinations and Its Application: A Case Study of Anji County in Zhejiang Province. *Tourism Tribune*, 28(6), 65-74.
- Duran, E. (2016). Turist Perspektifinden. E. Duran ve C. Aslan (Editörler), *Turizmin Sosyal Psikolojik Temelleri* (s. 171-188). Çanakkale: Paradigma Akademi.
- Duran, E. ve Özkul, E. (2012). Yerel Halkın Turizm Gelişimine Yönelik Tutumları: Akçakoca Örneği Üzerinden Bir Yapısal Model. *International Journal of Human Sciences*, 9(2), 500-520.
- Durkheim, E. (1912). *The Elementary Forms of Religious Forms*. New York: Free Press.
- Edisan, Z. ve Kadioğlu, F. G. (10-13 Aralık 2012). *Akademik Tıp Yazınında Yaşam Kalitesine Tarihsel Bakış*. 2. Uluslararası Türk Tıp Tarihi Kongresi'nde sunuldu (s. 77-78). İstanbul. Türk Tıp Tarihi Kurumu ve Cerrahpaşa Tıp Fakültesi.
- Eralp, Z. (1983). *Genel Turizm*. Ankara Üniversitesi, Ankara: Basın Yayın Yüksekokulu Yayınları:3.

- Erdoğan, Ç. (2013). *Sosyal Mübadele Teorisi Kapsamında Otel İşletmeleri Çalışanlarınca Algılanan Toplam Turizm Etkisi ile Turizme Verilen Destek Arasındaki İlişki*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi SBE Turizm İşletmeciliği ABD, Sakarya.
- Erdönmez, M. E. ve Akı, A. (2005). Açık Kamusal Kent Mekanlarının Toplum İlişkilerindeki Etkileri. *Megarona*, 1(1), 67-87.
- Ergil, D. (1984). Toplumsal Örgütlenmenin Yapısı. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi*, 39(1), 15-31.
- Erkılıç, E. (2019). Yerel Halkın Turizm Algısı ve Turizmin Gelişimine Yönelik Tutumları: Rize Örneği. *Uluslararası Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*. 3(1), 66-82.
- Ersun, N. ve Arslan, K. (2011). Turizmde Destinasyon Seçimini Etkileyen Temel Unsurlar ve Pazarlama Stratejileri. *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi*, XXXI(II), 229-248.
- Esgin, A. (2012). Her Gün Yeni Bir Başlangıçtır: Gündelik Yaşamın Sosyolojik Anlamları. *Sosyologca*(4), 97-106.
- Eusébio, C. A., and Carneiro, M. J. (2012). Determinants of Tourist–Host Interactions: An Analysis of the University Student Market. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 13(2), 123-151.
- Eusébio, C., and Carneiro, M. J. (2011). Determinants of Tourism Impact on Tourists? Quality of Life. *International Journal of Leisure and Tourism Marketing*, 2(4), 313-336.
- Eusébio, C., Vieira, A. L., and Lima, S. (2018). Place Attachment, Host–Tourist Interactions and Residents’ Attitudes towards Tourism Development: The Case of Boa Vista Island in Cape Verde. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-20.
- Fan, D. X., Zhang, H. Q., Jenkins, C. L., and Tavitiyaman, P. (2017). Tourist Typology in Social Contact: An Addition to Existing Theories. *Tourism Management*(60), 357-366.
- Farshidi, A. (2016). *Impact of Design on Social Interaction within Urban Residential Developments in Scotland*. Unpublished PhD Thesis, Robert Gordon University Faculty of Design and Technology, Aberdeen, Scotland.
- Faulkner, B., and Tideswell, C. (1997). A Framework for Monitoring Community Impacts of Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), 3-28.
- Flanagan, J. C. (1978). A Research Approach to Improving Our Quality of Life. *American Psychologist*, 33(2), 138-147.
- Fountain, J., and Hall, C. M. (2002). The Impact of Lifestyle Migration on Rural Communities. In C. M. Hall, and A. M. Williams (Eds.), *Tourism and Migration: New Relationships between Production and Consumption* (p. 153-168). Dordrecht: Springer.
- Framke, W. (2002). The Destination as A Concept: A Discussion of the Business-Related Perspective Versus The Socio-Cultural Approach in Tourism Theory. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2(2), 92-108.
- Frankowski-Braganza, A. C. (1983). Host/Guest Interaction and Its Impact on Social Identity. Unpublished PhD Thesis, Dept. of Anthropology, Indiana University, Bloomington.
- Frisk, L. (1999). Separate Worlds: Attitudes and Values towards Tourism Development and Cooperation among Public Organisations and Private Enterprises in Northern Sweden. Paper presented at the *Proceedings of*

- Forskarforum: Local och Regional Utveckling Conference, Östersund, Sweden.*
- Gannam, F. (2007). Küreseli Yeniden Tahayyül Etmek: Kahire'de Yeniden İskan ve Yerel Kimlikler. Derleyen A. Öncü ve P. Weyland, Çev. L. Şimşek ve N. Uygun, *Mekan, Kültür, İktidar: Küreselleşen Kentlerde Yeni Kimlikler*, 2. Baskı, s. 165-191. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Getz, D. (1997). *Event Management and Event Tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation.
- Gheasi, M., and Nijkamp, P. (2017). A Brief Overview of International Migration Motives and Impacts, with Specific Reference to FDI. *Economies*, 5(31), 1-11.
- Giddens, A. (1976). *New Rules of Sociological Method: A Positive Critique of Interpretative Sociologies*, London: Hutchinson.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity*. Stanford California, Stanford University Press.
- Goffman, E. (2009). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunuluşu*. (Çev. B. Cezar) İstanbul: Metis Yayınları.
- Goffman, E. (2017). *Etkileşim Ritüelleri Yüzyüze Davranış Üzerine Denemeler*. (Çev. A. Bölükbaşı) Ankara, Heretik Yayınları:46-Goffman Dizisi:4.
- Gondos, B. (2014, June). Relationship between Tourism and Quality of Life: Researches at Lake Balaton . Paper presented at the *Human Capitals without Borders: Knowledge and Learning for Quality of Life; Proceedings of the Management, Knowledge and Learning International Conference* (s. 879-888). Portoroz: ToKnowPress.
- Gottdiener, M. (2001). Mekan Kuramı Üzerine Tartışma: Kentsel Praksise Doğru. (Çev. H. Ç. Keskinok) *Praksis*(2), 248-269.
- Göç İdaresi Genel Müdürlüğü, (2018). *Türkiye ve Göç*. Web: http://www.goc.gov.tr/files/files/goc_tasar%C4%B1m_icler.pdf adresinden 03 Mart 2018'de alınmıştır.
- Göç Politika ve Projeleri Daire Başkanlığı. (2016). İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü. *Marmaris İlçesinde İkametli Olarak Bulunan Yabancıların Dağılımı*. Ankara.
- Göker, G. (2013). *Göç, Kimlik, Aidiyet: Kültürlerarası İletişim Açısından İsveçli Türkler*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Fırat Üniversitesi SBE Sosyoloji ABD, Elazığ.
- Güleç Solak, S. (2017). Mekan-Kimlik Etkileşimi: Kavramsal ve Kuramsal Bir Bakış. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(1), 13-37.
- Güllüpınar, F. (2012). Kent Sosyolojisi Kuramları Üzerine Bir Literatür Değerlendirmesi. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 21(3), 1-29.
- Gündoğan, A. (26 Eylül 2018). *Marmaris'te Yabancı Tur Rehberleri 'Sahil Temizliği' Yaptı*. Web: <http://www.hurriyet.com.tr/yerel-haberler/mugla/marmaris/marmariste-yabanci-tur-rehberleri-sahil-temiz-40969036> adresinden 17 Ekim 2018'de alınmıştır.
- Güney, S. (2016). *Davranış Bilimleri* (10. Basım). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Gürbüz, A. (2002). Turizmin Sosyal Çevreye Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Teknoloji*(1-2), 49-59.
- Gürbüz, A. K. (1998). *Turizmin Ekonomik Analizi*. Balıkesir: Alem Basım-Yayım.
- Hammarström, G. (2005). The Construct Of Intergenerational Solidarity in A Lineage Perspective: A Discussion on Underlying Theoretical Assumptions. *Journal of Ageing Studies*, 19(1), 33-51.

