



Kapadokya Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü

Turizm Rehberliği Ana Bilim Dalı

Turist Rehberliği Bilim Dalı

**SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZME İLİŞKİN ZİYARETÇİ
TUTUMLARININ TEKRARDAN ZİYARET NİYETİ
ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: CUMALIKIZIK ÖRNEĞİ**

Nagihan ÇARIKÇI

Yüksek Lisans Tezi

Nevşehir, 2024

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZME İLİŞKİN TUTUMLARIN TEKRARDAN GELME
NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: CUMALIKIZIK ÖRNEĞİ

Nagihan ÇARIKÇI

Kapadokya Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü

Turizm Rehberliği Ana Bilim Dalı

Turist Rehberliği Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Nevşehir, 2024

TEŞEKKÜR

Akademik yolculuk sürecimin en başından bugüne dek büyük bir özveriyle tez çalışmamın her aşamasında desteğini bir an bile esirgemeyen, değerli bilgi birikimi ve önerileriyle ufkumu açıp bana önderlik eden, moral ve motivasyon konusunda katkı sağlamaktan asla vazgeçmeyen, yoluma ışık tutan çok kıymetli tez danışman hocam Sayın Dr. Duygu BORA'ya minnettarım.

Tez savunmamda jüride yer alan değerli hocalarım Doç. Dr. Gül Erkol BAYRAM'a ve Doç. Dr. Leila Akbari SHAHABİ'ye kıymetli görüş ve önerileri ile katkı sunarak beni onurlandırdıkları için sonsuz teşekkürlerimi belirtmek isterim.

Yüksek Lisans sürecinde aldığım derslerde, kıymetli bilgi ve tecrübelerini biz öğrencileriyle paylaşan, kendilerinden çok şey öğrendiğim değerli hocalarım Pof. Dr. Recep Şükrü YARCAN'a, Doç. Dr. Mehmet BAHAR'a, Dr. Şükran ÜNSER ve ayrıca her an yardımımıza koşarak bizlere destek veren sınıf danışman hocamız Araş.Gör. Yasin BULUT'a çok teşekkür ediyorum.

Akademiye giriş ve kabul sürecinde bana çok katkısı ve desteği olan, yol gösteren değerli insan Eski PDR Başkanı Sayın Esra SOSUR hocama teşekkürlerimi sunuyorum.

Yüksek Lisans sürecinde yoğun iş ve aile yaşamına rağmen hiç yüksünmeden gereksinim duyduğum her an yardımına koşarak teknik bilgisayar desteği veren yüce gönüllü kardeşim Ece PEKDİNÇ'e yürekten teşekkür ediyorum.

Bugünlere gelmemde hakkını asla ödeyemeyeceğim canım anneme, daima yanımda olan kızkardeşime sonsuz sevgilerimle....

Bu çalışmamı, sevgisini yüreğimde taşıdığım, her zaman her konuda yanımda yer alan, verdiği güç ve destek ile neşe ve ilham kaynağım olan ve ayrıca gelecek sürdürülebilir yaşamın en iyi destekçilerinden biri olacağına inandığım canım, biricik oğlum Bilgehan Veli SOLMAZ'a ithaf ediyorum.

ÖZET

ÇARIKÇI, Nagihan. *Sürdürülebilir Turizme İlişkin Tutumların Tekrardan Gelme Niyeti Üzerindeki Etkisi: Cumalıkızık Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir, 2024.

Osmanlı Döneminin mimari yapı örnekleri, doğal ve kültürel zenginlikleri ile dünyanın nadir güzellikteki köylerinden biri olan Cumalıkızık Köyü, geçmişten günümüze, sürdürmeye çalıştığı gelenek ve göreneklere dayalı yaşam biçimiyle, UNESCO Dünya Miras Listesinde haklı yerini almıştır. Özellikle bahar, yaz ayları ve özel günlerde (Ahududu festivali, vb.) yoğun bir kalabalığa ev sahipliği yapan Cumalıkızık Köyüne olan talep, bölgedeki turizmin sürdürülebilirliğinin sağlanmasını zorunlu hale getirmektedir. Bu çalışmanın amacı, sürdürülebilir turizm tutumlarının tekrardan gelme niyeti üzerindeki etkisinin ölçülmesine yöneliktir. Araştırma, SPSS 25.0 ve AMOS 23.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Sosyo-demografik özelliklerine göre % 47,7 sinin kadın, %52,3' ünün erkek olduğu 352 katılımcıdan oluşan bir araştırmadır. Katılımcıların gelir durumlarına, mesleklerine, ziyaret amaçlarına, ziyaret sıklığına, ziyaret edilen mevsime, destinasyon bilgilerine, ziyaret şekillerine göre aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutu ile etkin sürdürülebilir yönetim puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Elde edilen bulgular, aşırı turizmin önlenmesi, sürdürülebilir gelişimin, etkin sürdürülebilir yönetimin, sürdürülebilirliğin desteklenmesi ve sosyal sürdürülebilirlik boyutlarının, tekrardan ziyaret etme üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisi olduğunu göstermiştir.

Anahtar Sözcükler:

Aşırı Turizm, Sürdürülebilir Turizm Tutumu, Tekrardan Gelme Niyeti, Cumalıkızık

ABSTRACT

ÇARIKÇI, Nagihan. *The Impact Of Attitudes Towards Sustainable Tourism On Intention To Re-Arrive: Sample Of Cumalıkızık*, Master's Thesis, Nevşehir, 2024.

Cumalıkızık Village, which is one of the rare beautiful villages of the world with its architectural building examples of the Ottoman Period, natural and cultural richness, has taken its rightful place in the UNESCO World Heritage List with its way of life based on traditions and customs that it tries to maintain from the past to the present. The demand for Cumalıkızık Village, which hosts an intense crowd especially in spring, summer and special days (Raspberry festival, etc.), makes it imperative to ensure the sustainability of tourism in the region. The aim of this study is to measure the effect of sustainable tourism attitudes on repeat visit intention. The research was analyzed using SPSS for Windows 25.0 and AMOS 23.0 software. According to the socio-demographic characteristics, the study consists of 352 participants, 47.7% of whom are female and 52.3% of whom are male. It is seen that there is a statistically significant difference between the scores of prevention of overtourism and sustainable development dimension and effective sustainable management according to the income status, occupation, purpose of visit, frequency of visit, season of visit, destination information, visit patterns of the participants. The findings show that prevention of overtourism, sustainable development, effective sustainable management, promoting sustainability and social sustainability dimensions have a statistically significant and positive effect on repeat visits.

Keywords:

Overtourism, Sustainable Tourism Attitude, Intention To Come To Re-Arrive, Cumalıkızık

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	i
YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI.....	ii
ETİK BEYAN.....	iii
TEŞEKKÜR	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	vii
KISALTMALAR	ix
TABLolar DİZİNİ	x
ŞEKİLLER DİZİNİ	xi
RESİMLER DİZİNİ	xii
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM.....	4
1. AŞIRI TURİZM	4
1.1. AŞIRI TURİZM KAVRAMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ.....	4
1.2. AŞIRI TURİZM OLGUSUNA NEDEN OLAN ETMENLER	11
1.3. AŞIRI TURİZMİN BÖLGE ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ.....	11
1.3.1. Aşırı Turizmin Yapısal Etkileri	14
1.3.2. Aşırı Turizmin Kültürel Etkileri	17
1.3.3. Aşırı Turizmin Doğal Çevre Üzerindeki Etkileri	20
1.3.4. Aşırı Turizmin Sosyal Etkileri.....	20
1.4. AŞIRI TURİZM SORUNSAĞINA YAPICI YAKLAŞIMLAR NELERDİR? ...	23
İKİNCİ BÖLÜM	28
2. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM TUTUMLARI	28
2.1. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ.....	28
2.2. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZMİN KÜLTÜR VARLIKLARI ÜZERİNDEKİ OLUMLU ETKİLERİ	44
2.3. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM TUTUMLARI VE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM TUTUMU KONUSUNDA YAPILMIŞ ÇALIŞMALAR VE SONUÇLARI	46

3. TURİZMDE TEKRARDAN GELME NİYETİ.....	49
3.1. TURİZMDE TEKRARDAN GELME NİYETİ VE TARİHÇESİ	49
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	54
4. CUMALIKIZIK.....	54
4.1. CUMALIKIZIK'IN TARİHÇESİ	54
4.2. CUMALIKIZIK'IN DOĞAL, SOMUT VE SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS ÖGELERİ	56
4.3. CUMALIKIZIK'TA TURİZM HAREKETİ	68
BEŞİNCİ BÖLÜM	71
5. YÖNTEM.....	71
5.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	71
5.2. ARAŞTIRMA SORUSU VE HİPOTEZLERİ	71
5.3. MATERYAL VE METOT	73
5.3.1. Evren ve Örneklem	73
5.3.2. Çalışmanın Geçerliği, Güvenirliği ve Kısıtları	74
5.3.3. Veri Toplama Aracı	75
5.3.4. Verilerin Analizi ve Bulgular	76
ALTINCI BÖLÜM	109
6. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER	109
6.1. TARTIŞMA.....	109
6.2. SONUÇ VE ÖNERİLER	114
KAYNAKÇA	117
EKLER.....	136
EK 1. ANKET FORMU	136
Ek 2. ORJİNALLİK RAPORU	143
EK 3. ETİK KOMİSYONU KARAR FORMU	144
ÖZGEÇMİŞ.....	145

KISALTMALAR

AMOS	: Analysis of Moment Structures
COSUST	: Current Opinion in Environmental Sustainability
ÇŞİDB	: Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı
DFA	: Doğrulayıcı Faktör Analizi
ICCROM	: International Centre for the Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property
ICOMOS	: International Council on Monuments and Sites
KMO	: Kaiser Meyer Olkin Analyse
KTB	: Kültür ve Turizm Bakanlığı
OECD	: Organisation for Economic Co-Operation and Development
SESC	: Social Service of Commerce
SOKÜM	: Somut Olmayan Kültürel Miras
SPSS	: Statistical Package for Social Sciences
TURSAB	: Türkiye Seyahat Acenteleri ve Tur Operatörleri
UNEP	: United Nations Environment Programme
UNESCO	: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNWTO	: The United Nations World Tourism Organization
WTTC	: World Travel and Tourism Council
YEM	: Yapısal Eşitlik Modeli

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1. Doxey tolerans modeli	23
Tablo 2. Araştırmaya katılan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre dağılımı.....	77
Tablo 3. Sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeğinin açıklayıcı faktör analizi sonuçları.....	81
Tablo 4. Sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeğinin birinci düzey çok faktörlü doğrulayıcı faktör analizi sonuçları	82
Tablo 5. Sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeğinin yapısal modelin uyum iyiliği değerleri	83
Tablo 6. Tekrardan ziyaret etme ölçeğinin açıklayıcı faktör analizi.....	84
Tablo 7. Tekrar ziyaret etme ölçeğinin tek faktörlü doğrulayıcı faktörlü doğrulayıcı faktör analizi sonuçları	85
Tablo 8. Araştırmada kullanılan ölçeklerin ve boyutlarının normallik analizi sonuçları.....	85
Tablo 9. Araştırmada kullanılan ölçeklerin ve boyutlarının tanımlayıcı istatistikleri	86
Tablo 10. Katılımcıların demografik özelliklerine göre sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği ve boyutlarının karşılaştırılması	86
Tablo 11. Katılımcıların demografik özelliklerine göre sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği ve boyutlarının karşılaştırılması (devamı).....	92
Tablo 12. Katılımcıların demografik özelliklerine göre sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği ve boyutlarının karşılaştırılması (devamı).....	97
Tablo 13. Katılımcıların demografik özelliklerine göre tekrar ziyaret etme ölçeğinin karşılaştırılması.....	103
Tablo 14. Değişkenler arasındaki ilişki.....	106
Tablo 15. Regresyon analizi sonuçları	107
Tablo 16. Hipotezlerin doğruluğunun sonuçları	108

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Kültürel miras alanlarında sorun yönetimi uygulaması	25
Şekil 2. Sürdürülebilir beslenme modeli	35
Şekil 3. Sürdürülebilir turizm modeli	35
Şekil 4. Çevre büyüme stratejileri	39
Şekil 5. Araştırma sorusu	71
Şekil 6. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri sonuçları	82
Şekil 7. Sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeğinin birinci düzey çok faktörlü doğrulayıcı faktör analizine ait model.	82
Şekil 8. Bartlett küresellik testi değeri sonuçları	84
Şekil 9. Tekrar ziyaret etme ölçeğinin tek faktörlü doğrulayıcı faktör analizine ait model	85

RESİMLER DİZİNİ

Resim 1. Nevşehir tarihi peribacalarındaki vandalizm örneği	15
Resim 2. İtalya Kolezyum'daki vandalizm örnekleri	15
Resim 3. Tarihi Cumalıkızık haritası	54
Resim 4. Cumalıkızık köyü.....	56
Resim 5. Cumalıkızık çeşmesi	57
Resim 6. Cumalıkızık köyü camisi	58
Resim 7. Cumalıkızık müzesi	59
Resim 8. Tarihi Cumalıkızık köyü evleri.....	60
Resim 9. Tarihi Cumalıkızık köyü sokakları	61
Resim 10. Cumalıkızık kınalı kar konağı.....	61
Resim 11. Cin aralığı sokağı	62
Resim 12. Cumalıkızık köyü meydanı	63
Resim 13. Cumalıkızık köyü konakları ve restoranları.....	63
Resim 14. Cumalıkızık'taki geleneksel ev eşyaları	65
Resim 15. Cumalıkızık köyü yemek kültürü.....	65
Resim 16. Cumalıkızık köyü yöresine özgü yiyecekler.....	66
Resim 17. Cumalıkızık köy gelenek ve görenekleri	66
Resim 18. Cumalıkızık ahududu festivali	67
Resim 19. Cumalıkızık köyü ahududu festivali	67
Resim 20. Cumalıkızık anıt çınar	68

GİRİŞ

İnsanoğlunun somut ve soyut olarak ortaya koyduğu her değer, var olmanın en kalıcı unsuru olarak tanımlanmıştır. Var olan değerlerin yeni nesillere aktarılması ise bugünün anlaşılmasını sağlayacak nitelikte çabalardır. İnsanın öz değerlerini koruyarak, geleceğe taşıyabilme becerisine sahip olduğu bilinmektedir. Toplumlari birbirinden ayıran ve ayrıcalıklı yapan da bu değerler bütünüünün korunabilmesinde saklıdır. Geçmişe yapılan bu yolculukların ve ataların ayak izlerine rastlamanın heyecanı, bugünü anlamada ve değerlendirmede, en doğru adres olarak nitelenmektedir.

Turizmin kalkınmadaki rolünün bir ülkenin kültürel, tarihsel ve doğal değerlerinin korunması ve bölgeler arası eşitliği sağlamadaki başarısıyla öne çıktığı görölmektedir. Sahip olunan kaynakların korunmasının ve sürdürölmesinin ekonomiye olan katkısının büyük olduğu, kaynakların korunamadığı noktada ise sektörler bazında önemli mali kayıpların olabileceğı vurgulanmaktadır. Tüm bu değerlendirmelerin ışığında, kaynakların ancak sürdürülebilirlik politikasının hayata geçirilmesi ile korunabileceklerinin anlaşılması bir gerekliliktir. Dünya kaynaklarının hızla azalması, iklim koşullarındaki değışiklikler, insani eşitsizlik, gelecek nesillere aktarılabcek tehdit, kültür ve doğa varlıklarının korunmasını ve güvenlik altına alınması ihtiyacını doğurmuştur. Çevreyi, sosyal hayatı ve ekonomiyi içine alan üç ayaklı bir çerçeve programı oluşturmak zorunlu hale gelmiştir.

Kitle turizmi ile oluşan aşırı turizm olgusu, tarihi ve doğal kültür destinasyonları açısından tahribata neden olduğundan sürdürülebilir turizm için bir tehdit unsuru olarak görölmektedir. Gerek çevre gerek sosyal ve iktisadi anlamda öne çıkan turizm sektörünün, kitle turizminin meydana getirdiğı olumsuzluklar neticesinde, bir darboğaza girdiğı görölmüş farklı bir vizyon oluşturma gereğı anlaşılmış ve sürdürülebilir turizm üzerine yeni arayışlara başlanmıştır. Alternatif arayışlar sonucunda, kitle turizminin yarattığı olumsuzluklar üzerine doğaya, insana katkısı olan, bireylerin kültür ve sosyal anlamda edinimler elde edebileceğı turizm çeşitleri oluşturulmuştur (Karapınar ve Barakazi, 2017). Tüm dünyada hızla büyüyen aşırı

turizm hareketi, kentsel ve kırsal turistik bölgelerde olumsuz bir etki yaratmaktadır. UNESCO gibi kültürel ve yerel siyasi yönetimlerin ve kamudaki otoritenin her koşulda etkin bir çalışma göstermesi mümkün olamamaktadır. Turistik işletmeler, akademik kadro ve bu düzeydeki öğrenciler ile araştırmacılardan oluşan güçlü bir ekibin sürdürülebilir turizm çalışmalarında yer alması gerekmektedir (Penchlaner vd., 2019). Bu çalışma geçmiş ile bir bağ kurarak, gelecek nesillere kaynak sağlamada yardımcı olmak ve sürdürülebilir turizm anlayışı ile 700 yıllık tarihi bir geçmiş ve öneme sahip Cumalıkızık köyünün turizm potansiyelinin ele alınması, köyün aşırı turizme maruz kalıp kalmadığının değerlendirilmesi, turistlerin sürdürülebilir turizm tutumlarının belirlenmesi ve tekrardan ziyaret etme niyetinin belirlenmesi amacıyla araştırılmıştır.

Çalışma kapsamında aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranmış olup, bu sorulardan yola çıkarak literatürel arka plan oluşturulmuş, yerli turistlerden anket veri toplama tekniği aracılığıyla elde edilen veriler analiz edilmiş gerek literatüre gerekse sektöre katkı sağlamak amaçlanmıştır.

- Cumalıkızık destinasyonunun turizm potansiyeli nedir?
- Cumalıkızık destinasyonuna gelen turistlerin sürdürülebilir turizm tutumları nasıldır?
- Cumalıkızık destinasyonunu ziyaret eden turistlerin destinasyonu tekrardan ziyaret etme niyeti nedir?
- Sürdürülebilir turizm tutumu turistlerin demografik özelliklerine göre farklılık göstermekte midir?
- Tekrardan ziyaret niyeti turistlerin demografik özelliklerine göre farklılık göstermekte midir?
- Turistlerin sürdürülebilir turizm tutumu tekrardan ziyaret niyetini etkiler mi?

Araştırma soruları doğrultusunda çalışmanın birinci bölümünde aşırı turizm kavramı ele alınmış, aşırı turizmin nedenleri ve kültürel, çevresel etkileri üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde sürdürülebilirlik felsefesi detaylı olarak incelenmiş, sürdürülebilir turizmin tarihsel gelişimi, kültür varlıkları üzerindeki olumlu etkileri değerlendirilmiş, sürdürülebilir turizm tutumu kavramı irdelenmiştir. Üçüncü bölümde

tekrardan ziyaret niyeti kavramı tanımlanmış, konuyla ilgili yapılmış çalışmalara değinilmiştir. Dördüncü bölümde ise Cumalıkızık köyünün tarihsel gelişimi ele alınmış, köyün somut ve somut olmayan kültür varlıkları ortaya konulmuştur. Beşinci ve son bölümde araştırmanın yöntemi anlatılmış, evren, örneklem, veri toplama tekniği, ölçekler belirtilmiş, güvenilirlik ve geçerliliğe dair bilgiler verilmiş verilerin analizlerine dair detaylar açıklanmış, tartışma, sonuç ve öneriler ile de benzer ve farklı çalışmaların sonuçları bu çalışma sonuçları ile kıyaslanmış, gelecek araştırmacılara ve sektör temsilcilerine öneriler sunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. AŞIRI TURİZM

Aşırı turizm (overtourism), turist sayısının yerel halkın sayısını aşması, dolayısıyla belirli zaman ve mekanlarda turizmin etkisiyle fiziksel, psikolojik, ekonomik, ekolojik, sosyal ve/veya politik kapasitenin aşılması olgusunu ifade etmektedir (Milano, 2018; Singh, 2018). Aşırı turizm kavramının çıkış noktası, sürdürülebilir turizme götüren tarihsel yolculuğu heyecan vericidir. Kavram, zaman içinde olgunlaşıp, birey ve toplumları çözüm arayışına itmiştir. Aşırı turizmin çevresel, kültürel, ekonomik, sosyal ve bölgesel taşıma kapasitesi üzerindeki etkileri, sürdürülebilirliği sağlamaya yönelik gerçekleştirilen çalışmalar ve öneriler bu bölümün ana unsurları olacaktır.

1.1. AŞIRI TURİZM KAVRAMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ

Gelişen dünya ekonomisi, kültürlerarası etkileşim, insanın yaşadığı çevreye olan bakışı, sosyal dinamikler, turizm sektörüne yoğun ilgi ve istekler, turizm hareketliliğini de beraberinde getirmiştir (Çeken vd., 2009). Aşırı turizm için çözüm arayışı, beraberinde gelen istihdam artışı, ekonomik ve kültürel anlamda ülkelerin kalkınmasına önemli bir katkı sağlamaktadır (Eren ve Bozkurt, 2020).

Çağdaş anlamıyla 19. yüzyıl ortalarından itibaren dünyada yer edinmeye başlayan turizm kavramı günümüze uzanan süreç içinde siyasi, iktisadi, sosyal ve kültürel anlamda birçok ülkenin geleceğine yön veren olgulardan biri hâline gelmiştir. Uzun yıllar, göç, sağlık, savaş, dini ve ticari nedenlerle yapılan seyahatler ilk kez, çağdaş düzeyde, organize şekilde, 1841 yılında, İngiltere'nin Leicester kentine 20 km. uzaklıktaki festivale 571 kişilik bir turistik gezi ile başlatılmış ve Cook tarafından ilk organize turizm hareketi başlatılmıştır (Evcin, 2014; Güler, 2020).

Turizm hareketinin, kitlesel boyuta varmasında 3 kırılma evresi olduğu tespit edilmiştir (Tuna ve Yanardağ, 2012):

1. Batı Avrupa’da 1930’lu yıllarda çalışanlara 2 haftalık ücretli izin verilerek, çalışanlara, hafta içinde beş gün sekiz saat çalışma koşulları oluşturularak, çalışan bireylere hem para elde edip hem de tatil yapma olanağı tanınmıştır. Boş zaman olgusunun, turizm faaliyetlerinin bu koşullara göre hem zaman ve hem de mekân düzeyinde yeniden düzenlenmesinde etkin olduğu görülmüştür.
2. Hızlı sanayileşme ve ardından refah seviyesinin artması, 1950 yıllarında seyahat eden bireylerin sayısında da önemli bir artışı sağlamıştır.
3. Sanayileşme 1980 ve 1990’lı yıllarda sadece batıdaki toplumların değil, diğer toplumların da refah düzeyinin etki aldığı dönemler olarak görülebilir. Kitle turizminin ortaya çıkışına önemli ölçüde etki eden Sanayi Devrimi’nin, önemli bir evre olduğu bilinmektedir. Toplumsal boyutta artış gösteren refah, çalışan sınıfa, tatil olanağı sağlayarak turizmin kitleselleşmesinin önünü açmıştır.

James Watt tarafından, 1763 yılında “Buharlı Makinenin” bulunması ile Sanayi Devrimi’nde ilk dönüşüm gerçekleştirilmiştir. Gemiler için ilk Buharlı Sistem Robert Fulton tarafından 1807’de gerçekleştirilmiş ve açık denizlere gemi seferleri düzenlenmeye başlamıştır. Amerika Birleşik Devletleri’nde ilk ticari telgraf Samuel Morse tarafından 1844 yılında hizmete girmiştir. Almanya tarım sektöründe yaşanan gelişmelerle (Şeker Pancarından şeker elde etme ve suni gübre üretimi) başat ülke konumunda görülmektedir. Amerikan bir mühendisin biçerdöver imal etmesiyle birlikte konserve yapımına kadar uzanan Sanayileşme Dönemi Kitlesele göç hareketin en önemli dönemi olarak anılmaktadır (Güvenol vd., 2021).

Teknolojik gelişmeler ve yenilikler, toplum yaşantısını tümüyle değiştirmiş, üretim ve yaşam alanları ayrılmıştır (Günay, 2010). Sanayi devrimi ile makineler de gelişmiş evlere sığamayacak boyutlara ulaşmıştır. Böyle olunca tamamı topluca büyük binalara taşınarak, işçiler oralara getirildi ve böylece Fabrikalaşma olgusu başlatıldı. İşçi sınıfı Sanayi Devrimi öncesinde de vardı ancak özlük haklarını bilmiyorlardı. Burjuva sınıfının büyüyen ekonomik güce ulaşması ile oluşan işçi sınıfı sosyalizmin etkisi ile bilinçlenen toplumun, hak ve özgürlük arayışında olan sınıfını meydana getirmişlerdir (Güvenol vd., 2021).

Kitlesel Turizm hareketlerinde, gönüllülük de var olmasına karşın, başta Almanya olmak üzere, İngiltere ve diğer Batı Avrupa Ülkeleri'nin de dahil olmasıyla, 1950 ve 1960'lı yıllarda, iş gücüne duyulan ihtiyaç nedeniyle gerçekleştirilen, Doğu Ülkeleri'nden Batı'ya ilk göç hareketlerinin, aslında, çoğunlukla zorunlu bir hareketten kaynaklandığı söylenebilir (Lickorish ve Jenkins, 1997). Çok daha sonraları Türkiye'de, önceleri turizm amaçlı yapılan gelişlerin, özellikle Ege ve Akdeniz Bölgeleri'nde kalıcı yerleşmelere neden olduğu görülmüştür. Bu durumun küreselleşmeyle ve turizm sektörüne yönelik yatırım payı ile birlikte, sektörün gelişiminde önemli bir katkı sağladığı görülmektedir (Aksoy, 2012). Orta gelir düzeyindeki bireylerin ancak 1960'lı yıllardan sonra katılım gösterebilmesiyle yüksek değerlere ulaşan kitle turizmi ile birlikte paket turlar (Türkiye'de TURSAB -Türkiye Seyahat Acenteleri ve Tur Operatörleri tarafından) düzenlenerek, ulaşımdan konaklamaya kadar her şeyin dahil edildiği turizm faaliyetleri dikkat çekici olmaya başlamıştır (Keleş ve Keleş, 2020). Ancak paket turlarda, çevre koşullarının yetersizliği ve aktivite eksiklikleri gibi sorunlar olabilmektedir (Boz ve Buluk Eşitti, 2020). Bu durum rekreasyon etkinliklerinin rahat şekilde yapılabilirdiği turizm imkanlarının olması gerektiğine işaret etmektedir.

Bireyin boş zaman aktivitelerine doğrudan fiziksel olarak katılım gösterdiği rekreasyon, genel olarak “insanın yaşamını canlandırması ve yenilemesi”, “boş zaman değerlendirme etkinlikleri” olarak da bilinir (Umaç, 2021). Kavram, bireyin sadece eğlence ve dinlenceden ibaret olmayıp, sosyalleşip, sağlam bir ruh ve fizik ile üretken, eşitlikçi, toplumsal birliktelik ile ekonomik iyileşmeye neden olmasına etki eden bir anlam içermesi açısından kıymetli görülmektedir. Zira bu sayede, çalışanlara turizm sektörü, yaz ayları için iki haftalık turizm olanakları sunmaya başlamışlardır (Tuna ve Yanardağ, 2012).

Destinasyon çekiciliğinin yüksek olduğu bölgelere olan talep, sosyal, kültürel çeşitliliği gözlemleme, anlama ve öğrenme olanağı sağlarken, teknolojinin getirdiği en önemli yeniliklerden biri olan online reklam ve tanıtımlar sayesinde belli bölgelere, turistik akışın oldukça yoğun olduğu görülmektedir. Dolayısıyla olumsuzluklarıyla beraber gelen bir “Aşırı Turizm” olgusunun varlığından söz edilmektedir.

Memnuniyet geri bildirimleri, bu bölgelere olan ilgiyi arttırarak taşıma kapasitesinin üzerinde bir hareketliliğe neden olmaktadır (Duyar ve Bayram, 2019; Oklevik vd., 2020). Bu turizm hareketliliğindeki artış hem bölgedeki yerel halkı hem de ziyaretçileri tedirgin edecek seviyeye ulaştığından, aşırı turizm olgusu yaşam kalitesindeki olumsuzluk olarak karşımıza çıkmaktadır (UNWTO, 2018; Duyar ve Bayram, 2019).

Akademik ve küresel anlamda henüz yeni bir terim olarak bilinse de aşırı turizm olgusu uzun yıllar öncesinden bu yana “kalabalıklığın bugünkü ifadesi” olarak karşımıza çıkmaktadır. Çevreye ve bölge halklarına sorun yaratması neticesinde bu kavram destinasyon tasarımcıları ve ziyaretçiler açısından, turizm faaliyetlerini olumsuz etkileyen bir olgu olarak görülmektedir. Özellikle son yıllarda turizm tanıtım faaliyetlerinin teknoloji olanakları ile hız kazandığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla turistik çekiciliği olan bölgelere erişimin daha kolay sağlanması ile alt yapı imkânlarının yetersizliği, doğal çevrenin zarar görmesi ve yerel halkın memnuniyetsizliğini daha belirgin hale getirmiştir. Ancak elbette ki, aşırı turizm olgusu, sadece kalabalıklık olarak sığ bir ifade ile tanımlanmamalıdır (Peeters vd., 2018).

Harold Goodwin (2017)’e göre aşırı turizm, yerel halk, ziyaretçiler tarafından yoğunluğun en fazla hissedildiği, sorumlu turizmin tam tersi olacak şekilde tanımlanır. Örneğin; İtalyan anayasasında özel bir statüye sahip olan Güney Tirol Özerk Bölgesi, 550.000 dolayında yerleşik ve başkent Bozen-Bolzano civarında da 110.000 civarındaki nüfusuyla Avrupa Ulus Ötesi Model Bölgesi’nin bir parçasıdır. Ulus ötesi iş birliği ve entegrasyon da dahil olmak üzere, etnik azınlıklar ve turizm konusunda, İtalya ve Avusturya bölgeleri arasında, Avrupa ile bağları güçlendirici ve birleştirici bir önemi olduğu görülmektedir. Alp dağlarının ortasında, 7 milyonun üzerinde ziyaretçiyi ağırlayan ve genellikle yaz ve kış ayları ağırlıklı olmak üzere, tüm yıl boyunca ziyaretçi yoğunluğu yaşayan Dolomitler’in, son 10 yıldan beri Avrupa’nın çekirdek bir ülkesi durumuna geldiği görülmektedir. UNESCO Dünya Miras listesinde yer alan bölgeye turistik ziyaretlerin her geçen gün arttığı belirtilmektedir. Sonuç olarak Güney Tirol başta olmak üzere, Avrupa ve diğer birçok küresel odak noktası

konumundaki alanların, yerel bölge sakinlerinin protestolarına maruz kaldığı belirtilmektedir (Goodwin, 2017).

Aşırı turizm, birçok faktörün bir araya gelmesi ile belirli bölgelerde meydana gelen, ziyaretçilerin mükemmel fırtınası olarak tanımlanabilir (Dodds ve Butler, 2019). Aşırı turizm, yabancılaşmış sakinler, bozulmuş bir turist deneyimi, aşırı yüklenilmiş altyapılar, doğaya ve kültürel mirasa verilen zarar ve tehditler olarak tanımlarken; turist ziyaretlerinin türü, zaman çerçevesi ve geldikleri bölgelerin taşıma kapasitesine olan etkisi olarak ele alınmakta ve yerel halk, ziyaretçiler ve işletmeler, kavramı farklı açılardan değerlendirebilmektedir (McKinsey ve WTTC, 2017; Peeters vd.,2018).

Milano vd. (2018), aşırı turizmde etki faktörüne dikkat çekerek, kavramı, aşırı turizm fobisi şeklinde yorumlamıştır. Ayrıca araştırmacılar kavramı, yüksek fiyatlandırma nedeniyle satın alma gücünü yitiren ve ekonomik zayıflık yaşayan ev sahibi halkın ziyaretçilerle çatışmasına, kentsel yabancılaşmaya, ziyaretçilerin kaba davranışlarına, turizm işletmeleri ve turistik bölgelere yapılan çirkin saldırı eylemlerine, bir şeye karşılık yapılmış reddedilme duygusu gibi olumsuz davranışlara eş değer tutmuştur.

Aşırı turizm bir destinasyondaki turizm etkileşmesinin geldiği en yüksek durum düzeyi olarak anlaşılabılır. Bu nedenle çok boyutlu düşünülmesi gereken bir olgudur. Çünkü belirli bir zaman ve mekân aralığında gerçekleşmektedir. Rosenow ve Pulsipher (1979), “aşırı” olarak adlandırdıkları durumun altında yatan 3 ana farklı nedeni şöyle belirlemişlerdir:

- Büyük olasılıkla mevsimsel olarak gelen çok fazla ziyaretçi,
- Gürültü vb. rahatsızlıklar yaratan çok fazla sayıda olumsuz ziyaretçi etkisi,
- Turistik şehir merkezleri ve doğal kaynakların yok olmasına yol açan ziyaretçi ekonomisinin fiziksel etkisinin fazlalığıdır.

Literatürde konuyla ilgili araştırmalarda ziyaretçi davranışlarında zamanlama, konsantrasyon, konum, turizm deneyimi, yerel görgü kuralları vb. durumların, turist

sayısı kadar önemli olduğu belirtilmiştir (Koens vd., 2018). Dolayısıyla araştırmalar tek ve kolay açıklanabilir bir tanım olmadığını göstermektedir.

Aşırı turizm tanımlamasında farklı bakış açıları ile karşılaşılmaktadır (Goodwin, 2017). Oklevik vd. (2020); aşırı turizmi yerel halkın ve gelen turistlerin aşırı kalabalık karşısında ziyaret noktalarındaki ortam kalitesinin olumsuz etkilerini yaşadıkları güzergâhlar olarak tanımlarken; Duyar ve Bayram (2019) aşırı kalabalık destinasyonların turizmin olumlu etkilerini tersine çevirdiği görüşünü belirtmiştir.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO, 2017), 2016 yılında dünya nüfusunun %16'sının yani 1.235 milyon turistin ülke sınırları dışına çıktığını belirtmiştir. 2030'da uluslararası turist sayısının 1,8 trilyona ulaşacağını tahmin etmektedir. Bu durum aşırı turizm olgusunu beraberinde getirerek, turist sayılarında artışa, ziyaret ve zaman ilişkisinde yaşanan karmaşalara, destinasyonların taşıma kapasitelerinin dolmasına ve toplum yozlaşmasına sebep olmuştur (McKinsey ve WTTC, 2017). Bu durum, doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımını ve kalkınmayı gerçekleştirmeye odaklanılmasına sebep olmuş ve son yıllarda iklim değişikliğiyle bağlantılı olarak yeşil turizm (UNEP, 2011) ve düşük emisyonlu turizm (OECD ve UNEP, 2011) kavramlarını ortaya çıkarmıştır. Tüm bu yaklaşımların ortak paydasında, 2015 itibarıyla Avrupa bölgesinin turist sayısındaki dünya piyasa payı %51, turizm gelirlerindeki dünya piyasa payı %35, 8'dir. Bu yönüyle turizm faaliyetlerinin, sürdürülebilir kalkınma ve ekonomik büyüme ile doğru orantılı bir ilişkisi bulunmaktadır (UNWTO, 2017).

Zurab Pololikaşvili (Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü Genel Sekreteri), Türkiye'nin turizm alt yapısına yapılan yatırımlar sayesinde çok önemli bir destinasyon olduğunu, yüksek orandaki seyahat taleplerinin memnuniyet yaratsa da gelecekteki olası ekonomik güçlüklerin iyi hesaplanması gerektiğini belirterek, gerekli önlemlerin hesaba katılarak bir strateji izlenmesinin önemine dikkat çekmiştir (TURSAB, 2023).

Ziyaretçiler, turizm çeşidi, zaman mekân ve bölge sakinlerini de kapsayan bir etkileşim konusudur. Aşırı turizm olgusu, yoğun ziyaretçi kaynaklı olduğu için birçok olumsuzluk taşımaktadır ve bu nedenle tanımlanması ve çözülmesi noktasında karmaşık bir konu olduğu anlaşılmaktadır. Doğal kaynakların ve kültür varlıklarının tahribatı, yok olma riski, bölge halkının öz değerlerini ve yaşam kalitesini kaybetmesine neden olabilecek bir konudur. Gelecekteki çekiciliğini kaybetmeye maruz bırakılacak destinasyonlar, turizm endüstrisi için ciddi bir tehdit oluşturmaktadır. Destinasyonlarda nüfusun esaslı şekilde çoğalmasıyla yaşam kalitesi değişmiş, yapılaşma artışı, doğal çevre dengesi ve doğal miras öğelerinin orijinalliğini korumasını güçleştirir hale gelmiştir. Bu durum yalnızca doğal kaynakların zarar görmesine değil sosyal yaşam ve ekonomik gelir dengesinde adaletsizliğe de yol açmaktadır. Turizm, ekonomik getirisi, istihdam oluşturma özelliği ile küresel anlamda önemli bir konuma sahiptir. Ancak aşırı turizm olgusunun, seyahat taleplerindeki artıştan çok, destinasyon planlamasının doğru yapılamamasından ve büyüme/ arz talep dengesinin iyi yönetilememesi sonucunda ortaya çıktığı anlaşılmaktadır (EC, 2010).

Sorunlar uzun zaman evvel başlamış olsa da aşırı turizmin, literatürdeki yerini 2016 yılından itibaren aldığı ve akademisyenlerce sorunlara çözüm arayışı üretilmeye çalışıldığı anlaşılmaktadır. Amaç, turizm endüstrisinin kontrolden çıkmadan meydana gelen bu karışık ve zorlu süreçten çıkmasını sağlamaktır. Yoğun ziyaretçiler nedeniyle, bölge halkının gündelik yaşamlarına yansıyan olumsuz etkiler, ziyaretçilerin olumsuz tutum ve davranışlara maruz kalması medyada geniş yer bulmuştur. Yerel halkın, yaşadıkları bölgenin öz değerlerini yitirmesi endişesini ve korkusunu yaşamaya başladıkları görülmüştür. Turizmin yarattığı bu kapsamlı etkiler sonucunda, taşıma kapasitesi konusuna turizm paydaşlarının katılımı ve hükümetlerin teşvik politikalarını ortaya koymaya başlaması tam olarak 1990'lı yılların sonlarına rastlamaktadır. Aşırı turizm kavramı, bilimsel çalışmalarda sürekli sorun olarak değerlendirilmek yerine, destinasyonlara olan etkileri ve karşılığında ortaya konulması gereken çözüm önerileri dikkate alındığında anlam bulacaktır (Volo, 2020).

1.2. AŞIRI TURİZM OLGUSUNA NEDEN OLAN ETMENLER

Çok boyutlu ele alınmayı gerektiren aşırı turizm olgusu turizm yönetimi açısından ele alındığında, yoğun insan ve araç trafiği, gürültü, uygunsuz davranışlar, yerel kimlik bilincinin yitirilmesi, aidiyet duygusunun azalması, güvenlik sorunu, günübirlik ziyaretçiler, mevsimsel (yaz ayları, kış ayları) kalabalık gibi öngörülemeyen kalabalıklaşmalar, teknolojinin etkisiyle sosyal ortamlarda paylaşımlar ve destinasyonların popülerleşmesi gibi kontrol edilmesi zor bir konu hale gelmektedir (Koens vd., 2018).

Bir yandan bazı destinasyonlarda aşırı yoğunluk ve tüketim meydana gelirken bazı destinasyonlarda da iyi ve yeterli yönetilemeyen turizm sektörünün eksikliği görülmektedir. Yapılan bilimsel çalışmalar sonucunda da her iki nokta arasında bir denge mekanizmasının oluşturulamadığı anlaşılmaktadır (Cheer vd.,2019; Volo, 2020). Bundan dolayı, turizmde tüm paydaşların yönetime dayalı sorunları çözmek amacıyla birlikte hareket etmeleri gerekliliği görülmektedir. Seyahat rotalarının belirlenmesinde büyük rol oynayan yanıltıcı bazı sosyal medya paylaşımlarının ya da düşük bütçeli organizasyonların, bilim, eğitim ve akademik veri çalışmalarından uzak, hızlı, düşünülmeden planlanmış olabilecekleri nedeniyle, aşırı turizmin önünde bir engel oluşturabilecekleri anlaşılmıştır (Gretzel, 2019; Volo, 2020).

1.3. AŞIRI TURİZMİN BÖLGE ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Aşırı turizmin etkileri iki şekilde karşımıza çıkmaktadır. Tarihi dokuya, zemine ya da binaya verilen fiziksel zararlar olarak yapısal etkiler, taşıma kapasitesinin üzerinde oluşan yük ve getirdiği aşınmalar sonucunda meydana gelen kültürel etkiler olarak değerlendirilebilir (Çetinoğlu ve Meydan Uygur, 2020). Buna göre;

- İlk etapta fark edilmeyen ancak zamanla ortaya çıkan etkiler olduğu için tespitleri anlık yapılamamaktadır.
- Dünya nüfusunun hızla artışı ve seyahat rotalarına daha kolay erişebilirlik sayesinde turizm faaliyetlerindeki artış ile birlikte destinasyonlarda kültür mirası olan eserlerin daha fazla korunmaya gereksinimi olduğu görülmektedir. Çünkü, tarihi eserler paha biçilmezdir. Zamanla, geleneksel uygulamaları

sürdürülebilir çalışmalar doğrultusunda yenileyerek gerek bölge sakinlerinin gerekse turistlerin, para odaklı, bilinçsiz kazanç ve harcamalarını sınırlandırarak, aşırı turizm olgusundan uzaklaşmak gerektiği anlaşılmıştır.

Aşırı turizme maruz kalan bir bölgede en önemli turizm uygulaması öncelikle bir daha onarılamayacak öneme sahip, yaşamsal anlamda manevi, tarihi, kültürel, dini önem ve özellikler taşıyan miras öğelerinin oluşabilecek hasarlardan korunması, gelecek olan turist sayısı ve meydana gelecek olası hasarların hesaplanmasıdır (Goodwin, 2017; Hugo, 2020). Bunun üzerine yetkililer ve yöneticiler çekici turistik destinasyonlar için yeni planlamalar yapmaya, taşıma kapasitesi sınırlılıklarını belirleyerek, ziyaretçilerin daha az yoğunluğunun olduğu alanlara yaygınlaştırılmaları konusunu dikkate almaya başlamışlardır. İnanılmaz boyutlara varan kalabalıkların Avrupa'da yerel sakinlerde korku ve endişeye yol açtığı görülmüştür. Örneğin; 2017'de yapılan bir inceleme sonucunda Barselona, İspanya'ya, yerli halkın nüfusunun çok üzerinde bir sayıda ziyaretçi geldiği tespit edilmiştir. Yani, geceleyen 30 milyon ziyaretçi, yerel yaşayanlardan 28.4 milyon kişi daha fazla ziyaretçi anlamına gelmektedir. Yine, 2017 yılında Venedik, İtalya da 60.000 yaşayan nüfusa karşılık 5 milyon ziyaretçi ağırlanmıştır. Bu veriler, 1,7 trilyon ABD doları olarak ele alındığında önemli bir ekonomik kazanım gibi görülebilir. Ancak, kalabalıklığın meydana getirdiği tahribat ve kayıpların daha büyük ölçüde olduğu anlaşılmalıdır (UNWTO, 2019; Hugo, 2020).

Katalan antropolog Manuel Delgado'nun, turistlere yönelik 2017'de yapılan terör saldırısı sonucu, ele aldığı makalede sosyal çatışma ile çağdaş kent arasındaki ilişkiyi irdelemek amacı ile Barselona adına kullandığı "turizm fobisi" terimi, dikkat çekici bulunmuştur. Social Service of Commerce (SESC), 42 çalışma ünitesi ile 1946 yılında kurulan güçlü bir kültür-eğitim projesi olup, 70 yıllık süreçte Sosyal Turizm Programlarını sürekli geliştirerek sürdürülebilir turizme katkı sağlayan paydaşlarının etik davranışlarına vurgu yapmaktadır. Çalışmanın, çevre etkilerini azaltarak, sorumlu, kültürel mirasına sahip çıkan, toplumsal cinsel eşitliği sağlayan, sosyal hakları geliştirerek sürdürülebilir bir turizm yaratmayı, sosyal sorumluluk bilincini

hedeflediği görülmektedir. 2015 yılında Dünya Turizm Etik Kurallarını imzalayarak öncülüğü Brezilya'da gerçekleştirilmiştir (Aylan ve Aylan, 2020).

1997 yılında Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından İstanbul'da yapılan Genel Kurul'da turizmde evrensel boyutta uygulanması düşünülen etik kuralların çerçevesi belirlenmiştir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü idari komisyonu ve bölge komisyonlarının düşünceleri bir taslak haline getirilip, 1999 yılında Santiago'da yapılan Genel Kurul Toplantısı'nda, 2001'de Turizm Etiği Evrensel İlkeleri başlığı altında UNWTO'nun da dahil olduğu Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'nda kabul edilmiştir (Akan, 2007).

Etik kurallar şu şekilde belirlenmiştir:

- Turizm; halklar ve toplumlar arasındaki karşılıklı anlayış ve saygıya katkı sağlar.
- Turizm; bireysel ve kolektif tatminin bir aracıdır.
- Turizm; sürdürülebilir kalkınmanın etkili bir faktörüdür.
- Turizm; insanlığın kültürel mirasının kullanıcısıdır ve geliştirilmesine katkıda bulunur.
- Turizm; ev sahibi ülke ve topluluklar için faydalı bir faaliyettir.
- Turizmin geliştirilmesinde paydaşların yükümlülükleri bulunmaktadır.
- Turizm; herkes için bir haktır.
- Turist hareketlerinin özgürlüğü sağlaması gerekmektedir.
- Turizm sektöründe çalışanların ve girişimcilerin hakları korunmalıdır.
- Küresel Turizm Etiği kurallarının ve ilkelerinin uygulanması önemlidir.

Turizmle ilgili tüm faaliyetler çevre dostu, yerel ve küresel ekonomilere saygılı ve kültürel kimliğe sadık olmalıdır. Bu da turizmin ahlaki ve çevresel açıdan kabul edilebilir olmasının yanı sıra uzun vadede sürdürülebilir olması gerektiği anlamına gelmektedir (Akan, 2007). Hızlı büyüme ve aşırı turizm dönemlerinde, birçok destinasyon turizmi sürdürülebilir bir şekilde yönetmekte başarısız olmuştur (Kuscer ve Mihalic, 2019). Sonuç olarak, sürdürülebilir turizm açısından küresel bir çalışma

alanı olan turizm endüstrisinin düzenlemeler oluşturması ve sektördeki etik konuları ele alması zorunludur.

1.3.1. Aşırı Turizmin Yapısal Etkileri

➤ Vandalizm

Vandalizm, Fransızca kökenli bir kelimedir (TDK, 2024). Anlamı, vandal olma yanlısı, vandallık olan kelimenin Fransızca’da karşılığı ‘‘Vandalizme’’ şeklindedir. Vandal (TDK, 2024) iki anlam taşımaktadır:

1. Miladın başlangıç yıllarında var olan Roma İmparatorluğu ile yaptığı savaşlarda acımasızlığı ile tanınan Doğı Germen halkı,
2. Mecazi olarak da Eski kùltür ve sanat anıtlarını yıkan, bunların değerini bilmeyen kimse ya da topluluk şeklindedir.

Cohen’e göre (1973) vandalizmin temelinde, kimlik sorunu, yetersiz sosyalleşme, umutsuzluk, kırgınlık, başarısızlık gibi sebepler yatmaktadır. Bu tür patolojik durumların tespit edilebilmesi için ‘‘şiddet alt kùltürü’’ kavramının anlaşılması gerektiğıne dikkat çekmektedir. Pek çok nedeni içinde barındıran vandalizm bir bölgeye verilen yüksek tahribattır. Duvarları spreyleme, boyama, isim yazma, çizme, kazıma, estetik yapıyı çirkinleştirme ya da inşaat sırasında dikkatsizliklerin yol ağıtığı zararlar, kalabalıklığa yerel halkın turistlere yönelik tutumlarına karşılık, turistlerin de bilinçli olarak verdikleri zarar şeklinde tanımlanabilir (Martin vd., 2018; Hugo, 2020).

Vandalizm, psikolojik, ekonomik, sosyal, hukuki, boyutları ile pek çok mesleki araştırmanında odağında yer almaktadır. Turizm penceresinden bakıldığında, Gelibolu tarihi alanı örneğı verilebilir. Gelibolu’nun, tarih, doğa, kùltür ve arkeolojik ağıdan Dünya Tarihi ve Türkiye için oldukça önemli olduğı bilinmektedir. Savaş alanlarına yapılan ziyaretlerin kısa süreli olması ve tarihi hassasiyet ile yapılmasından dolayı bu alanlarda gerçekteştirilen vandalizm eylemlerinin genellikle bilinçli olarak yapıldığı anlaşılmaktadır. Taşıma kapasitesinin üzerinde ziyaretçi ağırlaması nedeniyle de vandalizm eylemleri sıklıkla gözlemlenmektedir (Sağlık vd., 2020).

Kültürel varlıklara, turistik çekiciliğe sahip zengin, kamuya ait mallara (parklar, dinlenme alanları ve bu alanlardaki sanatsal anıtlar, heykeller, müzeler ve ören yerleri, vb.) verilen zararlar, kırıp dökme, boyama vb. tahripçi eylemlerin bir ülkenin turizm geleceğini olumsuz etkilediği anlaşılmalı ve bu değerli varlıklar ciddiyle korunmalıdır (Avcı, 2016).



Resim 1. Nevşehir tarihi peribacalarındaki vandalizm örneği (NTV, 2021)



Resim 1. İtalya Kolezyum'daki vandalizm örnekleri (Ertuğrul, 2017)

Tabak vd. (2019) tarafından vandalizm konusunda, Nevşehir bölgesi için yapılan alan çalışmasında, turizmin uzun soluklu yolculuğunda, kalıcılığının, devamlılığının gelecek açısından önem teşkil ettiği gerekçesi ile doğal ve tarihi alanlara bilerek verilen tahribatı vurgulayabilmek için daha fazla nitel araştırma yapılması ve sürekli

sorgulamanın yararlı olabileceğine değinilmiştir. Araştırmacıların, birlikte gerçekleştirdikleri çalışmada yer alan verilere göre önerdikleri tedbirler şu şekildedir:

- Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından kültürel varlıkların korunmasına ilişkin kanunun gereklerinin yerine getirilmesi ve cezalar yoluyla caydırıcılığın sağlanması konusunda kararlı olunması,
- Bireylerin de en az bakanlık ve devlet kurumlarının gösterdiği hassasiyeti göstermeleri,
- Doğal alanlara yapılan yapıların yıkılıp gerekli cezai yaptırımın uygulanması ve bu tür alanlara inşaat izninin verilmemesi,
- Tarihi eserlerden parça koparılıp götürülmesinin önüne geçmek için, temsili küçük ve uygun fiyata hediyeelik eşyalar  retilmesi,
- Vandalizmi önlemek için bu bölgelerdeki ışıklandırmanın yeterli hale getirilmesi ve daha fazla güvenlik önlemi alınması,
- Vandalizmin zararlarını kapatmak amaçlı yapılan restorasyon çalışmalarında koyu renk boyama yerine eserin zarar görmeyeceği şekilde etkin koruma yöntemlerinin belirlenmesi,
- İmar barışı gibi yasaları ileri sürerek sit bölgelerine kaçak yapılar inşa edilmesinin önüne geçilmesi,
- Siyasi ve çıkar ilişkileri gözetilmeksizin, önemli turizm alanları için Alan Yönetimi Başkanlığı tarafından vandalizm hareketlerine karşı güçlü bir tavır sergilenmesi,
- Başka şehirlerde de benzer güvenlik tedbirlerinin alınarak gerekli hassasiyetin gösterilmesidir.

➤   p Sorunu

  p n geri dönüşüm uygulamalarının tarihinin 1000 yıl öncesine dayandığı ve ne yazık ki doğada   p  olan tek canlı türünün insan olduğu anlaşılmaktadır (Yalın, 2022). Atılan   pler, görüntü kirliliğinin yanı sıra toprağın kirlenmesine, bu nedenle üreyen böcek ve haşereleer yüzünden salgın hastalıklara neden olabilmektedir. Ayrıca yerel halkın maddi, manevi yatırımları, ödedikleri vergiler de ekonomik açıdan zarara uğramaktadır (Goodwin, 2017).

➤ **Hırsızlık**

Tarihi alanlar ve mekânlardaki en önemli sorunlardan bir tanesinin de güvenlik açığı ve uyulması zorunlu kuralların ihlali olduğu görülmüştür. Kıymetli eserlerin çalınması, kültürel miras alanındaki yapılara ait doku kabuklarının sökülüp yabancılara satılması sonucu orijinalliğin yitirilmesi gibi kayıpların önemli olduğu belirlenmiştir. Aşırı ziyaretçi durumunun, yankesicilik gibi güven ortamını daha da zedeleyebileceği belirtilmektedir (Biagi ve Detotto, 2014).

➤ **Bozulma ve Erozyon**

İklimsel koşulların, kayalıkların yapısının, eğiminin, denizin dalgalanması, kıyı alanlarına yoğun yerleşim gibi nedenlerin, erozyona ve toprak kaybına neden olduğu belirlenmiştir (Kaplan, 2013). Doğal afetler nedeni ile meydana gelen bozulmalar, ziyaretçi unsuru yer almasa da kendiliğinden geliştiği için önlem alması neredeyse imkânsız durumlardır. Ancak, elbette aşırı kalabalıklığın uyguladığı basınç ve ziyaretçilerin çokluğu nedeniyle nefes atmosferinin değişimi, yürüme, temas gibi durumların dahi zaten etki almış zemin ya da merdiven gibi alanların zedelenmesine ve fiziki bozulmalarına yol açabildiği görülmüştür. Bu durumun kıyıda yer alan kültürel miras öğelerinin durumunu daha da zayıflattığı ve onarımını zorlaştırdığı bilinmektedir (Hugo, 2020).

Kıyı bölgelerine inşa edilen turistik mekânlardaki yoğunluğun, aşırı kullanıma ve turistik tesislerin kapasitelerinin zorlanmasına neden olduğu bilinmektedir. Doğal çevrenin betona dönüşmesi, kaynakların kötü kullanımı ve yoğunluk sonucu meydana gelen çevre kirliliği ve türlerin yok oluşundan dolayı doğal dengenin bozulması, bölge sakinleri ile ziyaretçiler arasındaki sosyal ve kültürel uyumsuzluğun yarattığı olumsuz etkiler, turizme geri döndürülemez zararlar verebilmektedir (Ovalı, 2007).

1.3.2. Aşırı Turizmin Kültürel Etkileri

➤ **Kültürel Mal ve Hizmetlerin Ticarileştirilmesi ve Metalaştırılması**

“Kültür Endüstrisi” kavramı, 1923 yılında kurulan Frankfurt Okulu’nun ilk yıllarında, Theodora Adorno ve Holkheimer tarafından dile getirilmiştir. Toplumlari birbirinden ayıran gelenek, görenek, edebiyat, sanat vb., kendi ürettikleri öz değerlerin

Sanayi Devrimi öncesi, varlıklarını bozulmadan sürdürebiliyorken, sanayileşme ile birlikte sanayi kültürü kalıbına sokulmaya çalışıldığı görülmektedir (Ceylan, 2019). Bir bölgedeki özgün gelenek, görenekler, dans, eğlence, gibi özelliklerin ucuz yollarla basitleştirilerek ya da bilgilendirmelerle yozlaştırılarak, bölgeye ait sembolik özelliklerin ucuz ve basit tasarımlarla hediyelik eşya olarak satışını yapmanın önemli bir kültürel bozulma olduğunu göstermektedir (Kaosa-ard vd.,1994; Coronado, 2014).

Adorno, Kültür Endüstrisi eleştirisinde, sanayileşme ile birlikte bireyin metalaştırılarak, nesnel bir hale büründüğünü ve bu durumun egemen kültür endüstrisinin sistematik bir oyunu olduğunu belirtilmektedir. Kendi öz benliğinden sanayileşmeyle uzaklaşan ve bu durumun farkında olamayan bireylerin, insancıl düzeyden ilkelliğe doğru uzanan sözüm ona gelişmişlik serüveninde, değişime olan inancını yitirmeye başladığının belirtildiği görülmektedir. “Aydınlanmanın Diyalektiği” adlı Adorno ve Horkheimer’ın birlikte hazırladıkları ortak çalışmada, aydınlanmanın neyi yok etmeye çalıştığı anlatılmaktadır. Araştırmacılar, kültürü süreç değil, bir ürün olarak ele alarak, kültürün sahip olduğu noktalarda tüketilecek ürünlerin kontrol ve gözetim altında tutulmaları gerektiğini vurgulamaktadırlar (Kihtir, 2010).

➤ **Kültür Varlıklarını Sahiplenme**

Ekonomik kazanç elde etmek için bölge kültüründe var olan dini ve geleneksel kostümlerin, kutsal kabul gören ürünlerin kopyalanarak değiştirilmesi sakıncalı kabul edilmektedir. Zira kültürel nesnelerin özünde kime ait olduğunun saptanması oldukça zordur ve aslında yasa dışı bir kullanım biçimi olduğu varsayılmaktadır (Coronado, 2014).

2863 Sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu ile Korunması gereken taşınır ve taşınmaz kültür ve tabiat varlıkları ilgili tanımlar, yapılacak işlem ve faaliyetlerin düzenlenmesi, konu ile ilgili ilke ve uygulama kararlarını alacak teşkilatın kuruluş ve görevleri **Madde 1**, bu kanunun kapsamı, korunması gerekli taşınır ve taşınmaz kültür ve tabiat varlıkları ile ilgili hususları ve bunlarla ilgili gerçek ve tüzel kişilerin görev ve sorumluluklarını kapsamasını, **Madde 2** ile belirlemiştir. **Madde 26** ile müze, özel müze ve koleksiyonculuk ile ilgili olup, Bakanlıklar, kamu

kurum ve kuruluşları, gerçek ve tüzel kişiler ile vakıflar, Kültür ve Turizm Bakanlığından izin almak koşulu ile kendi hizmet konularının veya amaçlarının gerçekleştirilmesi için, her türlü kültür varlığından oluşan koleksiyonlar meydana getirip, müze kurabilecekleri, ancak, gerçek ve tüzel kişilerle vakıflar tarafından kurulacak müzelerin faaliyet konuları ve alanları, yapılacak başvuruda beyan olunan istekleri değerlendirilerek, Kültür ve Turizm Bakanlığına verilecek izin belgesiyle belirlenebileceği belirtilmiştir. **Madde 30'a** göre, Kamu kurumu ve kuruluşlarının (Belediyeler ve il özel idareleri dahil, vakıflar, gerçek ve tüzel kişiler) satmak istedikleri eşya ve terekeler arasında bulunan veya yapacakları m zayedelerdeki satışlara konu olan taşınır kültür ve tabiat varlıkları ile koleksiyonları, önce Devlet müzelerine haber vermeye ve göstermeye mecbur oldukları belirtilmiştir (2863 sayılı Kanunun 662 sayılı KHK ile değişik hali,1983).

➤ **Geleneklerin Kaybı**

Turizm endüstrisinin gelişmesiyle birlikte, yoğun talep gören destinasyonlarda geleneklerden ve özgün yaşam kalitesinden uzaklaşma görülmektedir. Aşırı turizm ile oluşan para odaklı hareketler nedeniyle zamanla bölge halkının kendi mesleklerini terk ederek turizm odaklı çalışmalarda bulunmaları, bazı özel mesleki alanların yok olmasına neden olmakta ve geçim kaynakları farklı yöne evirilmektedir (Su vd., 2016).

➤ **Toplumsal Normların Ayarlanması**

Aşırı ziyaretçi nedeniyle bölge halkı kendi öz yaşam değerlerinden uzaklaşabilir, yeme içme alışkanlıklarına varan davranış değişikliklerini benimseyebilir. Bu da zamanla bölgeye gelen ziyaretçilerin beklentilerini karşılayamayan orijinalliğini yitirmiş alanlar anlamı taşıyabilir. Dolayısıyla hem ziyaretçiler umduklarını bulamaz hem de bölge insanı özünü kaybetme tehlikesiyle karşı karşıya kalır. Ziyaretçiler tekrar gelme niyetleri yerine başka destinasyonları tercih edebilirler. Hem kültürel hem de ekonomik kayıpların olabileceğinden bahsedilmektedir. Bölgesel  zg n yaşamın korunması gerekliliği önemli görülmektedir (Mihalic, 2020). Ziyaretçi sayısına ya da ziyaret bölgelerine sınırlama getirilmesi önemli görülmektedir.

1.3.3. Aşırı Turizmin Doğal Çevre Üzerindeki Etkileri

Önceleri akademik çevrelerde daha az ele alınan aşırı turizm olgusu, medyanın etkisi ile hızla büyüyerek şehirleri etkisi altına almıştır. Kalabalıklaşmanın yarattığı endişeler yalnızca büyük şehirler için değil, aynı zamanda kırsal alanları da etkisi altına alan bir sorun haline gelmiştir. Kırsal bölgelerde sınırlı ziyaretçi ağırlayan bölge yerlileri için beklenenin üzerinde gerçekleşen ziyaretçi sayısı, huzursuzluk yaratmakta, ulaşımı olumsuz etkileyebilmektedir. Bunun aslında medyaya yansımından çok daha öncelere dayanan bir sorun olduğu anlaşılmaktadır. (Schievachman, 2016; Dodds ve Butler, 2019). Hem ülkenin tanıtılması hem de bu alanları turizm çekiciliği olan destinasyonlar haline dönüştürerek, artan ziyaretçi sayıları ile ekonomik bir kazanç elde etmek öncelik sayılabilir, ancak tüm bu beklentiler, bölge halkının beklentileri ile uyuşmayabilir (Huang vd., 2016; Jones ve Mclean, 2020).

Bu bölgelerdeki yerel nüfus ile ziyaretçi sayısındaki artış arasındaki orantısızlık önemli bir olumsuz etki yaratmaktadır. Ziyaretçilerin uygun olmayan, olumsuz davranışları, yerli halkın yaşam düzenini ve kalitesini oldukça kötü etkilemektedir. Örneğin; Kuzey Avrupa’da, az nüfuslu, geleneksel kültüre ve düşük gelişmişlik düzeyine sahip, doğal zenginlikleri çok olan dağlık bölgelerde, bu soruna sıkça rastlanmaktadır (Horne, 2016). Dolayısıyla kırsal miras alanlarında temel olarak bölge sakinleri ve artan ziyaretçiler arasında bir turizm yönetimi oluşturulması gerekmektedir. 14. yy. başlarında kurulan ve eşsiz bir tarihi köy özelliği taşıyan Osmanlı köyü, Cumalıkızık, 7 asır boyunca tarihi dokusunu ve geleneksel yaşamını koruması açısından bu konuda önemli bir örnek olarak verilebilir (Taş vd., 2009).

1.3.4. Aşırı Turizmin Sosyal Etkileri

Özellikle doğal güzelliklere sahip destinasyonlarda aşırı turizmin olumsuz etkileri olduğu anlaşılmıştır. Yerel halkın sosyo-kültürel anlamda yaşam kalitelerinin ve standartlarının etkileri üzerine yoğunlaşarak yapıcı çözümler üzerinde çalışılması gerekliliği anlaşılmaktadır. Hareketli, turizm odaklı korunan bölgeler koruma dengesini sürdürebilirse yerel halkın manevi yaşamlarının vazgeçilmezi olan

gelenekler, ritüeller, ayinler gerçekleştirmeleri ve bunu devam ettirmeleri sağlanabilir. Yerelin özünün bozulmaması için bilimsel ve yönetsel bir anlayış ile çalışılmalıdır. Aşırı turizmin, ekosistemler üzerinde, taşıma kapasitesi açısından zorlayıcı etkilerini en aza indirmenin, zaten doğal ortamı korumayı görev edinen yerli halk için önemli olacağı belirtilmektedir. Dolayısıyla turizm hareketlerinin yönetiminde bölge halkının istek, beklenti ve yaşam kalitelerini, gereksinimlerini zedelemeyecek şekilde ele alınıp düzenlenmesi gerekliliği anlaşılmaktadır. Aslında eko-turizmin ana hedefi, küçük ölçekli ziyaretçilerdir. Çünkü yerel halkın yaşamına çok etki yaratmadığı bilinmektedir (Damjanovic ve Selvaretnam, 2020).

Sosyal sorumluluk, toplumsal yaşam içinde bireylerin ya da işletmelerin, yasal ya da gelenekler ile belirlenen faaliyetlerin düzenlenmesinde ortaya çıkan olumlu ya da olumsuz durumlarının, akılcı bir süzgeçten geçirilerek, bireyin ve toplumun yararına olacak şekilde önlem alınarak belirlenmesidir (Çuhadar, 2021). Bunun dışında bazı turistik faaliyetlerin gündem yaratması sonucunda da aşırı turizm meydana gelmektedir. Turist davranışları ile yerel halkın davranışları çok uyumlu olamamaktadır. Belirli bir nüfusa sahip adalar için aşırı turizme çözüm adına yapılacak olan çalışmalarda tüm paydaşların birtakım zorluklar yaşayacağı da belirtilmektedir. Sağlıklı ekosistemlerin yaratıldığı bölgelere yoğun talep, aynı zamanda otantik turizme, yerel kültür ve yaşam tarzına olan büyük merakın, doğal turizm hareketliliğine yol açtığı söylenebilir. Doğal ortamlarda planlanan turizm hareketi, o ortamı oluşturan yerlilerin yaşam biçimleriyle bir özellik ve önem kazanmaktadır. Bu nedenle sağlıklı korunmuş doğal çevrenin, özgün değerleri ile daha anlamlı olacağı anlaşılmaktadır.

Bir başka örnek olarak Akdeniz bölgesinde yer alan adalar gösterilebilir. Belirli bir nüfusa sahip adalarda, aşırı turizm adına yapılacak olan çözüm odaklı çalışmalarda, tüm paydaşların birtakım zorluklar yaşayacağı belirtilmektedir. Bu nedenle sürdürülebilir bir çalışma için alternatif turizmin, eko turizm gibi kavramlarla yeniden şekillendirilmesinin yerinde olacağı görülmektedir (Mandić ve Petrić, 2021). Turizmdeki sosyal etkilerin destinasyondaki tüm bileşenlerin değerlendirilmesiyle mümkün olduğu görülmektedir. Sosyal etkilerin olumlu sonuçlarının uzun zaman

aralığında gerçekleştiği, uluslararası ölçekte değerlendirildiğinde, olumlu yaklaşımların, karşılıklı kültür alışverişindeki gelişmeyi gözle görülür oranda arttırdığı belirtilmektedir (Avcıkurt, 2007).

Sosyo-kültürel pek çok farklı yapının bir araya gelmesinde büyük rolü olan turizmin, bir anlamda, milletlerarası kutuplaşmanın da önleyici bir ayağı olduğu anlaşılmaktadır. Sosyo- kültürel yakınlaşma ve kaynaşmalar sonucu, bölge sakinlerinin dünyaya bakış açısını da değiştiği görülmektedir. Başka kültürleri ve dilleri öğrenerek hem kendi sosyal gelişimine katkı sağlayacağı, hem de yabancı dil öğrenme arzusunun karşılıklı iletişimde güçlü bir etki yapacağı vurgulanmaktadır (Kozak vd., 2006). Bu bağlamda, turizm faaliyetlerinin yoğun olarak görüldüğü bir bölge olarak, Beypazarı rneği verilebilir. etin (2009)'un araştırmasında, Beypazarı halkının sosyal, çevresel, ekonomik ve kültürel olarak turizme bakış açısı ve turizm algısı ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırma neticesinde bölge sakinlerinin, zengin turistler nedeniyle herhangi bir olumsuzluk yaşamadıkları, ancak bölgede gelişen turizm nedeniyle yaşamsal tüketim (hizmet, ulaşım, kira, vb.) araçlarında fiyat artışları görüldüğü anlaşılmıştır. Yaratılan yeni istihdam alanları, bölgeden dışarıya g azaltmış, büyük şehirlerle karayolu bağlantılarının ve demiryolu ulaşımının olmaması nedeniyle ağırlıklı olarak yerli turistlerin bölgeyi ziyaret ettiği görülmüştür.

Aşırı turizmin, tüm dünyada, önemli turizm destinasyonlarının sürdürülebilirliğinin sağlanması noktasında, ciddi bir tehdit oluşturduğu, sosyal anlamda bölge sakinlerinin gündelik yaşamlarında olumsuz etkiler yarattığı görülmektedir. Bu durum aynı zamanda ziyaretçiler açısından da aynı etkiyi yaşatmaktadır. Alt yapı yetersizliği nedeniyle meydana gelen araç trafiğinin, uzun müze kuyruklarında beklemenin, deniz-kum-güneş turizmi yapmak isteyen turistlerin kalabalık plajlarda yaşadığı sorunların, vb., ülkelerine döndüklerinde destinasyona gelecek olan turist üzerinde olumsuz bir algı oluşturacağı belirtilmektedir (Aylan ve Aylan, 2020; am ve elik, 2022).

Sosyal, psikolojik ve kültürel boyutta süregelen turizm gelişiminde, aşırı turizmin, bölge halkının tutum ve davranışlarında ne tür etki yarattığı, 4 evreden oluşan

Doxey Tolerans Modeli (1975) ile açıklanabilmektedir. Doxey Model’indeki 4 evreden son ikisinde, aşırı turizm nedeni ile yaşanan olumsuz tepkiler sonucunda artıdan eksiye doğru bir turizm gelişiminden söz edilmektedir (Çam ve Çelik, 2022). Aşağıda yer alan tabloda Doxey Tolerans Modeli incelenmiştir.

Tablo 1. Doxey tolerans modeli

Evreler	Mutluluk	İlgisizlik	Öfke/Kızgınlık	Düşmanlık/Nefret
Özellikler	Yerel halk turizmin büyümesinden memnundur. Yurtdışından gelen ziyaretçiler samimi bir şekilde davet edilir ve ana odak noktası karşılıklı memnuniyettir.	Turizm endüstrisi büyüdükçe ve ziyaretçi sayısı arttıkça yerel halk, turistleri meta olarak görmeye başlar. İlişkiler resmileşmeye başlar ve turistler bir gelir kaynağı olarak algılanır.	Turizm endüstrisi doymaya yaklaştığında ya da kaynaklar sabitken artan ziyaretçi sayısını karşılayamayacak noktaya geldiğinde, yerel halk turistlere öfkelenmeye ve kızmaya başlar.	Turistlere yönelik öfke tüm zamanların en yüksek seviyesindedir. Yerel halk, ziyaretçilerin tüm kötülüklerin sebebi olduğuna inanır. Artan ücretler, gençlerin kötü alışkanlıklara kapılması, bölgede yaşanan tüm olumsuzluklar turistlere atfedilir.

Kaynak: Mathieson ve Geoffrey, 1993’ten uyarlanmıştır.

Doxey'nin (1975) turist duraklarına ilişkin araştırması, yukarıdaki tabloda görülebileceği gibi bir tolerans modeli sunmaktadır. Turizm durağının gelişimi sırasında halkın tepkisi bu modelle açıklanmaktadır. Plana göre başlangıçta mutluluk, ortada ilgisizlik, ziyaretçi sayısı arttıkça öfke veya hiddet, sonunda ise yöre halkı arasında turistlere karşı nefret veya düşmanlık olmaktadır.

1.4. AŞIRI TURİZM SORUNSALINA YAPICI YAKLAŞIMLAR NELERDİR?

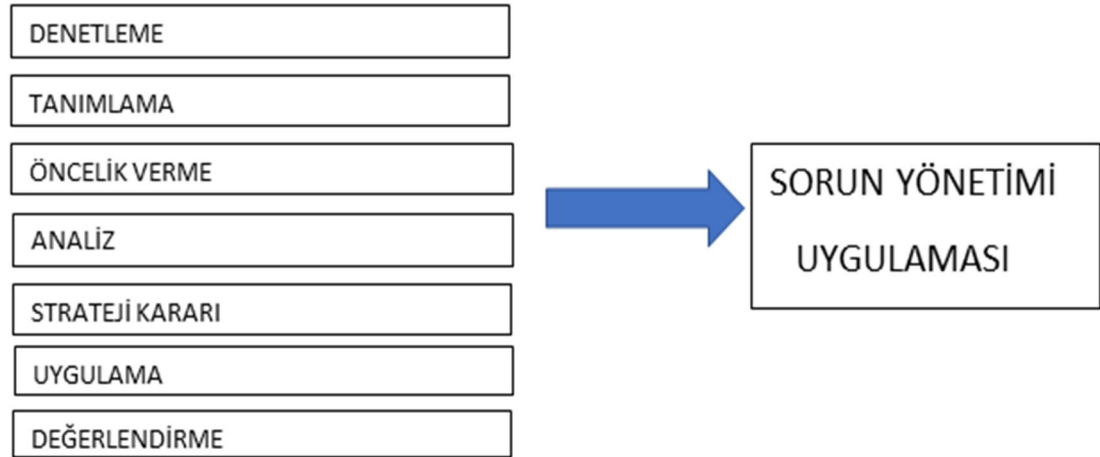
Aşırı turizmin yarattığı olumsuz etkiler, konunun hassasiyetle ele alınmasını gerektirmiş, akademik çevreler ve tüm paydaşlarla yapılan çalışmalar sonucunda, doğal, tarihi ve kültürel alanlar ile sosyal yaşamı korumaya yönelik yapılması

öngörülen çalışmalar şu şekilde ele alınmıştır (Milano vd., 2018; Dodds ve Butler, 2019; Volo, 2020):

- Keşfedilmemiş cazibe alanlarına ilgiyi arttırmak,
- Sınırlı ziyaretçi sayısı ile kişi başı konaklama vergilerini arttırmak,
- Gemi şirketlerinden kruvaziyer turları için vergileri arttırarak, farklı noktalardaki limanları yeni rotalara dahil etmek,
- Yabancı ziyaretçiler için müze ücretlerinde artış yapmak,
- Airbnb kullanıcıları için gelir vergisi uygulamak,
- Yoğunluğu en aza indirmek için belli müzelere 24 saat uygulaması getirmek, gece ziyaretlerini düşük ücretlerle yapmak,
- Mevsimsel kullanılan destinasyonlara, sezon dışı uygun fiyatlı programlar düzenleyerek yoğunluğu azaltmak,
- Akademik çevreler ve tüm paydaşlarla aşırı turizm üzerine deneysel çalışmalar yapmak (Aylan ve Aylan, 2020),
- Şehir alt yapılarını ve turistik tesisleri güçlendirmek,
- İşletme sahipleri ve yerel halk arasında iş birliği geliştirmek,
- Ender ziyaret yapılan şehir bölgelerini yatırım teşvikleri ile cazip hale getirmek ve kapasiteyi arttırmak,
- Seyahat Kartı uygulaması ile sınırsız ziyareti denetlemek,
- Destinasyonlardaki hareketliliği zaman açısından yönetebilmek için yeni teknolojik uygulamalar geliştirmek,
- Hareketli turistik deneyimler yaratılarak sayıca az turist gruplarında ilgi uyandırmak,
- Yeni destinasyonların ve seyahat rehberlerinin ilgisini çekerek teşvik edilmeleri,
- Önemli turizm rotaları için sanal gerçeklik uygulamalarıyla tatmin noktası yaratılması,
- Popüler yerlerdeki kalabalık grupların ziyaretlerinin doğru planlanması,
- Şehir trafik akışının ele alınması,
- Araç park alanlarının düzenlenmesi,
- Yayalar için rahat dolaşım alanlarının açılması,

- Operatör izleme ağı kurulması,
- Tekrardan ziyaret tutumunu ele alarak bu konuda bir strateji geliştirmek,
- Ziyaretçileri segmentlere ayırmak,
- Ekonomik gücü düşük seyreden mahallelerde hizmet kalitesinin arttırılarak geliştirilmesi,
- Yerel halkın istihdam yaratılarak turizm sektöründen kazanç sağlaması,
- Arz talep doğrultusunda bir araştırma yapılarak entegrasyon için en doğru çözümün sağlanması, gereksinimler doğrultusunda teknolojinin de kullanılarak iyi bir pazarlama ağı oluşturmak ve dengede kalmak,
- Turistik akışın bölge yaşayanlarının beklenti ve gereksinimlerini karşılayacak şekilde düzenlenmesi, tüm paydaşların faaliyetlerini arttırmaları, kapsamlı bir analiz ile dengenin sağlanmasıdır.

Kültürel Miras alanlarının yapısal korunmasını sağlamak için şu uygulamaların yapılması öngörülmektedir:



Şekil 11. Kültürel miras alanlarında sorun yönetimi uygulaması

Aşırı turizmin nedenleri, etkileri ve hafifletme/önleme stratejileri hakkında sorun yönetimi uygulamasını hayata geçirmek önemlidir. Destinasyonların aşırı turizmi ele almak için kullandığı çok çeşitli müdahale taktikleri olsa da aşırı turizm, her alanın farklı olması ve aşırı turizmi yaratan değişkenlerin çeşitli olması anlamında bölgeye özgüdür. Turistlerle iletişim kurmaya ve belirli davranışları önlemeye (veya

teşvik etmeye) yönelik yönergeler ve farkındalık kampanyaları oluşturmanın ziyaretçi akışlarını ve davranışlarını kontrol etmede etkili olduğu gösterilmiştir. Aşırı turizmi önlemeye yönelik stratejiler arasında; ziyaretçilerin mekân ve zamana yayılması, ziyaretçi segmentasyonu, belirli bir ziyaretçi türünü çekmek için hedef pazarlama ve bazı durumlarda agresif pazarlamadan çıkarma (pazarlama dışı) yer almaktadır. Uygunsuz davranışlara ilişkin yasal cezalar ve belirli turistik mekânlara, hatta tüm mekânlara gelen ziyaretçi sayısına getirilen kısıtlamalar da bazı durumlarda gerekli görülebilir (Avond vd, 2019; Atzori, 2020). Bu kapsamda, yedi basamaktan oluşan sorun yönetimi uygulamasının yaşama geçirilmesi için;

- Vandalizm ile ilgili denetimleri yapmak, kamera sistemi ile güvenliği sağlamak,
- Destinasyon alanlarına yeterli sayıda çöp ve geri dönüşüm konteynırları yerleştirmek,
- Kameralı güvenlik ağı oluşturarak, turist rehberleri ve çalışanların dikkatli yapacakları gözlemler sonucunda, çok ciddi yasal (para ve hapis vs.) cezalar uygulamak,
- Fiyatları yüksek tutarak yolcu sayısını sınırlayarak bozulma ve erozyonun önüne geçmek,
- Ziyaretçiler arasında çekiliş yaparak giriş yapmak ve ziyaretçileri farklı noktalara yönlendirmek,
- Bakım, onarım, yeniden yapılandırma alanlarının kapatılıp, alternatif ahşap güzergahlar oluşturmak ve bu güzergahlara ilgiyi çekmek için önemli sanatçıların eserlerini yerleştirmek (Biagi ve Detotto, 2014; Goodwin, 2017; Martin vd., 2018; Thinh vd., 2019).
- Tüm bunların dışında dini açıdan önemli parçaları satın almama konusunda turistleri eğitmek,
- Yerel halkı geleneksel ve tarihi alanların korunması, sahip çıkılması anlamında ve sosyal normlar konusunda eğitmek çünkü ziyaretçiler bunlarla ilgilenmez, eğlenmek için oradadırlar,
- Yerel halk ve turizm çalışanları arasında kurulacak bir iletişim ağı ile alınacak tedbirler için zamanı daraltmak,

- Halkın siyasilere karşı tutum ve davranışlarının belirlenmesi ve anlatılması ile olumsuz etkileri azaltmak (Iverson, 2010).
- Aşırı turizmin bölge taşıma kapasitelerini zorlaması sürdürülebilirliğin sağlanması ve meydana gelebilecek bozulmaların önüne geçebilmek için pazarlamama yönteminin etkin olabileceği görülmüştür. Özellikle doğal ve kültürel destinasyonlara olan yoğun talep sonucunda oluşan fiziki bozulmaların eski şekline dönüşmesinin zaman alıcı olduğu anlaşılmıştır.