- Harrill, R. (2004). Residents' Attitudes toward Tourism Development: A Literature Review with Implications for Tourism Planning. *Journal of Planning Literatur*, 18(1), 1-16.
- Hasani, A., Moghavvemi, S., and Hamzah, A. (2016). The Impact of Emotional Solidarity on The Impact of Emotional Solidarity on Development. *PLoS ONE*, 11(6), 1-14.
- Hayllar, B., Griffin, T., and Edwards, D. (2008). *City Spaces – Tourist Places: Urban Tourism Precincts*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Hazar, A. (2010). *Genel Turizm*. Ankara: Nobel Yayın.
- Hipp, J. R. (2010). Micro-Structure in Micro-Neighborhoods: A New Social Distance Measure and Its Effect on Individual and Aggregated Perceptions of Crime and Disorder. *Social Networks*, 32, 148-159.
- Hipp, J. R., and Boessen, A. (2012). Immigrants and Social Distance. *The Annals of The American Academy of Political and Social Science*(641), 192-219.
- Homans, G. C. (1950). *The Human Group*. New York: Harcourt, Brace and Company.
- Homans, G. C. (1961) *Social Behaviour: Its Elementary Forms*. New York: Harcourt, Brace & World, Inc.
- Hombrados-Mendieta, I., Gomez-Jacinto, L., and Dominguez-Fuentes, L. M. (2009). The Impact of Immigrants on The Sense of Community. *Journal of Commnutiy Psychology*, 37(6), 671-683.
- Hombrados-Mendieta, M. I., Gomez-Jacinto, L., Dominguez-Fuentes, J. M., and Garcia-Levia, P. (2013). Sense of Community and Satisfaction with Life among Immigrants and The Native Population. *Journal of Community Psychology*, 41(5), 601-614.
- Hooper, D., Coughlan, J., and Mullen, M. R. (2008). Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit. *The Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53-60.
- Huang, Y., Qu, H., and Montgomery, D. (2017). The Meanings of Destination: AQ Method Approach. *Journal of Travel Research*, 56(6), 793-807.
- Hugo, G., Champion, A., and Lattes, A. (2001, June). New Conceptualisation of Settlement For Demography: Beyond The Rural/Urban Dichotomy. Paper presented at the *IUSSP Conference* (p. 1-34). Bahia Brazil.
- Hussein Tunç, A. ve Saç, F. (2008). *Genel Turizm Gelişimi ve Geleceği*. Ankara: Siyasal Yayınevi.
- Hutson, G., Montgomery, D., and Caneday, L. (2010). Perceptions of Outdoor Recreation Professionals toward Place Meanings in Natural Environments: AQ Method Inquiry. *Journal of Leisure Research*, 42(3), 417-442.
- Hyatt, J., and Simons, H. (1999). Cultural Codes – Who Holds The Key? The Concept and Conduct of Evaluation in Central and Eastern Europe. *Evaluation*, 5(1), 23-41.
- İbrahim, Z., and Tremblay, R. (2017). Lifestyle Migration and the Quest for A Life-Long Vacation. *Téoros*, 36(2).
Web: HYPERLINK "https://journals.openedition.org/teoros/3074" \l "quotation" <https://journals.openedition.org/teoros/3074#quotation> adresinden 17 Kasım 2019'da alınmıştır.
- İssi, Y. (1989). Türkiye Turizminin Doğal ve Yapay Çevre Üzerindeki Etkileri. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 47(1-4).
- Italemahu, T. Z. (2015). *Interaction, Institutions and Impacts of Tourism on The Bishoftu-Modjo-Hawassa Route, Central Ethiopia*. Unpublished PhD Thesis, Addis Ababa University The Department of Sociology. Addis Ababa, Ethiopia.

- Jennings, G., and Nickerson, N. P. (2006). *Quality Tourism Experiences*. Oxford: Elsevier Butterworth–Heinemann.
- Jennings, G., Lee, Y.-S., Ayling, A. ve Lunny, B. (2009). Quality Tourism Experiences: Reviews, Reflections, Research Agendas. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(2-3), 294-310.
- Jurowski, C. A., Gursoy, D. (2004). Distance Effect on Residents' Attitudes toward Tourism. *Annals of Tourism Research* (31)2, 296-312.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2010). *Günümüzde İnsan ve İnsanlar- Sosyal Psikolojiye Giriş* (12. Basım). İstanbul: Evrim Yayınevi.
- Kaplan, D. H., and Chacko, E. (2015). Placing Immigrant Identities. *Journal of Cultural Geography*(32), 129-138.
- Karakaş, A. ve Şengün, H.İ. (2017). Yerel Halkın Turizm Faaliyetlerine Yönelik Tutumları. *Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8(15), 183-202.
- Karakaş, M. (2013). Modern Bütünleşmeden Post Modern Farklılaşmaya Kentte Toplumsal Etkileşim. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 12(2), 16-40.
- Karasar, N. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (24. Basım). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Eusébio, C., and Figueiredo, E. (2013). Host–Guest Relationships in Rural Tourism: Evidence from Two Portuguese Villages. *Anatolia, An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 24(3), 367-380.
- Kavacık, Z., Kavacık, M., İnal, M. E. ve Durna, U. (2014). Alanya'daki Yerleşik Yabancıların Milliyetlerine Göre Satılma Davranışlarının İncelenmesi. *Akdeniz İİBF Dergisi*(28), 84-102.
- Kaya, A. (2015). *Farklılıkların Birlikteliği Türkiye ve Avrupa'da Birarada Yaşama Tartışmaları*. İstanbul: Hiperlink.
- Kaya, İ. (2014). Coğrafi Düşüncede Mekân Tartışmaları. *Posseible*, 2(4), 1-13.
- Kaya, O. (2016). Turizm Sistemi ve Birey. E. Duran ve C. Aslan (Editörler), *Turizmin Sosyal Psikolojik Temelleri* (s. 325-339). Çanakkale: Paradigma Akademi.
- Kim, K. (2002). *The Effects of Tourism Impacts upon Quality of Life Residents in The Community*. Unpublished PhD Thesis, Virginia Polytechnic Institute and State University. Blacksburg Virginia.
- Kim, K., Uysal, M., and Sirgy, M. J. (2013). How Does Tourism in A Community Impact The Quality of Life. *Tourism Management*(36), 527-540.
- Kırtıloğlu, G. (2017). *Liverpool'da Görmeniz Gereken 5 Yer*. Web: <https://www.turna.com/blog/liverpool-gezilecek-yerler> adresinden 02 Ekim 2019'da alınmıştır.
- Kocadaş, B. (2005). Kültür ve Medya. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*(34), 1-13.
- Konuk, M. (2017). *Sosyal İlişkilerde Güven (Malatya İli Örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi SBE. Malatya.
- Kordel, S. (2016). The Production of Spaces of The "Good Life"- The Case of Lifestyle Migrants in Spain. *Leisure Studies*, 35(2), 129-140.
- Kordel, S., and Pohle, P. (2018). International Lifestyle Migration in The Andes of Ecuador: How Migrants from The USA Perform Privilege, Import Rurality and Evaluate Their Impact on Local Community. *Sociologia Ruralis*, 58(1), 126-146.
- Kozak, N. (2012). *Turizm Pazarlaması* (4. Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2001). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar* (5. Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.