Pazarlamama stratejileri; bölgeye giriş ücretlerinin arttırılması ile fiyatlama yöntemi kullanma, kısıtlı sayıda ziyaretçi kabulü ile turnike yöntemini uygulama, kısıtlı ziyaret saatleri ile zaman sınırlılığı yöntemlerinin kullanılmasını belirleme yöntemlerini kapsamaktadır (Çetinoğlu ve Meydan Uygur, 2020). Bu bağlamda, destinasyonlarda sürdürülebilir planlama ve yönetim sisteminin oluşturulması ve uygulanması önem taşımaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

2. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM TUTUMLARI

2.1. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ

Sürdürülebilirlik kavramı, ilk kez 1713 yılında, Nachaltgkeit (Almanca olarak ifadesi) şeklinde ifade edilmiş ve aslında ormanların yok edilmemesi, ağaçların kesilmemesi gerekliliğinden yola çıkarak, çok önceleri ormancılık alanında kullanılmıştır (Ersöz ve Ersöz, 2022). İksel çağlarda, atalarımızın, doğal kaynakların yok olacağına ilişkin endişeleri, (av neslinin ve toprağın korunması gerekçeleri ile) sistemin geleceğe yönelik endişe duyulmasını anlatan bir özelliği olduğu açıkça görülmektedir. Canlı türlerinin yok oluşu, doğal çevre ve tarım üzerinde ciddi endişeleri beraberinde getirmiştir. Tıpkı Nijeryalı bir çiftçinin penceresinden toplumu “çok sayıda ölü, az sayıda canlı ve sayısız diğer doğmamış” şeklindedir (Savaş, 2022).

Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu, sürdürülebilirlik fikrini ilk kez 1987 Brundtland Raporu'nda ortaya koymuş ve bu raporda "Ortak Geleceğimiz" başlıklı bir araştırma yer almıştır. Bu çalışma, çevre bilincinin başlangıcı olarak düşünülebilir (Tekeli, 2001). Sürdürülebilirlik kavramı, kamu politikalarının başarı sağlaması gereken alanlarının gerekliliğinin bir ifadesi olarak ortaya çıkmıştır. Tam olarak bu nedenden dolayı, sürdürülebilirliğin sağlanması konusu, ekonomistler açısından, tarımsal kaynakların kısıtlılığı ve gittikçe artan nüfusu besleyemeyecek ölçüde olmasından dolayı kaygı gerekçesi olarak görülmektedir. Gelecek nesillere bırakılacak pek çok doğal kaynağın devamlılığının sağlanması, zorunlu hale gelmiştir. Söz konusu durum, Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun Brundtland Raporunda sürdürülebilir kalkınma olarak yerini almıştır. Sürdürülebilirlik kavramının turizmle bütünleştirilmesine yönelik argümanlardan biri Brundtland Raporu'nda ortaya atılmıştır (Collados ve Duane, 1999). Sürdürülebilirlik ve turizmin gelişimi ile ilgili daha önce görüşmeler yapılmış olmasına rağmen, bu araştırma turizm, sürdürülebilirlik ve turizm yönetimine ilişkin politikaların önemini vurgulamaktadır

(Çatalbaş, 2022). Raporda sürdürülebilirlik kavramı üç temel esas üzerinden şekillendirilmiştir. Bunlar; sosyal, ekonomik ve çevresel esaslardır. Brundtland Raporu konuyla ilgili olarak iki olası kaygı olan kalkınma ve çevreden söz etmektedir.

Yüksek yaşam kalitesine ulaşmak için, gelişimin çok boyutlu bir hareket olduğu görülmektedir. Ekonomik ve sosyal gelişim, çevre koruma faktörü ile birlikte sürdürülebilir kalkınmanın temelinde birbirine bağlı bileşenler olarak var olmaktadır (Kuhlman ve Farrington, 2010). Konuyu daha net ortaya çıkarabilmek amacıyla sürdürülebilirliğin altyapı kullanımı için milyar dolarlık yatırımlarla (NEON) Ulusal Ekolojik Gözlemevi Ağı gibi yeni nesil gözlem istasyonları kurulmuştur.

Sürdürülebilir kalkınma denildiğinde, bugünkü toplumun beklentilerini karşılayan, aynı zamanda, gelecek kuşaklara da mevcut koşulların aktarımını eksiksiz yerine getiren bir çaba anlaşılmaktadır. Kavramsal olarak sürdürülebilirlik, kaynak kullanım alanlarını çevresel, ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan koruma amacı gütmektedir. Sürdürülebilir kalkınmada, kültürel mirasın çok önemli olduğu anlaşılmaktadır. Yüzyılımızın küreselleşme çabalarının, ekonomik ağırlıklı olması, kültürel miras gelişimine engel teşkil eden bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Bundan dolayı her toplumun kimliğini öne çıkaran özelliklerinin korunarak, coğrafi mekân olgusunu da kapsayan, o toplum ve bölgede yaşayanlar için aidiyet duygusu oluşturan, çevresel ve tarihi değeri olan her şeyin, kalıcı bir ürüne dönüştürülmesinin, refah düzeyi üzerinde önemli bir yeri olduğu düşünülmektedir (Gražulevičiūtė, 2006).

1972 yılında İsveç'in Stockholm kentinde düzenlenen Birleşmiş Milletler İnsan Çevre Konferansı'nda ilk kez "çevre" için bir araya gelindiği, Dünya Koruma Birliği tarafından da kabul gören, insan dahil yeryüzündeki tüm canlı türlerinin devamlılığı ve doğal kaynakların kullanımına ilişkin detayların, Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi bildirgesiyle, garanti altına alındığı görülmektedir (Adams, 2006; Roders ve Van Qers, 2011). Brundtland Raporu'nda ekonomik büyümenin çevreye zarar vermeden de gerçekleştirilebileceği vurgulanmıştır (Brundtland, 1987; Roders ve Van Qers, 2011). Mirasın en önemli kaynağı olan kültürel miras, toplumlar tarafından çeşitli bağlamlar ve idealler aracılığıyla şekillendirilen en değerli birikimdir (Oliver, 2006). Kültürel

miras, bir toplumun geçmişini hatırlatarak birlik ve beraberlik duygusunu güçlendiren önemli bir kaynaktır. Bu tanıma göre kültürel miras, yaşam kalitesini artırmak amacıyla yeniliklerin ve kültürler arası temasın bir sonucu olarak insanlık tarihi boyunca gelişen değerler bütünüdür. Bu değerlerin korunması ve sağlıklı yönetilmesi gerekmektedir. Kültürel mirasın yönetimi, kültürel değerlerin korunması ve tanıtılmasının yanı sıra ilgili kanunların ve geçmişten gelen eserlerin belgelenmesini de gerektirir (Ünver, 2006). Başka bir ifadeyle turizm yönetimi, ziyaretçilerin kültürel mirası koruma sürecine katılımından ve deneyimlerinden ortaya çıkmaktadır (Orbaşlı, 2000).

Planlama ve karar almada stratejik planlama yaklaşımı ve kültürel varlıkların korunması ve sürdürülebilirliğine yönelik çalışmalarda kentsel paydaşlar arasında işbirliği yapılması, kültürel miras yönetimi modelinin planlanmasının hedefleridir (Çatalbaş, 2022). Miras ve miras yönetimi kavramlarının küresel bazda yaygınlaşarak, turizmde meydana gelen gelişmelerle birlikte, göç ve gelişen kentleşme sürecinde, birtakım değişiklikleri de beraberinde taşıdığı, geleneksel anlamını terk ederek kendini güncellediği görülmektedir. Değişik bakış açılarıyla harmanlanan yeni tanımlamalar, Fransa’da orta sınıf toplumundaki eski tip yaklaşımdan uzaklaşarak, miras kavramına, yenilenme ile birlikte, geçmişten gelen kültürel değerlerin fiziksel anlamda korunması ve aktarılması şeklinde anlamlar yüklemiştir.

Başka bir tanımlamada, miras, süregelen toplumun kendini ifadesi olarak belirtilmiştir. Burada dikkat edilmesi gereken noktanın koruma gerçekleşmediği takdirde, miras olan varlığın öz değerini ve önemini tümüyle kaybedebileceğidir. Her iki görüş, Dünya Miras Sözleşmesi (UNESCO, 1972) ve Somut Olmayan Kültürel Miras Sözleşmesi (UNESCO, 2003) kapsamında UNESCO sözleşmelerinde ortaya konulmuştur. Sözleşmede, kültürel miras kavramı geleneksel tanımlamalarına ilaveten, toplumun beklentilerine karşılık verecek şekilde de tanımlanmıştır. Yeni bir sentezleme yapılarak, içine (kültürel kavramının yerleştirilmesi ile) geleneksel peyzaj kavramı ilave edilerek kültürel peyzaja dönüştürülmüş şekilde Dünya Miras Sözleşmesi’nde yerini aldığı görülmektedir (Bandarin ve Van Oers, 2014). UNESCO’nun kriterlerindeki kültürel miras kavramının bugün, belirli bir kimlikle

karşımıza çıktığı, toplumlardaki sosyal ve ekonomik dokuda yer alan değerlerin değerlendirilmesi kapsamında, iş insanlarının da ilgi alanına girmeye başladığı anlaşılmaktadır.

Toplumun sosyal ve ekonomik değişimi ile birlikte bir sorunu, süreci ve olguyu değerlendirmenin ve ölçeklerin değişmesi, sistemin odağını dönüştüren bir yaklaşımın ortaya çıkması, tarihsel açıdan bakıldığında, kültürel mirasın tanımlamasında peyzaj vurgusunun öne çıkmasını sağlamıştır. Daha sonraları anlam alanı genişletilmiş, uygarlıkların izleri, yer aldıkları coğrafi bölgeler, anıtlar, tanımlamada belirtilmeye başlanmıştır. Peyzajın ortaya bir ürün koyması nedeniyle, rekabetin öne çıkmasına aracılık ettiği, kültürel miras unsurlarının bir kullanım değeri olduğunun bilincine varılmasını sağladığı görülmüştür (Eryazıcıoğlu, 2018). Özetlenecek olursa, toplumlararası farklılıklar oluşturan, o toplumun her birinin yaşayış, düşünüş biçimini ortaya koyan, maddi ve manevi olarak biriktirilen, üretilen, soyut ve somut olarak ele alınarak işlenen ve tasarımında gelecek kuşaklara emanet edilmesi hedefi olan, toplumun ortak değerlerini ortaya koyarak duygu birlikteliğini güçlendiren, toplumsal yaşamın zenginleşip gelişmesine dayanak teşkil eden değerlere, kültürel miras denilmektedir (Kuşçuoğlu ve Taş, 2017).

Gün geçtikçe daha fazla önem kazanmaya başlayan turizm sektörü, insan faktöründen kaynaklı bozulmaları da beraberinde getirmektedir. Kaynakların kötü kullanımı çevre üzerinde meydana gelen tahribatlar, kitle turizminin sürdürülebilirliğini olanaksız kılmaktadır. Kültürel ve doğal kaynakların koruma-kullanma anlamında yetersizliği, turizm sektöründe ciddi kayıplar yaşanmasına neden olmaktadır. Yaşadığımız gezegenin kaynaklarının sonsuz olmadığı bilinmelidir. Gerek eko-sistemde gerekse tarihi yapıtlarda meydana gelen fiziki bozulmaların, sürdürülebilir bir kültür turizmi anlayışını etkisiz kılacağı anlaşılmalıdır. Nüfus artışı ile birlikte tüketimin de artması bilinçsiz ve kontrolsüz kullanım türlerin yok oluşlarını hızlandırmış, kültürel miras alanlarına erişim zorlukları gibi nedenlerle seyahat rota tercihleri de bu yönde değişim göstermiştir (Budeanu, 2005; Karapınar ve Barakazi, 2017).

Kültürel miras öğeleri akıllıca değerlendirildiğinde, ülke kalkınmasına turizm açısından kattığı maddi değerin, yadsınamaz niteliktedir. Sürdürülebilir kültürel turizm anlayışının, ancak akılcı politikalar ve sosyal paydaşların katılımıyla, yeniden şekillenebileceği açıktır. Son yıllarda turist profilindeki değişim dikkat çekicidir. Bakir ve doğal çekiciliği olan bölgelere yoğunlaşan ilgi, değişik dil ve kültür iletişiminin desteklendiği destinasyonların tercih edilmesi, sürdürülebilir kültür turizmini gelişimi için, yeniden yapılandırmanın kaçınılmaz olduğunu göstermektedir. Sürdürülebilir turizm anlayışını farklı boyuta taşıyabilmenin temel dayanağı, kültürel miras varlıklarının korunması, iyileştirilmesi ve bölgesel üretimin teşvik edilmesi ile mümkün olacaktır (Karapınar ve Barakazi, 2017).

Tarihi ve kültürel miras alanlarının korunmasına yönelik tedbirlerin ikinci dünya savaşı sonrası alınmaya başladığı bilinmektedir. Bu konu 1931 yılında, Atina’da ilk uluslararası toplantıda, kapsamlı olarak ele alınmış, 1933’te Atina Antlaşması ile kültürel, tarihi alan ve yapıtların korunması güvence altına alınmıştır. Birleşmiş Milletlere bağlı UNESCO tarafından yapılan, sürdürülebilir kalkınma modelinin uygulanması konusunda da çalışmalar yapılmıştır. Bunun Brundtland Raporu’nda, bizden sonraki nesillere yetecek ölçüde tüketim gerçekleştirmemizle mümkün olacağı belirtilmiştir. Doğal varlıkların korunması ve geleceğe aktarılma sürecinin oldukça uzun ve zorlu olduğu görülmektedir. Ekolojik, sosyo-kültürel ve ekonomik temelli üçayaklı sistemde yapılacak çalışmalar öncesi, sağlam bir alt yapı ve bilinç oluşturulmasının kaçınılmaz olduğu anlaşılmaktadır. Turizm sektörü bazında, temel olarak ele alınması gereken en büyük problem, kültürel ve ekolojik varlıkların ne şekilde korunacağı üzerinedir. Bu noktada önemli olan turistik ürünün doğru tanımlaması ile bölge ve ülke ekonomisinin kalkınmasına katkı sağlamasının yolunun açılmasıdır (Tanburacı ve Mancı, 2020).

Pek çok araştırmacı sürdürülebilirliğin tanımlanması konusunda farklı yaklaşımlar ortaya koymuş ve kavramsal tanımlamasından çok, asıl sorunun hangi alanda sürdürülebilirliği tanımlamak gerektiği ile ilgili olduğunu ileri sürmüşlerdir (Costanza ve Pattern, 1995). Sürdürülebilirliğin yürütülmesi konusu, yüzyılın başlarında daha geniş bir yelpazede tartışılmıştır. Küresel çapta biyoçeşitliliğin

azalması ve kirlenmenin yanı sıra adaletsiz ekonomik dağılıma dikkat çekilmiştir (Adams, 2006). 1972 yılında, Stockholm’de Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi Konferansı ile gelişimin çevre ile bağlantısı vurgulanmış, bu iki unsurun birbirine destek olarak görülmesi sonucunda uluslararası boyutta yeniden yaşanılabilir bir çevre ve dünya için, doğal çevreyi koruma bakış açısıyla çalışılması uygun görülmüştür (Çankır vd., 2012).

Sürdürülebilirliğin, tüm kültürlerde kökleri olan bir kavram olduğu anlaşılmaktadır. Sürdürülebilirlik düşüncesi ilk kez, 18. yüzyılda Alman Orman Endüstrisi tarafından ortaya atılmıştır. Hans Carl Von Carlowitz tarafından, 1713 yılında kaleme alınan Sylviculture Economica adlı çalışmada, ilk yazılı Orman Kılavuzu olarak ele alınmıştır. Aslında, kavramın köklerinin, 1650 yıllarına uzandığı belirtilmektedir. Sürdürülebilirlik tek başına anlam taşımayan bir kavramdır. Onun tanımı, neye dayanıp ilişkilendirildiği ve zaman-mekân düzeyinde nasıl bir ilerleme ile sonuçlandırıldığına bakılarak yapılabilir. Sonuçta, devam ettirilmesi istenen bir sistem için olduğu ortadadır. Zira, sürdürülebilirlik olgusunun, ilk çıkış noktası olan ormancılık anlayışının ötesine taşındığı görülmektedir (Jenkins ve Schröder, 2013).

Sürdürülebilirliğin bir anlamda doğal sermayenin korunup, yaşatılması olduğu söylenmektedir. Doğal kaynak stokunun istikrarlı kalması ve insanoğlunun aşırı kullanımdan ziyade doğanın verdikleriyle yetinmesidir (Spindler, 2013). Endüstriyel atık fazlalıklarının insan sağlığını tehdit eder boyuta ulaşması, fosil yakıtların tüketimindeki ve binek araçların kullanımındaki artış, hava kirliliğini, iklim değişikliğini ve sağlık sorunlarını da beraberinde getirmiştir. Sürdürülebilirliğin daha iyi anlaşılabilmesi için;

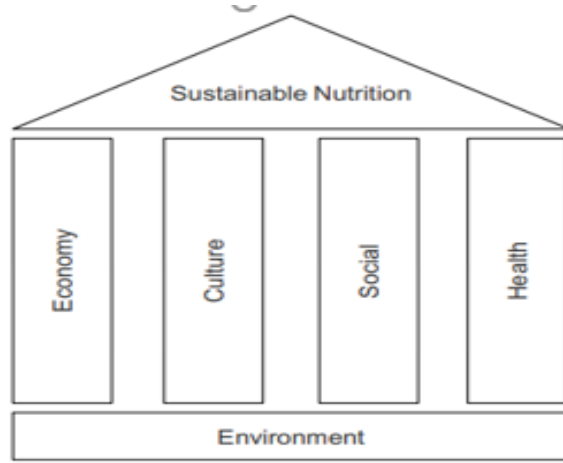
- Ekonomik büyüme ve sürdürülebilir kalkınmanın karşılaştırılması,
- Bir bölge ya da ülkenin doğal kaynaklarının o yerin öz sermayesi olarak değerlendirilmesi,
- Ekolojik, sosyal ve ekonomik taşıma kapasitelerinin ele alınması,
- Yaşamı ne ölçüde desteklediğini ölçerek, analiz edilmesi gerekliliğini anlamak gerekmektedir (Munier, 2005).

Çevresel zararı göz ardı eden bir büyüme hırsı, daha adil bir yaşamı hak eden gezegeni ve canlıları tehdit eden boyuta vardığında, sürdürülebilirliğin gereklilikten çok, kritik bir eşik olduğu görülebilir (Khan vd., 2016). David Weaver (2007)'ya göre sürdürülebilir turizm paradigması, içerde ve dışardaki- ülkesel ve uluslararası ölçekte gelişmeler sonucunda ortaya çıkan ve halen gelişim sürecinde olan bir durumdur. Kozak vd. (2013), sürdürülebilir turizmin tarihsel süreçte turizm paradigmasındaki değişikliklere bakıldığında modern turizm paradigmasının temel yapı taşı olan fordist üretim anlayışı, standartlaşma olgusu ile birlikte gelen kitle turizminin yarattığı olumsuz etkiler ile birlikte post modern turizm paradigmasında ön plana çıktığını belirtmekte, sürdürülebilir turizmi gerçekleştirmenin yolunun alternatif turizm türlerine ilgi göstererek turizmin 12 aya yayılması ile mümkün olacağı vurgulanmaktadır.

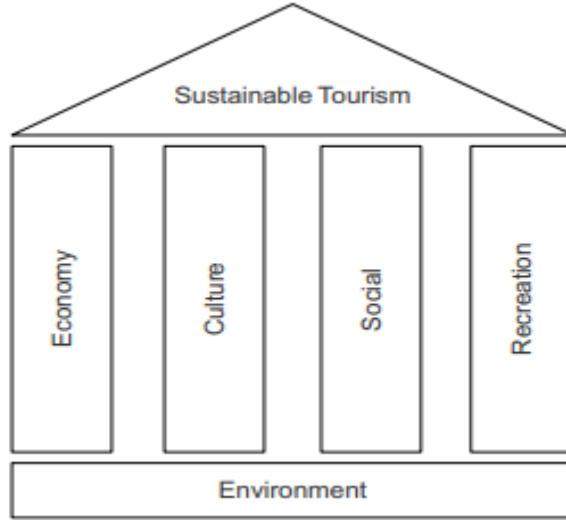
Voigt (2009), Brundtland Raporunda çerçevesi çizilen ve 3 ana sacayağı üzerinde değerlendirilmesi uygun görülen sürdürülebilirlik kavramının, bu 3 temel kabul edilen çerçevede değerlendirildiğinde bir anlam ifade etmeyeceğini belirtmektedir. Çünkü ele alınması gereken pek çok farklı sistem ve sorun, yapılanmalar vardır. Dolayısıyla, sürdürülebilirliğin sadece ekonomik, çevresel ve sosyal boyutta değerlendirilmesinin oldukça rahatsız edici olduğu yönünde görüşleri bulunmaktadır. Sürdürülebilirliğin, çevre sorunlarının, siyaset, ekonomi ve diğer toplum bileşenlerine uyumun sağlandığı sürece sürdürülebilir bir kavram olmaya devam edeceği araştırmacı tarafından vurgulanmaktadır (Voigt, 2009).

Grober (2010), üç boyutlu sürdürülebilir kalkınma modelinin yeniden geliştirilmesinin, sürdürülebilirlik anlayışına daha fazla yarar getireceği görüşünü ileri sürmektedir. Grober'e göre sürdürülebilir kalkınmanın dayanaklarının nasıl desteklenip korunduğu ve doğanın nasıl tasarruflu hale getirildiği ekonomide de önemli bir anlam taşımaktadır. Bu kapsamda sürdürülebilirlik; ortak refahı, sürdürülebilir kalkınmayı ve iç uyumu destekler. Spindler (2013), sürdürülebilir beslenme modeline sağlık boyutunu da ilave etmiş ve ardından, bir sonraki aşamada benzer bir modeli turizm için geliştirerek sağlık boyutunun yerine rekreasyonu ilave etmiştir. Bu kapsamda sürdürülebilirlik; ekolojik, sosyal ve ekonomik hedeflerin

uyumlaştırılmasıdır. Sürdürülebilirlik, yalnızca ekolojik, sosyal ve ekonomik zorlukları bütünleştirmek, halkın katılımını teşvik etmek veya yaşam standartlarını yükseltmek değil, bir şeyin korunması veya muhafaza edilmesiyle de ilgilidir. Bu bakımdan, ekoloji dengesini oluşturan sürdürülebilir beslenme ve ekonomik kalkınma ve korumanın etkenlerinden biri olan sürdürülebilir turizm de bu döngü içerisinde önemli bir rol almaktadır.



Şekil 2. Sürdürülebilir beslenme modeli (Spindler, 2013)



Şekil 3. Sürdürülebilir turizm modeli (Spindler, 2013)

Sürdürülebilir turizm modelleri kapsamında sürdürülebilirlik; ekonomi, kültürel, sosyal, çevresel, sağlık ve rekreasyon olarak altı ana konunun gündeminde şekillenmektedir. Sürdürülebilirlik artık turizm için önemli bir gündem maddesidir.

Bununla birlikte, sürdürülebilirlik konuları iklim değişikliği tehdidi nedeniyle karmaşık hale gelmekte ve turizm endüstrisine önemli olumsuz etkiler sunmaktadır. Kaynakların tükenmesi ve iklim değişikliği nedeniyle turistik destinasyonların değiştirilmesi, kitle turizmi destinasyonlarının zaten gergin olan sistemlerini daha da kötüleştirmektedir.

Dört Temel Boyutu ile Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilirlik, ekolojik, sosyal ve ekonomik zorlukları bütünleştirmek, halkın katılımını teşvik etmek veya yaşam standartlarını yükseltmek, bir şeyin korunması veya muhafaza edilmesi amacını taşımaktadır. Bu kapsamda sürdürülebilirlik; ekolojik, sosyal, kültürel ve ekonomik hedeflerin uyumlaştırılması kapsamında dört temel boyut altında değerlendirilmektedir.

➤ Ekonomik

Sürdürülebilir ekonomi, bireyin en kaliteli yaşam düzeyine ulaşmasını sağlayan kaynakları yeterli ölçülerde kullanarak, çevreye olan zararı en az düzeye indirgeyen bir uygulama şeklinde yorumlanabilir (Gedik, 2020). Goodland'a (2002) göre sürdürülebilir ekonominin sağlanması, korunan sermayeye ve istikrara bağlıdır. Doğal kaynakların tükenmesine yönelik endişelerden yola çıkarak enerjide ve diğer kaynaklarda dönüşümün sağlanarak kullanılması ve tüketici ile üreticilerin atıkların geri kazanılmasındaki uygulamalarda iyileşmesinin önemi anlaşılmaktadır (Vivien, 2008). Sürdürülebilir kalkınma teorisinde sürdürülebilirlik fikri kalkınma teorisi ile birleştirilmiştir. Burada odak noktası, ekonomik büyümeyi niteliksel bir şekilde artırmak, insan refahını artırmak ve insanların potansiyelinin farkına varmaktır. Bu bağlamda, ekonomik açıdan sürdürülebilir bir sistemin, düzenli olarak mal ve hizmet üretebilmesi, dış borç ve devlet borç düzeyini kontrol altında tutabilmesi ve endüstriyel veya tarımsal üretimi tehlikeye atabilecek aşırı sektörel dengesizliklerden uzak durabilmesi gerekir (Gedik, 2020).

Schumacher'in 1973 yılında ele aldığı ekonomik sürdürülebilirlik üzerine olan çalışmasında, doğaya sermaye metaforu yüklenerek, doğanın sömürülmesine bir

başkaldırı ve insanın doğanın doğallığını korumadaki beceriksizliği ve doğanın ekonomik gelir için riskli bir sermaye olduğu konusuna vurgu yapılmıştır. Rob Gray'e göre finansal hesapların başrolde yer alması şeklinde belirlenen toplumsal ilkeler, dürüstlük kılığındaki adaletsizlikten beslenmektedir. Araştırmacı, aslında sürdürülebilirliğin raporlanması ve değer yaratma ilişkisine vurgu yaparak, sürdürülebilirlik olgusunun sosyal ya da çevresel kimin, neye göre belirlendiğinin anlaşılmasının konuya ilişkin çözümlere daha kolay ulaşılabileceğini anlatmak istemiştir (Adams, 2020).

➤ Sosyal

Sosyal boyutu ile sürdürülebilirlik, bir toplumun bireylerinin kendi gereksinimlerini karşılayabilecek ve olası sorunların üstesinden gelebilecek şekilde, nelere sahip olması gerektiğinin bilincinde, bir tutum içinde olumlu değerlendirmeler yapacağı bir süreç olarak tanımlanabilir. Kendi refahı için, sosyal, kültürel alanlar yaratarak ve bunları destekleyen alt yapıları, toplumun diğer paydaşları ile gerçekleştirerek, insani ve çalışma haklarının ve kurum yönetimlerinin dahil edileceği alanların korunarak, engellenmeden gelecek nesillere aktarılması olarak da açıklanabilir (Bilgili, 2017). Sürdürülebilirlik; sürdürülebilir kalkınmayı oluşturan sosyal, politik, ekonomik, kültürel ve ekolojik süreçleri daha az karmaşık hale getirir. Buna göre, toplumsal cinsiyet eşitliği, sağlık ve eğitim, dağıtım eşitliği, siyasi sorumluluk ve katılım gibi yeterli sosyal hizmetlerin sağlanması, sosyal açıdan sürdürülebilir bir toplumun ayırt edici özelliği olmalıdır. Bu anlamda sürdürülebilir olmak aynı zamanda insanların doğal dünyayla etkileşimini etkileyen sosyal dinamiklerin farkında olmak anlamına da gelmektedir. Toplumun bütünlüğünü ve ortak hedefler doğrultusunda işbirliği yapma kapasitesini korumak, sosyal sürdürülebilirlik için gereklidir. Bir kişinin yiyecek, barınma, eğitim ve kültürel ifade dahil olmak üzere temel ihtiyaçlarının sağlanması, sağlık ve refah sürdürülebilirliğin sosyal boyutunu oluşturur (Gedik, 2020).

➤ Çevresel

Kalkınmanın en temel unsurlarından biri olan çevresel sürdürülebilirlik, doğal çevre ve insan uyumunun, ekosistemlerin yapısına zarar vermeden ve insani ihtiyaçları

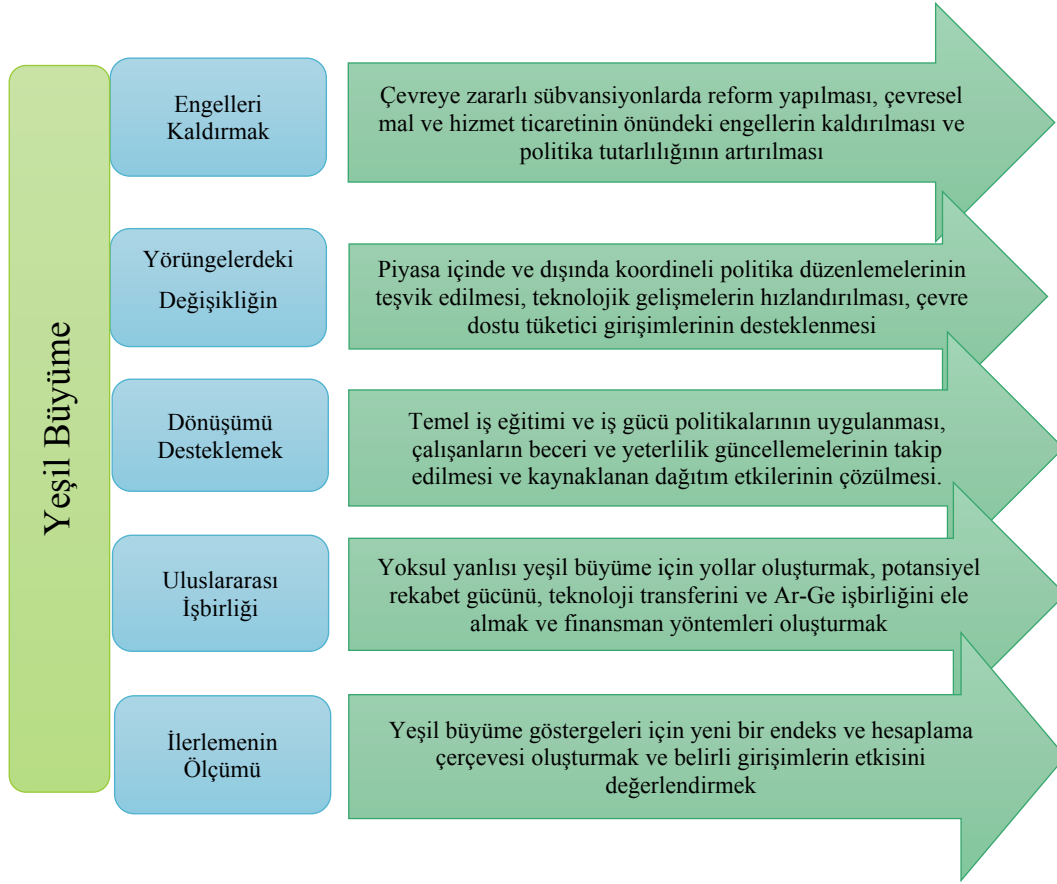
yaratan koşulların gerçekleşeceği bir süreçte gelecek nesillere ulaştıracak bir sistemde düzenlenmesi şeklinde tanımlanabilir (Morelli, 2011; Gedik, 2020). 1992 yılında Dünya Bankası “Çevreye karşı Sorumlu” terimini kullanarak çevresel sürdürülebilirliğin önemsenmesine aracı olmuş (Serageldin ve Streeter, 1993) daha sonraları kavram çerçevesi geliştirilmiştir. Goodland (2002) tarafından, insan sağlığına zarar vermeden yaşam kalitesinin iyileştirilmesi amacıyla, gerekli olan hammaddelerin korunarak, ihtiyaca karşılık verecek şekilde kullanılması yönünde, daha geniş bir pencereden tanımlanmıştır.

Sürdürülebilirlik ve Çevresel Değişim (Current Opinion in Environmental Sustainability-COSUST) üzerine çalışan ilk bilimsel dergi, yapılan araştırmaları inceleyip sentezleyerek, bilimsel çalışmalar ışığında çevresel sürdürülebilirlik için 6 alana odaklanıldığını belirtir. Bu alanlar; iklim, enerji, karasal, su, biyojeokimyasal ve kentsel sistemler vurgulayan altı özel konudur (Leemans ve Solecki, 2013). Bu alanların temel hedefleri şu şekildedir:

- İklim Sistemleri: İklim ve iklim değişikliği, iklim risk yönetimi, hafifletme ve yönetim.
- İnsan Yerleşimleri ve Yaşam Alanları: Şehirleri kapsayan, kentleşme ve ulaşım.
- Enerji Sistemleri: Enerji kullanımı, enerji tasarrufu, yenilenebilir enerji, enerji verimliliği ve biyoenerji.
- Karasal Sistemler: Doğal ve yönetilen ekosistemleri kapsayan, ormancılık, gıda sistemleri, biyolojik çeşitlilik ve ekosistem hizmetleri.
- Karbon ve Nitrojen Döngüleri: Kaynakları ve yutakları geri beslemeyi kapsayan diğer sistemlerle bağlantılı süreçler.
- Sucul Sistemler: Deniz ve tatlı su ekosistemlerini kapsayan balıkçılık, akıntılar ve biyoçeşitliliktir.

OECD (2010) tarafından Çevre Büyüme Stratejilerinin beş maddede toplandığı görülmektedir. Buna göre, çevre büyüme stratejileri yaklaşımı, çevreyle uyumlu endüstrilerin teşvik edilmesini, temiz enerji kaynaklarının kullanımını, enerji verimliliğini ve çevre dostu üretim yöntemlerini içerir. Piyasa dostu süreçleri

destekleyici hukuki bir altyapıyla, araştırma ve geliştirme faaliyetlerini destekleyici bilimsel çalışmalara öncülük edecek politik reçetelerin bileşiminden oluşur.



Şekil 4. Çevre büyüme stratejileri (OECD, 2010)

Çevresel sürdürülebilirlik Moldan vd. (2012)'ne göre şu şekilde genişletilebilir:

- Belirlenmiş bir zaman sınırı olmadan, uzun vadeli bir bakış açısı,
- Karmaşık sistemlerin doğrusal olmayan evriminin anlaşılması (devrilme noktaları, eşikler, ani öngörülemeyen değişiklikler),
- Geri bildirimleri dikkate almak (özellikle olumlu olanlara),
- Zaman ve mekân olarak farklı ölçeklere saygı göstermek,
- Esneklik (değişen bir duruma tepki verme yeteneği),
- Yerel koşulların kilit önemi,
- Genel olarak canlı doğaya ve biyolojik çeşitliliğe saygı duymaktır.

Çevresel sürdürülebilirlik kapsamında, kentsel ekosistem hizmetleri Milenyum Ekosistem Değerlendirmesi girişimi tarafından ele alınmış ve Milenyum Ekosistem Değerlendirmesi Raporu (2005) oluşturulmuştur (Gómez-Baggethun vd., 2013). Bu rapora göre, ekosistem hizmetleri dört ana kategoriye ayrılmaktadır. Dört ana kategori, düzenleme hizmetleri, kültürel hizmetler, kaynak sağlama hizmetleri (tedarik) ve sürdürme (habitat) hizmetleridir. Milenyum Ekosistem Değerlendirme Projesinin sürdürülebilirliği değerlendirme kriterleri şunlardır;

- Tedarik: (yiyecek, tatlı su, odun, lif, yakıt, vb.)
- Düzenleyici: (iklim düzenlemesi, taşkın düzenlemesi, hastalık düzenleme, su arıtma)
- Kültürel: (estetik, manevi eğitim, eğlence, vb.)
- Destekleyici: (besin döngüsü, toprak oluşumu, birincil üretim)

İnsanoğlunun sanayi devrimiyle birlikte fosil yakıt tüketimine ağırlık vermesi, farklı sanayi çalışmaları ile atmosfere salınan sera gazlarının ve ormanların yok edilmesinin küresel ısınmaya yol açtığı anlaşılmıştır. Sanayileşme ile birlikte yapılan çalışmalar sonucunda ortaya çıkan karbondioksit miktarının yüksek oranda ölçülen sera gazlarının sonucunda çevrenin aldığı zarar “karbon ayak izi” olarak tanımlanmaktadır. İnsanın kullanım alanları için ürettiği gazların miktarı ve süresinin kontrolünün mümkün olduğunun anlaşılmasından sonra gazların kaynakları tespit edilip, denetimleri yapılmaya başlanmıştır. Oysa ekosistem kendi dengesinde kalarak yani sera gazları, yerdeki radyasyon ve güneş sayesinde atmosferin ısı dengesi sağlanabiliyordu. İsveç asıllı Svante Arrhenius tarafından ilk kez 1896 da atmosferdeki değişimin iklim değişikliğine yol açacağı görüşü ortaya atılmış, ardından Dünya Meteoroloji Örgütü de 1997 yılında iklim konferansına konuyu taşımıştır (Bekiroğlu, 2011).

Kalkınmanın sürdürülebilirliği için çeşitli göstergeler kullanılmaktadır. Karbon ayak izi bu göstergelerden biridir (Tosunoğlu, 2014). 1930’lu yıllarda yaşanan Toz Çanağı olayında ise Amerika’daki tarım alanlarının yoğun faaliyetleri sonucunda çölleşmesi dile getirilmiştir. Sessiz Bahar kitabı ile Rachel Carlson, zirai ilaç kullanımının doğaya verdiği zararı anlatmaktadır (Çetiner, 2012). Turistlerin sorumlu

seyahat deneyimi için artan taleplerine karşın yapılan bir çalışmada karbon ayak izlerinin önemi için yalnızca %1 oranında bir sonuç elde edilmiştir. Çünkü turistlerin %50' ye yakını (%43) seyahat için maliyeti önde tutmaktadır (Sharpely, 2009). Lenzen vd. (2018)'nin yaptığı bir araştırmaya göre 2009 ve 2013 yılları arasında turizmin küresel karbon ayak izi 3,9'dan 4,5 GtCO₂ (milyar ton karbondioksit)'ye yükselerek küresel sera gazı emisyonlarının yaklaşık %8'ini oluşturmuş, önceden tahmin edilenden dört kat daha fazla bir değere ulaşmıştır. Yoksul ülkelerde, özellikle turizmle ilişkili emisyonların azaltılması, daha büyük ulusal emisyon azaltma hedeflerine ulaşmak için gereklidir (Luo vd., 2018). Seyahat faaliyetlerinin turizm endüstrisinin büyük bir bölümünü oluşturması nedeniyle, turizm amaçlı seyahatin neden olduğu karbon emisyon oranlarının incelenmesi, karbon ayak izinin azaltılması açısından hayati önem taşımaktadır. Kesin miktar bilinmese de turizm kaynaklı karbon emisyonları önemli bir endişe nedenidir. Gezinlerin karbon ayak izleri, özellikle turizm için yapıldığında, ulaşım, alışveriş ve yemek yeme biçimleri nedeniyle büyük ölçüde artmaktadır (Eşitti ve Duran, 2019).

➤ Kültürel

Bir toplumun yapısının, çıktıların ve diğer yönlerinin sosyal, ekonomik ve kültürel düzeydeki somut kayıtları, kültürel değerlerle şekillenir. Kültürel değerlerin yaşatılması ve korunması, geçmiş bugüne bağlayan bağların güçlü olmasıyla ilişkilidir. Kültürel sürdürülebilirlik garanti altına alındığında, gelecekteki kültürler de gelişecektir. Kültürel değerler, tarihi toplumların yaşamlarına ilişkin sosyal, ekonomik, kültürel ve bilimsel verileri temsil etmesi, toplumsal bilinci geliştirmedeki rolü ve turistik bir destinasyon olarak önemi nedeniyle koruma altına alınmaktadır. 20. yüzyılın ikinci yarısında, kendine özgü kültürel değeri olan kültürel varlık düşüncesi yerini kültürel miras düşüncesine bırakmıştır (Günay, 2010).

Kültürel miras, geçmiş deneyimlerin birikimi olsa da önceki nesillerle etkileşim ve kaynak kullanımı yoluyla gelişen kentsel bir üründür (Çatalbaş, 2022). Kültürel mirasın korunmasının hem turizmin büyümesi hem de sürdürülebilir kalkınma için gerekli olduğu açıktır, bu nedenle mirasın korunması gerekmektedir. Kültürel mirasın yaşatılmasını güvence altına almak ve turizm ile kültürel miras arasında olumlu,

dinamik bir bağ oluşturmak için planlama, bütünleşik bir yönetim yaklaşımını gerektirir. UNESCO, ICOMOS, Avrupa Konseyi ve ICCROM gibi uluslararası kuruluşlar, kuruluşlarından bu yana düzenledikleri toplantılar ve ürettikleri uluslararası anlaşmalar, yönergeler, yönergeler veya tavsiyelerle, küresel kültür turizmi ve koruma gündemini şekillendirmişlerdir (Çatalbaş ve Ecemiş Kılıç, 2022).

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) 1972'deki toplantısında küresel kültürel mirasın korunmasına ilişkin önemli ve meşru bir sözleşme taslağı hazırlamıştır. Miras fikri, Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunmasına İlişkin Sözleşme'nin korunmaya değer olarak belirlediği değerler sayesinde ilgi kazanmıştır. UNESCO (1972), kültürel mirasın tüm insanların ortak mirası olduğunu kabul ederek ve Dünya Kültür Mirası Listesi'ni oluşturarak bu idealleri korumaya çalışır. Koruma, mirasın tarihi, coğrafi, sosyal ve ekonomik bütünlüğünü garanti altına almanın yanı sıra, kültürel değerlerin de korunmasını gerektirdiğinden kültürel sürdürülebilirliği de sağlamaktadır (Şentürk, 2012).

ICOMOS (2011) kültürel mirasın kentsel gelişimde yol gösterici bir işleve sahip olduğunu ileri sürmektedir. ICOMOS, kültürel farkındalığın artırılmasına ve kültürel miras alanlarına ciddi zarar veren iklim değişikliğinin zararlı etkilerinin azaltılmasına yönelik yöntemlerin geliştirilmesi gerektiğini kamuoyuna duyurmuştur. Bu çerçevede sürdürülebilirliğin kültürel boyutu, mevcut geleneksel, kültürel ve tarihi toplulukların yaşatılmasına ve günümüze kadar ayakta kalabilme kapasitelerine bağlıdır. Kültürel miras, mevcut kültürel değerleri korumanın yanı sıra bu ortamda sürdürülebilirliği ve ekonomik kazancı da sağlayan bir strateji işlevi görmektedir (Çatalbaş, 2022).

Kültürel mirasın incelenmesi iki kategoriye ayrılır, bunlar somut ve somut olmayan mirastır. Kültürel mirasın oluştuğu toplumun değerleri, onun hem maddi hem de manevi yönleriyle ilişkilidir (Aslan ve Ardemagni, 2006). Bina, anıt, resim, heykel gibi hem taşınır hem de taşınmaz somut değerler somut kültürel mirasa dahildir. Dans, tiyatro, müzik, törenler ve gelenekler somut olmayan kültürel değerlere örnektir. 19. yüzyılda başlayan kültür mirasına sahip çıkma ideolojileri, ulusların gelenekler, dil, din, kültür bağlamında yapılandırılmalarının gerekliliği anlaşılmıştır. Dünya barışı için

kurulan ve misyonu, farklı köklere sahip birey ve toplulukların ortak hedefe varmada iş birliği yapabileceğini amaç edinen UNESCO ile ilk adımlar atılmaya başlanmıştır. 1989 yılında Geleneksel Kültür ve Folklorun Korunmasına Dair Tavsiye Kararı kabul edilerek yeni bir pencere açılmıştır (Basat, 2013).

2015 yılına kadar yapılan çalışmalarda, sürdürülebilir kalkınma hedeflerine tam olarak ulaşamadığı anlaşılmaktadır. Kültürel sürdürülebilirliğin savunucusu olan UNESCO, kültürü sürdürülebilirliğe önemli katkı sağlayacak bir bileşen olduğunu belirtmektedir (Alparslan, 2015). UNESCO, 2003 yılında somut olmayan kültürel mirası da içine alacak şekilde bir çalışma başlatarak SOKÜM (Somut Olmayan Kültürel Miras) Koruma Sözleşmesi (17 Ekim 2003) ile Genel Kurulu'nda kabul edilerek uluslararası bir yere oturtulmuştur. SOKÜM Sözleşmesi, toplumların kültürel kimliklerinin belirlenmesi ve geçmişten bugüne kadar nesilden nesle ulaşmasına katkı sağlayacak bir çalışma olarak tanımlanmaktadır. Taraf ülkeler, bu alanda, ulusal ve uluslararası çerçevede sorumlu tutularak, farkındalıklarının artırılması yönünde adım atmaları beklenmektedir (Pelit ve Türkoğlu, 2019).

Türkiye sözleşmeye 2006 yılında 5448 sayılı “Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesinin Uygun Bulunduğuna Dair Kanun” ile dahil olmuştur (Türker ve Çelik, 2012). UNESCO (2003) tarafından somut olmayan kültürel mirasın;

- Sadece geçmişe ait gelenekleri değil, modern kentsel ve kırsal çalışmaları da kapsadığı,
- Dünyanın her yerinden, göç ya da yerleşik yaşam olarak, kendi neslinden sonraki nesillere aktarılan, uyarlanan, çevresel tepki şekline evrilerek, bireylere aidiyet, kimlik, devamlılık, bir topluma ait olma sorumluluğu verdiği ve o topluma ait bir kimlik oluşturma tutumu kazandırdığı,
- Sosyal yaşamda uyumluluk sağlayarak, kendine özgü yapısı ile kültürel bir meta olarak görülemeyeceği,
- Bulunduğu toplumun yapısı içinde tutunup gelişerek, kendi görgü, beceri, gelenek ve göreneğini sonraki nesillere aktardığı,

- Yalnızca onu bu şekilde algılayıp, yaşatmayı sürdürececek bireylerin varlığında miras kabul edilebileceği belirtilmiştir.

Brocchi (2010)'nin, her kültürün sosyal sistem ve çevre arasındaki farkı yarattığından söz ederek, toplumdan beklenen sosyal davranış ile gerçekliğin sosyal yansımalarının temelde kültürel bir yapılanma olduğunu ifade etmesinin, kültürün öneminin vurgulanması açısından kıymetli olduğu anlaşılmaktadır.

2.2. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZMİN KÜLTÜR VARLIKLARI ÜZERİNDEKİ OLUMLU ETKİLERİ

Küreselleşme ile birlikte ekonomik, teknolojik değişim ve dönüşüm sonucunda, seyahat etme arzusu, deniz-kum-güneş üçgeninden sıyrılarak, insanın, farklı yerler görmeye, tanımaya, anlamaya yönelik tutumlar göstermesi nedeniyle, sağlık, eğlenme, vb. unsurların yanında kültür turizmini de ön plana çıkarmıştır. Ziyaretçilerin, somut ve soyut farklı değerlerle harmanlanmış toplumların yaşamlarını deneyimleme merakları kültür turlarına olan yönelimi artırmıştır. Küreselleşmeye karşın sürdürülebilirlik ilkeleri ve stratejileri doğru uygulanabilirse kültür turları ile sosyal ve ekonomik kazançlar sağlanacağı görülmektedir (Uygur ve Baykan, 2007).

Sürdürülebilir kültür turizmi farklı toplumlara ait farklı mekân ve yaşam özellikleri taşıdığı için, kültürel çeşitliliklerin yaşanmasına neden olan bir turizm türü olarak bilinmektedir. Yaşadığımız dünyanın hızla değişimi sosyal ve kültürel dönüşümler, ekonomideki dalgalanmalar, üretim, tüketim alışkanlıklarının farklılaşması, seyahat alışkanlıklarına da etki etmektedir (Duman ve Gelibolu, 2021). Kültür turizmi diğer turizm türleriyle kıyaslandığında, ekonomik getirisi en yüksek ve sürdürülebilir stratejilerin uygulanmasına en yatkın turizm türü olduğu söylenebilir. Gelecek nesillere ulaştırılması hedeflenen tarihi değerlerin, turistik bir değere dönüştürülmesi, en doğru ve eksiksiz bir şekilde uygulanacak olan sürdürülebilirlik ilkeleriyle mümkün görülmektedir. Bu nedenle bir kültür turizmine yönelik tehdit ve fırsatlar destinasyonun turizm gelişimi açısından dikkatle takip edilmelidir (Eser vd., 2010).

Kültürel miras turizminin şehirlerde ve küçük toplulukların yaşadığı bölgelerde ekonomik yarar sağladığı görülmüştür. Belirli bütçe ile yapılan yatırımların, turizm destinasyonlarında, yenilenmeyi de beraberinde getirip, yeni pazarlar yaratarak, daha yüksek profilli ziyaretçileri ağırlaması açısından yararlı olacağı düşünülmektedir. ABD’de dünyada ilk kez 1984 yılında ortaya atılan kültürel miras kavramı, bu amaçla belirlenen bölgelerde daha sonraları yasal hale getirilerek, diğer devletlerde de uygulamaya konulmuştur (Yenil ve Akyazı, 2019).

Kültür, herkesin içinde yaşamak istediği, güvenilir, sürdürülebilir kentsel gelişimi sağlayan, sürdürülebilir kent yerleşimlerini, kimlik ve insanı merkezine alan bir olgu olarak tanımlanmaktadır (UNESCO, 2017). Dolayısıyla bu kriterler çerçevesinde tanımlanan kültürün, sürdürülebilir turizm kriterlerinin uygulanması ile kültürel varlıklar üzerinde yapacağı olumlu etkiler de kaçınılmaz olacaktır. Sürdürülebilir turizm gerçekleştiğinde (Saarinen, 2006);

- Kentlerin ve yerel kültürlerin kimlikleri koruma altına alınmış olur,
- Kültürel mirasın korunması teşvik edilerek yaşanabilirlik sağlanır ve kentler yaşanabilir haline gelir,
- Doğal miras tekrar canlandırılarak toplumsal kullanıma yönelik yeşil alanlar yaratılır,
- Sosyal ve ekonomik kalkınma, aynı zamanda rekabet için de güçlü bir platform oluşturur,
- Sürdürülebilir turizmin gelişimine de katkı sağlayacağı için, tarihi merkezler, kent topluluklarının gelişimi, yaratıcı endüstrilerin teşviki sayesinde yerel topluluklar için gelir ve istihdam yaratarak, yoksulluğun azaltılmasına katkıda bulunur,
- Kültürel kimlikleri dahil edip tanıyarak, yoksulluğun azaltılıp, ortak refahın artırılmasına önemli ölçüde etki eder,
- Kültürel çeşitlilik korunarak, sosyal etkileşim güçlendirilir ve hem şehirlerde hem de uluslararası göç bağlamında uyumun sağlanmasına yardımcı olur.

Turizm sektörünün dünya mirasına değer verip korumasını sağlamanın yanında, ziyaretçiler açısından da, dünyanın üstün evrensel değerinin anlamı olan kültürel mirasın sorumlu davranışlar benimsenerek yüceltilmesine katkı vereceği anlaşılmıştır. Dünya miras alanlarının ve her türlü kültürel mirasın, uluslararası barışı sağlama çabalarını destekleyici bir şekilde, küresel miras olarak değerlendirilmesinin yararlı olacağı görüşü benimsenmiştir (UNESCO, 1972).

2.3. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM TUTUMLARI VE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM TUTUMU KONUSUNDA YAPILMIŞ ÇALIŞMALAR VE SONUÇLARI

Herhangi bir objeye, olaya, fikir ya da insana karşı takınılan olumlu, olumsuz değerlendirme olarak tanımlanabilen tutum olgusu, davranış, duygu ve düşünce boyutunda, sosyal psikoloji açısından önemli görülmektedir. Bu nedenle, sosyal iletişimin en güçlü olduğu turizm amaçlı yapılan seyahat ortamlarının tutum değişikliğinin en iyi değerlendirilebileceği süreçler olduğu anlaşılmaktadır (Yozukmaz ve Kılıç, 2022). Ajzen (1991) tarafından, farklı türden olan davranışlarla gerçekleştirilmek istenen niyetlerin tahmin edilme oranının yüksek olduğunu, sosyal tutum ve kişilik özelliğinin, biyolojik ve çevresel faktörlerin davranış ile ilintili olduğunu belirtilmektedir.

Turizmde meydana gelen gelişmelerin, turizm açısından değerinin ve öneminin belirlenmesi için öncelikle toplum bireyleri tarafından çok iyi algılanması gereği görülmektedir. Bir turistik bölgede, paydaşların turizm gelişimi için olumlu, olumsuz tutum içinde olmalarının turizm gelişimine de aynı ölçüde etki edeceği belirtilmiştir (Buzlukçu, 2020). Turizm endüstrisinin gelişimi, doğal, çevresel, tarihi varlıkların çekiciliklerinin yapılandırılarak, turistik bir ürün olarak tüketiciye servis edilmesinin ancak devamlı ve kalıcı sürdürülebilir bir anlayışla gerçekleştirilebileceği anlaşılmaktadır. Bir destinasyonun turizm sürdürülebilirliğinin yüksek oranda gerçekleştirilmesinin, turizm paydaşlarının sürdürülebilir tutumlarına bağlı olduğu görülmektedir (Kılınç vd., 2020). Sürdürülebilir turizm tutumu, bir destinasyondaki tüm paydaşların, içinde yaşadıkları sosyal, ekonomik, doğal, kültürel, çevresel oluşumları, bölge taşıma kapasitelerinin kaldırabileceği ölçüde kullanılmalarını

sağlayarak, kendi zamanlarında ve gelecek nesillerin de kullanımına katkı verecek ölçüde tüketilmesinin sağlanması olarak tanımlanabilir (Koçoğlu vd., 2020).

Literatürde sürdürülebilir turizm tutumları konusunda pek çok çalışma yapılmıştır. Tüm paydaşlara yönelik yapılan çeşitli kategorilerdeki çalışmaların, sürdürülebilir turizm tutumlarının değerlendirilme boyutunda sürdürülebilirliğe önemli katkılar sağlaması kaçınılmaz olacaktır. Ziyaretçi tutumlarının değerlendirilmesinde, turizm öğrencilerinin, turizm odaklı eğitim almaları ve bu konuda gerekli donanımı eğitim süreçlerinde elde edebilecekleri için yüksek potansiyelli turizm katılımcıları olarak gelecekteki sosyal konumlarında turizme yön verebilecek güce en çabuk ulaşabilecek bireyler olarak düşünülerek, paydaşlar arasında en önde olabilecekleri düşünülmektedir. Bu bağlamda, üniversite öğrencilerine yönelik, Burdur bölgesi için bir araştırma yapıldığı görülmektedir. Burdur destinasyonunda üniversite öğrencilerinin sürdürülebilir turizm tutumlarını ölçmek adına 631 katılımcıdan veri toplanmıştır. Analizler neticesinde sürdürülebilir turizm açısından üniversite öğrencilerinin tutumlarında, farklı eğitim alanlarında olmalarına rağmen önemli değişikliğe rastlanmadığı görülmüştür. Bununla birlikte araştırma sonucunda, üniversite öğrencilerinin eğitim gördükleri bölümleri, tatil deneyiminde konakladıkları işletme türleri, konaklama süreleri ve cinsiyet değişkenleri ile turizm sürdürülebilirliği tutumlarının arasında ilişkiler olduğu tespit edilmiştir (Kılınç vd., 2020).

Yerel halkın turizme yönelik tutumlarının, çevre psikolojisi kimlik kuramı ile değerlendirildiği Seferihisar çalışmasında, halkın sürdürülebilir turizme ilişkin tutumları ile bulundukları alana olan bağlılıkları, kimlikleri üzerinden yaşadıkları ortama karşı olan hoşnutlukları ve turizm gelişimine verdikleri değer ölçülmeye çalışılmıştır. Alınan sonuçlarda yerel kimlik ve topluluk bağlılığı seviyelerinde üç aşamalı değerlendirme ortaya konulmuştur (yüksek, orta ve düşük), büyük çoğunluğun yüksek yer kimliği boyutunda oldukları ve topluluğa olan bağlılıklarının da aynı yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir. Araştırmada Seferihisar halkının toplumsal faydayı her şeyin üstünde gördüğü ve bu nedenle, turizm gelişiminin toplum odaklı bir anlayışla gerçekleştirilebileceğine inandıkları anlaşılmıştır (Buzlukçu, 2020).

Fethiye’de, 2017 yılında, 278 kişinin katılımıyla gerçekleştirilen ve sürdürülebilir tutum ölçeği kullanılarak yapılan çalışmada, yerel halkın sosyal maliyet faktörü için düşük, ekonomik fayda faktörü için yüksek katılım gösterdikleri görülmüştür. Fethiye’de yaşayan halkın ekonomik faydaları yüksek, sosyal maliyeti de düşük boyutta algıladığı sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların farklı gelir düzeylerinde, turizm deneyimleri ve sürdürülebilir turizm tutumları farklı olan bireylerden oluştuğu belirtilmiştir. Ayrıca katılımcıların turizm sektör deneyimi ve sahip olunan gelir düzeyi ile sürdürülebilir turizme ilişkin tutumları arasında farklılıklar bulunmaktadır (Güneş vd., 2020). Bu bağlamda, sürdürülebilir turizm tutumları, bireylerin farklı niteliklerine bağlı olarak değişebilmektedir. UNESCO koruması altındaki Safranbolu destinasyonundaki yerel halkın sürdürülebilir turizm tutumunun ölçülmeye çalışıldığı başka bir araştırmada şu bulgulara ulaşılmıştır:

- Turizm faaliyetlerinin yükselmesi durumunda sürdürülebilir turizmdeki gelişim boyutunun da yükseleceği anlaşılmıştır. Sürdürülebilir turizmin boyutları (çevresel, turist memnuniyetini kapsayan ve planlama içerikli) arasında meydana gelecek olumlu gelişmenin, sosyal maliyet konusunu da olumlu yönde etkileyeceği belirtilmiştir.
- Sürdürülebilir turizm gelişim boyutları üzerindeki tutumun belirlenmesi amacıyla yapılan çalışmada, sürdürülebilir turizm tutumlarının, turizmden elde edilen gelir ölçüsünde farklılaştığı görülmüştür. Bölge halkının, ekonomik ve yerel halka olan yarar boyutları ile ziyaretçi memnuniyetini daha çok önemseydiği ve sosyal maliyet unsurunun oluşmadığı görüşüne sahip oldukları anlaşılmıştır. Oysa 2003 yılında Biçici tarafından yapılan araştırmada turizm gelir göstergelerinin yalnızca sosyal maliyet açısından değişkenliğe uğradığı sonucuna ulaşılmış ve araştırmanın bu açıdan farklılık gösterdiği belirtilmiştir (Koçoğlu vd., 2020).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. TURİZMDE TEKRARDAN GELME NİYETİ

3.1. TURİZMDE TEKRARDAN GELME NİYETİ VE TARİHÇESİ

Bir destinasyonun sürdürülebilir noktaya gelmesi, yüksek hizmet kalitesi ve ziyaretçi çekim algısının yaratılması ile mümkündür. Davranışsal niyetler, ekonomi ile ilişkilendirilirken, sosyal davranışların da iletişim tutumlarını kapsayan ve tekrardan gelme niyetini olumlu ve olumsuz etkileyen durumlar olduğu belirtilmektedir (Varinli ve Çakır, 2004; Öztürk ve Şahbaz, 2019).

Davranışsal Niyetler: Davranışsal niyet, müşteriler tarafından satın alma davranışının ortaya çıkma olasılığının kabullenilmesidir (Han ve Ryu, 2007). Lin ve Hiesh'e (2005) göre davranışsal niyet, müşterilerin organizasyondan hizmet almaya devam edeceklerinin veya organizasyonu terk edeceklerinin bir göstergesidir. Davranışsal niyet kapsamında, tüketicilerin fiili olarak tekrar ziyaret nedenleri; ödeme istekliliklerinin daha fazla oluşu, tekrar satın almaya eğilimleri, alıştıkları, benimsedikleri firmalara olan bağlılıklarının, işletmeleri de finansal açıdan etkilemesi olarak görülebilir.

Sosyal Davranışlar: Sözlü iletişimin, şikâyet unsurunun, mevcut tüketici davranışlarının olumlu ya da olumsuz etkilendiği durumlar olarak tanımlanabilir (Öztürk ve Şahbaz, 2019).

Tutumsal Davranışlar: Sadakat, tutumsal ve davranışsal olarak, bir ürünün kararlı bir şekilde tekrar ele alınmasına yönelik güçlü bir bağlılık şeklinde açıklanabilir. Sadakate dayalı olarak gelişen davranışlar, ziyaretçilerin aynı destinasyona tekrar gelme istekliliğindeki güçlü tutumu olarak anlaşılabilir. Dolayısıyla tutumsal davranışlarda sadakat unsurunun bir bölgenin sürdürülebilirliği için öncelikli bir koşul olduğu görülmektedir (Oliver, 1999; Baloğlu, 2002; Uşaklı, 2022).

Tekrardan gelme niyetine etki eden bir başka durumun pazar bölümlendirme olduğu anlaşılmaktadır. Ziyaretçi taleplerine göre belirlenen isteklerin karşılanması ile kısıtlı kaynakları etkin kullanıma sunan firmaların hedef kitlelerine daha sağlıklı ulaştıkları görülmektedir (Çamlıca, 2014).

Ziyaretçilerin bir destinasyonu algılama biçimlerinin, o destinasyonun gelişiminde önemli bir etki yaratacağı düşünülmektedir. Destinasyon imajı, bireysel düşünce, inanış ve gözlemler bütünü olarak tanımlanabilir. Olumlu izlenimler tekrar ziyaret etme niyetinde destinasyona yüksek finansal destek verebilmektedir. Kars ili için yapılan bir çalışmada ilgi alanları, güvenlik, doğal alt yapı gibi faktörlerin, tekrar gelme niyetinde olumlu etmenler olduğu, kültürel benzerlik boyutunun tekrar gelme niyetine etki etmediği, kültürel kolaylaştırma boyutunun ise olumsuz etki verdiği görülmüştür (Yüce vd., 2019).

Turistik bir destinasyonun sürdürülebilir olma potansiyelinin, ziyaretçilerle yakından ilişkilendirildiği görülmektedir. Ziyaretçi özelliklerinin belirlenmesi, bölgesel geliştirme stratejilerini ortaya koymada ve gelişimin hangi kapsamda yapılması gerekliliği yönünde yararlı olabileceği vurgulanmıştır. Bu noktada nesil ile sürdürülebilir turizm arasında bir bağ kurularak, tüketici davranışları belirlenebilir. Turizm algısının belki de değişen koşullarla şekillenen dünyada, nesiller arası farklılıklara göre değerlendirilmesinin yararlı olabileceği düşünülmektedir (Avcıkurt, 2007).

Farklı nesiller üzerinde yapılan çalışma sonucunda, sürdürülebilir kültür turizmi algısının, tekrardan ziyaret niyeti üzerinde kısmen etkisinin olduğu görülmüştür. İstanbul'da Sultanahmet Bölgesinde 398 yerli ve yabancı kültür turistine yönelik gerçekleştirilen çalışmada sürdürülebilir kültürel turizmin nesillere göre farklılık göstermediği ve sürdürülebilir turizm algısının tekrardan ziyaret nedeni üzerinde kısmen etkisinin olduğu belirlenmiştir. Farklılık bulunmamasının nedeninin, katılım gösteren kültür turistlerinin, küreselleşme ile birlikte, yüksek oranda (%72,7) tarih, kültür, otantik, çevreci odaklı tercihlerde bulunmaları nedeniyle olduğu anlaşılmıştır

(Seçilmiş ve Köz, 2015). Turizm gelişimini ve gelişim sürecini etkileyen çok önemli bir etmenin, turistik destinasyona gelen ziyaretçilerin özelliklerinin olduğu bu nedenle sürdürülebilir turizm ve nesil ilişkisinin iyi analiz edilmesi gerektiği görülmüştür (Köz, 2014).

İmaj, olumlu ya da olumsuz tüm sektörleri ve bireyleri yakından ilgilendiren, ülkesel ve destinasyonlara yönelik rekabet unsurları yaratan çok yönlü planlamayı gerektiren bir olgu olarak tanımlanabilir. İmaj, farklı alanlarda kullanımı nedeniyle etki alanına göre değişiklikler de gösterebilir. Sosyo-psikolojik açıdan bireylerin, yer, olay, kişi, obje karşısında belleklerinde şekillendirdikleri algılamalar bütünü olarak da ele alınabilir. Turizmde, ürün satın alma ve memnuniyet düzeyi ölçümlerinde destinasyon imajının oldukça önemli olduğu görülmüştür. Konuyla ilgili çalışma yapan araştırmacıların, kavramın oluşmasına etki eden temel noktaların, bilişsel, algısal ve etkin değerlendirmelerden oluştuğu noktasında birleştiklerinin görülmesidir. Bu noktada, destinasyon imajına etki eden faktörlerin;

- Zamansal boyutlu olduğu,
- Seyahat ile ilintili olduğu,
- Destinasyonun konumu (yakınlık, uzaklık),
- Önceki ziyaretlerin güncel algılamadaki etkileri,
- Ziyaretçilerin algıları ile destinasyon imajı arasındaki farklar,
- Ziyaretçilerin sosyo-demografik yapısı ve destinasyon imaj ilişkisi, olduğu anlaşılmıştır (Akyurt ve Atay, 2009).

Bir destinasyonun en doğru şekilde pazarlanabilmesi, tutundurma yöntemlerinin dışında, tüm pazarlama elemanları ile yaratılacak etkileşimli bir iletişimle mümkündür. İçerdeki ve dışardaki odak kitlenin, destinasyon imajına yönelik marka imajının da devamlı olarak takip edilmesinin ve yönetilmesinin önemli olduğu anlaşılmaktadır (İlban, 2007). Çeti ve Atay (2020) tarafından, destinasyon deneyiminin imaj algısı ve davranışsal niyete etkisinin ölçüldüğü, Kapadokya Bölgesi için yapılan çalışma sonucunda, bilişsel, duygusal boyutta anlamlandırılan deneyimlerin ve destinasyon imajının, davranışsal niyetle ilişkilendirileceği bir sonuca

ulaşılmıştır. Farklı duygusal ve bilişsel tepkiler gösteren yerli ve yabancı turistlerin, davranışsal niyetlerinin de ziyaret sayısına göre farklılık gösterdiği anlaşılmıştır.

Turizm ekonomisinde büyüme hedeflerine ulaşmayı güçlendiren ve ziyaretçilerin tekrar gelme niyetine etki eden bir diğer unsurun, fuar organizasyonları olduğu belirlenmiştir. 2011 yılında, Bursa'ya gelen 1.521.000 kişilik turistin 410.670'inin sadece fuar için şehre geldiği görülmüştür. Fuar amaçlı ziyaretlerin konaklama sürelerinin uzun olmadığı 1 ila 4 gecelik konaklamaların ziyaretçi oran sayısının %82.2 olarak belirlendiği, fuar amaçlı gelen sayısının %27 olduğu saptanmıştır. Bu amaçla, Bursa için yapılan çalışma sonucu elde edilen bulgulara, Koza Han, Kapalıçarşı, gibi alışveriş merkezlerinde yapılan turistik harcamaların ciddi bir ekonomik katkı sunduğu anlaşılmıştır. Gerek bu tür alışveriş noktalarının arttırılması, gerekse fuarların turistik cazibesini arttıran ilave faaliyetlerin düzenlenmesi, tavsiye sonucu yapılan fuar ziyaretlerinde, temel amaca yönelik memnuniyet sağlanmasıyla olacağı, tekrar ziyaret nedenini oluşturacak olumlu destekler olarak görülmektedir (Demirci ve Arslaner, 2012).

2019 yılı verilerinde, en çok ziyaret edilen ülkelerden biri olma özelliği ile Türkiye'nin, 6. sıradaki yerini en çok turizm geliri elde etmesiyle aldığı anlaşılmıştır (Tosun, 2020). Yapılan çalışmalar (Reeves ve Bednar, 1994), hizmet kalite ölçümünün;

- Mükemmellik,
- Değer,
- Tanımlamalara uygunluk,
- Beklentilerin karşılanması olarak 4 madde üzerinden değerlendirildiği görülmüştür.

Bunun yanı sıra 5 boyutlu olarak da hizmet kalitesinin ölçülebileceğini anlatan Serqual Ölçeği (hizmet kalitesinin belirlenmesi amacıyla, Berry, Parasuraman ve Zeithaml (1994) tarafından gerçekleştirilen) genel olarak müşterilerin hizmetten beklentilerini ve algılama düzeyi arasındaki farkı ölçmeye çalışan, 5 boyuttan oluşan

bir ölçek olup, hizmet işletmelerindeki, hizmet kalite değerlendirmelerinde kullanılmıştır. Bu boyutlar;

- Fiziksel özellikleri (işletmenin fiziki koşulları, kullanılan malzeme, görevlilerin dış görünüşü vb.)
- Güvenirliği (hizmetin)
- Hevesli olma (personelin müşterilere zamanında yardıma hazır olması)
- Güven (personelin müşteride uyandırdığı izlenim)
- Empati (müşterinin penceresinden bakabilmek ve özel hissettirmek)

Hizmet kalitesinin (ulaşım, konaklama, yiyecek-içecek vb. ürünlerin tüketilmesi) ve hizmet noktalarındaki kalitenin, müşteri memnuniyeti, destinasyonun çekiciliği ve turistik işletmecilik açısından oldukça önemli olduğu araştırmalarda görülmektedir (Gürhan vd., 2019). Tarihi birikimin ortak buluşma noktası olan müzelerin, turistik ürün çeşitliliğinde, turizm deneyimi açısından başlı başına bir yeterlilik gösterdiği belirtilmiştir. İlave olarak, dinlenme, eğlenme, alışveriş, sanatsal etkinlikler vb. unsurlarla zenginleştirilen müze alanlarının yeni sunumlarının, ziyaretçilerde, güncel müze turizm algısını olumlu yönde etkileyerek, tekrar ziyaret niyetinde belirleyici olduğu anlaşılmıştır. Sunulan hizmet kalitesinin tekrarlanan gezi davranışıyla kesinlikle bağlantılı olduğu belirtilmiştir (Aksöz ve Çay, 2022).

Bir destinasyonun çekiciliğini arttıran faktörlerin, tarihi dokunun ve doğal güzelliklerinin öne çıkarılarak geliştirilmesi, turistler için rekreasyon (zihinsel, ruhsal ve fiziksel dinginliklerinin sağlamlaştırılması amacıyla) faaliyetlerinin artırılması ve tanıtım, pazarlama yöntemlerini çeşitlendirmesi olduğu görülmüştür (Akyürek, 2016).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. CUMALIKIZIK

4.1. CUMALIKIZIK'IN TARİHÇESİ

Girişinde birbirine uzak, köyün Orta Mahallesi'ne doğru gittikçe birbirine bitişik nizamda yapılmış evlerin konumu ile esasen köyün kurulmasında oldukça etkin rolü olan Camii ye odaklı bir yerleşime sahip olan Cumalıkızık köyü (Akkuş, 2009), Bursa'ya 10 km. yıldırım ilçeye de 3 km. uzaklığı olan bir Osmanlı köyüdür. 700 yıllık bir vakıf köyü olan Cumalıkızık (Bursa Valiliği, 2024) deniz seviyesinden de 340 metre Yükseklikte 10 hektarlık bir alana yayılarak Uludağ'ın eteklerine kurulmuştur (Güleç, 2011). Cumalıkızık köyü, Kilise deresi ve Balıklı deresi olarak bilinen iki akarsuyun arasına konumlanmıştır. Akarsuların suları içmeye elverişli değildir (Aydoğan, 1991).



Resim 3. Tarihi Cumalıkızık haritası (Bursa Belediyesi, 2024)

1326 yılında Bursa'yı fetheden Osmanlı Beyliği, 1330 yılında İznik'in de alınması ile tüm bölgede varlığını göstermiştir. Osmanlı halkı bölgelere yerleşip, köy ve kentlerin kurulması gerçekleştirilmiştir (Bursa Valiliği, 2024). O günden beri Bursa'nın merkez köyü konumunda olan Cumalıkızık köyünün (Aydoğan, 1991) meydana'daki kahvenin girişinde bulunan eşikteki taşın Bizans'a eski taşlarından biri

olduğu düşünüldüğünden, köyün tarihinin aslında fetihten çok öncesine tarihlendiği söylenebilir. Eski Bizans yerleşmelerine ait kalıntılardaki taşların bazı yeni binaların yapılışında devşirme olarak kullanıldığı ancak eski köy evlerinde devşirme taşlarına rastlanmasa da temellerinde büyük taşların kullanılmış olabileceği belirtiliyor (Yılmaz, 1999). Bizans dönemine ait “İhlamurcu” adıyla anılan Uludağ eteklerinde yer alan bir bölgede yapılan araştırmalar sonucunda bir kilisenin kalıntıları ortaya çıkarılmış, kalıntılar Bursa arkeoloji müzesine taşınmıştır. Anıtlar Yüksek Kurulu 1980 yılında aldığı karar ile köydeki yapıları ve tarihsel dokuyu koruma altına almıştır. Yapılaşmalar izne tabi tutularak, 1981 yılında “Kentsel Sit Alanı” olarak kayda geçen Cumalıkızık köyü daha sonraları, Yıldırım Belediyesine bağlanarak mahalle statüsüne geçtiği belirtilmiştir (Bursa Valiliği, 2024).

850 kişilik nüfusu ile (Eren ve Aypek, 2012), Uludağ’ın eteklerinde, vadilerin arasında sıkışıp kaldıkları için, bu konumlarından dolayı “KIZIK” adı verildiği belirtilmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024). Akkuş’un (2009) Cumalıkızık köy monografisinde, köyün adıyla ilgili çok değişik söylemlerin olduğuna rastlanmaktadır. Bir tanesi yukarıda belirtildiği gibi vadilerin arasına sıkışıp kalması nedeniyle, aslında önce “KISIK” sonra “KIZIK” şekline dönüşüyor. İkinci söyleme göre de Kızık boyundan geldiğidir. Karakeçili aşiretinin yerleştiği bölgelere göç yoluyla Tokat civarından gelen Kızıkların Oğuz Boyundan olduklarıdır. Kızıkların Ertuğrul gaziye giderek bölgeye yerleşmek istedikleri, Karakeçili aşiretinin bu duruma karşı tavır aldıkları anlatılır. Sorun yaşanmaması için Ertuğrul Gazi Uludağ’ın (eski adı Keşiş Dağı) kuzey eteklerine yerleşmelerine izin verir. Her iki aşiret Oğuz Boyundandır ve sağlam ilişkiler kurulması amacıyla Karakeçili aşiretini 7 güzel kızı ile Kızık Boyu Beyinin 7 oğlunun evlenmelerine karar verir (Bursa Valiliği, 2024).

Cumalıkızık adının ‘‘Cuma’’ bölümünün, Bursa’nın fethi sonrasında ilk Cuma namazının burada kılınmış olması nedeniyle verilmiş olduğu rivayet edilmektedir.

Bir diğer söylemde de aslında köyün adının bölgenin en büyüğü olması nedeniyle Camili Kızık olduğu, daha sonraları Cuma namazlarının topluca bu camide kılınması nedeniyle Cumalıkızık’a dönüştüğü anlatılır. Hiç kimse tarafından dillendirilmese de ya da bir yazılı belgede rastlanmasa da eski bir kayıтта Kızık-Şıhlar adının kullanıldığı görülmüştür. Eski Bursa tapu kayıtlarında Orta Kızık adının kullanıldığı

belirlenmektedir. Son olarak Cumalıkızık adının, cumhuriyetin ilk yıllarına rastlayan kayıtlardan biri olarak bahsedilen Bursa Vilayet Salnamesinde ve Hüdavendigar Vilayet Salnamelerinde, geçtiği bilinmektedir (Akkuş, 2009).

4.2. CUMALIKIZIK'IN DOĞAL, SOMUT VE SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS ÖGELERİ

Tarihin insan boyutlu izlerini en iyi yansıtan köylerden biri olan Cumalıkızık'ın kendisi gibi vakıf köyü olan civardaki diğer köyler ile birlikte, Bursa'nın han ve külliyesi ile güçlü finansal bağlar kurduğu ve bu sayede, Osmanlı Beyliği'nin İmparatorluğa yükselmesine çok büyük katkılar sağladığı anlatılmaktadır. Cumalıkızık köyünün, 2014 yılında UNESCO Dünya Miras listesinde "Bursa ve Cumalıkızık: Osmanlı İmparatorluğu'nun Doğuşu" adıyla yerini aldığı belirtilmektedir (Aslan, 2020).



Resim 4. Cumalıkızık köyü (Yıldırım Belediyesi, 2024)

Doğal ve somut, soyut kültürel kaynakları, otantik tarihi geçmişi ile Cumalıkızık etkin bir turistik destinasyon olmayı halen sürdürmektedir. Cumalıkızık'a ait doğal ve kültürel miras varlıkları şu şekilde sıralanabilir:

Somut kültürel varlıklar:

- **Cumalıkızık hamamı:** Bursa Vakıflar Bölge Müdürlüğü'nün arşivindeki belgelerin 1958'deki bir yangında yanmış olmasından dolayı Hamam Mahallesi'nde bulunan tarihi yapı hakkındaki bilgilere tam olarak ulaşılamadığı anlaşılmaktadır. 16. Yüzyılın sonuna tarihlendiği varsayılan hamama restorasyonla modern eklemeler ilave edildiği bilinmektedir. Köyün iki anıtsal yapısından biri olan hamam için ayrıca bölgedeki en eski tarihi yerleşim yapılarından biri olduğu söylenebilir. 1983'de bir restorasyon ve 1997 yılında basit bir çatı onarımı geçirmiştir (Yılmaz, 1999).
- **Cumalıkızık anıt çeşmesi:** Zekeriya Hatun Çeşmesi'nin, Cumalıkızık Camisi'nin doğu cephesinde bulunduğu ve çift merdivenin altında yer alan beşik tonozlu bir nişin içinde olduğu belirtilmektedir. Üzerinde “Sahibül hayrat vel hasenat Zekeriya Hatun Vakfıdır-Senet 1316” yazılı olan Osmanlıca kitabesi olduğu görülmektedir (KTB Bursa, 2023).



Resim 5. Cumalıkızık çeşmesi (Tripadvisor, 2023)

- **Cumalıkızık Camii:** Kesin olmamakla birlikte Vakıflar genel müdürlüğü verilerine göre 300 yıllık olduğu tahmin edilen camiinin yerinde, bugün, yeni inşa edilmiş haliyle bulunduğu anlaşılmaktadır. Halen kullanımda olan caminin kubbesiz ve dikdörtgen planlı inşa edildiği görülmektedir. Halen

kullanımda olan camii kubbesiz ve dikdörtgen planlı inşa edilmiştir. İki giriş kapılı olan camiinin bir kapısı doğu cephesinde diğerinin de batı cephesi ekseninde kuzeye kaydırılarak yapılmıştır. Camiinin 2 kapılı olma nedeninin eskiden yarısının okul diğer yarısının camii olarak kullanılmış olmasındandır. Daha sonra aradaki duvarın tamamen kaldırılarak camii sıfatıyla kullanılmaya başlandığı bilinmektedir (Yılmaz, 1999).



Resim 6. Cumalıkızık köyü camisi (Kültürenvanteri, 2023)

- **Cumalıkızık tarihi mezarlık:** Cumalıkızık köyünün girişinde sağ ve sol yönlerde olmak üzere iki mezarlık bulunmaktadır. Aslında eskiden birleşik halde iken aradan geçirilen yol ile ikiye ayrılmış olan mezarlıkta, Osmanlı Dönemi'ne ait eşsiz sanatsal özellikler gösteren mezar taşları olduğu belirtilmektedir. Toplamda 42 adet mezar taşının günümüze kadar ulaştığı anlaşılmaktadır. Taşların üzerindeki kitabe ve şekillerde ölen kişilerin kimlikleri hakkında bilgi içerdiği görülmektedir (Aslan, 2020).
- **Cumalıkızık Etnografya Müzesi ve Sanat Evi:** Cumalıkızık Etnografya Müzesi ve Sanat Evi, Geçmişten günümüze kadar gelen çeşitli ev, tarım ve av aletleri ile 240 parçalık bir koleksiyonu içerdiği belirtilmektedir. Günümüzde kaybolmak üzere olan pek çok halkın kültür değerlerini koruma

altına alma amacı ile kurulan Müze’de ayrıca Kızık Türk’lerinin hikayeleri ile Cumalıkızık ve Hanlar Bölgesi ile Sultan Külliyyelerine ait bilgiler içeren bir serginin de bulunduğu görülmektedir. 1992’den bu yana açık olan Müze’de ayrıca Orhan Gazi’nin (Osmanlı Devleti Padişahlarından) köye vermiş olduğu Berat’ın da yer aldığı belirtilmektedir (Aslan, 2020).