- Köse, H. (2008). Lefebvre ve Modern Dünyada Gündelik Hayat. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*(27), 7-24.
- Kul, S. (2019). *Korelasyon Analizi*. Web: <http://www.p005.net/analiz/korelasyon-analizi> adresinden 10 Temmuz 2019'da alınmıştır.
- Kutluay, E. S. (2016). *Muğla İli 1/25.000 Ölçekli Nazım İmar Planı Raporu*. T.C. Muğla Büyükşehir Belediyesi, Muğla.
- Küçükaltan, D. ve Akkaşoğlu, S. (2016). Genel Turizm Terminolojisi. N. Hacıoğlu, M. Bozkurt ve B. Şahin (Editörler), *Genel Turizm* (s. 15-32). Çanakkale: Detay Yayıncılık.
- Küçükkömürler, S. ve Sakallı Uğurlu, N. (2017). Gruplar Arası İlişkileri Düzenlemede Sosyal Temas Kuramları: Gruplar Arası, Yayılmacı ve Hayali Temas. *Nesne Psikolojisi Dergisi*, 5(9), 1-31.
- Lance, L. M. (1987). The Effects of Interaction with Gay Persons on Attitudes Toward Homosexuality. *Human Relations*, 40(6), 329-336.
- Lash, S., and Urry, J. (2002). *Economies of Signs and Space*, London: Sage Publications Ltd.
- Lawson, M. (2017). Narrative Positioning and "Integration" in Lifestyle Migration: British Migrants in Ariège, France. *Language and Intercultural Communication*, 17(1), 58-75.
- Lee, Y., Kim, M., and Koo, J. (2016). The Impact of Social Interaction and Team Member Exchange on Sport Event Volunteer Management. *Sport Management Review, Elsevier*, 19(5), 550-562.
- Lefebvre, H. (1991). *The Production of Space*, Çeviren D. Oxford: Nicholson-Smith Basill Blackwell Inc.
- Lew, A. A. (1987). A Framework of Tourist Attraction Tourist. *Annals of Tourism Research*(14), 553-575.
- Litvin, S. W. (1998). Tourism: The World's Peace Industry? *Journal of Travel Research*, 37(1), 63-66.
- Long, T., Perdue, R., and Allen, L. (1997). Rural Resident Tourism Perceptions and Attitudes by Community Level of Tourism. *Journal of Travel Research*, 28(3), 3-9.
- Luo, X., Brown, G., and Huang, S. (2015). Host Perceptions of Backpackers: Examining the Influence of Intergroup Contact. *Tourism Management*(50), 292-305.
- Madrigal, R. (1993). A Tale of Tourism in Two Cities. *Annals of Tourism Research*, 20(2), 336-353.
- Manente, M. (2008, October). Destination Management and Economic Background: Defining and Monitoring Local Tourist Destinations. Paper presented at the International Conference of Tourism: Knowledge, "Value Advantage Tourist Destination" p. 363-384, Malaga.
- Månsson, J. ve Dahlander, J. (2010). Social Interaction Impact on Attitudes: Native Swedes' Attitudes towards Labour Immigrants and Guest Workers After Hurricane Gudrun. *Baltic Journal of Economics*, 10(2), 51-64.
- Marmaris Belediyesi. (2019a). *Ulaşım*. Web: <http://www.marmaris.bel.tr/icerik/24/29/ulasim.aspx> adresinden 20 Temmuz 2019'da alınmıştır.
- Marmaris Belediyesi. (2019b). *Marmaris Rehberi-İklim*. Web: <http://www.marmaris.bel.tr/icerik/24/30/iklim.aspx> adresinden 20 Temmuz 2019'da alınmıştır.

- Marmaris ve Çevresi Turizm Alanı Altyapı Hizmet Birliği-MARTAB. (2015). *Bölge Broşürü*.
Web:http://marmariturizm.net/uploads/martab/files/marmaris_brochure_tr.pdf adresinden 02 Haziran 2019'da alınmıştır.
- "Marmaris'te Hayvan Severler 'Yunuslara Özgürlük' İstedi". (04 Kasım 2018).
Web: <https://www.birgun.net/haber/marmaris-te-hayvanseverler-yunuslara-ozgurluk-istedi-235727> adresinden 10 Eylül 2019'da alınmıştır.
- "Marmaris'te Yerleşik Yabancılar Özgecan İçin Fidan Dikti". (2015, Şubat). Web: <http://www.milliyet.com.tr/marmaris-te-yerlesik-yabancilar-ozgecan-mugla-yerelhaber-633626/> adresinden 10 Eylül 2019'da alınmıştır.
- Massey, D. (1994). *Space, Place and Gender*. Cambridge, Blackwell Publishers Ltd.
- Mason, P., and Cheyne, J. (2000). Residents' Attitudes to Proposed Tourism Development. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 391-411.
- Matarrita-Cascante, D., Zunino, H., and Sagner-Tapia, J. (2017). Amenity/Lifestyle Migration in the Chilean Andes: Understanding the Views of "The Other" and Its Effects on Integrated Community Development. *Sustainability*, 9(1619), 1-19.
- Mather, D. M., Jones, S. W., and Moats, S. (2017). Improving upon Bogardus: Creating a More Sensitive and Dynamic Social Distance Scale. *Survey Practice*, 10(4), 1-12.
- McAuliffe, M., and Ruhs, M. (2018). *World Migration Report*, International Organization for Migration (IOM) Geneva.
- McMillan, D. W., and Chavis, D. M. (1986). Sense of Community: A Definition and Theory. *Journal of Community Psychology*(14), 6-23.
- Mead, G. H. (1934). Play, The Game, and The Generalized Other, In *Mind Self and Society from The Standpoint of A Social Behaviorist*, p. 152-164, C. W. Morris (Eds.), Chicago: The University of Chicago Press.
- Mesch, G. S. ve Manor, O. (1998). Social Ties, Environmental Perception and Local Attachment. *Environment and Behavior*, 30(4), 504-519.
- Morrison, A., Lynch, P., and Johns, N. (2004). International Tourism Networks. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(3), 197-202.
- Mouratidis, K. (2018). Built Environment an Social Well-Being: How Does Urban Form Affect Social Life and Personal Relationships? *Science Direct*(74), 7-20.
- Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2019a). *Konaklama Tesisleri*. Web: <http://www.muglakulturturizm.gov.tr/Eklenti/60854,konaklama-tesisleripdf.pdf?0> adresinden 04 Ocak 2019'da alınmıştır.
- Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2019b). *Turizm İstatistikleri*. Web: <http://www.muglakulturturizm.gov.tr/Eklenti/61353,aralikpdf.pdf?0> adresinden 04 Mart 2019'da alınmıştır.
- Munasib, A., and Roy, D. (2008). *Socializing Interactions and Social Attitude Formation*. Economics Working Paper Series Oklahoma State University: Web: https://business.okstate.edu/site-files/docs/ecls-working-papers/0802_Munasib_SocAttitude.pdf adresinden 26 Ağustos 2018'de alınmıştır.
- Murphy, L. (2001). Exploring Social Interactions of Backpackers. *Annals of Tourism Research*, 28(1), 50-67.
- Murphy, P., Pritchard, M. P., and Smith, B. (2000). The Destination Product and Its Impact on Traveller Perceptions. *Tourism Management*(21), 43-52.

- Nerse, S. ve Türk, E. (2017). Kırsal Kentsel İlişkilerde Değişim: Yeni Tanımlamalar ve Kavram Okumaya Yönelik Bir Analiz. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*(63), 504-525.
- Netsel Marmaris Marina. (2019). *Netsel Marmaris Marina*. Web: <http://www.netselmarina.com/tr/> adresinden 20 Şubat 2019'da alınmıştır.
- Nielsen, I., Nyland, C., Smyth, R., Zhang, M., and Zu, C. J. (2006). Effects of Intergroup Contact on Attitudes of Chinese Urban Residents to Migrant Workers. *Urban Studies*, 43(3), 475-490.
- Nkemngu, A. P. (2015). Quality of Life and Tourism Impacts: A Community Perspective. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4(1), 1-13.
- Nunkoo, R. (2016). Toward a More Comprehensive Use of Social Exchange Theory to Study Residents' Attitudes to Tourism. *Procedia Economics and Finance*(39), 588-596.
- Nüfusu 10 Katına Çıktı Adım Atacak Yer Yok (22 Ağustos 2018). Web: <https://www.sabah.com.tr/galeri/turizm/nufusu-10-katina-cikti-adim-atacak-yer-yok> adresinden 09 Mart 2019'da alınmıştır.
- Nyaupane, G. P., Teye, V., and Paris, C. (2007). Tourism and Attitude Change: The Case of Study Abroad Students. *Tourism Travel and Research Association: Advancing Tourism Research Globally*, 221-227. Web:<https://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1366&context=ttra> adresinden 17 Kasım 2019'da alınmıştır.
- Nyaupane, G. P., Timothy, D. J., and Poudel, S. (2015). Understanding Tourists in Religious Destinations: A Social Distance Perspective. *Tourism Management*(48), 343-353.
- Odabaşı, Y., ve Barış, G. (2016). *Tüketici Davranışı* (16. Basım). İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.
- Oğuz, E. S. (2011). Toplum Bilimlerinde Kültür Kavramı. *Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 28(2), 123-139.
- Oğuz, H. Ş. *Kültürlerarası İletişim Bağlamında Sığınmacılık Deneyimi: Gaziantep Örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi SBE Gazetecilik Anabilim Dalı, Ankara.
- Okunola, O. O., Adebayo, A. K., and Amole, D. (14-15 July 2018). Sense of Community and Demographic Factors as Predictors Neighbourhood Satisfaction. Paper presented at the 8. *Asia-Pacific International Conference on Environment-Behaviour Studies*, p. 149-156, Sheffield.
- Olalı, H. (1982). *Turizm Politikası ve Planlaması*. Ege Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları No:6, İzmir: Ege Üniversitesi Matbaası.
- O'Reilly, K. 1995 "Constructing and Managing Identities: 'Residential Tourists' or A British Expatriate Community In Fuengirola, Southern Spain". *Essex Graduate Journal of Sociology*(1), 25-37.
- O'Reilly, K. (2003). When is a Tourist? The Articulation of Tourism and Migration in Spain's Costa del Sol. *Tourists Studies*, 3(3), 301-317.
- O'Reilly, K., and Benson, M. (2015). Lifestyle Migration and The Pursuit of Successful Ageing. In J. Twigg, and W. Martin, *Routledge Handbook of Cultural Gerontology* (p. 420-427). Abingdon, Oxford: Routledge.
- Öncü, A. ve Weyland, P. (2007). Küreselleşen Kentlerde Yaşam Alanları ve Kimlik Mücadeleleri. Derleyen A. Öncü ve P. Weyland, Çev. L. Şimşek ve N. Uygun, *Mekan, Kültür, İktidar: Küreselleşen Kentlerde Yeni Kimlikler*, 2. Baskı, s. 9-39. İstanbul: İletişim Yayınları.

- Özdamar, K. (2004). *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Özdemir, G. (2014). *Destinasyon Yönetimi ve Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özel, H. Ç. (2019, Ocak). *Süngerçi ve Balıkçı Kasabası'ndan Turizm Kentine: Marmaris*. Web: <https://www.turizm gazetesi.com/article.aspx?id=87501> adresinden 02 Mart 2019'da alınmıştır.
- Özerim, M. G. (2008). *Avrupa'da Uluslararası Emekli Göçü ve Yeni Bir Varış Noktası Olarak Türkiye: Muğla-Dalyan Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi SBE Avrupa Birliği ABD, İzmir.
- Özgüneş, R.E. (2017). *Destinasyon İmajının Yerleşik Yabancıların Yerleşim Yeri Seçimine Etkisi: Bodrum*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi SBE Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik ABD, Balıkesir.
- Özgürel, G. (2018). Kültürel Mirasa Bir Bakış: Marmaris Örneği. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 5(31), 4894-4906.
- Özgürel, G. ve Avcıkurt, C. (2018). Yerleşik Yabancıların Türkiye Turizmine Etkileri: Marmaris İlçesi Örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(1), 195-225.
- Öztürk, A. *Kıyı Yerleşimlerinde İkinci Konutun Kentsel Yaşam Kalitesine Etkileri Ayvalık Örnekleme*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi FBE Mimarlık ABD, Ankara.
- Öztürk, E. ve Seyhan, A. E. (2016). Maddî Terakki, Kültürel Değişme, Gecikme ve Kültürel Buhranlarımız. *Kafkas Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*(5), 41-59.
- Öztürk, Y. ve Özaslan, Y. (2013). *Orta Öğretim Öğrencilerinin Yabancı Turistlere İlişkin Tutumları Üzerine Bir İnceleme*. 14. Ulusal Turizm Kongresi'nde sunuldu (s. 1181-1198). Kayseri: Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi Yayınları No:1.
- Paker, M. (2012). *Psikolojik Açından Önyargı ve Ayrımcılık*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyoloji Ve Eğitim Çalışmaları Birimi (SEÇBİR), s. 1-12. Web: HYPERLINK "<http://secbir.org/images/haber/2011/01/04-murat-paker-1.pdf>" <http://secbir.org/images/haber/2011/01/04-murat-paker-1.pdf> , adresinden 06/06/2018'de alınmıştır.
- Pallavicini, J. A. (2017). *Factors Influencing Tourism Destinations Attractiveness The Case of Malaga*. Unpublished Master Thesis, Radboud University Nijmegen–Blekinge Technical School, Nijmegen, Netherlands.
- Paraskevaïdis, P., and Andriotis, K. (2017). Altruism in Tourism: Social Exchange Theory vs Altruistic Surplus Phenomenon in Host Volunteering. *Annals of Tourism Research*(62), 26-37.
- Pavli, I., and Portolan, A. (2015). Irritation Index, Tourism. In J. Jafari, and H. Xiao (Eds.), *Encyclopedia of Tourism*, pp. 1-2. Switzerland: Springer International Publishing.
- Pearce, D. C. (2014). Toward an Integrative Conceptual Framework of Destinations. *Journal of Travel Research*, 53(2), 141-153.
- Peterson, A., N., Speer, M., and McMillan, D.W. (2008). Validation of A Brief Sense of Community Scale: Confirmation of The Principal Theory of Sense of Community. *Journal of Community Psychology*, 36(1), 61-73.
- Perdue, R. R., Long, P. T., and Allen, L. (1987). Rural Resident Tourism Perceptions and Attitudes. *Annals of Tourism Research*, 14(3), 420-429.
- Perdue, R., Long, P., and Yang, Y. (1999). Boomtown Tourism and Resident Quality of Life: A Colorado Case Study. *Journal of Business Research*, 44(3), 165-177.