Resim 7. Cumalıkızık müzesi (gotoBursa, 2024)

- **Tarihi Cumalıkızık evleri:** Çeşitli yangın tehlikeleri atlatarak bugüne kadar gelebilmiş ahşap evler, gelecek nesillerin geçmişi anlayıp tanımak adına yapacakları yolculukta Osmanlı Dönemi’nin çok önemli sivil mimari yapıları olarak görülmektedir (Akıncıtürk, 2002). Evlerin neredeyse 700 yıla uzanan tarihi geçmişi betonarme olmadığı halde günümüze kadar ayakta kalmayı başarmış olmaları önemlidir. Genellikle 2 ve 3 katlı olarak inşa edilen evlerin ahşap kapama silmeleri, tarz olarak Sultan III. Selim dönemini yansıtmaktadır (Akkuş, 2009). Osmanlı Dönemi mimarisinin izlerini taşıyan ve yerleşim dokusu, yaşam şekli olarak vakıf köyü olma özelliklerini kuruluşundan itibaren halen taşımakta olan Cumalıkızık’taki 270 evden, günümüzde 180 tanesinin yerel halk tarafından kullanılmakta olduğu belirtilmektedir. (Türkiye Kültür Portalı, 2023). 57 adedi özgün Cumalıkızık özellikleri gösteren tescillenmiş evler, avlular da dahil olmak üzere zeminden başlayarak birinci kata kadar,

sokak döşemesine uyumlu olması amacıyla moloz taş ile birlikte ahşap hatıllı duvarla kaplanmıştır. Kafes içine alınan cumbalı evler, iç mekânın görünmesine engel olurken, tokmakları ve kulpları dövme demir kullanılarak yapılmış, çift kanatlı, genellikle ceviz ağacı tercih edilerek yapılan kapıların, yine dövme demirden yapılmış kuşaklar ve kocabaşlı çivilerle bağlı olduğu görülmektedir. İç kapıları tek kanatlı olan evlerde eşik vardır. Dışarı doğru uzanan geniş saçaklı evlerin çatıları tavan olmaksızın alaturka tarzı kiremitlerle örtülmüştür. Ahır, depo, mutfak, fırın ve ocak, tuvalet ve kümes zemin katta yer alırken, 1. Katta yatak odaları ve banyo ile ocak bulunmaktadır. Sıralı odaların, farklı özellikleri olan sofalara açıldığı ikinci katta, ayrıca sedirler ve eyvanlar da bulunmaktadır. Mübadeleye kadar evlerin yapımında Gürsu bölgesinde ikamet eden Rumların çalıştıkları söylenmektedir (Akkuş, 2009).



Resim 8. Tarihi Cumalıkızık köyü evleri (gotoBursa, 2024)



Resim 9. Tarihi Cumalıkızık köyü sokakları (gotoBursa, 2024)

Kınalı Kar Konağı:



Resim 10. Cumalıkızık kınalı kar konağı (bgazete, 2023)

- **Cin aralığı:** Yaklaşık olarak 2 ila 2,5 metre genişliğe sahip yolları, insan ve hayvanların geçebilmesine olanak verecek ölçüdedir. Eğimli dağ yamacında olması nedeniyle yağışlı ve soğuk iklim koşullarına göre yapılmış olan yolların kıvrımlı ve dar oldukları görülmektedir. Şeytan Çıkmazı da denilen 55-60 cm. enindeki sokak bugün Cin Aralığı adıyla anılan, köyün en dar sokağıdır (Akkuş, 2009).

“Cin aralığı” adı ile tanınan ve dünyanın en dar sokaklarından biri olduğu söylenen sokakla ilgili olarak efsanede şöyle anlatılmaktadır: Kurtuluş savaşı sırasında Yunan askerleri köyü basarak bütün köylüyü camiye toplayıp yakmak isterler. Bir fırsat yakalayıp camiden kaçan köylüler girdikleri sokakta ancak bir kişinin yan yana geçebileceği büyüklüğe sahip bir aralıkla karşılaşırlar. Sokağın girişinden bakılınca çıkmaz görünümde olan bu dar aralıktan kaçarak Türk askerlerinin bulunduğu tepeye varırlar. Yunan askerleri sokak girişine geldiklerinde aralığın sonunu göremedikleri için, köylülerin nasıl kaçtıklarını anlayamazlar ve çok şaşırırlar. Bunun cin işi olduğunu düşünerek buraya “Cin aralığı” derler. O günden beri de bu isimde anılmaktadır (Sezen, 2019).



Resim 11. Cin aralığı sokağı (Arkeolojikhaber, 2018)

➤ **Köy meydanı:**

Köyün hemen girişinde ziyaretçileri, hareketliliğin en yoğun olduğu köy meydanı karşılamaktadır.



Resim 12. Cumalıkızık köyü meydanı (Kaya, 2020)



Resim 13. Cumalıkızık köyü konakları ve restoranları (gotoBursa, 2024)

Somut olmayan kültürel varlıklar:

Son yıllarda televizyon dizi ve filmlerine olan yoğun ilgi, dizilere ürün yerleştirme sayesinde, izlenme oranlarında artışa neden olmaya başlamıştır.

Televizyon dizilerine ve filmlere konu olan mekanlar, çekici bir destinasyona dönüştürülerek ziyaretçilerde tekrardan gelme isteği uyandırabilmektedir. Oyuncular, film için yapılan müzikler, filmin konusu, izleyicide o destinasyona karşı bir merak ve bilgilenme isteği uyandırarak destinasyonun pazarlanmasına ve destinasyon imajına olumlu katkı sunacak etkiler yaratabilmektedir (Kuliyeva, 2012). Cumalıkızık'ta çekilen "Kınalı Kar" televizyon dizisinin de destinasyona tekrardan gelme niyetini arttırdığı söylenebilir.

Film çekimleri için kıymetli bir mekân olan Cumalıkızık, doğal güzellikleri ve kendine özgü tarihi dokusu nedeniyle, ziyaretçiler açısından da vazgeçilmez bir destinasyondur. "Kınalı Kar" filminin çekildiği konağın halen yemek hizmeti vermekte olduğu ve filmin etkisinin sürdüğü ziyaretçi akınından anlaşılabileceği belirtilmektedir (Aslan, 2020). "Yeşeren Düşler (dizi), Osmancık, Uzakta Bir Köy Var, Ateşten Gömlek, Nasreddin Hoca ve Yeniden Doğmak" Cumalıkızık'ın tanıtımına katkı sağlayan diğer önemli dizi ve filmlerdir (Çetin, 2010).

➤ **Cumalıkızık Gelenek ve Görenekleri:** Teknolojinin devreye girmesiyle birlikte, yaşamın bazı alanları (alt yapının oluşumu için yapılan çalışmalar vb.) değişse de bazı geleneklerin zamanla bozulmaya yüz tuttuğu, örneğin; giyim kuşamın artık yöresel olmaktan uzaklaştığı görülmektedir. Kadınların her alanda başat olduğu köy yaşamında, kız isteme, bebek doğumu ve askere uğurlama gibi özel günler için yapılan adetlerin devam ettiği belirtilmektedir. İmece yöntemi ile birlikte hazırlanan yöresel yemeklerin (kestaneli tarhana çorbası, mafiş tatlısı vb.) ortak yeme içme çalışmalarının, sosyal birlikteliği güçlendirmek amacıyla yapıldığı anlaşılmaktadır. Zamanla sosyal, ekonomik ve geleneksel yapısı değişse de şehir yapılaşmasından kendini uzak tutmayı başardığı söylenebilir.

Yemek kültürü, gelenek ve görenekleri ile de zengin bir somut olmayan mirasa sahiptir. Kayıtlara göre köyün en önemli gelir kaynaklarının bağcılık, harir (dut yaprağı), sebze, kestane üretimi olduğu bilinmektedir. Harir bahçelerinin yaygın olması köyde ipekböceği yetiştiriciliğinin yaygınlığını göstermekte ve Bursa'nın ipek üretimine katkı sunan önemli doğal varlıklar arasında olduğunu kanıtlamaktadır. Diğer

Üretim kaynakları arasında ev yemekleri (eitli meyve reçelleri, gözleme, makarna vb.) satışı ile köyde yetiştirilen kiraz, ahududu gibi meyvelerin pazarlaması ve pansiyonculuğun da önemli gelir kaynaklarından olduğu belirtilmektedir. (Akkuş, 2009).



Resim 14. Cumalıkızık'taki geleneksel ev eşyaları (Kınalı Kar filminden)
(IMDB., 2023)



Resim 15. Cumalıkızık köyü yemek kültürü (gotoBursa, 2024)



Resim 16. Cumalıkızık köyü yöresine özgü yiyecekler (bizevdeyokuz, 2024)



Resim 17. Cumalıkızık köy gelenek ve görenekleri (bizevdeyokuz, 2024)

➤ **Ahududu festivali:** İlki 1998 yılında düzenlenen ve her yıl Haziran ayının son haftasına programlanan “*Cumalıkızık Ahududu Şenliği*” köyün soyut kültür mirasının bir gelenek olarak yeni gelecek kuşaklara aktarılmasında ve hem ulusal hem de uluslararası düzeydeki tanıtımında önem arz etmektedir (Çetin, 2010). Cumalıkızık Köyü’nün UNESCO Dünya Kültür Mirası Listesine girmesinden tam bir yıl sonra şenlikten festivale dönüştürülmesi ile uluslararası düzeyde tanınmasına olanak sağlamıştır. Ayrıca Ahududu Festivali’ne katılımın birçok yerli ve yabancı ziyaretçi

tarafından tercih edilmesi nedeniyle turizm hareketliliğine büyük katkıda bulunduğu anlaşılmaktadır (Aslan, 2020).



Resim 18. Cumalıkızık ahududu festivali (AA, 2018)



Resim 19. Cumalıkızık köyü ahududu festivali (Yürekli, 2023)

Doğal miras varlıkları:

➤ **Anıt çınarlar:** Osmanlı Devleti'nin kurulduğu dönemlere uzanan çınar ağaçlarının anıtsal anlamı, Osmanlı'nın gücünü simgelemesi açısından önemli bulunmaktadır. Cumalıkızık köy meydanına yaklaşık çapları 4 ile 6 metre olduğu belirtilen 2 çınar ağacı bulunmakta, gösterişli gövdeleri ve dalları ile ziyaretçilerin dikkatini çekmektedir (Aslan, 2020).



Resim 20. Cumalıkızık anıt çınar (Kaya, 2020)

4.3. CUMALIKIZIK'TA TURİZM HAREKETİ

Cumalıkızık, tarihi kültür mirasa sahip bir köy olma özelliğinin yanı sıra önemli bir kırsal turizm alanı konumundadır. Köye gelen turistlere yönelik yapılan bir kırsal turizm araştırmasında, Türkiye'deki kırsal turizmi engelleyen unsurların araştırılıp çözümlenmesi hedeflenmiştir. Türkiye'de henüz gelişimini tamamlamamış olan kırsal turizmdeki sorununun, esasında konuyla ilgili paydaşların yetersiz ve sistemsiz ilişkileri nedeniyle oluşan sistematik bağın kurulamamasından kaynaklandığı belirtilmiştir. Konuyla ilgili olarak araştırmada bakanlık ve sivil toplum örgütlerinin harekete geçip bu alanda çalışma yapmalarının zorunlu görüldüğü belirtilmiştir (Sezen ve Boz, 2021).

Türkiye'deki sürdürülebilir turizm ve kalkınma için kırsal turizmin geliştirilmesinin son derece önemli olduğu bilinmelidir. Doğal çekiciliklerinin yanı sıra yerel yaşam kültürü ve yerel halkın konuksever yaklaşımlarının kültürel turizm açısından da bölgeye olumlu katkı sunacağı düşünülen Cumalıkızık köyü için bir yapılan bir araştırmada yerel halk açısından turizmi nasıl algıladıkları incelenmiştir. Araştırmaya katılanların %43.5' inin sektörde bir yakınının çalıştığı, %20'sinin bizzat çalıştıkları görülmüştür. Bu durum turizm istihdamının yeterli oranda gerçekleştiğini

göstermektedir. Turizm gelişiminde gerek işletmeler gerekse gelen ziyaretçiler açısından olumsuz bir sonuç görülmemiştir. Halihazırdaki mevcut durumun korunması için araştırmaya katılım gösterenlerin turizm gelişiminde olumlu tutum ve katkı sundukları belirlenmiştir. Ancak turizmin gelişiminde köydeki kamu hizmetlerinin yeterli olmadığı, ziyaretçilerin, bölge sakinleri ve işletmelerin kullandığı karayollarının geliştirilmediği anlaşılmıştır (Eren ve Aypek, 2012).

Cumalıkızık için yapılan bir başka nitel araştırmada 23 kişi ile görüşülmüştür. Küreselleşme sürecinde yaşanan dönüşüm nedeniyle tüketim alanı olarak dizayn edilen ve turistlerin uğrak yeri haline gelen Cumalıkızık'ta komşuluk ilişkileri ticari rekabet nedeniyle zayıflamıştır. Ticari rekabetin ön planda tutulduğu köyde yabancılara yönelik güvensizlik azalarak, yabancılar birer müşteri olarak algılanmaya başlanmıştır. Cumalıkızık köy kahvaltıları, hediyeelik eşyalar ve yeşil alanlar turistlere pazarlanmaktadır. Cumalıkızık'ta komşuluk ilişkilerinden ziyade tüketimin öncü bir rol taşıdığı anlaşılmıştır. Süreç içinde Cumalıkızık'taki mimaride değişim başlamış ve eskimiş yapıların tüketim ekonomisine dahil edildiği görülmüştür (Özen, 2021).

UNESCO'nun 2014 yılında "kültürel kategoride değerlendirip, Dünya Miras Listesi'ne aldığı Bursa ve Cumalıkızık: Osmanlı İmparatorluğu'nun Doğusu" Dünya Miras Alanı çerçevesinde Cumalıkızık kendine özgü mimarisi ile alternatif seyahat planlayanlar için vazgeçilmez bir kırsal ve kültür turizmi köyü olduğu anlaşılmıştır. Dizi filmlere ev sahipliği de yapan Cumalıkızık'ın bölgedeki turizmin gelişmesine önemli katkı sağladığı görülmektedir. Dizi film çekimleri sonrası köye olan talep artışının bugün ticari bir fayda olarak kullanıldığı görülmektedir. Kahvaltı evi olarak hizmet veren pek çok mekâna yapılan eklemelerin otantik görünümü olumsuz etkilediği vurgulanmaktadır. Köy meydanı ve sokaklarda tezgâh üzeri ya da konutların duvarlarına asılarak yapılan hediyeelik eşya satıcılığı, köye ait yerel ürünler yerine Çin malı eşyaların satılıyor olması nedeniyle üretimin de zayıfladığı söylenebilir. Köylünün üretimi bırakarak turizme yönelmesi ve özellikle hafta sonları aşırı ziyaretçi akını yaşayan köyde, halkın asıl işlerini bırakarak ziyaretçilere hizmet vermeye başlaması nedeniyle de son zamanlarda köyün sakin yaşamından uzaklaşarak, kalabalıklara teslim olduğu görülmektedir (Aktürk vd., 2019).

Cumalıkızık'ta turizmin gelişimi ile birlikte kırsal yapı aşınmaya uğramış ve aşırı turizm Cumalıkızık köyünü tüketim alanına dönüştürmeye başlamıştır. Bu süreçte Cumalıkızık'ın tarihi mimarisinde değişimler görülmüş ve soylulaştırma hareketleri fiziksel yapıya zarar vermeye başlamıştır. Bu süreçte UNESCO tarafından koruma altına alınan Cumalıkızık köyü, ulusal ve uluslararası alanda ününü arttıran ve yabancı turistlerin uğrak yeri olmuştur (Özen, 2021). Geleneksel Osmanlı mimarisi ve sokak dokusu, yaşam biçimini geçmişten günümüze koruyabilen yapısı ile eşsizdir. Cumalıkızık, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü tarafından yapılan çalışmada, 2022 En İyi Turizm Köyleri listesi ve Geliştirme Programı çerçevesinde “Dünyanın En İyi Turizm Geliştirme Köyü” seçilmiştir. Kültürel ve doğal kaynaklar, kültürel değerlerin korunması ve tanıtılması, ekonomik sürdürülebilirlik, çevresel sürdürülebilirlik, turizmin gelişimi ile değer zincirinin entegrasyonu, altyapı ve erişilebilirlik, sağlık, emniyet ve güvenlikten oluşan dokuz kriter üzerinden değerlendirilmelerin gerçekleştirildiği yarışmaya 57 ülkeden, 130 başvurunun yapıldığı belirtilmektedir (UNWTO, 2022).

BEŞİNCİ BÖLÜM

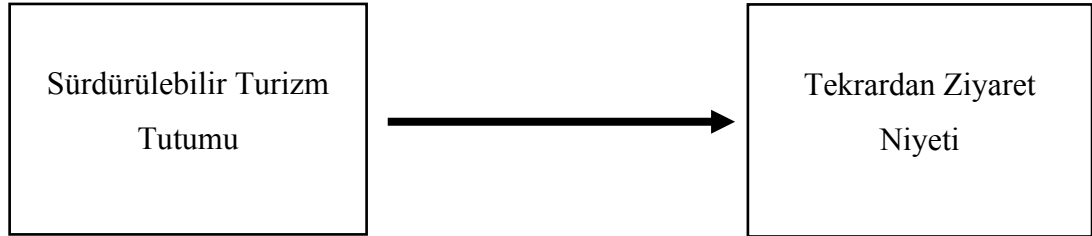
5. YÖNTEM

5.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Sürdürülebilir turizm kapsamında, aşırı turizm olgusunun Cumalıkızık Köyü'nde somut ve soyut kültürel miras öğelerini nasıl etkilediği ve bu bağlamda, ziyaretçilerin sürdürülebilir turizm tutumlarının tekrardan gelme niyeti üzerindeki etkisinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmanın bu noktada literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

5.2. ARAŞTIRMA SORUSU VE HİPOTEZLERİ

Araştırmanın temel sorusu; ziyaretçilerin sürdürülebilir turizm tutumlarının tekrardan gelme niyeti üzerinde etkisi bulunmasıdır.



Şekil 5. Araştırma sorusu

Çalışmanın hipotezleri ise şunlardır;

H1. Araştırmaya katılan katılımcıların DEMOGRAFİK özelliklerine göre sürdürülebilir turizm tutumu sorularına verdikleri yanıtlar farklılık göstermektedir.

- H1a. Araştırmaya katılan katılımcıların CİNSİYET özelliklerine göre sürdürülebilir turizm tutumu sorularına verdikleri yanıtlar farklılık göstermektedir.

- H1b. Araştırmaya katılan katılımcıların YAŞ özelliklerine göre sürdürülebilir turizm tutumu sorularına verdikleri yanıtlar farklılık göstermektedir.
- H1c. Araştırmaya katılan katılımcıların MEDENİ DURUM özelliklerine göre sürdürülebilir turizm tutumu sorularına verdikleri yanıtlar farklılık göstermektedir.
- H1d. Araştırmaya katılan katılımcıların EĞİTİM DURUMU özelliklerine göre sürdürülebilir turizm tutumu sorularına verdikleri yanıtlar farklılık göstermektedir.
- H1e. Araştırmaya katılan katılımcıların GELİR DURUMU özelliklerine göre sürdürülebilir turizm tutumu sorularına verdikleri yanıtlar farklılık göstermektedir.
- H1f. Araştırmaya katılan katılımcıların MESLEKİ DURUM özelliklerine göre sürdürülebilir turizm tutumu sorularına verdikleri yanıtlar farklılık göstermektedir.
- H1g. Araştırmaya katılan katılımcıların sürdürülebilir turizm tutumuna ilişkin yanıtları Cumalıkızık destinasyonunu ziyaret sıklıklarına göre farklılık göstermektedir.

H2. Araştırmaya katılan katılımcıların TEKRARDAN ZİYARET ETME NİYETİNE yönelik verdikleri yanıtlar farklılık göstermektedir.

- H2a. Araştırmaya katılan katılımcıların tekrardan ziyaret etme niyetine yönelik verdikleri yanıtlar CİNSİYETE göre farklılık göstermektedir.
- H2b. Araştırmaya katılan katılımcıların tekrardan ziyaret etme niyetine yönelik verdikleri yanıtlar YAŞA göre farklılık göstermektedir.
- H2c. Araştırmaya katılan katılımcıların tekrardan ziyaret etme niyetine yönelik verdikleri yanıtlar MEDENİ DURUMA göre farklılık göstermektedir.
- H2d. Araştırmaya katılan katılımcıların tekrardan ziyaret etme niyetine yönelik verdikleri yanıtlar EĞİTİM DURUMUNA göre farklılık göstermektedir.
- H2e. Araştırmaya katılan katılımcıların tekrardan ziyaret etme niyetine yönelik verdikleri yanıtlar GELİR DURUMUNA göre farklılık göstermektedir.
- H2f. Araştırmaya katılan katılımcıların tekrardan ziyaret etme niyetine yönelik verdikleri yanıtlar MESLEKİ DURUMA göre farklılık göstermektedir.

- H2g. Araştırmaya katılan katılımcıların tekrardan ziyaret etme niyetine yönelik verdikleri yanıtlar CUMALIKIZIK destinasyonunu ziyaret etme sıklıklarına göre farklılık göstermektedir.

H3. Sürdürülebilir Turizm Tutumu ve Tekrardan Ziyaret Etme Niyeti arasında bir ilişki vardır.

H4. Sürdürülebilir Turizm Tutumunun Tekrardan Ziyaret Etme Niyeti Üzerine etkisi vardır.

5.3. MATERYAL VE METOT

Araştırma nicel bir çalışmadır ve Cumalıkızık destinasyonu üzerinde ziyaretçiler ile her yaş gurubundan katılımcılara yönelik bir anket çalışması ile gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında kullanılan ölçeklerin (Çamlıca, 2014) izinleri alınmıştır. Anketlerden elde edilen veriler SPSS 25.0 paket program ile analiz edilmiştir. AMOS 23.0 programı ile DFA “Doğrulayıcı Faktör Analizi” yapılmıştır. Ölçeklerin güvenilirlikleri ve geçerlikleri kontrol edilmiştir. Faktör analizi ile ölçekteki maddelerin faktör dağılımlarına, ayrıca verilerin normal dağılıp dağılmadığına bakılmıştır. Çalışmada ana hipotezler ve alt hipotezler kapsamında; H₁ ve H₂ için Farklılık Hipotez Testleri, H₃ için Korelasyon analizi ve H₄ için Regresyon analizi yapılması uygun görülmüştür. Analizler kapsamında, katılımcıların demografik özelliklerini ölçmek için tanımlayıcı frekans analizleri, farklılıkları tespit etmek için hipotez testleri, sürdürülebilirlik tutumları ve tekrardan gelme niyeti arasındaki ilişkiyi ölçmek için korelasyon analizi, etkiyi görmek için regresyon analizi yapılmıştır.

5.3.1. Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini Cumalıkızık destinasyonunu ziyaret eden turistler oluşturmaktadır. Çalışmanın örnekleminde ise, Sekaran (1992)’nin belirli evrenler örnek büyüklükleri tablosu esas alınmış, 10000 kişiden büyük evrenlerden 384 sayısına ulaşılması hedeflenmiştir. Ayrıca çalışmada olasılığa dayalı olmayan örnekleme tekniklerinden amaçlı örnekleme kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme,

araştırmacının kendi gözlemlerine dayanarak çalışma problemiyle ilgili olduğuna inandığı belirli kriterlere göre katılımcıları seçmesine olanak tanır. Bu örnekleme tekniği, araştırmacının değerlendirmesine dayanarak, çalışma probleminin çözüleceği ve ihtiyaç duyulan bilgilerin örnekleme dahil edilen katılımcılarla toplanacağı varsayımını yapmaktadır (Altunışık vd., 2010; Gürbüz ve Şahin, 2014).

5.3.2. Çalışmanın Geçerliliği, Güvenilirliği ve Kısıtları

Bir ölçme aracı ile aynı koşullar altında tekrarlanan ölçümler sonucunda elde edilen ölçüm değerlerinin kararlılığı güvenilirlik ile ifade edilir. Ölçeğin kararlı özelliklere sahip olduğuna, hatasız olduğuna ve aynı amaçla yapılabilecek bir sonraki ölçümde de aynı sonuçların elde edileceğine dair güven duygusu, güvenilir bir ölçeğin sunduğu bilgilerle sağlanır (Ercan ve Kan, 2004). Ölçümler tekrarlandığında tutarlı sonuçlar elde edilmesi olarak tanımlanan güvenilirliği test etmenin çeşitli yolları vardır (Nakip, 2013). Bu çalışmada ölçeklerin güvenilirliğini değerlendirmek için "cronbach alpha" tekniği kullanılmıştır. Cronbach alfa yönteminde ölçek maddelerinin iç tutarlılığı ve homojenliği Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı ile gösterilmektedir. "Ölçekte yer alan soruların birbiriyle tutarlı olması ve aynı özelliğin unsurlarını ortaya koyması" olasılığı Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı ile artmaktadır. Likert tipi bir ölçekte yeterli kabul edilen güvenilirlik katsayısı mümkün olduğunca 1'e yakın olmalıdır. Literatürde 0,50'den büyük Cronbach alfa güvenilirlik değerleri, ölçeklerin iç tutarlılığı için öngörülen sınırlar olarak tanımlanmaktadır (Çalışkan ve Çınar, 2012). Her iki ölçeğin geneli için yapılan değerlendirmelerde güvenilirlik değerleri %50'nin üzerinde bulunmuş ve ölçeklerin yüksek derecede güvenilir oldukları görülmüştür. Bu da çalışmada kullanılan ölçeğin içsel tutarlılıklarının iyi olduğunu göstermektedir.

Ölçeklerin geçerlilik incelemesi, güvenilirlik analizinin ardından gerçekleştirilmiştir. Teorik anlayışın ve gözlemlenebilir verilerin oluşturulan test veya ölçek puanları üzerinde doğrulanması geçerlilik olarak bilinir. Geçerlilik tanımlarının çoğu üç anahtar kavrama vurgu yapmaktadır. Şencan'a (2005) göre, dikkate alınması gereken üç önemli faktör vardır: Birincisi, ölçme aracı ölçülecek özellik için yeterli midir; ikincisi, ölçüm doğru ve yönetmeliklere uygun olarak mı yapılmaktadır ve üçüncüsü, ölçüm verileri değerlendirilecek özelliği gerçekten yansıtmakta mıdır?

Geçerli bir ölçeğin güvenilir olduğu da düşünülmektedir (Nakip, 2013). İlgilenilen senaryoyu ölçebilecek soruların konunun uzmanları tarafından yanıtlanma derecesi, çalışmanın geçerliliğinin nasıl değerlendirildiğidir (Karagöz, 2017). Çalışmada konunun uzmanlarıyla yapılan görüş alışverişlerinde, uzmanlar tarafından incelenen anketin araştırma konusunu ölçebilecek nitelikte soruları kapsadığı ortaya konulmuştur.

Pilot uygulama, araştırma tasarım hatası ve ifade hataları gibi olası hatalardan kaçınabilmek amacıyla, anketin nihai uygulamada deneklere dağıtılmadan önce akademisyenler, meslektaşlar, profesyoneller veya deneklerle benzer özellik gösteren en az 10 kişiye uygulanmasıdır (Altunışık vd., 2010). Çalışmanın pilot uygulaması, Cumalıkızık köyünü ziyaret eden 86 yerli turist ile yüz yüze görüşülerek gerçekleştirilmiş olup elde edilen veriler sosyal bilimler için kullanılan istatistik programı ile analiz edilmiştir. Anket formunu doldurturken anketin araştırma konusuna yönelik verileri sağlayıp sağlayamayacağına, soruların doğru anlaşılıp anlaşılmadığına odaklanılmıştır. Bu nedenle pilot uygulamada anketteki ifadelerin anlaşılabilirliği, yazım dilinin sadeliği ve okunabilirliği, incitici/rahatsız edici soruların veya hassas konuların olup olmadığı konusunda görüş alışverişleri yapılmıştır. Pilot uygulama sonucunda ankette hatalı veya eksik ifadelerin olmadığı, anketin sade ve anlaşılır bir dille hazırlanmış olduğu ve ankette denekleri incitecek veya rahatsız edebilecek ifadelere yer verilmediği anlaşılmıştır. Çalışmanın kısıtları ise şunlardır:

- Çalışma kesitsel bir çalışmadır.
- Bölgeye iç turistlerin daha çok geliyor oluşu nedeniyle yerli turistlerle yapılmıştır.

5.3.3. Veri Toplama Aracı

Çalışmada veri toplamak için anket tekniği kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan ölçekler anket formları aracılığıyla turistlere uygulanmıştır. Çalışmanın amacına uygun olarak hazırlanan anket formu (EK-1) Cumalıkızık'a gelen turistlerin sürdürülebilir turizm kapsamındaki tutumlarını ve tekrar ziyaret etme niyetini belirlemek amacıyla çeşitli soruları içermektedir. Anketin ilk bölümü 36 maddelik

sorudan oluşmaktadır. Bu sorular, sürdürülebilir turizmde en önemli rolü hangi kişi ya da kuruluşların oynadığını tespit etmeyi amaçlarken, katılımcıların sürdürülebilir turizm hakkındaki görüşlerini ölçmektedir. Çalışmada ifadeleri ölçmek amacıyla “1-Kesinlikle Katılmıyorum”, “2-Katılmıyorum”, “3-Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum”, “4-Katılıyorum”, “5-Kesinlikle Katılıyorum” cevap kategorisinden oluşan 5’li Likert Tipi Ölçek kullanılmıştır. Anketin ikinci bölümü ise 12 sorudan oluşan katılımcıların özelliklerini tespit eden demografik değişkenleri içermektedir. Sürdürülebilir Turizm Tutumları için kullanılan ölçeğin güvenirliği, geneli için değerlendirildiğinde 0.806 olarak bulunmuştur. Ölçeğin güvenirliği yüksektir (Kayış, 2010).

Çalışmada, Sırakaya-Türk vd. (2008) tarafından geliştirilen Sürdürülebilir Turizm Tutum Ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin Türkçe uyarlaması Altıntaş’tan (2010) alınmıştır. Çalışmada kullanılan ölçek, sosyal, ekonomik, çevresel olarak 3 boyut şeklinde (EK-2) değerlendirilmiştir. Her bir boyut altında sürdürülebilir turizm tutumu ve tekrar ziyaret niyetine ilişkin ifadeler yer almaktadır. Tekrar ziyaret niyeti ölçümüne yönelik ifadeler Huang ve Hsu (2009)’ dan alınmıştır. Ölçekteki temel tutumlar yukarda belirtilen Sürdürülebilir Turizm Tutum ölçeği ile aynı şekilde değerlendirilmiştir. Tekrardan ziyaret niyetine yönelik yapılan ölçeğin güvenirliği 0.756 olarak bulunmuştur. Bu durumda her ölçeğin yüksek güvenirliğe sahip olduğu, içsel tutarlılıkları açısından da güvenilir olarak kabul edilebilir.

5.3.4. Verilerin Analizi ve Bulgular

Araştırmada elde edilen veriler SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows 25.0 ve AMOS (Analysis of Moment Structures) 23.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Ölçeklerin güvenirliğini test etmek amacıyla “Güvenilirlik Analizi”, yapı geçerliliği test etmek için SPSS programı kullanılarak “Açıklayıcı Faktör Analizi”, AMOS programı kullanılarak “Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)” yapılmıştır.

YEM’in (Yapısal Eşitlik Modeli) yapılabilmesi için veri setinin çok değişkenli normal dağılımı sağlaması gerekmektedir (Byrne, 2001). Bu bağlamda çok değişkenli uç değerler Mahalanobis uzaklık değerleri ile incelenmiştir. Sıfıra yakın veya negatif

değerli gözlemlerin bulunduğu çok değişkenli ve yüksek hacimli veri setlerinde aykırı değerlerin tespiti için gözlemler arası ilişkiye dayalı Mahalanobis ölçütü önerilmektedir (Johnson ve Wichern, 2002).

Aykırı değerler, hata varyansının değerini arttırdığından istatistiksel testlerin güçleri üzerinde de etkili olmaktadır. Bu nedenle istatistiksel testlerden önce aykırı değerler incelenmiş ve veri setlerinde mevcut olup olmadığına bakılmıştır. Aykırı-uç değerlerin varlığı Mahalanobis yöntemiyle tespit edilmiş ve çoklu normallik kriteri sağlanmıştır. Kullanılan verilerin normal dağılıma uygunluğu test edilmiştir. Normal dağılıma uygunluk Q-Q Plot çizimi ile incelenebilir (Chan, 2003). Ayrıca, kullanılan verilerin normal dağılım göstermesi çarpıklık ve basıklık değerlerinin ± 3 arasında olmasına bağlıdır (Shao, 2002).

Normal dağılıma sahip verilerde niceliksel verilerin karşılaştırılmasında iki bağımsız grup arasındaki fark için bağımsız t testi, ikiden fazla bağımsız grup karşılaştırılmasında ise tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkiyi test etmek için Pearson korelasyon ve kurulan modellerin testi için regresyon analizi uygulanmıştır.

Tablo 2. Araştırmaya katılan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre dağılımı

Değişkenler		n	%
Cinsiyet	Kadın	168	47.7
	Erkek	184	52.3
Yaş	20 ve altı	46	13.1
	21-30	109	31.0
	31-40	97	27.6
	41-50	54	15.3
	51 ve üzeri	46	13.1
Medeni durum	Bekâr	150	42.6
	Evli	202	57.4
Eğitim durumu	İlköğretim	19	5.4
	Ortaöğretim	42	11.9
	Lise	124	35.2

Değişkenler		n	%
	Lisans	128	36,4
	Lisansüstü	30	8,5
	Doktora	9	2,6
Gelir durumu	3000 TL'den az	37	10,5
	3001-5000 TL	88	25,0
	5001- 7000 TL	78	22,2
	7001-9000 TL	68	19,3
	9001 TL'den fazla	81	23,0
Meslek	Özel sektör	74	21,0
	Kamu sektörü	53	15,1
	Esnaf	50	14,2
	Emekli	48	13,6
	Öğrenci	77	21,9
	Diğer	50	14,2
Ziyaret amacı	Dinlenme	88	25,0
	Gezi ve eğlence faaliyetleri	89	25,3
	Akraba arkadaş ziyaretleri	44	12,5
	Eğitim staj	29	8,2
	Kültür faaliyetleri	66	18,8
	Gastronomi	20	5,7
	Gezi fotoğrafçılığı	16	4,5
Ziyaret sıklığı	İlk defa	208	59,1
	2. defa	94	26,7
	2'den fazla	33	9,4
	Düzenli olarak	17	4,8
Ziyaret edilen mevsim	İlkbahar	92	26,1
	Yaz	138	39,2
	Sonbahar	93	26,4
	Kış	29	8,2
Destinasyon bilgisi	İnternet/sosyal medya	105	29,8
	Tur operatörleri/ seyahat acentaları	66	18,8
	Referans aile arkadaş	85	24,1
	Yazılı basın (dergi, gazete vs.)	23	6,5
	Turizm fuarları	31	8,8
	Kitlesel medya (televizyon)	22	6,3
	Önceki deneyimler	20	5,7

Değişkenler		n	%
Ziyareti yapma şekli	Günübirlik	194	55,1
	Konaklamalı	158	44,9
Ziyaretin iyi olması istenilen	Konaklama	65	18,5
	Ulaşım	74	21,0
	Rehberlik	70	19,9
	Yiyecek-içecek	73	20,7
	Eğlence	47	13,4
	Yerel halkla iletişim	23	6,5
Toplam		352	100,0

Araştırmaya katılan katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre dağılımı tabloda verilmiştir. Katılımcıların cinsiyet ile ilgili dağılımı incelendiğinde %47.7'sinin kadın, %52.3'ünün erkek olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaş ile ilgili dağılımı incelendiğinde %13.1'inin 20 ve altı, %31'inin 21-30 arası, %%27.6'sının 31-40 arası, %15.3'ünün 41-50 arası, %13.1'inin 51 ve üzeri cevabını verdiği görülmektedir. Katılımcıların medeni durum ile ilgili dağılımı incelendiğinde %42.6'sının bekar, %57.4'ünün evli cevabını verdiği görülmektedir. Katılımcıların eğitim durumu ile ilgili dağılımı incelendiğinde %5.4'ünün ilköğretim, %11.9'unun ortaöğretim, %35.2'sinin lise, %36.4'ünün lisans, %8.5'inin lisansüstü, %2.6'sının doktora cevabını verdiği görülmektedir. Katılımcıların gelir durumu ile ilgili dağılımı incelendiğinde %10.5'inin 3000 TL'den az, %25'inin 3001-5000 TL arası, %22.2'sinin 5001-7000 TL arası, %19.3'ünün 7001-9000 TL arası, %23'ünün 9001 TL'den fazla cevabını verdiği görülmektedir.

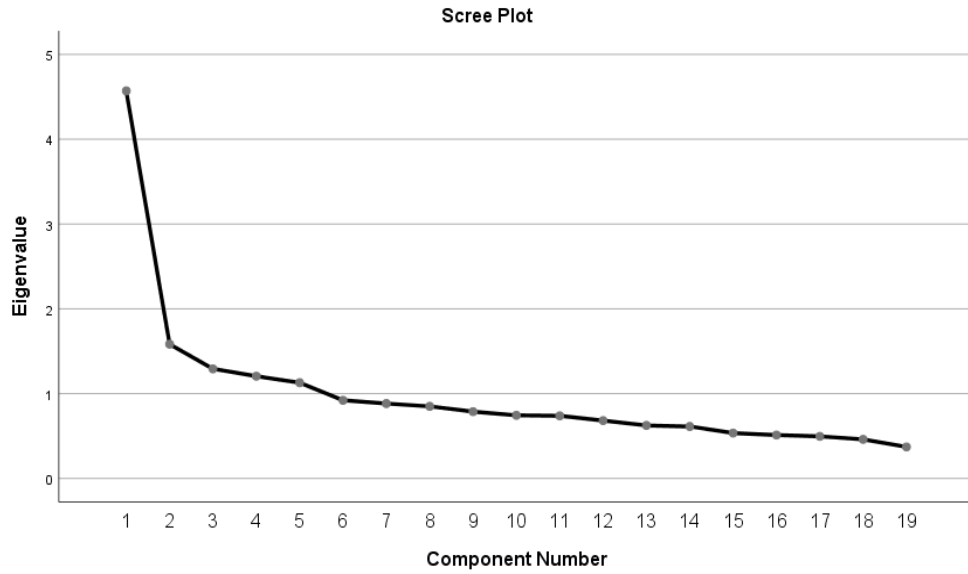
Katılımcıların meslek ile ilgili dağılımı incelendiğinde %21'inin özel sektör, %15.1'inin kamu sektörü, %14.2'sinin esnaf, %13.6'sının emekli, %21.9'unun öğrenci, %14.2'sinin diğer cevabını verdiği görülmektedir. Katılımcıların ziyaret amacı ile ilgili dağılımı incelendiğinde %25'inin dinlenme, %25.3'ünün gezi ve eğlence faaliyetleri, %12.5'inin akraba arkadaş ziyaretleri, %8.2'sinin eğitim staj, %18.8'inin kültür faaliyetleri, %5.7'sinin gastronomi, %4.5'inin gezi fotoğrafçılığı cevabını verdiği görülmektedir. Katılımcıların ziyaret sıklığı ile ilgili dağılımı incelendiğinde %59.1'inin ilk defa, %26.7'sinin 2.defa, %9.4'ünün 2'den fazla, %4.8'inin düzenli olarak cevabını verdiği görülmektedir. Katılımcıların ziyaret edilen

mevsim ile ilgili dağılımı incelendiğinde %26.1'inin ilkbahar, %39.2'sinin yaz, %26.4'ünün sonbahar, %8.2'sinin kış cevabını verdiği görülmektedir. Katılımcıların destinasyon bilgisi ile ilgili dağılımı incelendiğinde %29.8'inin internet/sosyal medya, %18.8'inin tur operatörleri/seyahat acentaları, %24.1'inin referans aile arkadaş, %6.5'inin yazılı basın (dergi, gazete vs.), %8.8'inin turizm fuarları, %6.3'ünün kitlesel medya(televizyon), %5.7'sinin önceki deneyimler cevabını verdiği görülmektedir. Katılımcıların ziyareti yapma şekli ile ilgili dağılımı incelendiğinde %55.1'inin günübirlik, %44.9'unun konaklamalı cevabını verdiği görülmektedir. Katılımcıların ziyaretin iyi olması istenilen ile ilgili dağılımı incelendiğinde %18.5'inin konaklama, %21'inin ulaşım, %19.9'unun rehberlik, %20.7'sinin yiyecek-içecek, %13.4'ünün eğlence, %6.5'inin yerel halka iletişim cevabını verdiği görülmektedir.