- Petroman, C. (2015). Typology of Tourism Destinations. *Scientific Papers: Animal Science and Biotechnologies*, 48(1), 338-342.
- Pettigrew, T. F. (1998). Intergroup Contact Theory. *Annual Review of Psychology*, 49(1), 65-85.
- Pike, S. (2008). *Destination Marketing: An Integrated Marketing Communication Approach* (1st Edition). Oxford: Elsevier.
- Pizam, A., Uriely, N., and Reichel, A. (2000). The Intensity of Tourist-Host Social Relationship and Its Effects on Satisfaction and Change of Attitudes: The Case of Working Tourists in Israel. *Tourism Management*(21), 395-406.
- Poyraz, M. (2017). Çokkültürlülük ve Ara Mekanlar: Paris'in Strasbourg Saint-Denis Mahallesinde Hintli, Pakistanlı ve Türkiye Kökenli Göçmenlerin Günlük Etkileşim Alanları. Ş. Aslan ve C. Cinemre (Edt.), *Current Debates in Sociology & Anthropology* (Volume 10, pp. 109-120). London: IJOPEC Publication Limited,
- Prentice, R. C., Witt, S. F. and Wydenbach, E. G. (1994). The Endearment Behaviour of Tourists Through Their Interaction with The Host Community. *Tourism Management*, 15(2), 117-125.
- Ramos, A. K., Suarez, M. C., Leon, M., and Trinidad, N. (2017). Sense of Community, Participation and Life Satisfaction among Hispanic Immigrants in Rural Nebraska. *Kontakt*(4), 308-320.
- Rátz, T., Michalkó, G., and Kovács, B. (2008). The Influence of Lake Balaton's Tourist Milieu on Visitors' Quality of Life. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 56(2), 127-142.
- Rátz, T. (2000). Recidents' Perceptions of The Socio-Cultural Impacts of Tourism at Lake Balaton, Hungary. In D. Hall, and G. Richards (Eds). *Tourism and Sustainable Community Development*, p. 36-47. London: Routledge.
- Reisinger, Y. (2009). *International Tourism: Cultures and Behavior* (1st Edition). Oxford, UK: Elsevier Ltd.
- Reisinger, Y., and Turner, L. (2003). *Cross-Cultural Behavior in Tourism*. Oxford, UK: Elsevier Science Limited.
- Rızaoğlu, B. (2012). *Turizm Davranışı* (3. Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Saarinen, J. and Manwa, H. (2008). Tourism as a Socio-Cultural Encounter: Host-Guest Relations in Tourism Development in Botswana. *Botswana Notes and Records*, 39, 43-53.
- Sağır, A. (2011). Kültürel Bütünleşme Bağlamında Antalya'nın Finike İlçesi'ne Yerleşen Turistlerin Sosyolojik Çözümlemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(1), 49-64.
- Sainaghi, R. and Baggio, R. (2017). Complexity Traits and Dynamics of Tourism Destinations. *Tourism Management*(63), 368-382.
- Sakallı, N. (2016). *Sosyal Etkiler Kim Kimi Nasıl Etkiler?* (5. Basım). Ankara: İmge Kitabevi.
- Salant, P., and Dillman, D. A. (1994). *How to Conduct Your Own Survey*. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Saraniemi, S. ve Kylänen, M. (2010). Problematizing the Concept of Tourism Destination: An Analysis of Different Theoretical Approaches. *Journal of Travel Research*(50), 133-143.
- Sarason, S. B. (1974). *The Psychological Sense Of Community: Prospects for A Community Psychology*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Schweitzer, J. H., Rosenbaum, R., Campos, and Gardi, J. (2002). Creating Block-Level Sense of Community in Urban Neighborhoods. Home Projects: Families and

- Communities Together Coalition (FACT). East Lansing, MI: Michigan State University-East Lansing.
- Schumacker, R. E., and Lomax, R. G. (2004). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling* (2nd Edition). New Jersey: Taylor& Francis.
- Searle, M. (2000). Is Leisure Theory Needed for Leisure Studies. *Journal of Leisure Research*, 32(1), 138-142.
- Seaton, A. W., and Bennett, M. M. (1996). *Marketing Tourism Product: Concept, Issues, Cases*. Londra: International Thomson Business Press.
- Sevinç, B. (2013). Simgesel Mekan Tüketimi ve Yeni Kamusal Alanlarda Toplumsallık: Fatih At Pazarı Örneği. *International Journal of Social Science*, 6(4), 1003-1028.
- Shafaei, F. and Mohamed, B. (2015). A Stage-Based Model Development Study on Tourism Social Impact Assessment. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 5(3), 1-6.
- Schalock, R. L. (1996). *Quality of Life: Conceptualization and Measurement*, Vol. 1. Washington, DC: American Association on Mental Retardation.
- Sharifuddin, N. S., Zahari, M. S., Aizuddin, M., and Hanafiah, M. H. (2014). Is the Sense of Community towards Participation in Tourism Development among The Minorities in Multiracial Countries the Same? *International Scholarly and Scientific Research & Innovation*, 8(11), 3714-3722.
- Shaw, G., and Williams, A. M. (2004). *Tourism and Tourism Spaces*. London: Sage.
- Sili Kalem, A. (2016). Türk Çayına Süt Katmak: Londra'da Yaşayan Türkiyeli Göçmenlerin Gündelik Hayatları. *İnsan ve Toplum*, 5(10), 43-71.
- Simmel, G. (2015). *Bireysellik ve Kültür*, Çev. T. Birkay, (2. Basım). İstanbul: Metis Yayınları.
- Sinkovics, R. R., and Penz, E. (2009). Social Distance between Residents and International Tourists—Implications for International Business. *International Business Review*(18), 457-469.
- Skipper, T. L. (2009). *Understanding Tourist-Host Interactions and Their Influence on Quality Tourism Experiences*. Unpublished Master Thesis, Wilfrid Laurier University Faculty of Arts/Department of Geography and Environmental Studies. Ottawa, Canada.
- Smith, J. K. (2010). *Sense of Community and Neighborhood Design: A Comparative Case Study of Four Arroyo Grande Neighborhoods* . Unpublished Master Thesis, California Polytechnic State University College of Architecture and Environmental Design. San Luis Obispo, California USA.
- Smith, K. M. (2011). *The Relationship between Residential Satisfaction, Sense of Community, Sense of Belonging and Sense of Place in a Western Australian Urban Planned Community*. Unpublished PhD Thesis, Edith Cowan University Faculty of Computing Health & Science. Joondalup, Australia
- Smith, V.,L. (1985). *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, V.,L. Smith, (Eds.), 2nd Edition, Philadelphia: University of Pennsylvania.
- Somuncu, M. (2004). Dağcılık ve Dağ Turizmindeki İkilem: Ekonomik Yarar ve Ekolojik Bedel. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2(1), 1-21.
- Soto, M. T. and Clavé, S. A. (2017). Second Homes and Urban Landscape Patterns in Mediterranean Coastal. *Land Use Policy*, 68, 117-132.
- Stephan, E., Liberman, N. and Trope, Y. (2011). The Effects of Time Perspective and Level of Construal on Social Distance. *Journal of Experimental Social Psychology*(47), 397-402.

- Su, M. M. and Wall, G. (2010). Implications of Host-Guest Interactions for Tourists' Travel Behaviour and Experiences. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 58(1), 37-50.
- Südaş, İ. (2009). Uluslararası Emekli Göçünün Türkiye'nin Kıyı Kentleri Üzerindeki Etkileri. 5. Ulusal Coğrafya Sempozyumu Bildiriler Kitabı (s.135-146), Ankara.
- Südaş, İ. (2012). Lifestyle Migrants in Turkey: A Comparison of Retired and Non-Retired EU Citizens on The Aegean Coast, European Association of Geographers. Paper Presented at The EUROGEO Annual Meeting.
- Südaş, İ. ve Mutluer, M. (2008). Ekonomik Etkileri Açısından Türkiye'nin Merkezlerine Yönelik Avrupalı Göçleri. *Ege Coğrafya Dergisi*, 17(1-2), 51-59.
- Sümer, N. (2000). Yapısal Eşitlik Modelleri: Temel Kavramlar ve Örnek Uygulamalar. *Türk Psikoloji Yazıları*, 3(6), 49-74.
- Swarbrooke, J. (2003). *Development and Management of Visitor Attractions* (2nd Edition). Oxford, UK: Butterworth-Heinemann.
- Şahin, S. (2018). Konuklarla İletişimde Kültürlerarası Boyut. S. Şengül, Ş. Ulama ve Ö. Türkay (Editörler), *Turizm İletişimi*, s. 127-156. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Şimşek, Ö. F. (2007). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş- Temel İlkeler ve LISREL Uygulamaları*. Ankara: Ekinoks.
- Şirin, İ. (2017). *Yerleşik Yabancıların Yerel Hizmetlere Bakışı: Alanya Örneği*. Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi SBE İşletme ABD, Alanya.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2017). *Turizm Belgeli Tesisler*. Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü: Web: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-9860/turizm-belgeli-tesisler.html> adresinden 04 Şubat 2019'da alınmıştır.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2018). *İl ve İlçelere Göre Mavi Bayrak Sayıları*. Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü. Web: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/59725,2018-yili--il-ve-ilcelere-gore-mavi-bayrak-sayilaripdf.pdf?0> adresinden 17 Ekim 2019'da alınmıştır.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2019a). *2018 Yılı Genel Turizm İstatistikleri Genel Değerlendirme*, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü Araştırma ve Değerlendirme Daire Başkanlığı. Web: HYPERLINK "<https://yigm.ktb.gov.tr/Eklenti/63643,turizmistatistiklerigeneldegerlendirme2018pdf.pdf?0>" <https://yigm.ktb.gov.tr/Eklenti/63643,turizmistatistiklerigeneldegerlendirme2018pdf.pdf?0> adresinden 23 Kasım 2019'da alınmıştır.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2019b). *İşletme (Bakanlık) Belgeli Tesis Konaklama İstatistikleri*. Web: HYPERLINK "<https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201121/isletme-bakanlik-belgeli-tesis-konaklama-istatistikleri.html>" <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201121/isletme-bakanlik-belgeli-tesis-konaklama-istatistikleri.html> adresinden 24 Kasım 2019'da alınmıştır.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2019c). *Belediye Belgeli Tesis Konaklama İstatistikleri*. Web: HYPERLINK "<https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201122/belediye-belgeli-tesis-konaklama-istatistikleri.html>" <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201122/belediye-belgeli-tesis-konaklama-istatistikleri.html> adresinden 24 Kasım 2019'da alınmıştır.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Marmaris Turizm Danışma Bürosu. (2019). *Marmaris Tesis İstatistikleri*. Marmaris, Muğla.

- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2017). *Turizm Destinasyonu Nedir?* <http://pdb.kulturturizm.gov.tr/TR,137200/turizm-destinasyonu-nedir.html> adresinden 02 Ekim 2019'da alınmıştır.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2019d). *Marmaris Gezilecek Yerler*. Web: <http://www.tanitma.gov.tr/TR-22732/gezilecek-yerler.html> adresinden 10 Eylül 2019'da alınmıştır.
- T.C. Muğla Büyükşehir Belediyesi. (2017). *Marmaris Hakkında*. Web: <https://www.mugla.bel.tr/sayfa/marmaris-hakkinda> adresinden 05 Haziran 2019'da alınmıştır.
- Tabachnick, B. G., and Fidel, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics* (6th Edition). Boston: Pearson Education Inc.
- Talen, E. (2000). The Problem with Community in Planning. *Journal of Planning Literature*, 15(2), 171-183.
- Tayfun, A. (2002). Turist Yerli Halk Etkileşimi Üzerine Bir Araştırma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(1), 1-11.
- TDK. (2019). Türk Dil Kurumu, *Güncel Türkçe Sözlük*. T.C. Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu, Ankara. Web: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&kelime=mek%C3%A2n&uid=35221&guid=TDK.GTS.5a26dba3a2bb17.60898968 adresinden 20 Kasım 2019'da alınmıştır.
- Tekeli, İ. (2009). *Gündelik Yaşam, Yaşam Kalitesi ve Yerellik Yazıları*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Tellan, D. (2016). Mekan, Eğlence ve Popüler Kültür İlişisini Değerlendirmek. *TRT Akademi*, 1(1), 136-153.
- Temel Eğinli, A. ve Yalçın, M. (2016). Kültürlerarası Yeterliliğin Gelişmesi ve Kültürlerarası Uyum. *Global Media Journal TR Edition*, 7(13), 6-27.
- Teye, V., Sönmez, S. F., and Sirakaya, E. (2002). Residents' Attitudes Toward Tourism Development. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 668-688.
- Theofilou, P. (2013). Quality of Life: Definition and Measurement. *Europe's Journal of Psychology*, 9(1), 150-162.
- Thibaut, J. W., and Kelley, H. H. (1959). *The Social Psychology of Groups*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Thyne, M. A. ve Lawson, R. (2001). The Design of a Social Distance Scale to be Used in The Context of Tourism. *Asia Pacific Advances in Consumer Research*(4), 102-107.
- Thyne, M., Watkins, L., and Yoshida, M. (2017). Resident Perceptions of Tourism: The Role of Social Distance. *International Journal of Tourism Research*, 20(2), 256-266.
- Tinsley, R., and Lynch, P. (2001). Small Tourism Networks and Destination Development. *International Journal of Hospitality Management*, 20(4), 367-378.
- Topal, S. (2016). Sosyal Psikolojide Tutumlar ve Tutum Değişikliği. E. Duran ve C. Aslan (Editörler), *Turizmin Sosyal Psikolojik Temelleri*, s. 11-30. Çanakkale: Paradigma Akademi.
- Toprak, Z. (2009). Yabancı Emekli Yerleşiklerin Yerelde Kamusal Hayata Katılım İstekliliği ve Yerel Halkla İlişkileri (Antalya için Bir Yaklaşım). *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 7(2), 99-137.
- Topses, M. D. (2013). Toplumsal Yapı Araştırmalarında Behice Boran'ın Yöntem Anlayışı. *Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1-14.