Tablo 3. Sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeğinin açıklayıcı faktör analizi sonuçları

İfadeler	Faktörler					Toplam Madde Korelasyonu
	F1: Aşırı Turizmin Önlenmesi ve Sürdürülebilir Gelişim	F2: Etkin Sürdürülebilir Yönetim	F3: Sürdürülebilirliğin Desteklenmesi	F4: Sosyal Sürdürülebilirlik	F5: Doğal ve Kültürel Sürdürülebilirlik	
STIT30	0.721					0.491
STIT23	0.637					0.535
STIT32	0.604					0.389
STIT24	0.567					0.474
STIT31	0.559					0.409
STIT6		0.628				0.425
STIT5		0.621				0.530
STIT15		0.602				0.335
STIT22		0.558				0.415
STIT26		0.549				0.423
STIT12			0.697			0.354
STIT18			0.651			0.394
STIT19			0.590			0.407
STIT8				0.724		0.377
STIT10				0.705		0.333
STIT7				0.687		0.393
STIT9					0.810	0.400
STIT3					0.633	0.251
STIT1					0.534	0.316
Güvenirlilik	0.702	0.671	0.574	0.557	0.501	0.806

İfadeler	Faktörler					Toplam Madde Korelasyonu
	F1: Aşırı Turizmin Önlenmesi ve Sürdürülebilir Gelişim	F2: Etkin Sürdürülebilir Yönetim	F3: Sürdürülebilirliğin Desteklenmesi	F4: Sosyal Sürdürülebilirlik	F5: Doğal ve Kültürel Sürdürülebilirlik	
Açıklanan Varyans (%)	12.939	11.631	9.948	8.871	8.087	51.476
KMO =0.832; $\chi^2(171) =1295.796$; Bartlett Küresellik Testi (p) = 0.000						

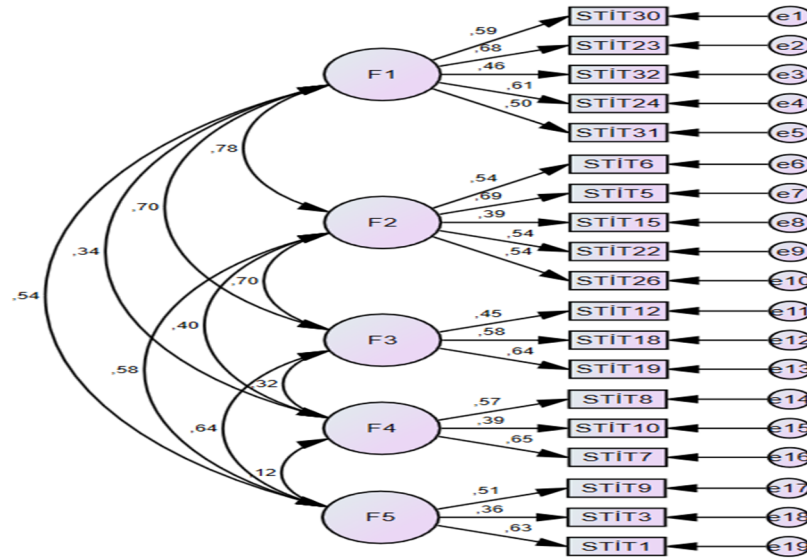


Şekil 6. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri sonuçları

Açıklayıcı faktör analizi uygulamasından önce, örneklem büyüklüğünün faktör analizi yapmaya uygun olup olmadığını test etmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi uygulanmıştır. Analiz sonucunda KMO değerinin 0.832 olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç doğrultusunda, örneklem yeterliliğinin faktör analizi yapmak için “yeterli” olduğu sonucuna ulaşılmıştır. KMO değeri olarak 0.5-1.0 arası değerler kabul edilebilir olarak değerlendirilirken, 0.5’in altındaki değerler faktör analizinin söz konusu veri seti için uygun olmadığını göstergesidir (Altunışık vd., 2010). Ayrıca Bartlett Küresellik testi sonuçları incelendiğinde, elde edilen ki kare değerinin kabul edilebilir olduğu görülmüştür $\chi^2(171) =1295.796$, $p<0.05$).

Ölçeğin faktör desenini ortaya koymak amacıyla yapılan açıklayıcı faktör analizinde, faktör yükü düşük olan 13 madde ölçekten çıkarılmış (STİT2, STİT4, STİT11, STİT13, STİT14, STİT16, STİT17, STİT20, STİT21, STİT25, STİT27, STİT28, STİT29) ve geriye kalan 19 madde 5 alt boyutta toplanmıştır. Bu faktörler toplam varyansın %51.476'sını açıklamaktadır. Çok faktörlü desenlerde, açıklanan varyansın %50'nin üzerinde olması yeterli olarak kabul edilir (Büyüköztürk, 2007).

Ölçeğin güvenirliği değerlendirildiğinde, ölçeğin geneli için 0.806 olarak bulunmuş ve iyi derecede güvenilirliğe sahip olduğu tespit edilmiştir. Cronbach Alfa değerlerinin 0.60'tan büyük olması, kullanılan ölçeklerin güvenilir olduğunu göstermektedir. Bu da çalışmada kullanılan ölçeğin içsel tutarlılıklarının iyi olduğunu göstermektedir (Özdamar, 2016).



Şekil 7. Sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeğinin birinci düzey çok faktörlü doğrulayıcı faktör analizine ait model.

Tablo 4. Sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeğinin birinci düzey çok faktörlü doğrulayıcı faktör analizi sonuçları

Faktörler	İfadeler	Faktör Yüğü	Standart Hata	t	p
	STİT30	0.586	-	-	-
	STİT23	0.682	0.114	8.936	***

F1: Aşırı Turizmin Önlenmesi ve Sürdürülebilir Gelişim	STİT32	0.464	0.111	6.858	***
	STİT24	0.610	0.123	8.358	***
	STİT31	0.498	0.104	7.239	***
F2: Etkin Sürdürülebilir Yönetim	STİT6	0.544	-	-	-
	STİT5	0.691	0.163	8.398	***
	STİT15	0.388	0.133	5.739	***
	STİT22	0.536	0.137	7.270	***
	STİT26	0.538	0.148	7.287	***
F3: Sürdürülebilirliğin Desteklenmesi	STİT12	0.449	-	-	-
	STİT18	0.581	0.192	6.156	***
	STİT19	0.644	0.199	6.366	***
F4: Sosyal Sürdürülebilirlik	STİT8	0.574	-	-	-
	STİT10	0.395	0.143	4.760	***
	STİT7	0.646	0.223	5.136	***
F5: Doğal ve Kültürel Sürdürülebilirlik	STİT9	0.507	-	-	-
	STİT3	0.362	0.127	4.548	***
	STİT1	0.630	0.231	5.806	***

***p<0.05

Değişkenler arası korelasyonlar incelendiğinde maddelerin faktör yüklerinin 0.30'un üzerinde olduğu ve tüm korelasyon ilişkilerinin anlamlı olduğu görülmektedir.

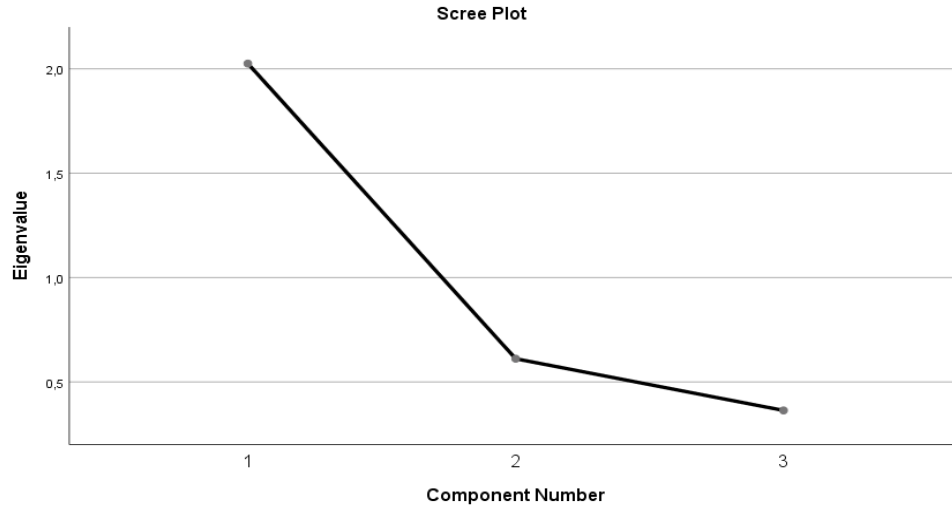
Tablo 5. Sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeğinin yapısal modelin uyum iyiliği değerleri

	Yapısal Modeli Değerleri	Tavsiye Edilen Değerler
CMIN/DF	1.769	≤5
RMSEA	0.047	≤0.10
GFI	0.935	≥0.80
AGFI	0.913	≥0.80
CFI	0.905	≥0.80
TLI	0.886	≥0.80
IFI	0.907	≥0.80
NFI	0.810	≥0.80
SRMR	0.056	≤0.10

Doğrulayıcı faktör analizine göre, ölçeği oluşturan 19 madde 5 alt boyutlu ölçek yapısıyla ilişkili olduğu belirlenmiştir (Tablo 5.4). Uyum indisi hesaplamalarında uyum indisleri için kabul edilen değerlerin sağlandığı tabloda gösterilmiştir.

Tablo 6. Tekrardan ziyaret etme ölçeğinin açıklayıcı faktör analizi

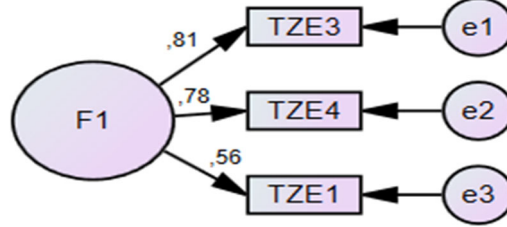
İfadeler	Faktörler	Toplam Madde Korelasyonu
	F1: Tekrar Ziyaret Etme	
TZE3	0.861	0.642
TZE4	0.853	0.628
TZE1	0.747	0.494
Güvenirlilik	0.756	
Açıklanan Varyans (%)	67.508	
KMO =0.663; $\chi^2(3) =278.781$; Bartlett Küresellik Testi (p) = 0.000		



Şekil 8. Bartlett küresellik testi değeri sonuçları

Analiz sonucunda KMO değerinin 0.8663 olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç doğrultusunda, örneklem yeterliliğinin faktör analizi yapmak için “yeterli” olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca Bartlett Küresellik testi sonuçları incelendiğinde, elde edilen ki kare değerinin kabul edilebilir olduğu görülmüştür $\chi^2(3) =278.781$, $p<0.05$). Ölçeğin faktör desenini ortaya koymak amacıyla yapılan açıklayıcı faktör analizinde, faktör yükü düşük olan 1 madde ölçekten çıkarılmış (TZE2) ve geriye kalan 3 madde

tek alt boyutta toplanmıştır. Bu faktörler toplam varyansın %67.508'ini açıklamaktadır.



Şekil 9. Tekrar ziyaret etme ölçeğinin tek faktörlü doğrulayıcı faktör analizine ait model

Tek faktörlü desenlerde, açıklanan varyansın %40'ın üzerinde olması yeterli olarak kabul edilir (Büyüköztürk, 2007). Ölçeğin güvenirliği değerlendirildiğinde, ölçeğin geneli için 0.756 olarak bulunmuş ve iyi derecede güvenilirliğe sahip olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 7. Tekrar ziyaret etme ölçeğinin tek faktörlü doğrulayıcı faktörlü doğrulayıcı faktör analizi sonuçları

Faktörler	İfadeler	Faktör Yüğü	Standart Hata	t	p
F1: Tekrar Ziyaret Etme	TZE3	0.813	-	-	-
	TZE4	0.782	0.098	9.795	***
	TZE1	0.560	0.079	8.915	***

Değişkenler arası korelasyonlar incelendiğinde maddelerin faktör yüklerinin 0.30'un üzerinde olduğu ve tüm korelasyon ilişkilerinin anlamlı olduğu görülmektedir. Madde sayısı az olduğu için uyum indeks değerleri hesaplanamamıştır.

Tablo 8. Araştırmada kullanılan ölçeklerin ve boyutlarının normallik analizi sonuçları

Ölçek ve Boyutları	Çarpıklık	Basıklık	Durum
Aşırı Turizmin Önlenmesi ve Sürdürülebilir Gelişim Boyutu	-0.581	-0.426	Normal

Etkin Sürdürülebilir Yönetim Boyutu	-0.820	0.272	Normal
Sürdürülebilirliğin Desteklenmesi Boyutu	-0.671	-0.083	Normal
Sosyal Sürdürülebilirlik Boyutu	-0.314	-0.487	Normal
Doğal ve Kültürel Sürdürülebilirlik Boyutu	-0.663	0.354	Normal
Sürdürülebilir Turizme İlişkin Tutumlar Ölçeği	-0.128	-0.847	Normal
Tekrar Ziyaret Etme Ölçeği	-0.104	-0.635	Normal

Araştırmada kullanılan değişkenlerin normallik analizi sonuçları Tabloda verilmiştir. Verilerin çarpıklık ve basıklık değerlerinin ± 3 arasında olması normal dağılıma sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 9. Araştırmada kullanılan ölçeklerin ve boyutlarının tanımlayıcı istatistikleri

Ölçek ve Boyutları	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma
Aşırı Turizmin Önlenmesi ve Sürdürülebilir Gelişim Boyutu	1.60	5.00	3.70	0.77
Etkin Sürdürülebilir Yönetim Boyutu	1.40	5.00	3.84	0.70
Sürdürülebilirliğin Desteklenmesi Boyutu	1.33	5.00	3.72	0.83
Sosyal Sürdürülebilirlik Boyutu	1.00	5.00	3.64	0.89
Doğal ve Kültürel Sürdürülebilirlik Boyutu	1.67	5.00	3.97	0.64
Sürdürülebilir Turizme İlişkin Tutumlar Ölçeği	2.26	4.89	3.77	0.52
Tekrar Ziyaret Etme Ölçeği	1.00	5.00	3.48	0.86

Araştırmada kullanılan ölçeklerin ve boyutlarının tanımlayıcı istatistikleri tabloda verilmiştir.

Tablo 10. Katılımcıların demografik özelliklerine göre sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği ve boyutlarının karşılaştırılması

Değişkenler		Aşırı Turizmin Önlenmesi ve Sürdürülebilir Gelişim Boyutu		Etkin Sürdürülebilir Yönetim Boyutu	
		$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS
Cinsiyet	Kadın	3.82	0.78	3.96	0.71
	Erkek	3.59	0.74	3.73	0.68
	Test değeri	2.813**		3.113**	
	p	0.005*		0.002*	
Yaş	20 ve altı	3.65	0.83	3.77	0.70
	21-30	3.76	0.84	3.86	0.72
	31-40	3.70	0.68	3.76	0.74
	41-50	3.60	0.78	3.96	0.68
	51 ve üzeri	3.72	0.70	3.91	0.60
	Test değeri	0.459***		0.898***	
	p	0.766		0.465	
Medeni durum	Bekâr	3.81	0.81	3.96	0.69
	Evli	3.62	0.73	3.75	0.70
	Test değeri	2.269**		2.755**	
	p	0.024*		0.006*	
Eğitim durumu	İlköğretim	3.59	0.75	3.74	0.88
	Ortaöğretim	3.61	0.87	3.94	0.56
	Lise	3.62	0.73	3.75	0.70
	Lisans	3.77	0.76	3.88	0.71
	Lisansüstü	3.75	0.84	3.81	0.77
	Doktora	4.40	0.14	4.42	0.25
	Test değeri	2.216***		2.065***	
	p	0.052		0.069	
Gelir durumu	3000 TL'den az (1)	3.76	0.84	3.94	0.82
	3001-5000 TL (2)	3.56	0.88	3.58	0.73
	5001- 7000 TL (3)	3.56	0.81	3.79	0.66
	7001-9000 TL (4)	3.71	0.67	3.80	0.71
	9001 TL'den fazla (5)	3.95	0.58	4.17	0.50
	Test değeri	3.703***		8.462***	
	p	0.006*		0.000*	

Değişkenler		Aşırı Turizmin Önlenmesi ve Sürdürülebilir Gelişim Boyutu		Etkin Sürdürülebilir Yönetim Boyutu	
		$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS
	Bonferroni	5>2, 5>3		5>2, 5>3, 5>4	
Meslek	Özel sektör (1)	3.93	0.69	4.01	0.72
	Kamu sektörü (2)	3.74	0.74	3.68	0.74
	Esnaf (3)	3.40	0.76	3.67	0.63
	Emekli (4)	3.33	0.88	3.61	0.71
	Öğrenci (5)	3.77	0.80	3.84	0.69
	Diğer (6)	3.87	0.57	4.15	0.54
	Test değeri	5.990***		5.368***	
	p	0.000*		0.000*	
	Bonferroni	1>3, 1>4, 6>3, 5>4, 6>4		1>4, 6>2, 6>3, 6>4	
Ziyaret amacı	Dinlenme (1)	3.57	0.77	3.62	0.72
	Gezi ve eğlence faaliyetleri (2)	3.83	0.73	3.90	0.70
	Akraba arkadaş ziyaretleri (3)	3.67	0.82	3.88	0.81
	Eğitim staj (4)	3.53	0.82	3.66	0.66
	Kültür faaliyetleri (5)	3.87	0.70	4.10	0.56
	Gastronomi (6)	3.64	0.77	3.93	0.50
	Gezi fotoğrafçılığı (7)	3.51	0.92	3.79	0.75
	Test değeri	1.808***		3.526***	
	p	0.097		0.002*	
	Bonferroni			5>1	
Ziyaret sıklığı	İlk defa (1)	3.79	0.76	3.86	0.73
	2. defa (2)	3.57	0.80	3.78	0.68
	2'den fazla (3)	3.65	0.62	3.88	0.58
	Düzenli olarak (4)	3.44	0.81	3.84	0.68
	Test değeri	2.649***		0.382***	
	p	0.049*		0.766	
	Bonferroni	1>2			
	İlkbahar (1)	3.92	0.74	3.88	0.72
	Yaz (2)	3.68	0.76	3.77	0.72

Değişkenler		Aşırı Turizmin Önlenmesi ve Sürdürülebilir Gelişim Boyutu		Etkin Sürdürülebilir Yönetim Boyutu	
		$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS
Ziyaret edilen mevsim	Sonbahar (3)	3.60	0.76	3.90	0.71
	Kış (4)	3.43	0.83	3.86	0.53
	Test değeri	4.438***		0.749***	
	p	0.004*		0.524	
	Bonferroni	1>3, 1>4			
Destinasyon bilgisi	İnternet/sosyal medya (1)	3.82	0.78	3.89	0.70
	Tur operatörleri/ seyahat acentaları (2)	3.63	0.81	3.75	0.73
	Referans aile arkadaş (3)	3.81	0.61	3.92	0.60
	Yazılı basın (dergi, gazete vs.) (4)	3.03	0.76	3.38	0.82
	Turizm fuarları (5)	3.50	0.92	3.68	0.87
	Kitlesel medya (televizyon) (6)	3.83	0.72	4.02	0.50
	Önceki deneyimler (7)	3.82	0.64	4.09	0.56
	Test değeri	4.476***		3.144***	
	p	0.000*		0.005*	
	Bonferroni	1>4, 2>4, 3>4, 6>4, 7>4		1>4, 3>4, 6>4, 7>4	
Ziyareti yapma şekli	Günübirlik	3.80	0.79	3.99	0.69
	Konaklamalı	3.58	0.74	3.66	0.68
	Test değeri	2.680**		4.574**	
	p	0.008*		0.000*	
Ziyaretin iyi olması istenilen	Konaklama	3.71	0.71	3.83	0.58
	Ulaşım	3.80	0.68	3.88	0.71
	Rehberlik	3.75	0.79	3.82	0.78
	Yiyecek-içecek	3.66	0.75	3.80	0.77
	Eğlence	3.73	0.87	3.92	0.71
	Yerel halkla iletişim	3.28	0.94	3.78	0.53
	Test değeri	1.738***		0.284***	
	p	0.125		0.922	

*p<0.05, **Bağımsız t testi, ***Tek yönlü varyans analizi

Katılımcıların demografik özelliklerine göre, sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği ve boyutlarının karşılaştırılması incelendiğinde, katılımcıların cinsiyetlerine göre aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutu ve etkin sürdürülebilir yönetim boyutu puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Kadın katılımcıların aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutu ve etkin sürdürülebilir yönetim boyutu puanlarının, erkek katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların medeni durumlarına göre aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutu puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Bekâr katılımcıların aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutu puanlarının, evli katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların gelir durumlarına göre aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutu ve etkin sürdürülebilir yönetim boyutu puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. Gelir durumu 9001 TL'den fazla olan katılımcıların aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutu ve etkin sürdürülebilir yönetim boyutu puanlarının, 3001-5000 TL ve 5001- 7000 TL olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Gelir durumu 9001 TL'den fazla olan katılımcıların etkin sürdürülebilir yönetim boyutu puanlarının, 7001-9000 TL olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların mesleklerine göre aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutu ve etkin sürdürülebilir yönetim boyutu puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. Mesleği diğer olan katılımcıların aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutu ve etkin sürdürülebilir yönetim boyutu puanlarının, esnaf ve emekli olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Mesleği özel sektör olan katılımcıların aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutu puanlarının, esnaf ve emekli olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Mesleği öğrenci olan katılımcıların aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim

boyutu puanlarının, emekli olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Mesleği özel sektör olan katılımcıların etkin sürdürülebilir yönetim boyutu puanlarının, emekli olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Mesleği diğer olan katılımcıların etkin sürdürülebilir yönetim boyutu puanlarının, kamu sektörü olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların ziyaret amacına göre etkin sürdürülebilir yönetim boyutu puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. Ziyaret amacı kültür faaliyetleri olan katılımcıların etkin sürdürülebilir yönetim boyutu puanlarının, ziyaret amacı dinlenme olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların ziyaret sıklığına göre aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutu puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. Ziyaret sıklığı ilk defa olan katılımcıların aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutu puanlarının, ziyaret sıklığı 2.defa olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların ziyaret edilen mevsime göre aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutu puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. Ziyaret edilen mevsim ilkbahar olan katılımcıların aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutu puanlarının, ziyaret edilen mevsim sonbahar ve kış olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların destinasyon bilgisine göre aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutu ve etkin sürdürülebilir yönetim boyutu puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. Destinasyon bilgisi internet/sosyal medya, referans aile arkadaş, kitlesel medya (televizyon) ve önceki deneyimler olan katılımcıların aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutu ve etkin

sürdürülebilir yönetim boyutu puanlarının, yazılı basın (dergi, gazete vs.) olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Destinasyon bilgisi tur operatörleri/ seyahat acentaları olan katılımcıların aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutu puanlarının, yazılı basın (dergi, gazete vs.) olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların ziyaret şekline göre aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutu ve etkin sürdürülebilir yönetim boyutu puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p < 0.05$). Ziyaret şekli günübirlik olan katılımcıların aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutu ve etkin sürdürülebilir yönetim boyutu puanlarının, ziyaret şekli konaklamalı olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 11. Katılımcıların demografik özelliklerine göre sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği ve boyutlarının karşılaştırılması (devamı)

Değişkenler		Sürdürülebilirliğin Desteklenmesi Boyutu		Sosyal Sürdürülebilirlik Boyutu	
		$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS
Cinsiyet	Kadın	3.88	0.85	3.72	0.95
	Erkek	3.57	0.78	3.56	0.83
	Test değeri	3.559**		1.691**	
	p	0.000*		0.092	
Yaş	20 ve altı	3.49	0.89	3.62	0.77
	21-30	3.69	0.91	3.64	0.95
	31-40	3.74	0.79	3.62	0.88
	41-50	3.85	0.68	3.69	0.91
	51 ve üzeri	3.80	0.76	3.62	0.92
	Test değeri	1.361***		0.059***	
	p	0.247		0.993	
Medeni durum	Bekâr	3.81	0.84	3.64	0.97
	Evli	3.65	0.81	3.63	0.83
	Test değeri	1.746**		0.146**	
	p	0.082		0.884	
Eğitim durumu	İlköğretim	3.95	0.81	3.95	0.81

Değişkenler		Sürdürülebilirliğin		Sosyal	
		Desteklenmesi		Sürdürülebilirlik	
		Boyutu		Boyutu	
		$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS
	Ortaöğretim	3.87	0.70	3.87	0.70
	Lise	3.60	0.81	3.60	0.81
	Lisans	3.68	0.90	3.68	0.90
	Lisansüstü	3.80	0.75	3.80	0.75
	Doktora	4.33	0.24	4.33	0.24
	Test değeri	2.241***		1.161***	
	p	0.050		0.328	
	Gelir durumu	3000 TL'den az (1)	3.70	0.94	3.82
3001-5000 TL (2)		3.44	0.91	3.59	0.84
5001- 7000 TL (3)		3.75	0.78	3.66	0.70
7001-9000 TL (4)		3.75	0.81	3.73	0.93
9001 TL'den fazla (5)		3.96	0.64	3.51	1.05
Test değeri		4.455***		1.063***	
p		0.002*		0.375	
Bonferroni		5>2			
Meslek	Özel sektör (1)	3.96	0.73	3.60	1.01
	Kamu sektörü (2)	3.54	0.90	3.53	0.93
	Esnaf (3)	3.29	0.86	3.65	0.82
	Emekli (4)	3.77	0.71	3.53	0.90
	Öğrenci (5)	3.65	0.88	3.65	0.85
	Diğer (6)	4.03	0.61	3.87	0.79
	Test değeri	6.478***		0.972***	
	p	0.000*		0.435	
	Bonferroni	1>3, 6>2, 4>3, 6>3			
Ziyaret amacı	Dinlenme (1)	3.57	0.78	3.57	0.85
	Gezi ve eğlence faaliyetleri (2)	3.67	0.86	3.56	0.91
	Akraba arkadaş ziyaretleri (3)	3.89	0.77	3.89	0.86
	Eğitim staj (4)	3.46	1.03	3.56	0.68
	Kültür faaliyetleri (5)	3.96	0.81	3.77	0.90
	Gastronomi (6)	3.70	0.57	3.25	1.13
	Gezi fotoğrafçılığı (7)	3.81	0.73	3.79	0.95

Değişkenler		Sürdürülebilirliğin Desteklenmesi Boyutu		Sosyal Sürdürülebilirlik Boyutu	
		$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS
	Test değeri	2.368***		1.788***	
	p	0.030*		0.101	
	Bonferroni	3>1, 5>1, 2>4, 3>4, 5>3			
Ziyaret sıklığı	İlk defa	3.81	0.82	3.70	0.92
	2. defa	3.59	0.84	3.64	0.79
	2'den fazla	3.58	0.83	3.41	0.89
	Düzenli olarak	3.65	0.69	3.33	1.01
	Test değeri	1.988***		1.652***	
	p	0.116		0.177	
Ziyaret edilen mevsim	İlkbahar (1)	3.92	0.80	3.72	0.95
	Yaz (2)	3.62	0.81	3.60	0.86
	Sonbahar (3)	3.72	0.82	3.69	0.89
	Kış (4)	3.51	0.89	3.36	0.84
	Test değeri	3.250***		1.392***	
	p	0.022*		0.245	
	Bonferroni	1>2			
Destinasyon bilgisi	İnternet/sosyal medya	3.76	0.78	3.63	0.86
	Tur operatörleri/ seyahat acentaları	3.62	0.88	3.59	0.96
	Referans aile arkadaş	3.83	0.86	3.79	0.82
	Yazılı basın (dergi, gazete vs.)	3.35	0.83	3.39	0.84
	Turizm fuarları	3.73	0.86	3.53	1.06
	Kitlel medya (televizyon)	3.76	0.80	3.68	0.79
	Önceki deneyimler	3.73	0.65	3.58	1.01
	Test değeri	1.223***		0.827***	
	p	0.294		0.549	
Ziyareti yapma şekli	Günübirlik	3.87	0.74	3.73	0.92
	Konaklamalı	3.53	0.88	3.52	0.84
	Test değeri	3.942**		2.160**	
	p	0.000*		0.031*	

Değişkenler		Sürdürülebilirliğin Desteklenmesi Boyutu		Sosyal Sürdürülebilirlik Boyutu	
		$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS
Ziyaretin iyi olması istenilen	Konaklama	3.58	0.81	3.57	0.77
	Ulaşım	3.69	0.83	3.71	0.81
	Rehberlik	3.81	0.81	3.62	0.94
	Yiyecek-içecek	3.64	0.88	3.58	1.02
	Eğlence	3.89	0.78	3.81	0.81
	Yerel halkla iletişim	3.81	0.79	3.45	1.06
	Test değeri	1.161***		0.785***	
	p	0.328		0.561	

*p<0.05, **Bağımsız t testi, ***Tek yönlü varyans analizi

Katılımcıların cinsiyetlerine göre sürdürülebilirliğin desteklenmesi boyutu puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir (p<0.05). Kadın katılımcıların sürdürülebilirliğin desteklenmesi boyutu puanlarının, erkek katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların gelir durumlarına göre sürdürülebilirliğin desteklenmesi boyutu puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir (p<0.05). Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. Gelir durumu 9001 TL'den fazla olan katılımcıların sürdürülebilirliğin desteklenmesi boyutu puanlarının, 3001-5000 TL olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların mesleklerine göre sürdürülebilirliğin desteklenmesi boyutu puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir (p<0.05). Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. Mesleği özel sektör, emekli ve diğer olan katılımcıların sürdürülebilirliğin desteklenmesi boyutu puanlarının, esnaf olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Mesleği diğer olan katılımcıların sürdürülebilirliğin desteklenmesi boyutu puanlarının, kamu sektörü olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların ziyaret amacına göre sürdürülebilirliğin desteklenmesi boyutu puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir (p<0.05).

Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. Ziyaret amacı akraba arkadaş ziyaretleri, kültür faaliyetleri olan katılımcıların sürdürülebilirliğin desteklenmesi boyutu puanlarının, ziyaret amacı dinlenme olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Ziyaret amacı gezi ve eğlence faaliyetleri ve akraba arkadaş ziyaretleri olan katılımcıların sürdürülebilirliğin desteklenmesi boyutu puanlarının, ziyaret amacı eğitim staj olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Ziyaret amacı kültür faaliyetleri olan katılımcıların sürdürülebilirliğin desteklenmesi boyutu puanlarının, ziyaret amacı akraba arkadaş ziyaretleri olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların ziyaret edilen mevsime göre sürdürülebilirliğin desteklenmesi boyutu puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. Ziyaret edilen mevsim ilkbahar olan katılımcıların sürdürülebilirliğin desteklenmesi boyutu puanlarının, ziyaret edilen mevsim yaz olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların ziyaret şekline göre sürdürülebilirliğin desteklenmesi boyutu ve sosyal sürdürülebilirlik boyutu puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Ziyaret şekli günübirlik olan katılımcıların sürdürülebilirliğin desteklenmesi boyutu ve sosyal sürdürülebilirlik boyutu puanlarının, ziyaret şekli konaklamalı olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 12. Katılımcıların demografik özelliklerine göre sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği ve boyutlarının karşılaştırılması (devamı)

Değişkenler		Doğal ve Kültürel Sürdürülebilirlik Boyutu		Sürdürülebilir Turizme İlişkin Tutumlar Ölçeği	
		$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS
Cinsiyet	Kadın	4.09	0.61	3.89	0.55
	Erkek	3.87	0.66	3.66	0.46
	Test değeri	3.279**		4.256**	
	p	0.000*		0.000*	
Yaş	20 ve altı	4.06	0.69	3.72	0.55
	21-30	4.02	0.63	3.80	0.55
	31-40	3.92	0.68	3.74	0.50
	41-50	3.91	0.64	3.80	0.52
	51 ve üzeri	3.94	0.53	3.80	0.46
	Test değeri	0.699***		0.331***	
	p	0.593		0.857	
Medeni durum	Bekâr	4.12	0.62	3.87	0.56
	Evli	3.86	0.64	3.70	0.47
	Test değeri	3.753**		3.089**	
	p	0.000*		0.002*	
Eğitim durumu	İlköğretim (1)	4.04	0.53	3.76	0.57
	Ortaöğretim (2)	3.84	0.67	3.77	0.48
	Lise (3)	3.91	0.70	3.70	0.49
	Lisans (4)	4.04	0.59	3.80	0.54
	Lisansüstü (5)	3.98	0.67	3.80	0.53
	Doktora (6)	4.41	0.28	4.38	0.18
	Test değeri	1.756***		3.129***	
	p	0.121		0.009*	
	Bonferroni			6>1, 6>2, 6>3, 6>4, 6>5	
Gelir durumu	3000 TL'den az (1)	4.14	0.72	3.87	0.63
	3001-5000 TL (2)	3.95	0.63	3.61	0.53
	5001- 7000 TL (3)	3.77	0.68	3.70	0.49
	7001-9000 TL (4)	3.89	0.59	3.77	0.52

Değişkenler		Doğal ve Kültürel Sürdürülebilirlik Boyutu		Sürdürülebilir Turizme İlişkin Tutumlar Ölçeği	
		$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS
	9001 TL'den fazla (5)	4.19	0.54	3.98	0.40
	Test değeri	5.446***		6.335***	
	p	0.000*		0.000*	
	Bonferroni	1>3, 5>3, 5>4		5>2, 5>3	
Meslek	Özel sektör (1)	4.07	0.68	3.93	0.50
	Kamu sektörü (2)	3.90	0.63	3.69	0.52
	Esnaf (3)	3.87	0.65	3.57	0.43
	Emekli (4)	3.72	0.61	3.57	0.49
	Öğrenci (5)	4.10	0.62	3.80	0.56
	Diğer (6)	4.07	0.56	4.00	0.41
	Test değeri	3.153***		7.247***	
	p	0.008*		0.000*	
	Bonferroni	1>4, 5>4		1>3, 1>4, 6>2, 6>3, 6>4	
Ziyaret amacı	Dinlenme (1)	3.76	0.62	3.61	0.46
	Gezi ve eğlence faaliyetleri (2)	4.00	0.73	3.80	0.55
	Akraba arkadaş ziyaretleri (3)	4.06	0.58	3.86	0.60
	Eğitim staj (4)	4.10	0.55	3.65	0.45
	Kültür faaliyetleri (5)	4.05	0.54	3.96	0.48
	Gastronomi (6)	4.15	0.59	3.74	0.37
	Gezi fotoğrafçılığı (7)	3.96	0.82	3.75	0.59
	Test değeri	2.427***		3.445***	
	p	0.026*		0.003*	
	Bonferroni	2>1, 3>1, 4>1, 5>1, 6>1		5>1	
Ziyaret sıklığı	İlk defa (1)	4.04	0.63	3.84	0.54
	2. defa (2)	3.85	0.66	3.68	0.50
	2’den fazla (3)	3.80	0.67	3.69	0.38
	Düzenli olarak (4)	4.10	0.39	3.66	0.49
	Test değeri	3.051***		2.652***	

Değişkenler		Doğal ve Kültürel Sürdürülebilirlik Boyutu		Sürdürülebilir Turizme İlişkin Tutumlar Ölçeği	
		$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS
	p	0.029*		0.049*	
	Bonferroni	1>2, 1>3		1>2	
Ziyaret edilen mevsim	İlkbahar (1)	4.13	0.60	3.91	0.54
	Yaz (2)	3.90	0.68	3.72	0.52
	Sonbahar (3)	4.01	0.61	3.78	0.48
	Kış (4)	3.67	0.54	3.58	0.44
	Test değeri	4.857***		4.186***	
	p	0.003*		0.006*	
	Bonferroni	1>2, 1>4		1>2, 1>4	
Destinasyon bilgisi	İnternet/sosyal medya (1)	4.04	0.72	3.83	0.53
	Tur operatörleri/ seyahat acentaları (2)	3.93	0.62	3.70	0.51
	Referans aile arkadaş (3)	3.92	0.61	3.86	0.48
	Yazılı basın (dergi, gazete vs.) (4)	4.00	0.68	3.38	0.43
	Turizm fuarları (5)	3.94	0.73	3.66	0.63
	Kitlesel medya (televizyon) (6)	4.00	0.40	3.87	0.43
	Önceki deneyimler (7)	3.97	0.52	3.86	0.42
	Test değeri	0.350***		3.626***	
	p	0.910		0.002*	
	Bonferroni			1>4, 3>4, 6>4, 7>4	
	Ziyareti yapma şekli	Günübirlik	4.07	0.60	3.89
Konaklamalı		3.86	0.67	3.63	0.49
Test değeri		3.074**		4.929**	
p		0.002*		0.000*	
Ziyaretin iyi olması istenilen	Konaklama (1)	3.70	0.67	3.70	0.47
	Ulaşım (2)	3.94	0.60	3.81	0.49
	Rehberlik (3)	4.06	0.68	3.81	0.54
	Yiyecek-içecek (4)	4.08	0.54	3.75	0.53
	Eğlence (5)	4.08	0.70	3.87	0.54

Değişkenler	Doğal ve Kültürel Sürdürülebilirlik Boyutu		Sürdürülebilir Turizme İlişkin Tutumlar Ölçeği	
	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS
Yerel halkla iletişim (6)	4.03	0.55	3.64	0.54
Test değeri	3.519***		1.098***	
p	0.004		0.361	
Bonferroni	3>1, 4>1, 5>1			

*p<0.05, **Bağımsız t testi, ***Tek yönlü varyans analizi

Katılımcıların cinsiyetlerine göre doğal ve kültürel sürdürülebilirlik boyutu ve sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Kadın katılımcıların doğal ve kültürel sürdürülebilirlik boyutu ve sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği puanlarının, erkek katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların medeni durumlarına göre doğal ve kültürel sürdürülebilirlik boyutu ve sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Bekâr katılımcıların doğal ve kültürel sürdürülebilirlik boyutu ve sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği puanlarının, evli katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların eğitim durumlarına göre sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. Eğitim durumu doktora olan katılımcıların sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği puanlarının, eğitim durumu ilköğretim, ortaöğretim, lise, lisans ve lisansüstü olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların gelir durumlarına göre doğal ve kültürel sürdürülebilirlik boyutu ve sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Fark yaratan grubu bulmak için

Bonferroni uygulanmıştır. Gelir durumu 3000 TL'den az olan katılımcıların doğal ve kültürel sürdürülebilirlik boyutu puanlarının, 5001- 7000 TL olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Gelir durumu 9001 TL'den fazla olan katılımcıların doğal ve kültürel sürdürülebilirlik boyutu puanlarının, 5001- 7000 TL ve 7001-9000 TL olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Gelir durumu 9001 TL'den fazla olan katılımcıların sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği puanlarının, 3001-5000 TL ve 5001- 7000 TL olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların mesleklerine göre doğal ve kültürel sürdürülebilirlik boyutu ve sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. Mesleği özel sektör ve öğrenci olan katılımcıların doğal ve kültürel sürdürülebilirlik boyutu puanlarının, emekli olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Mesleği özel sektör olan katılımcıların sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği puanlarının, esnaf ve emekli olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Mesleği diğer olan katılımcıların sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği puanlarının, kamu sektörü, esnaf ve emekli olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların ziyaret amacına göre doğal ve kültürel sürdürülebilirlik boyutu ve sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. Ziyaret amacı kültür faaliyetleri olan katılımcıların doğal ve kültürel sürdürülebilirlik boyutu ve sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği puanlarının, ziyaret amacı dinlenme olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Ziyaret amacı gezi ve eğlence faaliyetleri, akraba arkadaş ziyaretleri, eğitim staj ve gastronomi olan katılımcıların doğal ve kültürel sürdürülebilirlik boyutu puanlarının, ziyaret amacı dinlenme olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların ziyaret sıklığına göre doğal ve kültürel sürdürülebilirlik boyutu ve sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. Ziyaret sıklığı ilk defa olan katılımcıların doğal ve kültürel sürdürülebilirlik boyutu puanlarının, ziyaret sıklığı 2.defa ve 2'den fazla olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Ziyaret sıklığı ilk defa olan katılımcıların sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği puanlarının, ziyaret sıklığı 2.defa olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların ziyaret edilen mevsime göre doğal ve kültürel sürdürülebilirlik boyutu ve sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. Ziyaret edilen mevsim ilkbahar olan katılımcıların doğal ve kültürel sürdürülebilirlik boyutu ve sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği puanlarının, ziyaret edilen mevsim yaz ve kış olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların destinasyon bilgisine göre sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. Destinasyon bilgisi internet/sosyal medya, referans aile arkadaş, kitlesel medya (televizyon) ve önceki deneyimler olan katılımcıların sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği puanlarının, yazılı basın (dergi, gazete vs.) olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların ziyaret şekline göre doğal ve kültürel sürdürülebilirlik boyutu ve sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Ziyaret şekli günübirlik olan katılımcıların doğal ve kültürel sürdürülebilirlik boyutu ve sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği puanlarının, ziyaret şekli konaklamalı olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların ziyarette olması istenilene göre doğal ve kültürel sürdürülebilirlik boyutu puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. Ziyarette olması istenilen rehberlik, yiyecek-içecek ve eğlence olan katılımcıların doğal ve kültürel sürdürülebilirlik boyutu puanlarının, konaklama olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 13. Katılımcıların demografik özelliklerine göre tekrar ziyaret etme ölçeğinin karşılaştırılması