- Torlak, S. E. ve Yavuzçehre, P. S. (2008). Denizli Kent Yoksullarının Yaşam Kalitesi Üzerine Bir İnceleme. *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 17(2), 23-44.
- Toskay, T. (1989). *Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım* (3. Basım). İstanbul: Der Yayınları.
- Tönis, N. (2017). *The Influence of Face-to-Face Communication on Intergroup Interaction and Attitudes*. Unpublished Graduate Thesis, Groningen University, Groningen, Nederland.
- Törnblom, K., and Kazemi, A. (2012). Some Conceptual and Theoretical Issues in Resource Theory of Social Exchange. In K. Törnblom, and A. Kazemi (Eds.), *Critical Issues in Social Justice*, (p. 33-66). New York: Springer.
- Tuan, Y.-F. (1975). Place: An Experiential Perspective. *American Geographical Society*, 65(2), 151-165.
- Tucker, H., and Lynch, P. A. (2004). Host-Guest Dating, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 5(2-4), 11-32.
- Tuna, M. ve Özbek, Ç. (2012). *Yerlileşen Yabancılar: Güney Ege Bölgesi'nde Göç, Yurttaşlık ve Kimliğin Dönüşümü*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Turan, E. ve Aydılek, E. (2017). Modernite ve Postmodernite Ekseninde Kamusal Yaşamın Dönüşümü. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 6(17), 279-290.
- TÜİK. (2009). *Turizm İstatistikleri*. Türkiye İstatistik Kurumu, Ankara.
- TÜİK. (2012). *Yaşam Memnuniyeti Araştırması Mikro Veri Seti*, Türkiye İstatistik Kurumu. Web: http://www.tuik.gov.tr/MicroVeri/YMA_2012/metaveri/tanim/index.html adresinden 24 Şubat 2019'da alınmıştır.
- TÜİK. (2018). *Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi*. Türkiye İstatistik Kurumu. Web: http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1059 adresinden 10 Eylül 2019'da alınmıştır.
- Türkçe Tax. (2018). *İngiltere'de Devlet Emekliliği-İşte Bilmeniz Gerekenler*. Web: <https://turkcetax.com/ingiltere-devlet-emekliligi-hakkinda/> adresinden 25 Ağustos 2019 tarihinde alınmıştır.
- IOM. (2009). *Göç Terminolojisi, Göç Terimleri Sözlüğü*, Uluslararası Göç Örgütü T.C. İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü, Web: http://www.goc.gov.tr/files/files/goc_terimleri_sozlugu.pdf adresinden 03 Mart 2018'de alınmıştır.
- UN. (1998). *Recommendations on Statistic of International Migration Revision 1*, United Nations Statistical Papers, Series M, No. 58, Rev 1. Newyork: United Nations Publications.
- UNWTO. (2016). Destination Management & Quality Programme Conceptual Framework, *United Nations World Tourism Organization*. Web: <http://destination.unwto.org/content/conceptual-framework-0> adresinden 12 Haziran 2019'da alınmıştır.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2018) *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Urban Strategy Partners. (2017). *Turizm ve Kentler Raporu*. London. Web: HYPERLINK "https://www.coursehero.com/file/39180956/Turizm-ve-Kentler-Raporupdf/" <https://www.coursehero.com/file/39180956/Turizm-ve-Kentler-Raporupdf/> adresinden 18 Kasım 2019'da alınmıştır.
- Urry, J. (1999). Globalization and Citizenship. *Journal of World-Systems Research*, 5(2), 311-324.
- Urry, J. (2002). Mobility and Proximity. *Sociology*, 36(2), 255-274.

- Urry, J. (2009). *Turist Bakışı*, (Çev. E. Tataroğlu ve İ. Yıldız), Ankara: Bilgesu Yayıncılık.
- Urry, J. (2015). *Mekanları Tüketmek*, Çev. R. G. Ögdül (2. Baskı). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- USAK. (2008). *Yerleşik Yabancıların Türk Toplumuna Entegrasyonu*. Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kurumu No:08-04. Ankara.
- Usta, Ö. (2016). *Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım* (5. Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uygur, A., Kasap, N. ve Usta, S. (2017). Gençlere Yönelik Kültür Turizmi İstanbul Tur Planlaması Uygulaması. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(39), 28-43.
- Uysal, M., Sirgy, M. J., Woo, E., and Kim, H. (2016). Quality of Life (QOL) and Well-Being Research in Tourism. *Tourism Management*(53), 244-261.
- Ügeöz, P. (2003). *Kültürlerarası İletişim*. İstanbul: Üstün Eserler Neşriyatevi.
- Ünüsan, Ç. ve Sezgin, M. (2005). *Turizmde Strateji Eksenli Pazarlama İletişimi*. Konya: Nüve Kültür Merkezi Yayınları No:23.
- Waller, I. (2018). *Permanent Tourism and Host-Guest Relations: An Empirical Study of UK Tourist-Migrants in Didim, Turkey*. Unpublished PhD Thesis, University of Central Lancashire of Business and Enterprise, Preston, Lancashire.
- Waltz, C. F., Strickland, O. L., and Lenz, E. R. (2010). *Measurement in Nursing and Health Research*. (4th Edition). New York: Springer Publishing Company.
- Wang, J., and Wang, X. (2012). *Structural Equation Modeling: Applications Using Mplus*. West Sussex: John Wiley & Sons.
- Wang, Z., Zhang, F., and Wu, F. (2017). Neighbourhood Cohesion under The Influx of Migrants in Shanghai. *Environment and Planning A*, 49(2), 407-425.
- Ward, C., and Berno, T. (2011). Beyond Social Exchange Theory: Attitudes Toward Tourists. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1556-1569.
- Wearing, S., and Larsen, Libby. (1996). Assessing and Managing The Sociocultural Impacts of Ecotourism: Revisiting The Santa Elena Rainforest Project. *The Environmentalist*(16), 117-133.
- Weaver, D. B., and Lawton, L. J. (2001). Resident Perceptions in The Urban-Rural Fringe. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 439-458.
- White, N. R., and White, P. B. (2008). Travel as Interaction: Encountering Place and Others. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 15, 42-48.
- WHO. (2002). WHOQOL: Measuring Quality of Life. World Health Organization, Geneva. Web: <http://www.who.int/healthinfo/survey/whoqol-qualityoflife/en/> adresinden 24 Mart 2019'da alınmıştır.
- Williams, A. and Hall, C. M. (2002). Tourism, Migration, Circulation and Mobility. In C. M. Hall A. and Williams (Eds.), *Tourism and Migration: New Relationships between Production and Consumption*, p. 1-52. Netherlands: Kluwer Academic Publishers.
- Williams, A.; Kitchen, P., Randall, J., Muhajarine, N., Newbold, B., Gallina, M., and Wilson, K. (2015). Immigrants Perceptions of Quality of Life in Three Second- or Third-tier Canadian Cities. *Canadian Geographer*, 59(4), 489-503.
- Williams, D. R., and McIntyre, N. (2012). Place Affinities, Lifestyle Mobilities and Quality-of-Life. In M. Uysal, R. Perdue, and J. Sirgy (Eds.), *Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research: Enhancing the Lives of Tourists and Residents of Host Communities, International Handbooks of Quality-of-Life* (p. 209-231). London: Springer.

- Wintersteiner, W., and Wohlmuther, C. (2014). Peace Sensitive Tourism: How Tourism Can Contribute to Peace. In C. Wohlmuther, and W. Wintersteiner (Eds.), *International Handbook on Tourism and Peace* (p. 31-61). Klagenfurt/Celovec: Drava Verlag-Založba Drava GMBH.
- Woosnam, K. M. (2010). Testing a Model of Durkheim's Theory of Emotional Solidarity among Residents of A Tourism Community. *Journal of Travel Resarch*, 50(5), 546-558.
- Woosnam, K. M. (2012). Using Emotional Solidarity to Explain Residents' Attitudes about Tourism and Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 51(3), 315-327.
- Woosnam, K. M., and Norman, W. C. (2009). Exploring the Theoretical Framework Residents and Tourists. *Journal of Travel Research*, 48(2), 245-258.
- Woosnam, K. M., and Norman, W. C. (2010). Measuring Residents' Emotional Solidarity with Tourists: Scale Development of Durkheim's Theoretical Constructs. *Journal of Travel Research*, 49(3), 365-380.
- Wu, L., Zang, J., and Chikaraishi, M. (2013). Representing the Influence of Multiple Social Interactions on Monthly Tourism. *Tourism Management*(36), 480-489.
- www.ingilizkonsoloslugu.org. (2019). *İngiltere Vatandaşları için Türkiye Vatandaşlığı*. Web: <http://www.ingilizkonsoloslugu.org/ingiltere-vatandaslari-icin-turkiye-vatandasligi> adresinden 05 Şubat 2019'da alınmıştır.
- www.mevzuat.gov.tr. (2006, 09 06). *İskan Kanunu*. HYPERLINK "<https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5543.pdf>" <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5543.pdf> adresinden 10 Kasım 2019'da alınmıştır.
- www.nufusu.com. (2019). *Marmaris Nüfusu*. Web: <https://www.nufusu.com/marmaris-mugla-mahalleleri-nufusu> adresinden 03 Ağustos 2019'da alınmıştır.
- www.uludagsozluk.com. (2019). *Dikotomi*, Web: <https://www.uludagsozluk.com/k/dikotomi/> adresinden 23 Ocak 2019'da alınmıştır.
- Wynveen, C. J., Kyle, G. T., and Sutton, S. G. (2009). Place Meaning Ascribed to Marine Recreation Areas: The Case of The Great Barrier Reef. Paper presented at the *Proceedings of the 2009 Northeastern Recreation Research Symposium* (s. 135-142). Bolton Landing, NY: U.S. Forest Service, Northern Research Station.
- Xu, H., Ma, S., and Jiang, L. (2017). Social Interactions of Lifestyle Tourism Entrepreneurial Migrants. *Tourism Tribune*, 32(7), 69-76.
- Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanunu. (2013). Web: HYPERLINK "<https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6458.pdf>" <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6458.pdf> adresinden 12 Eylül 2019'da alınmıştır.
- Yagi, C. (2001). How Tourists See Other Tourists: Analysis of Online Travelogues. *The Journal Of Tourism Studies*, 12(2), 22-31.
- Yağcı, K. ve Akçay, S. (2016). 21. Yüzyılda Turizm ve Sosyolojik Etkileri. E. Duran, ve C. Aslan (Editörler), *Turizmin Sosyal Psikolojik Temelleri*, ss. 311-323. Çanakkale: Paradigma Akademi.
- Yasumura, K. (1994). *The Sociological Sphere of Tourism as a Social Phenomenon*. Paper is revised version of a draft made out for the presentation at the workshop on tourism studies of the department of tourism, Hokkai Gauken University of Kitami in 1994, p. 1-12.

Web:https://www.academia.edu/2262641/The_Sociological_Sphere_of_Tourism_as_a_Social_Phenomenon.

- Yazan, T., Girgin, A. ve Kuru, T. (2017). Geriyatrik Depresyon: Alanya'da Yaşayan Yerleşik Yabancılar Üzerine Bir Araştırma. *Acta Medica Alanya*, 1(3), 32-37.
- Yazgan, P. (2016). Hareketlilikte Kimlik İnşasına Yönelik Analitik Bir Çerçeve. *Göç Dergisi*, 3(2), 282-296.
- Yıldız, M. Z. ve Alaeddinoğlu, F. (2011). Küreselleşme Çağında Değişen Mekan Algılayışları. Z. Dilek, M. Akbulut, Z. C. Arda, Z. Bağlan Özer, R. Gürses ve B.Karababa Taşkın (Editörler) 38. *ICANAS Kültürel Değişim, Gelişim ve Hareketlilik*, ss. 845-862. Ankara: Atatürk Kültür, Dil, Tarih Yüksek Kurumu Yayınları 11-2.
- Yiğit, Z. (2012). "Modernliğin Arka Yüzü" Olarak Gündelik Hayat: Aşk Memnu. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(2), 125-144.
- Yirik, Ş., Uslu, A. ve Küçük, F. (2015). Yerleşik Yabancıların Türkiye'ye İlişkin Sosyo Kültürel Algılarının Demografik Özelliklerine Göre İncelenmesi. *Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(11), 263-282.
- Yoon, Y., Gursoy, D., and Chen, J. S. (2001). Validating a Tourism Development Theory with Structural Equation Modeling. *Tourism Management*, 22(4), 363-372.
- Younghan, L., Milyang, K., and Jakeun, K. (2016). The Impact of Social Interaction and Team Member Exchange on Sport Event Volunteer Management. *Sport Management Review*(19), 550-562.
- Yu, J., and Lee, T. J. (2013). Impact of Tourists' Intercultural Interactions. *Journal of Travel Research*, XX(X), 1-14.
- Yüksek, G. (2014). *Turizm Destinasyonları*. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Zafer, S. (2013). *Alanya'daki Yerleşik Yabancıların Sosyal Statülerinin Belirlenmesi ve Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi SBE Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik ABD, Antalya.
- Zemla, M. (2016). Tourism Destination: The Networking Approach. *Moravian Geographical Reports*, 24(4), 2-14.
- Zencirkıran, M. (2017). *Sosyoloji* (6. Basım). Bursa: Dora Basım-Yayın-Dağıtım.
- Zhang, J., Inbakaran, R. J., and Jackson, M. S. (2006). Understanding Community Attitudes Towards Tourism and Host-Guest Interaction in the Urban-Rural Border Region. *Tourism Geographies*, 8(2), 182-204.
- Zhong, L., Deng, J. and Xiang, B. (2008). Tourism Development and The Tourism Area Life-Cycle Model: A Case Study of Zhangjiajie National Forest Park, China. *Tourism Management*, 29(5), 841-856.
- Zoğal, V. ve Emekli, G. (2017). Yaratıcı Turizme Kavramsal ve Coğrafi Bir Yaklaşım. *Ege Coğrafya Dergisi*, 26(1), 21-34.