Değişkenler		Tekrar Ziyaret Etme Ölçeği	
		$\bar{X}$	SS
Cinsiyet	Kadın	3.64	0.87
	Erkek	3.33	0.82
	Test değeri	3.439**	
	p	0.000*	
Yaş	20 ve altı	3.61	0.80
	21-30	3.54	0.87
	31-40	3.40	0.84
	41-50	3.39	1.00
	51 ve üzeri	3.49	0.73
	Test değeri	0.751***	
	p	0.558	
Medeni durum	Bekâr	3.62	0.89
	Evli	3.38	0.82
	Test değeri	2.645**	
	p	0.009*	
Eğitim durumu	İlköğretim (1)	3.42	1.02
	Ortaöğretim (2)	3.34	0.80
	Lise (3)	3.44	0.83
	Lisans (4)	3.52	0.87
	Lisansüstü (5)	3.39	0.78
	Doktora (6)	4.56	0.33
	Test değeri	3.381***	
	p	0.005*	

Değişkenler		Tekrar Ziyaret Etme Ölçeği	
		$\bar{X}$	SS
	Bonferroni	$6 > 1, 6 > 2,$ $6 > 3, 6 > 4,$ $6 > 5$	
Gelir durumu	3000 TL'den az	3.70	0.85
	3001-5000 TL	3.42	0.92
	5001- 7000 TL	3.31	0.72
	7001-9000 TL	3.45	0.93
	9001 TL'den fazla	3.64	0.82
	Test değeri	2.280***	
	p	0.060	
Meslek	Özel sektör	3.64	0.87
	Kamu sektörü	3.48	0.86
	Esnaf	3.23	0.94
	Emekli	3.37	0.86
	Öğrenci	3.56	0.87
	Diğer	3.47	0.67
	Test değeri	1.668***	
	p	0.142	
Ziyaret amacı	Dinlenme	3.34	0.89
	Gezi ve eğlence faaliyetleri	3.58	0.87
	Akraba arkadaş ziyaretleri	3.51	0.93
	Eğitim staj	3.46	0.75
	Kültür faaliyetleri	3.52	0.85
	Gastronomi	3.40	0.83
	Gezi fotoğrafçılığı	3.58	0.63
	Test değeri	0.679***	
	p	0.667	
Ziyaret sıklığı	İlk defa	3.50	0.87
	2. defa	3.46	0.88
	2'den fazla	3.52	0.80
	Düzenli olarak	3.31	0.69
	Test değeri	0.278***	
	p	0.842	

Değişkenler		Tekrar Ziyaret Etme Ölçeği	
		$\bar{X}$	SS
Ziyaret edilen mevsim	İlkbahar (1)	3.70	0.94
	Yaz (2)	3.45	0.78
	Sonbahar (3)	3.39	0.86
	Kış (4)	3.25	0.80
	Test değeri	3.182***	
	p	0.024*	
	Bonferroni	1>2, 1>3, 1>4	
Destinasyon bilgisi	İnternet/sosyal medya	3.63	0.85
	Tur operatörleri/ seyahat acentaları	3.28	0.95
	Referans aile arkadaş	3.45	0.79
	Yazılı basın (dergi, gazete vs.)	3.35	0.85
	Turizm fuarları	3.48	0.91
	Kitlesel medya (televizyon)	3.56	0.90
	Önceki deneyimler	3.55	0.60
	Test değeri	1.333***	
	p	0.242	
Ziyareti yapma şekli	Günübirlik	3.63	0.89
	Konaklamalı	3.30	0.77
	Test değeri	3.739**	
	p	0.000*	
Ziyaretin iyi olması istenilen	Konaklama	3.51	0.84
	Ulaşım	3.32	0.79
	Rehberlik	3.54	0.91
	Yiyecek-içecek	3.41	0.92
	Eğlence	3.68	0.79
	Yerel halkla iletişim	3.52	0.86
	Test değeri	1.210***	
	p	0.304	

*p<0.05, **Bağımsız t testi, ***Tek yönlü varyans analizi

Katılımcıların demografik özelliklerine göre tekrar ziyaret etme ölçeğinin karşılaştırılması incelendiğinde, katılımcıların cinsiyetlerine göre tekrar ziyaret etme ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir

($p<0.05$). Kadın katılımcıların tekrar ziyaret etme ölçeği puanlarının, erkek katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların medeni durumlarına göre tekrar ziyaret etme ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Bekâr katılımcıların tekrar ziyaret etme ölçeği puanlarının, evli katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların eğitim durumlarına göre tekrar ziyaret etme ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. Eğitim durumu doktora olan katılımcıların tekrar ziyaret etme ölçeği puanlarının, eğitim durumu ilköğretim, ortaöğretim, lise, lisans ve lisansüstü olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların ziyaret edilen mevsime göre tekrar ziyaret etme ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Fark yaratan grubu bulmak için Bonferroni uygulanmıştır. Ziyaret edilen mevsim ilkbahar olan katılımcıların tekrar ziyaret etme ölçeği puanlarının, ziyaret edilen mevsim yaz, sonbahar ve kış olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Katılımcıların ziyaret şekline göre tekrar ziyaret etme ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Ziyaret şekli günübirlik olan katılımcıların tekrar ziyaret etme ölçeği puanlarının, ziyaret şekli konaklamalı olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 14. Değişkenler arasındaki ilişki

Değişkenler	Tekrar Ziyaret Etme Ölçeği	
	r	p
Aşırı Turizmin Önlenmesi ve Sürdürülebilir Gelişim Boyutu	0.440	0.000*
Etkin Sürdürülebilir Yönetim Boyutu	0.487	0.000*
Sürdürülebilirliğin Desteklenmesi Boyutu	0.393	0.000*
Sosyal Sürdürülebilirlik Boyutu	0.265	0.000*

Doğal ve Kültürel Sürdürülebilirlik Boyutu	0.288	0.000*
Sürdürülebilir Turizme İlişkin Tutumlar Ölçeği	0.573	0.000*

*p<0.05

Değişkenler arasındaki ilişkiyi test etmek için Pearson korelasyon uygulanmıştır. Bunun sonucunda, tekrar ziyaret etme ile aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutu arasında ($r=0.440$, $p<0.05$), etkin sürdürülebilir yönetim boyutu arasında ($r=0.487$, $p<0.05$), sürdürülebilirliğin desteklenmesi boyutu arasında ($r=0.393$, $p<0.05$), sosyal sürdürülebilirlik boyutu arasında ($r=0.265$, $p<0.05$), doğal ve kültürel sürdürülebilirlik boyutu arasında ($r=0.288$, $p<0.05$) ve sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği arasında ($r=0.573$, $p<0.05$) istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir.

Tablo 15. Regresyon analizi sonuçları

Model	Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişkenler	β	Standart Hata	Beta	t	p	F	p	R^2	Durbin Watson
1	Tekrar Ziyaret Etme	Sabit	-0.043	0.300	-	-0.144	0.885	34.488	0.000 *	0.333	1.670
		Aşırı Turizmin Önlenmesi ve Sürdürülebilir Gelişim Boyutu	0.188	0.061	0.169	3.088	0.002 *				
		Etkin Sürdürülebilir Yönetim Boyutu	0.336	0.067	0.276	5.040	0.000 *				
		Sürdürülebilirliğin Desteklenmesi Boyutu	0.163	0.053	0.157	3.054	0.002 *				
		Sosyal Sürdürülebilirlik Boyutu	0.149	0.043	0.155	3.436	0.001 *				
		Doğal ve Kültürel Sürdürülebilirlik Boyutu	0.098	0.065	0.073	1.511	0.132				
2	Tekrar Ziyaret Etme	Sabit	-0.089	0.276	-	-0.321	0.748	170.720	0.000 *	0.328	1.686
		Sürdürülebilir Turizme İlişkin Tutumlar Ölçeği	0.946	0.072	0.573	13.066	0.000 *				

*p<0.05

Regresyon analizi sonuçları tabloda verilmiştir. Tablo incelendiğinde, kurulan modellerin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerindeki etkisi incelendiğinde, aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutunun ($\beta=0.188$, $p<0.05$), etkin sürdürülebilir

yönetim boyutunun ($\beta=0.336$, $p<0.05$), sürdürülebilirliğin desteklenmesi boyutunun ($\beta=0.163$, $p<0.05$) ve sosyal sürdürülebilirlik boyutunun ($\beta=0.149$, $p<0.05$) tekrar ziyaret etme üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisi olduğu görülmektedir. Sürdürülebilir Turizme İlişkin Tutumların ($\beta=0.946$, $p<0.05$) tekrar ziyaret etme üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisi olduğu görülmektedir. Tekrar ziyaret etme üzerindeki değişimin birinci modelde %33.3'ünü, ikinci modelde ise %32.8'ini açıkladığı görülmektedir. Kurulan modellerde otokorelasyon sorunu yoktur, Durbin Watson değeri 1.5 ile 2.5 arasındadır.

Yapılan analizler sonucunda aşağıda yer alan çalışmanın hipotezlerinin hepsinin doğrulandığı görülmektedir.

Tablo 16. Hipotezlerin doğruluğunun sonuçları

Hipotezler	Kabul/Red Oranı
H ₁ . Araştırmaya katılan katılımcıların DEMOGRAFİK özelliklerine göre sürdürülebilir turizm tutumu sorularına verdikleri yanıtlar farklılık göstermektedir.	Kabul edildi
H ₂ . Araştırmaya katılan katılımcıların TEKRARDAN ZİYARET ETME NİYETİNE yönelik verdikleri yanıtlar farklılık göstermektedir.	Kabul edildi
H ₃ . Sürdürülebilir Turizm Tutumu ve Tekrardan Ziyaret Etme Niyeti arasında bir ilişki vardır.	Kabul edildi
H ₄ . Sürdürülebilir Turizm Tutumunun Tekrardan Ziyaret Etme Niyeti Üzerine etkisi vardır.	Kabul edildi

ALTINCI BÖLÜM

6. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

6.1. TARTIŞMA

Çalışmanın temel sorunsalı; Cumalıkızık köyünde kitle turizmi ile oluşan aşırı turizm olgusunun, tarihi ve doğal kültür destinasyonlar açısından tahribata neden olması sebebiyle sürdürülebilir turizm için bir tehdit unsuru olarak görülmesidir. Bu temel sorunsal çerçevesinde araştırmanın amacı, geçmiş ile bir bağ kurarak, gelecek nesillere kaynak sağlamada yardımcı olmak ve sürdürülebilir turizm anlayışı ile tarihi bir geçmişe ve öneme sahip Cumalıkızık köyünün turizm potansiyelinin ele alınması, köyün aşırı turizme maruz kalıp kalmadığının değerlendirilmesi, turistlerin sürdürülebilir turizm tutumlarının ve tekrardan ziyaret etme niyetinin belirlenmesidir. Bu çalışmanın sonuçlarının, aşırı turizme yönelik kaygıların giderilmesine, sürdürülebilir turizmin gelişimine, tekrar gelme niyetine, şehir plancılarının, yerel yönetimlerin ve ilgili kurumların ileriye yönelik planlama ve yürütme faaliyetlerine ışık tutacak nitelikte olduğu düşünülmektedir.

Sürdürülebilirlik, turizm sektöründe önemli konulardan birisidir. Aşırı turizm olgusu, turist sayılarında artışa, ziyaret ve zaman ilişkisinde yaşanan karmaşalara, destinasyonların taşıma kapasitelerinin dolmasına ve toplum yozlaşmasına sebep olmuştur (McKinsey ve WTTC, 2017). Bu durum, doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımını ve kalkınmayı gerçekleştirmeye odaklanılmasına sebep olmuş ve son yıllarda iklim değişikliğiyle bağlantılı olarak yeşil turizm (UNEP, 2011) ve düşük emisyonlu turizm (OECD ve UNEP, 2011) kavramlarını ortaya çıkarmıştır. Küreselleşme, teknolojik gelişmeler ve artan rekabet koşullarında, turizmdeki tüketici davranışlarını, tutumlarını ve niyetlerini ve bunları etkileyen faktörleri belirlemek turizm işletmelerinin pazarlama faaliyetlerine ve bölgenin sürdürülebilir gelişimine olumlu katkı yapmaktadır. Doğal kaynakların ve kültür varlıklarının tahribatı, yok olma riski, bölge halkının öz değerlerini ve yaşam kalitesini kaybetmesine neden olabilecek bir konudur.

Gelecekteki çekiciliğini kaybetmeye maruz bırakılan destinasyonlar, turizm endüstrisi için ciddi bir tehdit oluşturmaktadır (Goodwin, 2017; Hugo, 2020). Bu kapsamda işletmeler, sürdürülebilirlik ilkelerine uygun, çevre dostu, yeşil pazarlama, sürdürülebilir otel vb. gibi yeni tüketim yaklaşımları geliştirmektedir (Canbay, 2012). Son yıllarda uluslararası gündemde sürdürülebilirlik açısından en çok dikkat çeken çevre sorunu küresel iklim değişikliğidir. Dünyadaki iklim değişikliği nedeniyle tüketicilerin sürdürülebilirliğe verdiği önem ve sürdürülebilirlik baskısı, yeşil tüketim, yeşil tüketici vb. yaklaşımlarının benimsenmesini sağlamıştır. Bununla birlikte sürdürülebilirlik kapsamında turizme yönelik küresel talep, turizm faaliyetlerinin karbonsuzlaştırılmasını teşvik etmekte ve sonuç olarak küresel karbon emisyonlarını hızlandırmaktadır (Lenzen, vd., 2018). İklim değişikliği sorununa karşı giderek artan endişeler, ülkeleri, ulusal ve uluslararası düzeyde önlem almaya mecbur bırakmıştır. Bu kapsamda 2016 yılında Paris İklim Anlaşması yürürlüğe girmiştir. Anlaşma, küresel ısınmayı 2°C'nin altında tutmayı hedeflemekle birlikte, 17 madde ile sürdürülebilir kalkınma başta olmak üzere sürdürülebilirliğin sağlanmasına yönelik küresel bir çözüm ortaya koymayı amaçlamaktadır (ÇŞİDB, 2022). Bu gelişmeler, turizmde sürdürülebilirlik olgusunun önemine dikkat çekmektedir.

Sürdürülebilir turizm tutumu, bir destinasyondaki tüm paydaşların, içinde yaşadıkları sosyal, ekonomik, doğal, kültürel, çevresel oluşumları, bölge taşıma kapasitelerinin kaldırabileceği ölçüde kullanılmalarını sağlayarak, kendi zamanlarında ve gelecek nesillerin de kullanımına katkı verecek ölçüde tüketilmesinin sağlanmasıdır (Koçoğlu vd., 2020). Bir destinasyonun turizm sürdürülebilirliğinin yüksek oranda gerçekleştirilmesinin, turizm paydaşlarının sürdürülebilir tutumlarına bağlı olduğu görülmektedir (Kılınç vd., 2020). Choi ve Murray (2010) çalışmasında, yerel halkın sürdürülebilir turizme yönelik tutumlarını analiz etmiştir. Elde edilen bulgulara göre, sürdürülebilir turizmin üç ana unsurunun, yani uzun vadeli planlama, yerel halkın katılımı ve çevresel sürdürülebilirliğin turizme verilen destek ve turizmin olumlu ve olumsuz etkileri ile kritik bir şekilde ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Turizm kapsamında davranışsal niyet teorileri, deneyimlenen bir turizm hizmetini tekrar satın alma ya da destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti çerçevesinde araştırılmaktadır (Pratminingsih vd., 2014). Turist memnuniyeti ile yeniden satın alma niyeti arasında

bir bağlantı bulunmaktadır (Rust ve Oliver, 1997). Gitelson ve Crompton (1984), destinasyonun sürdürülebilir ekonomik gelişimi için tekrar gelen ziyaretçilere ihtiyaç duyulduğunu vurgulamışlardır. Cumalıkızık için yapılan bu çalışmada elde edilen bulgular da yukarıda belirtilen hususları destekleyici niteliktedir.

Kültürel miras, mevcut kültürel değerleri korumanın yanı sıra bu ortamda sürdürülebilirliği ve ekonomik kazancı da sağlayan bir strateji işlevi görmektedir (Çatalbaş, 2022). Sürdürülebilir kültür turizmi farklı toplumlara ait farklı mekân ve yaşam özellikleri taşıdığı için, kültürel çeşitliliklerin yaşanmasına neden olan bir turizm türü olarak bilinmektedir. Gelecek nesillere ulaştırılması hedeflenen tarihi değerlerin, turistik bir değere dönüştürülmesi, en doğru ve eksiksiz bir şekilde uygulanacak olan sürdürülebilirlik ilkeleriyle mümkün görülmektedir. Bu nedenle bir kültür turizmine yönelik tehdit ve fırsatlar destinasyonun turizm gelişimi açısından dikkatle takip edilmelidir (Eser vd., 2010). Cumalıkızık köyü tarihi ve kültürel geçmişiyle önemli bir kültür turizmi merkezidir. Bu bakımdan, sürdürülebilir turizm anlayışıyla ele alınması gerekmektedir.

Cumalıkızık için yapılan bu çalışmada, demografik değişkenler ile aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutu arasında anlamlı farklar olduğu görülmektedir. Kadın katılımcıların aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutu ve etkin sürdürülebilir yönetim boyutu puanlarının, erkek katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Bekâr katılımcıların aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutu puanlarının, evli katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Katılımcıların gelir durumlarına ve mesleklerine göre aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutu ve etkin sürdürülebilir yönetim boyutu puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Ziyaret amacı kültür faaliyetleri olan katılımcıların etkin sürdürülebilir yönetim boyutu puanlarının, ziyaret amacı dinlenme olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, ziyaret sıklığı ilk defa olan katılımcıların aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutu puanlarının, ziyaret sıklığı ikinci defa olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Ziyaret edilen mevsim ilkbahar olan katılımcıların aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutu

puanlarının, ziyaret edilen mevsim sonbahar ve kış olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Katılımcıların destinasyon bilgisine ve ziyaret şekline göre aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutu ve etkin sürdürülebilir yönetim boyutu puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Katılımcıların demografik özelliklerine göre sürdürülebilirliğin desteklenmesi boyutu puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Kadın katılımcıların sürdürülebilirliğin desteklenmesi boyutu puanlarının, erkek katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Ziyaret edilen mevsim ilkbahar olan katılımcıların sürdürülebilirliğin desteklenmesi boyutu puanlarının, ziyaret edilen mevsim yaz olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Ziyaret şekli günübirlik olan katılımcıların sürdürülebilirliğin desteklenmesi boyutu ve sosyal sürdürülebilirlik boyutu puanlarının, ziyaret şekli konaklamalı olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Literatürde yapılan çalışmaların sonuçları incelendiğinde, elde edilen bulguların Cumalıkızık çalışmasının sonuçları ile örtüştüğü görülmektedir. Şahin ve Tosun (2020)'nin çalışmasında, turistlerin, demografik özellikleri ve seyahat karakteristikleri ile yeni gastronomi ürünlerine yönelik tutumları arasında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Çuhadar ve Kevrankıran (2016)'in çalışmasında, yabancı turistlerin demografik özelliklerinin, Marmaris'teki turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliğine yönelik algı ve tutumlarında farklılıklar ortaya çıkardığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda, turistlerin sürdürülebilirliğe yönelik algı ve tutumlarının demografik değişkenlerden etkilenebileceğini söylemek mümkündür.

Katılımcıların demografik özelliklerine göre doğal ve kültürel sürdürülebilirlik boyutu ve sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Kadın katılımcıların doğal ve kültürel sürdürülebilirlik boyutu ve sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği puanlarının, erkek katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Bekâr katılımcıların doğal ve kültürel sürdürülebilirlik boyutu ve sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği puanlarının, evli katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Eğitim durumu doktora olan katılımcıların sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ölçeği puanlarının, eğitim durumu ilköğretim, ortaöğretim, lise, lisans ve lisansüstü olan katılımcılara göre daha fazla

olduğu görülmektedir. Ayrıca gelir durumlarına, mesleklerine, ziyaret amaçlarına, ziyaret sıklığına, mevsime, ziyaret şekline göre de anlamlı farklar bulunmaktadır. Katılımcıların destinasyon bilgisine göre sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar arasında anlamlı farklar bulunmaktadır. Destinasyon bilgisi internet/sosyal medya, referans aile arkadaş, kitlesel medya (televizyon) ve önceki deneyimler olan katılımcıların sürdürülebilir turizme ilişkin tutumların, yazılı basın (dergi, gazete vs.) olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Katılımcıların ziyarette olması istenilene göre doğal ve kültürel sürdürülebilirlik boyutu arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Ziyarette olması istenilen rehberlik, yiyecek-ıçecek ve eğlence olan katılımcıların doğal ve kültürel sürdürülebilirlik boyutu puanlarının, konaklama olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Literatürde yapılan çalışmaların sonuçları incelendiğinde elde edilen bulguların Cumalıkızık çalışmasının sonuçlarını desteklediği görülmektedir. Kılınç vd. (2020)'nin yaptığı çalışmada, Burdur destinasyonunda üniversite öğrencilerinin sürdürülebilir turizm tutumlarını ölçmek adına 631 katılımcıdan veri toplanmıştır. Analizler neticesinde üniversite öğrencilerinin eğitim gördükleri bölümleri, tatil deneyiminde konakladıkları işletme türleri, konaklama süreleri ve cinsiyet değişkenleri ile turizm sürdürülebilirliği tutumlarının arasında ilişkiler olduğu tespit edilmiştir. Güneş vd. (2020)'nin çalışmasında, Fethiye'de, 278 kişinin katılımıyla gerçekleştirilen çalışmada, yerel halkın farklı gelir düzeylerinde, turizm deneyimleri ve sürdürülebilir turizm tutumları farklı olan bireylerden oluştuğu belirtilmiştir. Ayrıca katılımcıların turizm sektör deneyimi ve sahip olunan gelir düzeyi ile sürdürülebilir turizme ilişkin tutumları arasında farklılıklar bulunmaktadır. Bu bağlamda, sürdürülebilir turizm tutumlarının, bireylerin farklı niteliklerine ve demografik değişkenlere bağlı olarak değişebildiği söylenebilir. Çalışmaların sonuçları arasındaki bazı farklılıkların örneklem sayıları, bireylerin karakteristik özellikleri ve bölgenin sosyo-kültürel durumu arasındaki farklılıklar sebebiyle olabileceği söylenebilir.

Katılımcıların demografik özelliklerine göre tekrar ziyaret etme puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Kadın katılımcıların tekrar ziyaret etme ölçeği puanlarının, erkek katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Bekâr katılımcıların tekrar ziyaret etme ölçeği puanlarının, evli katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Eğitim durumu doktora olan

katılımcıların tekrar ziyaret etme ölçeği puanlarının, eğitim durumu ilköğretim, ortaöğretim, lise, lisans ve lisansüstü olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Ziyaret edilen mevsim ilkbahar olan katılımcıların tekrar ziyaret etme ölçeği puanlarının, ziyaret edilen mevsim yaz, sonbahar ve kış olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Ziyaret şekli günübirlik olan katılımcıların tekrar ziyaret etme ölçeği puanlarının, ziyaret şekli konaklamalı olan katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Cumalıkızık için yapılan bu çalışmadan farklı olarak Unur ve Çetin (2017)'in Kızkalesi'nde yaptığı bir araştırmada, Kızkalesi'ne turistlerin tekrar ziyaret edip etmeme niyeti ile bölgenin çekiciliği ve sürdürülebilirliği arasında bir ilişki olduğu araştırılmıştır. Araştırma sonuçları, bölgenin ciddi sürdürülebilirlik sorunları olduğunu göstermektedir. Araştırma sonuçlarında Kızkalesi'ne gelenlerin yakın illerden olduğu, Kızkalesi'nde çarpık yapılaşma olduğu, temiz olmadığı, alt-üst yapı sorunlarının olduğu, özellikle kadınlar için güvenli tatil beldesi olmadığı ve hizmet kalitesinde ciddi sıkıntılar olduğu tespit edilmiştir. Turistlerin %93,3'lük kısmı, Kızkalesi'ni tekrar ziyaret etmek istediklerini belirtirken, %6,7'lik kısmı Kızkalesi'ni tekrar ziyaret etmek istemediklerini belirtmişlerdir. Ayrıca Kızkalesi'ne gelen ziyaretçilerin % 89,5'i aile ve arkadaş çevrelerine Kızkalesi'ni görülmesi gereken bir destinasyon olarak tavsiye edeceklerini belirtmişlerdir. Bu bağlamda, bölgenin sürdürülebilir gelişiminin az oranda olsa dahi turistlerin tekrar gelme niyetini etkilediği görülmektedir. Bununla birlikte tavsiye etme oranının da tekrar ziyaret etmek niyetini büyük ölçüde etkilediği söylenebilir. Bunun sebebi ise bölgenin tarihi ve doğal güzellikleri olduğu açıktır. Bu bağlamda, turizmde sürdürülebilirliğin ve bölgenin doğal ve kültürel çekiciliğinin tekrar gelme niyeti üzerinde önemli bir etkisi bulunduğu görülmektedir.

6.2. SONUÇ VE ÖNERİLER

Osmanlı Döneminin mimari yapı örnekleri, doğal ve kültürel zenginlikleri ile dünyanın nadir güzellikteki köylerinden biri olan Cumalıkızık Köyü, geçmişten günümüze, sürdürmeye çalıştığı gelenek ve göreneklere dayalı yaşam biçimiyle, UNESCO Dünya Miras Listesinde haklı yerini almıştır. Özellikle bahar, yaz ayları ve özel günlerde (Ahududu festivali, vb.) aşırı turizme maruz kalan Cumalıkızık Köyü'nde, tarihi ve doğal kültür varlıkları tahribat tehditi altında kalmaktadır. Bu

bakımdan bölgedeki turizm yoğunluğu, sürdürülebilir turizm için bir tehdit unsuru olarak görülmekte ve bu durum turizmin sürdürülebilirliğinin sağlanmasını zorunlu hale getirmektedir. Bu çalışmanın amacı, Cumalıkızık köyünün aşırı turizme maruz kalıp kalmadığının değerlendirilmesi, turistlerin sürdürülebilir turizm tutumlarının belirlenmesi ve tekrardan ziyaret etme niyetinin belirlenmesidir.

Yukarıda açıklananlar ışığında, bu araştırma kapsamında Cumalıkızık'ta sürdürülebilir turizme ilişkin tutumların tekrardan gelme niyeti üzerindeki etkisini inceleyen çalışmanın sonuçlarını aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür:

Sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar ile tekrardan gelme niyeti arasındaki ilişkiler incelendiğinde; tekrar ziyaret etme ile aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutu arasında, etkin sürdürülebilir yönetim boyutu arasında, sürdürülebilirliğin desteklenmesi boyutu arasında, sosyal sürdürülebilirlik boyutu arasında, doğal ve kültürel sürdürülebilirlik boyutu arasında ve sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerindeki etkisi incelendiğinde, aşırı turizmin önlenmesi ve sürdürülebilir gelişim boyutunun, etkin sürdürülebilir yönetim boyutunun, sürdürülebilirliğin desteklenmesi boyutunun ve sosyal sürdürülebilirlik boyutunun tekrar ziyaret etme üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisi olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, sürdürülebilir turizme ilişkin tutumların tekrar ziyaret etme üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisi olduğu görülmektedir.

Çalışmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda, gelecek çalışmalarda sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlara yönelik nitel analiz çalışmaları yapılabilir (Özen, 2021; Çetinoğlu ve Meydan Uygur, 2023). Turistlerin tekrar ziyaret etme niyeti nitel veya karma çalışmalar ile ölçülerek ortaya konulabilir (Korucuk ve Aslan Çetin, 2024). Bu kapsamda, yöre halkından söz sahibi kişiler, turizm konusunda ilgili kurumların yöneticileri veya konaklama işletmeleri, seyahat acentaları ile sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlar incelenebilir. Bununla birlikte yapılabilecek diğer deneysel çalışmalarda pazar, pazar bölümlendirme, tüketim, pazarlama, turist memnuniyeti, kırsal dönüşüm ve tutum teorileri gibi kavramlara değinilebilir (Çamlıca, 2014; Duyar ve Bayram, 2019; Özen, 2021). Sürdürülebilir turizme ilişkin

turistlerin sağlıklı olmayan tutumlar sergilediğine ilişkin yapılan çalışmalar da mevcuttur (Çetinoğlu ve Meydan Uygur, 2023). Bu durumun tekrar ziyaret etme niyetini negatif etkileyebilmesi muhtemeldir (Urry, 1990). Sürdürülebilir turizme yönelik olumsuz tutumların tekrar ziyaret etme niyetine etkisini inceleyen çalışmalar yapılabilir. Konuya ilişkin yeni çalışmalar farklı örneklem grupları ve farklı turizm bölgelerinde de yürütülebilir.

Cumalıkızık sahip olduğu doğal ve kültürel çekicilikleri ile turizm için uygun bir potansiyele sahiptir. Bu durum zaman zaman aşırı turizm sorununa ve kültür turizm mirasının zedelenmesine sebep olmaktadır (Özen, 2021). Bu sebeple bölgede aşırı turizmin önlenmesi ve mirasın korunabilmesi için kurumlar tarafından Cumalıkızık'ta turizmin çeşitlenmesine, kültür turizminin farklı kollarını destekleyen ve turizmin farklı mevsimlerde de faaliyet gösterilmesine yönelik proje ve uygulamalar geliştirilmelidir. Cumalıkızık bölgesinde turizmin temelini oluşturan kültürel, tarihi ve doğal kaynakların uzun vadede sürdürülebilir kullanımına ilişkin ilgili disiplinler tarafınca bölgenin fiziki altyapı sorunlarını gidermek başta olmak üzere kapsamlı bir çalışma yapılması önem taşımaktadır. Kültür turizmini bölgede geliştirmek için girişimcilere daha fazla teşvik verilmesi, yerel halka kültür turizmi, aşırı turizmin önlenmesi ve turist memnuniyeti konusunda eğitimler ve seminerler verilmesi gerekmektedir. Sürdürülebilir turizme ilişkin tutumların tekrar ziyaret etme üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisi olduğu görülmektedir. Turistlerin katıldığı faaliyetten memnun olması, turistlerin gelecek ziyaretlerinde tekrar yöreyi tercih etmesinde önemli rol oynamaktadır (Duyar ve Bayram, 2019). Sürdürülebilir turizmin yöreye sağladığı katkılar göz önüne alınarak, turistlerin tekrar gelme niyeti açısından turistlerin memnuniyetini sağlamaya önem verilmelidir. Konaklama ve seyahat acentaları ve ilgili kurumlar tarafından bölgenin imajını ve çekiciliğini artırmak için tanıtım ve pazarlama çalışmaları yapılması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- AA (Anadoluhaber Ajansı). (2018). *Cumalıkızık Ahududu Festivali devam ediyor*, <https://www.sehirmedya.com/bursa-haber/cumalikizik-ahududu-festivali-devam-ediyor-244010>.
- Adams, W. M. (2006). *The Future of Sustainability: Re-thinking Environment and Development in The Twenty-First Century*. IUCN.
- Adams, C. A. (2020). Sustainability reporting and value creation. *Social and Environmental Accountability Journal*, 40(3), 191-197.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Akan, P. (2007). Uygulama açısından iş etiği kuralları ve evrensel turizm etiği ilkeleri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(1), 7-20.
- Akıncıtürk, N. (2002). 700 yıllık Cumalıkızık köyü sorunlarının fiziksel boyutu. *Uludağ Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Dergisi*, 7(1), 197-210.
- Akkuş, M. (2009). Cumalıkızık köyü. (Ed.) R. Kaplanoğlu ve A. Elbas, *Uludağ'ın Beşibirliği Bursa Kızık Köyleri*. Bursa: Reklamland.
- Aksoy, Z. (2012). Uluslararası göç ve kültürlerarası iletişim. *Journal of International Social Research*, 5(20), 292.
- Aksöz, E. O. ve Çay, G. (2022). Müzelerde algılanan hizmet kalitesinin ve destinasyon imajının tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisi: Eskişehir örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 1-23.
- Aktürk, S., Durak, S. ve Arslan, T. V. (2019). Otantiklik ve metalaşma kavramlarının turizmin sürdürülebilirliği çerçevesinde Taraklı ve Cumalıkızık bölgeleri üzerinden okunması. *OPUS International Journal of Society Researches*, 13(19), 2200-2225.
- Akyurt, H. ve Atay, L. (2009). Destinasyonda imaj oluşturma süreci. *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, 1(1), 1-14.
- Akyürek, S. (2016). *Rekreasyon Alan ve Faaliyetlerinin Yurt İçi Turizm Talebi ve Yeniden Ziyaret Etme Niyetine Etkisi: Bodrum Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

- Alparslan, İ. (2015). UNESCO, sürdürülebilir kalkınma ve kültür: Somut olmayan kültürel miras (SOKÜM) örneği. *Unesco Türkiye Millî Komisyonu Unesco Uzmanlık Tezi*, http://www.unesco.org.tr/Content_Files/Content/tez/iatez.pdf.
- Altıntaş, V. (2010). *Turizm Gelişiminin Yerel Halkın Yaşam Kalitesi Üzerine Etkileri: Alanya Bölge Modeli*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (6. Baskı). Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Arkeolojikhaber. (2018). *Cumalıkızık'taki Cin Aralığı Sokağının ölümsüz şehir efsanesi*, <https://www.arkeolojikhaber.com/haber-cumalikiziktaki-cin-araligi-sokaginin-olumsuz-sehir-efsanesi-14944/>.
- Aslan, S. E. (2020). *Cumalıkızık'ın Turistik Destinasyon Markalaşması Açısından İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara.
- Aslan, Z. ve Ardemagni, M. (2006). Introducing Young People To The Protection of Heritage Sites and Historic Sites, ICCROM. <http://www.iccrom.org/>.
- Atzori, R. (2020). Destination stakeholders' perceptions of overtourism impacts, causes, and responses: The case of Big Sur, California. *Journal of Destination Marketing & Management*, 17, 100440.
- Avcı, E., Acar, V. ve Aslıtürk, G. E. (2016). Kültürel varlıklar üzerinde yapılan tahribatların turizm çerçevesinde değerlendirilmesi (Kuşadası-Selçuk Örneği). *Ulakbilge*, 4(8), 171-208.
- Avcıkurt, C. (2007). *Turizm Sosyolojisi: Turist-Yerel Halk Etkileşimi*. Detay Yayıncılık.
- Avond, G., Bacari, C., Limea, I., Seraphin, H., Gowreesunkar, V. ve Mhanna, R. (2019). Overtourism: A result of the janus-faced character of the tourism industry. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 11(5), 552-565.
- Aydoğan, N. (1991). *Bursa, Cumalıkızık Köyü Tarihsel Yerleşiminin İncelenmesi ve Analizi*. Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Aylan, F. K. ve Aylan, S. (2020). Aşırı turizm kavramının farklı boyutlarıyla incelenmesi: Instagram'da paylaşılan fotoğraf ve yorumların içerik analizi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(1), 584-607.

- Baloğlu, S. (2002). Dimensions of customer loyalty: Separating friends from well wishers. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 43(1), 47-59.
- Bandarin, F. ve Van Oers, R. (Eds.). (2014). *Reconnecting The City: The Historic Urban Landscape Approach and The Future of Urban Heritage*. John Wiley & Sons.
- Basat, E. M. (2013). Somut ve somut olmayan kültürel mirası birlikte koruyabilmek. *Milli Folklor*, 100, 61-71.
- Bekiroğlu O. (2011). Tarımda karbon ayak izi sürdürülebilir kalkınmanın yeni kuralı: Karbon ayak izi. II. *Elektrik Tesisat Ulusal Kongresi Bildirileri*, http://www.emo.org.tr/ekler/49c17cab08ed10e_ek.pdf.
- Berry, L. L., Parasuraman, A. ve Zeithaml, V. A. (1994). Improving service quality in America: Lessons learned. *Academy of Management Perspectives*, 8(2), 32-45.
- Biagi, B. ve Detotto, C. (2014). Crime as tourism externality. *Regional Studies*, 48(4), 693-709.
- Bilgili, M. Y. (2017). EKONOMİK, EKOLOJİK VE SOSYAL BOYUTLARIYLA SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA. *Journal of International Social Research*, 10(49).
- bizevdeyokuz. (2024). *Cumalıkızık Köyü'nde Kahvaltı ve Gezilecek Yerler – Bursa*, <https://www.bizevdeyokuz.com/cumalikizik-koyu/>.
- Bgazete. (2023). *Cumalıkızık Kınalı Kar Konağı'ndan afet bölgesine yardım*, <https://www.bgazete.com.tr/haber/13993360/cumalikizik-kinali-kar-konagindan-afet-bolgesine-yardim>.
- Boz, M. ve Buluk Eşitti, B. (2020). Yerli ve yabancı turistlerin her şey dahil sistemini tercih nedenleri ve memnuniyet düzeyleri: Antalya örneği. *Troyacademy*, 6 (1), 208-231.
- Brocchi, D. (2010). The cultural dimension of sustainability. *Religion and Dangerous Environmental Change: Transdisciplinary Perspectives on The Ethics of Climate and Sustainability*, 145.
- Brundtland, G. H. (1987). *Our Common Future World Commission on Environment and Development*. UN.

- Byrne, B. M. (2001). Structural equation modeling with AMOS, EQS, and LISREL: Comparative approaches to testing for the factorial validity of a measuring instrument. *International Journal of Testing*, 1(1), 55- 86.
- Budeanu, A. (2005). Impacts and responsibilities for sustainable tourism: A tour operator's perspective. *Journal of Cleaner Production*, 13(2), 89-97.
- Bursa Belediyesi. (2024). *Bursa Cumalıkızık Haritası*, <https://www.bursa.com.tr/tr/turizm-haritalari/224>.
- Bursa Valiliği. (2024). *Yaşayan Osmanlı Köyü Cumalıkızık*, <http://www.bursa.gov.tr/yasayan-osmanli-koyu-cumalikizik>.
- Buzlukçu, C. (2020). *Yerel Halkın Yer Kimliği, Topluluğa Bağlılığı, Sürdürülebilir Turizm Tutumu, Turizmin Gelişimini Destekleme Tutumu ve Yaşam Memnuniyeti İlişkisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Büyüköztürk, Ş. (2007). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Canbay, N. (2012). Nasıl sürdürülebilir otel olunur? *Eko Yapı Dergisi*, 36-54.
- Ceylan, D. (2019). FRANKFURT OKULU'NUN "KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ" ELEŞTİRİSİ BAĞLAMINDA KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI. Kocaeli üniversitesi iletişim fakültesi araştırma dergisi, (14), 30-43.
- Chan, Y. H. (2003). Biostatistics 101: Data presentation. *Singapore Medical Journal*, 44(6), 280-285.
- Cheer, J. M., Milano, C. ve Novelli, M. (2019). Afterword: Over overtourism or just the beginning? In C. Milano, J. M. Cheer ve M. Novelli (Eds.), *Overtourism: Excesses, Discontents and Measures in Travel and Tourism* (pp. 227–232). Wallingford: CABI International.
- Choi, H. C. ve Murray, I. (2010). Resident attitudes toward sustainable community tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 575-594.
- Cohen, S. (1973). Some sociological problems in the study of adolescent violence. *Proceedings of the Royal Society of Medicine*, 66(11), 1131-1132.
- Collados, C. ve Duane, T. P. (1999). Natural capital and quality of life: A model for evaluating the sustainability of alternative regional development paths. *Ecological Economics*, 30, 441-460.

- Coronado, G. (2014). Selling culture? Between commoditisation and cultural control in Indigenous alternative tourism. *Pasos*, 12, 11–28.
- Costanza, R., & Patten, B. C. (1995). Defining and predicting sustainability. *Ecological economics*, 15(3), 193-196.
- Çalışkan, T. ve Çınar, S. (2012). Akran desteği: Geçerlik güvenirlik çalışması, *MÜSBED*, 2 (1), 1-7.
- Çam, O. ve Çelik, C. (2022). Aşırı turizm kapsamında turistlere yönelik olumsuz ifadeler, yapılan eylemler ve bunların turizme yansımalarının değerlendirilmesi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1), 66-84.
- Çamlıca, K. (2014). *Sürdürülebilir Turizme İlişkin Ziyaretçi Tutumlarının ve Tekrar Ziyaret Niyetlerinin Pazar Bölümlendirme Kriteri Olarak Kullanılması: Kapadokya Bölgesi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Çankır, A. G. B., Fındık, A. G. H. ve Koçak, Ö. E. (2012). Sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir organizasyon yönetimi. *1st International Conference on Sustainable Business and Transitions for Sustainable Development*. Konya.
- Çatalbaş, F. (2022). *Kültürel Mirasın Korunması ve Sürdürülebilir Kültür Turizmi Açısından Üst Ölçekli Planların Değerlendirilmesi; İzmir İli Örneği*. Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Çatalbaş, F. ve Ecemiş Kılıç, S. (2022). Planlama perspektifinde uluslararası sözleşmelerde kültür turizmi ve koruma ilişkisi. *Yakın Doğu Üniversitesi Yakın Mimarlık Dergisi*, 6(1), 134-151.
- Çeken, H., Dalgın, T. ve Karadağ, L. (2009). Küreselleşme ve uluslararası turizm arasındaki ilişki. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (22), 21-36.
- Çeti, B. ve Atay, L. (2020). Effect of destination experience on image perception and behavioral intention: Case of Cappadoccia. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 31(1), 31-40.
- Çetin, T. (2009). Beypazarı'nda turist-yerli halk etkileşimi ve turizmin sosyal, kültürel ve ekonomik etkileri. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 9(1), 15-32.
- Çetin, T. (2010). Cumalıkızık köyünde kültürel miras ve turizm algısı. *Milli Folklor*, 11(87), 181-190.

- Çetiner, S. (2012). Sessiz bahar ne diyor (du)? *Tarla Sera Dergisi*, (23), 18-21.
- Çetinoğlu, D. ve Meydan Uygur, S. (2020). Aşırı turizm sorununa çözüm olarak pazarlamama stratejileri kullanılabilir mi? Pamukkale örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(3), 3008-3026.
- ÇETİNOĞLU, D., & UYGUR, S. M. (2023). Sürdürülebilir Ziyaretçi Yönetimine İlişkin Marmaris Destinasyonuna Yönelik Nitel Bir Araştırma (A Qualitative Research on The Marmaris Destination Regarding Sustainable Visitor Management). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(1), 563-579.
- ÇŞİDB (Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı). (2022). *Sözleşme ve Protokoller*, <https://iklim.gov.tr/paris-anlasmasi-i-34>.
- Çuhadar, Y. (2021). Çevrimiçi kültürel turist deneyimlerinin içerik analiziyle incelenmesi: İznik örneği. *Uygulamalı Sosyal Bilimler ve Güzel Sanatlar Dergisi*, 3(5), 38-53.
- Çuhadar, M. ve Kevrankıran, İ. (2016). Turizmin sürdürülebilirliğine yönelik yabancı turistlerin algı ve tutumları: Marmaris örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (36), 139-166.
- Damjanovic, T. ve Selvaretnam, G. (2020). Economic growth and evolution of gender equality. *The Manchester School*, 88(2), 1–36.
- Demirci, B. ve Arslaner, E. (2012). Fuar organizasyonlarının yerel ekonomiye ve tekrar gelme niyetine etkileri: Bursa örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(2), 63-73.
- Dodds, R. ve Butler, R. W. (2019). *Overtourism: Issues, Realities and Solutions*. Berlin: De Gruyter.
- Doxey, G. V. (1975). Theory of visitor-resident irritants, methodology and research inferences: The impact of tourism. In *Sixth Annual Conference of The Travel Research Association*. San Diego, USA.
- Duman, M. ve Gelibolu, L. (2021). Sürdürülebilir kültür turizmi: Kars örneği. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(11), 1077-1089.
- Duyar, M. ve Bayram, M. (2019). Aşırı turizm ve turizm korkusu: Yerel halk ve turizm ilişkisinin evrimi. *International Journal of Geography and Geography Education*, (40), 347-362.

- EC (European Commission). (2010). *Europe, the World's No 1 Tourist Destination – A New Political Framework for Tourism in Europe*. COM (2010) 352 Final, Brussels.
- Ercan, İ. ve Kan, İ. (2004). Ölçeklerde güvenirlik ve geçerlik. *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30(3), 211-216.
- Eren, R. ve Aypek, N. (2012). Kırsal turizm bölgesinde yerel halkın turizmin gelişimine karşı tutumları: Cumalıkızık köyü örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 2(2), 43-47.
- Eren, D. ve Bozkurt, İ. (2020). Aşırı turizm sorunsalı: Kapadokya Bölgesi'ne yönelik bir çalışma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (4), 3090-3107.
- Ersöz, H. Ö. ve Ersöz, F. G. (2022). BİST Aydın ve Denizli şehir endekslerinde yer alan şirketlerin çevresel sürdürülebilirlik kodları. *Business Economics and Management Research Journal*, 5(1), 34-49.
- Ertuğrul, E. (2017). Sprey Boya ile Boyanan Kolezyum'da Güvenlik Tartışmaları Başladı. *Arkeofili*, <https://arkeofili.com/sprey-boya-ile-boyanankolezyumda-guvenlik-tartismalari-basladi/>.
- Eryazıcıoğlu, M. E. (2018). *Kültürel Miras ve İnsan Hakları Bağlamında Türkiye'de Koruma Sisteminin İncelenmesi: İstanbul Tarihi Yarımada Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Eser, S., Dalgın, T. ve Çeken, H. (2010). Sürdürülebilir kültür turizmi: Efes örneği. *Ege Coğrafya Dergisi*, 19(2), 27-34.
- Eşitti, B. ve Duran, E. (2019). Çanakkale turizminin karbon ayak izi üzerine bir araştırma. *Journal of Awareness*, 3(5), 597-608.
- Evcin, E. (2014). Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk yıllarında turizm ve tanıtma faaliyetleri. *Atatürk Yolu Dergisi*, 14(55), 23-82.
- Gedik, Y. (2020). Sosyal, ekonomik ve çevresel boyutlarla sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma. *Uluslararası Ekonomi Siyaset İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 3(3), 196-215.
- Gitelson, R. J. ve Crompton, J. L. (1984). Insights into the repeat vacation phenomenon. *Annals of Tourism Research*, 11 (2), s. 199-217.
- Gómez-Baggethun, E., Gren, Å., Barton, D. N., Langemeyer, J., McPhearson, T., O'farrell, P., ... ve Kremer, P. (2013). Urban ecosystem services. *Urbanization*,

- Biodiversity and Ecosystem Services: Challenges and Opportunities: A Global Assessment*, 175-251.
- Goodland, R. (2002). Sustainability: Human, social, economic and environmental. Harold, A.M. ve Josep, G.C. (Ed.), In *Encyclopedia of Global Environmental Change* (pp. 220-225). New York: John Wiley & Sons.
- Goodwin, H. (2017). The challenge of overtourism. *Responsible Tourism Partnership*, 4, 1-19.
- GotoBursa. (2024). *Mekânlar*, <https://www.bursa.com.tr/tr/mekanlar/>.
- Gražulevičiūtė, I. (2006). Cultural heritage in the context of sustainable development. *Environmental Research, Engineering & Management*, 37(3), 74-79.
- Gretzel, U. (2019). Implications and results of overtourism including media's role. In R. Dodds ve R. Butler (Eds.), *Overtourism: Issues, Realities and Solutions* (pp. 62–75). Berlin/Boston, MA: De Gruyter.
- Grober, U. (2010). *Die Entdeckung der Nachhaltigkeit*. Kulturgeschichte ve Begriffs, Verlag Antje Kunstmann, München.
- Güleç, M. M. (2011). 700 yıllık tarihi geçmişe sahip Bursa Cumalıkızık Köyü alan araştırmasının sosyolojik analizi. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(20), 35-49.
- Güleryüz, U. (2020). Thomas Cook Şirketi'nin tarihçesi ve batışı. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(3), 1433-1445.
- Günay, Z. (2010). *Neoliberal Kentleşme Dinamikleri Çerçevesinde Tarihi Çevrenin Sürdürülebilirliği: Sürdürülebilir Kentsel Koruma Modeli*. Doktora Tezi, İTÜ, İstanbul.
- Güneş, E., Alagöz, G. ve Uslu, A. (2020). Yerel halkın sürdürülebilir turizme yönelik tutumu: Fethiye örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 201-215.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Gürhan, Y. E., Ateş, A. ve Şahin, M. (2019). Yerli turistlerin algıladıkları hizmet kalitesinin destinasyon imajına etkisi: Afyonkarahisar ili örneği. *International Science and Academic Congress Proceedings Book*, 1, 320-327.

- Güvenol, B., Gündüz, Z. ve Güler, M. E. (2021). Endüstriyel devrimler ve toplumsal gelişmelerin ışığında turizm. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(12), 204-227.
- Han, H. ve Ryu, K. (2007). Moderating role of personal characteristics in forming restaurant customers' behavioral intentions: An upscale restaurant setting. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 15(4), 25-54.
- Horne, M. (2016). *Cathedral Bans Tourists From Funerals After Selfies Taken*. London: The Times.
- Huang, S. ve Hsu, C. (2009). Effects of travel motivation, past experience, perceived constraint, and attitude on revisit intention. *Journal of Travel Research*, 48, 29.
- Huang, Y. C., Backman, K. F., Backman, S. J. ve Chang, L. L. (2016). Exploring the implications of virtual reality technology in tourism marketing: An integrated research framework. *International Journal of Tourism Research*, 18(2), 116-128.
- Hugo, N. C. (2020). Overtourism at heritage and cultural sites. *Overtourism: Causes, Implications and Solutions*, 169-185.
- ICOMOS. (2011). *Guidance on Heritage Impact Assessments for Cultural World Heritage Properties*. International Council on Monuments and Sites.
- IMDB. (2023). Kınalı Kar, <https://m.imdb.com/title/tt0426735/mediaviewer/rm3173377280/>.
- Iverson, T. J. (2010). Cultural conflict: Tourists versus tourists in Bali, Indonesia. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4(4), 299-310.
- İlban, M. O. (2007). *Destinasyon Pazarlamasında Marka İmajı ve Seyahat Acentalarında Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Jenkins, I. ve Schröder, R. (Eds.). (2013). *Sustainability in Tourism: A Multidisciplinary Approach*. Springer Science & Business Media.
- Johnson, R. A. ve Wichern, D. W. (2002). *Applied Multivariate Statistical Analysis*. Upper Saddle River, NJ: Prentice hall.

- Jones, D. B. ve Mclean, P. A. (2020). Erken dönem pazarlama düşünce okulları. *Pazarlama İçgörüsü Üzerine Çalışmalar*, 4(2), 74-85.
- Kaosa-ard, M. S. (1994). Thailand's tourism industry-what do we gain and lose. *TDR Quarterly Review*, 9(3), 23-26.
- Kaplan, E. (2013). *Aliağa Bölgesinde Oluşan Kıyı Erozyonu Nedenleri*. Yüksek Lisans Tezi, DEÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Karagöz, Y. (2017). *SPSS ve AMOS Uygulamalı Nitel-Nicel Karma Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Yayın Etiği*. İstanbul: Nobel Yayıncılık.
- Karapınar, E. ve Barakazi, M. (2017). Kültürel miras turizminin sürdürülebilir turizm açısından değerlendirilmesi: Göbeklitepe ören yeri. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 5-18.
- Kaya, K. (2020). *Cumalıkızık, Bursa*, <https://yoldaolmak.com/cumalikizik-koyu.html>.
- Kayış, A. (2010). Güvenilirlik analizi. In Ş. Kalaycı (Ed.), *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri* (pp. 401-419), 5. Baskı. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Keleş, A. ve Keleş, H. (2020). Birdwatching in Titreyengöl: The evaluation of it as an alternative tourism type. A. Ateş ve A.K. Akmeşe (Eds), In *The Current Approaches in Tourism*. İksad Yayınevi.
- Khan, M., Serafeim, G. ve Yoon, A. (2016). Corporate sustainability: First evidence on materiality. *The Accounting Review*, 91(6), 1697-1724.
- Kılınç, O., Kılınç, U. ve Ongun, U. (2020). Üniversite öğrencilerinin sürdürülebilir turizme yönelik tutumları: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 67-68.
- Kiştir, A. (2010). Theodor W. Adorno'nun domine edici kültür alanı olarak kültür endüstrisi. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, (10), 116-133.
- Koçoğlu, C. M., Saraç, Ö. ve Batman, O. (2020). Safranbolu'da sürdürülebilir turizm gelişmesine yönelik yerel halkın tutumları. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 202-219.
- Koens, K., Postma, A. ve Papp, B. (2018). Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. *Sustainability*, 10(12), 4384.

- Korucuk, N. ve Aslan Çetin, F. (2024). Coğrafi işaretli ürünlere yönelik tutumun destinasyon imajına ve tekrar satın alma niyetine etkisi. *Erzurum Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (18), 34-58.
- Kozak, N., Kozak, M.A. ve Kozak, M. (2006). *Genel Turizm (İlkeler-Kavramlar)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, M. A., Evren, S. ve Çakır, O. (2013). Tarihsel süreç içinde turizm paradigması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 7-22.
- Köz, E. N. (2014). *Sürdürülebilir Kültür Turizmi Algısının Nesillere Göre Tekrar Gelme Niyetine Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- KTB Bursa. (2023). *Anıt Çeşme*, <https://bursa.ktb.gov.tr/>.
- Kuhlman, T. ve Farrington, J. (2010). What is sustainability? *Sustainability*, 2(11), 3436-3448.
- Kuliyeva, V. (2012). Film turizmi (Master's thesis, Ege Üniversitesi).
- Kuscer, K. ve Mihalic, T. (2019). Residents' attitudes towards overtourism from the perspective of tourism impacts and cooperation–The case of Ljubljana. *Sustainability*, 11, 1-16.
- Kuşçuoğlu, G. Ö. ve Taş, M. (2017). Sürdürülebilir kültürel miras yönetimi. *Yalvaç Akademi Dergisi*, 2(1), 58-67.
- Kültürenvanteri. (2023). *Cumalıkızık Camii*, <https://kulturenvanteri.com/tr/yer/cumalikizik-camii/#17.1/40.174862/29.172026>.
- Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu. (1983). 2863 Sayılı Kanun'un 662 sayılı KHK ile değişik hali. <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.2863-20111026.pdf>
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2024). Cumalıkızık, <https://tanitma.ktb.gov.tr/TR-22596/cumalikizik.html>.
- Leemans, R. ve Solecki, W. (2013). Redefining environmental sustainability. *Current Opinion in Environmental Sustainability*, 5(3-4), 272-277.
- Lenzen, M., Sun, Y.Y., Faturay, F., Ting, Y.P., Geschke, A. ve Malik, A. (2018). The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change*, 8, 522-528.

- Lickorish, J. L. ve Jenkins, C. L. (1997). *An Introduction To Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Lin, J.S.C. ve Hsieh, P.L. (2005). The influence of technology readiness on satisfaction and behavioral intentions toward self-service technologies. *Computers in Human Behavior*, 23(3), 1597-1615.
- Luo, F., Becken, S. ve Zhong, Y. (2018). Changing travel patterns in China and 'carbon footprint' implications for a domestic tourist destination. *Tourism Management*, 65, 1-13.
- Mandić, A. ve Petrić, L. (2021). *Mediterranean Protected Areas in The Era of Overtourism*. Springer International Publishing.
- Martin, H.S., Herrero, A. ve Salmones, M.M.G. (2018). An interactive model of destination brand equity and tourist satisfaction. *Current Issues in Tourism*, 22 (16), 1-22.
- Mathieson, A. ve Geoffrey, W. (1993). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- McKinsey ve W.T.T.C. (2017). *Coping with Success: Managing Overcrowding in Tourism Destinations*. World Travel & Tourism Council, <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/policy-research/coping-withsuccess---managing-overcrowding-in-tourism-destinations-2017.pdf>.
- Mihalic, T. (2020). Conceptualising overtourism: A sustainability approach. *Annals of Tourism Research*, 84, 103025.
- Milano, C. (2018). Overtourism, malestar social y turismofobia, Un debate controvertido. *PASOS. Revista de Turismo Patrimonio Cultural*, 6(3), 551-564.
- Moldan, B., Janoušková, S. ve Hák, T. (2012). How to understand and measure environmental sustainability: Indicators and targets. *Ecological Indicators*, 17, 4-13.
- Morelli, J. (2011). Environmental sustainability: A definition for environmental professionals. *Journal of Environmental Sustainability*, 1(1), 2.
- Munier, N. (2005). *Introduction to Sustainability*. Amsterdam, The Netherlands: Springer.
- Nakip, M. (2013). *Pazarlamada Araştırma Teknikleri-SPSS Uygulamalı*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

- NTV. (2021). Peribacalarındaki spreylere boyalı yazılara tepki: Tarih düşmanları saldırdı. *NTV Haber Kanalı*, <https://www.ntv.com.tr/galeri/sanat/peribacalarindaki-sprey-boyali-yazilaratepki-tarih-dusmanlarisaldirdi>.
- OECD (Organisation for Economic Co-Operation and Development). (2010). *Yeşil Büyüme Stratejisi Geçici Raporu: Sürdürülebilir Bir Gelecek İçin Taahhütlerimizin Yerine Getirilmesi* (Green Growth Strategy). www.oecd.org/greengrowth/45529850.pdf.
- OECD ve UNEP. (2011). *Climate Change and Tourism Policy in OECD Countries, OECD Studies on Tourism*. OECD Publishing, <http://dx.doi.org/10.1787/9789264119598-en>.
- Oklevik, O., Gössling, S., Hall, C. M., Jacobsen, J. K. S., Grøtte, I. P. ve McCabe, S. (2020). Overtourism, optimisation, and destination performance indicators: A case study of activities in Fjord Norway. In *Tourism and Degrowth* (pp. 60-80). Routledge.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty?. *Journal of Marketing*, 63(11), 33-44.
- Oliver, P. (2006). *Built to Meet Needs: Cultural Issues in Vernacular Architecture*. Architectural Press, Elsevier.
- Orbaşlı, A. (2000). *Tourists in Historic Towns, Urban Conservation and Heritage Management*. Spon Press.
- Ovalı, P. K. (2007). Kitle turizmi ve ekolojik turizmin kavram, mimari ve çevresel etkiler bakımından karşılaştırılması. *Megaron*, 2(2), 64.
- Özdamar, K. (2016). *Eğitim, Sağlık ve Davranış Bilimlerinde Ölçek ve Test Geliştirme Yapısal Eşitlik Modellemesi*. Eskişehir: Nisan.
- Özen, M. A. (2021). Kırsalın küreselleşmesi ve tüketim: Bursa Cumalıkızık örneği. *Uludağ Journal of Economy & Society*, 40(1), 15-35.
- Öztürk, Y. ve Şahbaz, R. P. (2019). Hizmet kalitesi, destinasyon imajı ve davranışsal niyetler arasındaki ilişkilerin incelenmesi: Ilgaz Dağı Milli Parkı ziyaretçilerine yönelik bir araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 7(4), 2962-2976.
- Pechlaner, H., Innerhofer, E. ve Erschbamer, G. (Eds.). (2019). *Overtourism: Tourism Management and Solutions*. Routledge.

- Peeters, P., Gössling, S., Klijs, J., Milano, C., Novelli, M., Dijkmans, C., Eijgelaar, E., Hartman, S., Heslinga, J., Isaac, R., Mitas, O., Moretti, S., Nawijn, J., Papp, B. ve Postma, A. (2018). *Research for TRAN Committee - Overtourism: Impact and Possible Policy Responses*. Brussels: European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies.
- Pelit, E. ve Türkoğlu, T. (2019). Somut olmayan kültürel miras değerlerinin turizme yansımaları ebru sanatı üzerine bir inceleme. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 101-118.
- Pratminingsih, S. A., Rudatin, C. L. ve Rimenta, T. (2014). Roles of motivation and destination image in predicting tourist revisit intention: A case of Bandung – Indonesia. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 5(1), 19-24.
- Reeves, C. A. ve Bednar, D. A. (1994). Defining quality: Alternatives and implications. *The Academy of Management Review*, 19(3), 419-445.
- Roders, A. P. ve Van Oers, R. (2011). Bridging cultural heritage and sustainable development. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 1(1), 5-14.
- Rosenow, J. ve Pulsipher G. (1979). *Tourism: The Good, the Bad and the Ugly*. Kansas City: Media Publishing.
- Rust, R. T. ve Oliver L. R. (1997). Service quality: Insights and managerial customer satisfaction in the tourism industry. In F. David (Ed.), *Measuring Customer Satisfaction in the Tourism Industry* (pp. 1-9). Third International ve Sixth National Research Conference on Quality Management, The Centre for Management Quality Research at RMIT University.
- Saarinen, J. (2006). Traditions of sustainability in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1121-1140.
- Sağlık, A., Uruk, Ö., Sağlık, E. ve Kelkit, A. (2020). Gelibolu Tarihi Alanı ziyaret noktalarında bulunan peyzaj donatı elemanlarında vandalizm. *Türkiye Peyzaj Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 77-88.
- Savaş, D. A. (2022). Sürdürülebilir tüketim ve çevre araştırmalarına yönelik bir analiz. *Akademik İzdüşüm Dergisi*, 7(2), 81-100.

- Schievachman, A. (2016). Iceland and The Trials of 21st Century Tourism. *Skift*, <https://skift.com/iceland-tourism/>.
- Seçilmiş, C. ve Köz, E. N. (2015). Sürdürülebilir kültür turizmi algısının nesillere göre tekrar gelme niyetine etkisi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 3(3), 69-78.
- Serageldin, I. ve Streeter, A. (1993). Valuing the environment: proceedings of the first annual conference on environmentally sustainable development. In *Environmentally Sustainable Development Proceedings Series* (Vol. 2).
- Sezen, B. (2019). Bursa ili Yıldırım ilçesi Cumalıkızık köyünde kırsal turizm çalışmalarının kırsal kalkınma açısından değerlendirilmesi (Master's thesis, Fen Bilimleri Enstitüsü).
- Sezen, B. ve Boz, İ. (2021). Ziyaretçilerin kırsal turizm faaliyetlerinden memnuniyet düzeyi: Cumalıkızık köyü örneği. *Black Sea Journal of Public and Social Science*, 4(1), 24-33.
- Shao, A. T. (2002). *Marketing Research: An Aid to Decision Making*. Cincinnati, Ohio: South-Western/Thomson Learning.
- Sharpley, R. (2009). Tourism development and the environment: Beyond sustainability? *Tourism, Environment and Development*. London, Sterling, VA: Earthscan.
- Sırakaya-Türk, E., Ekinci, Y. ve Kaya, A. G. (2008). An examination of the validity of SUSTAS in crosscultures. *Journal of Travel Research*, 46, 414-421.
- Singh, T. (2018). Is over-tourism downside of mass tourism? *Tourism Recreation Research*, 43(4), 415-416.
- Spindler, E. A. (2013). The history of sustainability the origins and effects of a popular concept. In *Sustainability in Tourism: A Multidisciplinary Approach* (pp. 9-31). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Su, M. M., Wall, G. ve Xu, K. (2016). Heritage tourism and livelihood sustainability of a resettled rural community: Mount Sanqingshan World Heritage Site, China. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(5), 735-757.
- Şahin, S. Z. ve Tosun, C. (2020). Turistlerin yeni gastronomi ürünlerine yönelik tutumları. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(74), 564-586.

- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenirlik ve Geçerlilik*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Şentürk, A. (2012). *Unesco Dünya Miras Listesinde Yer Almanın, Ülke Kültürel Miras Koruma Politikalarına Etkileri Üzerine Bir Değerlendirme*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Tabak, G., Samur, A. N. ve Yılmaz, G. (2019). Turizmde vandalizm sorunu ve çözüm önerileri: Nevşehir örneği. *1. Uluslararası Kapadokya Sosyal Bilimler Öğrenci Kongresi* (s.233-246). Ömer Halisdemir Üniversitesi, Niğde.
- Tanburacı, M. ve Mancı, A. R. (2020). Yerel halkın turizme bakış açısı: Şanlıurfa örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2924-2944.
- Taş, M., Taş, N. ve Cahantimur, A. (2009). A participatory governance model for the sustainable development of Cumalıkızık, a heritage site in Turkey. *Environment and Urbanization*, 21(1), 161-184.
- TDK (Türk Dil Kurumu). (2024). *Vandal, Vandalizm*, <https://sozluk.gov.tr/>.
- Tekeli, İ. (2001). *Sürdürülebilirlik Kavramı Üzerinde İrdelemeler*. Mülkiyeliler Birliği Yayınları.
- Thinh, N. A., Thanh, N. N., Tuyen, L. T. ve Hens, L. (2019). Tourism and beach erosion: Valuing the damage of beach erosion for tourism in the Hoi An World Heritage site, Vietnam. *Environment, Development and Sustainability*, 21(5), 2113–2124.
- Tosun, H. Ö. (2020). Türkiye en fazla ziyaretçi ağırlayan 6. Ülke. *Anadolu Haber Ajansı*, <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/turkiye-en-fazla-ziyaretci-agirlayan-6-ulke/>.
- Tosunoğlu, B. T. (2014). Sürdürülebilir küresel refah göstergesi olarak ekolojik ayak izi. *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 3(5), 132-149.
- Tripadvisor. (2023). *Cumalıkızık Çeşmesi Resimleri*, https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g297977-d20879089-Reviews-CumalikIzIk_Cesmesi-Bursa.html.
- Tuna, M. ve Yanardağ, A. A. (2012). *Turizm Sosyolojisi*. Eskişehir: AÖF Yayını.
- TURSAB. (2023). https://www.tursab.org.tr/haberler/birlesmis-milletler-dunya-turizm-orgutu-genel-kurulu-unwto-22-unwto-genel-sekreter-secimleri_16549.
- Türkiye Kültür Portalı. (2023). <https://kulturportali.gov.tr/arama/cumalikizik>

- Türker, A. ve Çelik, İ. (2012). Somut olmayan kültürel miras unsurlarının turistik ürün olarak geliştirilmesine yönelik alternatif öneriler. *Yeni Fikir Dergisi*, 9, 86-98.
- Umaç, H. H. (2021). *Rekreasyon Etkinliklerine Katılan Bireylerin Liderlik Davranışlarını ve Sosyal Becerilerini Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- UNEP (Birleşmiş Milletler Çevre Programı). (2011). *Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication, A Synthesis for Policy Makers*, www.unep.org/greeneconomy.
- UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization). (1972). *The Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage*. Paris.
- UNESCO. (2003). *The Convention On Intangible Cultural Heritage*. Paris.
- UNESCO. (2017). *UNESCO Creative Cities Network (UCCN) "Building a Collective Vision for the Future" Strategic Framework*, https://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/Strategic-framework_UCCN.pdf.
- Unur, K. ve Cetin, N. (2017). Kızkalesi'nin turizm destinasyonu olarak marka algısı. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 5(2), 63-79.
- UNWTO (Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü). (2017). *Tourism Highlights*, <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>.
- UNWTO. (2018). *Overtourism? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth Beyond Perceptions*. Madrid: United Nations World Tourism Organization Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality.
- UNWTO. (2019). *Exports From International Tourism Hit USD 1.7 Trillion*. United Nations World Tourism Organization, <https://www2.unwto.org/press-release/2019-06-06/exports-international-tourism-hit-usd-17-trillion>.
- UNWTO. (2022). *"Best Tourism Villages" of 2022 Named by UNWTO*, <https://www.unwto.org/news/best-tourism-villages-of-2022-named-by-unwto>.
- Urry, J. (1990). The 'Consumption' of tourism. *Sociology*, 24(1), 23–35.
- Uşaklı, A. (2022). Destinasyon pazarlamasında yere bağlılık: Tekrar ziyaret niyeti üzerindeki etkileri. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14(1), 963-974.

- Uygur, S. M. ve Baykan, E. (2007). Kültür turizmi ve turizmin kültür turizmi ve turizmin kültürel kültürel varlıklar üzerindeki etkileri. *Journal of Commerce*, (2), 31.
-  nver, E. (2006). *Sustainability of Cultural Heritage Management: Keklik Street and Its Surrounding Conservation and Development Project*. Doktora Tezi, ODTU, Ankara.
- Varinli,  . ve  akır, A. (2004). Hizmet kalitesi, değer, hasta tatmini ve davranışsal niyetler arasındaki ilişki Kayseri’de poliklinik hastalarına yönelik bir araştırma. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(2), 33-52.
- Vivien, F.D. (2008). Sustainable development: An overview of economic proposals. *SAPIENS*, 1(2), 1-8.
- Voigt, C. (2009). *Sustainable Development as a Principle of International Law*. Leiden ve Boston: Martinus Nijhoff Publishers.
- Volo, S. (2020). Overtourism: Definitions, enablers, impacts and managerial challenges. *Overtourism: Causes, Implications and Solutions*, 11-26.
- Weaver, D. (2007). *Sustainable Tourism*. Routledge.
- Yalın, A. (2022). Tüketim k lt r -alternatif bir perspektifle tematik kanallar. *Electronic Turkish Studies*, 17(5), 1143-1161.
- Yenil,  . ve Akyazı, N. (2019). Sürdürülebilir turizm kapsamında kültürel iz koridoru değerlendirmesi. *Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 8(2), 1179-1192.
- Yıldırım Belediyesi. (2024). 700 senenin mirası Cumalıkızık, <https://www.dergibursa.com.tr/700-senenin-mirasi-cumalikizik/>.
- Yılmaz, H. S. (1999). *Bursa, Cumalıkızık Köyünün Tarihi Değerlerinin Korunması  zerine Bir İnceleme*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik  nivesitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Yozukmaz, N. ve Kılıç, B. (2022). Attitudes in tourism and traveling as a tool/instrument for attitude change. In *Routledge Handbook of Social Psychology of Tourism* (pp. 111-120). Routledge.
- Yüce, A., Samsa,  . ve Meriç, K. (2019). Destinasyon imajının tekrar ziyaret etme niyeti üzerine etkisi: Kars ili  rneği. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(19), 131.

Yürekli, İ. B. (2023). *Cumalıkızık Ahududu Festivali – Şenliği | Haziran*,
<https://www.gurmex.com/turkiye-yemek-festivalleri/>.

EKLER

EK 1. ANKET FORMU

ANKET FORMU

CUMALIKIZIK'A GELEN ZİYARETÇİLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDAKİ TUTUMLARINI VE ONLARIN TEKRAR ZİYARET ETME NİYETİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ANKET

Değerli Katılımcılar,

Bu çalışmanın amacı, Cumalıkızık'a gelen ziyaretçilerin sürdürülebilir turizm kapsamındaki tutumlarını ve onların tekrar ziyaret etme niyetini bilimsel değerlendirme teknikleriyle ortaya koymaktır. Ankette bulunan sorulara vereceğiniz cevaplar tarafımızca saklı tutulacak ve tamamen bilimsel amaçlı olarak kullanılacaktır.

Araştırmanın başarılı olması için katılımınız çok önemlidir. Zamanınızın beş dakikasını alması

beklenmektedir. İlgi ve yardımlarınız için şimdiden teşekkür ederiz.

Araştıran: Nagihan ÇARIKÇI

BİRİNCİ BÖLÜM

Bu bölümde sürdürülebilir turizm kapsamındaki tutumlarınızı ve tekrar ziyaret etme niyetinizi belirlemek amacıyla çeşitli sorular verilmiştir. Lütfen bu soruları kendi düşünceleriniz doğrultusunda;

1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3- Ne Katılıyorum Ne de Katılmıyorum, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum, seçeneklerinden sadece birine çarpı (X) işareti koyarak

SORU NO	SORULAR	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne de Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.	Bitki ve hayvanlar için yaşam alanlarını korumak, rekreasyon fırsatları sağlamaktan daha önemlidir.	1	2	3	4	5
2.	Daha az sayıda yerleşim yeri, koruma altında olmalıdır.	1	2	3	4	5

3.	Doğanın çeşitliliğine değer verilmeli ve korunmalıdır.	1	2	3	4	5
4.	Nadir bitki ve hayvan türlerinin korunması önemli değildir.	1	2	3	4	5
5.	Kamusal çevre, şimdi ve gelecekte korunmalıdır.	1	2	3	4	5
6.	Yerel halka adil ve eşit davranılmalıdır.	1	2	3	4	5
7.	Kültürel değişim, ziyaretçilerin deneyimlerinin önemli bir parçası değildir.	1	2	3	4	5
8.	Yerel halkla tanışmak ve iletişime geçmek önemli değildir.	1	2	3	4	5
9.	Turistler, yerel halkın kültürüne ve değerine saygı duymalıdır.	1	2	3	4	5
10.	Yerel halklara, turistik alanları tıpkı turistler gibi kullanmaya izin verilmemelidir.	1	2	3	4	5
11.	Yerel insanlarla etkileşime girdiğimde kendimi güvende hissediyorum	1	2	3	4	5
12.	Turistler Dünya Mirası olan bölgeleri korumak için bağışta bulunmalıdır.	1	2	3	4	5
13.	Yerel ürün ve hizmetleri satın almak benim için önemlidir.	1	2	3	4	5
14.	Korunan alanlara ziyaretler ücretsiz olmamalıdır.	1	2	3	4	5
15.	Turistler doğa ile deneyim/manzara/etkileşim için daha fazla ödemek zorunda bırakılmamalıdır.	1	2	3	4	5
16.	Turistler Dünya Mirası olan alanlara diğer alanlara göre daha fazla ödemeye istekli olmalıdır.	1	2	3	4	5
17.	Yerel halkın turizm ile ilgili işletmelerde çalışması, Cumalıkızık'taki uyumlu turizm gelişimi için gereklidir.	1	2	3	4	5
18.	Turizmi geliştirme planlarının içine yerel halkın katılımı, Cumalıkızık'taki yerel halkın yaşam kalitesini geliştirmek için gerekli bir koşuldur.	1	2	3	4	5
19.	Cumalıkızık'ta çöp kutularının olması, doğal ve kültürel alanların güzelliğini korumak için önemlidir.	1	2	3	4	5
20.	Arkadaşlarım ve Ailem Cumalıkızık'ın çekiciliğini korumak için kendimi sorumlu hissetmemi beklerler.	1	2	3	4	5
21.	Cumalıkızık'taki yerel halk, bölgenin turizm gelişiminden en büyük yararı sağlamaz ise, bu bölge için utanç kaynağı olur.	1	2	3	4	5
22.	Ne zaman bir turizm bölgesini ziyaret etsem, bölgeyi temiz tutmayı vehiçbir şeye zarar vermemeyi kendime görev edinmeyi derinden hissederim.	1	2	3	4	5
23.	Cumalıkızık'taki kültürel mirasın korunması benim için çok önemlidir.	1	2	3	4	5
24.	Turizm gelişimi sürdürülebilir bir şekilde yapılmaz ise, Cumalıkızık'agelecekteki seyahat deneyimi fırsatlarını kaybetmekten gerçekten korkuyorum.	1	2	3	4	5
25.	Turizm gelişimi yüzünden Cumalıkızık'taki yerel kültür, bazı orijinalliyi kaybedecek olursa çok üzülürüm.	1	2	3	4	5

İKİNCİ BÖLÜM							
Cinsiyetiniz	Kadın ()	Erkek ()					
Yaşınız	20 ve altı ()	21 -30 ()	31-40 ()	41-50 ()	51 ve üzeri ()		
Medeni Durumunuz	Bekâr ()	Evli ()					
Eğitim Durumu	İlköğretim ()	Orta Öğretim ()	Lise ()	Lisans ()	Lisansüstü ()	Doktora ()	
Geliriniz	3000 TL'den az ()	3001-5000 TL ()	5001-7000 TL ()	7001-9000 TL ()	9001 TL'den fazla ()		
Mesleki Durumunuz	Özel Sektör ()	Kamu Sektörü ()	Esnaf ()	Emekli ()	Öğrenci ()	Diğer ()	
Cumalıkızık' ı ziyaret amacınız nedir?	Dinlenme ()	Gezi ve Eğlence Faaliyetleri ()	Akraba-Arkadaş ziyareti ()	Eğitim-staj ()	Kültür Faaliyetleri ()	Gastronomi ()	Gezi Fotoğrafçılığı ()
Cumalıkızık destinasyonunu kaçınıcı kez ziyaret ediyorsunuz?	İlk defa ()	2.defa ()	2'den fazla ()	Düzenli olarak ()			
Cumalıkızık destinasyonunu hangi mevsimde ziyaret ediyorsunuz?	İlkbahar ()	Yaz ()	Sonbahar ()	Kış ()			
Destinasyon hakkında bilgiyi nereden öğrendiniz?	İnternet/ sosyal medya ()	Tur Operatörleri / Seyahat Acenteleri ()	Referans (Aile, arkadaş vs..) ()	Yazılı Basın (dergi, gazete vs.) ()	Turizm Fuarları ()	Kitlesel Medya (televizyon) ()	Önceki deneyimler ()
Cumalıkızık ziyaretini nasıl yapıyorsunuz?	Günübirlik ()	Konaklamalı ()					
Ziyaretiniz sırasında nelerin daha iyi olmasını istersiniz?	Konaklama ()	Ulaşım ()	Rehberlik Hizmetleri ()	Yiyecek -İçecek ()	Eğlence ()	Yerel Halkla İletişim ()	

ÖLÇEK BOYUTLANDIRMASI-
SOSYAL, EKONOMİK, ÇEVRESEL (3 BOYUT)
SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM TUTUMU ÖLÇEĞİ

1. BOYUT SOSYO-KÜLTÜREL
2.Daha az sayıda yerleşim yeri koruma altına alınmalıdır.
6.Yerel halka adil ve eşit davranılmalıdır.
7.Kültürel değişim, ziyaretçilerin deneyimlerinin önemli bir parçası değildir.
8.Yerel halkla tanışmak ve iletişime geçmek önemli değildir.
9.Turistler yerel halkın kültürüne ve değerine saygı duymalıdır.
10.Yerel halklara turistik alanları tıpkı turistler gibi kullanmaya izin verilmemelidir.
11.Yerel insanlarla etkileşime girdiğimde kendimi güvende hissediyorum.
18.Turizm geliştirme planlarının içine yerel halkın katılması, Cumalıkızık'taki yerel halkın yaşam kalitesini geliştirmek için gerekli bir koşuldur.
20.Arkadaşlarım ve ailem Cumalıkızık'ın çekiciliğini korumak için kendimi sorumlu tutmamı beklerler.
23.Cumalıkızık'taki kültürel mirasın korunması benim için çok önemlidir.
24.Turizm gelişimi sürdürülebilir bir şekilde yapılmaz ise Cumalıkızık 'a gelecekteki seyahat deneyimi fırsatlarını kaybetmekten gerçekten korkuyorum.
25.Turizm gelişimi yüzünden Cumalıkızık'taki yerel kültür, bazı orijinallliğini kaybedecek olursa çok üzülürüm.
31.Cumalıkızık'taki yerel yönetim, turizm büyümesinden emin olmalıdırlar.
2. BOYUT EKONOMİK

12.Turistler Dünya Mirası olan bölgeleri korumak için bağışta bulunmalıdır.
13.Yerel ürün ve hizmetleri satın almak benim için önemlidir.
14.Korunan alanlara ziyaretler ücretsiz olmamalıdır.
15.Turistler doğa ile deneyim/manzara/etkileşim için daha fazla ödemek zorunda bırakılmamalıdır.
16.Turistler Dünya Mirası olan alanlara göre daha fazla ödemeye istekli olmalıdır.
17.Yerel halkın turizmle ilgili işletmelerde çalışması Cumalıkızık'taki uyumlu turizm gelişimi için gereklidir.
21.Cumalıkızık'taki yerel halk, bölgenin turizm gelişiminden en büyük yararı sağlamaz ise, bu bölge için utanç kaynağı olur.
28.Yerel halkın turizm işletmelerinde daha fazla çalışması, hizmet kalitesi ve seyahat deneyimi üzerinde kötü etkiler bırakabilir.
29.Turizm için daha fazla para ödemek benim için büyük bir mali yük olurdu.
30.Bir turistik bölgedeki tesislerin çevreye yarar sağladığından emin olursam, bu gibi tesislere daha fazla para ödeyebilirim.
3. BOYUT ÇEVRESEL
1.Bitki ve hayvanlar için yaşam alanlarını korumak, rekreasyon fırsatları sağlamaktan daha önemlidir.
3.Doğanın çeşitliliğine değer verilmeli ve korunmalıdır.
4.Nadir bitki ve hayvan türlerinin korunması önemli değildir.
5.Kamusal çevre şimdi ve gelecekte korunmalıdır.
19.Cumalıkızık'ta çöp kutularının olması, doğal ve kültürel alanların güzelliğini korumak için önemlidir.

22.Ne zaman bir turizm bölgesini ziyaret etsem, bölgeyi temiz tutmayı ve hiçbir şeye zarar vermemeyi kendime görev edinmeyi derinden hissederim.
26.Bölgede bilimsel bir koruma programı olmaması durumunda Cumalıkızık'taki çoğu doğal alan, doğallıklarını kaybetme tehlikesiyle baş başa kalır.
27.Cumalıkızık'taki ziyaretçi sayısının fazla olduğu popüler yerlere erişim kısıtlı olmaz ise popüler alanlar zarar görebilir.
32.Turizm, doğal ve kültürel miraslara zarar vermez.